



PRESSEMITTEILUNG

LaterPay erreicht 200.000 aktive Nutzer in Deutschland

München, 17. Januar 2018 - LaterPay hat inzwischen mehr als 200.000 registrierte, aktive Nutzer in Deutschland. Damit schließt der Technologieanbieter für Kundenakquise, Conversion-Steigerung und Payment ein erfolgreiches Wachstumsjahr 2017 ab. Im vergangenen Jahr hat LaterPay eine weitere Finanzierung eingesammelt, die eigene Technologieplattform um neue Features erweitert und mit der Expansion in die Vereinigten Staaten begonnen.

Auf Wachstumskurs mit 7,5 Mio. Euro Finanzierung

7,5 Millionen Euro sammelte der deutsche Technologieanbieter LaterPay 2017 ein. Die Finanzierung floss unter anderem in die [US-Expansion im August 2017](#). Inzwischen beschäftigt LaterPay ein sechsköpfiges Team in den USA unter der Führung von Hal Bailey, ehemals Director Emerging Business Development bei Google. Insgesamt stellte LaterPay 2017 18 neue Mitarbeiter ein und beschäftigt jetzt rund 50 Angestellte in Deutschland und den USA.

Einen weiteren Teil der Finanzierung investierte LaterPay in die eigene Technologie: So launchte das Unternehmen 2017 eine neue Bezahlungsfunktion für Video-Content. Inhalteanbieter können den Usern damit eine Ad-Free-Experience bieten, indem Pre-Roll-Anzeigen gegen Bezahlung übersprungen werden können. Besonders Nutzer von Ad-Blockern bekommen so eine Bezahl-Alternative, um werbefrei zu surfen.

Ferner investierte LaterPay in die Erweiterung der Bezahl-Infrastruktur unter anderem um Analytics-Funktionen. Inhalteanbieter erhalten ab sofort und erstmalig Zugang zu Userdaten in Verbindung mit deren Kaufverhalten, auch für Einzelkäufe. Daraus lässt sich ableiten, welche Inhalte und Rubriken beim User



besonders gut ankommen und ausgebaut werden sollten. Mit dem Teilen der Userdaten entspricht LaterPay den vielfältigen Wünschen der Anbieter von Onlineinhalten.

Eine weitere technische Errungenschaft von LaterPay ist die [erste vollumfängliche Paywall für Google AMP](#). Für Publisher ist so erstmalig eine plattformübergreifende Monetarisierung von Inhalten möglich. Native Inhalte verschiedener Formate werden für den User im Hintergrund auf einer Rechnung aggregiert. LaterPay ist im Seitenaufbau so schnell wie der redaktionelle Inhalt. Bezahlungen dauern zwei Sekunden, was die mobilen Käufe erhöht.

Zudem vereinfacht LaterPay den Kaufprozess durch eine Social-Login-Option. Nutzer erhalten so die Möglichkeit, sich über ein bereits existierendes Google- oder Facebook-Konto für den Bezahlendienst zu registrieren.

Conversion-Steigerung für alle Inhalte

Damit geht LaterPay den nächsten Schritt in der Evolution seiner Bezahlinfrastruktur, so **CEO Cosmin Ene**: „Wir ergänzen die Paywall-Modelle der Inhalteanbieter und haben inzwischen eine starke Lösung für das Bezahlen digitaler Inhalte jeder Art. Somit erschließen wir Anbietern neues Umsatzpotenzial. Darüber hinaus tragen unsere Bezahlmodelle auch zur nachhaltigen Entwicklung von Kundenbeziehungen bei. Micropayments bilden inzwischen nur noch die Speerspitze für die Wandlung von Usern in zahlende Kunden und Abonnenten.“

„LaterPays dreistufiges Bezahlmodell aus Einzelkäufen, Zeitpässen und Abonnements bildet den Conversion-Funnel für digitale Inhalte vollständig ab und ist darauf ausgelegt, Nutzer an langfristige Verträge heranzuführen“, erklärt Ene. „Bei SPIEGEL Plus beispielsweise, wo User einzelne Artikel oder Zeitpässe über LaterPay kaufen konnten, lag die Conversion zur Bezahlung bei 76 Prozent. Das ist die beste Conversion-Rate, die im Markt gerade erzielt wird und darauf sind wir sehr stolz. 30 Prozent der Umsätze kamen im ersten Jahr übrigens aus Wochenpässen. Ein erheblicher Teil der über LaterPay registrierten Leser



verpflichtet sich also für einen gewissen Zeitraum und befindet sich damit in einer Vorstufe zum Abonnement.“

LaterPay-CEO Cosmin Ene zeigt sich stolz: **„Wir haben bei SPIEGEL Plus die gesetzten Ziele nicht nur vollständig erfüllt, sondern deutlich übertroffen.** Auch im Netz kann man hochwertige Inhalte erfolgreich verkaufen und gelegentliche Nutzer zu treuen, zahlungsbereiten Konsumenten entwickeln. Diesen Proof-of-Concept wollen wir 2018 in den USA und im Heimatmarkt Deutschland für weitere Formen von digitalen Inhalten erbringen, ob nun Video, Software-as-a-Service oder Online-Publishing.“

Bildmaterial zum Download:

[Porträt Cosmin Ene, CEO von LaterPay](#) (Bildnachweis: LaterPay)

Die Verwendung der Bilder und Grafiken ist unter Nennung der Quelle für redaktionelle Zwecke freigegeben.

Über LaterPay

LaterPay ist eine Technologie- und Dataplattform zur Monetarisierung von digitalen Inhalten im deutschsprachigen Raum sowie den USA. LaterPay bietet eine nahtlose Lösung, um Konsumenten zu zahlenden Kunden für Online-Publishing, SaaS und Video zu machen. Der Technologieanbieter gibt Nutzern den sofortigen Zugriff auf kostenpflichtige Inhalte, ohne vorherige Registrierung oder Vorauszahlung. Inhalteanbieter können mit den Payment-Optionen von LaterPay die User fortlaufend an das Bezahlen heranführen. Die patentierte Micropayment-Lösung von LaterPay überführt User dabei zu zahlenden Kunden. Anbieter von digitalen Produkten und Dienstleistungen jeder Branche und Reichweite erreichen über Micropayment, Zeitpässe und Abonnements ein Umsatzwachstum, erweitern bestehende Bezahlmodelle und entwickeln neue, langfristige Kundenbeziehungen auf der eigenen Website. Das aus Deutschland stammende LaterPay hat Büros in München und New York und beschäftigt rund 50 Mitarbeiter. www.laterpay.net

Pressekontakt

[Agentur Frau Wenk +++ GmbH](#)

Telefon: (+49) 40 3290 4738 0

E-Mail: laterpay@frauwenk.de