

# The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

von Lily Varon

23. September 2020

## Warum Sie diesen Bericht lesen sollten

In unserer 23-Kriterien-Bewertung von Zahlungsanbietern für Händler haben wir die 10 wichtigsten Anbieter eingehend analysiert und bewertet: ACI Worldwide, Adyen, Cybersource, Fiserv, Global Payments, J.P. Morgan, PayPal, Stripe, Worldline und Worldpay from FIS. In diesem Bericht gehen wir näher auf die Ergebnisse unserer Evaluierung ein. Er unterstützt Entscheidungsträger bei der Auswahl eines geeigneten Anbieters im Rahmen ihrer digitalen Geschäftsstrategie.

## Die wichtigsten Schlussfolgerungen

### **Stripe und Adyen belegen die Plätze 1 und 2**

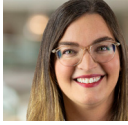
Im Rahmen der Forrester Wave™ Analyse erwiesen sich Stripe und Adyen als marktführend. Fiserv, Worldpay from FIS, PayPal, Worldline und J.P. Morgan gelten als Strong Performer, Global Payments sowie Cybersource als Contender.

### **Skalierbarkeit, Technologie und Innovationsgeschwindigkeit als wichtige Unterscheidungsmerkmale**

Während globale Händler Skalierungsziele und die lokale Relevanz ihrer Zahlungserlebnisse in Einklang bringen müssen, benötigen Omnichannel-Händler Konsolidierungs- und nahtlose Zahlungsmöglichkeiten. Tech-Forward-Händler wiederum wünschen sich Zahlungsdienstleister, die mit dem Tempo der Veränderungen Schritt halten. Selten kann ein Zahlungsanbieter all diese Anforderungen heutzutage perfekt erfüllen.

# The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden



von [Lily Varon](#)

mit [Fiona Swerdlow](#), Sara Sjoblom, Nicole Murgia und Nicole Lesperance

23. September 2020

## Inhaltsverzeichnis

- 2 Händler wägen Kosten, Funktionsumfang und Innovativität von Zahlungsanbietern ab
- 3 Bewertungsübersicht
- 7 Produkte der Anbieter
- 7 Anbieterprofile
  - Leader
  - Strong Performer
  - Contender
- 13 Bewertungsübersicht
  - Kriterien für die Anbieterauswahl
- 14 Zusätzliches Material

## Zugehörige Forschungsdokumente

[COVID-19, Contactless Payments, And Retailer Concerns: \(COVID-19, kontaktlose Zahlungen und Handelsfragen:\) Der Status der Zahlungen in den USA](#)

[Now Tech: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020](#)

[State Of Alternative Payments Acceptance In US Retail \(Status der Akzeptanz alternativer Zahlungsmöglichkeiten im US-Einzelhandel\)](#)



**Geben Sie Berichte an Kollegen weiter.**

Erweitern Sie Ihre Mitgliedschaft mit Research Share.

**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

## Händler wägen Kosten, Funktionsumfang und Innovativität von Zahlungsanbietern ab

Zahlungen sind das unsichtbare Unbezahlbare. Unsichtbar, weil die besten Zahlungserfahrungen schnell, benutzerfreundlich und zunehmend kaum wahrnehmbar sind. Unbezahlbar, weil Händler – es liegt in der Natur der Sache – auf Zahlungen angewiesen sind, um Geld zu verdienen. Problematischerweise erweist sich die Gemengelage für Zahlungen als besonders komplex: Man trifft auf ein Sammelsurium alter und neuer Technologien, strenge Vorschriften und ständig neue Mandate, Akteure und Geschäftsmodelle.

Globale Händler möchten die Zahlungsakzeptanz skalieren und lokal relevant gestalten. Omnichannel-Händler möchten Zahlungserfahrungen für ihre Kunden konsolidieren. Und technologieaffine Händler wollen mit dem Tempo der Veränderung Schritt halten. Als Reaktion darauf haben die Zahlungsverarbeiter erhebliche Fusionen und Übernahmen durchgeführt, Architekturen überarbeitet und/oder neue Produkte eingeführt, um die Anforderungen von Händlern zu erfüllen. Als Händler sollten Sie bei einem Partner zur Zahlungsverarbeitung auf folgende Aspekte Wert legen:

- › **Erfüllung Ihrer Globalisierungsanforderungen.** Mit diesen Anbietern können Händler Zahlungsmethoden auf der ganzen Welt akzeptieren. Einige von ihnen verfügen über Niederlassungen in mehr als 30 Ländern. Direkt nach einer Eingangsfrage im Stile von „Können wir [Zahlungsmethode X] akzeptieren?“ sollte auch schon geprüft werden, wie der Anbieter mit eben dieser Zahlungsmethode die beste Leistung erzielt. Die Anbieter integrieren Zahlungen immer besser und entwickeln realistischere Testumgebungen und Datenströme für eine immer größere Vielfalt an Zahlungsmethoden. Hierzu gehören auch solche, die nicht auf Kartentransaktionen basieren. Sie tun dies ebenso für lokale Banken und Zahlungssysteme in zusätzlichen Ländern. Grenzüberschreitende Abrechnungen und Währungsmanagement sind in der Zusammenarbeit mit globalen Händlern für Acquirer ebenfalls von großer Bedeutung.
- › **Unterstützung von Zahlungsströmen, die für Ihr Unternehmen wichtig sind.** Traditionell haben die Händler Zahlungsannahme- bzw. Einzahlungsströme unterstützt. Nun, da Händler zunehmend Abonnement- oder Marktplatz-Geschäftsmodelle nutzen oder anderweitig rund um ihre Zahlungsströme innovieren, passen sich die Anbieter an und expandieren, um sie zu unterstützen. Diese Anbieter bringen Abonnementverwaltung, Funktionen für Auszahlungen bzw. Ausgaben und andere Features in ihre Angebote ein, um die unterschiedlichen Zahlungsströme der Händler zu unterstützen.
- › **Anpassung an Ihr Tech- und Veränderungstempo.** Diese Anbieter entwickeln und verbessern ihre Architekturen sowie APIs nach den neuesten Spezifikationen. Die Software-Architektur einiger Anbieter eignet sich besonders gut für die Iteration, die einiger anderer weniger. Ein weiterer Bereich, in dem das Tempo der Anbieter eine wichtige Rolle spielt, ist ihre Übernahme bzw. Anpassung an laufende Brancheninnovationen und regulatorische Änderungen oder Auflagen. Einige Anbieter reagieren hier umgehend, während andere die Einführung neuer Funktionen länger abwägen. Doch die Akteure, die sich langsamer an Innovationen heranwagen, sind oft auch die größten und üben als solche Einfluss auf ihre Branche und Netzwerke aus, teils auch stellvertretend für ihre Kunden.

