

Fortællingen om danske børnebrands ud på fjernmarkeder

Stor interesse fra børnevirksomheder for planer om nyskabende fælles retail- og oplevelseskoncept for danske børneprodukter på fjerne markeder som Kina og USA. Created4Kids inviterer til møde med eksperter fra Kina, Japan og USA

Dansk designede børneprodukter som tøj, legetøj og møbler får muligheden for at komme ud i detailbutikker på fjerne markeder sammen med ligestillede danske legekammerater. Interessen for den fælles børneplatform er stor, og børneproducenter fra alle brancher kan den 27. august lære mere om udfordringerne med børn og retail på markeder som Kina, Japan og USA.

”Både store og mindre danske virksomheder har forholdsvis let ved at etablere sig på vores traditionelle nærmarkeder, men en ting er at få en agent til at fungere i Tyskland eller Sverige, noget andet er at nå ud på de spændende fjernmarkeder som Kina, USA og Sydamerika,” siger direktør Betina Simonsen fra Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning og tilføjer:

”Interessen for at skabe et fælles udstillings- og retailkoncept giver os mulighed for at fortælle om Danmarks design-DNA. Der er nogle særlige værdier, som udlandetkender os for, og derfor har vi noget unikt at byde ind med på børneområdet. Samtidig er de traditionelle afsætningskanaler under pres, så det giver mening at gå sammen og sælge direkte til slutbrugerne.”

I samarbejde med konsulentvirksomheder og kommunikationsbureauer står Innovationsnetværket bag et aktuelt initiativ, Created4Kids, der arbejder med planer om at skabe en fælles platform og et fælles retailkoncept for danske børnebrands. Ideen er, at virksomhederne i fællesskab angriber de spændende, men også udfordrende markeder:

”Kina er eksempelvis en for stor mundfuld for de fleste danske børnevirksomheder. Men potentialet er enormt og netop ved at løfte iflok, vil vi kunne skabe et unikt, dansk retail-koncept,” siger Henrik Spandet, konsulentvirksomheden Spandet AND Partners, der har stor erfaring i Kina og har etableret egen, specialiseret virksomhed i Kina "BARCA" - Brand And Retail Consulting Asia.

Kina bliver sandsynligvis første destination for den danske børne-koncept-butik, som vil vægte danske værdier og give plads til et oplevelsesunivers. Udfordringerne på det kinesiske marked belyses på konferencen af Kim Chan, BARCA KINA. Erfaringer med butikssamarbejde i Japan deler Lasse Simonsen fra Novotex med deltagerne og med på Skype fra USA er Shawn Parr, der står bag det unikke og succesfulde børnekoncept Kids77.

”Ekspertpanelet deler erfaringer og viden om, hvordan vi kan tackle de fjerne markeder, som rummer et lovende potentiale for danske brands. Vi vil lægge vægt på de danske værdier, kultur og design, men udnytte styrken i at gå direkte til slutbrugere i et moderne, kommercielt fællesskab,” understreger Betina Simonsen.

Created4Kids er et af de udvalgte projekter, som skal skabe vækst i kreative virksomheder i Region Midtjylland under indsatsen More.Creative.

Om Created4Kids

Bag det kreative partnerskab Created4Kids står en række konsulentvirksomheder, der er gået i samarbejde med Innovationsnetværket om at udvikle et udstillingskoncept, en forretningsmodel, kommunikationsplatform og et shop- og e-business koncept for danske børnebrands. Konceptet skal kunne skaleres op og ned og rulles ud på fjernmarkeder som Kina, Japan, USA og andre.

Interessenterne er konsulentvirksomheden Spandet And Partners, kommunikationshuset F28 (c:ommunicate, Frontal Lab og CC Public Relations), EM Retail Solutions samt Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning

Kontaktpersoner:

Betina Simonsen, mobil 29360090 betina@innonetlifestyle.com

Henrik Spandet, mobil 22660911 henrik@spandet.com