

HelloFresh groeit 'van niets naar iets'

24-09-2015 14:07

HelloFresh heeft zijn klantenbestand weliswaar zien groeien naar 402 duizend, maar verdeeld over alle landen is dat helemaal niet zo veel. De vervijfvoudiging ten opzichte van een jaar terug 'is vooral een ontwikkeling van niets naar iets'. Dat zegt merkenstrateeg Paul Moers in [de Volkskrant](#).

HelloFresh bezorgt behalve in de Benelux ook in Australië, Duitsland, Groot-Brittannië en de Verenigde Staten. Marktaandeel zegt volgens Moers in dit geval meer dan het aantal klanten, en in dat opzicht blijft HelloFresh een kleine speler.

De maaltijdboxaanbieder moet het opnemen tegen grote Europese spelers, zoals Ahold. Zijn supermarktketen Albert Heijn introduceerde onlangs nog een eigen maaltijdbox, terwijl ook Jumbo met een eigen variant komt. Ahold kan wereldwijd voor 55 miljard dollar inkopen, stelt Moers. "HelloFresh is dan enorm in het nadeel met hun omzet van honderd miljoen en maakt veel meer kosten."

HelloFresh investeerde in het eerste halfjaar veertig miljoen euro in marketing, wat de winst drukte. De startup gaat alle landen af met marketingacties om te blijven groeien, ziet Moers. "Probeer dat eerst maar eens terug te verdienen."