



Vis bildetekst

Næringsliv

Amazon og Alibaba står klare til å sluke verdens handel

Andreas Klemsdal - Finansavisen

Del (7)

Tweet

Epost

26. jan. 2018 17:27 – Oppdatert 26. jan. 2018 17:27

Men tre nordmenn - alle 31 år - gjør ehandelssuksess utenlands og ser enorme muligheter.

Ehandel er et skred. Det startet med noen små steiner for 20 år siden. Knappt noe å bry seg om. Det ble mange små steiner, etter hvert noen store. Ehandel har nå vokst med 20 prosent årlig globalt de siste ti årene, ifølge The Economist. Fortsatt skjer bare 8-9 prosent av verdens konsumenthandel over internett. Men veksten er så høy at ingen lenger kan lukke øynene.

To ting er sikkert: Noen vil bli tatt av skredet og begravet. [Finansavisen](#) kunne denne uken slå fast at norske kjøpesentre i fjor hadde den svakeste veksten på 20 år og i USA er det konkursbølge blant butikker. Det andre som er sikkert er at skredet vil skape nye muligheter.

Her er tre av dem: Tre unge, ambisiøse menn. Den første heter Kenneth Dreyer (31).

– **Jeg vil ligge litt lavt. De gangene jeg har stukket hodet frem er det blitt mye å gjøre i etterkant. Innboksen min renner over av henvendelser fra folk som vil ha råd og tips om netthandel og etablering i andre land, sier Dreyer til [Finansavisen](#).**

Netthandel var i mange år sært og rart. Men plutselig var Amazon-gründer Jeff Bezos verdens rikeste mann. Kan du ehandel er det mange som vil snakke med deg.

– Konkurrentene lager dårlige etterligninger

Dreyer er en anonym fyr der han dukker opp bak en dør hos gründerfellesskapet

Mesh i Oslo. Han er en snartur innom Norge, til leiligheten i Oslo. Det meste av året tilbringer han ute i verden, i Australia, Asia eller USA. Nettbutikkene han driver har salg i en rekke land, på flere kontinenter, med ett selskap i hvert land hvor inntektene er. Likevel hevder han at alt egentlig er ganske enkelt. Sømløst og digitalt.

Han har vært gründer hele livet. I ung alder etablerte han Webforumet.no, et nettforum for folk som ville tjene penger på nett. Alvor ble det da han bygget opp et konsultantselskap som drev med rådgivning rundt netthandel. Det var solid og fikk gode inntekter, men ble fort kjedelig.

– Jeg ble lei av å fortelle andre hvordan de skulle drive butikken sin. Jeg ønsket å bygge noe i praksis, gå løs på utfordringen med å skape noe eget.

Han solgte sin halvdel av konsultantselskapet Inevo og var plutselig fri. Han dro utenlands for å se på konsepter.

Den største suksessen i dag er Freddystore.com. Butikken selger – hold deg fast – stram-opp bukser til jenter. Buksene er såkalte «shaping pants». De er sydd med en spesiell teknologi, en patentert teknologi.

– Konkurrentene lager dårlige etterligninger, hvis de da ikke bryter



Vis bildetekst



patentet vårt, sier Dreyer.

Vis bildetekst

Freddy Pants fungerer på samme måte som en push-up BH. Buksene selges med en «fin rumpe-garanti», for å sitere de norske hjemmesidene. Det er et fenomen, som selvsagt har spredd seg via bloggere og *influencere* i sosiale medier. Det er ikke Dreyer som eier merkevaren og produksjonen, det er et 40 år gammelt italiensk selskap. Men Dreyer har sammen med sin australske partner Joel Azzopardi bygget opp salget i flere land.

– Italienerne er ikke så flinke på distribusjon.

Les også: – [Må ta seg betalt for å tjene penger](#)

Sømløst og digitalt

De gjør det gjennom MVD Group, en forkortelse for Mad Ventures Digital. MVD har sikret seg rettighetene til å selge buksene i Australia, Singapore og USA, med nettsidene [Freddystore.com](#) og [Freddystore.com.au](#). I tillegg er det blitt fire fysiske butikker i Australia, som gjør at de i dag har til sammen 50 ansatte.

