



2018

Advanced Payment Solutions.

·datatrans.

Facts 2018

- 17 Jahre Erfahrung im E-Commerce
- Ausrichtung auf grosse und anspruchsvolle Kunden
- Internationale Ausrichtung
- Unabhängig
- Selbstfinanziert
- 10 Mrd. CHF Handelsvolumen
- 94 Mio. (+ 39%) Transaktionen
- Schweizer Marktführer
- 43 Mio. (+ 123%) Konvertierungen
- < 1 Sec (Ø) Abwicklungszeit pro Transaktion
- Time To Market
- Schuldenfrei
- 4'400 aktive Kunden
- Mobile First
- Verfügbarkeit 99,99 %

Inhalt

■ Einführung – Vorwort der Geschäftsleitung

Jahresrückblick 2018

8

■ Datatrans AG – Unsere Rolle als PSP

Unsere Rolle als Payment Service Provider

11

Angebot, PCI DSS-Zertifizierung und Dun & Bradstreet Rating

12

■ Das Jahr 2018 – Die Highlights

Die Zukunft ist mobil

14

Entwicklungen im Airline-Bereich

15

PCI Proxy – Die Tokenisierungslösung

16

Neue Kunden, Zahlungsmittel und Acquirer

18

Zehnter E-Commerce Report Schweiz und weitere Engagements

19

Digital Wallets und Seamless Payment

20

Authentifizierung: PSD2 und 3-D Secure 2

21

■ Zahlen – 10 Mrd. Handelsvolumen

94 Mio. Transaktionen mit Handelsvolumen über 10 Mrd. CHF

23

43 Mio. Konvertierungen

24

Zahlungsmittel und Währungen

25

■ Ausblick 2019 – Ticketing, Mobile, PCI Proxy

Konjunkturelle und branchenspezifische Rahmenbedingungen

27

Die Aussichten für Datatrans

28



Auszug aus der Datatrans Kundenliste



Einführung Vorwort der Geschäftsleitung

Jahresrückblick 2018

8

Jahresrückblick 2018

Während der schweizerische Detailhandel erneut auf ein verhaltenes Jahr zurückblickt, ist die digitale Transformation weiter vorangeschritten und der Anteil des Online-Handels am gesamten Detailhandelsumsatz hat erneut zugenommen.

Das Online-Geschäft ist die «grösste disruptive Kraft im Detailhandel», wie die Ökonomen der Credit Suisse es nennen. Besonders ausgeprägt ist die Dynamik jedoch im Dienstleistungsbereich. Ein wesentlicher Treiber ist hier der Verkauf von ÖV-Tickets über Smartphones, der zurzeit einen wahren Boom erlebt.

Datatrans Geschäftsleitung
Urs Kisling
Bettina Reimers
Hanspeter Maurer
v.l.n.r.



Von dieser Entwicklung hat auch Datatrans profitiert. 2018 war operativ das erfolgreichste Jahr der Firmengeschichte. Die Anzahl der über unsere Plattform abgewickelten Transaktionen konnte im Vergleich zum Vorjahr um fast 40% gesteigert werden. Auch der Umsatz und das operative Ergebnis sind wiederum zweistellig gewachsen. Der Erfolg gründet vor allem auf dem Transaktionswachstum bei den grossen Bestandskunden, dem Vertriebs Erfolg mit Neukunden aus der DACH-Region und der erfreulichen Entwicklung des Bereichs PCI-Proxy (Tokenisierungslösung). Mit 43 Mio. Konvertierungen ist dieser Bereich gegenüber 2017 um 122% gewachsen.

Die gut 4'400 aktiven Datatrans Kunden generierten im Berichtsjahr rund 94 Mio. E-Commerce Transaktionen mit einem Handelsvolumen von über 10 Milliarden CHF. Damit ist Datatrans weiterhin der mit Abstand führende Payment Service Provider der Schweiz.

«Datatrans steht uns als starker Dienstleister und wertvoller Berater zur Seite, damit wir unseren Kunden die relevanten Payment-Lösungen anbieten und unsere Conversion deutlich steigern können.»

Jordan Bellazzini
Managing Director
Media Markt E-Commerce AG

Die 2001 gegründete Datatrans AG ist seit Beginn eigenfinanziert, schuldenfrei und konnte bisher jedes Betriebsjahr mit einem positiven Resultat abschliessen. Das Aktienkapital befindet sich vollumfänglich im Besitz der Geschäftsleitung und einzelner Mitarbeitenden. Wir setzen auf eine ausgewogene Balance zwischen verschiedenen Unternehmenszielen wie Rentabilität, Liquidität, Sicherheit, Unabhängigkeit und einem gesunden, organischen Wachstum.

Wir sind überzeugt, in den letzten Jahren die strategischen, finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen geschaffen zu haben, um im dynamischen Zukunftsmarkt «E-Payment» wettbewerbsfähig zu bleiben und unseren nationalen und internationalen Wachstumskurs fortsetzen zu können.

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

Frühjahr 2019

Geschäftsleitung Datatrans AG

Die Datatrans Büros an der
Kreuzbühlstrasse 26 in Zürich.





Datatrans AG

Unsere Rolle als PSP

Unsere Rolle als Payment Service Provider

11

Angebot, PCI DSS-Zertifizierung und
Dun & Bradstreet Rating

12

Unsere Rolle als Payment Service Provider

«Datatrans passt perfekt zur SWISS: Schweizer Wurzeln, kompetentes und unkompliziertes Vorgehen bei internationalen Abwicklungen. Wir schätzen die persönliche Unterstützung und die Flexibilität bei technischen Fragen.»

Kai Michael Schilb
Head of Payment
Lufthansa Group Hub Airlines
Austrian Airlines, Lufthansa,
SWISS

Die technische Anbindung eines Online-Shops an die diversen in- und ausländischen Zahlungsmittelanbieter sowie Kreditkarteninstitute (Acquirer) wird in der Regel an einen Payment Service Provider (PSP) übertragen. Dieser bietet auch weitere umfangreiche Dienstleistungen wie z.B. Risikomanagement und Reporting an und entlastet den Händler von den strengen Sicherheitsanforderungen der Kreditkartenunternehmen (PCI DSS – Payment Card Industry Data Security Standard).

Wer im Online-Handel erfolgreich sein will, muss seinen Kunden die im jeweiligen Land gängigen Zahlungsmittel anbieten und sicherstellen, dass die Zahlungsprozesse reibungslos verlaufen. Deshalb unterstützt Datatrans als international ausgerichteter PSP alle wichtigen in Europa verbreiteten elektronischen Zahlungsmittel und bietet verschiedene Lösungen für die Zahlungsabwicklung im E-Commerce, Mobile Point of Sale und für Call-Centers an. Als technischer Dienstleister ist Datatrans nicht in den Geldfluss involviert, sondern zuständig für die reibungslose Abwicklung der Zahlungstransaktionen und für die sichere Speicherung der vertraulichen Daten.