**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

## Bewertungsübersicht

Die Forrester Wave™-Bewertung umfasst Leader, Strong Performer, Contender und Challenger. Es handelt sich dabei um eine Bewertung der führenden Anbieter auf dem Markt und nicht um eine Betrachtung aller Marktakteure. Weitere Informationen zu diesem Markt finden Sie in unserem Bericht: „[Now Tech: Merchant Payment Providers](#) (Now Tech: Zahlungsanbieter für Händler), Q3 2020“

Diese Bewertung ist als Ausgangspunkt zu betrachten; wir ermutigen Kunden, sich die Produktbewertungen anzusehen und die Kriteriengewichtungen mithilfe des Excel-basierten Tools zum Anbietervergleich anzupassen (siehe Abbildung 1 und Abbildung 2). Klicken Sie auf den Link am Anfang dieses Berichts auf Forrester.com, um das Tool herunterzuladen.

**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

**ABBILDUNG 1** Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020

# THE FORRESTER WAVE™

## Zahlungsanbieter für Händler

Q3 2020



**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

**ABBILDUNG 2** Forrester Wave™: Scorecard für Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020

		Gewichtung von Forrester	ACI Worldwide	Adyen	Cybersource	Fiserv	Global Payments	J.P. Morgan	PayPal	Stripe	Worldline	Worldpay from FIS
<b>Aktuelles Angebot</b>	50 %	2,15	3,90	1,75	3,00	2,50	2,50	3,00	4,00	3,20	3,80	
Globales Acquiring	5 %	1,00	3,00	1,00	5,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	
Kartenzahlungen (online)	5 %	1,00	5,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	1,00	5,00	
Keine Kartenzahlung oder alternative Zahlungsweisen (online)	10 %	5,00	3,00	1,00	3,00	1,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	
Omnichannel- und persönliche Zahlungen	15 %	3,00	5,00	1,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	3,00	
Tokenisierung und Verwaltung	5 %	3,00	5,00	1,00	5,00	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	5,00	
Abonnements und wiederkehrende Zahlungen	5 %	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	5,00	1,00	3,00	
Plattform-/ Marktplatzzahlungen	5 %	1,00	3,00	1,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00	
Auszahlungen und Ausgaben	5 %	1,00	3,00	1,00	5,00	5,00	5,00	3,00	3,00	3,00	5,00	
Währungsmanagement und -abwicklung	5 %	0,00	3,00	0,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	5,00	
Berichterstellung, Abstimmung und Daten	10 %	1,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	1,00	5,00	3,00	5,00	
Betrugsprävention	5 %	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	
APIs und Architektur	10 %	3,00	5,00	1,00	1,00	3,00	1,00	3,00	5,00	3,00	3,00	
Updates und Versionsverwaltung	5 %	3,00	5,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	3,00	
Tools und Dokumentation für Entwickler	5 %	1,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00	
Drittanbieter-Integrationen	5 %	1,00	3,00	5,00	3,00	3,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00	

Alle Punktzahlen basieren auf einer Skala von 0 (schwach) bis 5 (stark).

**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

**ABBILDUNG 2** Forrester Wave™: Merchant Payment Providers Scorecard (Scorecard für Zahlungsanbieter für Händler), Q3 2020 (Forts.)

		Gewichtung von Forrester	ACI Worldwide	Adyen	Cybersource	Fiserv	Global Payments	J.P. Morgan	PayPal	Stripe	Worldline	Worldpay from FIS
<b>Strategie</b>	50 %	3,20	4,00	3,00	4,00	2,40	3,20	3,60	4,20	3,40	3,00	
Produktvision	20 %	3,00	5,00	3,00	3,00	1,00	3,00	5,00	5,00	1,00	3,00	
Marktansatz	20 %	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	
Geplante Verbesserungen	20 %	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	
Innovations-Roadmap	20 %	5,00	5,00	1,00	5,00	3,00	3,00	5,00	5,00	5,00	3,00	
Unterstützende Produkte und Dienstleistungen	10 %	1,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	5,00	3,00	1,00	
Partnernetzwerk	10 %	3,00	5,00	3,00	5,00	3,00	5,00	1,00	1,00	3,00	5,00	
<b>Marktpräsenz</b>	0 %	3,00	1,00	3,00	5,00	5,00	4,00	4,00	2,00	2,00	4,00	
Gesamtverarbeitungs- volumen	50 %	5,00	1,00	3,00	5,00	5,00	5,00	3,00	1,00	1,00	5,00	
Anzahl der Kunden	50 %	1,00	1,00	3,00	5,00	5,00	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00	

Alle Punktzahlen basieren auf einer Skala von 0 (schwach) bis 5 (stark).

