



# Jahresbericht 2020



# Inhalt

■ 2020 auf einen Blick	3
■ Vorwort und Rückblick	
Vorwort des Verwaltungsrates	6
Jahresrückblick der Geschäftsleitung	8
■ Datatrans AG	
Unsere Rolle	11
State-of-the-Art-Lösungen und Sicherheit	12
■ Das Jahr 2020	
Highlights 2020	15
Airlines & Travel	16
Service Provider	17
Events, Medien und ICT	18
Mobility, Österreichische Lotterien GmbH	19
Retail	20
PCI Proxy	22
New Ventures	23
Kryptowährungen	24
Datatrans Payment Link	26
Datatrans Reconciliation Service	27
Netzwerk-Token	28
PSD2 und 3-D Secure 2	30
Organisationsentwicklung	32
«Anywhere – Any Day»	33
Marketing / Über 5'000 Kunden	34
12. (E-)Commerce Report Schweiz	36
■ Finanzen – 8 Mrd. Handelsvolumen	
125 Millionen Transaktionen mit über 8 Milliarden Franken Handelsvolumen	39
Datatrans PCI Proxy erzielte ein Konvertierungswachstum von 121 Prozent	40
Zahlungsmittel und Währungen	41
■ Ausblick	43

Über **8 Mrd. CHF**  
Handelsvolumen



**125 Mio.**  
Transaktionen



Über **40**  
Zahlungsmittel



**65**  
Processing-Währungen



Über **60**  
Finanzpartner



Über **95**  
Merchant-Länder



**5'000**  
Kunden



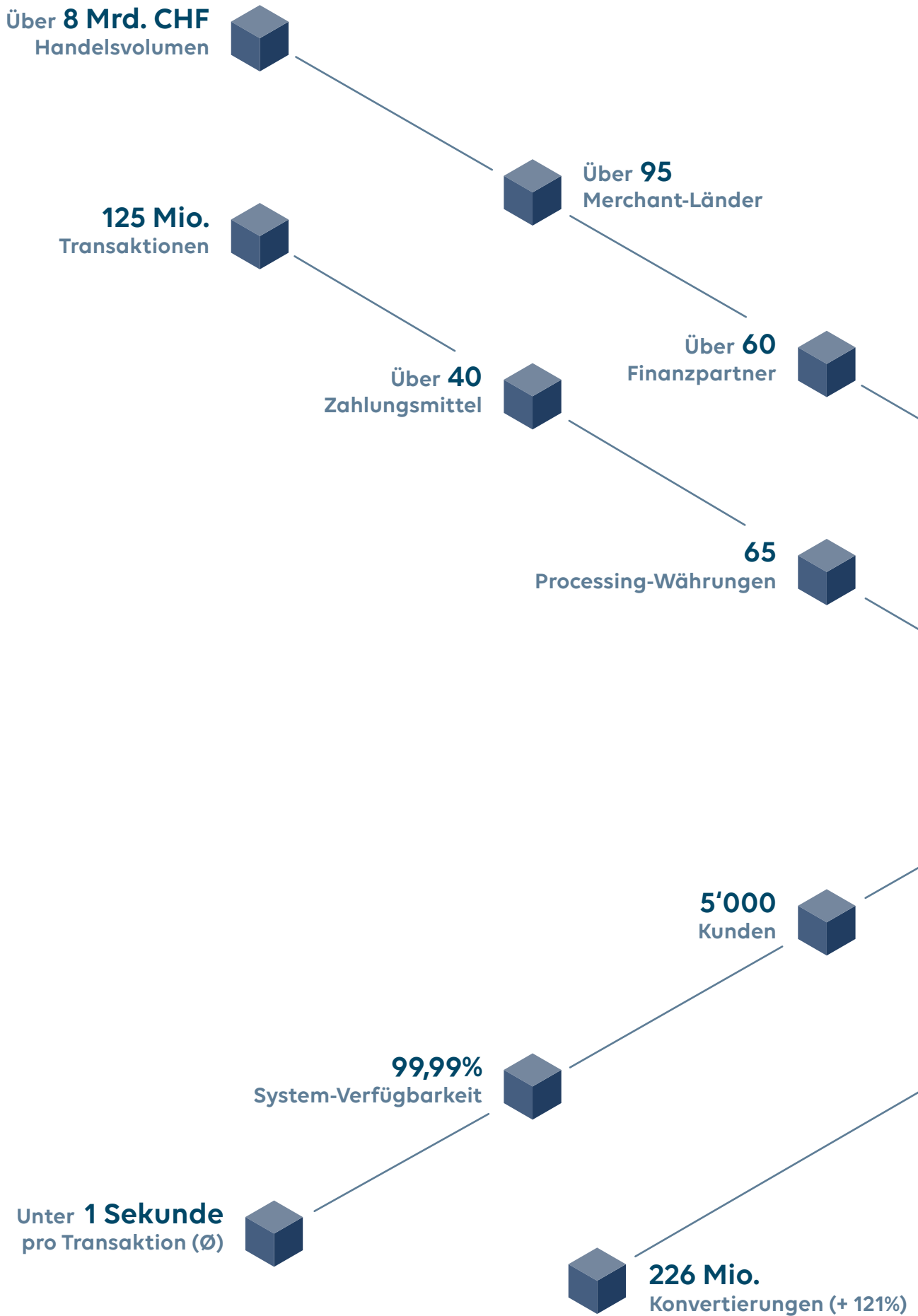
**99,99%**  
System-Verfügbarkeit



Unter **1 Sekunde**  
pro Transaktion (Ø)

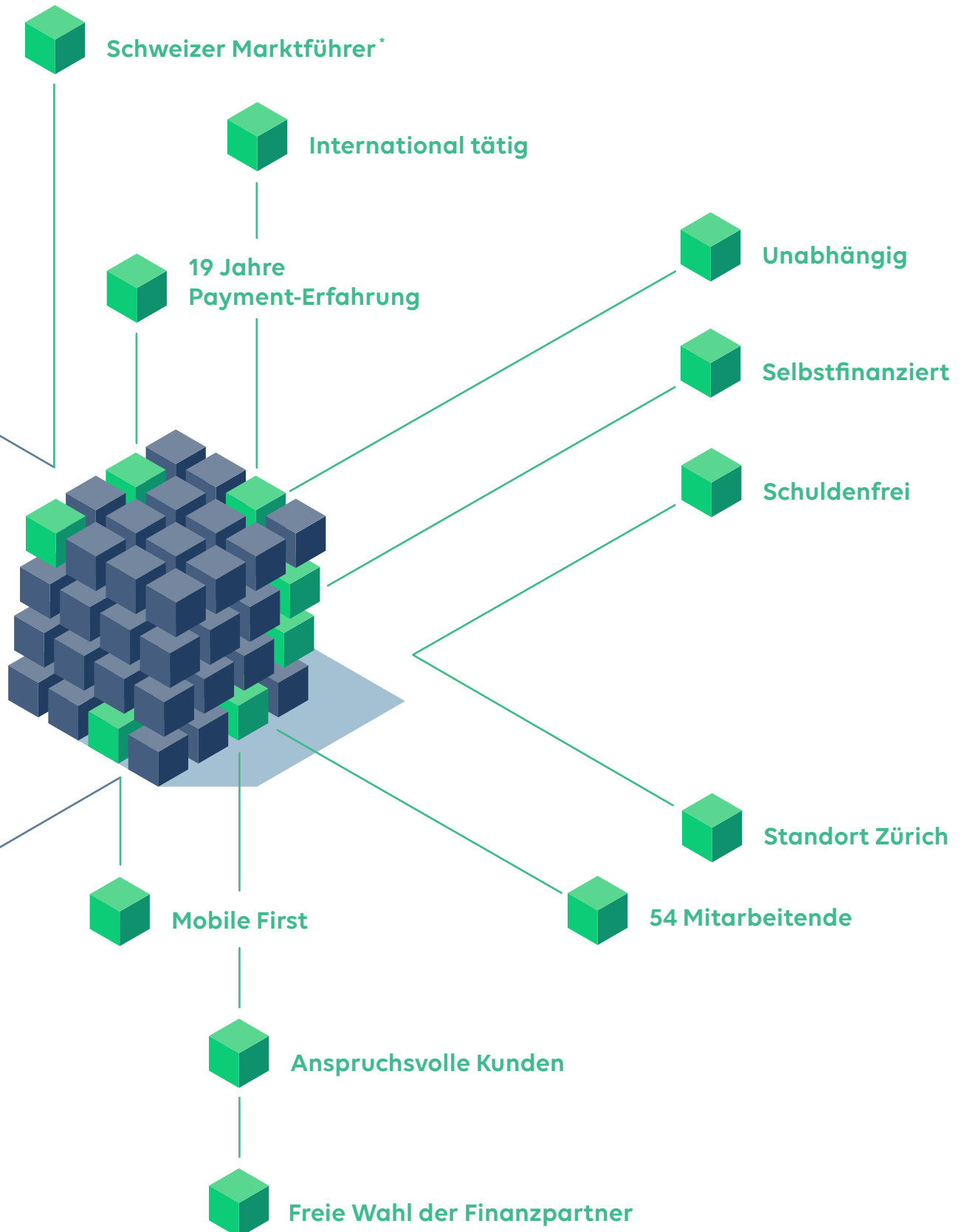


**226 Mio.**  
Konvertierungen (+ 121%)



# 2020 auf einen Blick

Der Wachstumstrend wird die Krise überdauern. Viele Konsumenten haben die Vorteile des Online-Handels jetzt erst recht für sich entdeckt.



\* gemäss Anzahl Transaktionen



Auszug aus der Datatrans Kundenliste



## Vorwort und Rückblick

- Vorwort des Verwaltungsrates 6
- Jahresrückblick der Geschäftsleitung 8

# Vorwort des Verwaltungsrates

**«Ein kerngesundes Unternehmen übergeben zu können, ist ein schönes Gefühl.»**

Hanspeter Maurer

Im Februar 2020 gab die Schweiz den ersten Corona-Infizierten bekannt. Wenige Wochen später war ganz Europa im Ausnahmezustand. Wir mussten mit Bedauern zusehen, wie einige unserer Kunden aus der Event-, Reise- und Verkehrsbranche stark von der Krise getroffen wurden, und haben gemeinsam nach Lösungen gesucht.

Ganz anders präsentierte sich das Bild in den Bereichen Retail, Food und Delivery. Dort hat die Pandemie die Entwicklung des Handels hin zu Online-Präsenzen deutlich beschleunigt, was auch bei uns zu einem erheblich gewachsenen Transaktionsvolumen führte. Trotz aller Hochs und Tiefs sind wir sicher: Der Wachstumstrend wird die Krise überdauern. Viele Konsumenten haben die Vorteile des Online-Handels jetzt erst recht für sich entdeckt. Dementsprechend planen immer mehr Unternehmen verstärkte Investitionen in den E-Commerce.

Insgesamt haben wir das Krisenjahr gut überstanden und sowohl Umsatz als auch Ertrag erneut steigern können. Für 2021 sind wir sehr optimistisch, denn die von der Krise gebeutelten Dienstleistungsbranchen werden von einer Überkompensation profitieren, sobald sich das Leben wieder einigermaßen normalisiert hat.

Datatrans Verwaltungsrat

**Hanspeter Maurer**  
Verwaltungsratspräsident

**Bettina Reimers**  
Board Member

**Urs Kisling**  
Board Member



Seit der Firmengründung vor bald 20 Jahren sind wir eigenfinanziert, schuldenfrei und haben jedes Geschäftsjahr mit einem positiven Ergebnis abgeschlossen – so auch das Krisenjahr 2020. Neben unserer wirtschaftlichen Stabilität können wir auch in Zeiten wie diesen auf den grossen Rückhalt unserer über 50 Mitarbeitenden zählen.

Bereits ab Anfang März 2020 waren alle Teams auf ihren Remote-Arbeitsplätzen im Einsatz und standen im engen Austausch zueinander. Daily Talks, Workshops und Stand-up-Meetings liefen mit Slack, Zoom und Co. reibungslos. Dank unserer Datatrans Academy und den virtuellen Gatherings kamen auch die zwischenmenschlichen Gespräche in Zeiten des Rückzugs nicht zu kurz. Unsere Kunden und Partner konnten sich auch in einem von Unsicherheit geprägten Jahr auf unsere gewohnte Erreichbarkeit, schnellen Entscheidungswege und hohe Flexibilität verlassen.



