

WHITEPAPER

WHITEPAPER DENEMARKEN

Ga voor resultaat in
het Denemarken.





BREAKING THROUGH BORDERS®

Introductie.

Denemarken is een van de aantrekkelijkste markten voor Nederlandse e-commerce ondernemers die internationaal willen uitbreiden. Ondanks de relatief kleine bevolking van ongeveer 5,8 miljoen mensen, biedt het land een enorme koopkracht en een volwassen e-commercemarkt. De Deense economie is robuust en stabiel, met een sterke focus op duurzaamheid, technologische innovatie en efficiëntie. Deze factoren maken Denemarken niet alleen een aantrekkelijke, maar ook een strategische markt voor e-commerce bedrijven die hun activiteiten in Europa willen uitbreiden.

Denen zijn bovendien gewend om online aankopen te doen: ongeveer 85% van de bevolking winkelt regelmatig online. Denemarken fungeert als toegangspoort tot Scandinavië, met een uitstekende infrastructuur voor transport en distributie. Deze strategische ligging maakt Denemarken een aantrekkelijke hub voor cross-border e-commerce.

Deense consumenten zijn zeer milieubewust en zijn bereid meer te betalen voor producten die aantoonbaar duurzaam en goed voor het milieu zijn. Bedrijven die hun ecologische voetafdruk verkleinen en transparant communiceren over hun duurzaamheidsinspanningen, hebben een groot voordeel in deze markt. Daarnaast zijn Deense consumenten zeer merkvast en hechten ze veel waarde aan kwaliteit en betrouwbaarheid. Dit biedt veel potentieel voor langdurige klantrelaties.

Over dit whitepaper

Dit whitepaper richt zich op de belangrijkste kansen en uitdagingen die de Deense e-commercemarkt biedt. We bespreken de unieke kenmerken van de Deense consument en geven praktische tips voor bedrijven die de Deense markt willen betreden. Daarnaast biedt het whitepaper inzicht in hoe marketingstrategieën moeten worden aangepast om succesvol te zijn in Denemarken, en wat de rol is van platforms in de Deense e-commercemarkt.

Inhoudsopgave.

1.	BEGRIJP DE MARKT.	E-commerce cijfers in Denemarken	p. 06
		Regio's in Denemarken	p. 9
		Juridische Aspecten en Webshopvereisten	p. 15
2.	BEGRIJP JE KLANT.	De consument in Denemarken	p. 20
		Internetgebruik in Denemarken	p. 23
		Cultuurverschillen en lokalisatie	p. 26
3.	KIES JE SPEELVELD.	Platformmarketing in Denemarken	p. 33
		Marketing- en Verkoopstrategieën in Denemarken	p. 37
4.	SNELLER. BETER. BINNEN.	Logistiek en Fulfilment	p. 40
5.	BREAK THROUGH.	Samenvatting en vooruitblik	p. 48

01.

BEGRIJP DE MARKT.

Zomaar starten in Denemarken?
Da's alsof je hygge probeert te
verkoppen met een deadline erbij.



De Deense e-commercemarkt draait niet alleen om gemak en efficiëntie, maar ook om vertrouwen, rust en een goede gebruikerservaring. Deense consumenten zijn kritisch, digitaal vaardig en houden van overzichtelijke webshops die doen wat ze beloven – zonder poespas.

Wie succesvol wil zijn in Denemarken, moet zich aanpassen aan de lokale normen: eerlijk, transparant en klantgericht. In dit hoofdstuk ontdek je hoe je jouw merk en webshop laat aansluiten op de Deense markt – van klantverwachtingen tot culturele voorkeuren.

E-commerce in cijfers. p. 06

Regio's in Denemarken p. 9

Juridische Aspecten en Webshopvereisten p. 15

E-commerce in cijfers.

Domineer in de Deense e-commerce markt

INTRO

Denemarken heeft een bevolking van ongeveer 5,8 miljoen mensen. De officiële taal is Deens. Veel Denen spreken tevens goed Engels, met name in zakelijke omgevingen en in de e-commercesector. De valuta is de Deense kroon (DKK), met een wisselkoers die schommelt rond 1 DKK = €0,13.

5,8 miljoen

inwoners in Denemarken

€27 miljard

euro aan omzet in de
e-commerce markt.

97%

internetpenetratie.

108 Mbps

gemiddelde
internetnetsnelheid.



Overzicht van Denemarken: Bevolking, taal en valuta

Denemarken heeft een bevolking van ongeveer 5,8 miljoen mensen. De officiële taal is Deens. Veel Denen spreken tevens goed Engels, met name in zakelijke omgevingen en in de e-commercesector. De valuta is de Deense kroon (DKK), met een wisselkoers die schommelt rond 1 DKK = €0,13.

De groei van de e-commercemarkt

De totale jaarlijkse omzet van de Deense e-commercemarkt wordt geschat op ongeveer 27 miljard euro, wat het land plaatst in de top van de Europese e-commercemarkten. De groei wordt gedreven door 97% internetpenetratie, een van de hoogste percentages ter wereld. Dit betekent dat vrijwel de gehele Deense bevolking toegang heeft tot het internet en gewend is aan een digitale levensstijl. De internetsnelheid is gemiddeld 108 Mbps, waarmee Denemarken ook tot de wereldtop behoort qua snelle verbindingen.

In Denemarken speelt mobiele e-commerce een belangrijke rol. Websites die niet mobielvriendelijk zijn, lopen het risico klanten te verliezen aan concurrenten die een betere winkelervaring bieden.

Grootste spelers en concurrentie

De Deense e-commercemarkt wordt gedomineerd door zowel internationale als lokale spelers. Grote internationale platforms zoals Zalando, Amazon en Elgiganten hebben een aanzienlijk marktaandeel. Zalando is vooral populair binnen de mode-industrie en heeft in Denemarken ongeveer 40% van de markt in handen, terwijl Elgiganten, de grootste retailer op het gebied van consumentenelektronica, goed is voor 15% van de e-commerce omzet in die sector. Amazon is in Denemarken minder dominant ten opzichte van andere Europese landen, maar wint snel terrein.

Naast deze grote platforms zijn er tal van kleinere spelers actief die zich richten op productniches zoals duurzame goederen, interieurproducten of Deense merken. Er is zeker ruimte voor kleinere bedrijven als ze onderscheidend genoeg zijn.

Tabel: Vergelijking van e-commerce cijfers per land

Om de positie van Denemarken in de Europese e-commercemarkt te illustreren, volgt hieronder een tabel die de e-commerce cijfers van Denemarken vergelijkt met andere Europese landen.

Tabel: Vergelijking van B2C e-commerce cijfers per land (2023)

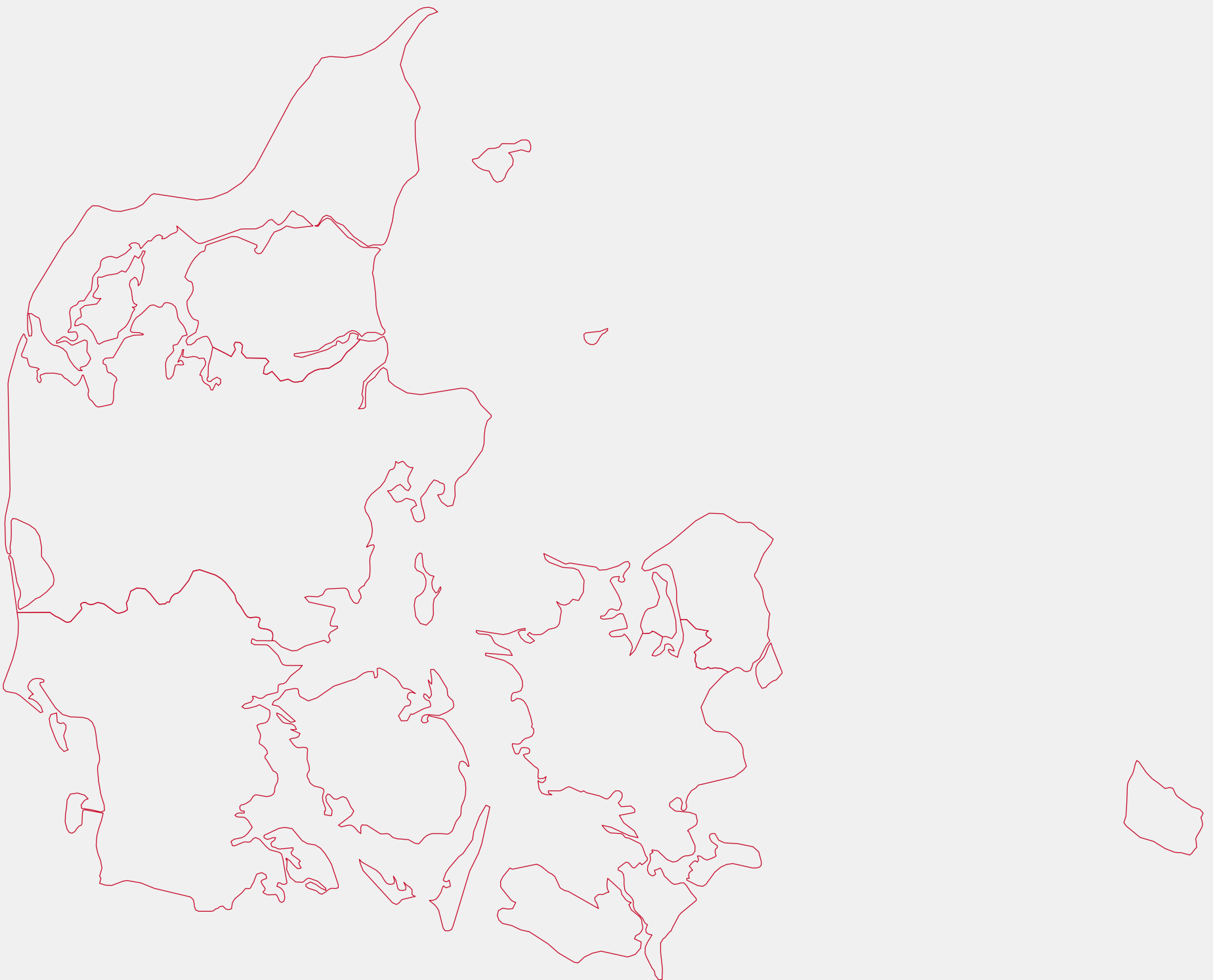
Land	ccTLD	Inwoners aantal (miljoen)	Totale omzet e-commerce (€ miljard)	% Consumenten dat online shopt	% Consumenten dat crossborder shopt (ondernemingen uit EU- landen)
Nederland	NL	17,8	27,98	92%	34%
België	BE	11,7	14	75%	62%
Duitsland	DE	84,6	110	77%	20%
Frankrijk	FR	68,2	130	77%	39%
Denemarken	DK	5,9	22	89%	40%
Verenigd Konink- rijk	UK	68,2	280,55	89%	55%
Italië	IT	59	80	51%	38%