**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

## Produkte der Anbieter

Im Rahmen seiner Analyse bewertete Forrester die folgenden 10 Anbieter: ACI Worldwide, Adyen, Cybersource, Fiserv, Global Payments, J.P. Morgan, PayPal, Stripe, Worldline und Worldpay from FIS (siehe Abbildung 3).

**ABBILDUNG 3** Bewertete Anbieter und Produktinformationen

Anbieter	Bewertetes Produkt
ACI Worldwide	ACI Omni-Commerce Solution, ACI Secure eCommerce Solution
Adyen	Adyen
Cybersource	Cybersource Global Payment Management Platform
Fiserv	Fiserv Platform
Global Payments	Global Payments
J.P. Morgan	J.P. Morgan Merchant Services
PayPal	PayPal Commerce Platform
Stripe	Stripe Payments
Worldline	Worldline Platform
Worldpay from FIS	Worldpay from FIS

## Anbieterprofile

Unsere Analyse hat die folgenden Stärken und Schwächen der einzelnen Anbieter ermittelt.

### Leader

- › **Stripe begeistert Tech-Forward-Händler und unterstützt die Innovation von Geschäftsmodellen.** Stripe mit Sitz in San Francisco ist vor allem für seine entwicklerfreundliche Architektur, Toolkits und Dokumentation bekannt. Das übersichtliche Produktportfolio erklärt die Nutzen und Vorteile jeder Produktlinie für ihre Kunden. Was in dieser Bewertung auffiel, war Stripes Tendenz, „zu zeigen, nicht nur zu erzählen“, durch Fallstudien, Daten und vieles mehr. Die Mission von Stripe, das „BIP des Internet zu erhöhen“, indem es Unternehmen bei der Anpassung an neue Regionen, Geschäftsmodelle und disruptive Entwicklungen unterstützt, steht im Einklang mit den Chancen und Herausforderungen vieler Händler. Nach der Übernahme des Point-of-Sale-Softwareanbieters Index im Jahr 2018 erweitert das Unternehmen die Verfügbarkeit seines Stripe Terminal-Angebots außerhalb von Kanada, Singapur und den USA.



**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

Die Lösung von Stripe ist auf die Zielgruppe – Tech-Forward Business-Profis – abgestimmt und trifft bei ihr auf großen Anklang. Das Unternehmen ist gut darin, vorhandene Daten zu nutzen, um Algorithmen zu erstellen, die Autorisierungsraten und Wiederholungen von Zahlungsausfällen verbessern. Stripe ist einzigartig stark in der Abonnementverwaltung, mit einem Produkt, das in diesem Zusammenhang mit Drittanbietertools konkurriert. Es unterstützt weniger Zahlungsmethoden und liegt bei der Unterstützung persönlicher Zahlungen weiter hinter einigen Wettbewerbern. Referenzkunden nannten einstimmig das API-Design und die Dokumentation sowie die Proaktivität von Stripe als Stärken: „Während einige Zahlungsanbieter immer noch die Möglichkeiten der neuesten Technologie ausloten, ist Stripe [mit diesen] bereits am Markt vertreten.“ Reporting-Tools waren eine weitere Stärke: Ein Referenzkunde beschrieb das SQL-Abfragetool Stripe Sigma als „superleistungsfähig“. Stripe eignet sich am besten für technologieorientierte Zahlungsteams oder für Digital-First- bzw. Digital-Only-Händler, die Innovationen rund um ihr Geschäftsmodell einsteuern möchten oder Abonnement- bzw. Plattform-/Marktplatzhändler sind.

- › **Adyen rationalisiert Abläufe, Integration und Iteration für Omnichannel-Händler.** Adyen hat seinen Hauptsitz in Amsterdam. Nach seiner Einführung veränderte das Angebot des Unternehmens „eine Plattform, eine Integration“ den Markt. Dieser Fokus auf die technologische Entwicklung, ein One-Stop-Shop für globale Omnichannel-Zahlungen zu sein, bleibt die Kernstrategie und Stärke. Zusätzlich zur Zahlungsabwicklung bietet Adyen Direktakquisition über mehrere Regionen sowie ein eigenes Terminal-Software- und Hardwareprodukt an. Außerdem ist Adyen den meisten Akteuren in diesem Bereich bei neuen Brancheninnovationen oder Mandaten wie 3DS2.2 und Netzwerk-Tokenisierung oft voraus. Im Jahr 2018 wählte eBay Adyen zu seinem primären Zahlungspartner, als die Trennung von PayPal abgeschlossen war.

Das Omnichannel-Zahlungsverarbeitungsprodukt von Adyen und der globale Acquiring-Footprint bedeuten, dass Händler die operativen Probleme vermeiden können, die eine Multi-Back-End-Architektur verursacht, unter anderem zahlreiche Abrechnungsdateiformate und mehrere Abrechnungsablaufzeiten. Dabei verliert das Unternehmen seinen technischen Fokus nicht und nutzt seine Daten und das maschinelle Lernen, um die Autorisierungsraten effektiv zu erhöhen. Es wurde entwickelt, um die Integration zu vereinfachen: So bietet es beispielsweise vier verschiedene Integrationsoptionen, um Händlern unterschiedliche Kontrollebenen zu geben. In einigen besonders lokalen Zahlungsmärkten, z. B. Lateinamerika, liefert Adyen nicht immer die Top-Erfolgsraten, Unterstützung von Zahlungsmethoden oder Einblicke auf Marktebene, die Händler erwarten. Aber alles ist relativ: Referenzkunden bestätigen, dass Adyen im Vergleich zu anderen Anbietern „eine große Vielfalt“ an Zahlungsmethoden unterstützt, und in Schlüsselmärkten „die Zulassungssätze übertrifft“. Ein Referenzkunde sagte, dass die „Low-Level-Integration es erstaunlich leistungsfähig für uns macht, unsere eigenen Experimente durchzuführen“, zunehmend wichtig in einem Zeitalter der häufigen „neuen Normalität“.<sup>1</sup>

