



Af **Lotte Bjarke**

Skræddersyede koncepter

Bøg Madsen A/S byder velkommen på IPM 2009 med House of Flora. House of Flora står for nyudviklede salgskoncepter, der skræddersys til butikken i tæt samarbejde med kunden

Europæiske kædebutikker, såvel dagligvarebutikker som byggemarkeder, sælger flere og flere blomster og planter. Men hos Bøg Madsen A/S er der ingen tvivl om, at butikkerne kunne sælge endnu flere produkter i den kategori og ikke mindst tjene flere penge på dem.

Det er baggrunden for, at Bøg Madsen A/S for et år siden tog initiativ til at udvikle sine egne koncepter målrettet til at øge salget i kædebutikkerne.

- Projektet blev iværksat i erkendelse af, at vi arbejder i en branche og med produkter i en kategori, der ikke er meget fokus på i de store kæder. Der har traditionelt været mere fokus på kvantitet end på kvalitet, siger Hanne Krogsbo, der er ansvarlig for konceptudvikling i Bøg Madsen A/S.

Samarbejder om udvikling

På den baggrund gik Hanne Krogsbo for et år siden i gang med at se nærmere på mulighederne for at udvikle koncepter til den type butikker.

- Det er klart, at det ikke er alle kæder, der er interesserede i et samarbejde. Nogle har fx deres egne koncepter og varemærker. Men andre kan se potentialet, ligesom vi kan, og vi har etableret gode samarbejdsrelationer, fortæller Hanne Krogsbo, der fx peger på, at der ikke eksisterer egentlige varemærker i kategorien. Eller måske, at der findes alt alt for mange...

- Bøg Madsen A/S har ambitioner om at spille en rolle, når det gælder udvikling af kategorien på det europæiske marked. En rolle, der nødvendigvis må spilles i tæt samarbejde med de kæder, der skal have glæde af koncepterne, såvel som med de leverandører, der skal levere varerne til dem, understreger Hanne Krogsbo.

Let for butikken

House of Flora er flagskibet blandt de koncepter, Bøg Madsen A/S har skabt i det forløbne år. Det bygger på en ide om, at det skal være let for butikken at skabe en indbydende og inspirerende vareeksponering.

House of Flora er bygget op med fem forskellige underkoncepter, der er tilpasset årets gang, således at der uanset årstiden er et House of Flora koncept, der appellerer til kunderne.

- I al sin enkelhed er det, vi tilbyder, at samle en række spændende varer, der understøtter hinanden, og sætte dem ind i en inspirerende ramme, forklarer Hanne Krogsbo, der tilføjer, at koncepterne understøttes af lækre brochurer og en hjemmeside.

Et godt eksempel er House of Flora konceptet Welcome, der blev testet i en række butikker op mod julen 2008. Her samles en række varer, der knytter sig til dekoration af hjemmets indgangsparti på en container. Søde dørkranse, sjove

granhunde, pyntegrønt, granguirlander og potteplanter, der trods vintervejret trives i krukker.

MPS mærkede produkter

Forårets House of Flora koncepter Kitchen Alive, der sætter krydderurter i fokus, og Flower Moments, hvor der er blomstrende potteplanter i flere størrelser, der eksponeres, bliver introduceret på IPM 2009.

- House of Flora skal være et høj profil brand med kvalitetsprodukter, der ligger i den højere ende af middelpriislejet. En skarp men realistisk pris, der appellerer til forbrugerne. Vi lægger fx vægt på at de planter, der indgår i konceptet, alle er leveret af MPS certificerede producenter, siger Hanne Krogsbo.

Leverandører til Bøg Madsens House of Flora koncepter, såvel som til en anden konceptserie med navnet Green Excellence, pakker planterne konceptets poser og med konceptets etiketter, der skaber den ro og den helhed, der giver koncepterne gennemslagskraft i butikken.

Hanne Krogsbo understreger, at de nye koncepter er et tilbud til virksomhedens samarbejdspartnere, der selvfølgelig samtidig fortsat har adgang til de koncepter, der udvikles af Bøg Madsens individuelle leverandører.



Maßgeschneiderte Konzepte

Bøg Madsen A/S stellt auf der IPM 2009 das House of Flora vor. House of Flora steht für neu entwickelte Verkaufskonzepte, die für Geschäfte in enger Kooperation mit dem Kunden individuell maßgeschneidert werden

Von **Lotte Bjarke**

Die Verkaufsketten, Supermärkte und Baumärkte in Europa verkaufen immer mehr Blumen und Pflanzen. Aber bei Bøg Madsen A/S ist man sich sicher, dass die Geschäfte noch viel mehr solcher Produkte verkaufen und letztendlich auch viel mehr damit verdienen könnten.