– Vi har bygget et maskineri for å ta merkevarer ut i verden. Vi har vært hysterisk på å automatisere. Alt er sømløst og digitalt. De gir oss stor frihet i dag. Det styrer måten vi tenker på.

– *Hvordan tenker dere?*

– Vi er ekstremt tall-drevne. Alt handler om å analysere, finne ut hvordan vi får mest tilbake for hver krone vi legger i markedsføring. Når vi er på et bra spor og salget øker lener vi oss aldri tilbake. Vi spør oss selv hvor vi skal ta det neste steget.

De andre brandene som Mad Ventures Digital selger er treningstøyet ICIW og britiske Just Hype. Det er ikke ett selskapet i Norge som fanger opp den økonomiske aktiviteten. Inntektene fra salget går til lokale selskaper, som deretter samles. Dreyer sier omsetningen i de siste 12 månedene er på rundt 60 millioner kroner. Resultatet før skatt var rundt 8 millioner kroner det første året. Året etter lå det litt høyere, og også det seneste året ligger det an til et overskudd på rundt 10 millioner kroner.

Han bruker mellom 500.000 og 1 million kroner på annonsering på Facebook hver måned.

– Men på Facebook får vi stadig mindre igjen for pengene. Her må vi tenke nytt.

Dreyer er også ekstremt opptatt av hvem han engasjerer.

– Vi finner folk som er helt tullede gode på det de driver med. De flinkeste er så utrolig mye bedre enn de som er middels.

Les også: [Nordmenn er skeptiske til nye betalingsløsninger](#)

Vil ikke være bundet

De er også i mindre grad ute etter en fast jobb.

– De vil ha en livsstil der de er frie og ikke er bundet til et kontor, en pult og en arbeidstid. Han som drifter Google-kampanjen vår sitter i Missouri i USA, bare for å ta et eksempel. Vi dyrker denne livsstilen. Hadde vi tatt inn noen som var ute etter det tradisjonelle, ville de neppe fungert veldig bra. Vi har ingen nordmenn ansatt. Vi har ikke noe daukjøtt, sier han syrlig.

Vi spør hvor selve nettbutikken ligger, serveren. Han svarer at han ikke vet. Den ligger i skyen, men når du åpner butikken i en nettleser kan den ligge på en server hvor som helst i verden. Teknologien bruker han lite tid på.

– Da jeg jobbet med netthandel i Norge var teknologi veldig viktig og tok enormt mye oppmerksomhet. Det var alltid utfordringer med teknologien. Vi har ingen problemer med det tekniske i dag. Det går av seg selv, sier han skyter videre på norske aktører:

– Norske aktører velger ofte store og dyre løsninger. I denne verden er stort og dyrt alltid ensbetydende med dårlig.

Han får det til å høres så lett ut:

– Vi har gode overskudd. Vi er gjeldfrie. Vi eier alt selv. Og vi har varer for 15 til 20 millioner kroner. Men vi har ingen triks som ikke andre har tilgang til. Vi løper kanskje bare litt fortere, sier Dreyer.

I Norge løper man litt for sakte, mener han.

– Det norske arbeidslivet er en «walk i the park», sammenlignet med det de legger inn utenlands. Folk i Norge er flinke til å jobbe når de har medvind. Men opplever de motstand gir de lett opp.

Og hvis Amazon kommer til Norge?

– Det blir Ragnarok. Norsk netthandel er ikke i forberedt, de vil bli tatt på sengen. De prøver å implementere litt av det beste fra Amazon, men det blir bare flikking. De er milevis unna.

Freddystore selger via Amazon.

– Det fungerer helt greit. Vi gjør business ved å selge på Amazon. De tar en andel av salget, men det er mye billigere enn å ha din egen, dårlige butikk. Vi bruker også en del av overskuddet vårt på å kjøpe aksjer i Amazon.

Les også: [Sikkerhetshullene kan lede til klassesøksmål](#)

Saken fortsetter under



Vis bildetekst

– Nå gir vi gi full gass

Den andre ambisiøse heter Finn Magnus Torall (31). Han tok steget inn i norsk ehandel før han begynte på utdannelsen. Allerede under verneplikten startet han å selge militært utstyr og elektronikk til vernepliktige. Han solgte på kreditt. Soldatene fikk lov å vente med å betale til dimmepengene ble utbetalt. Nettbutikken Milrab ble utviklet videre under siviløkonom-studiene på Norges Handelshøyskole og innen han var ferdig som student var det en solid butikk.

