

Het is een verhaal uit het boekje. Betaaldienst Wirecard was het Duitse antwoord op de dominante Amerikaanse dotcom-bedrijven. Innovatief en razend succesvol. Tot het misging. En goed ook.

Als operatiefhebber moet Wirecard-boegbeeld Markus Braun de verhaallijn al talloze malen hebben gehoord en gezien; dat van een ambitieuze hemelbestormer die na aanvankelijk succes alsnog ten onder gaat.

Of Braun ooit heeft gedacht dat hij zelf de protagonist in een dergelijk drama zou worden, blijft gissen. Feit is dat hij de hoofdrol speelt in de ontmanteling van het Duitse fintechsprookje dat betaalbedrijf Wirecard lange tijd was.

De onderneming, die de betalingen afhandelt voor internetverkopen, is in het afgelopen decennium gegroeid met een tempo dat tot voor kort was voorbehouden aan Amerikaanse technologiegi-ganten als Google, Facebook, Uber en Instagram. Anders dan bij deze partijen is de ontstaansgeschiedenis van Wirecard niet omgeven door de studentikoze romantiek. Braun start zijn carrière als consultant bij onder meer KPMG voordat hij zijn oog laat vallen op Wirecard, een bescheiden Zuid-Duits bedrijf dat digitale betalingsdiensten levert aan sectoren die groot en technisch vooruitstrevend opereren op internet: de gok- en porno-industrie. In 2002 wordt de dan 33-jarige Oostenrijkse informaticus en econoom de baas. Samen met enkele vertrouwelingen geeft Braun vol gas om Wirecard uit te bouwen.

In 2005 weet Braun een beursnotering te regelen en vanaf dat moment is de astronomische groei van Wirecard publiekelijk zichtbaar. Het klantenbestand groeit,

met klinkende namen als KLM, Aldi, Lidl en TUI; de resultaten zijn ronduit spectaculair. Omzet en winst verviervoudigden tussen 2013 en 2018, terwijl over 2019 een verdere groei met circa 40 procent wordt gerapporteerd. De beurskoers lijkt op steroïden te drijven en gaat in vijf jaar zes keer over de kop. Belleggers van het eerste uur profiteren royaal, grootaandeelhouder Marcus Braun is op papier schatrijk.

BOMEN

En steeds laat de topman weten dat dit pas een begin is. De meeste betalingen wereldwijd vinden nog steeds in contanten plaats, en geen partij die bij verdere digitalisering zo'n goed uitgangspunt heeft als het innovatiewonder Wirecard. De bomen groeien tot in de hemel en waar die bomen staan, maakt in de digitale wereld volgens Braun niet uit. Na Duitsland, Oost-Europa en het Midden-Oosten begeeft hij zich



DUITS

digitaal

DEBACLE

DE MANIER
WAAROP
WIRECARD DE
ACTIVITEITEN
UITVOERT EN
FINANCIERT,
IS OOK VOOR
INGEWIJDEN
MOEILIK
TE VOLGEN

op de Aziatische markt. Om snel uit te breiden, koopt hij er lustig op los. Lokale spelers worden overgenomen of tot samenwerkingsverbanden verleid. Ook vist Wirecard nadrukkelijk in de vijver met kleinere ondernemingen en is het indirect actief in de consumentenmarkt. Zo levert het diensten voor prepaid-betaalkaarten.

Voor de buitenwereld zijn de activiteiten van Wirecard dan al lang moeilijk op waarde te schatten. Het bedrijfsmodel, gestoeld op digitale betaalstromen, is er een voor de fijnproever. De manier waarop Wirecard de activiteiten uitvoert en financiert, is ook voor ingewijden moeilijk te volgen. Het is een wirwar aan gerelateerde partijen, klein en groot, van Duitsland en Dubai tot Singapore en de Filipijnen. De financiële gegevens die Wirecard verstrekt, zijn simpelweg onvoldoende om goed in te schatten waar de grote winsten precies vandaan