**«Mit Datatrans hat die SBB einen flexiblen und zuverlässigen Partner gefunden, welcher «state of the art» PSP-Lösungen anbietet und die Bedürfnisse der SBB erkennt und umsetzt.»**

Fabian Schmid  
Leiter Payment  
Schweizerische Bundesbahnen  
SBB



**SBB CFF FFS**

Dank dem starken Zusammenhalt und der Manpower im Rücken konnten wir uns wie geplant am 1. Oktober 2020, nach fast 20 Jahren, aus dem operativen Geschäft zurückziehen und Platz für eine neue Generation machen. Der 36-jährige Thomas Willenborg folgte Hanspeter Maurer als neuer CEO und übernahm mit Daniel Ellersiek (COO) und Oliver Heister (CTO) die Datatrans Geschäftsleitung. Alle drei haben sich in den letzten zwei Jahren als Mitglieder der erweiterten Geschäftsleitung auf ihre neuen Aufgaben vorbereitet und waren bei wichtigen Entscheidungen massgeblich mitbeteiligt.

Zukünftig möchten wir der jüngeren Generation noch mehr Gestaltungsfreiraum lassen. Als Verwaltungsräte stehen wir ihnen beratend zur Seite und widmen uns vor allem strategischen Aufgaben. Wichtig für unsere Kunden: An unseren Werten ändert sich nichts. Darauf können sie vertrauen.

Durch den seit Jahren guten Geschäftsgang werden wir unseren Ausbau weiterhin ohne Fremdmittel finanzieren können. Das gesamte Aktienkapital ist im Besitz des Verwaltungsrates und von einzelnen Mitarbeitenden. Die ausgewogene Balance aus Rentabilität, Liquidität und Unabhängigkeit sowie ein gesundes organisches Wachstum gehören zu den Kernzielen des Unternehmens.

Wir sind überzeugt: Datatrans hat in den letzten Jahren die strategischen, finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen geschaffen, um im dynamischen Zukunftsmarkt «E-Payment» weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben. Diesen Wachstumskurs werden wir auch ausserhalb der Schweiz konsequent fortsetzen.

April 2021  
Verwaltungsrat Datatrans AG

Die Datatrans Büros an der  
Kreuzbühlstrasse 26 in Zürich.



# Jahresrückblick der Geschäftsleitung

**«Die Datatrans Werte sind auch das, was uns alle drei verbindet: Gegenseitiges Vertrauen, bedingungslose Ehrlichkeit und eine grosse Leidenschaft für das, was wir tun.»**

Thomas Willenborg

Das Ausnahmejahr 2020 lässt wohl keinen Rückblick zu, ohne auf die Folgen von Covid-19 einzugehen. Trotz anhaltender Auswirkungen auf die globale Wirtschaft hat sich Datatrans äusserst widerstandsfähig gezeigt. Mehr noch: Rückblickend hat sich das Geschäftsjahr für uns sogar als ausgesprochen chancenreich erwiesen.

Nimmt man die von starken Einbussen betroffene Event-, Travel- und Verkehrsbranche aus, konnten wir in allen Bereichen ein erhebliches Wachstum verzeichnen. Dies gelang einerseits durch den rasanten Shift zum Online-Handel, durch die wachsende Nachfrage nach digitalen Gütern und Services, andererseits aufgrund spannender Neukunden wie z. B. der Österreichischen Lotterien GmbH.

Im Krisenjahr 2020 haben wir selbst mit den von der Pandemie betroffenen Branchen über 125 Millionen E-Commerce-Transaktionen abgewickelt und damit das Vorjahresniveau von 126 Millionen Transaktionen so gut wie erreicht. Das zeigt die Resilienz des Payment-Geschäftes und betont die überaus gute Diversifikation unserer Händlerbasis.

Völlig der Pandemie getrotzt hat unser Geschäftszweig PCI Proxy. Unsere für Technologieunternehmen entwickelte «Data Security-as-a-Service»-Lösung hat mit 226 Millionen Konvertierungen sogar ein Wachstum von 121 Prozent im Vergleich zum Vorjahr hingelegt. Diese Entwicklung ist ebenfalls auf die stark gestiegene Nachfrage nach digitalen Prozessen, wie z. B. Security- und Compliance-Lösungen, zurückzuführen.

Datatrans Geschäftsleitung

**Thomas Willenborg**  
CEO

**Oliver Heister**  
CTO

**Daniel Ellersiek**  
COO



Trotz Pandemie war das Payment-Umfeld unaufhörlich in Bewegung. Unsere Teams haben wieder einmal bewiesen, dass sie zur absoluten Spitze ihrer Klasse zählen. Anfang 2020 wurden wir als einer der ersten Payment Service Provider weltweit nach den neuen Standards der Card Schemes zertifiziert. So konnten wir unseren Händlern auch bei der Einführung des neuen Sicherheitsstandards 3-D Secure 2 sowie bei der starken Kundenauthentifizierung unter PSD2 eine reibungslose Zahlungsabwicklung bei höchster Sicherheit garantieren.

**«Wir haben Datatrans als innovativen, kundenorientierten und vertrauensvollen Partner kennengelernt, der uns in Zeiten der Veränderung proaktiv und mit viel Fachwissen und Erfahrung unterstützt.»**

Holger Neuhaus  
Team Leader Accounting  
Services / Fraud Prevention  
Eurowings GmbH



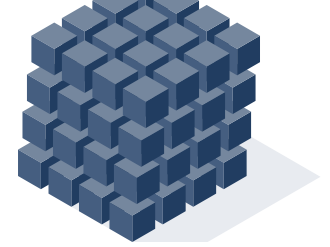
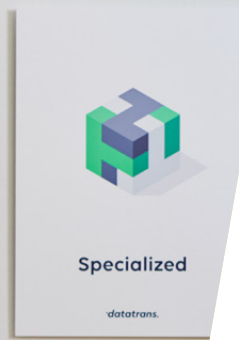
Darüber hinaus standen wir unseren Händlern mit neuen Features wie «Payment-Link» oder bei der Akzeptanz von Kryptowährungen zur Seite. Dank unserer unermüdlichen Service-Mentalität konnten wir zahlreichen Kunden den Einstieg ins Online-Geschäft erleichtern und zur richtigen Zeit mit der passenden Lösung präsent sein. Ein grossartiges Beispiel dafür ist unsere Partnerschaft mit dem SOS-Kinderdorf. Mit Spendenaufrufen via Bitcoins & Co. konnte die Hilfsorganisation neue Wege gehen, um auch in schwierigen Zeiten für benachteiligte junge Menschen einzustehen.

Resümierend schauen wir auf ein Jahr zurück, das der Welt neben gesundheitlichen und wirtschaftlichen Folgen einiges abverlangt, aber auch viele Chancen geboten hat. Auch wenn die Entwicklungen 2021 noch unsicher sind, steht für uns jetzt schon fest: Als Thought Leader in den Bereichen Payment und Security sind wir gestärkt aus dem Krisenjahr hervorgegangen und haben viele wertvolle Insights erlangt.

Als krönender Abschluss des Jahres haben wir am 1. Oktober die Datatrans Geschäftsleitung übernommen. An den Werten, die das Unternehmen seit 20 Jahren geprägt haben, halten wir fest und bauen damit auf einem einzigartigen Fundament auf.

Bei unseren Kunden bedanken wir uns für das grosse Vertrauen, bei unseren Partnern für die tadellose Zusammenarbeit und bei unseren Mitarbeitenden für die unglaubliche Begeisterung und das enorme Engagement.

April 2021  
Geschäftsleitung Datatrans AG



# Datatrans AG

- Unsere Rolle 11
- State-of-the-Art-Lösungen und Sicherheit 12

# Unsere Rolle

Wer im Online-Handel erfolgreich sein will, bietet seinen Kunden alle relevanten Zahlungsmittel an und stellt reibungslose Bezahlprozesse sicher. Lösungen hierfür gibt es viele. Doch nicht jeder Payment Service Provider (PSP) holt für anspruchsvolle Unternehmen langfristig das Beste raus.

**Wir sind die Payment-Experten für Online-Händler, die ihr Umsatzpotenzial voll ausschöpfen wollen.**

Datatrans AG übernimmt für Händler die sichere Verarbeitung und Speicherung von Zahlungsdaten im E-Commerce, im Call-Center und am Mobile Point of Sale, fokussiert sich dabei jedoch rein auf die technische Transaktionsabwicklung. In den Geldfluss ist sie nicht involviert. Dank dieser Neutralität gegenüber Partnern und Finanzdienstleistern bietet der Schweizer Marktführer Händlern einen entscheidenden Vorteil: Sie können ihre Finanzpartner und Zahlungsmittel frei wählen – so wie sie am besten zu ihrem Business passen.

## **Der individuelle Verkaufserfolg steht im Mittelpunkt**

Mit der Betreuung und Beratung von über 5'000 internationalen Online-Händlern hat Datatrans wertvolle Erfahrungen und ein exzellentes Payment-Know-how aufgebaut. Statt auf Standardprodukte zu setzen, erfüllt der PSP die komplexen Anforderungen seiner Kunden mit individuellen Lösungen.

Über das Datatrans Payment Gateway erhalten Händler Zugang zu über 60 Finanzpartnern weltweit und damit die Möglichkeit, ihre Bezahlprozesse systematisch zu optimieren. Mit einer einzigen Schnittstelle stellen sich Händler den bestmöglichen Zahlungsmittelmix zusammen und können ihre Finanzpartner ohne technischen Aufwand auswechseln oder neue hinzufügen. Damit tauschen Online-Händler auch ihre Acquirer für die Akzeptanz von Kartenzahlungen einfach aus, um von besseren Angeboten zu profitieren oder Ausfallrisiken zu senken.

Zudem entlastet Datatrans Händler im Bereich Risikomanagement und Zertifizierung von den strengen Sicherheitsanforderungen der Kreditkartenunternehmen. Mit dem Datatrans Payment Gateway sowie passgenauen Lösungen optimieren Datatrans Kunden so Umsatz und Conversion und bringen Kosten und Risiken auf ein Minimum.

## **Weniger Komplexität, mehr Sicherheit**

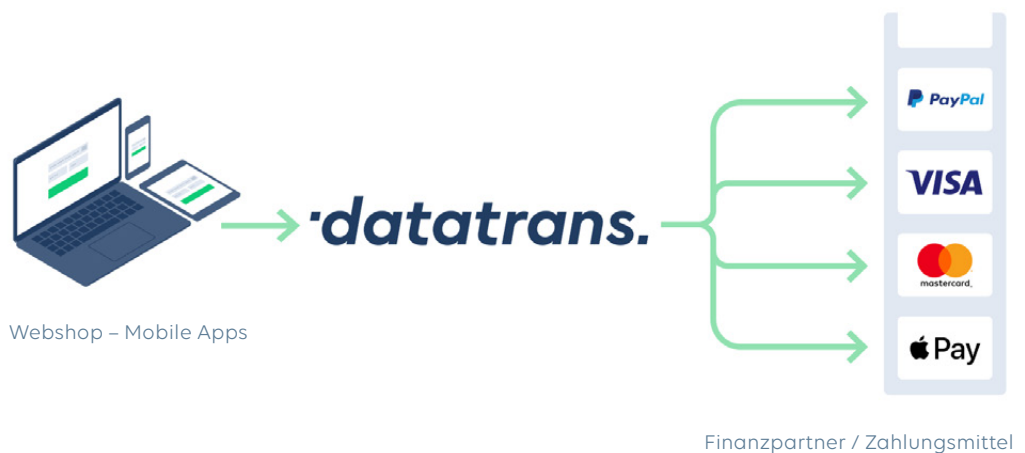
In einem dynamischen Umfeld schnell Entscheidungen zu treffen, flexibel auf Markttrends zu reagieren und Kundenwünsche prompt umzusetzen, sind weitere Vorteile, mit denen sich Datatrans als langjährige Marktführerin behauptet.

