

Original Nordmann - Afsætningsfremmende kampagne for nordmannsgran juletræer 1998

Af Jens Søgaard Jacobsen, Dansk Juletræsdyrkerforening

Original Nordmann® er varemærket, som danske nordmannsgran juletræer skal sælges under. Varemærket kommer i 1998 til at optræde på etiketterne på ca. 40% af de danske nordmannsgraner. Dermed er der etableret en afgørende forbindelse mellem det enkelte juletræ, over kampagnemateriale på salgsstederne til redaktionel omtale og annoncering, som forbrugerne møder i aviser, magasiner, radio og TV. Kampagnen har sit tyngdepunkt på de tysksprogede markeder, der aftager ca. 3/4 af den danske eksport, men etiketter og kampagnemateriale vil også komme i aktion på andre europæiske markeder.

Kampagnen

Kampagnen for nordmannsgran juletræer og Original Nordmann startede i 1997, hvor kampagnen fik en god start. Her før starten på sæson 1998 er nyt kampagnemateriale klar til brug for danske grossister og eksportører. Kampagnen Original Nordmann er bygget op om tre søjler:

- Salgsfremmende materiale på salgssteder
- PR og kontakt til den trykte og elektroniske presse
- Annoncering i publikumstidskrifter

Der vil i 1998 blive lagt endnu større vægt på, at få det salgsfremmende materiale bragt ud på de steder, hvor juletræerne sælges. Gennem annoncering og udsendelse af nyhedsbrev via database og danske grossistfirmaer er det målet at nå en dækkende information af forhandlerne om det salgsfremmende materiale og kampagnen i medierne. Heri ligger en stor opgave, idet forhandlerne er en broget skare, som ikke umiddelbart lader sig identificere via normale kanaler, som brancheregistre og adressekartoteker.

Den anden store opgave i 1998: at få juletræerne etiketteret med Original Nordmann er lykkedes i tilfredsstillende omfang. Det vurderes, at ca. 40% af de danske nordmannsgran juletræer i 1998 bliver etiketteret med Original Nordmann, dels gennem Dansk Juletræsdyrkerforenings etiketteordning, dels gennem danske grossister, der har indgået en aftale om brug af logoet på etiketter.

Efter starten i 1997, hvor kampagnen koncentrerede sig om det tysktalende

område, er der i 1998 fremstillet salgsfremmende materiale, der også kan bruges på nogle af de øvrige europæiske markeder. Da Original Nordmann anvendes på juletræetiketterne uanset, hvilket marked juletræet ender på, er det vigtigt også at have salgsfremmende materiale, der kan bakke dette op. Det vil dog i 1998 kun være i Tyskland, Østrig, Schweiz og Frankrig, at der følges op af PR- og annoncearbejde.

Salgsfremmende materiale

Bannere og salgspakater er fortsat det bærende element i materialet til salgsstederne. Det har vist sig, at der med det materiale, som blev lavet i 1997, blev ramt lige i plet. Dels rammer materialet et generelt behov for bannere og plakater i en branche, der er præget af håndmalede skilte, dels har udførelsen præget af kvalitet og enkelt, traditionelt design tiltalt de fleste. Bannere fås på tysk, engelsk og fransk. Salgspakater i en tysk og en international version.

Informationsbrochure til kunderne om

baggrund og brug af juletræet imødekommer et behov for forbrugerinformation. Denne information kan være svær at nå at formidle mundtligt. Men det kan nu klares med udlevering af denne brochure. Brochuren fås på tysk.

Kasketter med Original Nordmann logoet kan gå hen og blive en del af standardudrustningen for enhver juletræssælger med respekt for sig selv. På Langesø Messen i august 1998, hvor kasketten blev præsenteret for publikum for første gang, var modtagelsen imponerende. Allerede midt på dagen måtte der meldes udsolgt. Der er imidlertid blevet produceret flere, således at salgspersonalet rundt omkring i Europa kan være godt rustet til salgsindsatsen. Med Original Nordmann placeret lige i panden på sælgeren, burde slutforbrugerne ikke være i tvivl om, hvad de skal købe.

