Det kan lade sig gøre at indrette salgsstedet lækkert og indbydende. Foto Lars Bo Pedersen.

Hvordan kan vi styrke markedet for naturgroede (danske) træer?

Et uopfordret indspark fra en leverandør til branchen

At komme med forslag til ændringer i den måde træerne fremover kunne markedsføres og afsættes på er naturligvis nemt, når man selv bare er tilskuer. Men jeg tillader mig dog at have en holdning til det.

Af Jørgen Kæhlershøj, JUTEK

Branchen har de sidste par år oplevet regulær nedgang i form af lavere priser og strammere sortering. Med en eksportandel på omkring 80 % har Danmark nogle helt andre udfordringer end vores tyske kollegaer. Størstedelen af den tyske juletræsproduktion omsættes indenfor 50 km fra produktionsstedet. De op- og nedture vi mærker på det danske marked, er tæt på ukendte for mange tyske producenter. Hvis den tyske produktion er mindre end deres salg, oplever de faktisk gode tider, nu hvor markedet er presset, idet de kan købe de ekstra træer billigere. Forbruget af juletræer i Tyskland er omkring 20-22 millioner per år, desværre med en svagt nedafgående tendens. Deres egenproduktion er 5-6 millioner træer for lav, og størstedelen af det hul lukkes med træer fra Danmark.

Branchens udfordringer

Truslen: Den årlige omsætning af plastiktræer og naturgroede træer er lige stor i USA, men man har opgjort, at 54 % af husholdningerne har et plastiktræ, 29 % har slet ikke et træ og kun 18 % har et naturgroet træ. Det vil sige, at 2/3 af træerne er af plastik. Så slemt bliver det nok ikke i Danmark (inden for de nærmeste år) eller på det vigtige tyske marked. Men man skal ikke længere væk end til England, før man har et marked, hvor andelen af plastiktræer er større end de naturgroede træer. I Canada, som også har en lang tradition for både produktion og anvendelse af juletræer samt en stor eksport til USA, blev 2014 det første år, hvor der blev brugt flere penge på plastiktræer end på ægte juletræer.

Alle de juletræsproducerende stater i USA har deres egen dyrkerforening. Foreningerne er særdeles velorganiserede og velfungerende og flere har eksisteret længere end nogen forening

Naturtræet præsenteres ofte udendørs bagerst i butikkædens baggård eventuelt sammen med potter, træ og andet udendørs grej. Meningen er jo også at holde træet frisk og her præsenterer træerne sig også godt nok, men vejen hen til det naturgroede træ kan imidlertid være lang og måske svær at finde – og så kan det være en våd fornøjelse. Foto: Lars Bo Pedersen.

Vidste du:

At de første uægte træer kom fra Tyskland. De var enten lavet af grønmalede fjer, eller træ savet ud som et juletræ og derefter malet og dekoreret. Det, som de fleste forbinder med et plastiktræ, blev udviklet for knap 100 år siden af et amerikansk firma, der fremstillede toiletbørster.

i Europa. Alligevel har de for sent erkendt truslen fra plastiktræer. Tidligere lå foreningernes fokus på produktion og ikke på afsætning og konkurrerende produkter. Det er nu ved at ændre sig. Selvom tallene er lidt usikre, er alle enige om, at produktionen er faldet drastisk de sidste 30 år. Man har et registreret salg på knap 18 millioner træer, og dertil kan man forventeligt lægge ti millioner træer. Men det er stadig langt fra de 60-75 millioner træer, der blev høstet for 30-40 år siden.

