



Jahresbericht 2019

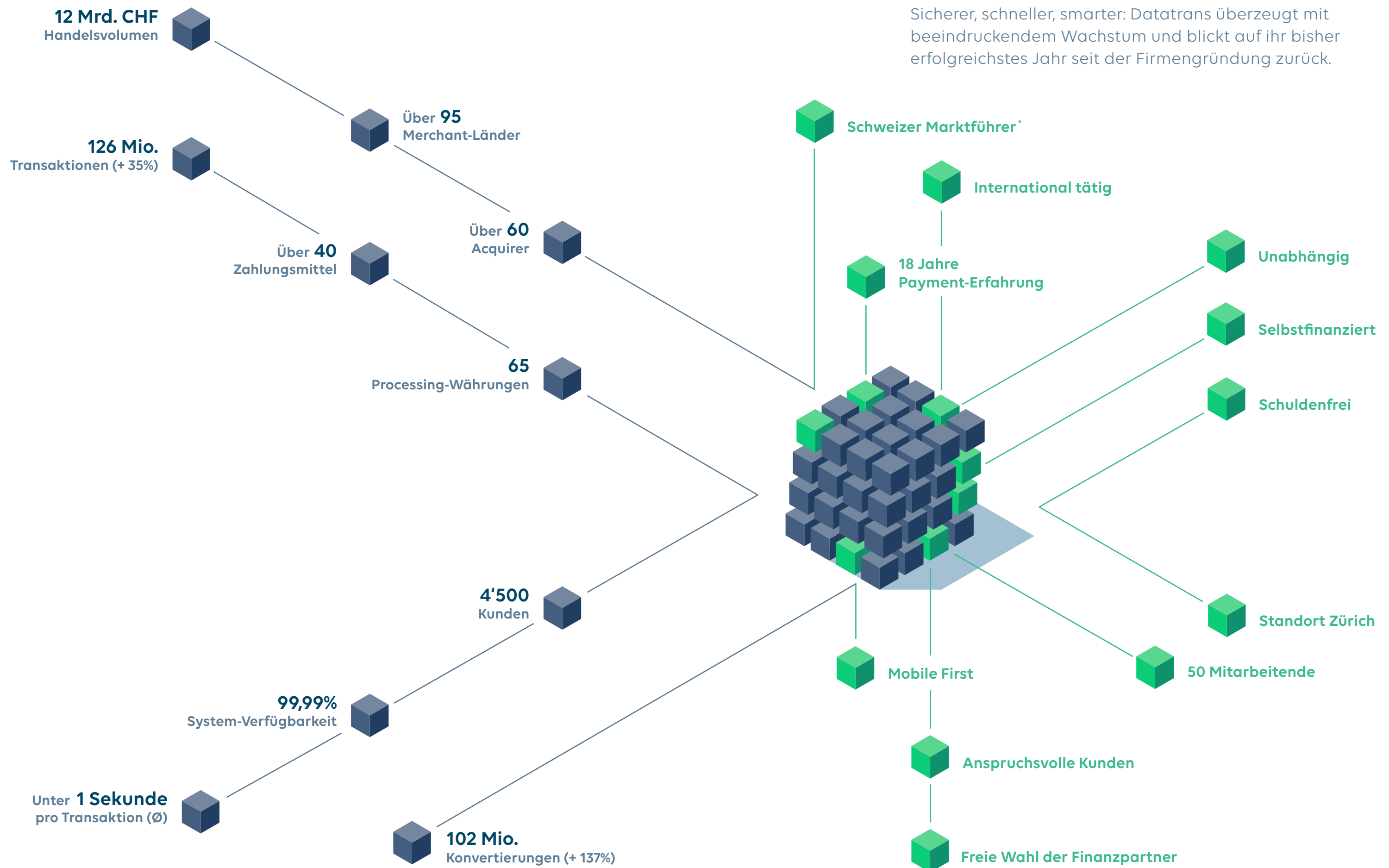
Advanced Payment Solutions.

Inhalt

■ 2019 auf einen Blick	3
■ Vorwort der Geschäftsleitung	
Jahresrückblick 2019	6
■ Datatrans AG – Unsere Rolle als PSP	
Unsere Rolle als Payment Service Provider	9
Wir machen Bezahlen zur Nebensache	10
■ Das Jahr 2019 – Die Highlights	
Highlights 2019	13
Airlines & Travel	14
Events	15
Mobility	16
Retail	17
PCI Proxy	18
Datatrans Reconciliation Service	19
Subscription Management und Kryptowährungen	20
Authentifizierung: PSD2 und 3-D Secure 2	21
Neuer Datatrans Auftritt	22
Organisationsentwicklung	23
Über 4'500 Kunden und sechs neue Zahlungsmittel	24
Datatrans veröffentlicht 11. E-Commerce Report Schweiz	25
■ Finanzen – 12 Mrd. Handelsvolumen	
126 Mio. Transaktionen mit über 12 Mrd. CHF Handelsvolumen	27
Datatrans PCI Proxy erzielte Konvertierungswachstum von 137%	28
Zahlungsmittel und Währungen	29
■ Schlusswort & Ausblick 2020	31

2019 auf einen Blick

Sicherer, schneller, smarter: Datatrans überzeugt mit beeindruckendem Wachstum und blickt auf ihr bisher erfolgreichstes Jahr seit der Firmengründung zurück.



* gemäss Anzahl Transaktionen



MIGROS



Salt.





Vorwort der Geschäftsleitung

■ Jahresrückblick 2019

6

Vorwort der Geschäftsleitung

Jahresrückblick 2019

Mit 126 Mio. abgewickelten E-Commerce-Transaktionen und einem Wachstum von 137% im Bereich Tokenisierung erlebten wir das profitabelste Jahr seit unserer Firmengründung vor fast 20 Jahren. Ausschlaggebend für das herausragende Ergebnis war das Transaktionswachstum bei grossen Bestandskunden sowie ein starker Vertriebs-erfolg mit Neukunden in der DACH-Region.

Auch aktuelle Payment-Trends spielten uns in die Karten: Der Einzelhandel stagnierte, der E-Commerce wuchs. Besonders ausgeprägt war diese Dynamik im Dienstleistungsbereich. Der Verkauf von ÖV-Tickets über das Smartphone erlebte einen wahren Boom. Davon hat Datatrans profitiert. Insgesamt generierten wir mit über 4'500 aktiven Kunden ein Handelsvolumen von über 12 Mrd. Franken – und konnten unsere Position als Schweizer Marktführer weiter ausbauen.

Datatrans Geschäftsleitung
(von links nach rechts)

Hansepter Maurer
CEO

Bettina Reimers
Board Member

Urs Kisling
Board Member



Erweiterte Geschäftsleitung
(von links nach rechts)

Thomas Willenborg
Head of International
Market Development

Oliver Heister
CTO

Daniel Ellersiek
COO



Gleichzeitig sahen wir uns im letzten Jahr mit ausserordentlichen Veränderungen konfrontiert, wie beispielsweise Neuerungen im Card-Scheme-Bereich, der Einführung höchster Sicherheitsstandards oder das Inkrafttreten der starken Kunden-authentifizierung unter PSD2. Hier konnten wir uns mit Expertenwissen und schnellen Reaktionszeiten den Vorsprung sichern.

«Datatrans ist für die SBB ein flexibler und zuverlässiger Partner, welcher «state of the art» Datentransfer- und PSP-Lösungen anbietet sowie die Bedürfnisse der SBB erkennt und umsetzt.»

Fabian Schmid
Leiter Payment
Schweizerische Bundesbahnen
SBB

Durch den guten Geschäftsgang seit Jahren ist es uns weiterhin möglich, den Ausbau ohne Fremdmittel zu finanzieren. Seit unserer Gründung 2001 sind wir schuldenfrei und konnten bisher jedes Geschäftsjahr mit einem positiven Ergebnis abschliessen. Das gesamte Aktienkapital ist im Besitz der Geschäftsleitung und einzelner Mitarbeitenden. Eine ausgewogene Balance aus Rentabilität, Liquidität, Sicherheit, Unabhängigkeit und einem gesunden organischen Wachstum gehören zu den Kernzielen des Unternehmens.

