

# COMPUTERWORLD

Udgivet 10. april 2018 kl. 13:46 på cw.dk/art/243011 | Printet 10. april 2018

## Lars sælger kaffekapsler for millioner på Amazon med vækst på op til 20 procent om måneden - men der er en bagside

Lars Mansfeld-Giese er en glad og tilfreds mand, for hans firma sælger økologiske kaffekapsler på Amazon for millioner og oplever heftig og vedvarende vækst. Han tøver ikke med at anbefale andre danske nicheproducenter at gå samme vej - men der er også en bagside, som bekymrer ham en del.

Niels Veileborg

Efter otte måneders salg af Nespressokompatible kapsler med økologisk kaffe på Amazon i England og Tyskland er Lars Mansfeld-Giese ikke i tvivl om, det var en god ide at bruge Amazons markedsplads.

Salget fra hans firma Realcoffee bare vokser og vokser, og selv efter så mange måneder på markedspladsen, er væksten på månedsbasis ret voldsom.

"Vores omsætningsvækst fra januar til februar i år var cirka 20 procent på Amazon - det ser vi slet ikke på andre markeder", siger Lars Mansfeld-Giese.

Han anslår, at der på det skandinaviske marked for økologiske kaffekapsler måske er en årlig vækst på 5-10 procent.

"Vi har været på det norske og svenske marked i snart fire år, men i løbet af syv-otte måneder har salget på Amazon overhalet vores samlede websalg i Norge og Sverige, hvor vi har brugt betydelige ressourcer på markedsføring", fortæller han. Lars Mansfeld-Giese er en klar fortaler for, at dansk erhvervsliv udnytter mulighederne på Amazon.

"Alle kommer til at forholde sig til de store digitale indkøbscentraler, det er stensikkert. Det er godt nok blevet stort i Tyskland og England, og det går virkelig stærkt", siger han.

Realcoffee omsætter for 30-35 millioner på årsbasis.

Amazons andel af omsætningen udgør lige nu 15-18 procent, men Lars Mansfeld-Giese vurderer, at det om 12 måneder godt kan udgøre 20-22 procent.

"Amazon er interessant for et nicheprodukt som vores. De tyske og engelske supermarkeds kæder har ikke nogle økologiske varianter på hylderne. De synes, det er for småt - hyldepladsen er begrænset, de har måske en meter hyldeplads til Nespressokapsler, og den giver de til det, der omsætter bedst," siger han.

Der er dog alligevel et marked. Ganske vist er markedet for økologi måske kun er på fem procent, men der er i de store lande som Tyskland og England alligevel rigtig mange mennesker, som er interesseret i Realcoffees produkter, lyder det fra Lars Mansfeld-Giese.

"Langt flere tyskere end danske i absolutte tal er interesseret i økologiske kaffekapsler, og de går forgæves i Lidl og Aldi og så videre, men Amazon har ubegrænset hyldeplads," siger han. Realcoffee har solgt varer på Amazon siden maj 2017.

Firmaet begyndte salget på Amazon i England, fordi Amazon fik markant voksende markedsandel i engelsk detailhandel".

"Amazon overtog nærmeste hele sektorer. Det hænger til dels sammen med produktet Amazon Prime, hvor kunderne får gratis levering, film med mere for et mindre månedligt abonnement. Det er der rigtig mange englændere, der har købt", fortæller Lars Mansfeld-Giese.

*Vores omsætningsvækst fra januar til februar i år var cirka 20 procent på Amazon - det ser vi slet ikke på andre markeder", siger.*

*Lars Mansfeld-Giese, Realcoffee*

**Læs mere om Amazon mulige nordiske entré**

**Læs mere om Amazon mulige nordiske entré**

**Amazon har tromlet detailhandlen i USA - men den amerikanske gigant får ikke så let spil i Danmark**

**Stor dansk webshop om Amazons mulige entre i Danmark: "Nogle webshops kommer til at dø"**

**Store fordele for danske e-butikker, hvis Amazon kommer til Danmark: "Slet ikke så tosset," mener Dansk Industri**

**Nu skal alle danske virksomheder afgøre, om de vil bruge Amazons markedsplads eller ej: "Det er da klart, at det også er sådan lidt puha, for det er ukendt land, ikke?"**

**Mens rygterne om Amazons entré i Danmark svirrer, lurer en lige så frygtindgydende e-handelskæmpe i kulisserne - Alibaba har blikket stift rettet mod Norden**

**Amazon vil snart tromle ind over Danmarks grænser - men der findes muligvis en modgift mod Amazon-effekten**

**Udenlandske kæmper jorder totalt danske webshops: Sådan forsøger**

Selskabet havde salg i England i forvejen, hvor det indledte salg af kapslerne via eget site i midten af 2016.

"Men nu sælger vi nok tre gange så meget via Amazon som via vores engelske website," siger Lars Mansfeld-Giese

"Men sitet er vigtigt som markedsføringsplatform. Det er måske fremtiden. Sitet bliver det sted, hvor du kan vise film, fortælle om nyheder, produkter, fairtrade, økologi og så videre, mens det egentlige salg foregår på Amazon. Nogle af vores konkurrenter har faktisk lukket deres sites og sælger nu kun via Amazon og engelske supermarkeder," siger Lars Mansfeld-Giese. Selv om Lars Mansfeld-Giese generelt er yderst positiv over for Amazon som afsætningskanal, så er der én alvorlig hage ved at flytte traditionel e-handel over på Amazon, som bekymrer ham en del.

