

Suomalainen design hylkii nettikauppaa

16.11.2007 09:32 — Vuokko Aro

Missä ovat verkossa Hanna Sarén, Marimekko ja muut kotimaiset designmerkit? Suppeaa valikoimaa myydään Finnishdesignshop.comin verkkokaupassa, mutta valmistajien omilta sivuilta ei kauppaa tai muutakaan vuorovaikutuksellista toimintaa löydy.

Kotimainen designhohto puuttuu myös arvostetuimpien verkkobrändien listalta, jonka kärkisijoja pitävät perusmerkit Lippupalvelu, Veikkaus ja Finnkino.

- Arvostukseen vaikuttaa itse brändin lisäksi myös verkkopalvelun toimivuus ja miten se palvelee käyttäjän tarpeita, tutkimuspäällikkö **Lotta Nivari** verkkobrändejä vuosittain vertaavasta Taloustutkimuksesta kertoo .

Stockmannin tavarataloja on kuudella suomalaispaikkakunnalla. Tuttua designia tai vaatemerkkejä tavarataloketju ei verkossa silti myy, vaikka maanlaajuinen logistiikkakin löytyy jo konsernin Hobby Hall -postimyynnistä.

- Haluamme ihmisten tulevan tavarataloon, varatoimitusjohtaja **Heikki Väänänen** toteaa **.** Väänänen kertoo kuulleensa, että suuri osa verkkokaupan asiakaspalautuksista koskee vääränkokoisia vaatteita.

Turvallisia ja suomalaisille etukäteen tuttuja olisivat ainakin Marimekon laukut ja paidat.

Kehitysjohdaja **Kirsi Räikkösen** mukaan Marimekon jälleenmyyntipisteitä kuitenkin on ympäri Suomea jo niin kattavasti, ettei lisätarvetta netin kautta ole.

Räikkönen ei kerro pitävänsä verkkomyyntiä Marimekon brändille uhkana vaan lisänä, jonka tarve ei nyt ole ajankohtainen.

Poikkeuksen suomalaisdesignin joukossa tekee .

class="yritys>littala Group, jonka verkkokaupasta voi tilata
Arabian, littalan ja <span
class="yritys>Hackmannin tuotteita. Nuoren designpolven
suunnannäyttäjä on katuvaatemerkki <span
class="yritys>CTRL, jonka sivuilta löytyy jopa verkkokaupan
oma webstore exclusives -osasto.

Muodilla on nettikysyntää on jo ainakin Yhdysvalloissa,
jossa vaatteiden ja kenkien verkkomyynti nousi
tutkimusyritys eMarketerin mukaan
viime vuonna reiluun 18 miljardiin dollariin. Samalla
tuoteryhmä nousi tietokoneiden ja ohjelmistojen ohi maan
verkkomyynnin suurimmaksi.

Suomessakin vaatteet ja jalkineet ovat kasvan
verkkokaupan suosituimpia tuoteryhmiä. Joka kolmas
kotimaisen verkkokaupan asiakas ostaa vaatteita tai
jalkineita, Tilastokeskus selvitti keväällä
2007.

(ITviikko 15.11.2007)

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2007/11/16/suomalainen-design-hylkii-nettikauppaa/200729002/66>