

Takeaway.com van start met Europese merkcampagne

16-02-2016 11:51

Takeaway.com begint deze week met zijn eerste pan-Europese merkcampagne. Die gaat gelijktijdig van start in vijf verschillende landen.

Onder de noemer 'Time for takeaway.com' wordt de campagne gelanceerd in Nederland, België, Duitsland, Oostenrijk en Polen. Het concept is gebaseerd op een consumentenonderzoek door GfK. Voor de campagne zijn nieuwe commercials, outdoor-uitingen en billboards ontwikkeld.

Takeaway.com, in Nederland bekend met Thuisbezorgd.nl, is in ieder land onder een andere merknaam actief. Het is voor het eerst dat het bedrijf een centrale Europese campagne lanceert. Ceo Jitse Groen zei in het januarinummer van EtailTrends dat het marktgebied van Takeaway.com zo veel inwoners telt, dat er potentie is om nog veel groter te worden. "Wij kunnen nog tien keer zo groot worden." Hij vertelt verder dat het altijd al zijn ambitie is geweest om de landsgrenzen over te gaan met zijn bedrijf. "Ik had geen zin om een Coolblue of bol.com te worden.

Thuisbezorgd.nl begon in 2000 en in 2010 werd de internationale merknaam Takeaway.com gelanceerd. Daarmee is de etailer nu actief in tien landen. In het marktgebied van de etailer wonen 180 miljoen mensen.