

Thuisbezorgd.nl: nog meer marketing over de grens

07-09-2016 06:56



Takeaway.com is in het buitenland nog niet winstgevend door de hoge marketinguitgaven. Nog meer investeringen in het vergroten van de naamsbekendheid moeten daar verandering in brengen, zei ceo Jitse Groen volgens [Het Financieele Dagblad](#) op een persconferentie.

Vooral in het buitenland moet de naamsbekendheid verder vergroot worden, zegt Groen. “In Hamburg en Berlijn struikel je over onze borden, maar in kleinere Duitse steden zie je ons nog nauwelijks.” Ook het restaurantaanbod in Duitsland is nog te beperkt, zegt Groen.

De investeringen moeten Takeaway.com binnen drie jaar winstgevend maken. De maaltijdbezorger gaf vorig jaar al 59 miljoen euro uit aan billboards, reclamespotjes en banners. Die uitgaven waren grotendeels de oorzaak van het verlies van 19,5 miljoen euro in 2015. In de eerste zes maanden van dit jaar staat de teller op vijftig miljoen omzet en een verlies van 11,5 miljoen. In Nederland schreef Thuisbezorgd.nl vorig jaar een positief bruto-bedrijfsresultaat van 26,5 miljoen.

Takeaway.com kondigde dinsdag aan naar de beurs te gaan. Hiermee wil de etenbestelsite zo’n 175 miljoen euro ophalen. De beursgang is ‘een beslissende stap’ om het toekomstige groeipotentieel van Thuisbezorgd.nl te realiseren, liet Groen weten.