Vor diesem Hintergrund begann man bei Bøg Madsen A/S vor einem Jahr mit der Entwicklung eigener Konzepte zur Verkaufssteigerung in Geschäftsketten.

- Das Projekt wurde mit der Überzeugung gestartet, dass wir in einer Branche und mit Produkten einer Kategorie arbeiten, denen in den großen Ketten nicht viel Aufmerksamkeit geschenkt wird. Traditionell galt der Quantität mehr Aufmerksamkeit als der Qualität, sagt Hanne Krogsbo, die bei Bøg Madsen A/S für die Konzeptentwicklung verantwortlich ist.

Kooperation bei der Entwicklung

So beschäftigt sich Hanne Krogsbo seit einem Jahr mit den Möglichkeiten der Konzeptentwicklung für diese Art von Geschäften.

- Natürlich sind nicht alle Ketten an einer Kooperation interessiert. Manche Läden haben zum Beispiel eigene Konzepte und Warenzeichen. Andere Geschäfte können jedoch das Potenzial sehen, das auch wir erkennen, und mit diesen Geschäften haben wir gute Kooperationen aufgebaut, berichtet Hanne Krogsbo, die zum Beispiel darauf hinweist, dass gar keine eigentlichen Warenzeichen in dieser Kategorie existieren. Oder dass es vielleicht viel zu viele davon gibt...

- Bøg Madsen A/S hat sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, auf dem europäischen Markt bei der Entwicklung dieser Kategorie aktiv eine Rolle zu spielen. Eine Rolle, die notwendigerweise in enger Kooperation mit den Ketten wahrgenommen werden muss, denen die Konzepte zu Nutzen kommen sollen, sowie mit den Lieferanten, die den Ketten die Waren liefern sollen, betont Hanne Krogsbo.

Einfach für die Geschäfte

House of Flora ist das Flaggschiff der Konzepte, die Bøg Madsen A/S im vergangenen Jahr geschaffen hat. Dieses Konzept basiert auf der Idee, dass es für ein Geschäft ganz einfach sein soll, ein attraktives und anregendes Warendisplay zu gestalten.

House of Flora besteht aus fünf verschiedenen Unterkonzepten,

die dem Lauf des Jahres angepasst sind, so dass es für jede Jahreszeit ein geeignetes Konzept von House of Flora gibt, das die Kunden anspricht.

- Unser Angebot besteht in all seiner Einfachheit aus einer Kombination interessanter Waren, die einander unterstützen und in einen anregenden Rahmen eingefügt sind, erklärt Hanne Krogsbo, und hebt hervor, dass die Konzepte durch schöne Broschüren und eine Homepage gefördert werden.

Ein gutes Beispiel dafür ist das House of Flora Konzept Welcome, das in der Vorweihnachtszeit 2008 in einer Reihe von Geschäften getestet wurde. Zu diesem Konzept gehören eine Reihe von Waren in einem Container, die sich auf die Dekoration des Eingangsbereichs von Wohnungen beziehen: schöne Türkränze, lustige Tiere aus Tannengrün, Deko-Grün, Tannengirlanden und Topfpflanzen, die auch im Winterwetter in der Pflanzschale gedeihen.

Produkte mit dem Zeichen des holländischen Umweltprogramms MPS

Die House of Flora Frühlingskonzepte Kitchen Alive mit Gewürzkräutern und Flower Moments mit blühenden Topfpflanzen in mehrere Größen werden auf der IPM 2009 vorgestellt.

- House of Flora soll eine hochwertige Marke mit Qualitätsprodukten sein, angesiedelt am oberen Ende der mittleren Preisklasse. Ein scharfer, aber realistischer Preis, der die Verbraucher anspricht. So legen wir zum Beispiel Wert auf die Pflanzen, die zum Konzept gehören; alle Pflanzen werden von MPS-zertifizierten Produzenten geliefert, sagt Hanne Krogsbo.

Die Lieferanten für die Bøg Madsens House of Flora Konzepte sowie für eine weitere Konzeptreihe mit dem Namen Green Excellence verpacken die Pflanzen in den entsprechenden Konzepttaschen mit Konzeptetiketten, die dem Konzept Ruhe und Vollständigkeit und damit Durchsetzungsfähigkeit im Geschäft verleihen.

Hanne Krogsbo betont, dass die neuen Konzepte ein Angebot an die Kooperationspartner des Unternehmens sind, die natürlich parallel dazu weiterhin Zugang zu den Konzepten haben, die von den individuellen Lieferanten von Bøg Madsen entwickelt werden.

□