

Waarom maaltijdbezorgers zo hard groeien

13-01-2017 11:12



Door Amnon Vogel
Redactie RetailWatching

Het van oorsprong Britse Deliveroo opent zaterdag twee eigen keukens in Amsterdam. De reden: capaciteitsproblemen in de restaurantkeukens, door de vele extra klanten die een samenwerking met de maaltijdbezorger oplevert. Het succes van Deliveroo staat niet op zichzelf. Berichten over maaltijdbezorgdiensten gaan stevast over explosieve groei en grenzeloze uitbreidingsplannen. Bovendien blijven er maar nieuwe aanbieders bijkomen. Waarom brengen zoveel partijen eten aan de deur?

• [Foodora groeit met 982 procent in Nederland](#); • [Takeaway.com kan nog tien keer zo groot worden](#); • [275 miljoen dollar aan groeigeld voor Deliveroo](#); Zomaar wat koppen van berichten op RetailNews van het afgelopen jaar. Tussen al deze hardgroeierende maaltijdbezorgers zag ook [UberEats](#) in september nog kans zich in het geweld te storten, terwijl ook het Deense Hungry.nl stevig aan de weg timmert. En dan hebben we gevestigde ketens als Domino's en New York Pizza, die eveneens explosief groeien, nog niet eens genoemd. En het potentieel is nog lang niet volledig benut, concludeerde zowel ABN Amro als FoodService Instituut Nederland. De markt voor maaltijdbezorging bedraagt op dit moment zo'n 695 euro, maar in 2025 is dat naar verwachting [1,5 miljard](#).



GEEN AFBEELDING BESCHIKBAAR

Thuisbezorgd.nl is het langst actief in de relatief nieuwe markt voor online maaltijdbestellingen. In 2000 startte Jitse Groen het bedrijf, om het in vijftien jaar tijd uit te bouwen tot een internationaal platform dat in tien landen actief is. Anders dan de meeste spelers die ons land later betraden, werkt Thuisbezorgd.nl niet met eigen bezorgers. Na vijftien jaar is de groei er voor het Nederlandse concept nog lang niet uit. In 2016 verwerkte de etenbestelsite 46 procent meer bestellingen dan het jaar ervoor, met een extra groeispurt (54 procent) in het laatste kwartaal. Die was naar eigen zeggen te danken aan de beursgang eind september en, opvallend genoeg, de afgenomen concurrentie. Hoewel de markt op het oog alleen maar voller wordt, sloeg Thuisbezorgd.nl een belangrijke slag met de overname van Just Eat in Nederland en België. Voor 22,5 miljoen euro nam het bedrijf van Groen zijn grootste concurrent over. Winst zit er voorlopig nog niet in. Door al die investeringen in overnames en marketing, met name in Duitsland, leed het overkoepelende Takeaway.com 19,5 miljoen euro verlies in 2015. Eeuwig verlies maken kan niet, beseft Groen. Ik verwacht dat we met een jaar of twee winstgevend zijn, zei hij vorig jaar in EtailTrends. Maar groei blijven wij belangrijker vinden dan winst. Of de investeerders er ook zo over denken? Dat zou je hen moeten vragen. Tot dusver hebben ze behoorlijk wat geduld getoond.

Dat Thuisbezorgd.nl zegt steeds minder last te hebben van concurrentie in Nederland, is niet zo vreemd. Want nieuwe toetreders als foodora en Deliveroo, ziet Groen eigenlijk nauwelijks als concurrenten. Ik zou niet weten waarom ik mij druk moet maken over iets dat bij ons minder dan 1 procent van het aantal orders vertegenwoordigt, aldus de topman tegen [Het Financieele Dagblad](#). Hij doelt daarbij op de eigen koeriers waar foodora en Deliveroo mee werken voor restaurants die zelf niet bezorgen. Thuisbezorgd.nl doet dat sinds kort ook, maar slechts op kleine schaal. Iedereen begrijpt dat het veel makkelijker is om duizend berichten per minuut door te sturen naar restaurants, dan duizend mensen per minuut op een fiets of brommer te zetten. Toch is dat wat foodora sinds 2015 in ons land doet, en niet zonder succes. De fietsbezorgservice maakt geen omzetcijfers bekend, maar strooit wel met groeipercents: 982 procent Nederlandse omzetgroei in 2016, vierhonderd procent meer restaurants aangesloten, 753 procent meer bestellingen. Waar Thuisbezorgd.nl het vooral moet hebben van de vraag naar meer gemak en op demand eten, voegt foodora daar een kwaliteits- en duurzaamheids-sausje aan toe. We zien steeds meer vraag naar beter en gezonder eten, aldus countrymanager Vincent Hosman. Foodora beoordeelt restaurants op kwaliteit en bezorgt bovendien milieuvriendelijk op de fiets.