**Strong Performer**

- › **Die Größe und Ressourcen von Fiserv beeindrucken, aber Händler haben widersprüchliche Erfahrungen.** Nach der Übernahme von First Data im Jahr 2019 ist Fiserv mit Sitz in Wisconsin der weltweit größte Zahlungsverarbeiter. Als solche können seine Mehrwertdienste erheblich sein, z. B. seine eigenen Debitnetzwerke und die Verarbeitung von Geschenkkarten in mehr als 50 Ländern. Fiservs Herausforderungen sind für große Unternehmen typisch: Es verändert sich nur langsam oder reagiert nur langsam, es hat unzusammenhängende Produkte und Teams, und die Integration von Akquisitionen ist in Arbeit. Aber in den letzten zwei Jahren hat es seine Organisationsstruktur, sein Contracting und sein Kundenerfolgsmodell zur

**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

Vereinfachung der Geschäftsabläufe mit der IT überarbeitet. Es hat auch die Zukunft im Blick: Fiserv verfügt über ein beträchtliches Innovationsbudget und hat Händlern mit neueren Zahlungserfahrungen wie Online-EBT-Akzeptanz, Voice Commerce und Scan-and-go im Lebensmittelsektor geholfen.

Die Händler entscheiden sich für Fiserv aufgrund seiner globalen Größe und der breiten Palette an Funktionen. In vielen Fällen können sie mit Fiserv weltweit für all ihre Bedürfnisse zusammenarbeiten. Aber die Erfahrungen des Händlers können sich je nach verwendeten Produkten, um Zahlungen zu verarbeiten, unterscheiden. So nannte ein Referenzkunde z. B. die Betriebszeit von Fiserv als Kernstärke, während andere Kunden Ausfälle als Kernproblem anführten. In Bezug auf die Stärken zitierten Referenzkunden die „finanzielle Gesundheit“ des Unternehmens und sein „Umgang mit Skalierbarkeit“. Sie wollten auch, dass Fiserv die Bank- und Verarbeitungsseiten des Unternehmens zusammenbringt, um bessere Bearbeitungsraten zu erzielen und interne Prozesse zu verbessern, um Zeitpläne einzuhalten und schneller auf Vorfälle zu reagieren. Fiserv eignet sich am besten für Händler auf Unternehmensebene, die die Aufmerksamkeit des Unternehmens auf sich ziehen können, oder für Einzelhändler, die Lösungs- oder Gateway-Partner zur Integration nutzen, um Zugang zu bestimmten Funktionen oder globalen Regionen zu erhalten.

- › **WorldPay from FIS verfügt über ein umfangreiches Know-how, arbeitet aber mit älterer Technologie, die langsamer ist.** Worldpay from FIS aus Jacksonville, Florida, ist das Ergebnis mehrerer Akquisitionen seit dem Jahr 2018. Das integrierte Angebot an POS-Zahlungen von Vantiv, grenzüberschreitende Zahlungen von Worldpay sowie globale Banking- und Emissionsbeziehungen von FIS verspricht ein globales Omnichannel-Zahlungsangebot mit der Effizienz besserer Verbindungen zu globalen Banken. Dennoch müssen die Unternehmen ihre Produktportfolios vereinfachen, und die Erfahrung der technologieübergreifenden Zusammenarbeit für ihre Vertragspartner konsolidieren. Vor kurzem hat das Unternehmen Access WorldPay eingeführt. Das ist eine zentrale Anlaufstelle für die verschiedenen Technologien im Portfolio, die es einfacher macht, sich in die Zahlungsverarbeitungssoftware zu integrieren und sie einzusetzen.

Die primäre Stärke des Unternehmens ist seine Expertise sowie die Beherrschung der regulatorischen Landschaft im Zahlungsverkehr. Sie glänzt durch die Unterstützung grenzüberschreitender Zahlungsabwicklungen und die Verwaltung der Währungsumrechnung. Besser als die meisten anderen IT-Anbieter gleicht sie die Einhaltung behördlicher Auflagen durch Vertragspartner mit flexiblen Abrechnungsplänen und -Zielen aus. Die veraltete Architektur ist unter den Referenzkunden ein häufiger Schmerzpunkt, ebenso wie die relative Langsamkeit, mit der sie reagiert, und zwar auf geplante Erweiterungen, auf Produkteinführungen und für den Kundendienst. Doch was ihr an Wendigkeit fehlt, macht sie durch die strategische Unterstützung ihrer Kunden wett. Ein Referenzkunde nannte Worldpay from FIS „innovativ in der Art und Weise, wie sie ihre Expertise regulatorisch, vertikal, kommerziell einsetzen, um uns bei der Lösungsfindung zu unterstützen“. Ein anderer merkte an, dass ihr „starker Ruf und ihre Beziehungen in der Zahlungsverkehrsbranche“ von entscheidender Bedeutung seien. WorldPay from FIS ist eine gute Wahl für globale Online-Händler, bei denen Flexibilität bei der Abrechnung und Währungsmanagement die wichtigsten Anforderungen sind.