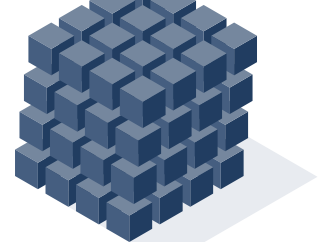
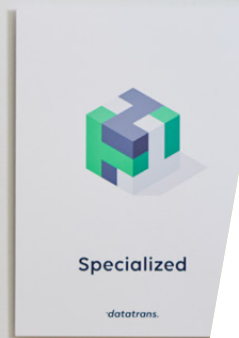
Wir sind überzeugt: Datatrans hat in den letzten Jahren die strategischen, finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen geschaffen, um im dynamischen Zukunftsmarkt «E-Payment» wettbewerbsfähig zu bleiben. Unseren internationalen Wachstumskurs setzen wir konsequent fort.

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 2020
Geschäftsleitung Datatrans AG

Die Datatrans Büros an der
Kreuzbühlstrasse 26 in Zürich.
(Bild: Richard Hug)





Datatrans AG

Unsere Rolle als PSP

- Unsere Rolle als Payment Service Provider
- Wir machen Bezahlen zur Nebensache

9

10

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

Wer wir sind, was wir tun, wofür wir stehen.

Erfolgreiche Online-Händler bieten ihren Kunden alle landes- und branchen-relevanten Zahlungsmittel und stellen reibungslose Zahlungsprozesse sicher. Datatrans unterstützt sie dabei: Von der Transaktionsabwicklung im E-Commerce, Mobile Point of Sale und Call-Center bis zur Integration der wichtigsten Zahlungsmittel weltweit.

Auch im Bereich Risikomanagement und Zertifizierungen entlastet der Schweizer Payment Service Provider Händler von den strengen Sicherheitsanforderungen der Kreditkartenunternehmen (PCI DSS – Payment Card Industry Data Security Standard). Als unabhängiger technischer Dienstleister ist Datatrans nicht in den Geldfluss involviert und verspricht die reibungslose Zahlungsabwicklung und sichere Speicherung vertraulicher Daten.

Positionierung: Individuell statt Standard.

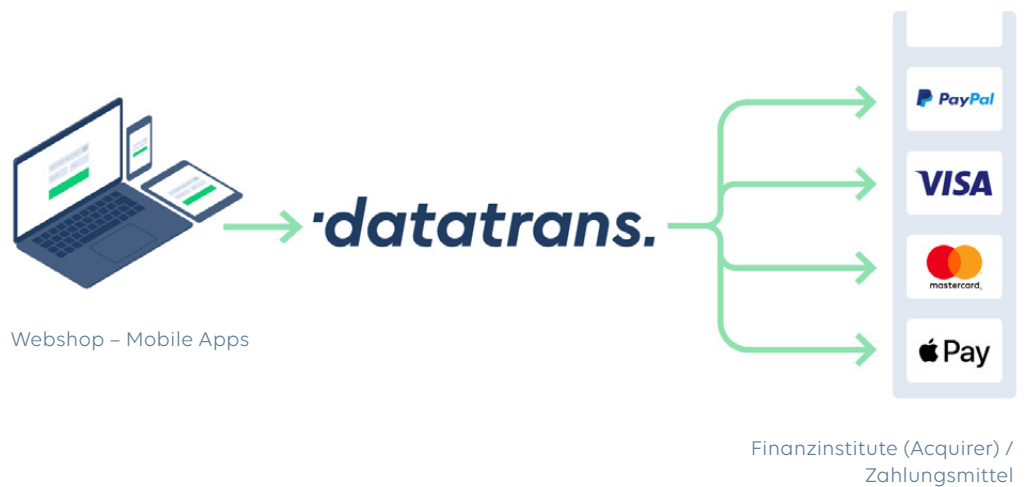
Seit fast 20 Jahren verfolgt das Unternehmen den Grundsatz «Konzentration der Kräfte» und positioniert sich damit als langjähriger Experte im E-Payment Processing. Mit der Betreuung und Beratung von über 4'500 internationalen Online-Händlern hat Datatrans bis heute wertvolle Erfahrungen und ein exzellentes Payment-Know-how aufgebaut. Statt mit herkömmlichen Standardprodukten begegnet der Schweizer Marktführer komplexen Branchenanforderungen mit individuellen Zahlungslösungen. Mit ihren «Advanced Payment Solutions» ist Datatrans bisher einzigartig im Markt.

Weiteres Alleinstellungsmerkmal: Als Schweizer Unternehmen ist Datatrans 100% neutral gegenüber Partnern und Dienstleistern. Damit erhalten Kunden grösste Unabhängigkeit. Sie können zum Beispiel ihre Finanzpartner frei wählen. Im Gegensatz zu anderen PSPs haben sie mit Datatrans Zugang zu über 15 Kreditkarten-Acquirern weltweit, die sie jederzeit auswechseln können, um die für sie besten Konditionen zu erzielen, ohne technische Anpassungen. In einem dynamischen Umfeld schnell Entscheidungen zu treffen, flexibel auf Markttrends zu reagieren und Kundenwünsche prompt umsetzen zu können, sind weitere Vorteile, mit denen sich Datatrans als langjähriger Marktführer behauptet.

Geschäftsmodell: Weniger Komplexität, mehr Sicherheit.

Das Datatrans-Geschäftsmodell basiert auf transaktionsbasierten Gebühren für die Zahlungsverarbeitung im Online-Handel. Dabei ist der PSP die Schnittstelle zwischen Online-Händler und Zahlungsmittelanbietern. Kunden profitieren, indem sie die zunehmende Komplexität der Zahlungsabwicklung und die steigenden Anforderungen an Sicherheit und Verfügbarkeit an die Schweizer Payment-Experten auslagern.

Wir machen Bezahlen zur Nebensache



Komplex, aber nicht kompliziert: Datatrans bietet ganzheitliche Payment Processing-Lösungen für die schnelle und einfache 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 (One-Click Checkout)
- PCI Proxy Tokenisierungslösung zur Vereinfachung der PCI Compliance

PCI DSS-Zertifizierung Level 1.



Für Payment Service Provider gilt die höchstmögliche 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 2019 hat der Schweizer PSP erneut den jährlichen PCI DSS Onsite Review bestanden und ist bis Mitte 2020 zertifiziert.

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



Im Dezember 2019 erhielt Datatrans erneut 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 2019

Die Highlights

■ Highlights 2019	13
■ Airlines & Travel	14
■ Events	15
■ Mobility	16
■ Retail	17
■ PCI Proxy	18
■ Datatrans Reconciliation Service	19
■ Subscription Management und Kryptowährungen	20
■ Authentifizierung: PSD2 und 3-D Secure 2	21
■ Neuer Datatrans Auftritt	22
■ Organisationsentwicklung	23
■ Über 4'500 Kunden und sechs neue Zahlungsmittel	24
■ Datatrans veröffentlicht 11. E-Commerce Report Schweiz	25

Highlights 2019

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

Whitepaper-Veröffentlichung

Thema: Die Herausforderungen und Lösungen im Zahlungsprozess unter PSD2, NDC und OneOrder für die Airline-Branche.

Developer Documentation

Jetzt online: Der smarte Payment-Guide für Entwickler und Integratoren.

PCI Proxy-Dashboard

Produkt selbst testen, anpassen, konfigurieren und loslegen – mit wenigen Klicks zur PCI Zertifizierung.

Digital Datatrans NEWS

Neueste Zahlungstrends, spannende Case Studies und aktuelle Regulatorien ab sofort digital verfügbar.