Ihre Kunden profitieren zweifach: Sie lagern mit nur einem Payment Gateway die zunehmende Komplexität der Zahlungsabwicklung und die steigenden Anforderungen an Sicherheit und Verfügbarkeit an die Schweizer Payment-Experten aus und können sich so ganz auf ihr Business konzentrieren.

# State-of-the-Art-Lösungen und Sicherheit

Datatrans übernimmt die Schnittstellenfunktion zwischen Online-Händlern und Zahlungsmittelanbietern. Kunden profitieren von ganzheitlichen Payment-Processing-Lösungen für die schnelle und sichere Zahlungsabwicklung online:

- APIs zur Anbindung von Webshops.
- Payment Libraries für die Zahlungsabwicklung in nativen Apps.
- Payment Pages nach dem Mobile-first-Ansatz.
- Tokenisierungslösungen für wiederkehrende Zahlungen (Recurring Transactions) bzw. zur Vereinfachung der Zahlungsprozesse (Fast Checkout) inkl. Netzwerk-Tokenisierungslösungen von Mastercard und Visa.
- PCI Proxy Tokenisierungslösung zur vereinfachten Einhaltung der PCI Compliance.
- 3-D Secure 2 zertifizierte Payment-Lösungen zur Erfüllung aller Vorgaben von PSD2.



## PCI DSS-Zertifizierung Level 1



Payment Service Provider unterliegen der strengsten Zertifizierung für die Abwicklung von Kreditkartentransaktionen: PCI DSS Level 1 (Payment Card Industry Data Security Standard). Datatrans erfüllt die PCI-Richtlinien in vollem Umfang und ist seit 2006 konstant PCI Level 1 zertifiziert. Mitte 2020 hat der Schweizer PSP erneut den jährlichen PCI DSS Onsite Review bestanden und die höchstmögliche Zertifizierung erhalten.

## Dun & Bradstreet Top-Rating «Risk Indicator 1»



Im Dezember 2020 erhielt Datatrans wiederholt das Top-Rating «Risk Indicator 1» (minimum risk of business failure). Das Dun & Bradstreet Rating Zertifikat ist die Qualitätsplakette der Wirtschaft und steht für Zuverlässigkeit und Stabilität. Gleichzeitig bestätigt es die Fähigkeit, den wirtschaftlichen Verpflichtungen gegenüber Kunden und Lieferanten nachzukommen. Nur zwei Prozent der Schweizer Unternehmen erfüllen die strengen Kriterien des Zertifikats.



## Das Jahr 2020

■ Highlights 2020	15
■ Airlines & Travel	16
■ Service Provider	17
■ Events, Medien und ICT	18
■ Mobility, Österreichische Lotterien GmbH	19
■ Retail	20
■ PCI Proxy	22
■ New Ventures	23
■ Kryptowährungen	24
■ Datatrans Payment Link	26
■ Datatrans Reconciliation Service	27
■ Netzwerk-Token	28
■ PSD2 und 3-D Secure 2	30
■ Organisationsentwicklung	32
■ «Anywhere – Any Day»	33
■ Marketing / Über 5'000 Kunden	34
■ 12. (E-)Commerce Report Schweiz	36

## Reconciliation Service

Vereinfacht den Abgleich sämtlicher Online-Zahlungen.  
Stetiger Ausbau des Services mit neuen Funktionen.

## Payment Link

Bestellungen per E-Mail, Telefon oder Social-Media-Kanäle entgegennehmen und den Käufern einen Bezahllink senden.

## Netzwerk-Token

Karten werden nach Ablauf automatisch aktualisiert oder ersetzt – kein Mehraufwand für den Händler und seine Kunden.

## Traffic Inspector

Datenverkehr in Echtzeit überwachen.  
Fehler noch schneller erkennen und den kompletten Request-Lifecycle aller Sandbox-Integrationen analysieren.

## JSON-API und Docs

Entwicklung einer neuen, robusten, noch sichereren Programmierschnittstelle.  
Neugestaltung der technischen Dokumentation [docs.datatrans.ch](https://docs.datatrans.ch) für Merchants.

## TWINT Alias für Webshops

TWINT kann als Zahlungsmittel von Käufern gespeichert und für wiederkehrende Abbuchungen belastet werden.

## Apple Pay und Google Pay auf Payment-Pages

Entwicklung eines Wechselbuttons, der abhängig vom Device oder Browser des Kunden Zahlungen via Apple-Pay oder Google Pay anbietet.

## PostFinance Pay mit App

PostFinance Zahlungen können aus nativen Händler Apps direkt über die PostFinance-App abgewickelt werden.





# Highlights 2020

Neue Kunden, individuelle Zahlungslösungen und technische Innovationen machen Datatrans zu einem der führenden Payment Service Provider Europas.

## ■ Kryptowährungen

Nicht nur Retail-Händler und Food-Delivery-Ketten entdeckten den Trend. Auch gemeinnützige Organisationen, wie das SOS-Kinderdorf, zeigten mit Kryptospenden Innovationsgeist.

## ■ PSD2 und 3-D Secure 2

Mit Datatrans können Händler einfach und PSD2-konform ihre Conversion verbessern.

## ■ Neues Team «New Ventures»

Fokus auf die Weiterentwicklung der Datatrans Produktpalette, auf vielversprechende neue Technologien und Partnerschaften.

## ■ Österreichische Lotterien GmbH

Einer der grössten Neukunden in der Firmengeschichte.

## ■ Neues Kommunikationskonzept

Zur Stärkung des Markenauftritts und Optimierung der Kundenansprache.

## ■ Datacenter Migration – Gewappnet für die Zukunft

Innerhalb einer Woche wurde die Datatrans Infrastruktur unterbruchsfrei in ein neues Datacenter mit topmoderner Infrastruktur gezügelt.

## ■ Vom Home- zum Anywhere-Office

Datatrans nutzte die Krise und führte innerhalb weniger Wochen ein neues Arbeitsmodell ein. Sämtliche Prozesse wurden in kürzester Zeit auf «digital» getrimmt.

# Airline & Travel

Das Jahr 2020 war für Händler aus dem Airline- und Travel-Umfeld äusserst herausfordernd. Während im Januar und Februar noch Flüge, Kreuzfahrten und Hotels auf Vorjahresniveau gebucht wurden, brach die Nachfrage ab März massiv ein.



**Niko Aust**  
Senior E-Payment Consultant  
Airline & Travel

**«Unsere Händler aus der Airline und Travel Branche haben schon immer durch neue Konzepte und innovative Lösungen verstanden, ihre Kunden an sich zu binden. Dieser kundenorientierte Fokus bietet eine solide Ausgangslage für die Weiterentwicklung ihrer Geschäftsmodelle in den kommenden Jahren.»**



Viele unserer Kunden bemerkten über das ganze Jahr hinweg einen starken Rückgang der Buchungen. Erfreulicherweise sahen viele die Krise als Chance und entwickelten Lösungen, die Reisenden künftig maximale Sicherheit und Flexibilität bieten. Innovative Voucher-Konzepte, kurzfristige Stornierungsmöglichkeiten und lokale Reiseangebote mit einem auf den jeweiligen Business Case angepassten Payment-Mix haben sich trotz schwieriger Lage bewährt. Dabei wurde nicht nur die aktuelle Situation berücksichtigt, sondern darauf geachtet, dass die Lösungen adaptierbar und zukunftsfähig sind.

## **PSD2 prägte die Branche stark**

Trotz angespannter Lage konnten wir mit unseren Kunden im Geschäftsjahr erfolgreiche Projekte umsetzen. Vor allem das Thema PSD2 hat die Branche beschäftigt. Hier konnte Datatrans ihre Händler mit kurzen Kommunikationswegen und Expertenwissen optimal vorbereiten und einen reibungslosen Übergang gewährleisten. Weiter profitierten viele Händler vom neuen Datatrans Reconciliation Service. Dieser erleichtert den Zahlungsabgleich, zeigt mögliche Unstimmigkeiten auf und vereinfacht die Buchhaltungsprozesse.

## **Neukunden gewonnen, bestehende Partnerschaften gestärkt**

Im März 2020 verhalfen wir Grossbritanniens lokaler Airline «Eastern Airways» innerhalb weniger Wochen zu einem reibungslosen Online-Auftritt, was vor allem durch langjährig bestehende Partnerschaften seitens Datatrans möglich wurde. Ausserdem haben wir mit dem renommierten deutschen Airbroker «Involatus» einen attraktiven Neukunden gewonnen. Eines der Highlights im Airline- und Travel-Team war die Zusage der TUI Deutschland. Die mit TUI entwickelten Zahlungslösungen gliedern sich problemlos in deren bestehenden Prozesse ein und bieten Reisefreudigen noch mehr Flexibilität, Sicherheit und Komfort im Zahlungsprozess.

## **Spontane Trips oder langfristig geplante Reisen?**

Auch 2021 wird für die Reisebranche ein anspruchsvolles Jahr. Ob der Fokus auf kurzfristigen, lokalen Reisen bleibt oder wieder verstärkt nach einem Frühbucherrabatt gefragt wird, wird sich in den kommenden zwölf Monaten zeigen. Fest steht: Wir stehen unseren Händlern mit grosser Flexibilität zur Seite, um ihnen auch kurzfristig reibungslose Zahlungslösungen und -prozesse zu ermöglichen.

# Service Provider

Mit der gesteigerten Nachfrage an E-Commerce-Lösungen sowie dem Digitalisierungsschub durch die Corona-Pandemie beschreiten Start-ups und Lösungsanbieter neue, innovative Wege.



Marino Schönenberger  
Head of Sales

**«Lösungsanbieter verlassen sich auf Datatrans, weil die Anforderungen ihrer Kunden an moderne und mobile Zahlungslösungen stetig wachsen und sie einem Partner vertrauen, der auf diese Marktimpulse innovativ reagiert.»**

Lösungsanbieter, die neue Webshops, Plattformen und Apps entwickeln, sind für Datatrans ein wichtiges Kundensegment. Durch die Pandemie hat die Nachfrage nach E-Commerce-Lösungen weiter zugenommen, was sich äusserst positiv auf die Auftragslage von Service Providern auswirkte. Lösungen für die Bereiche Food Delivery, Internet of Things (IoT) und Retail waren besonders gefragt.

## **Digitalisierungsschub sorgte für innovative Lösungen abseits der klassischen Vertriebswege**

Viele Dienstleister wurden durch die Pandemie regelrecht zwangsdigitalisiert und suchten nach neuen Vertriebskanälen, um ihre Produkte und Dienstleistungen ohne direkten Kundenkontakt am POS zu platzieren. Ebenso gross war die Anzahl an Start-ups, die mit innovativen Lösungen vielen Branchen eine Alternative zu den klassischen Vertriebswegen boten.

## **Datatrans verbindet unterschiedliche Anbieter über eine einfache Schnittstelle**

Lösungsanbieter, die sich auf eine grosse Anzahl von Kunden ausrichteten, standen 2020 mehr denn je vor einer Herausforderung. Da ihre Kunden in der Regel bereits mit unterschiedlichen Zahlungsanbietern zusammenarbeiten, müssen sich auf ihren Plattformen diese auch alle integrieren lassen. Hier bietet ihnen Datatrans als unabhängiger Payment Gateway einen entscheidenden Vorteil: Durch die Vereinheitlichung vieler Anbieter über eine Schnittstelle, ist das Thema Payment schnell gelöst. Lösungsanbieter können sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren und Mehrwerte für ihre Kunden schaffen.

# Events

Kunden aus dem Event-Segment, wie Ticketing-Plattformen oder Anbieter von Veranstaltungs-Software, sind zurzeit am stärksten von der Corona-Pandemie betroffen.



Christoph Ryser  
Senior Consultant E-Payment

**«Es gibt zwei Möglichkeiten, die Komplexität der Zahlungsabwicklung für unterschiedliche Zahlungsarten zu beherrschen: Sich vertieft damit beschäftigen oder sie über eine einheitliche Payment-Schnittstelle auslagern. Gerne unterstützen wir unsere Kunden dabei.»**

Fast ein ganzes Jahr waren Sport-, Kultur- und Unterhaltungsveranstaltungen verboten, was zu einer kompletten Stilllegung der Branche führte. Dies spiegelte sich auch im Ergebnis wider: Die Anzahl der verarbeiteten Transaktionen ging 2020 um rund 60 Prozent zurück. Wir hoffen und wünschen allen, dass sich die Situation bald normalisiert, die Massnahmen gelockert werden und die Branche in den kommenden Geschäftsjahren wieder von einem Aufschwung profitiert.