Regio's in Denemarken

Domineer in de Deense e-commerce markt

INTRO

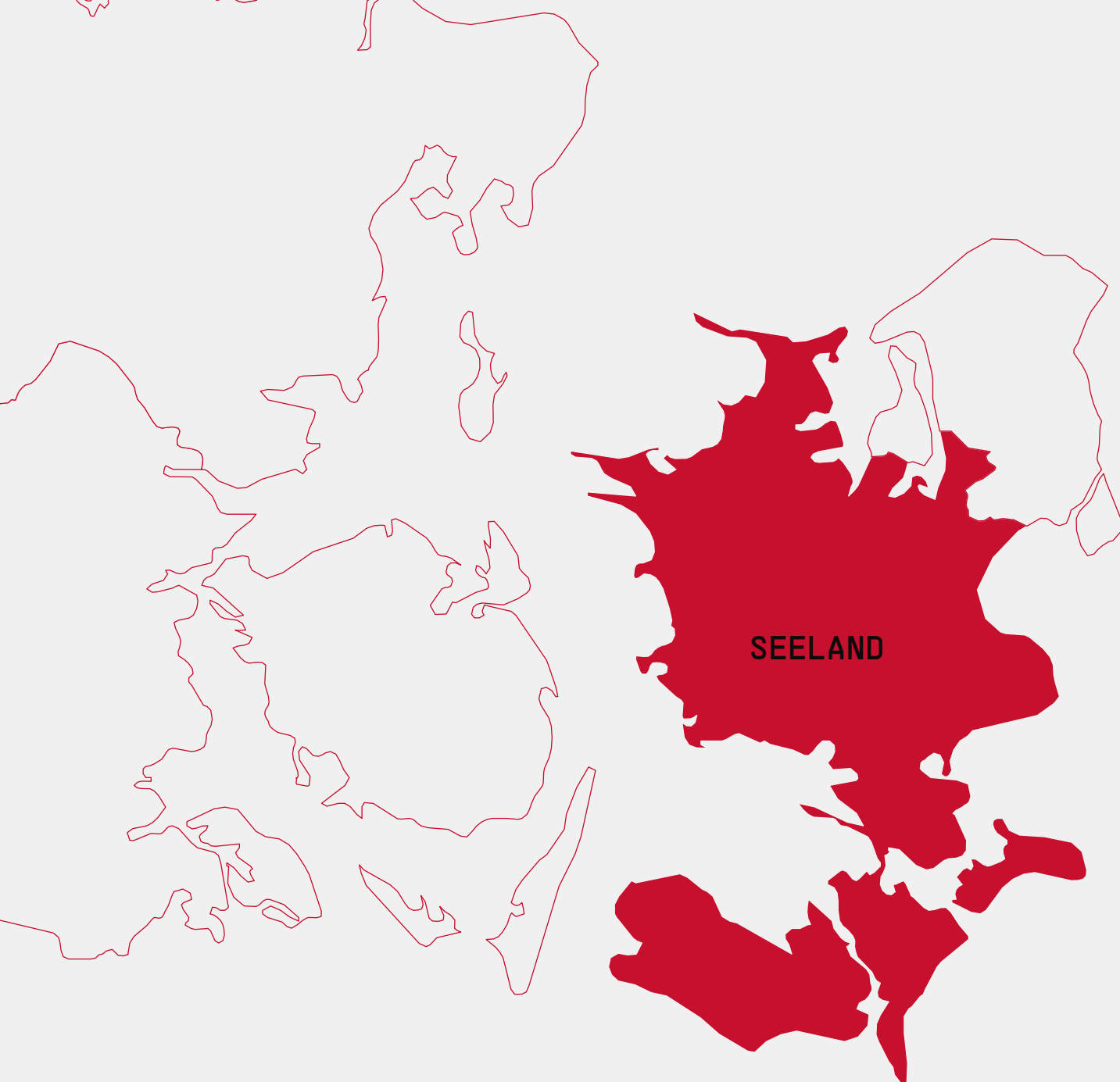
Denemarken is verdeeld in vijf administratieve regio's: Hoofdstad (Hovedstaden), Seeland (Sjælland), Midden-Jutland (Midtjylland), Zuid-Denemarken (Syddanmark), en Noord-Jutland (Nordjylland). Hoewel Denemarken als geheel een stabiele en goed ontwikkelde economie heeft, heeft elke regio zijn eigen kenmerken en prioriteiten.



Hoofdstad (Hovedstaden)

De regio Hoofdstad is waar - de naam zegt het al - de hoofdstad Kopenhagen ligt, in het noordoosten van het eiland Sjælland. Deze stad is het economische en culturele centrum van Denemarken. Kopenhagen is de grootste stad van het land, met een bevolking van meer dan 1,3 miljoen mensen in de bredere stedelijke regio. Kopenhagen trekt een jong, internationaal en welvarend publiek aan. De hoofdstad is ook het belangrijkste innovatie- en technologiecentrum van Denemarken. Veel tech-startups, modebedrijven en creatieve industrieën zijn hier gevestigd. Daarnaast is de regio een logistiek knooppunt, wat snelle en efficiënte leveringen binnen Denemarken en andere Scandinavische landen mogelijk maakt. Een voorbeeld hiervan is de Øresundbrug, die Kopenhagen verbindt met de Zweedse stad Malmö.





Seeland (Sjælland)

Seeland is zowel een eiland als een regio in Denemarken. Het eiland Seeland bevat de regio's Seeland en Hoofdstad, en het eiland en de administratieve regio zijn dus niet hetzelfde. Dit kan je vergelijken met hoe in Nederland 'Utrecht' of 'Groningen' zowel een provincie als een stad kunnen zijn. De regio Seeland ligt ten westen van de Hoofdstad en is de op één na grootste regio van Denemarken. Het heeft een meer landelijke bevolking, maar er zijn verschillende middelgrote steden zoals Roskilde en Næstved die economisch belangrijk zijn. Deze regio heeft een groeiende middenklasse en biedt kansen voor bedrijven die zich richten op de woninginrichting, doe-het-zelf-producten en gezondheidsproducten.

Hoewel Seeland minder innovatief is dan de regio Hoofdstad, zijn er toch belangrijke logistieke hubs en industriële gebieden die bijdragen aan de regionale economie. Bedrijven die producten aanbieden die minder gericht zijn op snelle trends, zoals tuinmeubilair, bouwmaterialen of duurzame energieoplossingen passen goed bij de vraag uit deze regio.

Midden-Jutland (Midtjylland)

Midden-Jutland is een van de belangrijkste economische regio's van Denemarken, met Aarhus als grootste stad en het tweede economische centrum van het land. Aarhus is bekend om zijn jonge, goed opgeleide bevolking, en de stad heeft net als Kopenhagen een snel groeiende technologie- en start-upscene. Dit maakt de regio bijzonder interessant voor e-commerce bedrijven die zich richten op tech-savvy consumenten.

Aarhus is ook een belangrijke logistieke hub, een goede uitvalsbasis is voor bedrijven die hun producten in heel Denemarken en daarbuiten willen verspreiden. De stad ligt min of meer in het midden van het land. De aanwezigheid van meerdere universiteiten en onderzoeksinstituten betekent dat er in Midden-Jutland veel innovatieve bedrijven zijn die zich richten op nieuwe technologieën, zoals e-commerce automatisering, kunstmatige intelligentie en duurzame productieprocessen.



Zuid-Denemarken (Syddanmark)

Zuid-Denemarken omvat grote industriële en agrarische gebieden, met steden zoals Odense en Esbjerg die belangrijke economische centra zijn. Odense is vooral bekend als technologisch centrum, met een sterke focus op robotica en automatisering. Deze regio biedt daarom veel kansen voor bedrijven die zich richten op industriële goederen.

Esbjerg is als havenstad de spil voor de Deense offshore olie- en gasindustrie, maar biedt ook kansen voor e-commerce bedrijven die logistieke diensten willen verbeteren of op zoek zijn naar betrouwbare distributienetwerken.

Hoewel Zuid-Denemarken minder bekend is om zijn e-commerce activiteiten, neemt de digitalisering alleen maar toe in sectoren zoals landbouwtechnologie en industriële automatisering. Daarom is dit vooral voor bedrijven die speciale B2B-producten verkopen een interessante regio.

