



# Succesvol beursdebuut

## Bestelsite Takeaway na eerste handelsdag ruim € 1 mrd waard

**Van onze redacteur  
Amsterdam**

Takeaway.com, het moederbedrijf achter maaltijdbezorger Thuisbezorgd.nl, heeft vrijdag een succesvol debuut gemaakt op de Amsterdamse beurs. De koers van het aandeel sloot de dag 6,5% hoger op € 24,50. Daarmee is het technologiebedrijf € 1,058 mrd waard op de beurs.

Takeaway, dat zestien jaar geleden door Jitse Groen op een studentenkamer werd opgericht, gaat een deel van de opbrengst van € 328 mln gebruiken om met name in Duitsland te groeien. Het gaat om tientallen miljoenen die worden gestoken in reclame om nieuwe klanten en restaurants aan het bedrijf te binden.

Bestuursvoorzitter Groen, die de afgelopen twee weken de wereld over reisde om te spreken met potentiële beleggers, zegt dat 'heel veel Duitse investeerders zijn ingestapt'. Een percentage wil hij niet noemen.

Nu is Takeaway, door de grote marketinguitgaven, in Duitsland zeer verlieslatend. 'We kunnen nu ook al in Duitsland winstgevend zijn, maar we kiezen er niet voor. Wij willen groeien. Dat hebben we altijd zo gedaan.'

Geraagd naar de impact van nieuwe concurrenten in de bezorgmarkt, reageert Groen luchtig. Nieuwkomers als Foodora en Deliveroo hebben in tegenstelling tot Takeaway veel koeriers voor hen werken, die eten bezorgen voor restaurants die dat niet zelf doen. 'Ik zou niet weten waarom ik mij druk moet maken over iets wat bij

**Oprichter Jitse Groen bij de beursintroduktie van zijn bedrijf.**

FOTO: PETER BOER VOOR HET FD

ons minder dan 1% van het aantal orders vertegenwoordigt. 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.'

De strijd van Takeaway is vooral gericht op het binnenhalen van nieuwe klanten, want nog altijd bestellen veel mensen hun eten uit een folder en via de telefoon. 'Wat wij doen, is eigenlijk een soort langzaam educatieproces: wij proberen consumenten van de telefoon over te laten stappen naar online.'

Met de bestaande klanten komt het volgens Groen wel goed. 'Als je eenmaal bij ons online eten bestelt, blijf je dat ook vaak doen. Het is een impulsbestelling. Je hebt honger en bestelt snel, langs de bekende weg.'

In de thuisbezorgmarkt overheerst de gedachte dat uiteindelijk één sterke speler per land overblijft. Het marketingbudget is het belangrijkste wapen om die strijd te winnen. De € 40 mln die Takeaway na de

beursgang wil investeren, is ongeveer evenveel als het bedrijf dit jaar aan marketing in Duitsland besteedt.

Sommige analisten plaatsten de afgelopen weken kanttekeningen bij het groei-verhaal. Takeaway is volgens hen verwikkeld in een dure strijd om het Duitse marktleiderschap, met een ongewisse uitkomst. Groen ziet dat anders. 'Duitsland is eigenlijk helemaal niet zo competitief. Er zijn maar weinig landen waar je maar één serieuze concurrent hebt. Een aantal jaren geleden waren dat er nog vier in Duitsland.' De overgebleven grote concurrent is Delivery Hero, dat de merken Lieferheld en Pizza.de uitbaat. Samen zijn deze twee merken groter dan Takeaway in Duitsland, maar individueel kleiner.

De opbrengst van de beursgang kan oplopen tot € 377 mln, als de begeleidende banken — Morgan Stanley, Merrill Lynch, ABN Amro en UBS — de komende dagen via de zogeheten overtoewijzingsoptie nog extra aandelen plaatsen.

Ongeveer de helft van dit bedrag gaat naar de huidige aandeelhouders, onder wie oprichter en ceo Jitse Groen. Groen en de investeerder Prime Ventures blijven evenwel na de beursintroduktie grootaandeelhouders.

Het geld dat bij beleggers is opgehaald wordt verder gebruikt om een overbruggingskrediet voor de overname van Just Eat Benelux eerder dit jaar af te lossen. Nog eens maximaal € 20 mln wordt ingezet om andere leningen af te lossen. Een flink deel blijft ook in kas, zo werd eerder bekend.

**Het bedrijf is volgens analisten verwikkeld in een dure strijd om het Duitse marktleiderschap**