- › **PayPal hat eine starke Vision und ein solides Produkt mit spezifischen Stärken.** Das Portfolio von PayPal in San Jose, Kalifornien, umfasst Produkte für Konsumentenzahlungen (PayPal Wallet und Venmo), Zahlungsabwicklung (PayPal Commerce Platform und Braintree), POS (iZettle), Auszahlungen (Hyperwallet) und Betrugserkennung (Simility). Im Jahr 2019 erwarb es das chinesische Gateway Guofubao Information Technology (GoPay). Kern der Produktvision ist ein ehrgeiziger Plan, diese Produkte in ein integriertes, aber

**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

modulares Bundle zu bringen, das es Händlern ermöglicht, nur die Funktionen auszuwählen, die sie benötigen, und gleichzeitig Verbraucherdaten aus PayPal Wallet und Venmo zu nutzen. Heute sind die Abgrenzungslinien zwischen seinen Zahlungsabwicklungsprodukten unklar. Das Partner-Ökosystem ist zwar in einigen Bereichen auf kleine und mittlere Unternehmen (SMBs) ausgerichtet, aber es verfügt über eine Vielzahl vorintegrierter Anwendungen.

PayPals Zahlungsabwicklung hat einige faszinierende Stärken. Mit PayPal Extend können Händler z. B. tokenisierte Kunden- und Zahlungsinformationen mit anderen Händlern im Ökosystem auf PCI DSS-konformer Weise teilen. Es fällt hinter andere Tech-Forward-Anbieter in der Abonnementverwaltung und Berichterstattung. PayPal unterstützte bis vor kurzem die Zahlungen von eBay, sodass Auszahlungen in PayPal Wallets gut verwaltet werden, und es integriert Hyperwallet, um diese Fähigkeit breiter zu unterstützen. Laut Kundenreferenzen wurde besonders die strategische Vision von PayPal positiv aufgenommen. Ein Referenzkunde meinte, Innovation sei eine Kernkraft des Unternehmens. Referenzkunden würden Verbesserungen bei der Berichterstattung in Bezug auf Details und Aktualität begrüßen. PayPal eignet sich gut für Händler, die eine Verwendung für PayPal Extend haben, oder für die die Zahlungsmethoden PayPal Wallet bzw. Venmo und ihre angrenzenden Möglichkeiten besonders interessant sind.

- › **Omnichannel-Quest von Worldline rückt persönliche Zahlungen in den Vordergrund, die online im Schatten stehen.** Nachdem Worldline 2019 von Atos unabhängig geworden war, konnte Worldline mit Sitz in Paris seine aktive Akquisitionsgeschichte 2020 fortsetzen, und den POS-Terminal- und Zahlungsdienstleister Ingenico übernehmen. Worldline hat seinen historischen geografischen Fokus auf Europa, aber auch anderswo hat Worldline bedeutende Angebote, z. B. in Indien und Lateinamerika. Worldline ist auch Gründungsmitglied der European Digital Payments Industry Alliance (EDPIA), einer Branchenorganisation, die über die EU-Politik im Bereich digitaler Zahlungen aufklärt und dazu beiträgt.<sup>2</sup> Worldline verfolgt einen vertikalen Markteinführungsansatz, der sich auf 10 vertikale Märkte mit spezialisierten Vertriebsteams bezieht. Jetzt muss das Unternehmen eine konkrete Produkt-Roadmap und eine differenzierende Vision für die langfristige Entwicklung entwickeln, die seine vielen Vermögenswerte einbezieht.

Das zentrale POS-Integrationskit von Worldline für alle lokal akquirierenden Länder, die proprietäre Terminalhardware und die Terminalverwaltungslösung helfen dabei, die Komplexität von POS-Zahlungen zu reduzieren und gleichzeitig die Kontrollen bereitzustellen, die Händler benötigen. Es befindet sich im frühesten Stadium des Aufbaus einer auf maschinellem Lernen basierenden Autorisierungs-Optimierungsmaschine für Online-Zahlungen und Abonnementverwaltung. Referenzkunden nennen die Plattformzuverlässigkeit und das Beziehungsmanagement von Worldline als Kernstärken. Sie würden Verbesserungen bei der Verarbeitung und Berichterstattung von Online-Zahlungen sowie eine globalere Präsenz bei der Direktakquise begrüßen. Worldline ist eine gute Wahl für Omnichannel-Einzelhändler, insbesondere in Europa, und für multinationale Händler, die Europa betreten und Online- bzw. Offline-Zahlungsvorgänge in Europa konsolidieren möchten.

- › **J.P. Morgan gewinnt bei Kosteneinsparungen, muss aber die Unterstützung für globale Zahlungen steigern.** Wie viele Banken bietet die in New York ansässige J.P. Morgan Handelsdienstleistungen an. Im Jahr 2013 startete J.P. Morgan ChaseNet, das einen 10-jährigen Vertrag mit Visa umfasste, mit dem Chase ausgestellte Karten über VisaNet verarbeitet. Dadurch werden die Transaktionskosten des Händlers letztendlich gesenkt. Ebenfalls einzigartig im Vergleich zu traditionellen Zahlungsabwicklern, die keine Banken sind, ermöglicht es das Großkundengeschäft des Unternehmens auf der Grundlage des Guthabens, das ein Händler auf seinem Händlerkonto hat, verdiente Kreditrabatte auf Bearbeitungsgebühren anzubieten.

**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

Dadurch können die Kosten potenziell weiter gesenkt werden. Im Vergleich zu anderen unterstützt es eine geringe Anzahl von Zahlungsmethoden, aber sie umfasst einige sehr spezifische, wie EBT, Tankkarten und Gesundheitssparkonten.

