



ADYEN WIL MET BANKDIENSTEN verder doordringen in bedrijfsvoering klanten

Adyen wil zijn dienstverlening uitbreiden met bankdiensten zoals het verstrekken van kredieten aan het midden- en kleinbedrijf. Dat is heel wat anders dan het verwerken van betalingen. Meer omzet en een betere klantenbinding gloren aan de horizon, maar ook meer risico en hogere compliance-kosten.

Wie iets online koopt heeft grote kans dat de naam Adyen op het rekeningafschrift prijkt. De onderneming verzorgt de internetbetalingen voor diverse snelgroeende bedrijven als Spotify, Netflix en Uber.

Het betaalsysteem van Adyen vormt de schakel tussen fysieke winkels en webshops aan de ene kant en banken en creditcard-

**ALLE
TRANSACTIONEN
VAN ADYEN
LOPEN OVER
ÉÉN ENKEL
PLATFORM**

maatschappijen aan de andere. Het bedrijf ontvangt voor iedere aankoop een vaste vergoeding, plus een percentage van de transactiewaarde.

Van dat percentage gaat het grootste deel via de achterkant weer naar de banken en creditcardmaatschappijen. Adyen verwerkt de betalingen namelijk op het netwerk dat eigendom is van bijvoorbeeld Visa of Master-

card. Het betaalbedrijf kan daarom slechts een klein gedeelte - rond de 0,1 procent - in eigen zak steken. Hoe meer (web) winkels verkopen, hoe meer verwerkingskosten en commissies de betalingsverwerker dus in rekening kan brengen.

Het Amsterdamse techbedrijf profiteert van de stevige omzetgroei van digitale grootmachten. Tegelijkertijd verovert Adyen ook een steeds groter aandeel van de transacties van deze spelers, die vaak gebruikmaken van de diensten van meerdere betalingsverwerkers. Meer dan 80 procent van de groei van het transactievolume komt uit bestaande klanten.