



# Cykelfeber varmer op under eksporteventyr

Verdens største cykelløb, Tour de France, er samtidig en af verdens største platforme for markedsføring. DI og en stribe virksomheder ser stort potentiale i de tre danske etaper i starten af juli.

AF UFFE HANSEN, ufha@di.dk



Over 100 millioner europæiske sportsentusiaster og TV-seere i 190 lande forventes at tune ind på Danmark de første dage i juli, når verdens mest markedsførte cykelbegivenhed, Tour de France, der tager de første tre etaper gennem landet. Opmærksomheden er også guld værd for eksportentusiaster.

Det forventer Dansk Industri, der har brugt de sidste par år på at omsætte begivenheden til en profilering af danske virksomheder og danske styrkepositioner. I oktober 2021 var DI således vært for et event ved målstregen i Paris, hvor 10 virksomheder sammen med H.K.H. Kronprinsen og erhvervsminister Simon Kollerup præsenterede danske løsninger. Og når starten går 1. juli, er der en stribe DI-arrangementer omkring løbsruten.

- Inden for sportens verden er der et stort uudnyttet potentiale i megaevents, som vi ser flere af i Danmark. Vi har oplevet stor interesse fra vores medlemmer til at bruge Tour de France i kommercielt øjemed. Det har været for at styrke relationerne til det franske marked - men også andre markeder globalt, siger DI's internationale direktør Thomas Bustrup og fortsætter:

- En fordel er, at der findes cykelentusiaster med beslutningskompetencer i hele verden. I det felt rammer vi en interessant målgruppe på tværs af mange sektorer.

**Skarø Is** og **Heka Dental** er to eksempler på virksomheder, som bruger Tour de France til at åbne de franske døre til eksport og markedsføring. Læs mere om dem på de næste sider i magasinet. •

#### ! DI-EVENTS VED TOUR DE FRANCE

- B2B-møder mellem medlemsvirksomheder og potentielle udenlandske aftagere af danske produkter.
- VIP Grand Départ Lounge i Industriens Hus.
- Erhvervslivstelt i målbyerne Nyborg og Sønderborg der aktiverer lokale DI-medlemmer.
- Engagement i årets Cykeltopmøde med fem tematiske spor inden for cykling med virksomhedsinvolvering.
- Tour de France udstilling i Industriens Hus fra 2. juni til 8 juli.
- "5G seminar" med TV2 som aktivt bruger 5G til at skabe forbindelse til deres kameraer under Tour de France.

#### ➔ BRUG DI



Kontakt konsulent i Global markedsudvikling, Emil Stub på [emns@di.dk](mailto:emns@di.dk), 3377 3904, hvis du vil vide mere om DI's Tour de France-aktiviteter.

# Tandlægestol på tour giver eksportrekord

Heka Dentals særlige Tour de France tandlægestol med champagne var med til ruteoffentliggørelsen i Paris sidste år – og nu er Ishøj-firmaet på vej mod største eksport til Frankrig nogensinde.

AF **KAREN WITT OLSEN**, ufha@di.dk

Eksportchef hos **Heka Dental A/S**, Oluf Christian Olsen, er kæmpe fan af Tour de France. Han slog derfor til med det samme, da Dansk Industri sidste år inviterede medlemsvirksomheder til at være med i Paris ved offentliggørelsen af Tour de France-ruten 2022. Han svarer her på spørgsmål om, hvilket potentiale Heka Dental ser i begivenheden:

## Hvorfor var I med ved præsentationen i Paris sidste år?

– Jeg er selv vild med Tour de France og så en oplagt mulighed for at vise os frem på et vigtigt eksportmarked. Vi inviterede vores vigtigste franske forhandlere til VIP-arrangement på Champs-Élysées. Her så de blandt andet vores særlige unit – en tandlægestol, der var fremstillet i en Tour de France-udgave til lejligheden – og skyllede champagne i stedet for vand. Det var en kæmpesucces. Som dansker tror jeg slet ikke, man forstår, hvilken særstatus Tour de France har i Frankrig, eller hvor vilde franskmænd er med det. Tour'en er noget helt særligt, en del af deres folkesjæl. Og selvom vores forhandlere har svært ved at forstå, at tour'en kan starte så langt væk fra Frankrig, så fik vores event enorm opmærksomhed.

## Hvad har det kostet?

– Vi har brugt omkring 150.000 kr. i alt, men vi har fået helt utrolig meget for de penge. Jeg vil gå så vidt som til at sige, at de er kommet hjem mange gange allerede.

## Hvad har I fået ud af det?

– Vi er ved at sætte en ny rekord i Frankrig med 30 procent mere salg. Vi har været på markedet i mange år, men der har manglet kendskab til Hekas produkter. Og vi har ikke haft mulighed for at køre den form for marketingkampagner, der skulle til for at tiltrække os opmærksomhed. Det har vi fået nu via Tour de France-eventet i Paris.

## Hvad så nu?

– Det øgede kendskab i Frankrig har givet os øget salg, som giver bedre marketingbudgetter, som forhåbentlig genererer endnu mere kendskab og dermed salg, så det ruller rigtig godt derudaf. Derudover har vi inviteret de samme særligt udvalgte franske forhandlere til VIP-arrangement i København, når Tour de France-starten går 1. juli. Og det vil de rigtig gerne. Vi har også besluttet, at vi lukker fabrikken tidligere den dag og giver medarbejderne fri, så de også kan deltage – hvis de har lyst altså. I det hele taget har det været så stor en succes og så meget værd for os, at jeg lige nu overvejer, om ikke Heka også skal være med ved OL i 2024, siger eksportchef Oluf Christian Olsen, Heka Dental A/S. •

## ! HEKA DENTAL A/S

- Produktion, salg og udvikling af tandlægestole.
- Grundlagt i 1965.
- Hovedkvarter i Ishøj.
- Sælger via et net af forhandlere.
- Eksporterer ca. 80 procent – primært til Skandinavien og Tyskland.
- Omsætning og antal solgte tandlægestole oplyses ikke.



## ETAPE 2

Starter i Roskilde. Undervejs kører den igennem Lejre, Holbæk, Odsherred, Kalundborg og Korsør og slutter i Nyborg

## ETAPE 3

Starter i Vejle. Undervejs kører feltet igennem Kolding, Haderslev og Aabenraa og slutter i Sønderborg