Kosteneinsparungen sind J.P. Morgans Kernstärke. Referenzkunden nennen aber auch ihre Beziehungen zu ihren Account-Teams als Treiber für ihre Zufriedenheit mit dem Unternehmen. J.P. Morgans Zahlungsabwicklungsgeschäft ist in dieser Bewertung eher US- und kartenorientiert als andere. Die Erweiterung ihres globalen Acquiring-Angebots und ihre Anbindung an nicht kartengestützte und alternative Zahlungen sind wichtige Verbesserungsbereiche. J.P. Morgan hat kürzlich seine Reporting- und Entwicklertools überarbeitet, die einige häufig auftretende Probleme von Kunden beheben sollten. Doch es gibt immer noch die Möglichkeit, die Software zu verbessern, um seinen Kunden zu helfen, Änderungen am System vorzunehmen oder neue Produkte bzw. Funktionen hinzuzufügen. J.P. Morgan eignet sich am besten für Großhändler, die Online-Geschäfte mit US- oder EU-Karten haben, insbesondere wenn Chase-Karten einen erheblichen Teil ihrer Zahlungen ausmachen, oder sie die zusätzlichen Kosteneinsparungen nutzen können, die die Bankdienstleistungen bieten können.

**Contender**

- › **ACI Worldwide bietet globale Reichweite und höhere Flexibilität für Acquirer, muss aber schneller handeln.** ACI Worldwide mit Sitz in Naples, Florida, ist ein Gateway, das Händler mit einer breiten Palette von Acquirern und Zahlungsmethoden auf der ganzen Welt verbindet. Seine PAY.ON-Plattform ist so produktiv, dass sie von vielen internationalen Zahlungsdienstleistern als White-Label bezeichnet wird. Damit ist ACI führend in der Bereitstellung eines technologischen Rückgrats für PSPs, Mitglieder-Dienstleister, unabhängige Vertriebsorganisationen und Großhändler. Es ist einer von nur zwei nicht akquirierenden Anbietern in dieser Evaluierung. Dadurch können Händler ihren eigenen Zahlungsstapel aus den Verbindungen von ACI, z. B. Terminalanbieter, Zahlungsakquisiteure usw., „bauen“.<sup>3</sup>

Die wichtigste Stärke von ACI ist die Unterstützung von Zahlungsmethoden auf der ganzen Welt. Aber auch die Plattformleistung ist eine Stärke. In einem so kritischen Bereich wie der Zahlungsannahme ist das der Schlüssel: Eine stabile, zuverlässige Plattform ist der Unterschied zwischen bezahlt werden oder nicht. Trotz seiner klaren Vision für die Zukunft der Branche liegt ACI in einigen Schlüsselbereichen wie der Einführung von maschinellem Lernen zur Autorisierungsoptimierung oder der Verwaltung von Abonnements unter dem Niveau anderer Anbieter. ACI führt jedoch in bestimmten Fächern Spitzenarbeit durch: Ein Beispiel dafür ist der zum Patent angemeldete inkrementelle Lernalgorithmus (der heute in seinen Tools zur Betrugserkennung zum Einsatz kommt)<sup>4</sup>. Referenzkunden würden mehr Proaktivität von ACI begrüßen, sei es bei der Einhaltung von SLAs oder bei der Umsetzung der Roadmap. Aber sie schätzen seine Stabilität: Eine Referenz verglich ACI mit einem „zuverlässigen Familienauto, [das] einen von Punkt A nach Punkt B ohne viel Aufhebens bringt“. ACI eignet sich am besten für Einzelhändler, die ein „globales Drehkreuz“ für die Zahlungsintegration suchen, das maximale Flexibilität bei der Verwaltung mehrerer Acquirer, Zahlungsmethoden und Technologieanbieter bietet.

- › **Global Payments ist skalierbar, und muss seine Vision schärfen, um den zukünftigen Marktanforderungen gerecht zu werden.** Im Jahr 2019 erwarb Global Payments mit Sitz in Atlanta, Georgia, den Issuing-, Handels- und Verbraucherlösungsriesen TSYS. TSYS ist die größte von einigen Übernahmen, die Global Payments im letzten Jahrzehnt getätigt hat, von denen viele für vertikalisierte Lösungen bestimmt waren. Unter anderem erwarb es AdvancedMD, eine Lösung für Arztpraxen von SMBs, TouchNet für die

**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

Hochschulbildung, ACTIVE Network für Veranstaltungsunternehmen und Xenial für Restaurants. Global Payments bietet Direct Acquiring in beachtlichen 59 Ländern an, mehr als jeder andere Anbieter in dieser Bewertung. Global Payments muss sich nun darauf konzentrieren, eine klare und überzeugende Vision seiner Angebote zur Unterstützung der Zukunft der Zahlungen zu liefern.

Global Payments hat eine große Präsenz, die es ermöglicht, Zahlungen und Abrechnungen für Vertragspartner in einer Vielzahl von Märkten zu verarbeiten – eine wichtige Stärke und der Hauptgrund, warum Kunden sich für Global Payments entschieden haben. Ein Referenzkunde entschied sich dafür, „Acquirer auf so wenige wie möglich zu konsolidieren, und Global Payments hat uns eine breite Abdeckung ermöglicht“. Referenzkunden nannten auch ihre Reaktionsfähigkeit auf ihre Anfragen als Hauptfaktor für die Zufriedenheit. Referenzkunden würden eine Überarbeitung der UIs der Software und ihrer Reporting-Tools begrüßen. Sie suchen auch nach mehr Innovation von Global Payments, zum Beispiel im maschinellen Lernen zur Autorisierungsoptimierung. Global Payments ist eine gute Wahl für Händler mit einem enormen Bedarf an globalen Akquise-Lösungen und einer ansprechenden Unterstützung lokaler Niederlassungen in diesen globalen Märkten.

