



Die Begeisterung fürs Radfahren bei Exportgeschäften steigt

Die Tour de France ist nicht nur das weltweit größte Fahrradrennen der Welt, sondern gleichzeitig auch eine der größten Marketingplattformen der Welt. DI und einige andere Unternehmen wittern großes Potential auf den ersten drei Etappen in Dänemark Anfang Juli.

VON UFFE HANSEN, ufha@di.dk



Es wird erwartet, dass mehr als 100 Millionen europäische Sportfans und Fernsehzuschauer in 190 Ländern einschalten und zuschauen werden, wenn Anfang Juli das weltweit am meisten vermarktete Radsportereignis, die Tour de France, auf ihren ersten drei Etappen durch Dänemark führt. Diese Aufmerksamkeit ist auch für Exportfans Gold wert.

Darauf setzt Dansk Industri und hat die letzten paar Jahre damit verbracht, das Ereignis zu einer Plattform werden zu lassen, die dänische Unternehmen und Stärken hervorhebt. Im Oktober 2021 war DI Gastgeber einer Veranstaltung auf der letzten Etappe in Paris, wo 10 Unternehmen an der Seite des Kronprinzen und des Ministers für Wirtschaft und Handel, Simon Kollerup, dänische Lösungen präsentierten. Wenn in diesem Juli der Startschuss für das Rennen fällt, wird es entlang der gesamten Strecke einige DI-Veranstaltungen geben.

„In der Welt des Sports besteht ein riesiges, ungenutztes Potential an Mega-Events, von denen in Dänemark viele stattfinden. Unsere Mitglieder haben großes Interesse daran bekundet, die Tour de France für gewerbliche Zwecke zu nutzen. Ziel dabei ist es, die Beziehungen zum französischen Markt und anderen Märkten weltweit, zu stärken“, erzählt Thomas Bustup, International Director bei DI und ergänzt:

„Einer der Vorteile ist es, dass überall auf der Welt Radsportbegeisterte mit Entscheidungskompetenz sitzen, und dies ein Bereich ist, in dem wir eine interessante Zielgruppe über mehrere Sektoren hinweg finden können.“

Skarø Is und Heka Dental sind zwei Beispiele für Unternehmen, die die Tour de France nutzen, um französische Export- und Marketingtüren zu öffnen. Mehr Informationen darüber finden Sie weiter hinten im Magazin. •

! DI-VERANSTALTUNGEN BEI DER TOUR DE FRANCE

- B2B-Meetings von Mitgliedsunternehmen und potentiellen ausländischen Käufern dänischer Produkte.
- VIP Grad Départ Lounge im Industriens Hus.
- Branchenzelt in den Städten der letzten Etappen, Nyborg und Sønderborg, dass die DI-Mitglieder vor Ort einbeziehen wird.
- Teilnahme am diesjährigen Bicycle Summit mit fünf Themenpfaden zum Thema Radfahren unter Beteiligung von Unternehmen.
- Tour de France-Ausstellung im Industriens Hus vom 2. Bis 8. Juli.
- SG-Seminar“ mit dem Fernsehsender TV2, der SG aktiv nutzen wird, um die Verbindung mit seinen Kameras während der Tour de France herzustellen.

➔ Benutzen Sie DI



Wenden Sie sich an Global Market Development Consultant, Emil Stub, unter emns@di.dk, 3377 3904, um mehr über die Aktivitäten von DI auf der Tour de France zu erfahren.

Zahnarztstuhl On Tour erreicht Exportrekord

Der spezielle Tour-de-France-Zahnarztstuhl von Heka Dental mit Champagner war Teil der Streckenbekanntgabe in Paris letztes Jahr - und nun ist das Unternehmen aus Ishøj auf dem Weg zum größten Frankreich-Export aller Zeiten.