Informationsvideoer om baggrunden for den særlige kvalitet ved Original Nordmann er tilgængelig for alle. På salgsstederne kan der, hvis der er mulighed for at opstille videoafspiller til produktpræsen-



Fig. 1: Informationszentrum Nordmann Tanne er servicepartner for danske eksportører. Her sørger danske og tyske medarbejdere for, at de forskellige behov hos eksportører, handlende, journalister og forbrugere dækkes. Fra Danmark kontaktes Informationszentrum på telefon 00 49 41 56 82 01 11.

tation (i havecentre eller lignende), benyttes den nye video: Original Nordmann - Ein Geschenk der Natur. Videoerne fås på tysk, engelsk og fransk I forretninger med forretningsradio eller intern radio kan det nye radiospot benyttes. Spottet fås kun på tysk.

Nyhedsbreve

Nyhedsbrevet Original Nordmann News udkommer på tysk tre gange i sæsonen i august, oktober og ultimo november. Nyhedsbrevet blev præsenteret første gang på Langesø Messen, hvor der blev uddelt en speciel messeudgave. Augustnummeret af nyhedsbrevet er desuden vedlagt som indstik til dette nummer af

PS Nåledrys. Nyhedsbrevet skal informere forhandlere på de tysksprogede markeder om fordelene og mulighederne ved at deltage i kampagnen. Hermed opnås, at forhandlerne bedre kan kombinere kampagnens materiale med aktiviteterne på egne salgssteder. Ud over at informere forhandlere af danske nordmannsgran juletræer om, hvorledes de bedst kan drage nytte af kampagnens forskellige elementer, giver nyhedsbrevet også mulighed for at hver nye forhandler til danske nordmannsgraner. Nyhedsbrevet vil løbende rumme artikler, der belyser de fordele, der er for forhandlerne ved at handle med mærkevaren, Original Nordmann frem for et No

Name juletræ samt fordelene ved PR og annoncer, der når ud til millioner af tysksprogede forbrugere. Nyhedsbrevet distribueres dels via danske grossister og eksportører dels gennem udsendelse via database. Nyhedsbrevet giver danske eksportører fordelene af nemt og effektivt at kunne informere kunder om mulighederne i kampagnen. Når eksportøren aktivt kommunikerer om kampagnen, kommer der nye elementer ind i dialogen med kunderne. Vi er nu på vej til at interessere os mere for ikke bare at få flyttet træerne ud på salgsstedet, men også at detailhandlerne rent faktisk får solgt sine juletræerne til forbrugere.

Video

Der er fremstillet en video med titlen Original Nordmann. Videoen har en varighed af 10 minutter og informerer om produktion og oparbejdning af nordmannsgran juletræer i Danmark, samt giver ideer til, hvordan juletræet kan pyntes. Videoen fås på tre sprog: tysk, engelsk og fransk. Ligesom der på hvert sprog er lavet versioner målrettet til tre forskellige målgrupper. Forhandlere, forbrugere og medier har forskellige behov for information, og indholdet af videoen er målrettet disse forskellige målgrupper. Videoen giver mulighed for at præsentere flere informationer gennem billede og tale, end det er muligt med andre medier. Samtidig er videoen i dag så almindeligt udbredt, at man kan regne med at de fleste vil have mulighed for at se den igen. Videomediet giver gode muligheder for at fastholde modtagerens interesse igennem længere tid, således at budskabet går igennem.

Informationszentrum Nordmann Tanne

Original Nordmann kampagnen bakkes op af Informationszentrum Nordmann Tanne. Informationszentrum er beliggende i Tyskland og er oprettet for at have en bedre dialog med journalister og forbrugere. Her skal man kunne få information og vejledning om alt hele vejen rundt om juletræet. Det er nødvendigt, at Informationszentrum ligger i Tyskland for at få den bedste kontakt til målgrupperne. Informationszentrum kan også bruges som servicecenter af danske grossister og eksportører. Informationszentrum er lagerførende i de forskellige salgsmuliggørende materialer og er parat til ekspedition af store og små ordrer. Ligeledes er der indgået en aftale med TNT Express, der gør det muligt, at sende pakker til både forretningsadresser og pladser uden en decideret postadresse. For mange danske eksportører er sæsonen en særdeles

AUSGABE I · AUGUST 1998



News

INFORMATIONSZENTRUM NORDMANNTANNE

KURZ GESAGT



LIEBE LESERIN,
LIEBER LESER!

