

Indledning.

I den traditionelle virksomhedsøkonomi skelner man mellem 3 former for produktion. Det drejer sig om råvare-, halvfabrikata-, og færdigvareproduktion. Eksempler på de 3 typer kunne være henholdsvis 5 kg's klippegrøntbunder, Nobilis skudspidser i pose og dekorationer.

Danske producenters salg på klippegrøntområdet består næsten udelukkende af råvaresalg. Kun et meget lille antal producenter foretager en forarbejdning af grenene, og heraf bliver langt den største del forarbejdet til kranse og håndbuketter. Praktisk talt ingen producerer færdigvarer.

Kranse og håndbuketter kan betegnes som halvfabrikata, idet der er foretaget en vis forarbejdning, men der skal ofte foretages yderligere forarbejdning, inden man har det færdige produkt. Det giver mulighed for et følgesalg af produkter, som bidrager til det færdige produkt.

Dekorationsæsken.

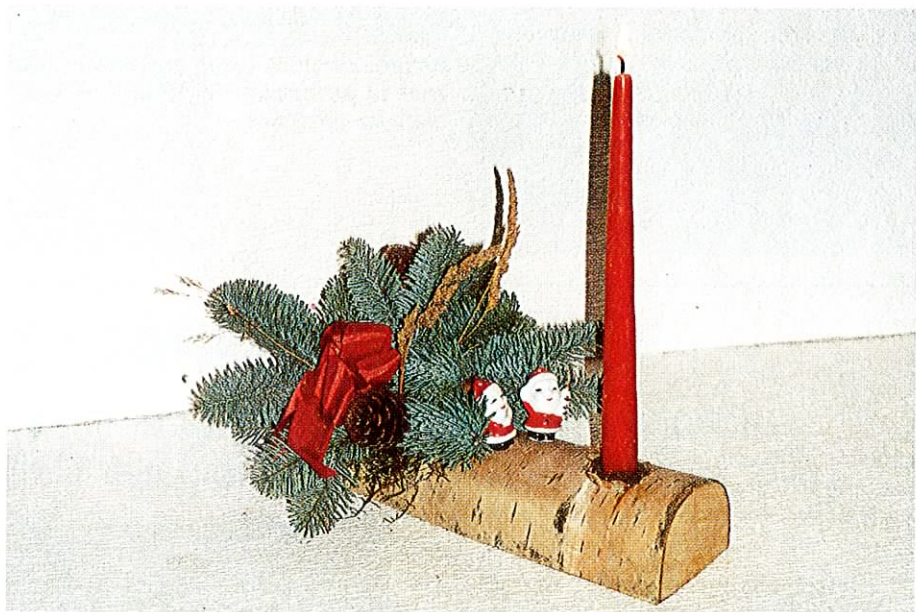
I forbindelse med de førømtalte håndbuketter har Skoventreprenør Peter Vinther fra Hyllested på Djursland udviklet en dekorationsæske. Pyntegrøntsektionen og Peter Vinther har indgået et samarbejde om at forøge salget af håndbuketter ved hjælp af dekorationsæsken.

Den indeholder alle de produkter, bortset fra håndbuketten, som er nødvendige, så forbrugeren kan lave sin juledekoration. Salget af æsken og en håndbuket vil tilsammen danne et færdigt produkt, som blot skal samles.

Æskens indhold består af en birkebund med hul til stearinlys og oasis, kogler, silkebånd, blomstertråd, stearinlys, oasis og en pyntenisse. Æskens indhold er nøje afmålt, så der kommer den fineste juledekoration ud af at samle indholdet med en håndbuket.

Målgruppen.

Denne "gør det selv" dekoration henvender sig til den del af forbrugerne, som i forvejen bruger tid på at klippe julehjerter, lave kræmmerhuse, bage kager o.s.v.. Det drejer sig typisk om familier med mindre børn eller børnebørn. Familier, som bruger eftermiddage og weekends sammen med deres børn eller børnebørn på en for begge parter aktiv måde. Omvendt skal de



heller ikke have så god tid, at de selv henter materialerne i skoven.

Beskrivelsen passer på familier, hvor begge (bedste)forældre er udearbejdende, og hvor børnene er mellem 2 og 12 år.

Denne kategori af familier er, som bekendt, stærkt stigende i disse år.

Salgsstederne.

Traditionelt sælges dekorationer og håndbuketter i specialforretninger, som f.eks. blomsterbutikker. Det synes indlysende, at netop blomsterbutikker ikke egner sig som salgskanal for denne æske, idet det netop er i blomsterbutikkerne, at den videre forarbejdning af råvaren foregår. Skulle æsken sælges her, ville den konkurrere med de færdige dekorationer, hvilket ikke er holdbart i længden.

Dertil kommer, at den førømtalte målgruppe i stigende grad placerer sine indkøb i butikker, der udbyder et fuldt varesortiment. Supermarkeder og dagligvarehuse vil derfor være at foretrække af flere årsager.

