

HÄNDLER

Multi-PSP-Strategie: Wann sich ein zweiter Zahlungsanbieter lohnt

Veröffentlicht am 24. September 2026

Mehr als ein Zahlungsanbieter schützt vor Ausfällen und Kontoschließungen und kann die Genehmigungsquoten heben, kostet aber Integration und Aufsicht. Wie Sie entscheiden und wie Sie es redlich umsetzen.

Die meisten Unternehmen beginnen mit einem Zahlungsanbieter und bleiben dabei, bis etwas schiefgeht. Ein Ausfall an einem umsatzstarken Tag, eine ohne Vorwarnung verhängte Reserve oder eine Kontoprüfung, die die Auszahlung eine Woche einfriert, löst meist die Suche nach einem zweiten aus. Besser ist es, vor diesem Tag zu entscheiden, ob sich ein zweiter Anbieter lohnt.

Was ein zweiter Anbieter bringt

- **Kontinuität.** Fällt ein Anbieter aus oder sperrt er das Konto, laufen die Verkäufe über den anderen weiter.
- **Bessere Genehmigungsquoten.** Issuer behandeln Acquirer unterschiedlich. Eine über einen Weg abgelehnte Karte wird über einen anderen mitunter genehmigt, und lokales Acquiring im Land des Kunden genehmigt meist mehr als grenzüberschreitendes.
- **Abdeckung.** Kein Anbieter bietet jede Währung, jedes Land und jede Zahlungsmethode. Zwei decken ab, was einer nicht kann.
- **Verhandlungsposition.** Konditionen werden besser, wenn der Anbieter weiß, dass das Volumen abwandern könnte.
- **Raum zum Wachsen.** Monatslimits eines einzelnen Kontos sind nicht mehr die Obergrenze des Geschäfts.

Was es kostet

- **Integration.** Zweimal technische Arbeit, oder eine Orchestrierungsschicht zwischen Checkout und Anbietern, die ihre eigene Gebühr hat.
- **Abstimmung.** Zwei Auszahlungsdateien, zwei Gebührenmodelle, zwei Streitfallprozesse.

- **Compliance.** Jeder Anbieter hat sein eigenes Onboarding, seine eigenen Überprüfungen und seine eigenen Fragen, wenn sich etwas ändert.
- **Verdünntes Volumen.** Preisstaffeln und die Historie, die bessere Konditionen verdient, beruhen beide auf Volumen, und es zu teilen bremst beides.
- **Aufmerksamkeit.** Chargeback-Quoten müssen auf jedem Konto getrennt beobachtet werden.

Wann es sich lohnt

Ein zweiter Anbieter verdient seine Kosten, wenn mindestens einer dieser Punkte zutrifft:

1. Ein Tag ohne Kartenzahlungen würde ernsten Schaden anrichten.
2. Ein nennenswerter Teil der Kunden sitzt in Ländern, in denen der jetzige Anbieter ausländisch ist.
3. Das Unternehmen gehört zu einer Kategorie, in der Kontoprüfungen und Schließungen ein normales Risiko sind.
4. Das Volumen ist über die Limits oder die Risikobereitschaft eines Anbieters hinausgewachsen.
5. Die Genehmigungsquoten liegen spürbar unter dem, was andere in der Branche berichten.

Für ein kleines Unternehmen, das in einem Land in einer risikoarmen Kategorie verkauft, genügen meist ein guter Anbieter und ein erprobter Notfallplan.

Wie man es richtig macht

- **Informieren Sie jeden Anbieter über den anderen.** Risikoprüfer fragen, wie viel vom Geschäft sie sehen. Eine wahrheitsgemäße Antwort ist unauffällig. Ein verschwiegenes zweites Konto, das später entdeckt wird, ist es nicht.
- **Routen Sie mit Begründung.** Nach Land, Währung, Kartentyp oder Kosten. Regeln, die sich erklären lassen, sind Regeln, mit denen ein Anbieter leben kann.
- **Halten Sie beide Konten aktiv.** Ein Reservekonto, über das monatelang nichts lief, kann wegen Inaktivität geschlossen werden oder an dem Tag versagen, an dem es gebraucht wird.
- **Halten Sie Kartendaten portabel.** Speichert ein Anbieter Karten in einer Form, die nur er nutzen kann, heißt Volumen verlagern, jeden Kunden um erneute Eingabe zu bitten.
- **Geben Sie jedem Konto einen eigenen Deskriptor und ein eigenes Monitoring.** Streitfälle werden je Konto gezählt.

Die Grenze, die Sie nicht überschreiten

Es gibt eine Praxis, die wie eine Mehr-Anbieter-Strategie aussieht und keine ist: Volumen so auf Konten zu verteilen, dass die Chargeback-Quote auf jedem unter den Schwellen der Kartenorganisationen bleibt. Die Kartenorganisationen nennen das Load Balancing, werten es als Umgehung und gehen gegen Händler und Acquirer vor, wenn sie es finden.

Der Test ist einfach. Eine Routing-Regel, die französische Karten an einen französischen Acquirer schickt, ist Strategie. Eine Regel, die Volumen von einem Konto abzieht, weil dessen Streitfälle steigen, ist Verschleierung. Beheben Sie stattdessen die Streitfälle.

Bevor Sie einen Anbieter hinzufügen

Eine Orchestrierungsplattform kann eine Zahlung überallhin leiten, aber nur zu Anbietern, die das Geschäft bereits angenommen haben. Der langsame Teil eines Mehr-Anbieter-Aufbaus ist nicht die Technik. Es ist, einen zweiten und dritten Anbieter zu finden, dessen Kriterien das Unternehmen erfüllt, und deren Risikoprüfung zu durchlaufen.

Beginnen Sie also dort. Klären Sie, welche Anbieter Ihre Branche, Ihre Länder und Ihre Volumina akzeptieren, bevor Sie das Routing planen, und bewerben Sie sich bei diesen. Die Integration kann auf eine Zusage warten. Die umgekehrte Reihenfolge ergibt eine Routing-Engine ohne Ziel für den Traffic.

Online lesen: <https://payments-marketplace.com/de-DE/insights/multi-ppp-strategy/>

Payments Marketplace Ltd

Registered in England & Wales No. 17424288

Garden Ctg, Dereham Road, Dereham, Norfolk, NR19 2PW, UK

connect@payments-marketplace.com · +44 1366 727140