Herzlich willkommen bei der ersten Ausgabe der Original Nordmann-News! Ideen, Inspirationen und Informationen – das ist der Schwerpunkt dieser News, die Ihnen zugleich auch als ein Forum für Dialog und Diskussion dienen soll. Wir möchten Sie über neue Trends, Marktentwicklungen und Hintergründe informieren – Sie selbst haben natürlich auch die Möglichkeit, Ihre Erfahrungen und Anregungen an die Leser der News weiterzugeben. Das Informationszentrum Nordmann-Tanne ist zwölf Monate im Jahr für Sie da und freut sich, wenn Sie in den Nordmann News interessante Informationen und praktische Verkaufstips finden.

Ihr
Kurt Jørgensen

Start zur Kampagne '98

ERFOLGREICHES
MARKEN- UND
MARKETING-
KONZEPT WIRD AUS-
GEBAUT

erhält – die Original Nordmann-Tanne wird als Markenprodukt in konsequenter Form vom Produzenten bis hin zum Endverbraucher präsentiert.

AKTIVE VERKAUFS-
UNTERSTÜTZUNG

Schwerpunkt ist die qualifizierte Darstellung der Tannenbaum-Verkaufshändler, die mit einer Reihe von Verkaufshilfen unterstützt werden. Das Marken-Etikett ist die Sicherheit für jeden Baum und damit das Signal für jeden Kunden: Original Nordmann – ein Geschenk der Natur. Damit erlebt der qualitätsbewusste Endverbraucher neben der Präsentation in den Medien und in der Verkaufsraum- bzw. Verkaufplatz-Ausgestaltung ein durchgehendes und stets wiedererkennbares Markenprofil.



Original Nordmann – Marken-Qualität mit Etikett

KLARES
MARKEN-PROFIL

Die Zeichen stehen auf Qualität – die Original Nordmann-Tanne verkörpert die Idealvorstellung vieler Weihnachtsbaumkäufer und gewinnt immer weiter an Boden. Qualität und Sicherheit sind auch die Schlüsselworte in einem Markt, der von immer stärkerem Wettbewerb gekennzeichnet wird. Hier kommt es entscheidend darauf an, daß der Endverbraucher klare Informationen und Orientierung

INFORMATIONEN
FÜR MILLIONEN

In den Medien wird die Original Nordmann-Tanne 1998 in Millionen-Auflagen sichtbar sein: klassische Endverbraucherwerbung, umfangreiche Presseberichte sowie Präsenz in Rundfunk und Fernsehen bilden den Hintergrund für einen Verkaufserfolg, der sich für jeden Original Nordmann-Verkäufer in guten Umsätzen und vernünftigen Baumpreisen auszahlt. Das Original Nordmann-Mark-



Praktisch und verkaufsfördernd: Spannband mit dem Markenzeichen – 4 m lang und wetterfest.

netikett garantiert auch dem Händler ein Optimum an Sicherheit: die schon sprichwörtliche Qualität der Original Nordmann-Tanne, wie weiche und feststehende Nadeln sowie die ausgezeichnete Frische sind Garantien für höchste Kundenzufriedenheit. Die Saison '98 wird stark im Zeichen der Original Nordmann-Tanne stehen: wer an diesem Erfolg teilhaben möchte, sollte sich rechtzeitig mit den Informationen und Verkaufshilfen ausstatten.

Fig. 2: Nyhedsbrevet Original Nordmann News udkommer tre gange i 1998. Nyhedsbrevet giver information til de handlende om kampagnen og fortæller om muligheder og fordele ved at gå ind i et aktivt salg af nordmannsgran juletræerne.



