

Bamigo wil Europa online veroveren

23-03-2018 08:30



Bamigo is in vier jaar tijd gegroeid naar een omzet van zes miljoen euro. Het merk verkoopt onder meer ondergoed, T-shirts en sokken van duurzaam bamboe. “Ik word de Hugo Boss van de bamboe”, zegt oprichter Jeroen Adriaans in het [Algemeen Dagblad](#).

Adriaans heeft de ambitie om heel Europa online te veroveren, door de omzet te ‘vertien- of vertwintigvoudigen’. Eind vorig jaar was Bamigo in vijf landen actief, goed voor tachtigduizend klanten.

Bamigo richt zich op mannen van 25 tot 55 jaar met een bovenmodaal inkomen, zei hij eerder al tegen [de Volkskrant](#). Om aandacht te krijgen in het geweld van een Zalando en Björn Borg, besloot hij te adverteren in traditionele media. In het ‘verhaal’ wees hij op kwaliteit, het draagcomfort en duurzaamheid, wat vooral onder 45-plussers veel klanten opleverde. “Sinds vorig jaar zijn we op televisie gaan adverteren. Daardoor is ons klantenbestand veel jonger geworden.”

De Nederlandse etailer richt zich voorlopig niet op vrouwen. Mannen zijn merkentrouw, stelt Adriaans. Ze kopen volgens hem zo weer zes boxershorts, als de eerste zes bevallen. “Een vrouw koopt misschien twee stuks, zoekt op internet en koopt er nog twee bij Zalando.”