I dag er nisjen definert som røft utstyr til menn og det lille hobbyprosjektet er blitt stort, med en omsetning i fjor på 62 millioner kroner. I tillegg til å selge til privatpersoner deltar Milrab i offentlige anbud. På fire år har omsetningen steget med over 250 prosent og Milrab er nå etablert i fire land.

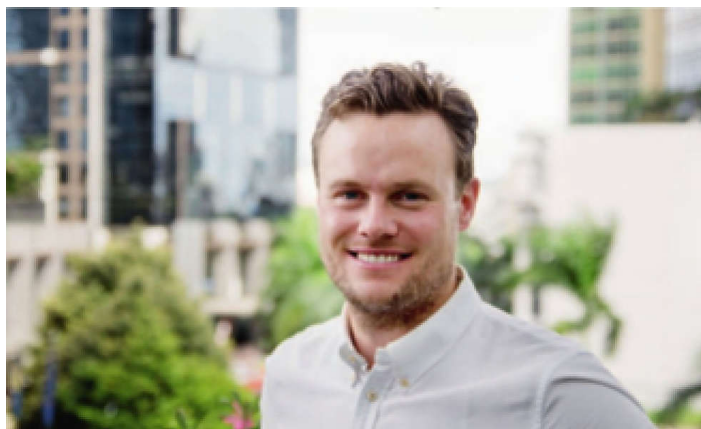
Torall er ambisiøs. Han anslår at nisjen Milrab konkurrerer i utgjør et totalmarked på 100 milliarder kroner i Europa. I dag er det flere tusen små bedrifter som prøver seg. Det blir et rotterace for å vinne dette løpet. Og Milrab skal hevde seg.

– Nå gir vi gi full gass. Målet er en langsiktig og dominant posisjon i vårt marked. Rett før jul etablerte vi kontor i Tyskland. Sverige-satsingen er meget tilfredsstillende, og vi ser en positiv utvikling i Finland, der vi åpnet i november. Milrab er i en tidlig ekspansjonsfase og vi gleder oss til å komme i gang i flere land.

Milrab holder i dag til med lager i Oslo, og administrasjon i Oslo og Berlin.

– På sikt planlegger vi et lager utenfor Norge på grunn av toll, høye kostnader og leveringstid, sier han. For dramatiske endringer er på vei.

– De neste fem-ti årene vil konsumenthandelen endres på en måte vi aldri har sett tidligere. Som vi allerede kan se fra USA så flytter konsumentene seg fra fysisk handel til nett. Jeg tror at folk vil fortsette å verdsette fritid høyt, og at innovasjon i logistikk vil gjøre at man får den beste kjøpsopplevelsen ved å handle på nett. I Singapore kan man nå for eksempel bestille på nett, med gratis og garantert levering innen 2 timer. Da kan man bruke tiden på noe annet enn trafikk-kort, parkering og kassakø. Før var beliggenhet avgjørende. Nå er det helt andre krefter i spill og skal man lykkes med ehandel må man forstå dem.



Vis bildetekst

Sprer risikoen og sover bedre

Det er ingen tvil om at de store markedsplassene som Amazon og Alibaba vil dominere.

– Samtidig vil det være muligheter i nisjer utenfor disse. En viktig mulighet, tror Torall, blir å eie og utvikle egne merkevarer og kontrollere både produktet og salgskanalen. Da

kan man selge noen produkter gjennom de store markedsplassene og samtidig tilby et fullt sortiment i sin egen butikk.

For å nå ut har Torall og hans ansatte i Milrab en akademisk tilnærming til salg, med en forståelse av store datamengder.

– Vi vet for eksempel nøyaktig verdien av en epost. En epostadresse gir i snitt 54 kroner i omsetning pr år. Legg til margin og gjennomsnittlig epostlevetid, så er betalingsvillighet for markedsaktivitet tilknyttet epostinnsamling definert. Essensen er at netthandel er så målbart og datarikt, at vi kan måle salg og lønnsomhet i sanntid. Dette gjør at man kan lage dynamiske budsjetter og vokse kjapt.