"Som e-handler er den meget direkte kundekontakt en meget vigtig pointe og en stor fordel. Vi kan kontakte kunderne nærmest hvornår vi vil på mail og telefon - og så har vi den super vigtige købshistorik, som kan bruges salgsmæssigt. Stort set alle de muligheder går fløjten, når det foregår på Amazon", siger han.

Som sælger på Amazon kan du dog komme ind bag tallene og se kundernes navne og adresser, og du kan også få oplysninger om købshistorik.

Men du må kun kommunikere med kunderne i yderst begrænset omfang.

"Det vigtigste, man kan gøre i den forbindelse, er at bede kunderne om et review af produktet. Uden review af produkterne har man ingen omsætning", fortæller han.

Ifølge ham er stjernemarkeringerne som følge af gode reviews betydeligt mere troværdige end tilsvarende stjerner på eksempelvis Truspilot, fordi de bygger på såkaldt verified purchase.

"Vi har købt en ekstern service, hvor en robot går ind og finder vores kunder, og en uge efter købet skriver den ud: Kære kunde, tak for din ordre, vi er et lille dansk kaffefirma specialiseret i økologiske kaffekapsler, og det er vigtigt for os at få et review af dit køb. Som tak får du en rabatkode," siger Lars Mansfeld-Giese.

"Det er der rigtig mange, der gør. Den anden mulighed for dialog med kunderne på Amazon handler om, at vi går ind og svarer på sitet og siger pænt tak for review - og vi kan måske også finde på at foreslå en anden variant af kapslerne". Så du har et kundeforhold, men ikke rigtigt?

"Nej, på den måde er i vi i lommen på Amazon. På den anden side handler vi jo også med danske supermarkeds kæder og leverer white label-produkter, og der kender vi heller ikke kunderne, så Amazon er ikke så meget anderledes", siger Lars Mansfeld-Giese.

Men bekymrer det dig, at du ikke har direkte kontakt til kunderne?

"Ja, det gør det. Det er en trussel på længere sigt - især på de markeder, hvor vi har en høj markedsandel - eksempelvis i Danmark. Når Amazon kommer ind her, vil det koste os noget omsætning. Selv om vi også kan gå på Amazon i Danmark, tror jeg, det produktudbud, Amazon vil komme med, vil betyde, at vi vil tabe noget markedsandel. I Norge og Sverige vil det også være en fordel for os at komme ud til nye kundegrupper, men når Amazon kommer til Danmark, vil vi lige skulle vende skræen og se, hvad der sker. Lars Mansfeld-Giese har registreret, at Amazon har et problem med udokumenterede anprisninger.

"Amazon har ikke været specielt god til at kræve dokumentation for eksempelvis økologi. Vi har eksempelvis set nogen sælge originale økologiske Nespressokapsler. Men Nespresso fremstiller slet ikke økologiske kapsler, så en opstramning af dokumentationskravene for anprisninger kunne være fedt," siger han.

### Saxo.com at bekæmpe Amazon

Dansk Supermarked: Sådan skal kundedata og nye koncepter hjælpe os i kampen mod Amazon

*Selv om Lars Mansfeld-Giese generelt er yderst positiv over for Amazon som afsætningskanal, så er der én alvorlig hage ved at flytte traditionel e-handel over på Amazon, som bekymrer ham en del.*

*Selv om vi også kan gå på Amazon i Danmark, tror jeg, det produktudbud, Amazon vil komme med, vil betyde, at vi vil tabe noget markedsandel.*

Lars Mansfeld-Giese, Realcoffee

*Amazon mangler at vokse op og skille fårene fra bukkene. Det kan godt opleves som lidt wild west.*

Lars Mansfeld-Giese, Realcoffee

4/10/2018

Lars sælger kaffekapsler for millioner på Amazon med vækst på op til 20 procent om måneden - men der er en bagside - Computer...

Ifølge ham mangler Amazon at vokse op og skille fårene fra bukkene, da sitet godt kan opleves 'lidt som Wild West,' selv om der er ting i gang for at gøre tingene bedre.

“Amazon har faktisk nogle kraftige dokumentationskrav for, hvem du er som sælger. Jeg har skullet indsende pas, oplysninger om bopæl, mine lån ... meget personlige ting. Og i takt med vores stigende omsætning er der også kommet øgede krav til dokumentation om firmaet. Jeg tror, det har noget at gøre med at undgå hvidvask - det kunne man ellers gøre relativt nemt, og det vil Amazon undgå”, siger Lars Mansfeld-Giese. Realcoffee kom ud af regnskabsåret 2016/17 med et negativt resultat efter skat på 106.000 kroner.

“I 2017/18 får vi et mindre plus på mellem 300.000 og 600.000 kroner. Det er ikke forfærdelig stort, men vi investerer rigtig meget i vækst på linje med andre e-handlere. Vi skal være store og have stor volumen. Det betyder, at selv om væksten på toplinjen er på 15-20 procent, materialiserer det sig ikke på bundlinjen”, siger Lars Mansfeld-Giese.

Announce: