

DANMARK INDTA'R

8

D
E
S
I
G
N

U
R
E

S
M
Y
K
K
E
R

KasiGroup har styrkende succes med salg og branding af Pandora i Tyskland. Firmaet har specialiseret sig i markedsføring af dansk design på det tysktalende marked. Porteføljen tæller Pandora, Holmegaard, Christina Design London – og senest er Flora Danica Jewellery kommet med.

*Af Christian Schmidt
Foto Preben B. Søborg
og Flora Danica Jewellery*



*Vagn Ibsen fra
Flora Danica og
Jesper Nielsen fra
KasiGroup med
et lille udpluk af
Flora Danicas
sortiment.*

Der var engang, hvor Danmark bandede Tyskland 2-0 i fodbold. I KasiGroup har man ikke blot stor passion for spillet på grønsværen – noget tyder på, at man også på det forretningsmæssige er stærkt inspireret af det legendariske målscore...

Vi har talt med Jesper Nielsen, administrerende direktør, stifter og med-ejer af familiefirmaet Kasi-

Group (der i parentes bemærket netop er blevet hovedsponsor for Brøndby IF), for at prøve at aflure ham hemmeligheden om, hvordan man erobrer Tyskland – olé!

Pandoras tal

– Vi er suverænt den største på markedet! Vi har mere end den dobbelte omsætning af vores nærmeste kollega, fortæller en glad Jesper Nielsen om salget af Pandora i Tyskland.

KasiGroup har siden 27. februar 2005 stået for branding, salg og markedsføring af det danske smykkefirma i Tyskland. KasiGroup har i dag 140 medarbejdere og budgetterer i 2008 med en omsætning på 950 millioner kroner. Sidste år var omsætningen i grossistpriser på 3,5 milliarder. Tal, der kan gøre de fleste i smykkebranchen svimle.

Og Jesper Nielsen fortsætter med at fyre tal af med samme intensitet som en straffesparkafgørelse.

– Hver uge modtager vi, hvad der svarer til halvanden ton smykker. De pakkes i forsendelser til over 2.500 adresser i Tyskland, Østrig og Schweiz og sendes med vores egne lastbiler afsted to gange om ugen. Vi har omkring 2.500 forhandlere i Tyskland. Heraf er de 600 blandt de store kæder. I Europas største smykkekedede, Christ, står Pandora alene for 18 procent af det samlede salg. Vi er ude i samtlige topjuvelerbutikker. Og endelig har vi 43 egne flagshipbutikker; Pandora konceptshops, der udelukkende fører Pandora.

Jesper Nielsen startede firmaet KasiGroup i 2003 sammen med sin familie. Hverken han eller resten af familien havde på det tidspunkt beskæftiget sig med



TYSKLAND



9

D

E

S

I

G

B

R

E

S

M

Y

K

K

E

R

smykker før, men Jesper Nielsen startede – inspireret af en ven – ufortrødent med at køre de tyske landeveje tynde i familiens gamle Opel og sælge armbånd fra firmaet Vero Firenze.

Det blev til utallige besøg hos tyske juvelører og endeløse timer på autobahnen. Og indsatsen viste sig at være godt givet ud. Ikke alene fik familien i løbet af få år opbygget en ganske sund forretning – da KasiGroup i 2005 erhvervede sig agenturet på Pandora i Tyskland, havde man også allerede en lang række værdifulde kontakter. På forbløffende kort tid er det lykkedes KasiGroup at blive en dominerende spiller på det tyske smykkemarked.

– Vi er det fjerdemest kendte smykkemærke i Tyskland. Faktisk det mest kendte dedikerede smykkemærke, for de andre laver også tøj eller ure, siger Jesper Nielsen.

FLORA DANICA

Med salgstallene fra Pandora in mente er det ikke underligt, at adskillige danske smykkefirmaer har ønsket at få KasiGroup som partner. Men firmaet er kritisk i sin vurdering i, hvad der passer i profilen af danske designsucceser.

– Vi bliver kontaktet af mange, siger Jesper Nielsen, men vi leder efter den specielle historie. Der skal være en god historie; det er ikke nok, at det er pænt. Flora Danica er en gammel virksomhed med en unik grundtanke, der har relanceret sig selv, ligesom Holmegaard har gjort det, og oplevet at blomstre i en helt ny verden samtidig med, at de er tro mod deres udgangspunkt.

Jesper Nielsen fortæller, at det var Vagn Ibsen, direktør og medejer af Flora Danica Jewellery, der tog kontakt til KasiGroup.

– Jeg sagde til Vagn, at han kunne få en time med

Fortsættes næste opslag



FLORA DANICA *fortsat...*

vores salgsdirektion, for det er jo dem, der skal sælge varen, griner Jesper Nielsen.

Og Vagn Ibsen må have gjort det godt, for KasiGroup besluttede at indlemme Flora Danica i sortimentet – og så rullede ellers den velsmurte og effektive salgsmaskine, det er udviklet og toptunet gennem salget af Pandora.