Unsere Positionierung

«Konzentration der Kräfte» – diesen Erfolgsgrundsatz versuchen wir konsequent zu befolgen. Seit bald 18 Jahren ist das «E-Payment Processing» unser Kerngeschäft. In dieser Zeit konnten unsere Mitarbeitenden dank zahlreichen Kundenprojekten wertvolle Erfahrungen sammeln, um grosse und anspruchsvolle Online-Händler – ob national oder international – in Fragen rund um die Zahlungsabwicklung kompetent zu beraten und zu begleiten.

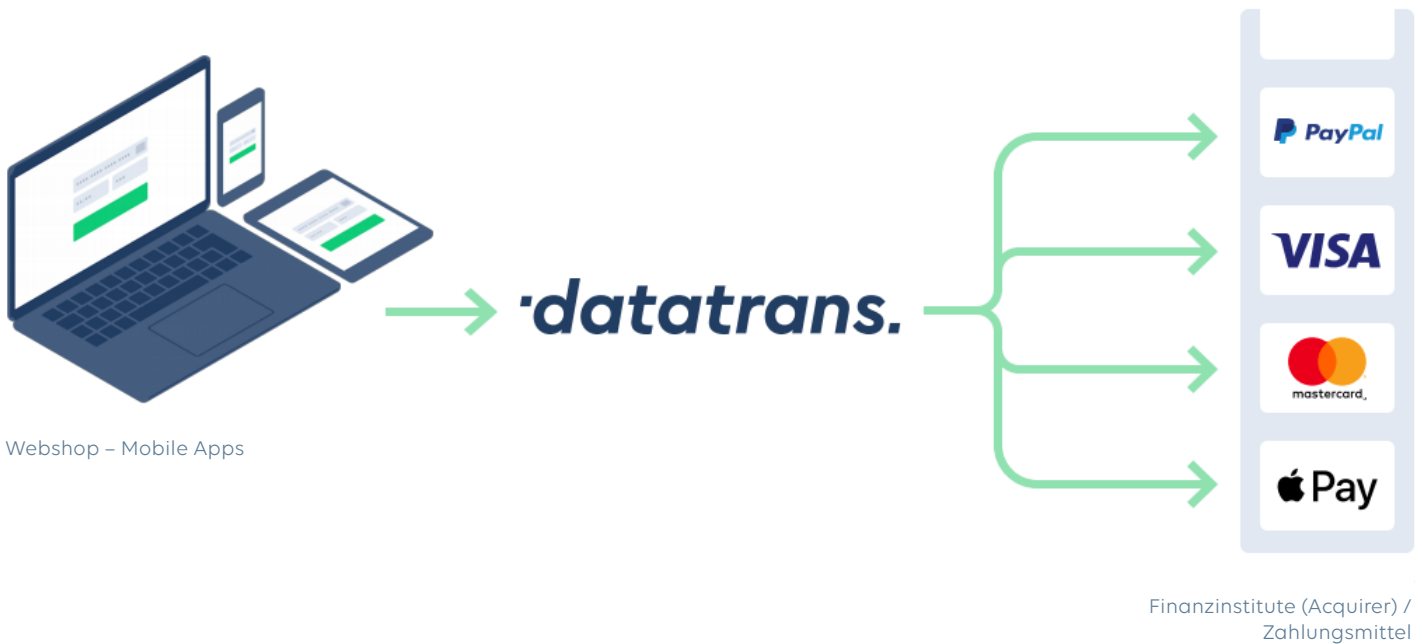
Im Unterschied zu Mitbewerbern setzen wir nicht auf (einfache) Standardleistungen, sondern positionieren uns als Spezialist für komplexe, auf individuelle Kundenbedürfnisse ausgerichtete Zahlungslösungen. Für unsere Kunden sind wir die zentrale Anlaufstelle für alle Fragen rund um das Thema «Zahlungsabwicklung im Online- und Mobile-Commerce». Wir arbeiten neutral und unabhängig und lassen den Händlern alle Freiheiten bei der Wahl ihrer Finanzpartner.

Die Fähigkeit, sich rasch und flexibel auf neue Anforderungen des Marktes und der Kunden auszurichten, ist im dynamischen Umfeld, in dem wir uns bewegen, ein wichtiger Wettbewerbsvorteil. Aufgrund unserer finanziellen und technischen Unabhängigkeit sind wir in der Lage, Entscheidungen rasch zu treffen und Kundenwünsche prompt und kompetent umzusetzen.

Unser Geschäftsmodell

Unser Geschäftsmodell stützt sich hauptsächlich auf transaktionsbasierte Gebühren für die Zahlungsverarbeitung im Online-Handel. Wir fungieren als Schnittstelle zwischen dem Online-Händler und den einzelnen Zahlungsmittelanbietern und bieten unseren Kunden Mehrwerte und Einsparungspotentiale, indem diese die zunehmende Komplexität der Zahlungsabwicklung und die steigenden Anforderungen an Sicherheit und Verfügbarkeit vollständig an uns auslagern können. Die eigens dafür entwickelten Transaktionsplattformen werden von uns laufend ausgebaut und erfüllen bezüglich Zuverlässigkeit und Sicherheit höchste Standards.

Angebot, PCI DSS-Zertifizierung und Dun & Bradstreet Rating



Datatrans bietet hochstehende und ganzheitliche Payment Processing-Lösungen für die professionelle technische Zahlungsabwicklung im Online-Handel. Darunter befinden sich unterschiedliche APIs zur Anbindung von Webshops, Payment Libraries für die Zahlungsabwicklung in nativen Apps, Payment Pages mit Touch User Interface für Mobile Webshops und Tokenisierungslösungen für wiederkehrende Zahlungen (Recurring Transactions) bzw. zur Vereinfachung der Zahlungsprozesse (One-Click Checkout). Zudem bietet Datatrans mit dem PCI Proxy eine neuartige Tokenisierungslösung zur Vereinfachung der PCI Compliance.

Payment Card Industry Data Security Standard



Datatrans erfüllt sämtliche PCI-Richtlinien und ist seit dem 06.06.2006 von den grossen Kreditkartenorganisationen zertifiziert. Für Payment Service Provider gelten automatisch die strengsten Anforderungen des Levels 1, so auch für Datatrans. Mitte 2018 hat Datatrans den jährlichen PCI DSS Onsite Review wiederum erfolgreich bestanden und wurde für ein weiteres Jahr zertifiziert.

Dun & Bradstreet Rating



Am 19.12.2018 erhielt Datatrans erneut das Top-Rating «Risk Indicator 1» (minimum risk of business failure). Das Rating Certificate ist die Qualitätsplakette für die Wirtschaft und steht für Zuverlässigkeit und Stabilität. Nur zwei Prozent der Schweizer Unternehmen erfüllen die Bedingungen für dieses Zertifikat. Es zeigt die Fähigkeit eines Unternehmens auf, den wirtschaftlichen Verpflichtungen gegenüber Kunden und Lieferanten nachzukommen.