Men epost er selvsagt ikke den eneste kanalen. I dag er ulike sosiale medier blitt vel så viktige.

– Da sprer vi risikoen og jeg sover bedre.

Kjernen i den akademiske tilnærmingen er en såkalt A/B test, oppfunnet av Google og i dag det mest brukte verktøyet innen analyse på web. Et enkelt eksempel på en A/B test kan være at man sender ut epost til to grupper med mottakere. De to gruppene blir videresendt til to ulike landingssider, som er utformet forskjellig. Kjøpet fra de to gruppene avgjør hvilken landingsside som er best.

For Torall er det viktig å møte andre gründere innen ehandel.

– Vi deler informasjon, dermed kan vi utvikle oss raskere. Ingen er god på alt.

– Ingen hadde gjort dette i Indonesia før

Den tredje er Jo Bjordal (31). Han er blitt en av toppsjefene i Zalora i Indonesia. Zalora er Asias svar på Zalando. Hovedkvarteret ligger i Jakarta, en ørken av skyskrapere og konstant rushtrafikk. Samtidig er mange av kundene å finne i primitive omgivelser i avsidesliggende strøk.

– Levering av varene er en historie for seg selv. Vi har hatt tilfeller der budet har måttet bruke kano for å få levert pakken.

Det fantes knapt andre nettbutikker i Indonesia da Zalora startet opp.

– Ingen hadde gjort dette i Indonesia før. Vi har vært gjennom en vill oppstartsfasen, sier Bjordal.

Ehandelen i landet vokser med nærmere 40 prosent årlig.

Han begynte som markedssjef, men er nå ansvarlig for alt det kommersielle, i en virksomhet med 350 fast ansatte og flere millioner solgte varer i 2017. (regnskapstall ikke offentlig)

– Vi er blitt det soleklare valget for globale merkenavn som vil ekspandere i Indonesia.

Zalora skal nå være den største nettbutikken for moteklær i Sør-Øst Asia.

– Fashion er den eneste kategorien som Amazon ikke har vunnet i sine markeder. Det tror jeg vil fortsette. Skal du kjøpe mote så oppsøker du ikke butikken som selger alt mellom himmel og jord.

Zaloras hovedkontor ligger i Singapore og selskapet er etablert i seks land i Asia. En av grunnene til at det jobber flere nordmenn i systemet kan være at norske Magnus Grimeland var med på etableringen i Singapore.

I dag er satsningen eid av Global Fashion Group, som blant annet er kontrollert av svenske Kinnevik og Rocket Internet. Global Fashion Group styrer butikker i totalt 23 land.

Vanlig med hierarkier

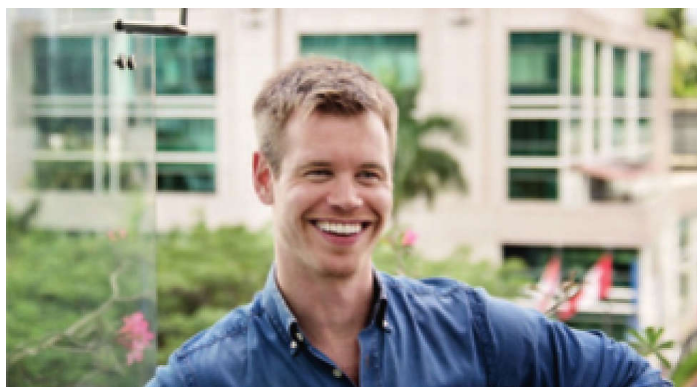
Moldenseren Bjordal er innom Oslo en snartur. Han setter seg ned på en kafe på Aker Brygge for å fortelle om eventyret han har vært med på. Han gikk en ganske vanlig vei. Et dobbelt masterprogram mellom Norges Handelshøyskole og HEC Paris. Videre til PWC, der han fikk jobbe med store endringer. Så ble han spurt om han ville være med å utvikle ehandel i Indonesia.

– Jeg tok fri en fredag og dro på langhelg til Indonesia. Jeg tror arbeidsgiveren min forsto at det var andre ting på gang enn ferie.

Det var ventet at mye av befolkningen i Indonesia skulle begynne å handle over PC-en i stuen, deretter flytte seg over på mobil. I stedet har mange hoppet rett på mobil.