VON KAREN WITT OLSEN, ufha@di.dk

Der Exportleiter von Heka Dental A/S, Oluf Christian Olsen, ist ein großer Tour-de-France-Fan. Als Dansk Industri seine Mitgliedsunternehmen einlud, sich an der Bekanntgabe der Route der Tour de France 2022 im vergangenen Jahr in Paris zu beteiligen, ergriff er deshalb die Gelegenheit. Hier beantwortet er einige Fragen zu dem Potenzial, das Heka Dental in dieser Veranstaltung sieht:

Waren Sie in die Präsentation in Paris letztes Jahr involviert?

„Ich selbst bin ein riesiger Fan der Tour de France und sah eine klare Chance, uns auf einem wichtigen Exportmarkt zu präsentieren. Wir luden unsere wichtigsten französischen Händler zu einer Veranstaltung auf der Champs-Élysées ein, um ihnen einige unserer Produkte vorzustellen - darunter ein ganz besonderes Exemplar - einen eigens für die Tour de France angefertigten Zahnarztstuhl, der statt Wasser Champagner versprühte. Es war ein voller Erfolg! Ich glaube die Dänen verstehen einfach nicht, wie besonders die Tour de France für Frankreich ist, oder wie verrückt die Franzosen danach sind. Die Tour ist etwas ganz besonderes, sie ist Teil der französischen Seele! Und obwohl es unseren Händlern schwer fiel zu verstehen, wie die Tour so weit weg von Frankreich starten kann, hat unsere Veranstaltung enorme Aufmerksamkeit erfahren.“

Wie hoch waren die Kosten?

- Wir haben etwa 150.000 DKK ausgegeben, aber haben so viel für unser Geld bekommen. Ich würde sogar so weit gehen, zu sagen, dass wir mittlerweile unser Geld bereits zurückgeholt haben.“

Was hat die Veranstaltung gebracht?

- „Wir sind dabei, einen neuen Rekord in Frankreich aufzustellen mit einer Umsatzsteigerung von 30%. Wir sind schon seit vielen Jahren auf dem Markt, aber die Produkte von Heka sind noch nicht so bekannt. Und wir hatten nicht die Möglichkeit, eine Marketingkampagne durchzuführen, die die Aufmerksamkeit auf unser Unternehmen lenken würde. Das haben wir mit der Tour de France in Paris erreicht“.

Wie geht es jetzt weiter?

- Der gestiegen Bekanntheitsgrad in Frankreich hat uns einen Umsatzanstieg beschert, was wiederum zu höheren Marketingbudgets führt, die hoffentlich zu noch mehr Bekanntheit und noch mehr Umsatz führen werden, es läuft also wirklich gut.

Wir haben dieselben ausgewählten französischen Händler auch zu unserer VIP-Veranstaltung in Kopenhagen eingeladen, wenn am 1. Juli die Tour de France beginnt. Und sie freuen sich alle wirklich sehr darauf. Wir haben außerdem beschlossen, das Werk an diesem Tag früher zu schließen und unseren Mitarbeitern den Tag freizugeben, damit sie ebenfalls teilnehmen können wenn sie wollen. Alles in allem war es ein großer Erfolg und hat sich für uns so sehr gelohnt, dass ich mich gerade frage, ob Heka nicht auch bei den Olympischen Spielen 2024 dabei sein sollte“, sagt Exportleiter Oluf Christian Olsen, Heka Dental A/S. •

! HEKA DENTAL A/S

- Produktion, Verkauf und Entwicklung des Zahnarztstuhls.
- Gegründet im Jahre 1965.
- Hauptsitz in Ishøj.
- Verkauf über ein Händlernetzwerk.
- Etwa 80% Export, hauptsächlich nach Skandinavien und Deutschland.
- Umsatz und Anzahl der verkauften Zahnarztstühle werden nicht bekannt gegeben



PHASE2

Startet in Roskilde. Reist durch Lejre, Holbæk, Odsherred, Kalundborg und Korsør, und endet in Nyborg

PHASE3

Startet in Vejle. Reist durch Kolding, Haderslev und Aabenraa, und endet in Sønderborg