Das Jahr 2018

Die Highlights

Die Zukunft ist mobil	14
Entwicklungen im Airline-Bereich	15
PCI Proxy – Die Tokenisierungslösung	16
Neue Kunden, Zahlungsmittel und Acquirer	18
Zehnter E-Commerce Report Schweiz und weitere Engagements	19
Digital Wallets und Seamless Payment	20
Authentifizierung: PSD2 und 3-D Secure 2	21

Die Zukunft ist mobil

Vor einigen Jahren stellten sich viele unserer Kunden noch die Frage, ob sie neben einem browserbasierten Online-Shop zusätzlich eine Native App anbieten sollen. In der Zwischenzeit gibt es Datatrans Kunden, welche ihre Leistungen ausschliesslich über eine Mobile-App verkaufen – und dies mit grossem Erfolg.



Screenshot Parking-App «SEPP» der Mathom AG

Dass Kunden immer mehr Einkäufe über mobile Endgeräte (Smartphones, Tablets) abwickeln werden, hat sich schon bald nach der Lancierung der ersten Smartphones abgezeichnet. Vor neun Jahren war Datatrans der erste Payment Service Provider in der DACH-Region, welcher eine Softwarekomponente für native Mobile Apps einführte (Datatrans Payment Libraries für iOS und Android). An diese Komponente können Händler den gesamten Bezahlprozess auslagern, inklusive User Interface für den Bezahlvorgang, d.h. die Bezahlung findet innerhalb der App statt. Mittlerweile werden über die Hälfte aller Transaktionen, welche über Datatrans abgewickelt werden, durch mobile Endgeräte initiiert.

Datatrans bietet nicht nur für native Apps, sondern auch für browserbasierte Online-Shops die passenden Produkte. Seit Jahren verfolgen wir bei der Entwicklung unserer Bezahlformulare für Webshops eine «Mobile First»-Strategie. Die Eigenheiten eines Smartphones bieten Chancen, aber auch Herausforderungen für den Online-Kauf. Das kleine Display, die fehlende Tastatur oder auch die Nutzung von unterwegs sind Herausforderungen, die zu einer kompromisslosen Vereinfachung des Bezahlprozesses zwingen. Bei der Lancierung einer Mobile App oder eines Online-Shops kann man deshalb nicht früh genug an den Bezahlprozess denken. Jede Zahlungsart hat ihre Eigenheiten und nicht alle Methoden eignen sich für Mobile E-Commerce. Auch Massnahmen zur Reduzierung des Betrugsrisikos sind für Bezahlungen mit Smartphones anders zu konzipieren. Genau darin liegt die Kompetenz von Datatrans. Wir kennen die wesentlichen Erfolgsfaktoren und können unsere Kunden rund um die Zahlungsabwicklung kompetent beraten. Ebenso bedeutend wie die Verschiebung der Einkäufe von Desktop auf Mobile sind Entwicklungen, bei denen das Smartphone bestehende Infrastrukturen (Automaten, EFT/POS-Terminals) ersetzt. Wir haben bereits im Jahresbericht 2016 über den Erfolg der SBB App und die neuen Check-in / Check-out Ansätze von Lezzgo und FAIRTIQ berichtet.

Diese Entwicklung stösst nun auch in andere Branchen vor. Ein Beispiel dafür ist die Anfang 2018 lancierte Parking-App «SEPP» vom Mathom AG (siehe Screenshot), mit der das Smartphone ganz einfach zur Parkuhr wird. App öffnen, Parkvorgang starten und nach der Rückkehr stoppen. Die Parkzeit wird minutengenau berechnet und der Betrag der hinterlegten Kreditkarte (Mastercard, Visa), PostFinance Card oder TWINT belastet.

Entwicklungen im Airline-Bereich

Das Jahr 2018 war geprägt von tiefgreifenden Veränderungen in der europäischen Luftfahrt und einige mittel-grosse Gesellschaften – darunter auch Datatrans Kunden wie Germania, Skywork und Air Berlin – mussten den Flugbetrieb einstellen.



Trotz dieser Entwicklung waren wir im vergangenen Jahr auch im Airline-Bereich erfolgreich. Eurowings hat im März den Produktivbetrieb über Datatrans aufgenommen und bei Brussels Airlines hat man sich entschieden, die Zusammenarbeit mit Datatrans auszubauen und die Internet-Verkäufe über unsere Zahlungsplattform abzuwickeln. Weiter werden wir neu auch für die Lufthansa Zahlungstransaktionen verarbeiten. Dies im Rahmen von «Direct Connect», einer Buchungsplattform zur Anbindung von Travel Agents und grossen Corporate Kunden.

Im eingangs beschriebenen anspruchsvollen Umfeld wollen wir uns verstärkt als spezialisierter Anbieter von Zahlungsprozessen und zahlungsverwandten Dienstleistungen positionieren; mit Leistungen wie beispielsweise Kreditkarten-Tokenisierung mit PCI Proxy, automatisiertem Finanzabgleich oder dynamischer Währungsumrechnung.

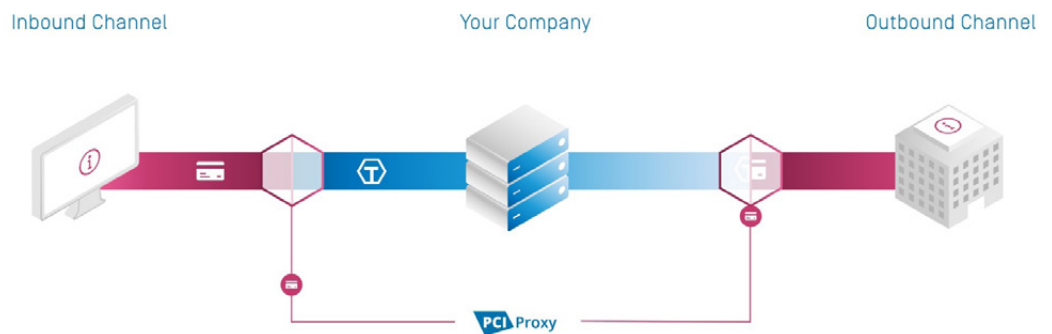
Seit 2018 sind wir offizieller «Supporting NDC» Partner der IATA (International Air Transport Association). Auf den Airline-Events, die wir in diesem Jahr wieder besuchten, setzten wir verstärkt auf diese Themen. Ausserdem haben wir uns entschieden, intensiver auf den Travel-Markt zu fokussieren. Zu diesem gehören Online Buchungsplattformen, Reiseveranstalter und technische Dienstleister.

