



Sådan bliver sikker sex en sikker salgssucces

Hos Fritz Schur så de straks mulighederne i Love-Box. En metal-æske med kondomer, der med sit hippe design skal få de unge til vælge sikker sex. Og med vanlig næse for introduktion af det nye og anderledes fik New Bizz afdelingen hurtigt skabt plads på hylderne. Så nu er der stribet, blomstret, sexet og sikkert forår i luften over hele landet...

Samlermani hos den unge målgruppe

Funky striber, lilla blomster, tjekkede tern og gul grafik. Det er ikke lige løftede pegefingre og kedelige kondomer, man først tænker på, når man ser designeren Charlotte Nørgaards små firkantede æsker. Men Love-box er faktisk kondomemballage på en helt ny måde. Metal-æsker med kondomer, der lægger sig op ad modeindustriens grafiske mønstre og skifter udseende efter sæsonerne. "Vi så straks hullet i markedet, idet konceptet er meget gennemført, og der er en rød tråd i alt materialet. Forpakningen adskiller sig markant fra øvrige produkter på markedet, og det at metal-æskerne kan genanvendes er en stor fordel. Vi tror på samlermani på æskerne", fortæller New Business Coordinator hos Fritz Schur, Lisette Nielsen.

Innovativ virksomhed med entreprenør-gen

"Handlen var lidt forbeholden i starten, men da vi præsenterede dem for konceptet, ændrede de mening", smiler Lisette Nielsen. "Kæderne ser absolut store muligheder i Love-Box nu. De har gjort plads på hylderne, og vi har aftalt kædekampagner hos alle kæder, der har indmeldt produkterne". At alt kører som smurt skyldes ikke mindst Fritz Schurs samarbejde med The Love-Box Company. "Folkene bag Love-Box er meget innovative og har entreprenør-gener. De er utroligt entusiastiske, og der har lige fra første møde været en god ånd og et rigtig godt samarbejde. De er meget fleksible og agerer hurtigt, hvis en af kæderne har specielle ønsker", fortæller Lisette Nielsen.

New Business Coordinator
Lisette Nielsen.



Love-Box findes i mange hippe designs

En succesfuld introduktion

Der er også kun roser til samarbejdet fra The Love-Box Company. "Det var helt naturligt for os at henvende os til Fritz Schur A/S og vælge dem som distributør af vores produkter i Danmark", fortæller Lars Frederiksen, partner i The Love-Box Company. "Det er vores opfattelse, at Fritz Schur er et af meget få firmaer i Danmark, som kan trække sådan et produkt igennem både en succesfuld introduktion og derefter virke som brand-builder på den lange bane. På kort tid, har Fritz Schur introduceret og implementeret produkterne på kædeniveau, og de har formået at tilkæmpe sig hyldeplads og kampagner for hele sortimentet. Vi er imponerede af den volumen Fritz Schur har været i stand til at angribe markedet med. Indsatsen har fra alle involverede parter været entusiastisk og professionel, og vi har oplevet en

funktionsforståelse for den strategi, der skulle anvendes, for at gøre produktet interessant overfor handelen", forklarer Lars Frederiksen.

Den Fritz Schur'ske X-faktor

Det er første gang, at virksomheden arbejder med denne form for distributører på det danske marked. Men både hos Fritz Schur og hos The Love-Box Company glæder de sig over, at de har fundet sammen som bien og blomsten. "Der ligger mange nye og spændende idéer i Love-Box universet, og det er vores opfattelse, at Fritz Schur har en åben holdning til disse idéer, og vi glæder os meget til at udvikle konceptet i samarbejde med dem lang tid fremover. De har det, der skal til. Ja, man kan vel kalde det en slags købmands X-faktor", griner Lars Frederiksen.

"Fritz Schur er i besiddelse af en købmands X-faktor"

Lars Frederiksen, partner i The
Love-Box Company.