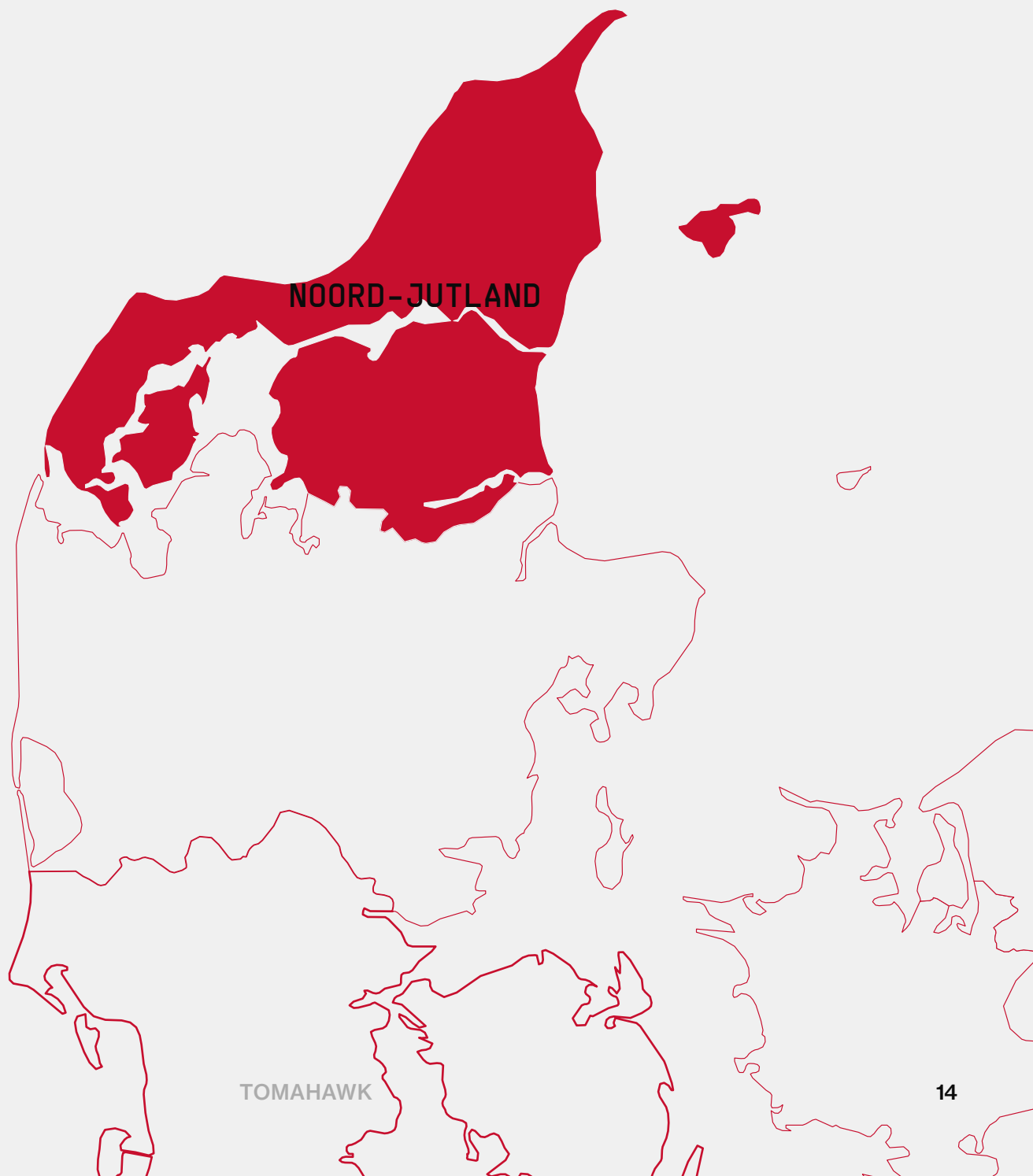


Noord-Jutland (Nordjylland)

Noord-Jutland is dunbevolktste regio van Denemarken, met Aalborg als belangrijkste stad. Deze regio is minder ontwikkeld op het gebied van e-commerce, maar biedt net als Zuid-Denemarken kansen in landbouwproducten en visserij. De haven van Aalborg is een belangrijk distributiepunt voor goederen die naar Scandinavië worden geëxporteerd, wat deze regio aantrekkelijk maakt

voor bedrijven die logistieke hubs zoeken voor export naar Noorwegen en Zweden.

Noord-Jutland richt zich de laatste jaren meer op technologie en innovatie. Er wordt veel geïnvesteerd in digitale infrastructuur, wat het een bijzondere regio maakt voor bedrijven die willen inspelen op nieuwe technologieën en logistieke oplossingen voor afgelegen gebieden.



Juridische Aspecten en Webshopvereisten

INTRO

Hoewel Denemarken deel uitmaakt van de Europese Unie, hanteert het eigen accenten als het gaat om btw, consumentenrechten en webshopverplichtingen. Deense klanten verwachten niet alleen dat je aan de regels voldoet, maar ook dat je webshop helder, betrouwbaar en gebruiksvriendelijk is – met duidelijke informatie in het Deens en een aanpak die past bij hun verwachtingen.



Wettelijke vereisten voor een webwinkel in Denemarken

BTW en belastingregels

Denemarken hanteert een btw-tarief (momssats) van 25%, een van de hoogste tarieven in Europa. Dit betekent dat Nederlandse bedrijven die opereren in Denemarken btw moeten afdragen over hun verkopen aan Deense klanten als zij de drempel voor buitenlandse verkopen overschrijden. Momenteel ligt deze drempel rond de €10.000, wat neerkomt op ongeveer 74.578,35 DKK. Bedrijven die deze drempel overschrijden, moeten zich registreren voor Deense btw (momssatsregistrering) bij de Deense belastingdienst. De prijzen op de website moeten inclusief btw zijn, en webshops moeten heldere en gedetailleerde facturen verstrekken die de btw-component expliciet vermelden.

Herroepingsrecht en retourbeleid

Net als in de rest van de Europese Unie, geldt in Denemarken een herroepingsrecht van minimaal 14 dagen. Bedrijven zijn verplicht om dit herroepingsrecht duidelijk te communiceren op hun website en in de algemene voorwaarden. Ondernemers moeten in het achterhoofd houden dat ze verplicht zijn om de kosten van de retourzending te vergoeden als het gaat om defecte of verkeerd geleverde producten. In andere gevallen is het

niet verplicht om de retourkosten voor de klant te vergoeden, als het voor de klant duidelijk is dat retourkosten voor eigen rekening zijn. Bedrijven die niet voldoen aan de regels omtrent het herroepingsrecht en retourbeleid kunnen te maken krijgen met boetes en mogelijke juridische stappen van consumenten of consumentenorganisaties. Aangezien Deense consumenten bovengemiddeld goed op de hoogte zijn van hun rechten, kan dit ook reputatieschade opleveren.

CE-markering en productveiligheid

Voor bepaalde productcategorieën, zoals elektronica, speelgoed en medische hulpmiddelen, is een CE-markering vereist. Deze markering geeft aan dat het product voldoet aan de Europese veiligheids-, gezondheids- en milieunormen. Het ontbreken van een CE-markering leidt mogelijk tot het uit de handel nemen van producten, maar dat geldt alleen als het product onder de CE-verplichting valt én in overtreding is.

GDPR en gegevensbescherming

Net als in de rest van de Europese Unie, is de Algemene Verordening Gegevensbescherming (GDPR) van kracht in Denemarken. Consumenten hebben recht op privacy, dus vertel in een privacy statement hoe jouw bedrijf omgaat met klantgegevens.

Checklist voor de webshopoprichter:

Checklist wettelijke elementen:

- ☐ ZORG ERVOOR DAT ALLE PRIJZEN INCLUSIEF BTW VAN 25% WORDEN VERMELD EN DAT JE CORRECT GEREgistREERD BENT VOOR BTW-AFDRACHT IN DENEMARKEN.
- ☐ BIED CONSUMENTEN DE MOGELIJKHEID OM ZONDER OPGAVE VAN REDENEN PRODUCTEN BINNEN 14 DAGEN TE RETOURNEREN, EN MAAK DIT PROCES ZO EENVOUDIG MOGELIJK.
- ☐ ZORG ERVOOR DAT ALLE PRODUCTEN DIE ONDER DE CE-VERPLICHTING VALLEN CORRECT ZIJN GEMARKEERD EN VOLDOEN AAN DE EUROPESE NORMEN.
- ☐ ALLE INFORMATIE OVER ARTIKELEN, VERZENDKOSTEN, LEVERTIJDEN, RETOURBELEID EN PRIVACY MOET JE DUIDELIJK VERMELDEN OP DE WEBSITE.
- ☐ BESCHERM PERSOONSgegevens EN ZORG DAT JE VOLDOET AAN DE GDPR-REGELS MET BETREKKING TOT GEGEVENSBESCHERMING.

Niet-wettelijke verwachtingen van Deense consumenten

Naast de wettelijke vereisten, zijn er bepaalde verwachtingen die consumenten in Denemarken hebben, hoewel deze niet juridisch verplicht zijn.

Verzendkosten en retourkosten

Langzamerhand worden gratis verzendingen en retourzendingen gebruikelijker in Denemarken, vooral als het gaat om grote bestellingen.

Consumenten waarderen dit en in sommige situaties kan het een doorslaggevende factor zijn bij het kiezen tussen verschillende aanbieders, wat vooral in hypercompetitieve markten zoals mode een concurrentievoordeel oplevert. Al

Klantenservice in het Deens

Veel Denen spreken zo goed als vloeiend Engels, toch loont het om klantenservice in het Deens aan te bieden. De klanten krijgen dan sneller de indruk

dat jouw bedrijf moeite doet om in de Deense markt te investeren, wat goed is voor het vertrouwen.

Een Deens telefoonnummer, Deense mails en een .dk-domein helpen ook om de klantervaring te verbeteren.

Betaalmethoden

Deense consumenten geven de voorkeur aan betaalmethoden zoals MobilePay, een mobiele betaalapp die door miljoenen Denen wordt gebruikt. Daarnaast blijven traditionele betaalmethoden zoals creditcards en PayPal ook relevant, maar het ontbreken van MobilePay kan leiden tot verlies van klanten. Voor sommige buitenlandse partijen is het (nog) niet mogelijk om MobilePay aan te bieden. Als het wél mogelijk is, is het een goede keuze: MobilePay is sterk gekoppeld aan MitID (voorheen NemID) en wekt daardoor vertrouwen bij de Deense consument.

BEGRIJP DE KLANT.

Een Deen overtuig je niet met alleen een prijs. Stijl, service en vertrouwen wegen minstens zo zwaar. Prijs is de lokroep, de rest het haakje.



Deense consumenten zijn geen kleine visjes; ze zwemmen met de stroom mee als het gaat om merken die hun hygge (gezelligheid) begrijpen, hun taal spreken alsof het een symfonie is, en altijd de Deense vlag hoog houden in service en uitstraling. In dit hoofdstuk duiken we samen in de diepten van de Deense ziel. Leer hoe je jouw merk vlekkeloos laat aansluiten bij hun wensen, zonder dat je vastloopt in de clichés van smørrebrød en Vikinghoorns.