PCI Proxy – Die Tokenisierungslösung

PCI Compliance war bisher immer zeitaufwendig und mit hohen Kosten verbunden – das gehört nun der Vergangenheit an. Datatrans bietet mit dem PCI Proxy eine neuartige Lösung zum vereinfachten Erhalt der PCI Compliance.



Die Lösung ist vor allem für Anbieter von Leistungen oder Plattformen interessant, die mit mehreren Payment Gateways gleichzeitig arbeiten, Kreditkarten speichern müssen oder darauf angewiesen sind, Kreditkartendaten entgegenzunehmen und weiterzuleiten, beispielsweise zur Aufbewahrung für wiederkehrende Zahlungen oder als Garantie von Reservationen. Gerade die Verarbeitung, Speicherung und Weitergabe von sensiblen Kartendaten konfrontiert Händler und Plattform-Betreiber mit stetig wachsenden Anforderungen zur Erfüllung ihrer PCI Compliance (Payment Card Industry Data Security Standard). Fortschrittliche Unternehmen nutzen daher den PCI Proxy, damit sensible Kartendaten in Token umgewandelt werden, bevor sie ihre Systeme erreichen. Dazu zählen unter anderem Swiss International Air Lines, Schweizerische Bundesbahnen SBB, MSC Cruises, Hotelbeds, SITA, Hometogo, MEWS, HolidayCheck, etc.



Info

Weitere Informationen auf unserer dedizierten Webseite in Englisch: www.pci-proxy.com

Unsere Kunden können durch sehr kleine Anpassungen ihre Datenströme mittels des PCI Proxys filtern und sensible Daten automatisch in Tokens umwandeln lassen. Der Aufwand zur Sicherstellung der PCI Compliance reduziert sich dadurch erheblich, sodass die PCI Level 1 Compliance innerhalb weniger Tage anstatt mehrerer Monate erreicht werden kann. Das spart hohe Zertifizierungskosten und interne Aufwände. Gleichzeitig vermeiden Technologie-Dienstleister sowie Online Händler das Risiko eines Datendiebstahls, indem sie sensible Daten in unseren sicheren Datentresoren in der Schweiz speichern. Wir kümmern uns rund um die Uhr um die Sicherheit der Daten, überwachen Anomalien und verbessern stetig die Systeme, damit sich unsere Kunden auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können.

Im Geschäftsjahr 2018 hat der PCI Proxy wiederum sein bestes Ergebnis seit seiner Einführung erzielt. Die grosse Nachfrage auf Kundenseite spiegelt sich in der Verdoppelung des Umsatzes im Vergleich zum Jahr 2017 wider. Das Team verzeichnete im Jahr 2018 auch schöne Akquisitionserfolge. Neben jungen aufstrebenden Unternehmen, wie Mews, Hometogo, Lodgify, etc. konnte der PCI Proxy auch internationale Grosskonzerne wie SITA, FTI Group, Grupo Hotusa, etc. von seinen Stärken überzeugen. Damit trägt das noch sehr junge Produkt bereits heute schon einen signifikanten Teil zum Erfolg von Datatrans bei.

Neben dem enormen Wachstum innerhalb des Travel-Bereichs etabliert sich das Produkt PCI Proxy auch vermehrt in neuen Märkten. Mit dem Bereich Digital Ordering kam im Jahr 2018 ein weiteres wichtiges neues Segment hinzu. Grosse Restaurant-Ketten wie Wingstop, Shake Shack und viele weitere setzen auf Digital Ordering Plattformen, z.B. Olo, um ihren Kunden den schnellen und einfachen Kauf im Restaurant oder die Lieferung nach Hause zu ermöglichen. Während Digital Ordering in Europa noch in den Kinderschuhen steckt, boomt der amerikanische Markt. Olo bedient bereits heute über 100 Millionen Kunden und verzeichnet mit 1 Million Neukunden alle 2 Wochen ein bedeutendes Wachstum. PCI Proxy unterstützt diese Restaurant-Ketten und Digital Ordering Plattformen dabei, ihren Kunden einen schnellen und sicheren Kauf zu ermöglichen, ohne sich dabei Gedanken um PCI Compliance oder die Absicherung der Daten machen zu müssen und beschleunigt gleichzeitig reibungslose Folgekäufe über deren Restaurant-Apps und -Webseiten.

PCI Proxy – Hauptmerkmale

- **Tokenisierungs-APIs:** PCI Proxy Schnittstellen ermöglichen die Entgegennahme von Kreditkarten über Web-Services (Server-zu-Server), Webseiten oder Mobile Apps, ohne dass eigene Systeme in Berührung mit den sensiblen Daten kommen. Die sensiblen Kreditkartendaten werden zuvor durch den PCI Proxy in einen Zahlungsmittel-Token umgewandelt, während die eigentlichen Daten im Datatrans Token Tresor gespeichert werden. Der Aufwand zur Sicherstellung der PCI Compliance wird dadurch erheblich reduziert.
- **Universeller Token Tresor (Vault):** Die Infrastruktur von Datatrans bietet die sichere Speicherung von vertraulichen Zahlungsinformationen. Die Zahlungsmittel-Token sind anbieterunabhängig, somit universell einsetzbar und funktionieren mit allen Payment Gateways und PCI-zertifizierten Dienstleistern weltweit.
- **Flexibler Distribution Hub:** Ein Zahlungsmittel-Token, das einmal im Tresor gespeichert wird, kann beliebig häufig und flexibel an beliebige Service-Dienstleister, Payment Gateways oder Acquirer zur Abrechnung weitergegeben werden.
- **Einfache Integration ohne Anpassung der eigenen Systeme:** Das Format und die Feldlänge eines Tokens entsprechen den Werten des damit verbundenen Zahlungsmittels. Die Schnittstellen sind so konzipiert, dass dieser Compliance Service einfach und rasch implementier- und nutzbar ist.

Neue Kunden, Zahlungsmittel und Acquirer

Im vergangenen Jahr haben wir unsere Position dank der engeren Zusammenarbeit mit Bestandskunden und durch die Gewinnung von weiteren bedeutenden Händlern ausbauen können. Ausserdem ist es uns gelungen, auch im umliegenden Ausland namhafte Kunden zu akquirieren.