– Vi henvendte os til vores ti bedste kunder i Tyskland og sagde, at vi havde noget nyt, og om de ville prøve det. Det

ville de gerne, fortæller Jesper Nielsen.

– Vi laver nu et partnerforum for at sikre, at vi rammer det rigtige segment, og når vi har tilbagemeldinger om salget, så udvælger vi de seks bedste sælgere.

– Hvis de kan lide konceptet, så får de en hel pakke, supplerer Vagn Ibsen, der fortæller, at man starter med de bedst sælgende modeller og regner med at arbejde sig frem mod et net på mellem tre og firehundrede forhandlere.

I skrivende stund er det for tidligt at spørge om resultatet, men ud fra de to direktørers smil at dømme, er der udsigt til endnu en succeshistorie over deisen: Dansk design indtår Tyskland!

På GSU Messen kan man ved selvsyn kigge nærmere på Flora Danica Jewellerys nye design, der blandt andet omfatter en 22 modeller stor kollektion skabt af billedkunstner Monica Ritterband.

Succesen blev for nyligt synliggjort ved indgåelsen af den største sponsoraftale i dansk idræt nogensinde: Over en femårig periode støtter det fodboldglade familiefirma yndlingsklubben Brøndby IF med et trecifret millionbeløb.

Forklaringen

Men hvad er forklaringen på succesen? Jesper Nielsen giver flere begrundelser. Den første er, at varen er i orden.

– Hvis du har det rigtige produkt, så skal du bare have den rigtige distributør. Og Pandora har fænomenal høj kvalitet. Vi kan for eksempel nøjes med kun to guldsmede til at foretage reparationer, selvom vi har et meget stort antal salgsheder igennem systemet hver eneste uge.

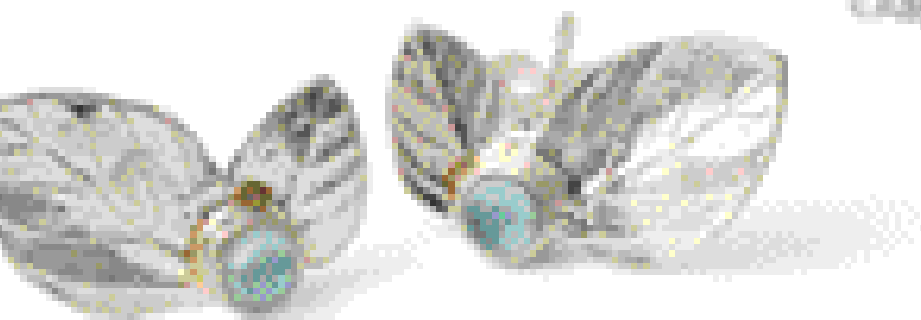
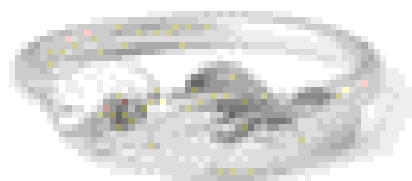
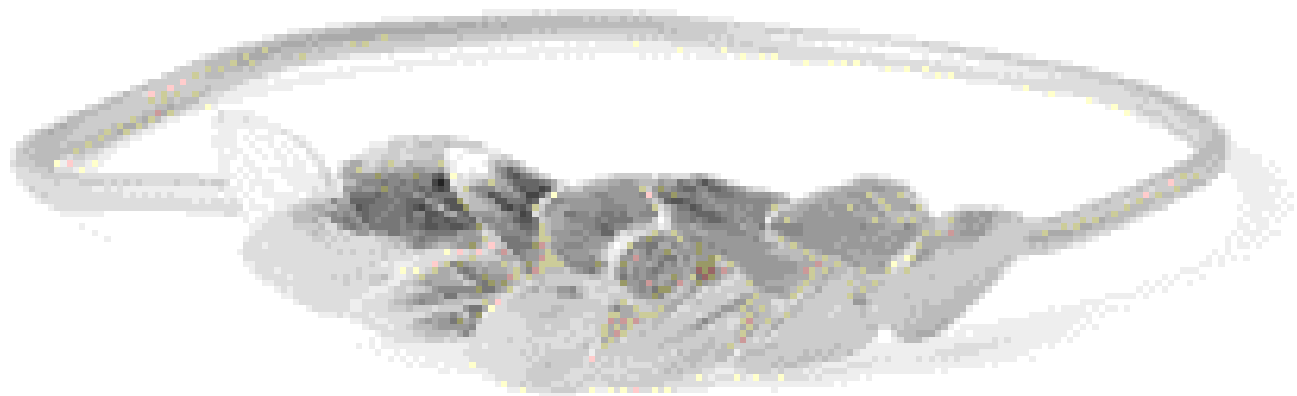
Branding og markedsføring

Den næste begrundelse er branding.

– Jeg ville gerne se, hvad der sker, når man tager et kvalitetsprodukt som Pandora og putter *hyberbrand* oveni, fortæller Jesper Nielsen og ligger ikke skjul på, at markedsføringen af Pandora nok sker på en lidt anderledes måde i Tyskland, end vi kender den herhjemme. KasiGroup har med stor effekt lanceret Pandora som et absolut topbrand med egne butikker og med kraftig annoncering i de mest toneangivende modemagasiner.