De consument in Denemarken

p. 20

Internetgebruik in Denemarken

p. 23

Cultuurverschillen en lokalisatie in
Denemarken

p. 26

De consument in Denemarken

INTRO

De Deense koper is behoorlijk kritisch en neemt met plezier de tijd om een doordachte keuze te maken. Voor hen zijn topkwaliteit, degelijkheid en een naadloze merkervaring van groot belang. Een gelikte presentatie, duidelijke boodschappen en ondersteuning in het Deens zijn daarom onmisbaar om hun gunst te winnen.



Waarom verschilt de Deense consument van de Nederlandse consument?

Een belangrijk verschil tussen Deense en Nederlandse consumenten is de nadruk op duurzaamheid en kwaliteit. Denen zijn minder gevoelig voor kortingsacties. Waar Nederlandse consumenten vooral kijken naar de prijs-kwaliteitverhouding, hechten Deense consumenten meer waarde aan de ethische aspecten van hun aankoop. Ze zijn bereid om meer te betalen als ze geloven dat het product beter aansluit op hun waarden.

Consumentengedrag

De Deense consument maakt bewuste keuzes en neemt de tijd om een aankoop te overwegen. Daarom moeten bedrijven genoeg informatie bieden zodat de klanten een weloverwogen keuze kunnen maken. Met goed doordachte branding, klantcommunicatie en producttransparantie krijgt de Deense consument een goed beeld van jouw onderneming, productaanbod en waarden. De prijs is zeker een factor, maar het is vaak niet de doorslaggevende factor bij hun aankoopbeslissingen.

Deense consumenten zijn voorzichtig en willen zeker zijn van hun aankoop. De klantreis van een Deense consument begint vaak met het zoeken naar informatie over een product of dienst op sociale media. Invloedrijke bloggers en influencers spelen een belangrijke rol bij het informeren van consumenten, vooral binnen de mode- en lifestyleindustrie. Een effectieve influencermarketingstrategie kan daarom bijdragen aan het succes van een merk in Denemarken. Deze invloed van social media hangt samen met de voorkeur voor online shoppen met mobiele apparaten, die ze vaak gebruiken voor productonderzoek. Zorg er daarom voor dat jouw website goed functioneert op mobiele apparaten.

Doorslaggevende factoren in de klantreis

De klantreis van de Deense consument duurt meestal langer dan die van Nederlandse consumenten. De klant zoekt uit of ze een webshop of product kunnen vertrouwen door te letten op retourbeleid, producteigenschappen of bezorgtijd. Deense klanten verwachten hun bestellingen binnen twee tot drie dagen te ontvangen. Deze verwachting is extra hoog in steden zoals Kopenhagen.

Bewustzijn van consumentenrechten

Denen zijn zeer goed op de hoogte van hun rechten als consument, en ze zijn niet bang om deze rechten te gebruiken. Het herroepingsrecht is ook in Denemarken van kracht: het recht om binnen 14 dagen zonder opgave van redenen een product te retourneren. De retouropties moeten duidelijk en laagdrempelig zijn voor klanten. Als dit in orde is, voorkom je boetes of reputatieschade. Consumenten delen vaak hun ervaringen op sociale media en reviewsites zoals Trustpilot, wat een grote invloed kan hebben op het imago van een merk.

Kenmerken van B2B e-commerce

Denemarken heeft zowel een bloeiende B2B als B2C e-commercemarkt. De B2B-markt groeit snel en richt zich vooral op digitale diensten, industriële producten en zakelijke behoeften. De Deense B2B-markt is sterk gedigitaliseerd, wat betekent dat bedrijven steeds vaker gebruik maken van online platformen voor hun zakelijke aankopen.

Internetgebruik in Denemarken

INTRO

Met een gemiddelde van 5 tot 6 uur online per dag, verdelen Denen hun tijd slim over werk, entertainment en natuurlijk: shoppen. Mobiel is hier de absolute koning; maar liefst 67% van de online aankopen gebeurt via de smartphone. Hoewel laptops en tablets meedoen, is de telefoon duidelijk het favoriete apparaat voor die impulsieve, digitale slag.



Hoe lang Deense consumenten online zijn en op welke apparaten ze winkelen

Deense consumenten brengen gemiddeld tussen de 5 en 6 uur per dag online door. Dit internetgebruik is vrij gelijk verdeeld tussen werk, entertainment, en online winkelen. Net als in veel andere Europese landen speelt mobiel internetgebruik een grote rol in Denemarken. Ongeveer 67% van de Deense consumenten gebruikt hun smartphone als primair apparaat om online aankopen te doen. Naast smartphones gebruiken consumenten ook laptops en tablets om online te winkelen, hoewel deze apparaten minder populair zijn voor spontane aankopen.

Bereidheid om over de grens te shoppen

Meer dan 67% van de Deense consumenten koopt bij buitenlandse webshops. Een groot deel van de crossborder aankopen van Deense consumenten wordt gedaan op internationale platforms zoals Amazon, Zalando en ASOS, maar ook kleinere, gespecialiseerde buitenlandse webshops doen het goed in Denemarken. De - voor Europese begrippen - bovengemiddelde bereidheid van Denen om over de grens te shoppen is te verklaren door de hogere prijzen in Denemarken, het beperkte aanbod van bepaalde producten in Deense winkels en gunstige internationale verzendmogelijkheden. Nederlandse bedrijven kunnen hier flink van profiteren door een competitief geprijsd en breed productaanbod aan te bieden.

Populaire productcategorieën

Deense consumenten kopen online vooral mode, elektronica, en huishoudelijke artikelen. Kleding en accessoires zijn goed voor een groot deel van de online aankopen, met platforms zoals Zalando en Boozt die een aanzienlijke marktpositie innemen. Consumentenelektronica, zoals smartphones, laptops en huishoudelijke apparaten zijn ook populaire producten voor Denen, met Elgiganten en Power als grote spelers in deze sector.

Social media gebruik

Social media spelen een grote rol in het dagelijks leven van Deense consumenten. Platforms zoals Facebook, Instagram en YouTube zijn zeer populair en worden niet alleen gebruikt voor persoonlijke communicatie, maar ook voor het ontdekken van nieuwe producten en merken. In de mode- en beauty-industrie is het gebruik van influencers zelfs een van de belangrijkste marketingstrategieën geworden om consumenten te bereiken. Deens consumentengedrag op sociale media laat zien dat zij vertrouwen op traditionele reclame én op de aanbevelingen van bekende influencers en online communities.

Consumentengedrag Online in Denemarken

85%

Shopt binnen
Denemarken

67%

Shopt binnen de EU

18%

Shopt buiten de EU

Cultuurverschillen en Lokalisatie in Denemarken

INTRO

Hoewel Nederland en Denemarken op het eerste gezicht veel op elkaar lijken qua moderniteit en digitale infrastructuur, schuilt er een wereld van verschil in de nuances. Als ondernemer is het cruciaal om deze specifieke culturele en gedragsverschillen te doorgronden; ze bepalen immers hoe je product of dienst ontvangen wordt op de Deense markt. Wees voorbereid op verrassingen en pas je strategie aan om echt aansluiting te vinden bij de Deense consument.



Welvaartsverschillen en koopkracht in Denemarken

Denemarken is een van de meest welvarende landen in Europa, met een hoge koopkracht per hoofd van de bevolking. Consumenten hebben daarom meer interesse in premium producten, maar de prijzen moeten wel in verhouding zijn met de waarde van het product. Die waarde is groter als producten duurzaam en ethisch geproduceerd zijn. De regio Hoofdstad (Hovedstaden) is extra welvarend ten opzichte van de rest van het land.

Cultuurverschillen tussen Nederland en Denemarken

Een belangrijk cultuurverschil tussen Nederland en Denemarken is de manier waarop de klantreis verloopt. Nederlandse consumenten zijn vaak sneller geneigd om te reageren op prijsprikkels zoals kortingen en aanbiedingen. Deense consumenten nemen meer de tijd als ze een aankoopbeslissing maken. In Denemarken hechten consumenten meer waarde aan merkvastheid en duurzaamheid. Als een product aansluit bij hun ethische normen en waarden, zijn ze bereid om langer te zoeken en iets meer te betalen.

Een andere doorslaggevende factor waar je op moet letten in Denemarken is het opbouwen van een vertrouwensrelatie met klanten. Denen verwachten openheid van bedrijven, vooral op het gebied van prijsbeleid, producteigenschappen en bezorging. Vertrouwen kan ook worden opgebouwd door positieve reviews en ervaringen van andere consumenten.

In Nederland is zowel de online als offline cultuur behoorlijk informeel. Dit is anders in Denemarken: formele en respectvolle communicatie is daar de norm, waardoor bijvoorbeeld tutoyeren meestal averechts werkt. Een ander voorbeeld hiervan is de taalkeuze: de meeste Denen spreken uitstekend Engels, maar de klant aanspreken in het Deens brengt veel meer respect over en versterkt de vertrouwensband.

Populaire betaalmethoden in Denemarken

Denen geven de voorkeur aan betaalmethoden die wellicht minder bekend zijn voor Nederlandse bedrijven. Het eerder genoemde MobilePay is de standaard voor mobiele betalingen. Als populaire methoden zoals MobilePay ontbreken, haken klanten mogelijk af bij het afrekenproces. Andere gebruikelijke betaalmethoden in Denemarken zijn creditcards en Paypal.

Duurzaamheid en bereidheid om extra te betalen

Duurzaamheid is diep geworteld in de Deense cultuur. Denk bijvoorbeeld aan de fietscultuur in Kopenhagen, die bijna net zo sterk is als in Nederland. Dit zie je ook terug in e-commerce: duurzaamheid en kwaliteit spelen een grotere rol, Denen willen dat hun aankopen langdurig meegaan. CO2-gecompenseerde bezorging en afhaalpunten zijn daarom aantrekkelijke opties voor Deense consumenten. Content over duurzaamheid en milieuvriendelijke productieprocessen resoneert sterk bij Deense consumenten, vooral in de mode- en voedselindustrie.