Neue Kunden (Auszug)

AVVIO



billiger-mietwagen.de



Eurowings

Hotelplan GROUP

PEOPLE^s
VIENNALINE



smide
pick and ride

2018 konnten wir folgende neue Zahlungsmittel und Acquirer aufschalten:

Neue Zahlungsmittel und Acquirer

Vollständige Liste der von Datatrans angebotenen Zahlungsmittel und Acquirer unter:
www.datatrans.ch/de/features/zahlungsmittel/

boncard

byjuno
Pay it easy

Datatrans Mobile Libraries

corner

Diners Club INTERNATIONAL

DISCOVER

Pay

ingenico
Payment services

SAMSUNG pay

SIX Payment Services



Alias-Lösung



Zehnter E-Commerce Report Schweiz und weitere Engagements

Weitere Informationen
finden Sie unter:
www.e-commerce-report.ch

Der umfangreiche Report
inklusive Vertiefungsthema kann
kostenlos bezogen werden unter:
[www.e-commerce-report.ch/
bestellungen](http://www.e-commerce-report.ch/bestellungen)



Der E-Commerce Report Schweiz ist eine langfristig angelegte Studienreihe mit primär qualitativer und branchenübergreifender Ausrichtung. Der Report analysiert und dokumentiert jährlich die Marktentwicklung aus Sicht der führenden Schweizer Online-Händler. Durchgeführt wird die Studie von den beiden Professoren Ralf Wölfl und Uwe Leimstoll vom Institut für Wirtschaftsinformatik der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW. Auftraggeber und Träger der Studienreihe ist Datatrans AG. Wir verfolgen damit das Ziel, aktuelle Entwicklungen im E-Commerce aufzuzeigen und gleichzeitig die Bekanntheit unseres Unternehmens in den Kernzielgruppen zu erhöhen.

«Umgang mit mächtigen digitalen Plattformen». Dies war eines der Schwerpunktthemen des E-Commerce Report Schweiz, der im 2018 zum 10. Mal erschienen ist. Ein weiterer Schwerpunkt bildete das Thema «Seamless Payment: Bezahlen ohne Klick» – ein Thema, dem sich auch Datatrans intensiv widmet.

Datatrans engagierte sich ausserdem an folgenden Aktivitäten:



bestofswissweb.ch



bestofswissapps.ch



ecommerce-award.ch



digitalnudgeday.ch

Digital Wallets und Seamless Payment

Apple Pay, Google Pay und Samsung Pay



Datatrans war vor zwei Jahren unter den ersten Europäischen Payment Providern, die Apple Pay im Angebot führten. Mit Google Pay und Samsung Pay bieten wir unseren Kunden seit 2018 zwei weitere generische Payment-Wallets an. Mit solchen Wallet-Lösungen fallen mehrere Schritte eines klassischen Checkout-Prozesses weg, was sich – vor allem bei Zahlungen, die über ein Smartphone angestossen werden – positiv auf die Conversion auswirkt.

Mit einem schlanken Zahlungsprozess die Conversion zu verbessern, ist das Ziel von «Seamless Payment». Der Zahlungsprozess wird vollständig im Hintergrund abgewickelt und muss nicht separat durch den Endkunden angestossen werden. «Seamless Payment» ermöglicht den Online-Händlern – speziell auch im Zusammenhang mit der weiterhin stark wachsenden Nutzung von mobilen Endgeräten – neue Geschäftsmodelle zu erschliessen, wie sie z.B. von einigen Lösungsanbietern aus dem Mobility Bereich (Transport, Parking) bereitgestellt und von verschiedenen Kunden von Datatrans bereits eingesetzt werden.

Datatrans und Google - gemeinsamer Event in Zürich

Im Rahmen einer gemeinsamen Veranstaltung mit Google hat Datatrans am 8. November die Einsatz- und Integrationsmöglichkeiten von Google Pay mit der Datatrans Zahlungslösung vorgestellt.

In ihren Büroräumlichkeiten an der Europaallee in Zürich hat Google den rund 40 Vertretern diverser führender Schweizer Unternehmen darüber hinaus die Roadmap für Google Pay und die wesentlichen Zielsetzungen präsentiert.



v.l. Thomas Willenborg und Béatrice Gloor (Datatrans) sowie Lucyna Janas (EMEA Business Development Manager Google Pay)

Authentifizierung: PSD2 und 3-D Secure 2

PSD2 (Payment Services Directive 2)



Mit der Einführung der Payment Services Directive 2 (PSD2) wurde von der EU ein Rechtsrahmen zur Förderung technischer Innovationen im Zahlungsverkehr bei gleichzeitiger Stärkung der Verbraucherrechte, Verbesserung der Sicherheit und Vereinfachung der Zahlungsabwicklung geschaffen.

Während die PSD2-Richtlinien zur Abschaffung der Zahlungsgebühren seit 2018 gelten, treten die Regulatory Technical Standards (RTS) zur starken Kundenauthentifizierung (SKA) und sicheren Kommunikation erst am 14. September 2019 in Kraft. Ebenfalls bis September 2019 umgesetzt werden müssen die Schnittstellen, über die Drittanbieter künftig auf Zahlungskonten von Bankkunden zugreifen können.

Kunden müssen sich bei Online-Zahlungen zukünftig mit mindestens zwei Elementen der Kategorien Wissen, Besitz und Inhärenz (biometrischer Faktor wie z.B. Fingerabdruck) ausweisen (2-Factor-Authentication). Bei Transaktionen mit einem geringen Risiko soll weiterhin ein bequemer und schneller Checkout über Ausnahmeregelungen gewährleistet sein.

3-D Secure 2 (3-DS 2)



EMVCo – ein Verbund der grossen Kreditkartenorganisationen – hat mit 3-D Secure 2 einen neuen und einheitlichen Sicherheitsstandard für das Bezahlen im Web verabschiedet. Ziel ist es, ein reibungsloses Einkaufserlebnis im E-Commerce zu schaffen und dennoch die höchstmögliche Sicherheit zu garantieren.

Das verbesserte Authentifizierungsverfahren 3-DS 2 erfüllt die Anforderungen der PSD2 an eine starke Kundenauthentifizierung. Darüber hinaus bietet der Standard Funktionen für einen reibungslosen Checkout bei risikoarmen Transaktionen.

Unterstützung bei der Umsetzung von PSD2 und 3-DS 2 durch Datatrans

Datatrans stellt in Zusammenarbeit mit externen Partnern sowie unter strenger Befolgung der technischen Spezifikationen und Empfehlungen der Kreditkarten-Schemes entsprechende technische Lösungen bereit. Die Ramp-up-Phase für Transaktionen auf Basis von 3-DS 2 beginnt ab April 2019. Ziel ist es, dass bis zum 14. September der Grossteil der Online-Kartenzahlungen innerhalb der EU mit einer starken Kundenauthentifizierung erfolgen.

Die Aufschaltung von 3-DS 2 kann bei bestehendem 3-D Secure Vertrag automatisch durch Datatrans und den Acquirer ohne technische Anpassungen beim Händler erfolgen. Andernfalls sind vertragliche und technische Anpassungen erforderlich. Neben der Bereitstellung von technischen Schnittstellen unterstützt Datatrans ihre Kunden aktiv bei der Umsetzung der PSD2/3-DS Vorgaben, sei es durch Veröffentlichung von technischen Dokumentationen oder durch direkte Beratung.



