

Sanoma verkoopt Kieskeurig aan Reshift

24-04-2017 18:13



Reshift is met Sanoma Media Netherlands tot overeenstemming gekomen over de koop van de vergelijkingswebsites Kieskeurig.nl en Kieskeurig.be. De koop is onder voorbehoud van goedkeuring van de Ondernemingsraad van Sanoma. Na de benodigde goedkeuring gaan de 24 betrokken medewerkers per 1 juni over naar het in Haarlem gevestigde Reshift. De overname heeft geen personele consequenties tot gevolg.

“De overname van Kieskeurig is voor ons nu de belangrijkste stap in onze strategie”, aldus Paul Molenaar, CEO en mede-eigenaar van Reshift. “Wij zochten naar een significante versterking van onze online activiteiten en hebben deze gevonden in Kieskeurig.nl en Kieskeurig.be. Niet alleen kunnen we voor onze consumenten en commerciële relaties de dienstverlening uitbreiden – ook krijgen we een grote groep nieuwe klanten erbij.”

Met zijn diverse mediamerken, zoals Computer!Totaal, Zoom.nl, Insidegamer.nl, Computer Idee, SHUTR.photo enMacWorld informeert, enthousiasmeert en activeert Reshift al grote groepen consumenten. De dienstverlening is de afgelopen jaren ingrijpend veranderd. Steeds vaker worden de contentspecialisten van Reshift ingezet voor diverse communicatiedoelstellingen van klanten. De experts van Reshift weten als geen ander wat hot is en wat er speelt en leeft bij de eindgebruiker. Het tech-mediahuis bereikt vanaf juni maandelijks meer dan 8 miljoen consumenten, techneuten, specialisten en zakelijke beslissers.

Met het toevoegen van Kieskeurig creëert Reshift een volgende stap in zijn communicatieketen. “Naast informeren, duiden en activeren voegen we nu ook overzichten, vergelijkingen en consumentenreviews aan onze commerciële propositie toe, en daarnaast is Kieskeurig echt een begrip: bijna elke Nederlander – en Belg – kent het. We hebben de afgelopen tijd naar meerdere opties gekeken, juist om extra functionaliteit aan de onderneming toe te voegen. Het combineren van Kieskeurig met de content- & reviewmogelijkheden van de diverse Reshift-merken creëert een enorm scala aan nieuwe mogelijkheden”, aldus Molenaar.

“De komende periode zal de dienstverlening van Kieskeurig en Reshift op elkaar worden afgestemd, waarbij het toevoegen van data en content natuurlijk centraal staat. De gecombineerde data- en contentpropositie van Reshift is ongekend in omvang en slagkracht: door vooruitstrevende data-intelligentie, voorspellend klantgedrag en creatieve content te koppelen aan ruim een miljoen profielen worden onze doelgroepen altijd op het juiste moment via het ideale kanaal bereikt of juist bij elkaar gebracht. De focus blijft om voor relaties uitdagende campagnes en authentieke content te ontwikkelen die geoptimaliseerd zijn voor mobiel, online, video, print en events. Zo draagt Reshift direct bij aan het vergroten van de merkbekendheid en het verhogen van de conversie.”