

# American Express doet het goed bij kapitaalkrachtige jongeren

American Express maakte zijn toch al dure creditcards de afgelopen jaren nog wat duurder, maar weet tegelijkertijd veel nieuwe, jonge klanten te lokken. De 174 jaar oude financiële grootmacht is daarmee hersteld van de periode met tegenvallende resultaten van voor de coronacrisis. Hoe houdt Amex zich de concurrenten van het lijf?

**A**merican Express was niet altijd in de financiële sector actief. Het bedrijf is opgericht in 1850 door Henry Wells en William Fargo, die later ook aan de wieg hebben gestaan van de bank Wells Fargo. Aanvankelijk is American Express vooral actief als expediteur, met pakhuizen op Manhattan en vervoer naar de rest van de staat New York. Als extra dienst biedt het bedrijf al snel ook postwissels aan, en leent het werkkapitaal uit aan z'n opdrachtgevers. Later, in 1891, introduceert American Express ook de *traveller's cheque*, zodat reizigers onderweg niet steeds grote stapels cash mee hoeven te nemen.

Doordat de globalisering in de jaren dertig van de vorige eeuw

om zich heen slaat en Amerikanen steeds reislustiger worden, nemen ook de reischeques een steeds belangrijkere plaats in. Klanten kopen deze waardepapieren voordat ze op reis gaan, waarna de cheques overal ter wereld ingewisseld kunnen worden tegen contant geld bij speciale agentschappen en in hotels. Het gebruik van handtekeningen op de cheques maakt ze veiliger dan een stapel bankbiljetten in een koffer. De cheques worden wereldwijd een groot succes: pas na de coronapandemie stopte American Express met het aanbieden ervan.

Naast de introductie van de *traveller's cheque* is American Express ook een van de pioniers van de creditcard, in de late jaren

**DE  
GEMIDDELDE  
AMEX-KLANT  
GEEFT RUIM  
2.000 DOLLAR  
PER MAAND  
UIT OP ZIJN  
KAART**

50 van de vorige eeuw. Van begin af aan koppelen de marketeers een premium-imago aan de kaart: de eerste creditcard van American Express was bewust geprijsd op 6 dollar per jaar. Eén dollar duurder dan de concurrerende kaart van Diners Club. Die strategie heeft American Express altijd aangehouden, met de speciale *gold-* en *platinumcards* die, in ruil voor hogere tarieven, gebruikers meer voordelen beloven.

## VOORDEELTJES

Bijna tachtig jaar na de introductie van de creditcards, richt Amex zich nog altijd op het leveren van producten die vanwege de prijs enkel voor de rijkste consumenten aantrekkelijk zijn. De platinumcard kost in de Ver-