Zahlen 10 Mrd. Handelsvolumen

94 Mio. Transaktionen
mit Handelsvolumen über 10 Mrd. CHF

23

43 Mio. Konvertierungen

24

Zahlungsmittel und Währungen

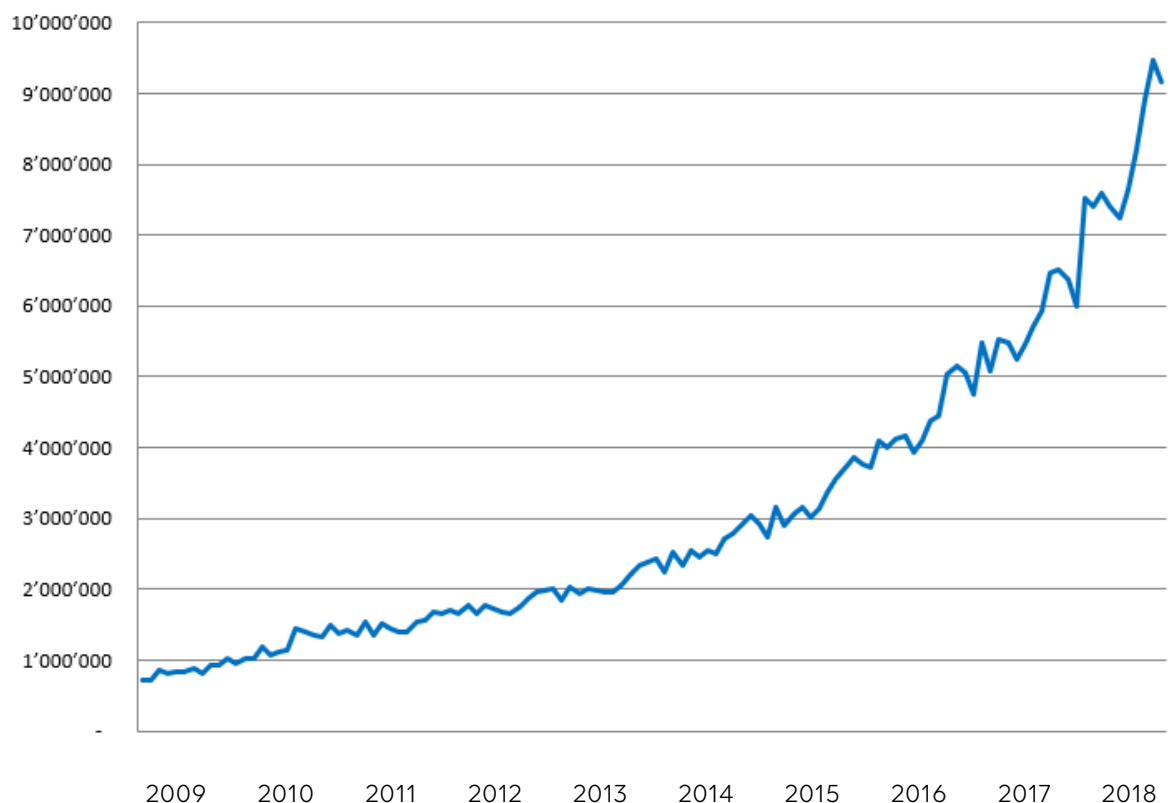
25

94 Mio. Transaktionen mit Handelsvolumen über 10 Mrd. CHF

Das Wachstum der gesamthaft verarbeiteten E-Commerce-Transaktionen lag 2018 bei + 39%.

Mit total 94 Mio. Transaktionen über virtuelle Terminals wurde 2018 die Grenze von 90 Mio. klar überschritten, was einem Wachstum von + 39% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Ebenso wurde per Ende Jahr die Grenze von 9 Mio. Transaktionen pro Monat übertroffen.

Monatliche Transaktionsentwicklung 2009 – 2018



Die erfreuliche Entwicklung der Transaktionen hat sich auch 2018 fortgesetzt. Hauptsächlicher Treiber waren dabei das starke Wachstum der Ticketverkäufe im Öffentlichen Verkehr und die Aktivitäten des Neukunden Eurowings.

Über die Datatrans Zahlungsplattform wurde im Jahr 2018 ein E-Commerce-Handelsvolumen von über CHF 10 Mrd. verarbeitet. Dieses setzt sich zusammen aus rund 5,3 Mrd. in CHF und umgerechneten 3,4 Mrd. CHF in EUR sowie über 1,3 Mrd. CHF aus verschiedenen weiteren Währungen (v.a. USD und GBP mit einem Anteil von über 70%).

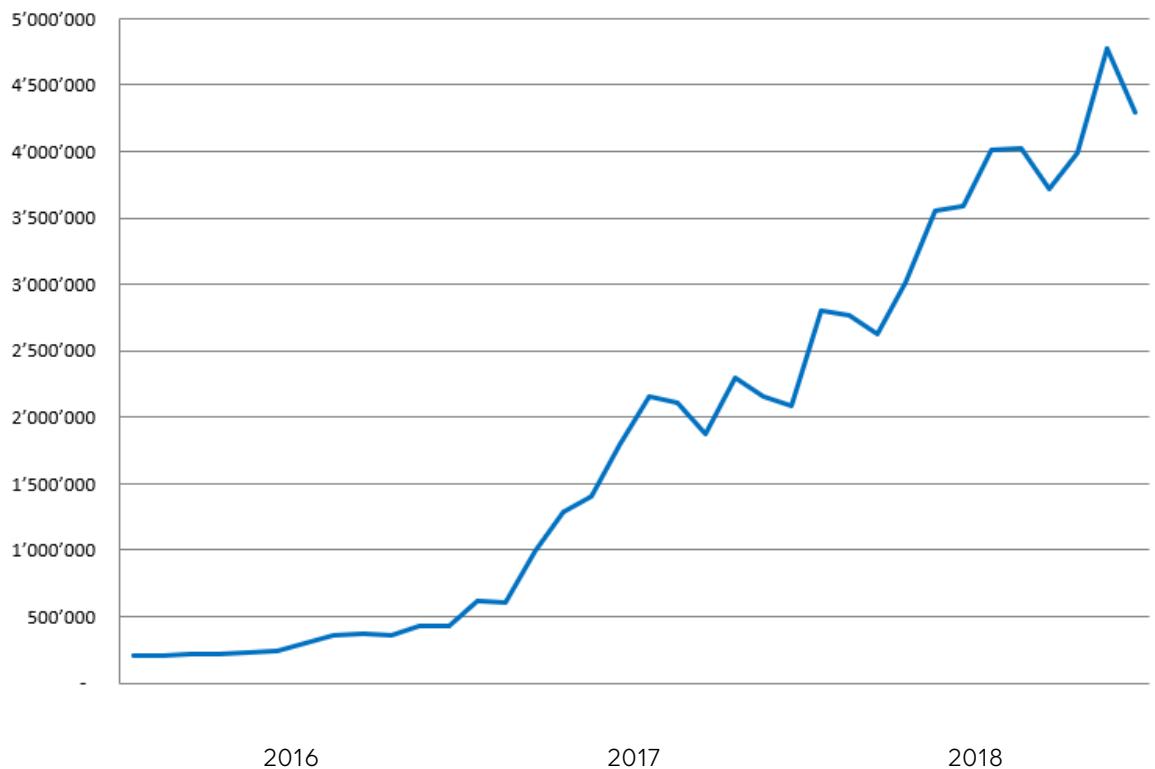
Die Verfügbarkeit der Datatrans Systeme lag 2018 bei 99,99%.