For det første sælger de fleste supermarkeds kæder i forvejen håndbuketter op mod jul. Æsken vil således supplere og understøtte salget af håndbuketter, og der vil kunne opnås en synergieffekt mellem de to produkter.

For det andet vil en salgsindsats i dagligvarebutikker i højere grad ramme den relevante målgruppe. Da børnefamilien alligevel er ude for at handle ind til weekenden fredag aften, vil det være nærliggende at tage æsken med hjem fra supermarkedet. Alternativet er, at de skal

omkring blomsterhandleren eller skoven, og da flere og flere vælger kun at handle et sted, synes valgt klart.

Markedsføringen.

En anden indlysende fordel ved at anvende de større, og mere kapitalstærke dagligvarehuse er, at deres markedsføringsbudget er betydeligt større end den lokale blomsterhandlers.

Enhver kender de glitrende tilbudsaviser, som dumper gennem brevsprækken i kilovis op mod jul. En håndbuket alene vil ikke være særlig velegnet til reklame i disse aviser, men kombineret med dekorationsæsken, vil varen få en helt anden tiltrækningskraft. Det er selvfølgelig til gavn for både æsken og håndbuketten.

Den samme tiltrækningskraft vil kunne afspejle sig i tv-reklamer, og i den forbindelse bør nyhedseffekten også nævnes. Der udbydes og sælges enorme mængder julerelevante artikler i supermarkederne, og konkurrencen mellem de forskellige kæder er stor. Især er konkurrencen hård ved juletid, idet købelysten hos forbrugerne er større her end på noget andet tidspunkt i løbet af året, og i julemånederne henter kæderne en væsentlig del af årets omsætning. Det er altså vigtigt at kunne trække kunderne til, især i julemånederne. Det er ikke tilfældigt, at mængden af glitrende tilbudsaviser stiger til uanede højder op mod jul.

Derfor er det altid af interesse, hvis man kan udbyde nye og spændende produkter. Dekorationsæsken er netop ny, og spændende, og frem for alt er den med til at understøtte det eksisterende salg af håndbuketter.

Projektet.

Projektet mellem Pyntegrøntsektionen og Peter Vinther er bygget op som et pilotprojekt. For 1992 skal der findes en række aftagere, som er villig til at være med på eksperimentet. Målet for i år er at afsætte 10.000 æsker og håndbuketter. Med baggrund i erfaringerne fra 1992 vil salgsindsatsen blive forøget de kommende år, eventuelt på eksportmarkederne.

I løbet af august og september skal der findes en eller flere supermarkedsbutikker i de større byer i Danmark, som vil udbyde produkterne sideløbende. Helst skal butikken have haft et salg af håndbuketter i 1991, så der er et sammenligningsgrundlag.

Butikkerne kan findes på flere måder. En mulighed er, at en producent af håndbuketter med direkte salg til detailkæder, ønsker at supplere sit udbud med æsken. En anden mulighed er, at æsken udbydes via en traditionel grossist, som har kontakter til detailhandlen.

Endelig foreligger den mulighed, at Peter Vinther og Pyntegrøntsektionen tager

kontakt til udvalgte kæder, og tilbyder et samlet dekorationssæt, bestående af æsker og buketter.

Der vil blive udarbejdet reklamemateriale af generel karakter, som vil kunne anvendes i markedsføringen af dekorationssæske og håndbuketter. Tillige vil dagligvarebutikken have mulighed for at få sit navn og logo på æsken, såfremt det ønskes, ligesom der udarbejdes fotomateriale til tilbudsaviser m.v..

Målet for 1992 er som sagt at afsætte 10.000 æsker, og dermed et tilsvarende antal håndbuketter. Såfremt De har kon-

takt med en detailbutik, der er interesseret, er De velkommen til at kontakte Pyntegrøntsektionen eller Peter Vinther på nedenstående adresser:

Peter Vinther
Hyllested Bygade 6
8400 Ebeltoft
Tlf: 86 33 62 85

Pyntegrøntsektionen
Att: Lars Askholm
Amalievej 20
1875 Frederiksberg C.
Tlf: 31 24 42 66

NYHED

CLE - UNIVERSAL TELESKOPSTANG

fremstillet af high-tec
kompositmaterialer

Standardtype:

Stanglængde : 4,0 m + 4,5 m = 8,5 m
Operationshøjde: ca. 9,5 m - 10,0 m
Vægt : 3,0 kg
Pris excl. saks : kr. 2.350,00
excl. moms

Stangen er videreudviklet af
A/S Ravnsbeck's datterselskab
C.L.E. International ApS
og den kan påmonteres saks, sav
eller andet værktøj.

Demonstration på
LANGESØ Skovdistrikt
10. september 1992.

CLE
INTERNATIONAL ApS

Ribe Landevej 3
6100 Haderslev
Tlf. 74 53 59 60
Fax 74 53 34 37

