

# Billink haalt € 29,5 miljoen op om grote webshops binnen te halen

18-01-2024 12:03



**Billink, de achteraf-betaaloplossing met ruim drie miljoen gebruikers, heeft een bedrag van € 29,5 miljoen opgehaald bij investeerders. Met dit kapitaal wilt het Nederlandse bedrijf haar pijlen grote webshops binnen gaan halen en zich richten op de Duitse markt.**

Billink is het Nederlandse bedrijf achter de betaaloplossing, waarbij gebruikers pas hoeven te betalen na ontvangst van de aankoop. Sinds de eerste BNPL-transactie (Buy Now Pay Later) in 2012 is Billink gegroeid tot ruim 3.000 aangesloten webwinkels en drie miljoen gebruikers. De scale-up heeft ook in de zakelijke markt terrein gewonnen, zo stelt Billink 20 procent van alle KvK-geregistreerde bedrijven een keer met de oplossing heeft betaald. Nu wil de Nederlandse betaaldienst de strijd aangaan met het Zweedse Klarna en het Duitse Riverty, voorheen AfterPay, en heeft het daarvoor een bedrag van €29,5 miljoen opgehaald.

“We onderscheiden ons doordat we een ‘local hero’ zijn,” zegt Frank Waagmeester, CEO van Billink. “We zijn al ruim een decennium actief in de betaalmarkt in de Benelux en begrijpen de uitdagingen van onze webshophouders. Dat zien we terug in onder andere een hoge klantretentie en -tevredenheidsscore en een Trustpilot score van 4,7, de hoogste in de markt. Met dit mooie fundament zijn we klaar om de volgende stap te zetten.”

## **Bescherming door achteraf betalen**

Het kapitaal, waarvan €4,5 miljoen direct toegezegd, is afkomstig van de Duitse Varengold Bank. Met het

bedrag kan Billink de top-50 webshops gaan bedienen en wordt werkkapitaal vrijgespeeld om een uitbreiding naar de Duitse markt te versnellen. Daarbij heeft Billink de ambitie om de betrouwbaarste online betaalmethode te worden door in te zetten op innovatie en klantgerichtheid.

“Offline is een consument gewend om pas na het ontvangen van een dienst of product te betalen. Online betaal je van tevoren, waarbij je er maar vanuit moet gaan dat alles goed gaat en je aankoop naar wens is. Dat vinden wij oneerlijk,” legt Waagmeester uit. “We werken nu aan de Billink Checkout 2.0, die de klantervaring nóg persoonlijker maakt en webshophouders helpt om de conversie verder te optimaliseren. Hiervoor zijn we niet alleen in gesprek met de grootste webshops van Nederland over hun uitdagingen en behoeftes, we ontwikkelen ook onze eigen AI-toepassing.”

Redactie