# Medien und ICT

Datatrans Kunden aus der Medien- und ICT-Branche haben im Jahr 2020 ein Wachstum von 40 Prozent erzielt. Damit geht dieses Segment klar als einer der Gewinner der Krise hervor.

Swisscom, Sunrise und Salt: Die drei grössten Telekommunikationsanbieter der Schweiz setzen seit Jahren auf die zuverlässigen und innovativen Lösungen von Datatrans. Im Geschäftsjahr konnte die gute Zusammenarbeit weiter vertieft und ausgebaut werden, was sich auch in einem Anstieg der verarbeiteten Transaktionen widerspiegelte.

Ebenfalls gewann Datatrans in den vergangenen Jahren die drei grossen Schweizer Medienhäuser Tamedia, Ringier und NZZ als Kunden und begleitete sie bei ihren Entwicklungen mit langjähriger Expertise und Lösungen wie Recurring Payments im Bereich E-Payment.

# Mobility

Während Kunden rund um ÖV, Parking, Elektromobilität und Carsharing im Vorjahr ein Transaktionswachstum von über 50 Prozent erzielten, musste die Mobility-Branche im Jahr 2020 Einbussen von rund 12 Prozent hinnehmen.

Berücksichtigt man die massiven Corona-Massnahmen, die die Mobilität der Bevölkerung monatelang stark einschränkten, ist der Rückgang von 12 Prozent erstaunlich gering. Das hat verschiedene Gründe: Zum einen blieb den Konsumenten oft gar keine andere Möglichkeit, als digital über ihr Smartphone oder per Webseite zu bezahlen. Zum anderen wurden Einkäufe an Schaltern, Kassen, Automaten oder Terminals nachhaltig durch einfach integrierbare digitale Lösungen mit nahtlosem Bezahlprozess ersetzt.

Zudem konnte Datatrans die Zusammenarbeit mit einigen Bestandskunden ausbauen: Zum Beispiel bei ihrer Expansion ins Ausland oder mit «Pay-per-use»-Lösungen im Parking-Bereich. Zusätzlich haben sich im Jahr 2020 neue Kunden aus der Mobility-Branche dem Schweizer Payment Provider angeschlossen.

## Österreichische Lotterien GmbH

Durch die voranschreitende Digitalisierung und technologische Entwicklung wird die Verfügbarkeit des Lotteriespiels stark erhöht und in vernetzter Form angeboten. Datatrans unterstützt die Österreichische Lotterien GmbH mit reibungslosen Abläufen im E-Payment.

**«Von heute auf morgen ist uns Datatrans auf Augenhöhe begegnet. Wir können nur Danke sagen für das Vertrauen und den Einsatz!»**

Robert Koós-Wagner  
Head of Operations win2day  
Österreichische Lotterien GmbH



Die Lotterien-Branche erlebte in Zeiten des Lockdowns einen Aufschwung: Ging der passionierte Spieler mit seinem Lottoschein früher noch persönlich zur Annahmestelle einer staatlichen Lotteriegesellschaft, nutzt er heute die Chance, über Online-Plattformen im Internet zu spielen. Eine Entwicklung, von der auch Datatrans profitierte.

Eines der Highlights im Geschäftsjahr war der Gewinn der Österreichischen Lotterien GmbH, die als bisher grösster Neukunde in die Datatrans Firmengeschichte eingeht. Vom ersten Kontakt an verband Datatrans mit dem Lotterieanbieter ein grosses gemeinsames Verständnis, das sich in einer effizienten und unkomplizierten Zusammenarbeit widerspiegelte.

«Wir sind immer noch beeindruckt, wie schnell und mit welcher Perfektion die Österreichischen Lotterien unseren Payment-Service integriert haben», freut sich Datatrans Senior Consultant Christoph Ryser. «Kunden mit höchsten Ansprüchen an Qualität, Performance und Verfügbarkeit motivieren uns sehr in unserer täglichen Arbeit». Datatrans setzt alles daran, dem Vertrauen des neuen Grosskunden gerecht zu werden und ihn als kompetenten Partner im Bereich E-Payment zu begleiten.

# Retail

Die Zukunft ist Gegenwart: Im Retail gehen agile und hybride Geschäftsmodelle sowie Konsum und Solidarität Hand in Hand. Damit war die Branche auch in Pandemie-Zeiten gut gewappnet. Jedoch hat das Ausmass und die Dauer der Coronakrise den gesamten Retail-Bereich vor zusätzliche Herausforderungen gestellt.



**Béatrice Gloor**  
Head of Relationship  
Management & Senior  
Consultant E-Payments

**«Erreichbarkeit, Sicherheit und Flexibilität: Das ist nicht nur unser Anspruch an neue Geschäftsmodelle, sondern auch an die Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern. Fakt ist: Die Herausforderungen der Zukunft können nur partnerschaftlich gelöst werden. Für diese Werte steht Datatrans seit jeher.»**

Erfolgreiche Retail-Händler haben in den letzten Jahren ihre Hausaufgaben gemacht: Neue Technologien wie Seamless-Payment wurden mit sozialen Trends wie Individualisierung in Kontext gesetzt, natürlich immer unter Berücksichtigung der Kundenbedürfnisse. Das Ergebnis: Innovative Future Store-Konzepte, wie 24/7 oder fast-delivery, die Kunden das Bezahlen zur Nebensache machen.

## **Coronakrise als Booster für neue Geschäftsmodelle**

Im Geschäftsjahr 2020 hat sich der Zyklus von der Konzeptionierung und Planung bis zur Entwicklung und Einführung massiv verkürzt. Wer seine Kunden auch in Krisenzeiten weiterhin bedienen wollte, musste sich praktisch über Nacht neue Geschäftsfelder erschliessen. Der Anspruch an Skalierbarkeit und Geschwindigkeit, der sich z. B. aus verschiedenen Lockdown-Szenarien ergab, wirkte als zusätzlicher Booster für hybride Geschäftsmodelle.

## **Erhöhter E-Commerce Konsum lässt Branche kreativ werden**

Im Geschäftsjahr galt es für Retail-Händler bisherige Grenzen zu überwinden. Engpässe von Personal, Lagerbeständen und Liefermöglichkeiten wurden als Herausforderung für neue kreative Lösungsansätze genommen, die die Kooperation zwischen Mitbewerbern stärkte und dem steigenden Nachhaltigkeitsbedürfnis von Konsumenten entgegenkamen. Damit nicht genug: Neben dem erhöhten E-Commerce-Konsum hat sich der Bedarf nach lokalen, frischen Angeboten erhöht.

**Was 2019 als «Future Store» gehandelt wurde, ist 2020 an der Tagesordnung:**

### **Scan & Go, Autonomous Stores, gesundes Essen im Büro und zuhause:**

- [emil-froehlich.ch](http://emil-froehlich.ch)
- [farmy.ch](http://farmy.ch)
- [felfel.ch](http://felfel.ch)
- [snaex.ch](http://snaex.ch)

### **Lieferdienste mit Blitz-Auslieferversprechen:**

- [avecnow.ch](http://avecnow.ch)
- [heymigrolino.ch](http://heymigrolino.ch)
- [voicube.ch](http://voicube.ch)



### **Solidarität steigt – NGOs nutzen Trend für sich**

Auch die Solidarität und Bereitschaft, Menschen in der Krise zu unterstützen, bekam durch die Coronakrise Aufwind. Viele neue Web- und Mobile-Formate bahnten sich im E-Commerce ihren Weg. Sowohl kleine, lokale Händler (*welqome.qoqa.ch*) als auch gestandene NGOs (*sos-kinderdorf.ch*) setzten auf innovative Spendenaktionen, indem sie z.B. Kryptowährungen akzeptierten.

### **Hybride Geschäftsmodelle: Kurzfristiger Trend oder neue Normalität?**

Zusammenfassend war das Geschäftsjahr für die Retail-Branche ein intensives und spannendes Jahr. Puncto Trends und Innovationen wird 2021 nahtlos daran anknüpfen. Ob es eine Phase bleibt oder sich zur neuen Normalität wandelt, bleibt abzuwarten. Fest steht: Das Zahlungs- und Konsumverhalten der Verbraucher hat sich durch die Pandemie nachhaltig verändert. Das Bedürfnis nach hybriden, flexiblen Geschäftsmodellen bleibt weiter bestehen und wir freuen uns darauf, deren Weiterentwicklung mit unseren starken Retail-Partnern zu fördern.

«Die Herausforderungen der Zukunft können nur partnerschaftlich gelöst werden.»

Mit Empathie, Leidenschaft und hoher Kundenorientierung überzeugt Datatrans erfolgreiche Retail-Kunden von sich.

**MIGROS**

«In der Zusammenarbeit mit Datatrans nehme ich wahr, dass Kundenfokus bei ihnen nicht nur ein internes Modewort ist, sondern als Kultur gelebt wird. Dies – zusammen mit der hohen Bereitschaft, unsere Anforderungen aufzunehmen und umzusetzen – schätze ich sehr.»

Dario Polla, Leiter EFT/POS-Zahlungsverkehr, Migros Genossenschaftsbund

**coop**

«Die Zusammenarbeit mit Datatrans macht Spass! Datatrans arbeitet nicht nur sehr professionell und kompetent, sondern auch proaktiv, (re-)agiert schnell und geht flexibel auf unsere Anliegen ein.»

Christoph Baumgartner, Leiter EFT, Coop

**QoQa**<sup>ch</sup>

«Als langjähriger Partner basiert unsere Beziehung zu Datatrans auf einer starken zwischenmenschlichen Beziehung, Vertrauen und kontinuierlicher Verbesserung. Wir schätzen besonders den offenen Dialog, die technische Reaktionsfähigkeit und den Innovationsfokus.»

Damien Claude, Finance & Accounting, QoQa

# PCI Proxy



Das Jahr 2020 hat das Konsum- und Shopping-Verhalten von Verbrauchern praktisch über Nacht auf den Kopf gestellt. Das Datatrans PCI Proxy Team profitierte: Mit über 225 Millionen tokenisierten Datensätzen erhöhte sich das Volumen im Vergleich zum Vorjahr um 121 Prozent. Parallel dazu wurde der Umsatz um rund 35 Prozent gesteigert.



Sascha Huwyler  
Head of PCI Proxy

«Das PCI Proxy Team blickt auf ein wachstumsstarkes Jahr 2020 zurück, das trotz positivem Ergebnis auch einige Herausforderungen mit sich brachte. Diesen möchten wir uns auch im Jahr 2021 stellen. Mit der Erschliessung weiterer Kundensegmente werden wir uns stärker diversifizieren und Abhängigkeiten einzelner Branchen verhindern.»

Die positive Entwicklung auch in Krisenzeiten wurde durch das Onboarding von Neukunden sowie durch ein überdurchschnittliches Wachstum von Bestandskunden in den Bereichen Food-Delivery und Retail beeinflusst. Einen Umsatzrückgang von rund 60 Prozent hingegen verzeichnete der PCI Proxy mit Kunden aus dem Airline- und Travel-Bereich.

## Mit eigener 3-D Secure-Lösung auch beim neuen europäischen Sicherheitsstandard vorn mit dabei

Der neue Authentifizierungsstandard 3-D Secure 2 macht sich seit Mitte 2020 deutlich spürbar. Ab Januar 2021 gelten für Zahlungen im Internet strengere Sicherheitsregeln. Demnach stellten viele Unternehmen ihre Payment-Prozesse im Geschäftsjahr PSD2-konform um. Mit einer eigenen dafür lancierten «3-D Secure Authentication Only»-Lösung konnte Datatrans von dieser Entwicklung profitieren. Die grösste Nachfrage nach starker Sicherheit kam von Reiseanbietern und international agierenden Händlern.