Mens 15 prosent av handlene foregikk på app i 2015, er andelen i dag 70 prosent.

– I 2015 innså vi at våre nye kunder i hovedsak ikke ville ha PC, og at app'en



Vis bildetekst

vår var langt bedre enn nettsiden på mobil. Vi la derfor inn en stor innsats for at alle kunder skulle laste ned appen, forteller Bjordal.

De rundt 350 ansatte i Jakarta må lytte til en ung siviløkonom fra Norge.

– Det er vanlig med hierarkier i arbeidslivet i Indonesia. Men vi gjør det motsatt. Både ledere og ansatte sitter i åpne landskap. Det synes de ansatte er litt rart.

Han prøver å spre litt norsk kultur.

– Vi prøver å oppfordrer ansatte til å ta flere avgjørelser selv og stå for dem. Men det ligger ikke helt i deres natur. De vil gjerne at sjefen skal ha siste ord. Men folk som jobber hos oss er velutdannede og arbeidssomme. Derfor er vi trygge på at det ligger en oppside i å gi dem mer innflytelse og ansvar enn det som er vanlig i indonesisk arbeidsliv.

Saken er først publisert i Finansavisen lørdag 13.01

Del (7)

Tweet

Epost

MER SPENNENDE INNHOLD

ANNONSE

Fysioterapeuten anbefaler leddproduktet Collagen Plus

Støre om Amundsens avgang: – En klok avgjørelse

Trir ryk

ANNONSE

Banksjefens råd til alle med kredittkortgjeld

Ap snur: Har fått et tjuetall varsler

**Der
– m**

STROSSLE

ANDRE NYHETER

ABCNYHETER.NO

Nå setter de ned prisen på bestselgeren

NETTAVISEN.NO

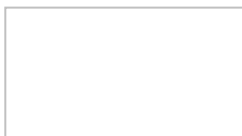
- Svensk sportssjef bekrefter Diskeruds utrolige Manchester City-avtale

ABC

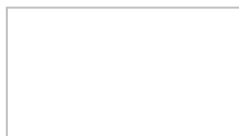
**Nor
røy**

STROSSLE

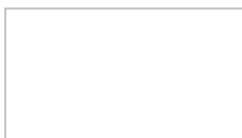
POPULÆRT



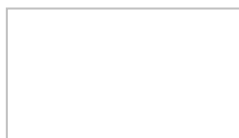
Nav: – Trygdekostnader kommer til å skyte til værs



Deseleksos testet på mennesker i Tyskland

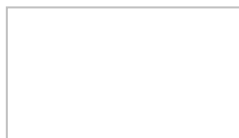


50 år siden historisk bilde fra Vietnam-krigen ble tatt

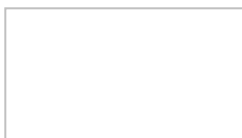


På to år har Inge (75) tjent 330 mill.

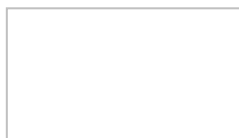
Savnet mann funnet død i bil under vann



Norsk Tipping-millioner på avvie



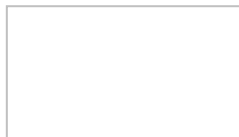
Jeg håper alle som har vært med på en skitten strid vender hjem



Trump bekrefter at han tvtitrer fra sengen



I går ble billetten litt dyrere



– Menn er menn og kvinner må passe seg

[Til toppen](#)

Tips oss på: [97 73 60 17](tel:97736017) eller tips@abcnyheter.no

TIPS OSS

Adm. dir. og ansvarlig redaktør: [Espen Udland](#)

Redaktør: [Tor Strand](#)

ABC Nyheter arbeider etter [Redaktørplakaten](#) og [Vær Varsom-plakatens](#) retningslinjer for god presseskikk.

Informasjon og kontakt

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Personvernpolicy](#)

[Kontakt oss](#)

[Om oss](#)

[Sitemap](#)

Salg

[Annonseweb](#)

[Våre produkter](#)

[Kontakt](#)

Tjenester

[ABC Nyheter - Trekampanje](#)

[Startsiden](#)

[SeDenne](#)

[Zoom](#)

[Kreative Ideer](#)

Copyright © ABC Startsiden AS - ABC Nyheter er en del av [ABC Startsiden AS](#)