Kortingsgevoeligheid en belangrijke feestdagen

In tegenstelling tot Nederlandse consumenten zijn Denen minder gevoelig voor kortingen en promoties. Dat past bij hun ideeën over duurzaamheid en kwaliteit: de “buy it for life”-instelling is belangrijker. Dit betekent overigens niet dat Denen helemaal niets hebben met kortingen, alleen moet je goed letten op de presentatie. Denemarken staat bekend om het Scandinavisch minimalisme, waarbij eenvoud en functionaliteit centraal staan. In de praktijk uit zich dat in lichte kleurenschema's zoals wit, grijs en pastelkleuren. Eerlijke, niet-misleidende promoties en een realistische prijs-kwaliteitverhouding spelen een grotere rol dan in Nederland. Schreeuwerige advertenties met koppen als “mega-uitverkoop” passen niet bij de wensen van de Deense klant. Feestdagen zoals Black Friday en Singles' Day worden steeds populairder in Denemarken, wat bedrijven de mogelijkheid biedt om op deze momenten toch met gerichte aanbiedingen te komen.

Populairste e-commerce categorieën



Mode & Accessoires

40% van totale e-commerce omzet



Consumentenelektronica

25% van totale e-commerce omzet



Huis & Tuin

15% van totale e-commerce omzet

Start, Groei, Succes: Lokalisatie van marketingmateriaal

Hier is een overzicht van de stappen die bedrijven kunnen nemen om hun marketingmateriaal effectief te lokaliseren in Denemarken. Deze stappen zijn ingedeeld in drie categorieën: Start, Groei en Succes, waarbij je zelf kan kiezen wat het beste bij jouw onderneming past op basis van je beschikbare middelen.

Start

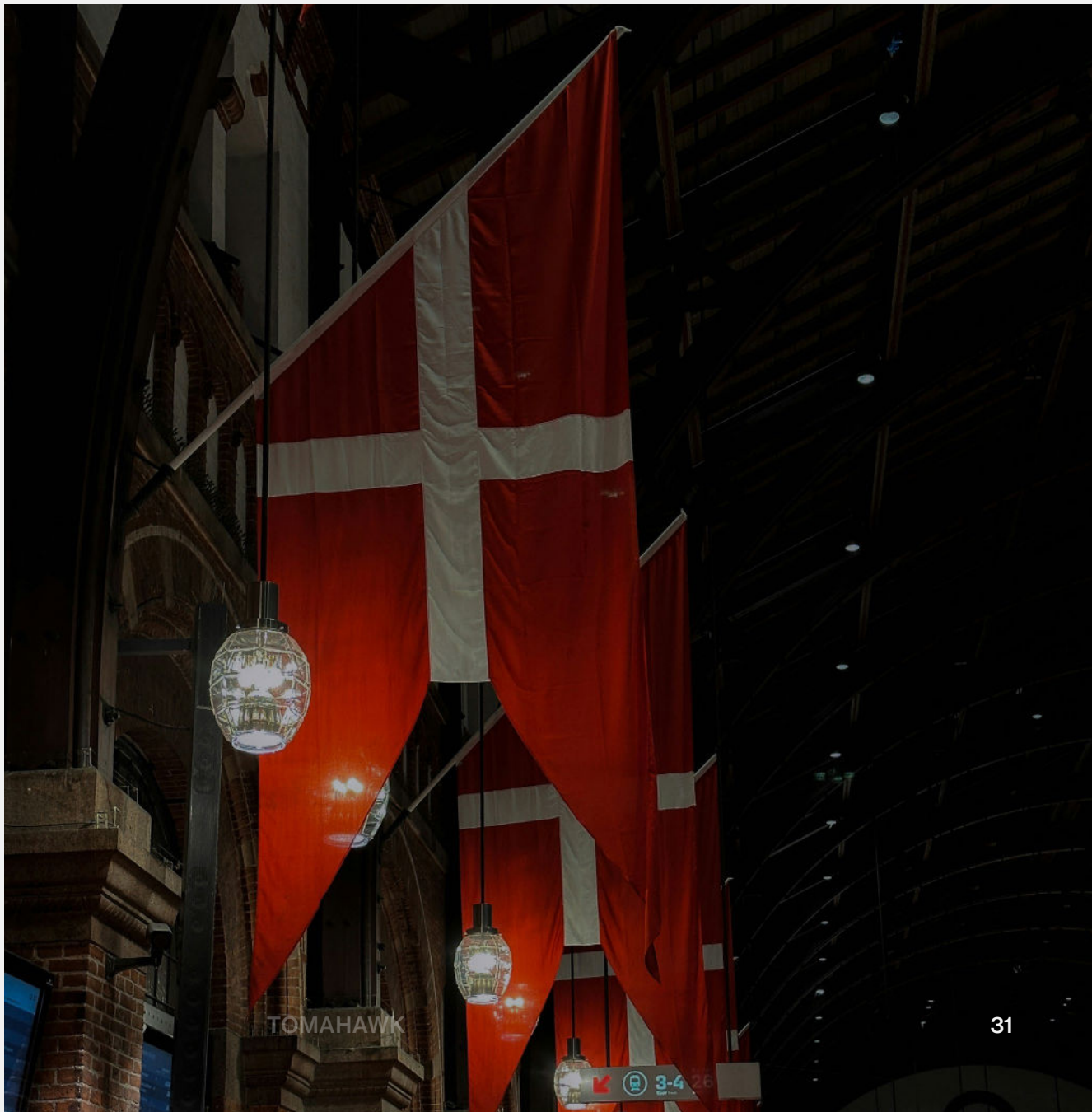
- 01 Vertaal je marketingmaterialen:** Dit is een minimumvereiste om geloofwaardig over te komen in de Deense markt. Neem zowel de website, productomschrijvingen als de klantenservice hierin mee.
- 02 Gebruik bestaande social media kanalen:** Zorg ervoor dat de social content is aangepast aan de Deense taal en cultuur.
- 03 Verzamel basisgegevens via landingspagina's:** Test verschillende landingspagina's en verzamel leads door eenvoudige formulieren in het Deens aan te bieden.

Groei

- 01 Lokaliseer visuals en video's:** Gebruik Deense modellen, landschappen of culturele elementen in je visuele content om beter aan te sluiten bij de Deense markt.
- 02 Relevante samenwerkingen:** Werk samen met influencers en blogs om een sterke aanwezigheid op te bouwen in Denemarken. Denen vertrouwen sterk op aanbevelingen van bekende gezichten in hun online gemeenschap.
- 03 Nauwkeurige targeting in advertenties:** Maak gebruik van gespecialiseerde targeting tools om Deense consumenten nauwkeurig te bereiken via Google, Facebook, Instagram en Deense advertentiekanalen.

Succes

- 01 **AI-gestuurde personalisatie:** Gebruik AI-tools om content en aanbevelingen volledig te personaliseren op basis van de houding en de voorkeuren van Deense consumenten.
- 02 **Full-scale lokalisatiecampagnes:** Ontwikkel campagnes die nauwkeurig zijn ontworpen voor de Deense markt, met aandacht voor cultuur, taal en regionale voorkeuren.
- 03 **Bied Deenstalige klantenservice aan:** Zorg voor klantenservice via een Deens telefoonnummer en geef klanten de mogelijkheid om in hun eigen taal met jouw business te communiceren.



KIES JE SPEELVELD.

Deense klanten bereiken via eBay?
Da's alsof je haring probeert te
verkopen op een vegan markt.



De Deense markt heeft een eigen ritme en voorkeuren: overzichtelijke platforms, strakke service en een hoge standaard voor klantgerichtheid. Wat werkt in Nederland of Duitsland, kan in Denemarken al snel te schreeuwerig of omslachtig overkomen. Deense consumenten waarderen eenvoud, betrouwbaarheid en merken die rust en transparantie uitstralen.

Succesvol zijn in Denemarken vraagt dus om meer dan vertalen – je moet lokaal denken, je propositie versimpelen en goed afstemmen op de juiste kanalen. In deze sectie ontdek je hoe platformmarketing werkt in Denemarken en welke verkoopstrategieën daar écht verschil maken.

Platformmarketing in Denemarken	p. 33
Marketing- en Verkoopstrategieën in Denemarken	p. 37

Platformmarketing in Denemarken

INTRO

Platforms zoals Amazon, Zalando en Deense marktplaatsen zoals DBA (Den Blå Avis) domineren de markt in Denemarken en bieden e-commerce bedrijven een kans om hun producten aan een breed publiek te tonen zonder dat ze zelf een complex distributienetwerk hoeven op te zetten.



De rol van Amazon in Denemarken

Hoewel Amazon nog niet dezelfde marktdominantie heeft in Denemarken als in andere Europese landen zoals Duitsland of het Verenigd Koninkrijk, groeit het platform snel. Deze groei is opvallend omdat Amazon (nog) geen officiële webshop heeft in Denemarken, momenteel opereert het platform vooral via Duitsland en Zweden. Toch wenden steeds meer Deense consumenten zich tot Amazon voor hun online aankopen, vooral als het gaat om boeken, consumentenelektronica en mode. Amazon biedt Nederlandse e-commerce bedrijven opties om producten te testen in Denemarken zonder meteen te investeren in een eigen Deense infrastructuur.

Amazon fungeert niet alleen als een verkoopplatform, maar ook als een zoekmachine voor consumenten. Veel Denen gebruiken Amazon als startpunt voor hun zoektocht naar producten, zelfs als ze uiteindelijk bij een andere aanbieder kopen. Amazon is voor Denen ook een platform waarmee ze producten kunnen vergelijken. Als jouw e-commerce onderneming aanwezig is op Amazon, vergroot je de zichtbaarheid ervan.

Voor Nederlandse bedrijven die overwegen om via Amazon te verkopen in Denemarken, zijn er enkele belangrijke overwegingen. De logistieke voordelen van Amazon zorgen voor betrouwbare leveringen, maar bedrijven als Amazon verzamelen ook de klantgegevens. Die waardevolle informatie is niet toegankelijk voor jou, waardoor je minder kennis hebt van je klanten. Een relatie opbouwen wordt dan ook moeilijker, en dat is juist zo belangrijk voor Deense consumenten. De kosten en de commissies van Amazon kunnen ook een factor zijn: dit zorgt voor kleinere marges.