Corporate Identity

Datatrans punktet mit neuem Markenauftritt und Website-Relaunch.

Apple Pay Web

Datatrans integriert erste Desktop-Lösung auf dem Schweizer Markt.

Samsung Pay-Integration

Der Online-Marktplatz BRACK.CH integriert Samsung Pay und ist damit Vorreiter in der Schweiz.

Zahlungsmittel

Neu im Portfolio: Apple Pay, Amazon Pay, Klarna, LogPay, Reka, SwissPass ...

Kryptowährungen

Die Shopping-Plattform Digitec Galaxus nimmt erstmals Kryptowährungen in ihren Zahlungsmix auf.

Valora avec box

Der erste kassenlose Convenience Store der Schweiz setzt auf Datatrans mobile Zahlungslösungen.

Subscription-Economy

Datatrans macht mit neuer Zuora Plug-in Lösung wiederkehrende Zahlungen leicht.

Reconciliation Service

Vereinfacht den Abgleich sämtlicher Online-Zahlungen und reduziert Buchhaltungsaufwände.

3-D Secure 2.0

Datatrans erhält als erster Payment Service Provider der Schweiz 3-D Secure 2.0 Zertifizierung.

Digitale Wallets für Checkin/Checkout

Apple Pay und Google Pay sind auch für Apps ohne Benutzerinteraktion nach dem Checkout verfügbar.

Payment Button

JavaScript Library mit W3C Payment Request API für einfache Apple Pay- und Google Pay-Integration.

Airlines & Travel

Highlights: Internationale Neukunden, erfolgreiche Supporting NDC-Zertifizierung und Expertenpräsentation am Payment Day.



Niko Aust
Senior Consultant E-Payment

Mit der smarten Kombination aus Payment und PCI Proxy überzeugte Datatrans attraktive Neukunden aus der Airline & Travel-Branche. HolidayCheck AG beispielsweise reduzierte deutlich ihren PCI Scope, seit sensible Kartendaten bereits während der Eingabe tokenisiert werden und nicht mit ihren Systemen in Berührung kommen. Auch die Zahlungsverarbeitung wickelt der deutsche Reiseveranstalter vollständig über Datatrans ab.

Seit 2019 setzt auch TUI Deutschland mit sämtlichen Online-Plattformen auf die zuverlässige Zahlungsverarbeitung von Datatrans. Damit bietet das grösste Touristikunternehmen Europas seinen Kunden künftig auch alternative Zahlungsarten wie PayPal an. Mit der Rhein Neckar Air und der Lüneburg Air überzeugte der Schweizer Payment Service Provider zwei weitere Regional-Airlines von sich.

Die Beziehungen zu bestehenden Kunden konnten durch individuelle Anpassungen von Systemen und Features weiter vertieft werden. Besonders beim neuen Sicherheitsstandard unter PSD2 (Payment Service Directive) reagierte Datatrans prompt, etwa mit PSD2-konformen Zahlungen über EMV-Daten bei Verkäufen am Check-In-Schalter, so bei der Abrechnung von Übergepäck.



Mit der erneuten Supporting NDC-Zertifizierung der IATA (International Air Transport Association) unterstützt Datatrans die technische Kommunikation zwischen Fluggesellschaften und Reisebüros. Zahlreiche Carriers haben sich im letzten Jahr verpflichtet, 20% ihrer Verkäufe über NDC zu realisieren. Dadurch können Reisebüros künftig auf ein breiteres Produktangebot von Airlines zugreifen und mit Datatrans PCI Proxy ihre PCI Zertifizierung erheblich vereinfachen.

Auf dem «Payment Day 2019» in Frankfurt schloss Datatrans das Jahr mit einem Highlight ab. Vor einem breiten Fachpublikum präsentierten die Schweizer Payment-Experten einen umfangreichen Ausblick zu PSD2 und der damit verbundenen starken Kundenauthentifizierung (SKA). Die Ergebnisse zu den Herausforderungen im Zahlungsprozess für Airlines veröffentlichte Datatrans in einem Whitepaper, das auf Anfrage erhältlich ist.

Events

Highlights: Transaktionswachstum, Abwicklung unterschiedlicher Zahlungsarten über eine Schnittstelle und diverse Anbindungen an eine Vielzahl europäischer Finanzdienstleister.



Christoph Ryser
Senior Consultant E-Payment

Die verarbeiteten Transaktionen im Event-Bereich, darunter Kinos, Ticketing-Plattformen und Anbieter von Ticketing-Software für Sport- und Kultur-Events, konnten 2019 um 7% gesteigert werden. Grösstes Wachstum erzielte Datatrans mit Kunden, die Ticketing-Software «as a Service» anbieten. Bestehende Beziehungen zu langjährigen Kunden wurden ausgebaut, zum Beispiel mit der Begleitung ihrer Expansion ins Ausland.

Im Geschäftsjahr 2019 profitierten Ticketing-Software-Anbieter vor allem von der Vereinheitlichung unterschiedlicher Zahlungsarten über eine Schnittstelle zu Datatrans sowie von der Anbindung an eine Vielzahl europäischer Zahlungsdienstleister.

Aus regulatorischen Gründen dürfen Anbieter von Ticketing Software nicht in den Geldfluss involviert sein. Stattdessen werden Ticketverkäufe dem Veranstalter direkt vom Finanzdienstleister (Kreditkarten-Acquirer, PayPal, Klarna, etc.) vergütet. Mit der Integration des unabhängigen Payment Service Providers Datatrans bekommen Ticketing-Software-Anbieter künftig grösste Flexibilität und können ohne technische Anpassungen die von ihren Kunden gewünschten Zahlungsarten und Finanzdienstleister anbieten.

Mobility

Highlights: Branche verdoppelt ihr Wachstum, öffentlicher Personenverkehr punktet mit digitalem Vertrieb, Technologie-Anbieter profitieren von einfach zu integrierender Payment-Schnittstelle.



Christoph Ryser
Senior Consultant E-Payment



Digital Charging Solutions wickelt
sämtliche Zahlungsarten über
nur eine Schnittstelle ab –
dank Datatrans.

Öffentlicher Personenverkehr, Parking, Elektromobilität, Carsharing: Die Mobility-Branche zeigte 2019 unter allen Kundensegmenten das grösste Wachstum. Die Anzahl der verarbeiteten Transaktionen konnte im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 50% gesteigert werden.

Der grösste Anteil wurde durch Kunden im öffentlichen Personenverkehr erzielt, vor allem durch den vermehrten Verkauf von ÖV-Tickets über das Smartphone. Im Gegensatz zu anderen Bereichen liegt der öffentliche Personenverkehr im digitalen Vertrieb weit vorn. Das Potential ist aber noch lange nicht ausgeschöpft.

Durch die Digitalisierung und die Verbreitung neuer Technologien vernetzen sich Unternehmen und führen ihre Mobilitätsangebote zusammen. Die Konsequenz: Technologie-Anbieter benötigen einfach zu integrierende Payment-Schnittstellen zur sicheren Zahlungsabwicklung in Mobilitäts-Apps. Hierzu bieten wir ausgeklügelte «In App Payment Lösungen» an, die einen sehr benutzerfreundlichen Checkout ermöglichen.

Datatrans ist als unabhängiger Payment Service Provider an verschiedene internationale Zahlungsmittelanbieter (PayPal, Klarna, Amazon Pay, etc.) sowie an Kreditkarteninstitute und lokale Zahlungsarten (TWINT) angebunden. Davon profitieren vor allem Anbieter, die ihre Mobility-Kunden über eine Payment-Schnittstelle bedienen wollen. Das Ergebnis: Grösste Flexibilität, freie Acquirer-Wahl und schnelle Reaktionszeiten – ganz ohne technische Anpassungen.