## Neues Token-Format bietet mehr Übersicht und Kontrolle

Ein weiteres Produkt-Highlight im Bereich PCI Proxy war die Einführung eines neuen Token-Formats, das neben zusätzlicher Sicherheit auch Zugang zu unterschiedlichen «Token Management»-Funktionen gewährt. Damit behalten Händler die volle Kontrolle über die Zahlungsinformationen ihrer Kunden sowie über den gesamten Token-Lifecycle. Darüber hinaus wurde die Visualisierung der Transaktionsabrechnungen sowie die Funktion «Traffic Inspector» erweitert.

Mehr auf

[www.pci-proxy.com](http://www.pci-proxy.com)



# New Ventures

Im Oktober 2020 wurde der Datatrans Bereich «New Ventures» ins Leben gerufen. Das Team fokussiert sich auf die Weiterentwicklung der Datatrans Produktpalette sowie auf vielversprechende neue Technologien und Partnerschaften.



Suhas Ratanje  
Head of New Ventures

**«Mit unserem kundenorientierten Denken, in Kombination mit neuen Technologien und Konzepten, finden wir selbst für komplexe Herausforderungen die passende Lösung im Online-Zahlungsverkehr.»**

Im Laufe des Jahres haben sich viele Trends in der Payment-Welt beschleunigt: Die Konsolidierung der Acquirer, Open Banking und Zahlungen mit digitalen Währungen. Das «New Ventures»-Team identifiziert die vielseitigen Bedürfnisse ihrer Kunden und hilft ihnen dabei, ihren Payment Stack zu optimieren und Risiken zu reduzieren.

## **Neue Funktionen, neue Partnerschaften**

Bereits innerhalb der ersten drei Monate wurde das Produkt PCI Proxy um die Lösung «Authentication Only» sowie die Funktion «Traffic Inspector» erweitert und die technische Dokumentation für Merchants neugestaltet. Ausserdem gewann das Team eine neue Partnerschaft für die Datatrans Marktplatzlösung.

## **Produktoptimierung und Teamausbau**

Im Jahr 2021 wird das Team die Datatrans Produktpalette weiter optimieren. Geplant sind ein neues Tool für die Transaktionsverwaltung, eine Orchestration-Plattform sowie ein Update der bisherigen Marktplatzlösung. Um sich fachlich noch breiter aufzustellen, wird das Team im März 2021 um eine Data-Analystin ergänzt.

# Kryptowährungen: Zahlungstrend oder neuer Standard im E-Commerce?

Kryptowährungen sind seit 2019 eine feste Grösse im Datatrans Zahlungsmittelangebot. Im Jahr der Pandemie und sich verändernder Konsumgewohnheiten haben nicht nur Retail-Händler und Food-Delivery-Ketten den Trend für sich entdeckt. Auch gemeinnützige Organisationen, wie das SOS-Kinderdorf, zeigten mit Kryptospenden Innovationsgeist und konnten neue jüngere Zielgruppen für den guten Zweck begeistern.



Datatrans und der dänische Finanzdienstleister Coinify bieten Händlern virtuelle Währungen als sichere, gesetzeskonforme und regulierte Zahlungsmittellösung an. Im Rahmen einer «Virtual Currency Evolution» wurde im August als Pilot die erste E-Commerce-Transaktion mit einem bankeneigenen Stablecoin von Sygnum lanciert.

Die Datatrans Zahlungsspezialistin Béatrice Gloor und Coinifys Head of Payment, Morten Bebe, über Kryptowährungen und warum es für Händler bei der Nutzung so gut wie keine Hürden gibt.

## **Welche Vorteile dürfen sich Händler erhoffen, wenn sie Kryptowährungen als Zahlungsmittel in ihrem Online-Shop integrieren?**

*Béatrice Gloor:* Mit der Integration von Bitcoins & Co. gehen Händler keine Risiken ein. Coinify garantiert Auszahlungen im Nennwert des Zahlungsbetrags. Ausserdem sind keine Vorkenntnisse nötig: Alle Zahlungen werden in virtueller Währung initiiert und in der lokalen Währung des Händlers abgerechnet. Alles dazwischen erledigt Coinify.

*Morten Bebe:* Die grösste Chance, die wir bei Händlern zurzeit sehen, ist, dass sie sich mit den zusätzlichen Zahlungsmethoden einen neuen attraktiven Kundenstamm erschliessen. Global erreichbare Währungen, die einfach zu integrieren sind und den Geschäftsanforderungen bestens entsprechen, stehen für Einfachheit und Innovationsgeist. Das zieht viele User an.



**Morten Bebe**  
Head of Payment  
Coinify ApS

**«Wir sind sehr zufrieden mit der Partnerschaft mit Datatrans. Dank ihnen können wir unsere innovative Zahlungslösung noch mehr Händlern zur Verfügung stellen.»**

### **Klingt vielversprechend. Wie kann ich als Händler mit virtuellen Währungen loslegen?**

*Béatrice Gloor:* Wenn Sie bereits einen Payment-Processing-Vertrag mit Datatrans haben, müssen Sie sich nur noch als Händler bei Coinify anmelden. Das ist ein einfacher KYB-Registrierungsprozess, wie es auch bei anderen Acquirern üblich ist. Sobald dieser Prozess abgeschlossen und genehmigt ist, gibt es keine weiteren Hürden zu überwinden und Sie können ab sofort Kryptowährungen akzeptieren.

*Morten Bebe:* Ein Händler muss sich nicht mal um Wechselkursschwankungen kümmern. Der Warenkorb bleibt in seiner FIAT-Währung, genau wie seine Auszahlung von Coinify. Einfach gesagt: CHF rein – CHF raus.

### **Wie wird sich die Payment-Branche in diesem Bereich weiterentwickeln?**

*Béatrice Gloor:* Auch wenn 2020 nicht für alle das Lieblingsjahr gewesen ist – für Kryptowährungen war es sicherlich ein gutes. Kryptowährungen haben einen enormen Zustrom von vielen institutionellen Investoren sowie von grossen Akteuren, wie dem Zahlungsgiganten PayPal oder Visa, erlebt. Deren gesteigertes Engagement gab Kryptowährungen weiter Aufwind. Heute sind etliche Menschen stolze Besitzer von Bitcoins & Co. Wir gehen davon aus, dass damit auch die Nachfrage weiter steigt.

*Morten Bebe:* Für Verbraucher wird es immer einfacher, ihre FIAT-Währung in Kryptowährungen zu konvertieren, da Dienste wie Coinify diesen Service zusätzlich zu ihrer Zahlungsplattform anbieten. Wir sind sehr zufrieden mit der Partnerschaft mit Datatrans. Dank ihnen können wir unsere innovative Zahlungslösung noch mehr Händlern zur Verfügung stellen.

*Béatrice Gloor:* Welchen Einfluss die wirtschaftliche Entwicklung auf virtuelle Währungen haben wird, bleibt abzuwarten. Fest steht: Datatrans ist und bleibt an vorderster Front dabei.

# Datatrans Payment Link: Einfach abrechnen ohne Webshop

Kunden, die aufgrund von Corona-Massnahmen ihre Ladenlokale schliessen mussten oder bisher keinen Online-Vertrieb aufgebaut hatten, konnten trotz Krise ihr Geschäft weiterführen: Mit Datatrans Payment Link nahmen sie Bestellungen per E-Mail, Telefon oder über ihre Social-Media-Kanäle entgegen, sendeten ihren Käufern einen Bezahllink und rechneten schnell und sicher ab.

Mit Datatrans Payment Link wählen Käufer aus über 40 Zahlungsmitteln, inklusive Wallet-Lösungen, Kryptowährungen und Lastschriftverfahren, ihre bevorzugte Zahlungsmethode aus und begleichen Beträge mit wenigen Klicks. Der Bezahllink ist innerhalb kurzer Zeit generiert und kann per E-Mail, SMS, WhatsApp oder QR-Code verschickt werden.

Da der Händler dabei selbst nicht mit Kreditkartendaten in Berührung kommt, ist Datatrans Payment Link vollständig PCI DSS konform.

Weiterer Vorteil: Der Service ist für Datatrans Kunden inklusive.

Mehr auf

[www.datatrans.ch/de/features/checkout-loesungen/payment-link](http://www.datatrans.ch/de/features/checkout-loesungen/payment-link)













# Datrans Reconciliation Service: So einfach geht Buchhaltung

Je mehr Transaktionen, desto höher die Fehlerrate.  
Nicht mit Datrans: Der Reconciliation Service gleicht Online-Bestellungen mit den Vergütungsanzeigen der Acquirer ab und zeigt Unstimmigkeiten transparent auf.

Aufgrund der hohen Nachfrage baut Datrans seinen Service stetig mit neuen Funktionen aus. Ob Chargebacks, fehlende Vergütungen oder Unstimmigkeiten bei den Auszahlungen: Alles ist im Datrans Backoffice Tool intuitiv aufbereitet.

Mittlerweile unterstützt der Service über zwanzig Finanzpartner und Zahlungsmittel.

	Finanzpartner	Zahlungsmittel
	Airplus	UATP
	American Express International	American Express
	Concardis	Mastercard, Visa, China UnionPay, JCB, Diners Club, Discover, Apple Pay, Google Pay
	Payone	Mastercard, Visa, Apple Pay, Google Pay
	PayPal	PayPal
	paysafecard	paysafecard
	PostFinance	PostFinance Card, PostFinance E-Finance
	SIX Payment Services	Mastercard, Visa, Maestro, China UnionPay, Diners Club, Discover, Apple Pay, Google Pay, TWINT
	Swisscard AECS	American Express
	TWINT	TWINT

Mehr auf

[www.datatrans.ch/de/reconciliation](http://www.datatrans.ch/de/reconciliation)

# Netzwerk-Token: Weniger Risiken, mehr Möglichkeiten

Die Netzwerk-Tokenisierung der Karten-Schemes Mastercard und VISA ist mittlerweile die technische Grundlage vieler Wallet-Lösungen, wie Apple- und Google-Pay. Der Vorteil: Kartenzahlungen lassen sich bequem per Handy ausführen – ohne lästiges Eingeben von Kartendetails.



Simon Scheri  
Senior Product Manager

«In 2021 möchten wir mit ausgewählten Händlern weiter wertvolle Erfahrungen rund um die Netzwerk-Tokenisierung sammeln und die Lösung innerhalb der Datatrans Payment Engine vertieft ausbauen.»

Auch wenn eine Netzwerk-Tokenisierung im Hintergrund hoch komplex ist, ist der Vorgang an sich einfach: Die Nummer einer Kreditkarte wird durch einen anderen Wert, einen sogenannten Token, ersetzt. Dieser lässt sich mit verschiedenen Eigenschaften ausstatten, wie beispielsweise einer zeitlich beschränkten Gültigkeit oder der Nutzbarkeit nur für einen bestimmten Zweck.

## **Wechselnder Token für maximale Sicherheit**

Der Netzwerk-Token ist für Karteninhaber ausgelöste Zahlungen an das jeweilige Mobile Device und Wallet gebunden. Beim erneuten Hinterlegen derselben Karte auf einem anderen Device oder in einem anderen Wallet wird ein neuer Netzwerk-Token generiert. Ausserdem: Von einem Token kann man keine Rückschlüsse auf die Original-Kartenummer ziehen und somit ist der Händler maximal gegen Cyber-Angriffe geschützt.

## **Verbesserte Approval-Rate im Vergleich zur PAN-basierten Transaktion**

Muss die physische Karte erneuert oder ersetzt werden, weil die Karte abgelaufen ist (expiry date) oder verloren/gestohlen wurde, aktualisiert sich der Token ganz automatisch. Bei einem Kartenverlust kann der Issuer zusammen mit dem Karteninhaber entscheiden, ob der hinterlegte Token weiterhin gültig sein soll oder nicht. Vorteil für Händler: Die erhöhte Sicherheit der Netzwerk-Token wird von Issuern mit höheren Approval-Raten im Vergleich zu einer PAN-basierten Transaktion honoriert.