- › **CyberSource hat ein zuverlässiges Produkt und eine starke Unterstützung, geht aber nicht an die Grenzen des Machbaren hinaus.** Das in Foster City, Kalifornien, ansässige Unternehmen CyberSource hat eine lange Geschichte als Zahlungs-Gateway, das Händlern hilft, Zahlungen online zu akzeptieren. Im Jahr 2007 erwarb das Unternehmen Authorize.net, ein Gateway mit SMB-Schwerpunkt. Im Jahr 2010 erwarb Visa CyberSource. Die Markteinführungszeiten wurden überarbeitet, und es gibt eine klare Vision für kurzfristige Prioritäten. Insbesondere wird sie ihren Vorstoß in den SMB-Markt fortsetzen, und ihre Übernahme von Payworks Point-of-Sale integrieren, um persönliche und Online-Zahlungen zusammenzuführen, und ihre Händler mit Omnichannel-Zahlungen zu unterstützen. CyberSource muss nun die Differenzierung vorantreiben.

Angesichts seiner Geschichte und seines Marktanteils stehen die Chancen gut, dass CyberSource bereits eine vorgefertigte Integration in den bestehenden Software-Stack seiner Interessenten und Handelskunden hat oder umgekehrt. Die einzigartige Position von Visa unterstreicht Sicherheit und langfristige Rentabilität, erhöht aber auch die Erwartungen der Kunden an Leistung und Dateneinblicke, die nicht immer erfüllt werden. Die wahre Stärke von CyberSource sind die Menschen. Die Referenzkunden waren überschwänglich, und verwiesen auf die „sehr starken Beziehungen“ zu den Account-Management- und Kundenbetreuungsteams, die über „langjährige Erfahrung und Kenntnisse in der Zahlungsverkehrsbranche“ verfügen und „alles tun“, um „exzellenten Service“ zu bieten. CyberSource eignet sich am besten für Händler, die Digital First sind oder eine digitale Dominanz haben, und eine zuverlässige Plattform sowie die Unterstützung eines erfahrenen Beziehungsteams wünschen.

**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

## Bewertungsübersicht

Wir bewerteten die Anbieter anhand 23 Kriterien, die wir in drei übergeordnete Kategorien eingeteilt haben:

- › **Aktuelles Angebot.** Die Position jedes Anbieters auf der vertikalen Achse der Forrester Wave-Grafik zeigt die Stärke seines aktuellen Angebots. Zu den wichtigsten Kriterien für diese Lösungen gehören Kartenzahlungen (online), Zahlungen ohne Karte (online), Omnichannel- und persönliche Zahlungen, Abonnementzahlungen, Marktplatz-/Plattformzahlungen sowie APIs und Architektur.
- › **Strategie.** Die Platzierung auf der horizontalen Achse zeigt die Stärke der Strategien der Anbieter. Wir bewerteten die Produktvision, den Marktansatz, geplante Verbesserungen, die Innovations-Roadmap, die unterstützenden Produkte und Dienstleistungen und das Partner-Ökosystem.
- › **Marktpräsenz.** Unsere Marktpräsenzbewertungen werden durch die Größe der Markierungen auf der Grafik dargestellt und spiegeln das gesamte Verarbeitungsvolumen sowie die Anzahl der Kunden jedes Anbieters wider.

### Kriterien für die Anbieterauswahl

Forrester berücksichtigte 10 Anbieter in der Bewertung: ACI Worldwide, Adyen, Cybersource, Fiserv, Global Payments, J.P. Morgan, PayPal, Stripe, Worldline und Worldpay from FIS. Auf alle Anbieter treffen folgende Kriterien zu:

- › **Enterprise-Implementierungen bei Einzelhändlern und digitalen Unternehmen.** Die Anbieter in dieser Kategorie werden in zahlreichen Unternehmen der Enterprise-Klasse eingesetzt. Zu ihren Zielkunden zählen Unternehmenskunden mit einem Jahresumsatz von über 1 Mrd. USD.
- › **Umsätze von mehr 100 Mio. USD mit Zahlungslösungen.** Damit sie in diese Bewertung der Forrester Wave aufgenommen werden konnten, mussten Anbieter bestätigen, dass sie für ihr Produkt zur Zahlungsabwicklung für Händler jährlich 100 Mio. USD oder mehr erwirtschaften.
- › **Marktbedeutung und Relevanz für Unternehmenskunden von Forrester.** Wir haben Anbieter bewertet, die Forrester-Kunden im vergangenen Jahr häufig und konsequent bei Anfragen, Shortlists und Beratungsprojekten erwähnt haben.



**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

## Sprechen Sie mit einem Analysten

Treffen Sie fundiertere Entscheidungen, indem Sie zusammen mit unseren Experten unsere Forschungsergebnisse auf Ihre individuellen geschäftlichen und technologischen Initiativen anwenden.

### Analystenanfrage

Um die Forschung in die Praxis umzusetzen, nutzen Sie die Möglichkeit einer 30-minütigen Telefonsitzung mit einem Analysten, um Ihre Fragen zu besprechen – oder entscheiden Sie sich für eine Antwort per E-Mail.

Weitere Informationen.

### Analystenrat

Setzen Sie die Forschung in die Tat um, indem Sie in Form von benutzerdefinierten Strategiesitzungen, Workshops oder Reden mit einem Analysten an einem bestimmten Projekt arbeiten.

Weitere Informationen.

### Webinar

Nehmen Sie an unseren Online-Sitzungen zu den neuesten Forschungsergebnissen teil, die Ihr Unternehmen betreffen. Jeder Anruf umfasst Fragen und Antworten von Analysten sowie Folien und ist auf Anfrage verfügbar.

Weitere Informationen.



### Forschungs-Apps von Forrester für iOS und Android.

Bleiben Sie der Konkurrenz immer einen Schritt voraus – egal, wo Sie sich gerade befinden.