Retail

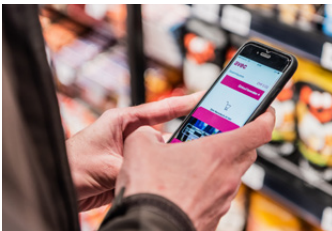
Highlights: Starker Wachstumstrend, neue digitale Einkaufserlebnisse, erstes Blockchain-basiertes Zahlungsmittel im E-Commerce.



Béatrice Gloor
Senior Consultant E-Payment

Die Retail-Branche hat im letzten Jahr stark zugelegt. Der Grund: Die fortschreitende Digitalisierung und deren Chancen und Herausforderungen. Das Internet steht rund um die Uhr für Einkäufe offen. Neue Technologien machen Abläufe effizienter. Mobile Geräte verbessern das Einkaufserlebnis. Zudem wächst bei Händlern der Anspruch Kundenwünsche zu erfüllen, Absatzkanäle zu verbinden und Prozesse zu vereinfachen – ohne auf Datenschutz und Sicherheit zu verzichten.

Themen wie Seamless Payment, Digital Wallets, Kosten- und Flow-Optimierungen durch 3-D Secure 2.0 standen 2019 klar im Fokus. Ausserdem hat die Branche mit neuen FutureStore Concepts («Läden der Zukunft») eine Verschiebung vom klassischen POS zum persönlichen mPOS erlebt. Mit dem ersten kassenlosen Convenience Store der Schweiz (avec box) und dem Innovationskiosk (avec X) hat Datatrans im Geschäftsjahr zwei bedeutende Payment-Projekte in diesem Segment mitlanciert.



avec box von Valora: Der erste kassenlose Convenience Store der Schweiz setzt auf Datatrans Zahlungslösungen.

Im Food & Delivery-Bereich drängten Plattformen stärker und schneller in den Markt. Ihre Lösungen trafen auf Trends wie hohe Skalierbarkeit und Shared Economy. Auch Entwicklungen wie mieten statt kaufen und Abo- statt Einmal-Zahlungen sorgten für ein Umdenken im Payment. Seit sich Issuer den generischen Wallet-Anbietern wie Apple Pay und Samsung Pay geöffnet haben, ergaben sich auch hier neue Einsatzmöglichkeiten für Händler. In einem gemeinsamen Projekt mit BRACK.CH und Samsung Pay bewies Datatrans, dass die Wahl der richtigen Wallet-Lösung erfolgsentscheidend ist. Weiteres Highlight: Mit der Einführung von Kryptowährungen hat Datatrans als erster Payment Service Provider der Schweiz ein asynchrones Blockchain-basiertes Zahlungsmittel E-Commerce-fähig gemacht.

Fakt ist, der Handel bleibt weiter im Wandel. Neue Geschäftsmodelle werden auch 2020 die Branche bewegen. Datatrans begleitet Retail-Kunden mit agilen und skalierbaren Payment-Lösungen und den Versprechen: Weniger Aufwand, höhere Conversion und im Wettbewerb die Nase vorn.

Info

Weitere Informationen zu Kundenlösungen finden Sie unter:
www.datatrans.ch/de/case-studies

PCI Proxy

Highlights: Akquisitionserfolge in der Mobility-, Fintech- und Insurance-Tech-Branche, PCI Proxy Dashboard für mehr Transparenz und Usability, neues Feature für 3-D Secure-Authentifizierungen.



Sascha Huwyler
Market Development Manager

Sicherheit, Datenschutz und Risikoauslagerung waren 2019 Top-Themen. Mit der Tokenisierungslösung PCI Proxy lieferte Datatrans eine smarte Antwort und konnte dank der hohen Nachfrage den Umsatz in diesem Bereich im Geschäftsjahr mehr als verdoppeln. Auch das gesunde Wachstum bestehender Kunden, vor allem in der Touristik-Branche, wirkte sich positiv auf das Ergebnis aus. Die grössten Akquisitionserfolge im PCI Proxy Team waren internationale Konzerne wie Rakuten, TUI Deutschland und Porsche. Darüber hinaus konnte Datatrans eine Vielzahl junger, aufstrebender Start-ups und etablierte Kleinunternehmen von ihren Wertversprechen überzeugen.

Neben dem beachtlichen Umsatzwachstum erschloss Datatrans mit PCI Proxy weitere Absatzmärkte und etablierte sich in neuen erfolgversprechenden Branchen wie Mobility, Fintech und Insurance-Tech. Damit beweist das Unternehmen die branchenübergreifenden Anwendungsmöglichkeiten ihrer Lösung und die steigende Nachfrage ausserhalb der Tourismus-Branche.

Weiteres Highlight war der technische Ausbau der PCI Proxy-Plattform. Um die Transparenz und Usability zu stärken, lancierte das Team ein neues PCI Proxy Dashboard, in dem Anpassungen und Konfigurationen eigenständig vom Kunden durchgeführt werden – vom Testlauf des Produkts bis zur sauberen PCI Compliance.



Mehr auf

www.pci-proxy.com

Mit dem neuen Feature 3-D Secure 2.0 Authentication Only erfolgen 3-D Secure-Authentifizierungen zum Zeitpunkt der Buchung über Datatrans, während die nachgelagerte Abrechnung über den gewohnten Anbieter abgewickelt werden kann. Der Effekt: Datatrans-Kunden führen auch in Zeiten von PSD2 ihre bestehenden Zahlungsprozesse weiter und brauchen keinen Rückgang ihrer Conversion zu befürchten.

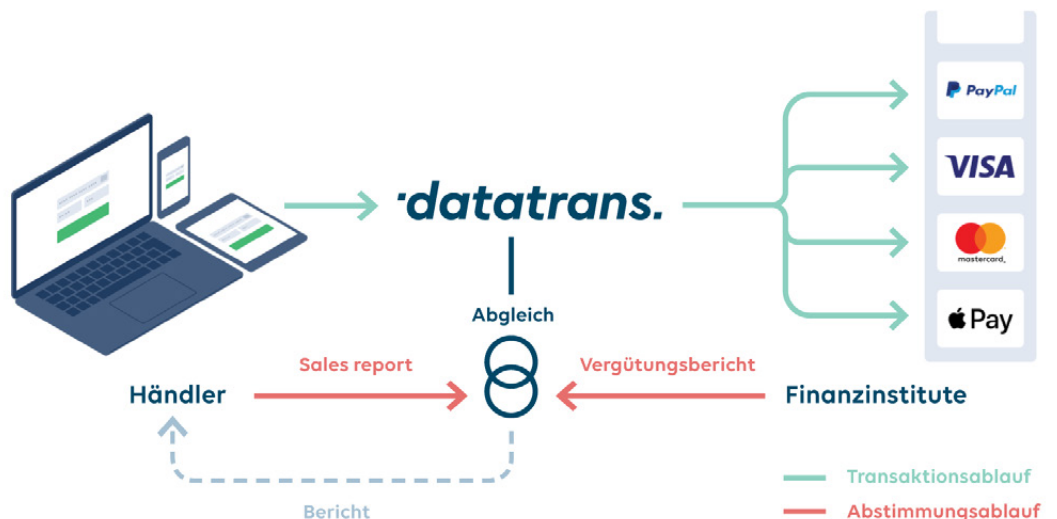
Das Geschäftsjahr war von regulatorischen Vorgaben geprägt, die hohe Kosten mit sich zogen und Unternehmen jeglicher Grösse vor komplexe Aufgaben stellten. Strengere Anforderungen bei PCI DSS, PSD2 oder DSGVO werden die Situation 2020 weiter verschärfen. Themen wie Compliance und Security bleiben brisant. Datatrans nimmt sich den Herausforderungen an und hat mit der Auslagerungsmöglichkeit und Tokenisierung von sensiblen Daten bereits einen Lösungsansatz gefunden. Das vereinfacht Kunden die Compliance und verhindert Datendiebstahl, indem ihre Systeme nicht mehr mit sensiblen Informationen in Berührung kommen.

