



PRESSEMITTEILUNG

LaterPay gewinnt Microsoft als Technologiepartner und launcht LaterPay Pro

München, 15. Februar 2018 – Paukenschlag im Payment-Markt: Microsoft Deutschland kooperiert künftig mit LaterPay. Über LaterPay als Technologieanbieter für Kundenakquise, Conversion-Steigerung und Payment können Microsoft-Partner Cloud-Dienstleistungen nun noch schneller und einfacher an ihre Kunden bringen. Dazu hat LaterPay ein neues Bezahlmodell für SaaS namens LaterPay Pro entwickelt, das ab sofort im Microsoft-Partnervertrieb zum Einsatz kommt. Als erster Partner hat die aConTech Enterprise IT-Solutions GmbH LaterPay Pro in ihren Shop integriert.

Erst konsumieren, dann bezahlen – dieses Modell hat LaterPay auf das Internet übertragen und wandelt damit User in zahlende Kunden. Mit LaterPay Pro erweitert der Technologieanbieter sein Payment-Modell auf Software-as-a-Service. Der mit Microsoft Deutschland entwickelte Service erlaubt Kunden unmittelbaren Zugang zu einem Software-Produkt ohne aufwendige Registrierungsprozesse. Die Software-Suite wird mit einer definierten Warenkorbgröße von 250 Euro ohne vorherige Bezahlung angeboten. Eine flexible Warenkorbgröße pro Kunde ist bereits in der Umsetzung. Erst beim Erreichen des gesetzten Kontingents wird der Kunde zur Kasse gebeten und registriert sich. Der Vorteil: Inzwischen kennt er den Mehrwert der genutzten Software.

Entsprechend häufig entscheiden sich die Kunden für die weitere Nutzung einer Software. Gerade Microsoft-Partner profitieren deshalb von LaterPay Pro, betont **Gregor Bieler, General Manager bei der Microsoft Deutschland GmbH**: „LaterPay Pro ermöglicht Microsoft-Partnern den unkomplizierten Einstieg in den digitalen Vollvertrieb von Cloudleistungen. Deren Kunden können so länger und intensiver als bislang die Möglichkeiten der Microsoft Cloud testen.“

Als erster Microsoft-Partner setzt die aConTech Enterprise IT-Solutions GmbH in Fürth LaterPay Pro ein. Im Shop des Resellers können Neukunden das Microsoft-Produkt Azure Backup as a Service ab sofort unverbindlich nutzen und müssen erst später zahlen. Das soll vor allem die Entscheidung für eine neue Software beim Kunden erleichtern, erklärt **Stefan Zenkel, Geschäftsführer von aConTech Enterprise IT-Solutions**: „Mit LaterPay Pro können sich vor allem kleinere Kunden ohne aufwendige Vollregistrierung und Zahlung zunächst vom



Mehrwert der Leistungen überzeugen. Für uns vereinfachen sich damit das Onboarding neuer Kunden und die Abrechnung auch niedrigpreisiger Services.“

LaterPay-CEO Cosmin Ene fühlt sich bestätigt: „**Dass wir Microsoft von unserer Technologie überzeugen konnten, kommt für uns einem Ritterschlag gleich.** Es zeigt aber auch deutlich, welches Potenzial die LaterPay-Technologie auch für den Vertrieb von Software hat. Mit unseren Kunden aus dem Publishing-Bereich haben wir bewiesen, dass Paid-Content-Modelle funktionieren, wenn sie dem Kunden eine herausragende User Experience bieten. Mit LaterPay Pro erweitern wir unsere erprobte, patentierte Lösung nun auch auf Software-as-a-Service.“

LaterPay setzt damit seinen Wachstumskurs fort. Erst im Januar vermeldete der Technologieanbieter 200.000 aktive, registrierte Nutzer in Deutschland. In die USA expandierte LaterPay Ende 2017 nach einer erfolgreichen Finanzierung in Höhe von 7,5 Millionen Euro.

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 Technologieplattform für Kundenakquise, Conversion-Steigerung und Payment im deutschsprachigen Raum sowie den USA. LaterPays nahtlose Lösung hilft Inhaltenanbietern aus den Branchen Online-Publishing, SaaS und Video, Konsumenten zu zahlenden Kunden zu machen. Denn anders als bei harten Paywalls geben die Plattformen ihren Kunden mit LaterPays offenem Paygate-Ansatz einen sofortigen Zugriff auf kostenpflichtige Inhalte und Services, ohne vorherige Registrierung oder Zahlung. Durch die einfache Bezahloption gewähren sie ihren Nutzern einen Vertrauensvorschuss: Den Wert des konsumierten Services kennenzulernen und erst bei Erreichen eines gesetzten Warenkorbwerts zu zahlen. Mit Bezahloptionen wie dem Einzelkauf, Zeitpass oder Abonnement lassen Unternehmen ihren Kunden die Wahl, wie sie konsumieren wollen, führen sie zugleich an längerfristige Zahlungen heran und reduzieren Absprung-Raten. Plattformen jeder Branche und Reichweite erreichen so ein Umsatzwachstum und entwickeln neue, nachhaltige Kundenbeziehungen auf der eigenen Webseite. Das aus Deutschland stammende Unternehmen 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