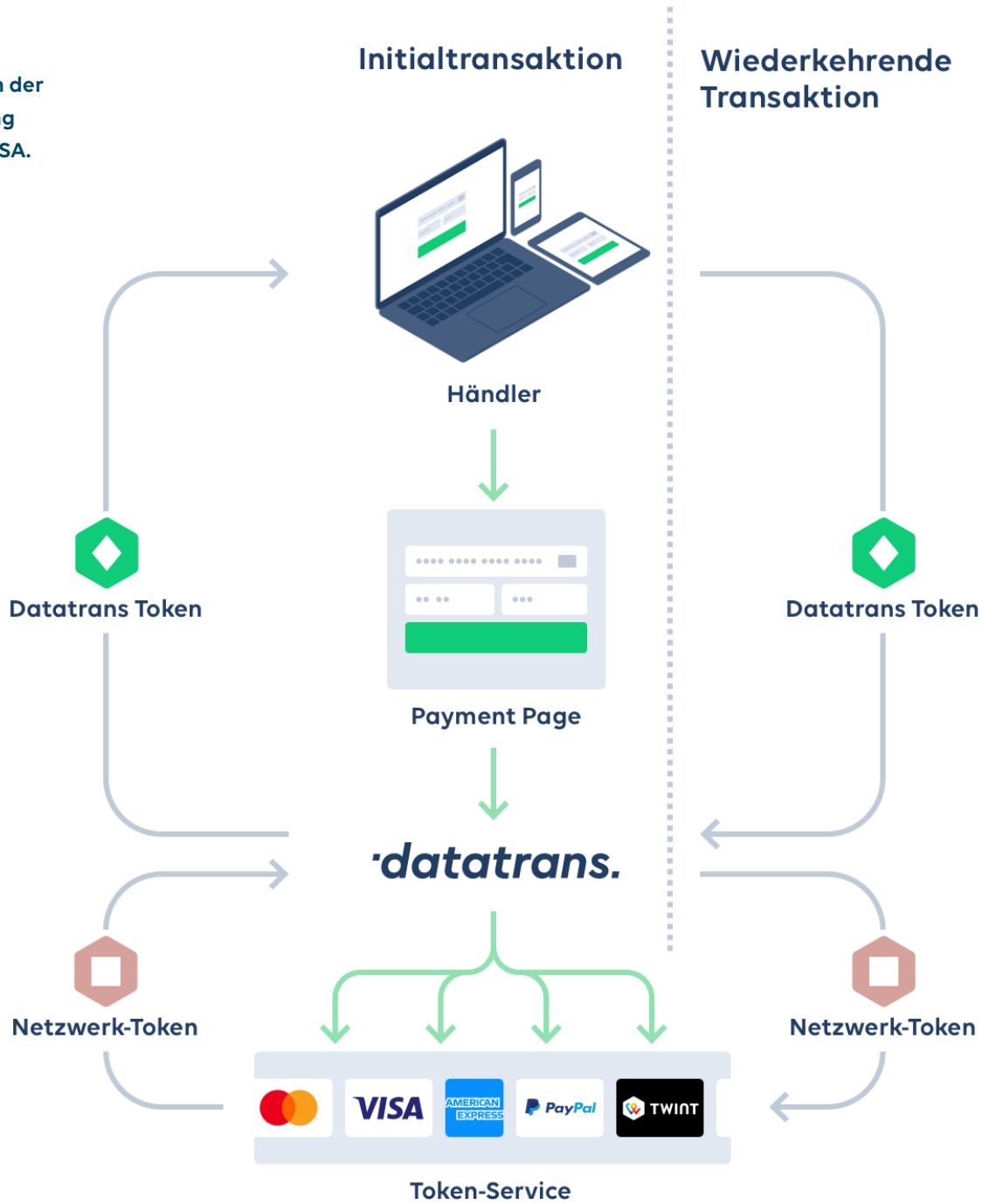
## **Händler profitieren zukünftig von allen Vorteilen – ganz automatisch**

Um E-Commerce-Händlern diese Vorteile weiterzugeben, hat Datatrans im Geschäftsjahr 2020 die Netzwerk-Tokenisierung von Mastercard und VISA eingebunden. Für Händler ändert sich nichts. Sie setzen weiterhin den Datatrans Token ein. Der Payment Provider setzt darauf aufbauend, wenn immer möglich, den entsprechenden Netzwerk-Token ein, statt die Transaktion PAN-basiert abzuwickeln.

### **Mehr auf**

[www.datatrans.ch/de/features/tokenization/#Netzwerk-Tokenisierung](http://www.datatrans.ch/de/features/tokenization/#Netzwerk-Tokenisierung)

Ab 2021 profitieren  
Datatrans Händler von der  
Netzwerk-Tokenisierung  
von Mastercard und VISA.



# PSD2 und 3-D Secure 2

Am 31. Dezember 2020 endete die Übergangsfrist für die Durchsetzung der starken Kundenauthentifizierung (SKA) nach PSD2. Ab dem 1. Januar 2021 wird die Verordnung stufenweise im europäischen Wirtschaftsraum (EWR) umgesetzt und ist ab Juni 2021 für Online-Kartenzahlungen in allen Mitgliedsstaaten Pflicht.



Für Kunden erhöht die Authentifizierung mit zwei Faktoren die Sicherheit, doch das Bezahlen ist etwas umständlicher. Die gute Nachricht: Dank gesetzlich geregelter Ausnahmen können Online-Händler Zahlungen ohne SKA frictionless durchführen und damit das Risiko von Kaufabbrüchen verringern.

**Mit Datatrans können Händler einfach und PSD2-konform ihre Conversion verbessern.**

Dazu bietet Datatrans drei Lösungen, die den EMVCo Authentifizierungsstandard 3-D Secure 2 erfüllen:

1. Automatische Kennzeichnung von Händler-initiierten Transaktionen – z. B. für den Einzug von Abo-Gebühren oder variierenden Stromrechnungen.
2. Automatische Anfragen für Acquirer-Ausnahmen bei Issuern – für Transaktionen mit geringem Betrugsrisiko oder mit geringem Wert.
3. Dynamische Anwendung von 3-D Secure 2 – für reibungslose Bezahlprozesse mit Karten von Issuern ausserhalb des europäischen Wirtschaftsraums sowie für automatische Antworten auf «Soft Declines» (Autorisierungsablehnung, die durch nochmalige Ausführung der Zahlung mit 3-D Secure 2 erfolgreich sein kann).

## **Gelungener Start der PSD2 SKA für Datatrans Kunden**

Für bestehende Händler hat Datatrans die aktuellste Version des neuen Authentifizierungsstandards bereits aktiviert. Damit nutzen Kunden zum Beispiel für Mastercard- und Visa-Transaktionen bereits die Protokollversion 2.2 und profitieren von reibungslosem Bezahlprozess und besserer Betrugsabwehr.

«Das Inkrafttreten von PSD2 verlief in den ersten Wochen weitgehend störungsfrei. Wir verfolgen die Entwicklungen sehr genau und federn allfällige Systemprobleme für unsere Händler ab», erklärt Senior Product Manager Simon Schweri.





### **Transaktionen steigen an, Issuer noch verhalten**

Die Transaktionen, die dank Issuer-Ausnahmen ohne SKA abgeschlossen werden konnten, stiegen im Geschäftsjahr kontinuierlich an – auch wenn einige Issuer noch verhalten sind. Datatrans geht davon aus, dass die Anzahl reibungsloser Transaktionsverarbeitungen künftig stark zunehmen wird. Spätestens wenn die Kartenherausgeber aufgrund der verbesserten Datenlage durch 3-D Secure 2 ihre Risikoanalyse-Prozesse verbessern.

### **Trotz bestehender Herausforderungen erfolgte die Umstellung auf PSD2 reibungslos**

Weitere Herausforderungen sind Soft Declines von Issuern innerhalb wie ausserhalb des europäischen Wirtschaftsraumes, die nicht den PSD2-Vorgaben entsprechen. Datatrans Experten arbeiten stetig an der Optimierung der Payment-Prozesse, um auch diese Transaktionen zu einem erfolgreichen Abschluss zu bringen. «Insgesamt sind wir sehr zufrieden. Wir konnten sicherstellen, dass für unsere Kunden die Umstellung auf PSD2 so reibungslos wie möglich ablief und ihre Bezahlprozesse nicht negativ beeinflusst wurden», fasst Simon Schweri zusammen.

#### **Mehr auf**

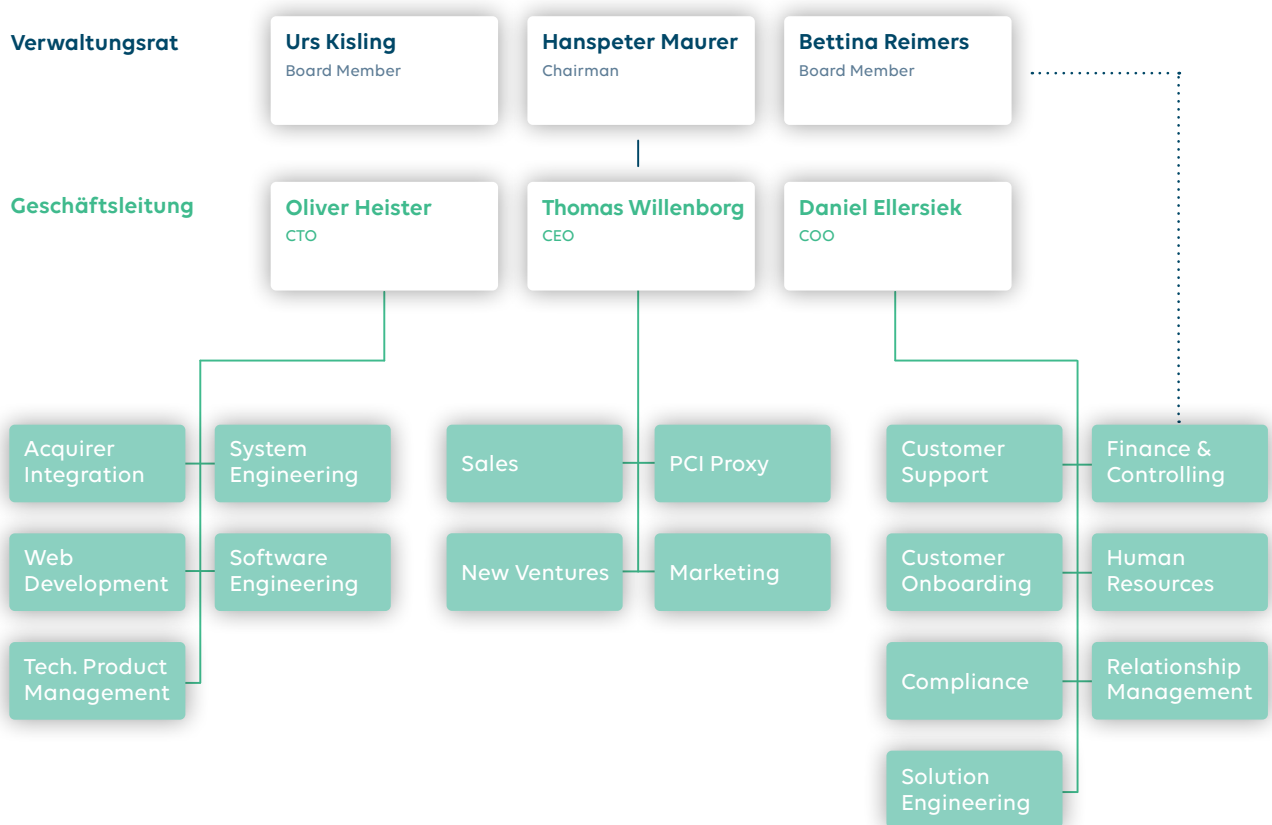
[www.datatrans.ch/de/features/3-d-secure-und-psd2](http://www.datatrans.ch/de/features/3-d-secure-und-psd2)

# Organisationsentwicklung: Geschäftsübergabe nach 20 erfolgreichen Jahren

Die Datatrans Geschäftsleitung zog sich nach fast 20 Jahren aus dem operativen Geschäft zurück und machte Platz für eine neue Generation.