Datatrans Reconciliation Service

Ganzheitliche Zahlungslösungen, einfache Payment-Prozesse: Um ihren Grundsatz weiter zu stärken, launchte Datatrans im Oktober 2019 den Reconciliation Service.

Das Ziel: Sämtliche Online-Transaktionen, selbst über verschiedene Kanäle, Zahlungsmittel und sogar Acquirer eines Kunden, werden im Datatrans Backoffice Tool automatisch mit den tatsächlichen Zahlungseingängen abgeglichen.

Fehlende Auszahlungen oder abweichende Beträge sind schnell erkannt und transparent aufbereitet. Besonders Händler mit grossen Bestellzahlen konnten dank des Reconciliation Services Fehlerquellen schneller erkennen und ihre Aufwände in der Buchhaltung bereits deutlich reduzieren.



Subscription Management und Kryptowährungen

Datatrans & Zuora:

Eine Erfolgsgeschichte im Subscription Management.



Datatrans unterstützt Unternehmen der Subscription Economy mit neuem Zuora Plug-in und macht wiederkehrende Zahlungen leicht.

Um ihren Kunden den Einstieg in die Welt der Subscription Economy zu erleichtern, hat Datatrans mit dem amerikanischen Softwareunternehmen Zuora eine «Tokenized Payment Gateway App» entwickelt. Mit dem Standard Plug-in können Kunden Zuora nutzen und gleichzeitig Datatrans als Payment Gateway integrieren – ohne technische Hürden.

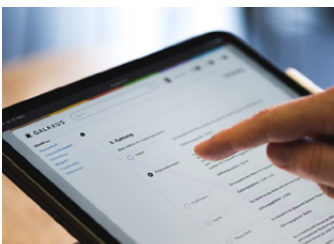
Durch die neue Flexibilität können Preismodelle exakt auf die Bedürfnisse der User zugeschnitten und komplexe Preiskonstrukte wie Dynamic Bundling abgebildet werden. Die Zahlungsabwicklung selbst wird vollständig an das Datatrans Payment Gateway ausgelagert und erfolgt bequem, sicher und nahtlos im Hintergrund. Vorteil: Kunden können weiterhin ihren lokalen Acquirer oder ihr gewohntes Zahlungsmittel nutzen.

Kryptowährungen:

Die neuen Zahlungsmittel im E-Commerce.



Im März 2019 akzeptierte der grösste Schweizer Online Händler Digitec Galaxus Kryptowährungen als Zahlungsmittel und war damit einer der ersten in der Schweiz. Neben Bitcoins können Kunden ihre Einkäufe auch mit Altcoins wie Ethereum, Ripple oder Litecoin bezahlen. Sämtliche Transaktionen wickelt Datatrans ab.



«Kryptowährungen faszinieren und könnten im E-Commerce künftig zu einem relevanten Zahlungsmittel werden», sagte Oliver Herren, CIO und Mitgründer von Digitec Galaxus. Anfangs schien die neue Zahlungsoption eher eine Marketing-Aktion und aufgrund ihrer frühen Technologie nicht massentauglich zu sein. Doch die neue Zahlungsart fand bei Usern grossen Anklang. In enger Zusammenarbeit mit dem dänischen Finanzdienstleister Coinify wurden Kryptowährungen für den E-Commerce weiter optimiert und mittlerweile als Standardlösung für weitere Händler ausgerollt.

Senior E-Payment Consultant Béatrice Gloor sieht die Datatrans Kryptowährungslösungen als spannenden Mix im Zahlungsmittelportfolio: «Mit Kryptowährungen und Blockchain können innovative Händler neue Zielgruppen und Geschäftsfelder erschliessen und ihr Angebot bereichern. Für 2020 haben wir schon die nächsten Projekte in der Pipeline und werden weitere vielversprechende Use Cases in diesem Bereich aufbauen.»

Authentifizierung: PSD2 und 3-D Secure 2

Anfang 2018 ist die Europäische Zahlungsdienstrichtlinie PSD2 verbindlich in Kraft getreten. Ziel: Technische Innovationen im Zahlungsverkehr zu stärken und gleichzeitig die Zahlungsabwicklung zu vereinfachen sowie die Rechte und Sicherheit von Verbrauchern zu schützen.



Zu den neuen Richtlinien gehört seit letztem Jahr auch die starke Kundenauthentifizierung (SKA). Danach müssen sich User bei Online-Käufen künftig mit mindestens zwei Faktoren unterschiedlicher Kategorien ausweisen, wie Passwort, Zahlencode und biometrische Daten, z.B. Fingerabdruck oder Gesichtserkennung. Besonders letzteres bekommt im mobilen E-Commerce aufgrund der schnellen Authentifizierung eine immer grössere Bedeutung.

Vorteile von 3-D Secure 2

- Einfacher Zahlungsvorgang ohne Kartenregistrierung.
- Intelligente Betrugsabwehr und Frictionless Flow.
- Vollständige Integration in Webshops und mobile Apps möglich.

Am 14. September 2019 traten ebenfalls die neuen technischen Standards unter PSD2 SKA in Kraft. Dies mit dem Zweck, den Zahlungsverkehr in der EU für Verbraucher und Händler sicherer und einfacher zu gestalten. Stattdessen wurde es erstmal kompliziert: Die Frist wurde zwar beibehalten, doch wurden Transaktionen ohne starke Kundenauthentifizierung von den meisten nationalen Aufsichtsbehörden zunächst nicht sanktioniert.

Am 17. Oktober folgte die erwartete Stellungnahme der EBA (European Banking Authority) mit einer Empfehlung zu neuen Übergangsfristen. Bis April 2020 sollen die nationalen Aufsichtsbehörden eine Bestandsaufnahme zur Erfüllung der SKA-Anforderungen aller Marktteilnehmer vornehmen und bis spätestens 31. Dezember 2020 müssen die Pläne entsprechend europaweit umgesetzt sein.

Datatrans führend mit 3-D Secure 2 in der Schweiz.



Die internationalen Kreditkartenorganisationen lancierten über das gemeinsame Standardisierungsgremium EMVCo den neuen Authentifizierungsstandard 3-D Secure 2.0. Dieses Verfahren erlaubt die Implementierung der SKA und deren Ausnahmeregelungen nach den Vorgaben von PSD2.

Datatrans konnte sich mit Expertenwissen und schnellen Reaktionszeiten einen Vorsprung sichern. Als erster Payment Service Provider der Schweiz und einer der ersten PSPs weltweit wurde Datatrans von den grossen Kreditkarten-Schemes für 3-D Secure 2.0 zertifiziert.

Neuer Datatrans Auftritt «Advanced Payment Solutions»

Neue Corporate Identity & Website Relaunch.



Der neue Markenauftritt startete mit dem Launch einer responsive Website mit optimierter Navigationsstruktur und zog sich in den folgenden Monaten durch sämtliche Kanäle wie Newsletter, Inserate und weitere Kommunikationsmittel. Die frische Farb-, Form- und Sprachwelt unterstützt die hohe Kompetenz, Vertrauenswürdigkeit und Innovationskraft des Schweizer Technologieunternehmens. Ausserdem konnte sich Datatrans noch klarer vom Wettbewerb differenzieren und bei Kunden als verlässlicher Partner positionieren.

Datatrans NEWS – jetzt digital.



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

Mit der Umstellung vom Print-Newsletter auf digital NEWS sorgte Datatrans nicht nur für mehr Nachhaltigkeit, sondern auch dafür, dass Kunden und Partner in Zukunft noch zeitnaher über die wichtigsten Payment-Themen informiert sind. Neueste Zahlungstrends, spannende Case Studies und aktuelle Regulatorien können seit Ende des Jahres bequem vom Smartphone aus abgerufen werden. Im Zuge der Umstellung wurden auch Themen wie Content Marketing und Social-Media strategisch und inhaltlich neu ausgerichtet.

