

Sanoma neemt Fashionchick volledig over

06-09-2013 08:32



Buiten de grenzen bereikt Fashionchick inmiddels meer consumenten dan in Nederland en ziet de internationale omzet maandelijks verder groeien. Nederland blijft voor Fashionchick ook een aantrekkelijke markt waarin de groei tevens gestaag doorzet. Sterke focus op conversie en mobiele oplossingen zullen hieraan bijdragen.

Fashion voor heren en kids

Komende maanden worden er in de Nederlandse en Duitse markt websites onder de naam MENTODAY in de markt gezet die het online shoppen voor heren een stimulans zullen geven. En die webshops de mogelijkheid bieden hun omzet in het herenfashion kanaal te verhogen. In nauwe samenwerking met het onderdeel parenting van Sanoma zal dit jaar ook de online shoppingsite KIDSTODAY voor kindermode en aanverwante producten worden gelanceerd.

Sander ten Dam, director Performance Based bij Sanoma: "De samenwerking tussen Fashionchick en Sanoma heeft de afgelopen jaren geleid tot een indrukwekkende groei van Fashionchick in Nederland en internationaal. Wij zijn blij dat we met deze versnelde overname samen met het huidige team van Fashionchick verder kunnen gaan bouwen aan het portfolio."

Aart Wallet, mede-oprichter van Fashionchick: "Sanoma is afgelopen jaren de perfecte match gebleken voor ons bedrijf. Met behulp van de mogelijkheden die Sanoma ons internationaal biedt kunnen wij onze ambities sneller verwezenlijken en ervaren wij de vrijheid om als ondernemers binnen een groot mediabedrijf als Sanoma te kunnen opereren."