Per 1. Oktober 2020 wurde der 36-jährige Thomas Willenborg neuer CEO und übernahm zusammen mit Daniel Ellersiek (COO) und Oliver Heister (CTO) die Datatrans Geschäftsleitung. Alle drei sind langjährige Mitarbeiter des Unternehmens und haben den Erfolg der letzten Jahre mitgeprägt.

## Organisationsentwicklung



## Die wichtigsten Änderungen im Überblick

- Professioneller Aufbau des Bereichs New Ventures.
- Personelle Verstärkung im Geschäftsbereich PCI Proxy.
- Shift des Relationship Management in den Operations Bereich, um Key Account Management und Customer Support unter einem Dach zu vereinen.
- Ausbau der Organisation durch ein neues, dediziertes HR Management.
- Ausbau der Kommunikation durch neues Content-Management.
- Einführung des «Anywhere-Office»-Modells.

# «Anywhere – Any Day»

Während sich viele Unternehmen mit dem Einrichten von Home-Office-Arbeitsplätzen schwer taten, hat Datatrans die Krise genutzt. Statt auf bessere Zeiten zu warten, hat das Unternehmen schnell gehandelt, überholte Strukturen über Board geworfen und mit ihrem «Anywhere-Office» den Mitarbeitern das Vertrauen geschenkt. Mit Erfolg!



Cornelia Koeninger  
HR-Managerin

**«Datatrans nutzte die Krise und führte innerhalb weniger Wochen ein neues Arbeitsmodell ein.»**

Der Lockdown Anfang März 2020 kam auch für Datatrans unerwartet. Trotzdem zögerten die Payment-Experten nicht lange und zogen sich gut ausgerüstet an ihre Remote-Arbeitsplätze zurück. Unbekannt war die Situation für die Digital-Experten nicht. Einige Mitarbeitende arbeiteten schon länger regelmässig von zuhause aus. So meisterte Datatrans die Umstellung auch dank des grossartigen Einsatzes ihres System Engineering Teams erfolgreich.

## **«Anywhere-Office»-Policy hat auch nach Corona Bestand**

Sämtliche Prozesse wurden in kürzester Zeit auf «digital» getrimmt, sodass die täglichen Abläufe des Unternehmens sehr schnell nicht mehr von einem statischen Büro abhängig waren. «Wir haben uns schon früh dazu entschieden, die «Anywhere-Office»-Policy ins Leben zu rufen», erklärt HR-Managerin Cornelia Koeninger. «Mit dem neuen Arbeitsmodell, das auch nach Corona im Einsatz bleibt, haben alle Mitarbeitende die Möglichkeit, situativ zu wählen, von wo aus die anstehenden Aufgaben am effizientesten erledigt werden können – ob im Büro, zu Hause oder an einem ganz anderen Ort».

## **Neugewonnene Flexibilität schafft Raum für den fachlichen Austausch**

Da Datatrans schon immer in Teamgeist und Zusammenhalt der Belegschaft investiert hat, lief der Übergang reibungslos. Nicht nur die Teams, sondern auch das Unternehmen als Ganzes profitierten schnell von der neu gewonnenen Flexibilität. Gleichzeitig wird Datatrans dem Wunsch aller Mitarbeitenden gerecht, sich auf digitalen wie analogen Plattformen fachlich und informell auszutauschen und so als Unternehmen mit starken gemeinsamen Werten mehr denn je verbunden zu sein.

# Marketing

Zur Stärkung des Markenauftritts und Optimierung der Kundenansprache entwickelte Datatrans im Geschäftsjahr ein neues Kommunikationskonzept. Ziel: Die Unternehmensstrategie der nächsten Jahre bestmöglich auf verschiedenen Kanälen zu begleiten.



Mit Ihrem Smartphone scannen und sich so für die digital NEWS anmelden.

Zur kommunikativen Ausrichtung gehörten u. a. die Entwicklung neuer Prozesse, ein einheitliches Corporate Wording sowie eine Überarbeitung der Zielgruppenansprache für Developer und Businessentscheider. Zusätzlich wurde die Datatrans Website um neue Themen und Funktionen ergänzt. Im Sommer 2020 launchte das Unternehmen ein digitales Onboarding für Neukunden, um ihnen den Einstieg ins Payment noch mehr zu erleichtern.

## **Neustes Payment Know-how, klar auf den Punkt gebracht**

Durch die erfolgreiche Umsetzung einer neuen Social-Media-Strategie und der gezielten Platzierung von kundenrelevanten Informationen, konnte Datatrans ihre LinkedIn-Community um rund 85 Prozent ausbauen und höhere Interaktionsraten erzielen. Ebenso positiv kam die konsequente Umsetzung einer neuen Content-Marketing-Strategie an: Das Motto «Neustes Payment-Know-how, klar auf den Punkt gebracht» überzeugte die Leserinnen und Leser und brachte dem Unternehmen rund 20 Prozent mehr Newsletter-Abonnenten ein.

## **Technische Dokumentation für Entwickler erleichtert den Einstieg ins Payment**

Um Kunden das Payment Gateway noch zugänglicher zu machen, überarbeitete Datatrans ihre technische Dokumentation für Entwickler. Seit Herbst 2020 präsentiert sich das Werk inhaltlich und strukturell optimiert im neuen Look. Nun können Händler und Entwickler noch besser nachvollziehen, wie einfach die Integration des Gateways und die Bezahlprozesse mit Datatrans sind.

# Über 5'000 Kunden

Dank der engen und vertrauensvollen Zusammenarbeit mit bestehenden Kunden und bedeutenden Händlern konnte Datatrans ihre Marktführerposition im Geschäftsjahr ausbauen. Darüber hinaus wurden namhafte Neukunden aus dem In- und Ausland gewonnen.

## Ausgewählte Neukunden



Im Geschäftsjahr 2020 wurden die Datatrans Services unter anderem durch folgende neuen Zahlungsmittel und Partner ergänzt:

## Neue Zahlungsmittel/Partner



Alle Zahlungsmittel und Finanzdienstleister unter:  
[www.datatrans.ch/de/features/zahlungsmittel](http://www.datatrans.ch/de/features/zahlungsmittel)

# Datatrans veröffentlicht

## 12. (E-)Commerce Report Schweiz



Prof. Ralf Wölfle  
Leiter Kompetenzzentrum  
E-Business an der FHNW

**«Im E-Commerce wird der Wettbewerb auf vielen Ebenen ausgetragen. Das Potenzial für Innovation ist weiterhin gross. Beispielhaft zeigen das Seamless Payment Lösungen, bei denen Schweizer Anbieter vorne mit dabei sind.»**

Der umfangreiche Report, inklusive Vertiefungsthema, steht zum kostenlosen Download bereit:  
[www.e-commerce-report.ch/bestellungen](http://www.e-commerce-report.ch/bestellungen)



Zum zwölften Mal gab Datatrans bei der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW den (E-)Commerce Report Schweiz in Auftrag. Der Report ist eine breit angelegte Studienreihe, die die jährliche Marktentwicklung aus Sicht der führenden Schweizer Online-Anbieter dokumentiert. Ziel ist es, neue Trends im E-Commerce aufzuzeigen sowie eine Informationsbasis für aktuelle Innovationen rund ums Payment zu schaffen.

Prof. Wölfle und Prof. Dr. Leimstoll von der FHNW haben auch 2020 eine umfassende und differenzierte Studie erstellt. Im Schwerpunktthema des aktuellen Reports ging es um die Frage, wie sich Schweizer Anbieter in der vernetzten Angebotswelt behaupten können.

Mehr auf: [www.e-commerce-report.ch](http://www.e-commerce-report.ch)

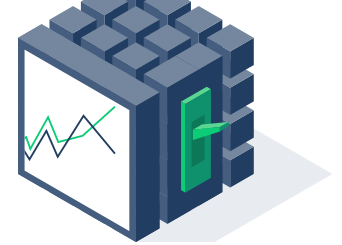
### Weitere Sponsoring-Engagements:



[digital-commerce-award.ch](http://digital-commerce-award.ch)

# Advanced Payment Solutions





# Finanzen

## 8 Mrd. Handelsvolumen

- 125 Millionen Transaktionen mit über 8 Milliarden Franken Handelsvolumen 39
  - Datatrans PCI Proxy erzielte ein Konvertierungswachstum von 121 Prozent 40
  - Zahlungsmittel und Währungen 41

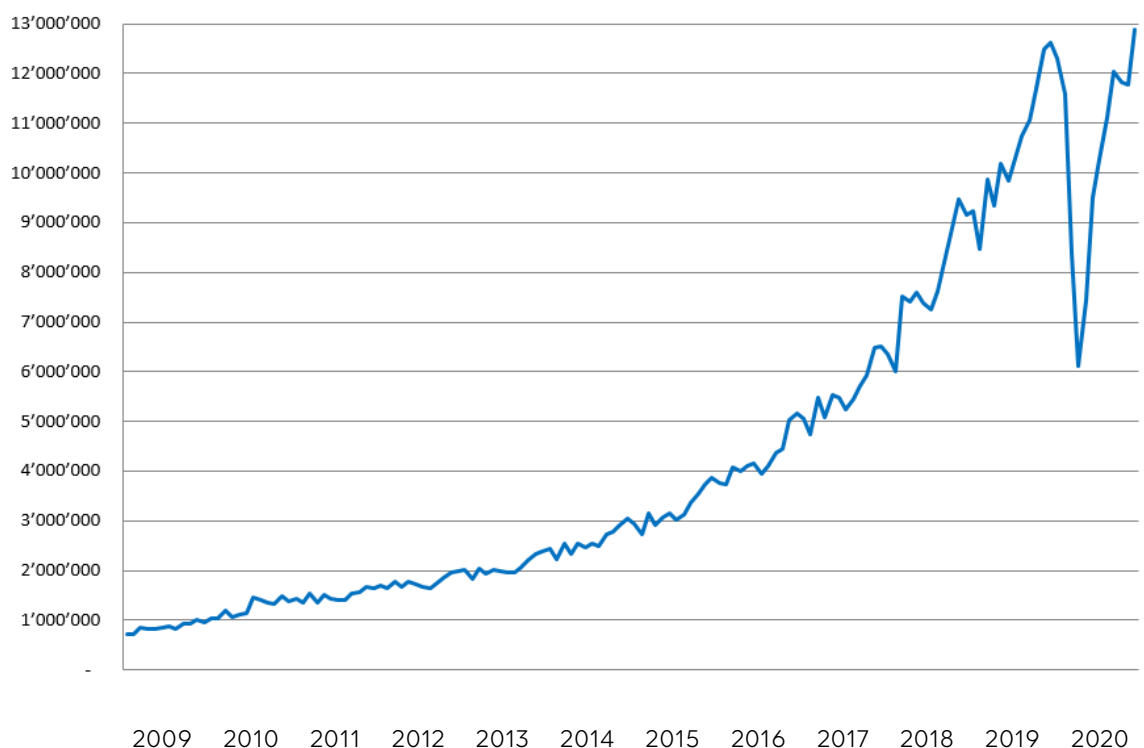


# 125 Millionen Transaktionen mit über 8 Milliarden Franken Handelsvolumen

Trotz Pandemie konnte das Volumen der gesamthaft verarbeiteten E-Commerce-Transaktionen gehalten werden.

Im Geschäftsjahr 2020 wickelte Datatrans weltweit über 125 Millionen E-Commerce-Transaktionen über virtuelle Terminals ab. Damit erzielte der Schweizer Marktführer trotz Pandemie ungefähr das gleiche Volumen wie im Vorjahr 2019.

## Monatliche Transaktionsentwicklung 2009 – 2020



Die Datatrans Zahlungsplattform verarbeitete 2020 ein E-Commerce-Handelsvolumen von über 8 Milliarden Franken. Davon wurden rund 6,3 Milliarden in Schweizer Franken, 1,4 Milliarden in Euro und 0,5 Milliarden in anderen Währungen (vor allem US-Dollar und Britische Pfund) abgewickelt.

Aufgrund des um 29 Prozent gesunkenen Umsatzes pro Transaktion (insbesondere im Ausland), sank das Handelsvolumen trotz gleichbleibender Transaktionen um fast ein Drittel.

Die Verfügbarkeit der Datatrans-Systeme lag 2020 erneut bei 99,99 Prozent.