Fig. 3: Nye fotos med pyntede juletræer og mange detaljer giver et spændende materiale for forbrugermagasiner at arbejde med. Et effektivt redskab i arbejdet med at bringe nordmannsgran juletræet frem i forreste række i mediebildet.

travltid, hvor det kan knibe med tiden til at ekspedere ordrer på salgsfremmende materiale. Her kan Informationscentrum hjælpe ved at overtage ekspeditionen og forsendelse. Informationscentrum er aldrig længere væk end den nærmeste

telefon eller telefax, og der er altid en dansktalende medarbejder, der gør, at sproget ikke skulle blive noget problem.

Mediedækning

Informationscentrum gennemfører i 1998 en regional PR-aktion i området Hamborg / Nordtyskland, her er der således yderligere en god grund til at forhandlerne kobler sig på kampagnen, idet der må påregnes ekstra god mediedækning. Herudover gennemføres flere nationale PR-kampagner i Tyskland og Østrig, så information om nordmannsgranen samlet kommer ud til millioner af forbrugere. Annoncering i det tysksprogede TV-magasin Hör-Zu gennemføres den 11. december. Det betyder, at annoncen for Original Nordmann kommer til at ligge på sofabordet i ca. 2,3 mio. hjem i den periode, hvor beslutningen om køb af juletræ foretages.

Afsætningskampagnen i Frankrig

Juletræsdyrkerforeningen kører også en afsætningskampagne i Frankrig i 1998. Det står klart, efter at vi med udgangen af august fik tilsagn om støtte fra EU. Kampagnen er nu sammen med midler fra Produktionsafgiftsfonden for Juletræer og Pyntegrønt fuldt finansieret. På grund af denne kampagnes sene starttidspunkt er der stadig store dele af kampagnen, som i skrivende stund (ultimo august) endnu ikke er faldet på plads. Det står dog klart, at kampagnen vil bestå af de samme elementer som den tysksprogede kampagne, om end det er nødvendigt at tage højde for det franske markeds særlige forhold. Således er nord-

mannsgranen endnu forholdsvis ukendt udenfor Paris, ligesom de danske grossister først i år i større stil begynder at gå ind på det franske marked. Der vil blive udnyttet de samarbejds muligheder, der er til stede mellem det tyske og det franske projekt. Således opnås den bedste samlede kampagne.

Etiketter med Original Nordmann

Etiketteringen af juletræerne er en nøglefaktor i kampagnen. Det drejer sig i første omgang om at få juletræerne forsynet med etiketter, således at forbrugeren kan se, hvad det er, de køber, og således at nordmannsgran juletræet kan udvikles til en mærkevare. Markedsundersøgelser har vist, at de færreste forbrugere kan kende forskel på de forskellige juletræsarter. Derfor er det særdeles vigtigt, at forbrugeren har mulighed for at se på træet, hvad det er for et træ, og hvilke særlige egenskaber træet har.

For at Original Nordmann kan etableres som en mærkevare, er det afgørende, at kvalitetskravene overholdes. Alle, der har erhvervet retten til at bruge etiketter med Original Nordmann, er forpligtet til kun at bruge etiketterne på prima og standard kvaliteter. Bruges etiketterne ikke efter retningslinierne, er vi parate til at forsvare varemærket med de nødvendige midler. Det er i alles interesse, at varemærket Original Nordmann bruges rigtigt. Derfor opfordres alle brugere til at hjælpe med at holde et vågent øje med den korrekte anvendelse.

Hvem får gavn af kampagnen?

Kampagnen er tilrettelagt, således at alle,



Fig. 4: Tre nye videoer på tysk, engelsk og fransk fortæller om nordmannsgran juletræet og Original Nordmann. Videoerne retter sig mod hhv. forhandlere, forbrugere og medier.



Fig. 5: Etiketter med Original Nordmann er med til at gøre juletræet til en mærkevare. Etiketterne må kun bruges på prima og standard kvaliteter, og er dermed med til at sikre forbrugeren en god kvalitet og større tryghed hvert år.

der handler med nordmannsgran, har fordele af at benytte Original Nordmann. Producenterne har naturligvis en fordel ved at benytte etiketter med Original Nordmann, idet der vil være en større efterspørgsel efter disse juletræer hos handlende og forbrugere. At grossister og handlende har en række fordele af kampagnen skulle være indlysende, idet kampagnen giver mulighed for at udnytte en række af de grundlæggende salgsmæssige elementer, som allerede har været benyttet med succes i andre brancher.