## Zusätzliches Material

### Online-Ressourcen

Wir veröffentlichen alle unsere Forrester Wave-Bewertungen und -Gewichtungen in einer Excel-Datei, die detaillierte Produktbewertungen und anpassbare Rankings bietet. Laden Sie dieses Tool herunter, indem Sie auf den Link am Anfang dieses Berichts auf Forrester.com klicken. Diese Bewertungen und Gewichtungen sollen nur als Ausgangspunkt dienen und die Leser dazu ermutigen, die Gewichtungen an ihre individuellen Bedürfnisse anzupassen.

### Die Forrester Wave-Methode

Eine Forrester Wave ist ein Leitfaden für Käufer, die sich mit ihren Einkaufsoptionen auf einem Technologiemarkt befassen. Um für alle Teilnehmer gleiche Bedingungen sicherzustellen, folgt Forrester dem [Forrester Wave™ Methodology Guide](#) zur Bewertung teilnehmender Anbieter.

**The Forrester Wave™: Zahlungsanbieter für Händler, Q3 2020**

Die 10 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden

Im Rahmen einer Erstuntersuchung erarbeiten wir eine Liste von Anbietern, die wir für eine Bewertung berücksichtigen werden. Ausgehend von diesem anfänglichen Pool von Anbietern reduzieren wir unsere endgültige Liste auf Grundlage der Einschlusskriterien. Wir sammeln dann Details zu Produkten und Strategien mithilfe eines detaillierten Fragebogens, Demos/Briefings und Kundenreferenzumfragen/-interviews. Wir verwenden diese Eingaben zusammen mit der Erfahrung und dem Fachwissen des Analysten auf dem Markt, um Anbieter zu bewerten. Dabei nutzen wir ein relatives Bewertungssystem, das jeden Anbieter mit den anderen in der Bewertung vergleicht.

Im Titel jedes Forrester Wave-Berichts ist das Veröffentlichungsdatum (Quartal und Jahr) klar erkennbar. Wir haben die an dieser Forrester Wave teilnehmenden Anbieter anhand von Materialien bewertet, die sie uns bis Juli 2020 zur Verfügung gestellt haben. Nach diesem Zeitpunkt wurden keine weiteren Informationen mehr angenommen. Wir empfehlen den Lesern, zu bewerten, wie sich der Markt und die Anbieterangebote im Laufe der Zeit verändern.

Gemäß der [Forrester Wave™ Vendor Review Policy](#) bittet Forrester die Anbieter, unsere Ergebnisse vor der Veröffentlichung auf Genauigkeit zu überprüfen. Anbieter, die in der Forrester Wave-Grafik als nicht teilnehmende Anbieter markiert wurden, erfüllten unsere definierten Einschlusskriterien, haben jedoch abgelehnt, an der Bewertung teilzunehmen oder haben nur teilweise dazu beigetragen. Wir bewerten diese Anbieter gemäß der [Forrester Wave™ And The Forrester New Wave™ Nonparticipating And Incomplete Participation Vendor Policy](#) und veröffentlichen ihre Positionierung zusammen mit denen der teilnehmenden Anbieter.

### Integritätsrichtlinie

Wir führen alle unsere Untersuchungen, einschließlich der Forrester Wave-Bewertungen, in Übereinstimmung mit der auf unserer Website veröffentlichten [Integritätsrichtlinie](#) durch.

## Fußnoten

- <sup>1</sup> Siehe Forrester-Bericht „[The New, Unstable Normal: How COVID-19 Will Change Business And Technology Forever](#)“ (Die neue, ungewisse Normalität: Wie COVID-19 sowohl Business als auch Technologie für immer ändern wird).
- <sup>2</sup> Quelle: The European Digital Payments Industry Alliance (<https://www.edpia.eu/>) (Die Europäische Allianz für die digitale Zahlungsverkehrsbranche).
- <sup>3</sup> Siehe Forrester-Bericht „[Vendor Landscape: Untangle Payment Acceptance For The Age Of The Customer](#)“ (Anbieter-Landschaft: Im kundenorientierten Zeitalter die Zahlungsakzeptanz entwirren)
- <sup>4</sup> Quelle: „Incremental Learning – A Smarter Way to Fight Fraud,“ ACI Universal Payments (Inkrementelles Lernen – Ein klügerer Weg zur Betrugsbekämpfung, ACI Universal Payments) (<https://www.aciworldwide.com/capabilities/machine-learning/incremental-learning>).



Wir arbeiten mit führenden Unternehmen und Technologieanbietern zusammen, um kundenorientierte Strategien zu entwickeln, die das Wachstum fördern.

#### PRODUKTE UND LEISTUNGEN

- › Forschung und Tools
- › Einbeziehung von Analysten
- › Daten und Analysen
- › Zusammenarbeit mit Kollegen
- › Beratung
- › Ereignisse
- › Zertifizierungsprogramme

---

Die Forschungsergebnisse und Erkenntnisse von Forrester sind auf Ihre Rolle und wichtigen Geschäftsinitiativen zugeschnitten.

#### RELEVANTE ROLLEN

##### **Marketing- und Strategieexperten**

CMO

B2B-Marketing

B2C-Marketing

Kundenerlebnis

Kundenerkenntnisse

- › eBusiness und Channel-Strategie

##### **Experten im Bereich Technologie-Management**

CIO

Anwendungsentwicklung und Anwendungsbereitstellung

Unternehmensarchitektur

Infrastruktur und Betrieb

Sicherheit und Risiken

Beschaffung und Anbieter-Management

##### **Experten der Technologiebranche**

Analystenbeziehungen

---

#### KUNDENSERVICE

Informationen zu gedruckten Exemplaren oder elektronischen Nachdrucken erhalten Sie vom Kundenservice unter +1 866-367-7378, +1 617-613-5730 oder unter [clientsupport@forrester.com](mailto:clientsupport@forrester.com). Wir bieten Mengenrabatte und Sonderpreise für akademische und gemeinnützige Einrichtungen.