Andere grote marktplaatsen in Denemarken

Naast Amazon zijn er enkele andere belangrijke marktplaatsen in Denemarken die een groot publiek bereiken en relevant zijn voor Nederlandse bedrijven die willen uitbreiden. Hier zijn de belangrijkste platforms:

1. Zalando

Zalando is een van de grootste spelers op de Deense markt voor mode en accessoires. Net als Amazon biedt Zalando uitgebreide logistieke ondersteuning en marketingmogelijkheden, maar met een focus op de mode-industrie.

2. DBA (Den Blå Avis)

DBA is de grootste online marktplaats voor tweedehands producten in Denemarken en speelt een belangrijke rol in de circulaire economie van het land. Dit platform is ideaal voor bedrijven die tweedehands producten, refurbished items of unieke vintage goederen willen aanbieden. DBA heeft miljoenen maandelijkse bezoekers en biedt een eenvoudige interface voor zowel kopers als verkopers.

3. Elgiganten

Elgiganten is de grootste Deense retailer van consumentenelektronica, vergelijkbaar met het Nederlandse Coolblue. Voor bedrijven die elektronica verkopen, biedt Elgiganten een betrouwbaar platform met een groot bereik binnen Denemarken.

Gespecialiseerde marktplaatsen in Denemarken

Naast de grote platforms zijn er ook enkele niche marktplaatsen in Denemarken die kansen bieden voor bedrijven die zich richten op meer gespecialiseerde productcategorieën.

1. Nemlig.com

Nemlig.com is de grootste online supermarkt van Denemarken. Het platform biedt een breed assortiment aan boodschappen en huishoudelijke producten en richt zich op consumenten die gemak en snelheid belangrijk vinden.

2. Miinto

Miinto is een online platform dat modewinkels in Denemarken met elkaar verbindt. Het biedt consumenten toegang tot onafhankelijke boetieks en merken. Miinto is vooral interessant voor bedrijven die zich richten op de luxe- en designmarkt. Het platform werkt nauw samen met Deense retailers, waardoor het een uitstekende keuze is voor bedrijven die hun producten willen aanbieden zonder te concurreren met grote ketens.

1.	Zalando	40%
2.	DBA	25%
3.	Elgiganten	15%
4.	Amazon	10%
5.	Minto	5%
6.	Nemlig.com	3%
7.	Boozt	2%
8.	Wupti	2%
9.	Bilka.dk	1.5%
10.	Coolshop	1%

Marketing- en Verkoopstrategieën in Denemarken

INTRO

Hoewel veel marketingstrategieën die in Nederland succesvol zijn ook in Denemarken kunnen werken, moeten ze vaak een klein beetje aangepast worden om écht effectief te zijn. Een van de belangrijkste verschillen tussen beide markten is dat Deense consumenten minder vatbaar zijn voor prijsacties en promoties. Daarnaast speelt de toon van de content een belangrijke rol. Denen waarderen formele, respectvolle communicatie en verwachten dat bedrijven openheid tonen. Tutoyeren of te informele taal kan een passende optie zijn voor social media, maar formele taal wordt meer op prijs gesteld. Het is in Denemarken een kunst om een evenwicht te vinden tussen toegankelijkheid en professionaliteit.



SEO en contentmarketing

SEO is een belangrijk onderdeel van elke marketingstrategie, en dit geldt ook voor Denemarken. Websites optimaliseren voor Deense zoekresultaten is een goede stap om de zichtbaarheid van jouw bedrijf te vergroten en meer verkeer naar je webshop te leiden. Dit betekent niet alleen het vertalen van content naar het Deens, maar ook het uitvoeren van gedetailleerd zoekwoordenonderzoek om te achterhalen welke termen Deense consumenten gebruiken bij het zoeken naar producten of diensten.

Sociale media en influencermarketing

Sociale media spelen een centrale rol in de marketingstrategie van veel bedrijven in Denemarken. Zorg daarom voor een sterke aanwezigheid op deze platforms en actief deel te nemen aan de dialoog met hun volgers. Denen vertrouwen sterk op aanbevelingen van mensen die ze volgen op sociale media, waardoor influencermarketing een krachtig instrument kan zijn. Vooral in de mode-, beauty- en lifestyle-industrieën hebben influencers een grote invloed op aankoopbeslissingen. Het samenwerken met Deense influencers kan bedrijven helpen om een grotere naamsbekendheid te krijgen en hun merk te positioneren in de juiste doelgroep.

Retargeting in Denemarken

Retargetingcampagnes zijn in Denemarken effectief, maar wees er voorzichtig mee. Anders worden ze als opdringerig of irritant ervaren, terwijl Denen juist veel waarde hechten aan hun privacy. Het is belangrijk om een balans te vinden tussen frequentie en relevantie in retargetingcampagnes.

Aansluiten op de behoefte van de klant werkt daarentegen wél goed. Gebruik advertenties die aansluiten bij al bestaande interacties met een webshop, zoals eerder bezochte producten of een verlaten winkelwagen. Deze gepersonaliseerde benadering brengt consumenten terug naar jouw website.

De rol van keurmerken

Deense consumenten zijn zich bewust van de impact van hun aankopen op milieu en maatschappij. Het Nordic Ecolabel (ook bekend als het Swan label) en Fairtrade zijn populaire keurmerken die consumenten overhalen tot een aankoopbeslissing. Denen zien keurmerken als een signaal van kwaliteit en betrouwbaarheid. Dit is vooral belangrijk in sectoren zoals voeding, mode en schoonheidsproducten, waar consumenten extra waarde hechten aan ethisch verantwoorde productie en duurzaamheid.

SNELLER. BETER. BINNEN.

Je logistiek niet aanpassen aan Denemarken? Da's alsof je smørrebrød bezorgt met stokjes.



In Denemarken draait logistiek om eenvoud, betrouwbaarheid en strakke planning. Deense consumenten verwachten heldere levertijden, transparante communicatie en een retourproces dat net zo soepel werkt als de levering. Alles moet kloppen – van verzending tot service, en bij voorkeur in het Deens.

Door samen te werken met lokale partners zoals PostNord, slim gebruik te maken van regionale hubs of internationale verzending goed af te stemmen, zorg je voor snelheid én vertrouwen. In dit hoofdstuk lees je hoe je je logistieke aanpak afstemt op de Deense markt – van feestdagen tot retourverwachtingen en alles daartussenin.

Logistiek en fulfilment in Denemarken

INTRO

Denemarken is compact, maar kent toch logistieke uitdagingen. In stedelijke gebieden zoals Kopenhagen kan drukte en beperkte parkeerruimte bezorgingen vertragen. Tegelijkertijd zijn dunbevolkte regio's zoals delen van Jutland of afgelegen eilanden minder snel bereikbaar. Denk aan smalle wegen, veerdiensten of adressen die lastig vindbaar zijn voor GPS. Lokale kennis en slimme planning maken hier het verschil.



Logistieke uitdagingen in Denemarken

Ondanks de compacte omvang van Denemarken is het soms een complex land voor bezorgingen. Denemarken bestaat uit een schiereiland (Jutland) en meerdere eilanden, waarvan Seeland het grootste is. Deze geografische indeling kan leiden tot hogere kosten en langere levertijden voor bezorging naar afgelegen of dunbevolkte gebieden, zoals de kleinere eilanden en Noord-Jutland.

Een ander aandachtspunt is de verwachting van snelle leveringen in stedelijke gebieden zoals Kopenhagen, Aarhus en Odense. In deze steden verwachten consumenten hun bestellingen binnen één tot twee dagen te ontvangen, wat druk legt op logistieke processen. In landelijke gebieden zijn langere bezorgtijden meer geaccepteerd, maar om concurrerend te blijven raden wij aan om alsnog snelle en betrouwbare bezorging te bieden.

Opties voor Fulfilment by Merchant (FBM) en lokale distributiecentra

Nederlandse e-commerce ondernemers die naar Denemarken willen uitbreiden, kunnen kiezen uit verschillende fulfilmentopties. Fulfilment by Merchant (FBM) biedt bedrijven de mogelijkheid om zelf verantwoordelijk te blijven voor het gehele logistieke proces, inclusief opslag, verpakking en verzending van producten. FBM heeft ook enkele nadelen, zoals langere levertijden en oplopende kosten. Een alternatief voor FBM is het gebruik van distributiecentra in Denemarken. Door opslag en fulfilment te outsourcen naar een lokaal fulfilmentcentrum, kunnen bedrijven levertijden versnellen en hun logistiek verbeteren. Dit kan een passende optie zijn voor bedrijven die hun volumes in Denemarken zien toenemen en willen inspelen op de vraag naar snelle bezorging.

Fulfilment by Merchant (FBM)

Voordelen



Volledige controle over het logistieke proces.



Mogelijkheid om speciale verpakkingen en branding te gebruiken.



Lagere kosten bij kleinere volumes of specifieke productcategorieën.

Nadelen



Hogere verzendkosten en langere levertijden, vooral bij internationale verzending.



Grotere logistieke complexiteit en hogere overheadkosten bij grotere volumes.

Lokale fulfilment centra

Voordelen



Snellere levertijden, vooral in stedelijke gebieden.



Lagere verzendkosten bij grotere volumes.



Mogelijkheid om te voldoen aan de verwachtingen van Deense consumenten voor snelle en gratis leveringen.

Nadelen



Minder controle over logistiek



Mogelijk hogere kosten voor opslag en logistieke diensten.

Logistieke pieken, volumes en seasonality

Black Friday, Singles' Day, en de kerstperiode leiden tot een enorme toename van online bestellingen, wat druk legt op distributie. E-commerce bedrijven moeten de klanten alvast voorbereiden op vertragingen in deze periode. Een goed georganiseerde logistiek kan deze pieken opvangen, bijvoorbeeld door extra voorraad aan te leggen in distributiecentra en het inzetten van flexibele transportpartners.

Verzenden vanuit Nederland

Voordelen



Volledige controle over voorraad en proces



Minder afhankelijk van externe fulfilmentpartners

Nadelen



Langere levertijden en hogere verzendkosten



Meer kans op vertragingen bij internationale verzendingen

Lokaal distributiecentrum

Voordelen



Snellere levertijden, vooral in stedelijke gebieden



Lagere verzendkosten per bestelling, met name bij grotere volumes

Nadelen



Hogere vaste kosten voor opslag en fulfilment



Minder controle over het proces en afhankelijk van partners

Grootste logistieke spelers in Denemarken

Domineer in de Deense e-commerce markt

The logo for PostNord, featuring the word "postnord" in a bold, blue, lowercase sans-serif font.