Neue Developer Documentation.



Mit dem Relaunch der Website finden Entwickler eine neue technische Dokumentation mit allen relevanten Informationen. Jedes Zahlungsmittel wird detailliert vorgestellt und ist schnell dank vieler Copy & Paste-Beispiele ausprobiert. Ob das Alias-Konzept oder die Mobile SDK unterstützt werden, lässt sich beispielsweise auf einen Blick erfassen. Links zur API Reference, zum Download der Mobile SDK und zum Datatrans GitHub Account sind weitere wichtige Angebote, von denen Entwickler und Integratoren profitieren.

Mehr auf

<https://docs.datatrans.ch>

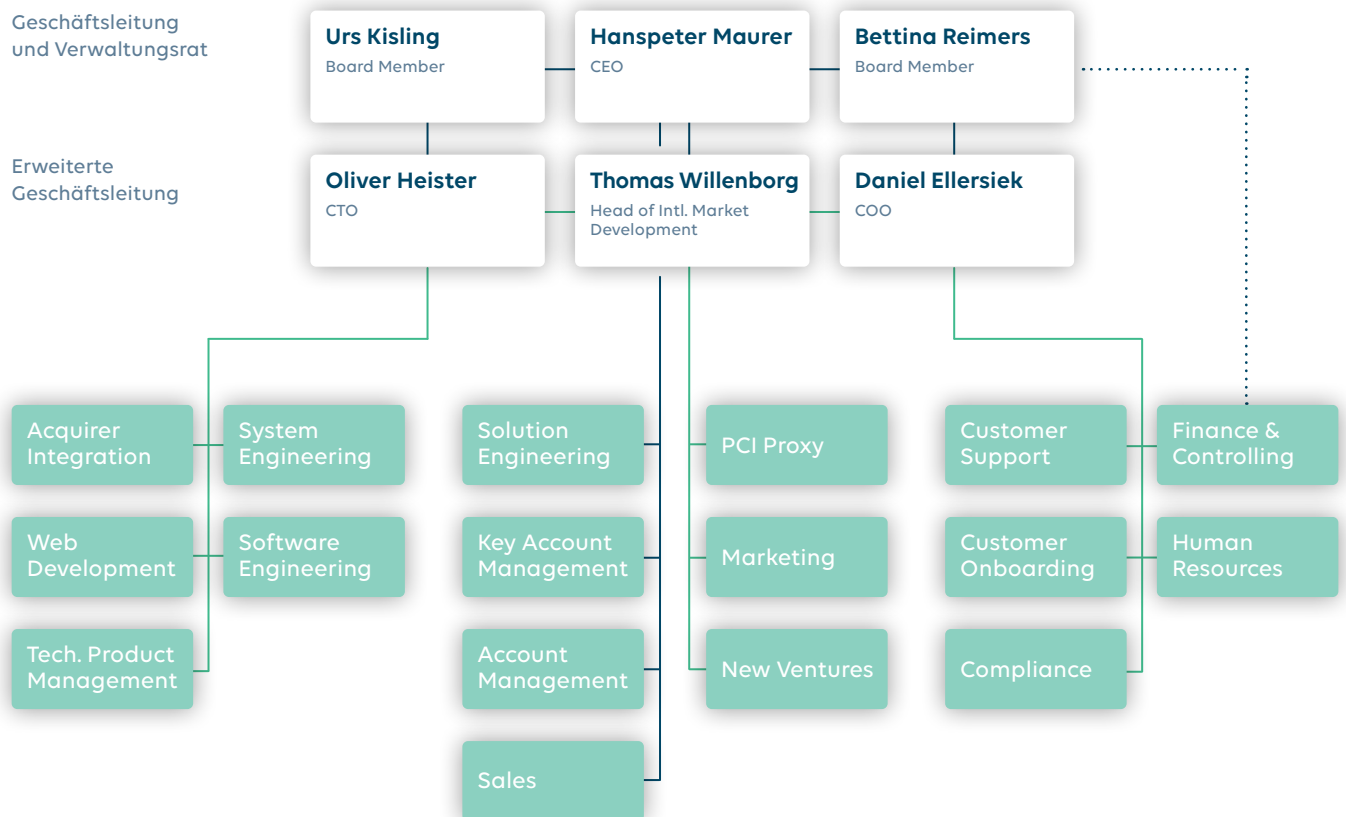
<https://api-reference.datatrans.ch>

<https://github.com/datatrans>

Organisationsentwicklung

Um dem positiven operativen Ergebnis und den steigenden Kundenbedürfnissen gerecht zu werden, investierte Datatrans in den Ausbau der Organisation.

Neben der Erweiterung der Geschäftsleitung wurden zusätzliche Spezialisten eingestellt. Per 31. Dezember 2019 beschäftigt Datatrans 50 Mitarbeitende, von denen fünf im Ausland tätig sind.



Die wichtigsten Änderungen im Überblick

- Erweiterung der Geschäftsleitung im Frühjahr 2019
- Professioneller Ausbau des Kunden-Supports
- Personelle Verstärkung im Geschäftsbereich PCI Proxy
- Restrukturierung des Sales-Teams und Positionierung eines «Head of Sales»
- Umstrukturierungen im Bereich Account Management
- Ausbau der Kommunikation mit dem Eintritt eines Marketing Managers
- Verstärkung des Frontend-Entwicklerteams
- Ausbau des Bereichs System Engineering
- Ausbau des Bereichs Backend-Entwicklung

Über 4'500 Kunden und sechs neue Zahlungsmittel

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 2019 wurden sechs neue Zahlungsmittel aufgeschaltet:

Neue Zahlungsmittel

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



Datatrans veröffentlicht

11. E-Commerce Report Schweiz

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



Zum elften 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-Händler dokumentiert. Ziel ist es, neue Trends im E-Commerce aufzuzeigen sowie eine Informationsbasis für neue Innovationen rund ums Payment zu schaffen.

Das Schwerpunktthema im aktuellen Report drehte sich um die vernetzte Angebotswelt im Jahr 2025. Mehr auf: www.e-commerce-report.ch.

Weitere Sponsoring-Engagements:



bestofswissweb.ch



bestofswissapps.ch



ecommerce-award.ch



Finanzen

12 Mrd. Handelsvolumen

- 126 Mio. Transaktionen mit über 12 Mrd. CHF Handelsvolumen 27
- Datatrans PCI Proxy erzielte Konvertierungswachstum von 137% 28
- Zahlungsmittel und Währungen 29

