

Nyetableret e-handelsformat milliardindustri inden for mode

I Europa har en shoppingform etableret sig i løbet af de seneste år - at købe eksklusive varemærker gennem shoppingklubber på nettet, som kun er åbne for medlemmer. Shoppingtrenden betyder mere end bare fund for shoppinginteresserede. I løbet af de seneste år har nye shoppingklubber fået en større plads i modebranchen, frem for alt i Europa og USA, og er i dag blevet en milliardindustri.

Franske [Vente Privee](#), som startede trenden allerede for ni år siden, har nu 9,7 millioner registrerede medlemmer i fem europæiske lande, hvoraf 4,6 millioner også er kunder. I løbet af 2009 nåede omsætningen på shoppingsitet 680 millioner euro. Tyske [Brands 4 Friends](#) tredoblede sit salg i sit andet virksomhedsår, fra ca. 25 millioner euro til ca. 80 millioner euro i løbet af 2009. Også i USA er shoppingkonceptet vokset hurtigt. Markedsførende [Gilt Group](#) passerede for nylig 2 millioner medlemmer og solgte mode, indretning og skønhedsprodukter for 170 millioner dollars i løbet af 2009. (Alle oplysninger kommer fra virksomhedernes egne websteder).

I Skandinavien har svenske [Campadre](#) i løbet af det seneste år etableret sig som den største aktør med 250.000 medlemmer i Danmark, Norge og Sverige og Finland. I alt 302 varemærker har i løbet af det seneste år gennemført en kampagne på Campadre. Blandt dem flere førende internationale varemærker som Gucci, Prada og Lacoste, men også populære danske mærker som Day, Normann Copenhagen og Dyrberg/Kern.

- For danske varemærker, som vil nå ud i Sverige og det øvrige Skandinavien, er en kampagne hos os meget effektiv. Da vi har en stor og shoppinginteresseret medlemsbase, ser varemærkerne ikke bare Campadre som en salgskanal, men også som en måde at markedsføre sig og skærpe bevidstheden om deres eget varemærke, siger Krister Mossberg, adm. direktør og stifter af Campadre.

For at få del i tilbuddene fra de førende varemærker inden for mode, indretning, tilbehør, hjemmeprodukter med mere, må man være registreret medlem. Medlemskab er gratis, men antallet af medlemskaber er begrænset. Kun medlemmerne kan se den pris, som varen tilbydes til. Priser, som man ikke finder via Google eller pris-sammenligningshjemmesider.

- De varemærker, vi samarbejder med, ønsker ofte ikke at forbindes med udsalg eller outlets, som kan være skadeligt for varemærket. Når man i stedet sælger gennem virtuelle shoppingklubber, hvor medlemmerne får eksklusive tilbud, og varerne kun er til rådighed et par dage, kan varemærket hurtigt frigøre penge for varer, som ellers ville ligge på hylden i en længere periode eller måske ville blive kasseret sidst på sæsonen, siger Krister Mossberg.

Besøk Campadre på www.campadre.dk

For pressebilleder, klik ind på <http://www.campadre.dk/press/press-photos/>

For mere information og presse login, kontakt venligst:

Krister Mossberg, Adm.Dir. Campadre

Tel: +46 (0) 709-51 57 51, e-mail: krister@campadre.com

Emilie Thorsén, presseansvarlig Campadre

Tel: +46 (0) 709-51 57 56, e-mail: emilie@campadre.com

Campadre er Skandinaviens største Private Shopping Club, med 250 000 medlemmer. Siden juni 2009 tilbyder Campadre tøj, accessories, boligindretning med videre fra eksklusive varemærker op til 70 procent under ordinær butikspris i Sverige, Norge, Danmark og Finland. Varerne sælges gennem tidsbegrænsede kampagner og kun til medlemmer. Medlemskabet er gratis, men antallet af medlemskaber er begrænsede.