PostNord

De grootste pakketdienstverlener in Scandinavië, biedt uitgebreide logistieke diensten voor zowel nationale als internationale verzending.

The logo for GLS, featuring the letters "GLS" in a bold, blue, uppercase sans-serif font, followed by a small yellow dot.

GLS

Biedt snelle en betrouwbare verzendingen in heel Europa, inclusief Deense steden en landelijke gebieden.

The logo for Bring, featuring a stylized circular icon with a green top half and a grey bottom half, followed by the word "bring" in a green, lowercase sans-serif font.

Bring

Een flexibele logistieke dienstverlener met sterke aanwezigheid in de Scandinavische landen.

The logo for DAO, featuring the letters "dao" in a bold, white, lowercase sans-serif font on a red background.

DAO

Gespecialiseerd in kleinere, snelle leveringen, ideaal voor e-commerce bedrijven met lichtgewicht producten.

Vervoerders en pakketlimieten in Denemarken

De onderstaande vervoerders zijn de belangrijkste logistieke spelers op de Deense markt en bieden verschillende opties voor zowel kleine als grote pakketten. Bedrijven kunnen kiezen op basis van de afmetingen van hun producten en het type service dat zij hun klanten willen bieden.

Vervoerders en pakketlimieten

Vervoerder	Maximale afmeting standaardpakket	Maximale gewicht per pakket
PostNord	120 x 60 x 60 cm	20 kg
GLS	100 x 80 x 80 cm	30 kg
Bring	150 x 50 x 50 cm	35 kg
DAO	60 x 40 x 40 cm	10 kg

Factoren die het prijsplaatje beïnvloeden

- De kosten voor logistieke operaties in Denemarken worden beïnvloed door verschillende factoren, zoals:
- Afmetingen en gewicht van pakketten: Grotere en zwaardere pakketten leiden tot hogere verzendkosten.
 - Afstand tot afleverlocatie: Leveringen naar afgelegen gebieden, zoals eilanden, zijn duurder dan leveringen in stedelijke gebieden.
 - Snelheid van levering: Expresleveringen zijn duurder dan standaardleveringen, maar consumenten zijn vaak bereid extra te betalen voor een snellere bezorging.

Kostenindicatie per volume

Volume (zendingen per jaar)	Brievenbuspakket (€)	Standaardpakket (€)
0-500	4,50	6,00
500-1500	4,20	5,70
1500-5000	3,90	5,50
>5000	3,60	5,20

Last mile delivery en retourzendingen

De last-mile levering is vooral in stedelijke gebieden een aandachtspunt, waar consumenten verwachten dat hun bestellingen snel en op tijd worden bezorgd. Veel Denen geven de voorkeur aan levering aan huis, maar afhaalpunten bij supermarkten en pakketkluizen worden ook steeds populairder. Retourzendingen spelen een belangrijke rol in de klantervaring in Denemarken, want dit is een van de factoren met een grote invloed op klantvertrouwen. Deze band bouw je op met opties die het de klant makkelijk maken zoals het aanbieden van vooraf betaalde retourolabels en opties voor afgifte bij pakketpunten of postkantoren.

Eigen Fulfilment

Voordelen



Volledige controle



Flexibiliteit in verpakking



Klantgerichte aanpak

Nadelen



Hoge operationele kosten



Complex retourbeheer



Tijdsinvestering

Uitbesteden

Voordelen



Minder operationele druk



Schaalvoordelen



Snellere levertijden

Nadelen



Minder controle



Afhankelijk van partners

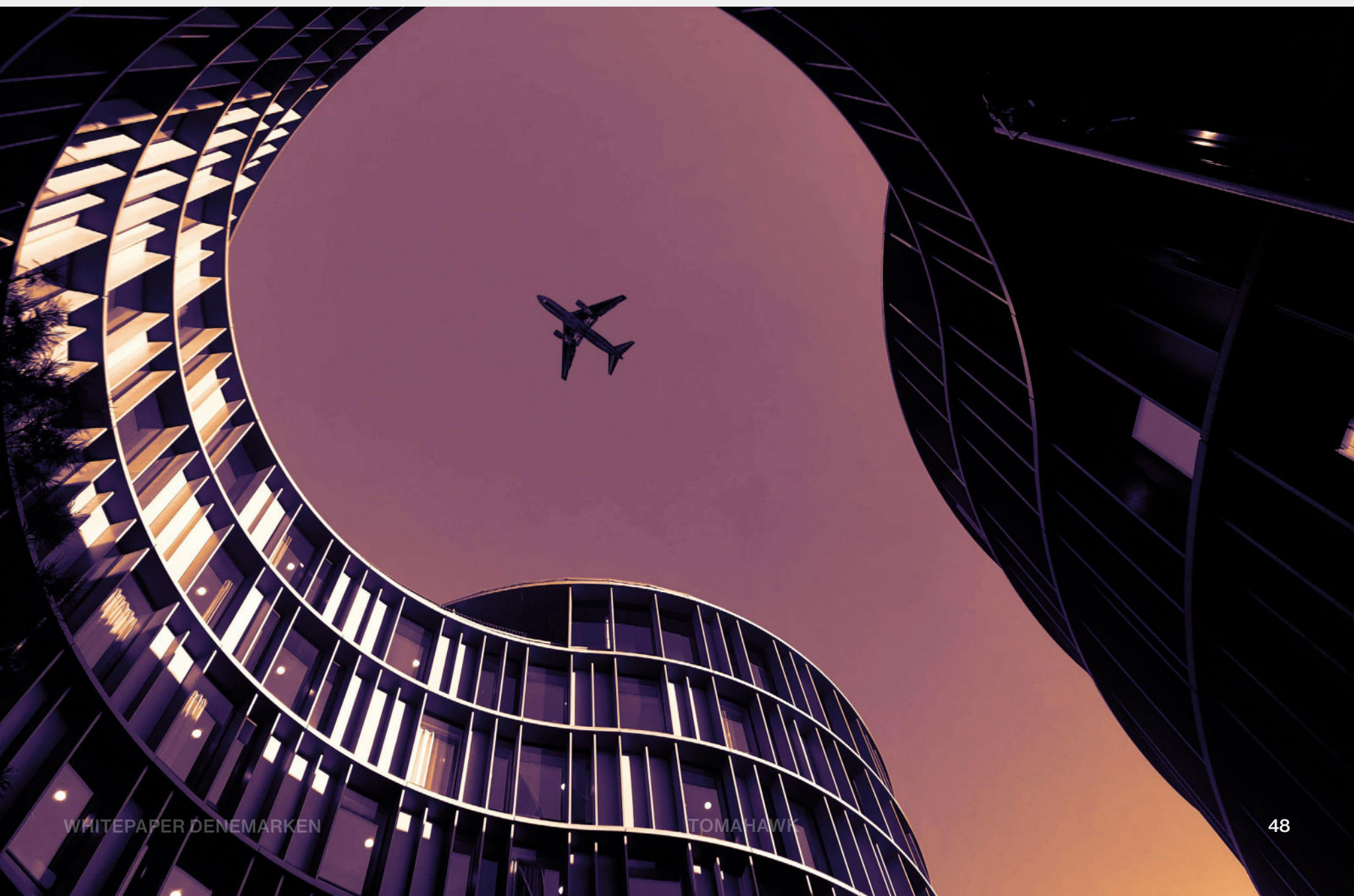


Minder gepersonaliseerd

Samenvatting en vooruitblik

INTRO

Denemarken is een welvarend en technisch geavanceerd land. De bevolking kan goed overweg met digitalisering en is gewend om online te shoppen, ook in het buitenland. Als je hoogwaardige, duurzame producten biedt is Denemarken al helemaal een ideale markt.



De grootste kansen liggen in de interesse die de Denen hebben in ecologisch en ethisch verantwoord winkelen. Daarnaast is het toenemende gebruik van mobiele apparaten in een samenleving die al sterk gedigitaliseerd is ook goed nieuws voor Nederlandse ondernemers. Daarentegen kan het soms wel een stevige uitdaging zijn om het vertrouwen van de Deense klant te winnen. Het is verleidelijk om alles in het Engels aan te bieden omdat de Deense bevolking het Engels goed beheerst, maar de klant aanspreken in het Deens is écht wat jou een streepje voor geeft in deze markt.

To-do lijst per niveau

Om succesvol uit te breiden naar Denemarken, moet een ondernemer verschillende zaken regelen. Deze opties zijn ingedeeld in drie niveaus: Start, Groei en Succes. Afhankelijk van jouw beschikbare middelen, kan je kiezen hoe uitgebreid de strategie wordt uitgerold. Elk niveau biedt specifieke voordelen.

Start

Vereist het minste werk en middelen. Deze stappen zijn snel uit te voeren en hebben een grote impact op de ervaring van je klanten in het Denemarken.

01

Vertaling en Lokalisatie van content

Zorg voor correcte vertaling van je website en productpagina's naar het Deens. Dit is de basis voor succesvolle communicatie met Deense consumenten.

02

Juridische naleving van regels in Denemarken

Voldoe aan wetgeving zoals btw-registratie, herroepingsrecht en productveiligheidsvoorschriften.

03

Marktplaatsintegratie

Maak je producten beschikbaar op populaire Deense marktplaatsen zoals DBA en Zalando.

Groei

Vereist meer tijd en middelen maar heeft aanzienlijk meer impact.
Handig voor als je in de groeiende fase zit.

01

Specialistische vertaaldiensten

Gebruik gespecialiseerde vertaaldiensten om ervoor te zorgen dat niet alleen de taal correct is, maar ook de tone of voice passend is.

02

Lokalisatie software

Implementeer lokalisatie software die automatisch productomschrijvingen en klantinteracties aanpast aan de Deense markt. Dit versnelt het proces en zorgt voor een consistente klantervaring.

03

Aanpassing van rich media

Pas visuele content, zoals afbeeldingen en video's aan.

04

SEO-optimalisatie

Optimaliseer je website voor Deense zoekmachines met behulp van lokaal zoekwoordenonderzoek.