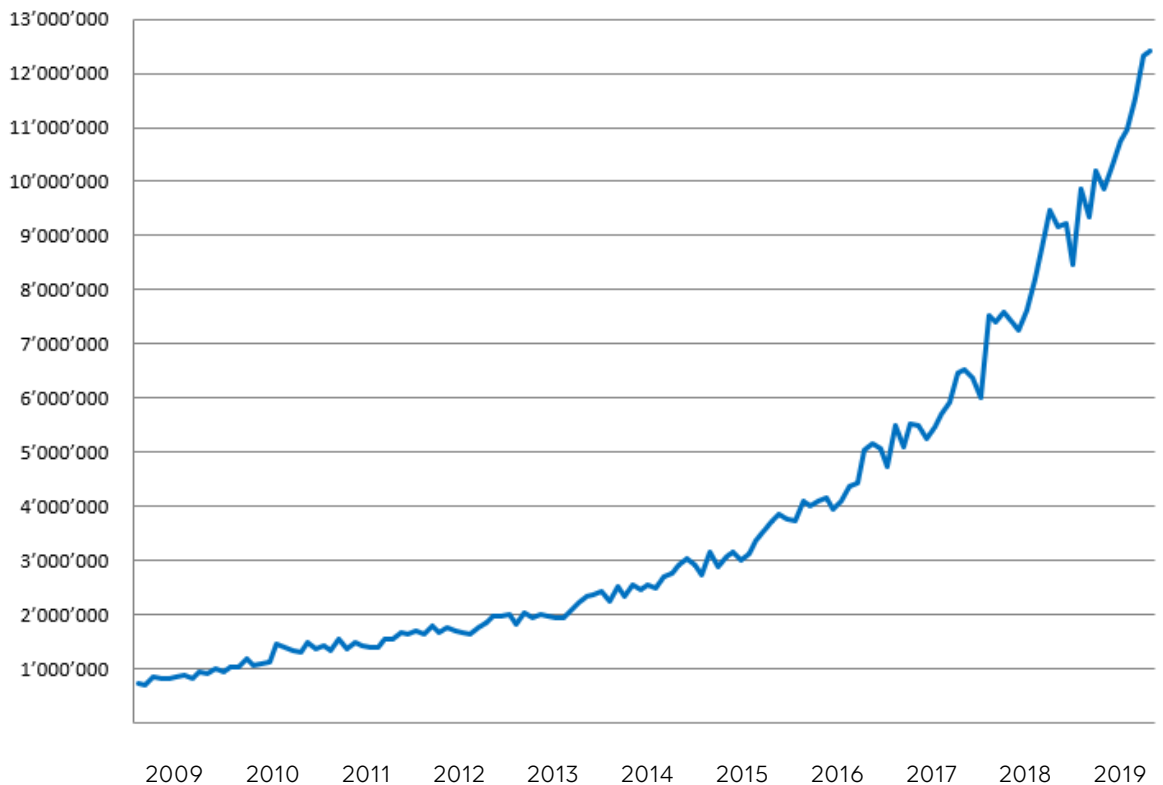
126 Mio. Transaktionen mit über 12 Mrd. CHF Handelsvolumen

Das Wachstum der gesamthaft verarbeiteten
E-Commerce-Transaktionen lag 2019 bei + 35%.

Im Geschäftsjahr 2019 wickelte Datatrans AG weltweit 126 Millionen E-Commerce-Transaktionen über virtuelle Terminals ab. Damit erzielte der Schweizer Marktführer ein Wachstum von 35% im Vergleich zum Vorjahr. Besonders profitierte Datatrans vom starken Wachstum bei Ticketverkäufen im öffentlichen Verkehr.

Der positive Trend bei E-Commerce-Transaktionen setzt sich weiter fort.

Monatliche Transaktionsentwicklung 2009 – 2019



Die Datatrans-Zahlungsplattform verarbeitete 2019 ein E-Commerce-Handelsvolumen von rund 12 Mrd. CHF. Davon wurden rund 6,3 Mrd. in Schweizer Franken, 3,8 Mrd. in Euro und 1,8 Mrd. in anderen Währungen (vor allem US-Dollar und Britische Pfund) abgewickelt.

Die Verfügbarkeit der Datatrans-Systeme lag 2019 erneut bei 99,99%.

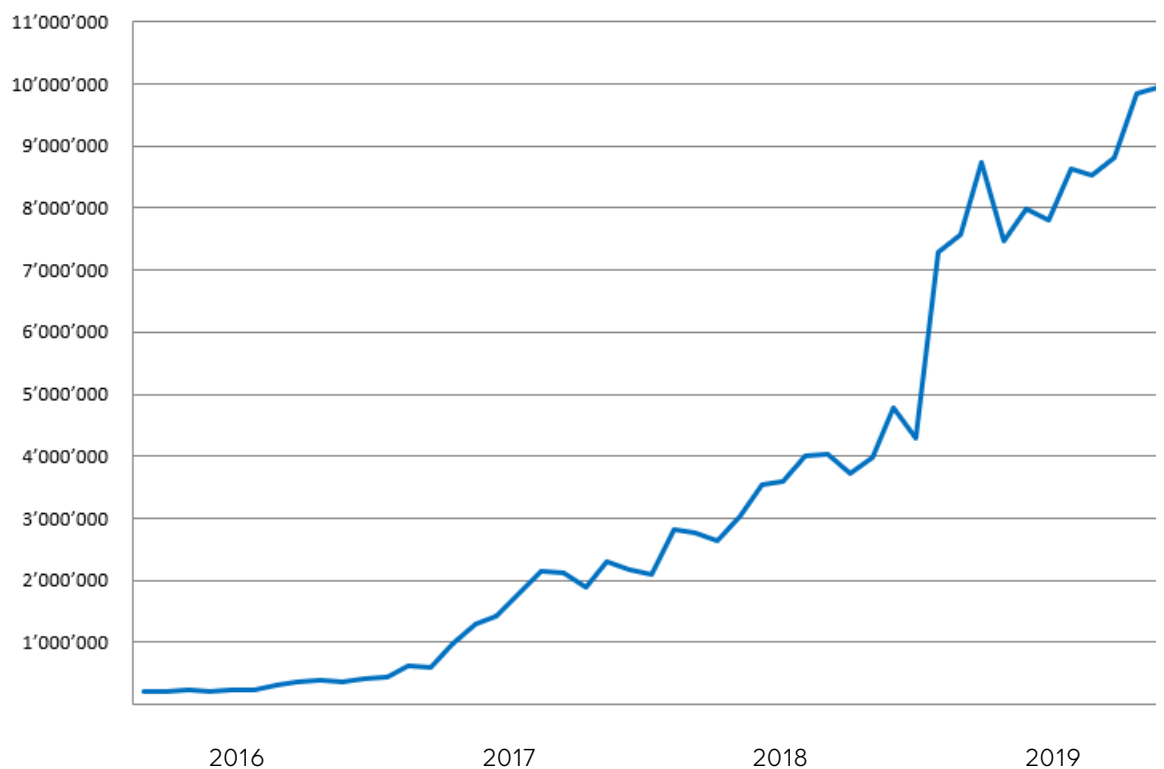
Datatrans PCI Proxy erzielte Konvertierungswachstum von 137%

Mit über 102 Mio. Konvertierungen hat sich der neue Geschäftsbereich PCI Proxy 2019 stark weiterentwickelt.



Das Wachstum gegenüber dem Vorjahr lag bei 137%. Das positive Ergebnis wurde vor allem dank bedeutender Neu-Akquisitionen sowie erfreulichen Geschäftsentwicklungen bestehender Kunden erzielt. Im Zuge der positiven Entwicklung wird das Leistungsangebot im PCI Proxy Team 2020 ausgebaut und an neue Branchen und Business-Modelle angepasst.