– Vi annoncerer på side fire i det tyske Cosmopolitan, lige efter en dobbeltannonce for Rolex. Først efter Pandoras annonce kommer firmaer som TAG Heuer.

Det er en placering, man kun kan opnå, fordi man bruger rigtig mange penge på markedsføring. I Cosmopolitans smykketilæg har Pandora da også omkring 20 sider annoncer. Det betyder, at topjuvelérbutik-



kerne gerne vil have Pandora i vinduet side om side med navne som Chopard og sælge Pandora i eksklusive gaveæsker og tasker. Som ejeren af en dyr butikskæde meget rammende sagde det:

– Mine kunder er ved at dø, så jeg har brug for noget, der tiltrækker nye yngre kunder.

Jesper Nielsen fortæller, at processen med at brande Pandora har lært ham, hvordan de store modehuse gør: Overskuddet postes hele tiden tilbage i markedsføringen for at holde placeringen.

Det koster penge, men har også sine fordele:

– Du spørger aldrig om prisen, når det er et topbrand.

Alle 2.500 forhandlere er nøje udvalgte og fører ikke blot enkelte modeller men et stort og omfattende udvalg. Enten er man med, eller også er man ikke.

– Jeg kan ikke forestille mig, at der er andre, der vil handle med os end de 2.500, for så havde vi hørt fra dem, siger Jesper Nielsen med et smil. Ikke underligt, at han i Tyskland er kendt som Mr. Pandora.

Støtte og service

En tredje vigtig grund er den opbakning, Pandora yder forhandlerne. Eller partnerne, som de kaldes. Ud over den landsdæk-



Dansk Design af Tom Blicher. Med sine kunstneriske evner, har Tom Blicher skabt et univers af skulpturelle smykker, der på én gang er rå og forfinede. Find din nærmeste forhandler på www.blicherfuglsang.dk

blicher  fuglsang

G U L D S M E D HENRIK SAUGBJERG

Kvalitetsbevidst værksted udfører

- Reparationer
- Specialopgaver
- Fattearbejde
- Rhodinering og forgyldning

Kort sagt, alt inden for faget.
Ring eller mail for yderligere informationer
om hvordan vi kan opfylde jeres behov.

Henrik Saugbjerg

Silkeborgvej 255 – 8230 Åbyhøj
Tlf. 86751314 – 29802629
henrik@saugbjerg-guld.dk
www.saugbjerg-guld.dk

kende markedsføring gives der støtte til lokal annoncering, og der er planer om et husstandsomdelt magasin. Desuden leveres færdige reklamepakker med display og møbler – det hele ganske gratis for butikken.

– Vi er meget servicemindede. Alt hvad man har købt hos os, kan man altid bytte, fortæller Jesper Nielsen.

– Vi tager ansvar for produktet, indtil det er solgt til kunden – ikke kun til butikken, men også til butikkens kunde. Ofte siger man, man har en win-win situation, men vi tager også ansvar for det næste led; at få det sidste ben på, så det bliver win-win-win. Smykket skal jo også ud af butikken. Det er noget, vi har lært i Tyskland, og som man måske ikke er så opmærksom på i Danmark.

– Vi har også vores eget Pandora-tidsskrift, *Ô Magasin*, som sendes til vores 2.500 partnere. Her fortæller vi blandt andet om vores sponsering og charity. Smykker er jo emotion, så det er vigtige faktorer både for partnerne og kunderne.

Engagement

I Danmark er Pandora kendt for hvert år at give et stort bidrag til Kræftens Bekæmpelse. Den tradition har KasiGroup fulgt op. I november donerede firmaet 250.000 euro (1.864.925 kr) til Phönix, en organisation der hjælper kræftramte børn i Tyskland.

Og herhjemme har KasiGroup som hovedsponsor af Brøndby IF ret til at få sit logo på spillernes trøjer – denne eftertragtede eksponeringsmulighed har man foræret til Unicef Danmark, ligesom man stiller den store tolvpersons logo til rådighed for fundraising-aktiviteter.

Det er ikke nogen hemmelighed for de tyske partnere, at en procentdel af, hvad de køber, går som sponsorstøtte til Brøndby IF. Og det er ikke noget, der generer dem, for som Jesper Nielsen siger:

– Jeg kan ikke have en partner, der ikke tjener penge.

Foruden Brøndby IF er KasiGroup også engageret som medejer og sponsor af A/G Håndbold.

– AG er jo den kemiske betegnelse for sølv, smiler Jesper Nielsen med en drenget begejstring, man forstår, da han fortæller, at han selv har spillet i boldklubben i sytten år. Og med sikker sans for publicity har firmaet i 2008 også meldt sig som sponsor af to af verdens bedste håndboldklubber, de tyske storhold THW Kiel og Flensburg-Handewitt. ■

www.kasigroup.dk
www.floradanica.com