05

Productinspiratie en marktanalyse

Gebruik lokale marktanalysetools om te ontdekken welke producten het beste aansluiten bij de vraag van Deense consumenten.

Succes

Vereist de meeste middelen en tijd, maar garandeert de beste merkbeleving.

01

Bulk aanpassingen in Rich Media en data

Gebruik AI-tools om rich media zoals productvideo's en afbeeldingen op grote schaal te personaliseren en lokaliseren voor de Deense markt.

02

Integratie met machine translation services

Implementeer geavanceerde vertaalservices die automatisch teksten optimaliseren en afstemmen op de Deense taal en cultuur. Dit zorgt voor nauwkeurige en vloeiende communicatie met klanten.

03

Automatisering met Zapier

Automatiseer je e-commerce processen met tools zoals Zapier om orderverwerking, klantenservice en marketingcampagnes efficiënter te beheren.

04

Validatie van producten en diensten

Test en valideer je productaanbod specifiek voor de Deense markt, door gebruik te maken van A/B-tests en Deense focusgroepen. Dit helpt je aanbod te finetunen en de impact te vergroten.

Conclusie

Vooruitblik op de toekomst van e-commerce in Denemarken

De toekomst van e-commerce in Denemarken ziet er veelbelovend uit. Technologische innovatie zal een belangrijke rol spelen in de ontwikkeling van de Deense e-commerce markt. Bedrijven die investeren in AI, geavanceerde personalisatie en hun processen automatiseren, werken efficiënter en bieden een betere klantervaring. Daarnaast blijft influencermarketing een krachtig middel om naamsbekendheid te vergroten en een emotionele band met consumenten op te bouwen.

Tot slot zullen innovaties zoals geautomatiseerde magazijnen en snellere last-mile bezorging bedrijven helpen om tegemoet te komen aan de wensen van Deense consumenten op het gebied van snelle en betrouwbare leveringen. Bedrijven die deze ontwikkelingen nauwlettend volgen en erin investeren, zijn klaar voor de toekomst van e-commerce in Denemarken.



Bronnenlijst

About-Payments. Which online payment methods to accept in Denmark. Geraadpleegd van <https://www.about-payments.com/e-commerce-markets/which-online-payment-methods-to-accept-in-denmark>

Acropolium. Multi-carrier shipping software: A guide to enhancing shipping efficiency. Geraadpleegd van <https://acropolium.com/blog/multi-carrier-shipping-software-a-guide-to-enhancing-shipping-efficiency/>

Alumio. E-commerce integration and the integration platform. Geraadpleegd van <https://www.alumio.com/nl/blog/e-commerce-integration-and-the-integration-platform>

Alumio. Middleware integrations. Geraadpleegd van <https://www.alumio.com/blog/middleware-integrations>

Asendia. Europe e-commerce report. Geraadpleegd van <https://www.asendia.com/resource/europe-e-commerce-report-2022>

Asteria. Data integration tools for businesses. Geraadpleegd van <https://www.astera.com/nl/type/blog/data-integration-tools-for-businesses/>

BearingPoint. BearingPoint Nederland. Geraadpleegd van <https://www.bearingpoint.com/en-nl/>

Better Commerce. PIM buyers guide. Geraadpleegd van <https://www.bettercommerce.io/whitepaper/pim-buyers-guide>

BigCommerce. Cross-border e-commerce strategies. Geraadpleegd van <https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/cross-border-ecommerce/>

Bpost. Zakelijke oplossingen. Geraadpleegd van <https://www.bpost.be/nl/zakelijke-oplossingen>

Canva. Canva. Geraadpleegd van <https://www.canva.com/>

Cargoson. How to select a multi-carrier shipping software: 7 tips. Geraadpleegd van <https://www.cargoson.com/en/blog/how-to-select-a-multi-carrier-shipping-software-7-tips>

CBEC barriers and localisation by Pia Hohdorf.

Centra. Cross-border e-commerce challenges. Geraadpleegd van <https://centra.com/news/cross-border-ecommerce-challenges>

Clonable. Clonable Website Translation. Geraadpleegd van <https://www.clonable.nl/>

CM.com. Klantenservice kanalen. Geraadpleegd van <https://www.cm.com/nl-nl/blog/klantenservice-kanalen/>

Commercetools. How to create a cross-border e-commerce strategy: Localize and innovate globally. Geraadpleegd van <https://commercetools.com/blog/how-to-create-a-cross-border-ecommerce-strategy-localize-and-innovate-globally>

DeepL. DeepL Translator. Geraadpleegd van <https://www.deepl.com/>

DHL. Business customer shipping solutions. Geraadpleegd van <https://www.dhl.de/en/geschaeftskunden.html>

Dlexport. Insights voor succesvolle Amazon-strategieën. Geraadpleegd van https://dlexport.com/insights/?_gl=1*w2v1ir*_up*MQ..&gclid=CjwKCAjwouexBhAuEiwAtW_Zx0DH6h6x63ffPo3w3ZGVbpf_A5pEwktmvehgKQhQwQLXX9MjCCOQhxoCeKMQAuD_BwE

Dlexport. Starten met verkopen op Amazon. Geraadpleegd van https://dlexport.com/starten-met-verkopen-op-amazon-hierop-moet-je-letten/?_gl=1*1ft207d*_up*MQ..&gclid=CjwKCAjwouexBhAuEiwAtW_Zx5QgnYBF4E-YrZliCIWTzOeOnPcQk8wgN37FwghjUPxN33WEJ1DorxoCqQkQAuD_BwE

E-tailize. Top 30 marktplaatsen in Denemarken. Geraadpleegd van <https://e-tailize.com/nl/blog/top-30-marktplaatsen-in-denemarken/>

Ecommerce Europe. CMI 2024 – Complete light versie v1. Geraadpleegd van chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2024/10/CMI2024_Complete_light_v1.pdf

Ecommerce News Europe. Ecommerce in Denmark. Geraadpleegd van https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-europe/ecommerce-in-denmark/

Ecommerce News Europe. Ecommerce in Denmark (tag). Geraadpleegd van https://ecommercenews.eu/tag/denmark/

European Commission. Packaging waste. Geraadpleegd van https://ec.europa.eu/environment/topics/waste-and-recycling_en

European Commission. Waste regulations. Geraadpleegd van https://www.umweltbundesamt.de/themen/abfall-ressourcen

Gikken. Mate Translate. Geraadpleegd van https://gikken.co/mate-translate/

Google. Google Ads Help (DE). Geraadpleegd van https://support.google.com/google-ads/answer/1722124?hl=de

Helium 10. Helium 10 – Amazon Tools. Geraadpleegd van https://www.helium10.com

HeyGen. HeyGen Video Localization. Geraadpleegd van https://www.heygen.com

IMRG. Homepage. Geraadpleegd van https://www.imrg.org/

InternetRetailing. Home. Geraadpleegd van https://internetretailing.net/

Landmark Global. E-commerce packaging solutions. Geraadpleegd van https://landmarkglobal.com/eu/en/news-insights/e-commerce-packaging/

McKinsey. Last mile package delivery in 2030. Geraadpleegd van https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/last-mile-package-delivery-in-2030

News Seven Senders. Checklist voor klantgerichte leveringen. Geraadpleegd van https://news.sevensenders.com/hubfs/Win%20customers%20with%20delivery/7S-WinCustomersChecklist-EN.pdf

News Seven Senders. Consumer Survey 2022: Trends in international delivery. Geraadpleegd van <https://news.sevensenders.com/hubfs/Consumer%20Survey%202022/7S-ConsumerSurvey-EN.pdf>

News Seven Senders. Inzichten in internationale leveringen. Geraadpleegd van <https://news.sevensenders.com/hubfs/International-Delivery-WP-2022/InternationalDelivery-WP-2022-EN.pdf>

News Seven Senders. Whitepaper Studie Online Shopping: Online shopping trends en inzichten. Geraadpleegd van https://news.sevensenders.com/hubfs/Whitepaper%20Studie%20Online-Shopping/210526_Seven%20Senders_Whitepaper_Online-Shopping-Studie_EN.pdf

Phrase. Phrase Translation Management Platform. Geraadpleegd van <https://phrase.com>

PickFu. PickFu – Consumer Testing Platform. Geraadpleegd van <https://www.pickfu.com/>

RVO. Internationaal ondernemen. Geraadpleegd van <https://www.rvo.nl/internationaal-ondernemen>

Statista. Development of population numbers in Germany. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/672608/development-population-numbers-germany>

Statista. Population of France. Geraadpleegd van <http://statista.com/statistics/459939/population-france>

Statista. Population of the Netherlands by age and gender. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/755052/population-of-the-netherlands-by-age-and-gender>

Statista. Total population in Denmark. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/570212/total-population-in-denmark>

Statista. Total population of Belgium. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/516667/total-population-of-belgium>

Statista. Total population of Italy. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/263745/total-population-of-italy>

Statista. UK population. Geraadpleegd van <https://www.statista.com/statistics/281296/uk-population>

Shopify. E-commerce platforms. Geraadpleegd van <https://www.shopify.com/nl/blog/ecommerce-platforms>

Sistrix. Sistrix SEO Toolbox. Geraadpleegd van <https://www.sistrix.com/>

TextMaster. TextMaster Nederland. Geraadpleegd van <https://nl.textmaster.com>

Thuiswinkel.org. Cross-border verkopen en e-commerce in Duitsland. Geraadpleegd van <http://thuiswinkel.org>

Transportscanner. Fulfilment en opslag: Kennisbank. Geraadpleegd van <https://www.transportscanner.nl/kennisbank/fulfilment-en-opslag/>

Trusted Shops. Klantenservice uitbesteden: Overwegingen voor webshops. Geraadpleegd van <https://business.trustedshops.nl/blog/klantenservice-uitbesteden/>

VLM. Vakvereniging voor logistieke professionals. Geraadpleegd van <https://vlm.nl/>

Zapier. Zapier Workflow Automation. Geraadpleegd van <https://www.zapier.com>

Zendesk. Customer service management software. Geraadpleegd van <https://www.zendesk.nl/service/ticketing-system/customer-service-management-software/>



**BREAKING
THROUGH
BORDERS®**