Også de nordmannsgranproducenter, som ikke benytter Original Nordmann på etiketterne, vil mærke en effekt af kampagnen. Hele kampagnen er præget af en positiv information og markedsføring af nordmannsgranjuletræer. Derfor må det forventes, at såvel danske som udenlandske nordmannsgranproducenter vil kunne mærke en stigende efterspørgsel efter nordmannsgran.

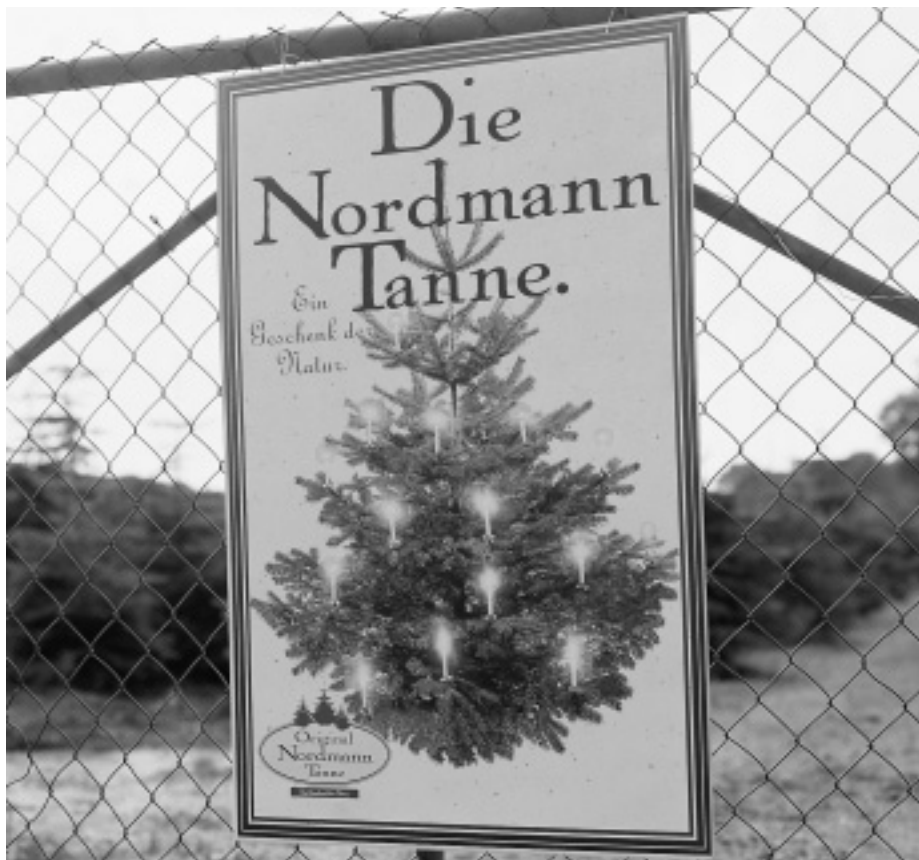


Fig. 6: Salgsplakater kan i år fås i både en tysk og en international version. Således kan en del af det salgsmæssige materiale i år bruges på flere forskellige markeder.

Mekanisk renholdelse



BCS tohjulede traktorer kan leveres med en lang række redskaber såsom fejmaskine, fingerklipper, rotorkliper, fræser osv. Fra 5-14 HK.

Importør: S.A.M. Tlf. 98 65 30 50

BCS:
Professionelle
maskiner for skov,
park og have.



BCS System

30-35-45 AR er alsidige knækstyrede traktorer, som kan benyttes til at løse opgaver med jordbehandling og græsklipning. Der kan leveres et bredt redskabsprogram til disse traktorer.

S.A.M. tilbyder alt i mekanisk renholdelse som tohjulede traktorer, firehjulede traktorer, fræsere, stenedlægningsfræsere, rotorharve, slagleklippere samt mange andre redskaber.