

PERSBERICHT

Snelle expansie bloemenabonnement Bloomon naar Duitsland

- Internet startup gaat grens over na succesvolle Nederlandse lancering najaar 2014
- Eerste investeringsronde met internationale investeerders leverde 1 miljoen dollar op
- Duitsers besteden van alle EU inwoners het meest aan bloemen

Amsterdam, 11 februari 2015 – **Binnen drie maanden na de succesvolle lancering in Nederland breidt het online bloemenabonnement Bloomon uit naar het buitenland. De introductie in Duitsland is een volgende stap na een succesvolle livegang in de tweede helft van vorig jaar in Nederland. Bloomon streeft er naar haar verse Nederlandse kwaliteitsbloemen, wereldwijd bekend staand als beste ter wereld, op termijn bij consumenten in heel Europa te bezorgen. Tijdens een eerste investeringsronde eind vorig jaar haalde Bloomon 1 miljoen dollar op om deze groei te financieren.**

Vol vertrouwen de grens over

"Nederland staat wereldwijd bekend om de kwaliteit van haar bloemen. Veel Duitsers in de grensstreek steken regelmatig de grens over om Nederlandse bloemen in huis te halen. Dat hoeft nu niet langer. We bezorgen nu ook bij Duitse klanten 's avonds aan de deur", vertelt Patrick Hurenkamp, oprichter en Managing Director van Bloomon. Na een succesvolle lancering in Nederland vorig jaar maakt Bloomon met veel vertrouwen de oversteek. "In Nederland lopen we inmiddels flink vooruit op ons ambitieuze businessplan. De Duitse bloemenmarkt is ongeveer driemaal groter dan Nederland en Duitsers besteden per inwoner het meest aan bloemen binnen de EU. Na marktonderzoek zijn we ervan overtuigd dat ook Duitsers enthousiast zijn over onze verse bloemen direct van de kweker."

1 miljoen dollar

Tijdens een eerste investeringsronde haalde Bloomon 1 miljoen dollar op. *"We zijn bewust in zee gegaan met een aantal internationale business angels. Deze (oud)ondernemers en ervaren retail-experts brengen veel kennis met zich mee en een enorm netwerk. Daar hebben wij in deze fase veel profijt van", aldus Hurenkamp.*

Bloomon werkt met een flexibel abonnement. Op de website kunnen klanten kiezen voor het formaat van het boeket evenals de bezorgfrequentie. De bloemen worden in Nederland en Duitsland op donderdagavond aan huis bezorgd. Stylist Anton van Duijn (finalist SBS6 programma Hollands Beste Bloemstylist) is verantwoordelijk voor de moderne stijl zonder veel bladgroen.

///// einde persbericht /////

BLOOMON

Noot ter redactie, niet voor publicatie

De oprichters van Bloomon, Patrick Hurenkamp (1984) en Bart Troost (1984), delen hun brede ervaring in e-commerce. Zo was Hurenkamp eerder verantwoordelijk voor de oprichting van online ventures Hellofresh en Westwing. Troost bouwde aan de online winkel van MS Mode en Sapph. Voor die tijd werkten ze samen bij the Boston Consulting Group.

Over Bloomon

Bloomon bezorgt een ultiem thuisgevoel met een flexibel online abonnement op verse bloemen. De bloemen zijn samengesteld door een stylist en met de hand gebonden. Bloomon levert direct van de kweker in de avonduren bij de klant aan huis, zonder bezorgkosten. Zo vaak de klant het wil.

Meer informatie?

Voor meer informatie en beeldmateriaal kunt u contact opnemen met:
Nieke Kempen, Head of PR & Communications, via nieke.kempen@bloomon.nl of
06 - 48 622 695. Zie ook www.bloomon.nl/press.