43 Mio. Konvertierungen

Starkes Wachstum bei den Konvertierungen.

Mit total über 43 Mio. Konvertierungen hat sich dieser neue Geschäftsbereich 2018 wiederum stark entwickelt. Das Wachstum gegenüber dem Vorjahr liegt bei erfreulichen + 123%.

Monatliche Konvertierungsentwicklung 2016 – 2018



Das wiederum äusserst positive Wachstum wurde vor allem dank bedeutenden Neukunden realisiert.

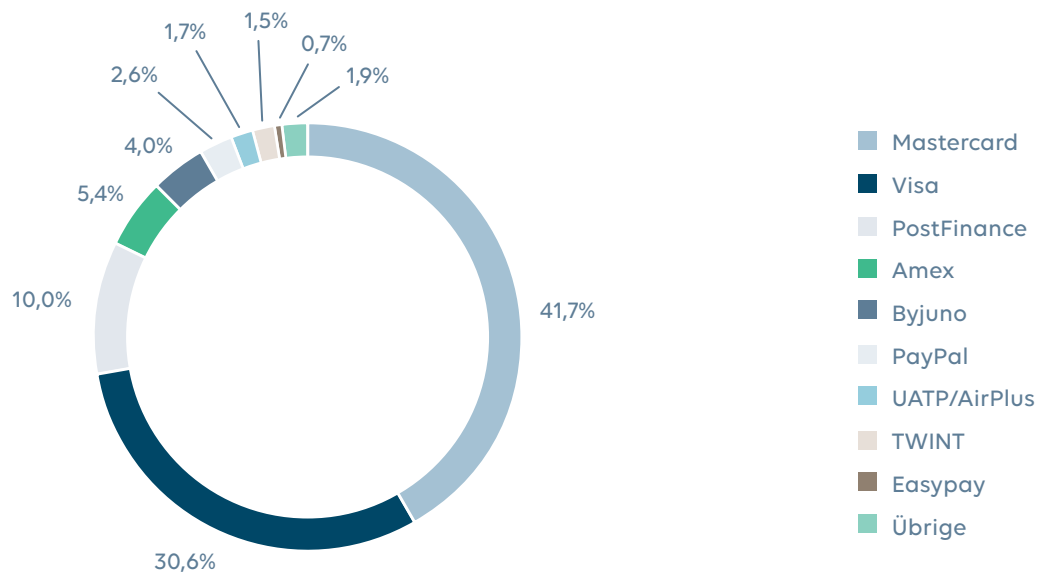
Auch 2019 erwarten wir eine markante Zunahme des Volumens in diesem Geschäftsfeld. Wir werden das Leistungsangebot für PCI Proxy laufend ausbauen und an die Anforderungen von weiteren Branchen und Business Modellen anpassen.

Zahlungsmittel und Währungen

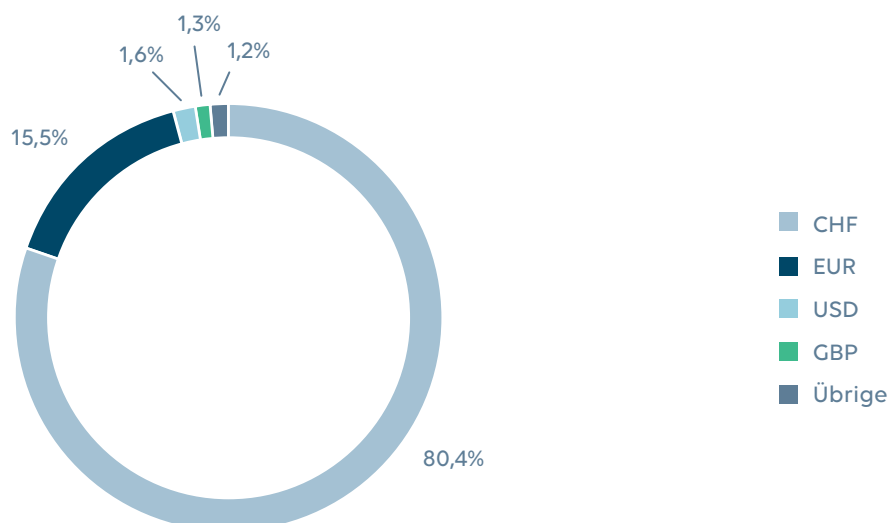
Mit einem Anteil von 72% sind Mastercard und Visa weiterhin die absolut dominierenden Zahlungsmittel.

Mastercard mit einem Transaktionsanteil von 41,7% und Visa mit einem Anteil von 30,6% sind nach wie vor die meist verwendeten Zahlungsmittel. Von Bedeutung sind daneben noch PostFinance mit 10,0%, American Express mit 5,4%, Byjuno mit 4,0% und PayPal mit 2,6%. Im Jahr 2018 wurden über diese sechs Zahlungsmittel 94,3% aller Transaktionen verarbeitet.

Zahlungsmittel (Anteil Transaktionen 2018)



Währungen (Anteil Transaktionen 2018)



Über 80% der Transaktionen werden in CHF abgewickelt, weitere 16% in EUR und rund 4% in anderen Währungen.



Ausblick 2019

Ticketing, Mobile, PCI Proxy

Konjunkturelle und
branchenspezifische Rahmenbedingungen

27

Die Aussichten für Datatrans

28

Konjunkturelle und branchenspezifische Rahmenbedingungen

«Datatrans hat für unsere Anliegen immer ein offenes Ohr und ist bereit, mit uns zusammen bestmögliche Lösungen zu finden. Wir schätzen vor allem Effizienz und Geschwindigkeit ihres Services. In Datatrans haben wir einen Partner gefunden, der unsere Anforderungen in Bezug auf die Internationalität und die Sicherheit der Zahlungsabwicklung bestens erfüllt.»

Stefano Celada
Financial Manager
MSC Cruises SA

Der digitale Handel wird auch in den nächsten Jahren ungebremsst wachsen. Dafür sprechen zahlreiche Faktoren wie das günstige wirtschaftliche Umfeld, das Zusammenwachsen der Absatzkanäle, die weiterhin wachsende Bedeutung von mobilen Lösungen, technologische Fortschritte und nicht zuletzt die Tatsache, dass sich die Konsumenten immer mehr an das digitale Umfeld gewöhnen. Diese positive Entwicklung kurbelt auch die Nachfrage nach sicheren Online-Zahlungslösungen an.