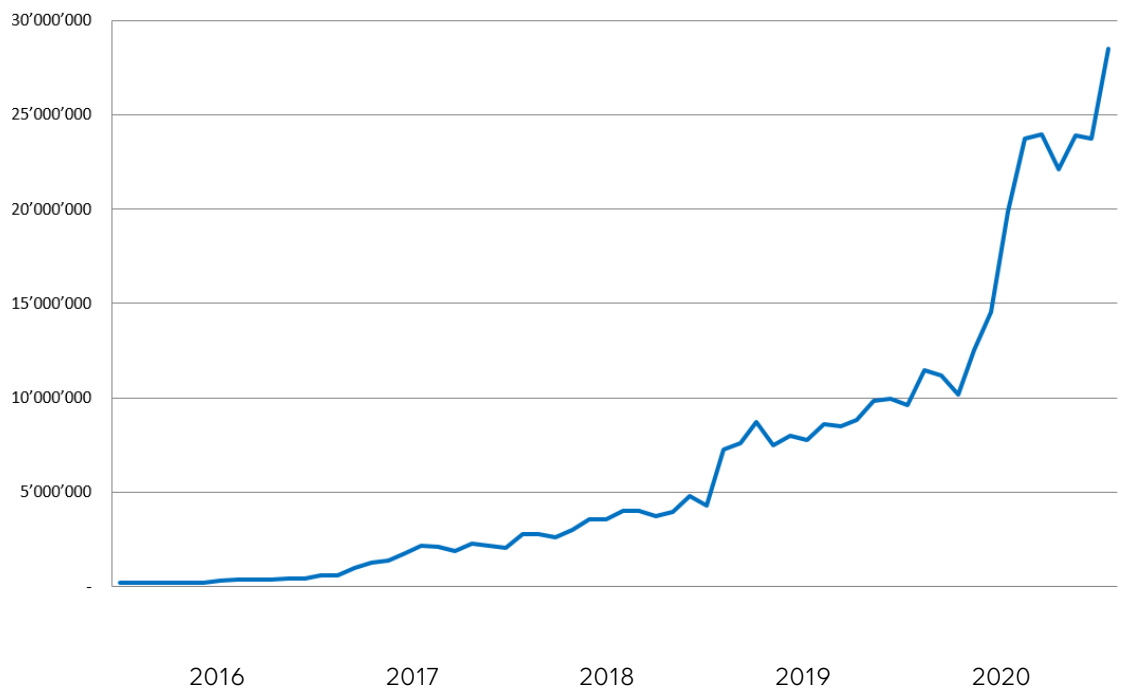
# Datatrans PCI Proxy erzielte ein Konvertierungswachstum von 121 Prozent

Mit 226 Millionen Konvertierungen hat sich der Geschäftsbereich PCI Proxy 2020 stark weiterentwickelt.



Das Wachstum gegenüber dem Vorjahr lag bei 121 Prozent. Das positive Ergebnis wurde dank bedeutender Neukunden sowie erfreulichen Geschäftsentwicklungen bestehender Kunden erzielt. Im Zuge der positiven Entwicklung wird das Leistungsangebot im PCI Proxy Team 2021 ausgebaut und an neue Branchen und Business-Modelle angepasst.

## Monatliche Konvertierungsentwicklung im Bereich PCI Proxy 2016 – 2020

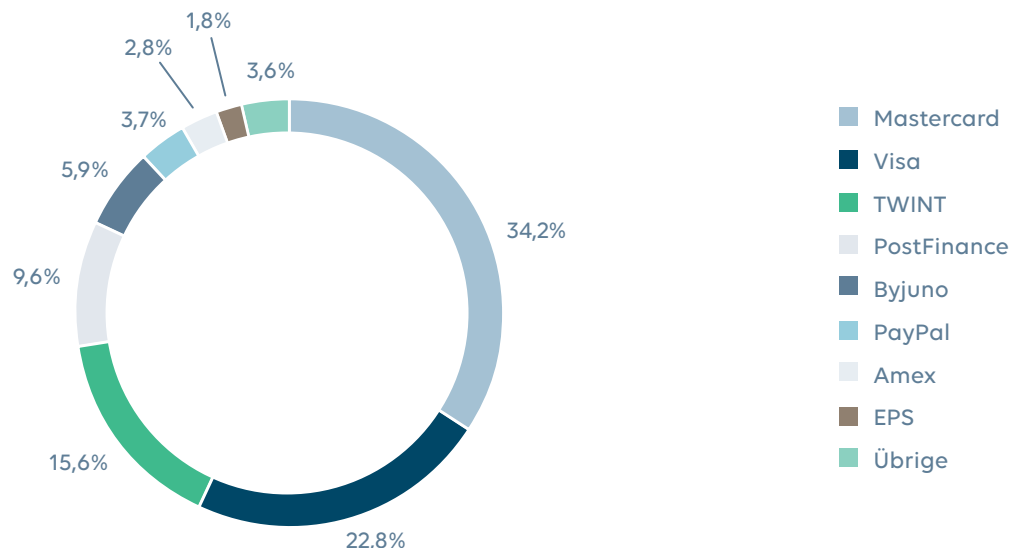


# Zahlungsmittel und Währungen

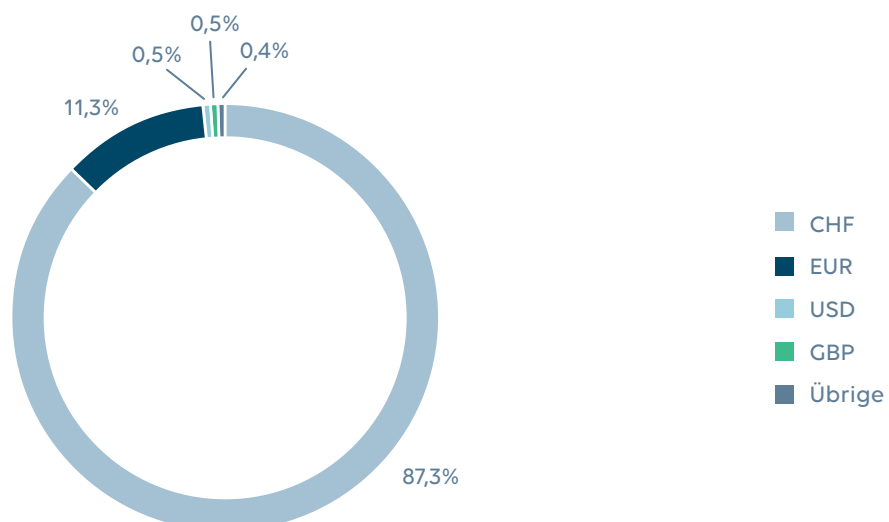
Mit einem Transaktionsanteil von insgesamt 57 Prozent sind Mastercard mit 34,2 Prozent und Visa mit 22,8 Prozent weiterhin die beliebtesten Zahlungsmittel in der Schweiz.

In der Schweiz ebenfalls von Bedeutung sind TWINT mit 15,6 Prozent (Wachstum von 144,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr), PostFinance mit 9,6 Prozent, Byjuno mit 5,9 Prozent, PayPal mit 3,7 Prozent, American Express mit 2,8 Prozent und EPS mit 1,8 Prozent Transaktionsanteil. Über diese acht Zahlungsmittel wurden 2020 96,4 Prozent aller Transaktionen verarbeitet.

**Zahlungsmittel** (Anteil Transaktionen 2020)



**Währungen** (Anteil Transaktionen 2020)



87,3 Prozent der Transaktionen werden in CHF abgewickelt, weitere 11,3 Prozent in EUR und rund 1,4 Prozent in anderen Währungen.



Ausblick

# Ausblick

«Datatrans hat für unsere Anliegen immer ein offenes Ohr und ist bereit, gemeinsam die bestmögliche Lösung zu finden. Wir schätzen vor allem die Effizienz und Geschwindigkeit ihres Services. In Datatrans haben wir einen Partner gefunden, der unsere Anforderungen rund um die Internationalität und Sicherheit der Zahlungsabwicklung bestens erfüllt.»

Stefano Celada  
Financial Manager  
MSC Cruises SA



Einen treffsicheren Ausblick für das Jahr 2021 zu geben, ist in dieser Zeit nicht leicht. Dennoch möchten wir anhand von Fakten und Erfahrungswerten einige Prognosen mit Ihnen teilen.

Auch wenn uns die Pandemie noch eine Zeitlang begleiten wird, kehrt mit Blick auf die gestarteten Impfungen Zuversicht zurück. Zusammen mit gut durchdachten Schutzkonzepten kann das den ausgebremsten Branchen wieder auf die Sprünge helfen. Die Nachfrage nach digitalen Gütern und Services bleibt weiterhin ungebrochen. Die Pandemie hat sich als starker Treiber für die Digitalisierung herausgestellt. Händler, die sich flexibel auf neue Umstände einstellen können, haben die Chance, 2021 ein gutes Wachstum zu erzielen.

## Mit Flexibilität der Krise trotzen

Mit einer hohen Flexibilität hat sich Datatrans schon immer von Wettbewerbern unterschieden. Ein Vorteil, der uns vor allem in Zukunft einen Vorsprung verschaffen wird. Das Jahr 2020 hat klar gezeigt: Die Möglichkeiten im Online Payment sind noch längst nicht erschöpft. Im Gegenteil. Es ist beeindruckend zu sehen, mit welcher Resilienz unser Geschäftsmodell dieser Krise trotzt.

## Personalisierte Services holen das Beste fürs Business heraus

Bereits vor der Pandemie konnten wir ein rasantes Wachstum vorweisen. Das Jahr 2020 haben wir genutzt, um unsere Teams und die internen Strukturen an die sich ständig wechselnden Gegebenheiten anzupassen. Mit unseren Investments und Initiativen im Bereich New Ventures und Business Intelligence möchten wir unsere Leistungen noch stärker ausbauen. Das Ziel: Unseren Händlern personalisierte Payment Services zu bieten, die sich automatisch auf ihre Bedürfnisse einstellen, um damit heute, morgen und in Zukunft das Beste für ihr Business herauszuholen.

## Freiheit als Wettbewerbsvorteil

Händler bekommen mit Datatrans einen starken Partner, aber behalten ihre volle Freiheit. Sie können jederzeit zu den für sie rentabelsten Zahlungsmitteln und Finanzpartnern wechseln und damit ihre Payment-Prozesse systematisch optimieren und ihr Umsatzpotenzial voll ausschöpfen. Freiheit ist gerade in Zeiten des Verzichts und der Einschränkung ein hohes Gut und erleichtert unseren Händlern, sich bestens auf Veränderungen einzustellen.

## PCI Proxy wächst weiter und erobert neue Wirtschaftszweige

Auch für unsere Data Security-as-a-Service-Lösung PCI Proxy erwarten wir für das kommende Jahr ein starkes Wachstum. Neben dem Ausbau unseres Produkts möchten wir uns neue Wirtschaftszweige erschliessen, die sich bereits in den letzten Monaten als äusserst attraktiv herausgestellt haben. Dazu haben wir die PCI Proxy Teams in den vergangenen Monaten ausgebaut und freuen uns auf weitere personelle Unterstützung im kommenden Jahr.

## Entwicklungen stimmen optimistisch

Mit eingespielten Teams und mittlerweile 54 Mitarbeitenden sind wir stabil aufgestellt und blicken mit Zuversicht auf das, was kommen mag. Fest steht: Wir werden uns wie in den vergangenen zwanzig Jahren flexibel an die Gegebenheiten um uns herum anpassen und unseren Händlern ein zuverlässiger Begleiter sein, der sie mit den richtigen Lösungen zur richtigen Zeit unterstützt. Darauf können sie auch in unsicheren Zeiten vertrauen.



**Textredaktion**  
Lena Nasdal  
[www.lena-nasdal.ch](http://www.lena-nasdal.ch)

**Bilder**  
Johannes Diboky  
[www.johannesdiboky.com](http://www.johannesdiboky.com)

**Gestaltung**  
Mathias Goetz  
[www.matgoetz.ch](http://www.matgoetz.ch)

**Druck**  
Künzle Druck AG  
[www.kuenzledruck.ch](http://www.kuenzledruck.ch)



