



Charlotte Nørgaard er designeren og idekvinden bag Love-Box.
Foto: Jesper Langhoff

BørsenFakta Charlotte Nørgaards iværksættertip

- Lad være med at gemme på din idé – hvis du brænder inde med den, bliver den aldrig til noget.
- Brug dit netværk og spørg folk til råds – de fleste vil gerne hjælpe.
- Søg vejledning hos eksperter – ring til Væksthuset, de er specialister i at sætte nye firmaer i søen.
- Tro på ideen – hvis det føles rigtigt i maven, så vær stædig og klø på.
- Find de rigtige samarbejdspartnere – helst nogen, der har andre kompetencer end en selv.

Kondomer uden pinligt omsvøb

Med Love-Box gør grafisk designer op med pinlige kondomindkøb. De små diskrete kondomæsker i metal er på bare et halvt år blevet et stort hit i Asien, hvor Love-Box Company har omsat for 9 mio. kr. Nu er kondomerne kommet i de danske butikker

desværre får en del til at vælge dem fra.

Det har grafisk designer Charlotte Nørgaard, 36 år, sat sig for at ændre med kondomer i en helt ny indpakning, som ikke så nemt afslører det »pinlige« indhold.

Konceptet hedder Love-Box og er 24 små diskrete metalæsker med smarte grafiske mønstre og tre kondomer i. De er netop kommet på det danske marked, men er allerede et stort hit i Asien, hvor Love-Box Company på et halvt år har omsat for 9 mio. kr.

»For tre år siden arbejdede jeg i et reklamebureau, hvor vi lavede en oplysningskampagne om klamydia. Der er en tendens til, at ansvaret for at huske kondomet ligger hos mændene. Men det har størst konsekvenser for kvinderne, når det glipper – for det er dem, der skal lægge krop til en uønsket graviditet eller kan blive sterile af klamydia,« siger Charlotte Nørgaard.

Tanke på unge kvinde

Det satte gang i tankerne, og med de unge kvinder i baghovedet begyndte hun at udvikle en ny indpakning til kondomer.

»Jeg har selv stået i supermarkedet før en gymnasiefest med sådan en »tobakspung«, hvor der står kondomer med store pløkker på. Det er bare ikke fedt. Derfor fandt jeg på at lave en lille diskret æske, som også kan bruges til alle mulige an-

dre ting og ikke er så opsigtsvækkende, hvis den pludselig falder ud af tasken,« siger hun.

Charlotte Nørgaard studerede metalæsker og kondompakker, tegnede mønstre og lavede små modeller i modellervoks, før det endelige koncept faldt på plads. Men hun manglede nogen, som kunne hjælpe med at føre det ud i livet og begyndte at fortælle alle i omgangskredsen om sin idé.

Gav pote

Det gav pote, og hun blev gennem en bekendt sat i kontakt med de to forretningsmænd, Claus Byrum og Lars Frederiksen. De har virksomheden Conzept International, der er leverandør af spotvarer til dagligvarehandlen og fremstiller både kondomer og mintpastiller.

»Claus og Lars ved en masse om kondomer og metalæsker. Og så har de den praktiske erfaring og viden om, hvordan man udvikler et produkt, får det godkendt, sat i produktion og distribueret til forhandlerne. Alt det har jeg ikke en dyt forstand på,« fortæller Charlotte Nørgaard.

Derfor har hun overladt driften og ejerskabet af Love-Box Company til Claus Byrum og Lars Frederiksen, som har investeret 6 mio. kr. i udviklingen af produktet. Selv får hun 5 pct. af overskuddet i royalties. Desuden står Utopia Design,

som Charlotte Nørgaard ejer med to andre, for at udarbejde markedsføringsmateriale for Love-Box, hvilket de får 2 pct. i rettighedsvederlag for.

»Jeg bruger i gennemsnit en hel arbejdsuge om måneden på Love-Box. Jeg har endnu ikke fået en krone ud af det, men det kommer, når vi snart skal gøre resultatet op,« siger Charlotte Nørgaard.

I 2007 blev Henry Callaghan, en tysk samarbejdspartner som Conzept International havde gode forbindelser til, flyttet til Hong Kong.

»Han fik ansvaret for at opbygge distributionssystemer og etablere Love-Box Company i Asien,« fortæller Lars Frederiksen.

I Singapore butikker

Kondomerne kom i butikkerne i Singapore i november, hvor Love-Box allerede har opnået en markedsandel på 30 pct. Siden har æskerne gjort deres indtog i Malaysia, Brunei, Indonesien og nu Danmark. I løbet af året kommer de i handlen i Thailand, Taiwan, Hong Kong, Sverige, Finland og Irland.

»Målsætningen er at nå op på 20 lande i 2009, hvor vi forventer at få en omsætning på 50 mio. kr. Selvom der er mange andre kondomproducenter på markedet, har vi et unikt produkt,« siger Charlotte Nørgaard og fortsætter:

»Udgangspunktet var at sætte benhårdt på pigerne.

Det har siden udviklet sig til tre serier henvendt til piger, drenge og metroseksuelle. Vi håber på at få en lige så stor markedsandel i de øvrige lande som i Singapore.«

Charlotte Nørgaard er allerede i gang med at udtænke, hvordan konceptet kan udvides til flere små personlige produkter, som kan puttes i æskerne.

»På den måde bliver æskerne et brand i sig selv og indholdet gjort endnu mere diskret, fordi æskerne jo i princippet kan indeholde hvad som helst,« forklarer hun.

Kæmpe oplevelse

Det har været en kæmpe oplevelse for hende at komme til Singapore og se æskerne i butikkerne og de store uden-dørsreklamer for Love-Box.

»Jeg har lavet mange reklamekampagner. Men det er noget helt andet, når det pludselig er ens eget produkt, som hænger der på de store skilte,« siger hun.

For Charlotte Nørgaard er den største udfordring, at det hele tager længere tid, end hun havde troet.

»Min tålmodighed er virkelig blevet sat på en prøve, for jeg er vant til, at tingene går stærkt. Eksempelvis har det taget over et halvt år at få Love-Box godkendt i Thailand. Det er også en udfordring at få produktionen til at følge med efterspørgslen,« siger hun.

Med en filosofi om, at alle har ret til at bestemme over deres egen krop og have et dejligt sexliv uden bekymringer, har Love-Box stiftet Love-Box Foundation. Fonden modtager ca. 25 øre per solgt pakke, som går ubeskåret til at oplyse om sikker sex og udbrede brugen af prævention. Det sker i samarbejde med lokale partnere, som i Danmark er Sex & Samfund.

STARTVÆKST

Hver uge bringer Børsen VækstDanmark et portræt af en ung iværksættervirksomhed. Ugens Iværksætter deler ud af sine erfaringer med iværksætterlivet til gavn for andre iværksættere. Portrættet laves i samarbejde med iværksætterportalen www.startvaekst.dk, der er et samarbejde mellem Erhvervs- og Byggestyrelsen, ASE og dagbladet Børsen.

AF LOUISE KASTBERG

Hænderne er klamme, kinderne blusser og øjnene flækker rundt, mens pakken med kondomer snegles sig af sted på kassebåndet. For mange unge er det en dybt pinlig affære at købe kondomer, som