Es ist allerdings davon auszugehen, dass sich die wachsende Bedeutung von ausländischen Playern weiterhin negativ auf die Wettbewerbsfähigkeit der inländischen E-Commerce-Anbieter auswirken wird. Nationale Grenzen fallen, da sie für die Online-Konsumenten ohne grosse Bedeutung sind. Der E-Commerce Report Schweiz 2018 zeigte, dass der Konkurrenzdruck seitens grosser ausländischer Retail-Plattformen den Schweizer Online-Händlern nach wie vor Sorge bereitet. Je nach Branche und Geschäftsmodell fällt die Beurteilung allerdings unterschiedlich aus. Reine E-Commerce Anbieter (Pure Player) beurteilen ihre Wettbewerbsfähigkeit weit skeptischer als diejenigen Anbieter, welche auf kanalübergreifende Geschäftskonzepte setzen.

Der Dienstleistungsbereich ist von der ausländischen Konkurrenz kaum betroffen, da die Leistungen in unmittelbarer Nähe des Kunden erbracht werden. Hier sehen wir für uns das grösste Wachstumspotential. Dies nicht zuletzt deshalb, weil in diesem Bereich in erster Linie elektronische Zahlungsarten eingesetzt werden – dies im Unterschied zum Detailhandel, wo die klassische Rechnung nach wie vor einen hohen Anteil ausmacht.

Vor allem der Ticketing-Bereich wird im 2019 erneut zulegen. Treiber sind der technologische Fortschritt und die stärkere Nutzung von Smartphones für den digitalen Einkauf. Neben klaren Mehrwerten für den Kunden sehen Anbieter wie SBB auch grosse Kostenvorteile, da mit dem «Ticketautomaten für die Hosentasche» Hardware-Investitionen und Unterhaltskosten stark reduziert werden können.

Die Aussichten für Datatrans

**«Datatrans ist in allen
Belangen der richtige
Partner für unsere
internationale Strategie!»**

Beat Zaugg
CEO
Scott Sports-Gruppe

Wir planen auch für 2019 ein zweistelliges Wachstum, und zwar sowohl in Bezug auf den Umsatz als auch auf das Ergebnis. Die Auftragsbücher für Projekte und kundenspezifische Anpassungen waren bereits zu Beginn des neuen Jahres erneut gut gefüllt. Von zahlreichen grösseren Kunden haben wir die Zusicherung erhalten, dass sie die Zusammenarbeit mit Datatrans weiter ausbauen wollen. Bei einigen Unternehmen geht es um das Erschliessen weiterer Auslandsmärkte, bei anderen um die Intensivierung der Aktivitäten im Inland und den weiteren Ausbau der Digitalisierung.

Im nationalen Digital Commerce haben wir bereits eine ausgezeichnete Position und wir dürfen davon ausgehen, dass wir dank unserem Leistungsausweis, unseren Referenzen und unserem guten Ruf als zuverlässiger und innovativer Partner unsere Position auch weiterhin in Deutschland und Österreich ausbauen können. Obwohl das Wachstum an neuen Kunden im Ausland gegenüber in der Schweiz überproportional zunimmt, bleibt eines der wichtigen Ziele auch für 2019, die gute Position im Heimmarkt weiter auszubauen.

Die Zukunft liegt in der Kombination von online und offline. Dabei gelten Smartphones als Brücke zwischen E-Commerce und stationärem Handel. Die intelligente Verknüpfung der beiden Kanäle ermöglicht es, dass Waren oder Dienstleistungen im Vorfeld bestellt, bezahlt und vor Ort nur noch abgeholt oder eingelöst werden müssen. So kann das Wissen der E-Commerce-Händler über das Einkaufsverhalten ihrer Kunden auch im stationären Handel genutzt werden.

Der Trend zur digitalen Transformation und zur Vernetzung der Vertriebskanäle wird sich mit der zunehmenden Nutzung des mobilen Internets auch in den nächsten Jahren unvermindert fortsetzen, was zu einer weiteren Verbreitung von Web-Technologien am POS führt. Kunden der Migros z.B. können ihre Einkäufe bereits heute in allen Filialen mit dem Smartphone bezahlen. Wählt der Kunde die Kreditkarte, PostFinance Card oder TWINT als Zahlungsmittel, wird die Transaktion über Datatrans verarbeitet.

Vor allem bei Käufen, die über Smartphones abgewickelt werden (wie z.B. Tickets), will der Kunde nicht nur sicher, sondern vor allem auch bequem und rasch bezahlen können. Die Zahlung ist deshalb idealerweise in den Gesamtprozess integriert und wird nicht separat angestossen. Sie läuft im Hintergrund ab. Voraussetzungen für ein solches «Seamless Payment» sind einerseits Verfahren, die es erlauben, den Kunden zweifelsfrei zu identifizieren und andererseits Zahlarten, die sich tokenisiert in einem Profil hinterlegen lassen.

Datatrans hat bereits sehr früh auf Mobile Commerce gesetzt und mit Apple Pay, Google Pay und Samsung Pay weitere Wallets aufgeschaltet, die einen vereinfachten Checkout ermöglichen. In naher Zukunft werden weitere vergleichbare Zahlungsmethoden dazustossen. Dies ist positiv für den Händler, denn je einfacher der Kunde bezahlen kann, desto wahrscheinlicher wird ein Kaufabschluss.

Unsere Tokenisierungslösung PCI Proxy stösst nicht nur im Reiseumfeld auf eine sehr gute Resonanz. Im 2018 konnten bedeutende Firmen im Bereich «Food Delivery» als Kunden gewonnen werden (vor allem aus den USA). Die Wachstumszahlen sind beeindruckend und es zeigt sich bereits, dass dieses neue Datatrans Standbein zukünftig wesentlich zum Gesamterfolg beitragen wird.

Wir setzen auf kompetente Beratung, auf eine hohe Produkt- und Dienstleistungsqualität und auf nutzenstiftende Innovationen als Grundlage für nachhaltige und profitable Kunden- und Partnerbeziehungen. Ausserdem nutzen wir die Vorteile unserer Firmengrösse, wie auch unsere Erfahrung und Eigenständigkeit, um branchen- und kundenspezifische Anforderungen rasch und kompetent umzusetzen.

Wir freuen uns, auch im Jahr 2019 zusammen mit unseren Kunden und Partnern innovative und zukunftsweisende Produkte zu entwickeln und damit für alle Beteiligten weitere Kostensenkungs- und Wachstumspotentiale zu erschliessen.

**Bilder**

Johannes Diboky
www.johannesdiboky.com
Oliver Stern
www.oliverstern.ch

Gestaltung

Mathias Goetz
www.matgoetz.ch

Druck

Künzle Druck AG
www.kuenzledruck.ch

