**Pressemeddelelse**

29. december 2018

**Den danske modeportal Miinto vækster kraftigt især drevet af eksportmarkederne**

**Miinto har på et enkelt regnskabsår øget den samlede handelsvolumen, som går gennem platformen og ud til lokale modebutikker til 500m DKK, og væksten stiger fortsat. Hele indtjeningen geninvesteres i optimering af Miintos digitale platform og digital markedsføring på alle markeder.**

Der er rigeligt med produkter på markedet, og alle kæmper med at få solgt de varer, som de har på hylderne - også de netbutikker, der driver e-commerce som man gjorde det for 20 år siden. De slås med høje omkostninger på drift af varelager og forsendelse til kunderne.

Miinto gør op med den traditionelle e-handels tankegang om at have et stort, dyrt og likviditetstungt lager, og samarbejder i stedet med mere end 1.800 af de bedste modebutikker og partnere fordelt på 7 markeder, om at sælge de håndplukkede varer, som butikker og partnere allerede har på hylderne – godt hjulpet af en personlig og lokal service til online-kunderne fra den enkelte butik.

– Vi giver vores partnere en ekstra afsætningskanal så de kan få solgt de varer, de allerede har på lager. De ordrer, vi genererer gennem Miinto, kan de håndtere og sende, når der ikke er kunder i butikken og dermed effektivisere de faste omkostninger, de allerede har ved at drive en butik. De skal ikke betale mere i husleje, personale, elektricitet eller indretning ved at være en del af Miinto. Et samarbejde med Miinto skaber bare mere omsætning og et bedre gennemsalg uden flere omkostninger, udtaler CEO i Miinto, Konrad A. Kierklo.

Miintos kernemarkeder er Norge, Holland, Danmark, samt Sverige og specielt Holland har oplevet stor vækst med næsten en fordobling af omsætningen i forhold til året før. Holland er nu Miintos næststørste marked efter Norge, og det i en periode, hvor både Norge, Danmark og Sverige også har vist kraftig vækst.

**Vækstrejsen fortsætter**

Samtidig fortsætter den danske udfordrer sin europæiske vækstrejse. Senest er butikker i Belgien, Polen og Schweiz blevet en del af Miintos online platform. I Polen åbnede Miinto med 25 lokale partnere, og forventningen er at runde 150 inden for de første to år. I Schweiz, hvor Miinto netop har slået dørene op, forventer man at have 50 lokale modepartnere i løbet af det første år.

– 2018 har igen været et vidnesbyrd på, at vores forretningsmodel virker og er skalérbar ved både at have profitabel vækst i de eksisterende markeder og indtage nye markeder. Fokus det seneste år har været på dels at sikre et skalérbart marketing setup dels at udvikle vores digitale platform. Det vil sige, at udvikling af vores digitale kanaler, lokal marketing og bedre oplevelser i butikker og online driver væksten, siger CFO i Miinto, Jørgen Flarup Gosvig.

Investeringer i Miintos digitale platform og lokale marketingaktiviteter er det seneste år øget med 50 procent. Udviklingen af platformen er så omfattende, at en tredjedel af alle Miinto-medarbejdere i dag arbejder med udviklingen af platformen og tech. Ifølge Jørgen Flarup Gosvig er det afgørende for at fastholde markedsandele:

– Det er realiteten i vores branche, hvor teknologien og brugeroplevelsen er et kardinalpunkt. Det er helt nødvendigt for, at vi kan give den mest personlig online kundeoplevelse og skabe omsætning og trafik til vores partnere, siger Jørgen Flarup Gosvig

Miinto vækster fortsat i 2018/2019 og venter at kunne præsentere en vækst på mere end 40% i det igangværende regnskabsår fortsat drevet af især eksportmarkederne, men også hjemmemarkedet Danmark.

De massive investeringer i at øge omsætningen skabt til de lokale partnere og i fortsat at udvikle Miinto-platformen betyder også, at resultatet før skat lander på -47 millioner kroner, men det er en vækst strategi, der bakkes op af investorkredsen.

**Baggrund:**

**Miintos netværk**