Monatliche Konvertierungsentwicklung im Bereich PCI Proxy 2016 – 2019

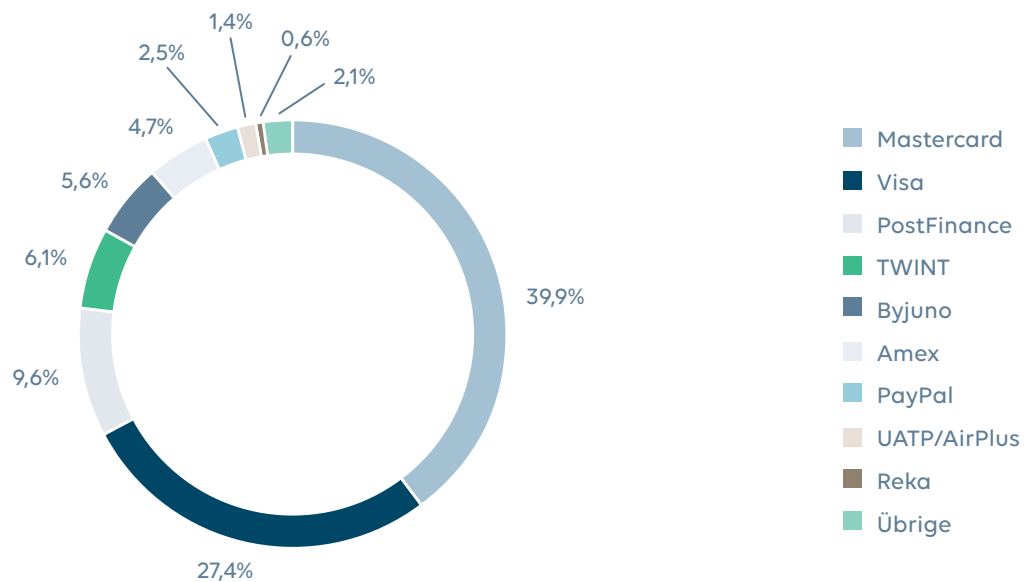


Zahlungsmittel und Währungen

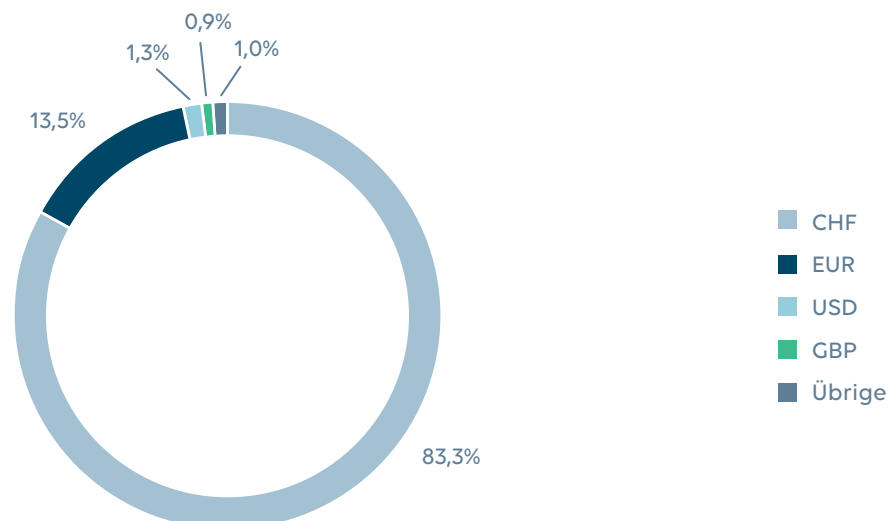
Mit einem Transaktionsanteil von insgesamt 67% sind Mastercard und Visa weiterhin die beliebtesten Zahlungsmittel (Mastercard: 39,9%, Visa: 27,4%) in der Schweiz.

In der Schweiz ebenfalls von Bedeutung sind PostFinance mit 9,6%, TWINT mit 6,1%, Byjuno mit 5,6%, American Express mit 4,7% und PayPal mit 2,5% Transaktionsanteil. Über diese sieben Zahlungsmittel wurden 2019 95,9% aller Transaktionen verarbeitet.

Zahlungsmittel (Anteil Transaktionen 2019)



Währungen (Anteil Transaktionen 2019)



83,3% der Transaktionen werden in CHF abgewickelt, weitere 13,5% in EUR und rund 3,2% in anderen Währungen.



Schlusswort & Ausblick 2020

Schlusswort & Ausblick 2020

«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

Gestärkt vom herausragenden Ergebnis 2019 und einem weiterhin positiven Geschäftsverlauf in den ersten Monaten des neuen Jahres, sahen wir uns Ende März 2020 mit dem Coronavirus konfrontiert. In fast 20 Jahren Datatrans haben wir gelernt, dass es nicht immer nur gradlinig nach oben gehen kann, sondern irgendwann eine nächste Krise kommt. Deshalb haben wir in guten Zeiten entsprechend vorgesorgt und jedes Jahr Reserven gebildet. Von dieser vorausschauenden Unternehmensführung profitieren wir jetzt.

Neben unserer wirtschaftlichen Stabilität geniessen wir auch in Zeiten wie diesen den 100%igen Rückhalt unserer 52 Mitarbeitenden. Bereits seit Anfang März sind alle Teams auf ihren Remote-Arbeitsplätzen im Einsatz und stehen im engen Austausch. Daily Talks, Workshops und Standup-Meetings laufen mit Slack und Zoom reibungslos. Unsere Prioritäten haben wir an die aktuelle Lage angepasst, doch unsere Werte haben weiter Bestand: Verlassen Sie sich auf gewohnte Erreichbarkeit, schnelle Entscheidungswege und hohe Flexibilität, wenn es um die Umsetzung Ihrer Wünsche geht.

Wie sich die kommenden Monate entwickeln, können wir nur mutmassen. Wir sind aber zuversichtlich, dass sich die Lage bald entspannen wird. Bis dahin passen wir uns flexibel an die aktuellen Marktentwicklungen an und führen unsere Teams mit gewohnter Achtsamkeit und Weitsicht.

Tatsache ist, die Corona-Krise wird die Art wie Menschen einkaufen und bezahlen für immer verändern. Der bisher noch zurückhaltende Einsatz kontaktloser Zahlungsmethoden und innovativer Wallet-Lösungen erlebte in den letzten Wochen einen starken Aufschwung. Grosse Schweizer Einzelhändler verzeichneten bereits Ende März 20% mehr Karteneinsatz im Vorortgeschäft. Es ist davon auszugehen, dass sich die kontaktlosen Bezahlösungen weiter etablieren. Auch das Hantieren mit Bargeld und Zahlgeräten könnte im Zuge verstärkter Hygienemassnahmen langfristig abnehmen. Davon profitieren besonders Anbieter von neuen innovativen Lösungen, wie beispielsweise «Scan & Pay».

Fazit: Das Online-Geschäft erhält durch diese Krise starken und nachhaltigen Aufwind. Viele Menschen erleben, wie der Kauf vom Kosmetikprodukt bis zur Computerhardware über digitale Plattformen reibungslos funktioniert. Aus einer Not wird Gewohnheit. Wir gehen davon aus, dass der Trend, Dinge des täglichen Gebrauchs dank einfacher Zahlprozesse bequem online zu kaufen, auch nach der Krise weiter anhält.

Einige Branchen erleben aufgrund der aktuellen Restriktionen zurzeit einen deutlichen Rückgang, andere Kunden im Bereich Food, Retail und Telekommunikation hingegen einen Aufwärtstrend. Grosse US-Food-Delivery-Ketten beispielsweise erzielten im März eine Verdopplung bis Verdreifachung ihres Transaktionsvolumens. Auch innovative Schweizer Lebensmittel-Lieferdienste sind auf dem Vormarsch.

Die Verschiebung von Schwerpunkten zeigt: Viele Unternehmen werden in der Krise gezwungen, sich mit neuen Technologien auseinanderzusetzen. Hochschulen stellten innerhalb weniger Tage auf Distance-Learning um, weltweit vernetzte Firmen bauen ihre Remote-Arbeitsplätze aus und bisher analoge Geschäfte finden jetzt ihren digitalen Anschluss. Neben vielen Abwärtsentwicklungen eröffnen Krisenzeiten gleichzeitig zahlreiche Chancen für neue Unternehmen und Geschäftsideen. Auch Datatrans gäbe es nicht ohne die Dotcom-Blase im Jahr 2000. Damals setzten wir als einer der ersten Anbieter auf Online-Zahlungen und trafen damit den Nerv der Zeit. In diesem Sinne: Wir waren und sind in Krisenzeiten gut aufgestellt. Die nächsten Monate werden wir mit Ausdauer und Innovationskraft bestehen und bleiben als starker und zuverlässiger Partner wie gewohnt an Ihrer Seite.

**Textredaktion**

Lena Nasdal
www.lena-nasdal.ch

Bilder

Johannes Diboky
www.johannesdiboky.com

Gestaltung

Mathias Goetz
www.matgoetz.ch

Druck

Künzle Druck AG
www.kuenzledruck.ch