Holdningsændring: For langt de fleste danskere vil det i dag være fuldstændigt utænkeligt at stille et plastiktræ op; "vi vil ha' den ægte vare". Men man skal være opmærksom på den holdningsændring, der langsomt indfinder sig hos mange. For 30 år siden var det næsten ukendt med færdigretter og færdigblandinger til brød og kager. Men i dag findes de færdige retter ikke kun i ungkarlens indkøbskurv, men i stigende grad også i unge familiers indkøbskurv. Vi søger i stigende grad hurtigere og nemmere løsninger. Plastikvinduer var ligeledes et stort set ukendt begreb for 30 år siden. Selv om der i starten var kvalitetsproblemer, så er hvert femte nye vindue i Danmark i dag af plastik. Samtidig er andelen stigende, og man forventer at indenfor få år vil knap halvdelen af alle nye vinduer være af plastik. I Tyskland og England er det henholdsvis 50 og 70 %. Dette er et udtryk for ønsket om en nemmere og mere vedligeholdelsesfri løsning, selvom det ofte er på bekostning af det æstetiske. Den glidebane mod nemme løsninger, der i starten måske opfattes som et kompromis, men som med tiden bliver så almindelig, at vi helt glemmer kvaliteten i den ægte vare, rammer helt sikkert også vores branche.

Afsætning: En stor markedsundersøgelse i Tyskland, som den tyske dyrkerforening står bag, viser blandt andet, at andelen af plastiktræer også her har en stigende tendens, selvom de nyeste tal fra 2014 peger på en vis stagnation. Undersøgelsen kan læses i 6. udgave af Nadel Journal fra 2013. Her skal blot nævnes nogle få interessante oplysninger fra undersøgelsen.

www.AarestrupPlanteskole.dk

Kvalitetsplanter til juletræer og pyntegrønt i bedste afprøvede provenienser.

Bestilling af planter på
tlf. **86 66 17 90**

Gratis udlån af plantemaskine ved køb af planter.

Alternativet, plastiktræet præsenteres om regel i lune omgivelser og tydeligt eksponeret for kunden. Her i en tysk Bauhaus tæt på betalingskassen. Foto: Lars Bo Pedersen.

Havecentre og byggemarkeder har tilsammen en uændret markedsandel fra 2011-2012 på omkring 36 %, mens det ifølge undersøgelsen er 60 % for stadepladser og gårdsalg. Det betyder, at undersøgelsen ikke bekræfter antagelsen om, at udviklingen går mod at flere og flere træer afsættes gennem supermarkeder og kædebutikker.

Logistik: For ti år siden oplevede mange producenter at læsse træer på lastbiler indtil få dage før den 24. december. I dag er de fleste færdige i starten af december, og træerne er sandsynligvis fældet i første halvdel af november. Argumentet for den stadigt tidligere høst er "at det ønsker/kræver aftagerne". Men den tyske undersøgelse viser, at cirka 70 % af træerne først bliver solgt til slutbrugeren efter den 15. december. Hollandske tulipangartnere kan levere deres blomster til det meste af Europa, så forbrugeren kan købe blomsterne dagen efter de er høstet. Fisk fanget i Nordsøen kan ligeledes dagen efter, de er landet i Nordjylland, købes hos fiskehandleren i Hamburg. Som branche er vi gode til at håndtere og levere det, vi producerer rettidigt, men sammenligner vi os med de fleste andre brancher bruger vi længere tid på det.

Forbrugerens argument for at vælge et plastiktræ

Økonomi: Prisen for plastiktræer varierer meget. Men uanset om man køber det billige til en 50'er i et møbelhus/byggemarked eller et dyrt til mange hundrede kroner, så er det over en periode oftest billigere end det ægte træ. Det bør vi som branche ikke have fokus på, det er en kamp, vi ikke kan vinde.

Nemt: Har man først købt et plastiktræ, skal man ikke bruge tid på det de næste mange år. Både anskaffelse og ikke mindst fjernelse af et ægte træ kan være et problem for mange, specielt i byerne.

Naturhensyn: Mange købere af plastiktræer nævner også, at deres valg skyldes hensyn til naturen. Her må vi ind og oplyse om de miljømæssige fordele ved ægte træer kontra plastiktræerne, der typisk er produceret i Kina. Desuden opfatter mange forbrugere juletræet som noget, der har groet i skoven, et romantisk billede vi som branche ikke umiddelbart har noget i mod at blive associeret med. Men det kan ramme os negativt. Når forbrugeren hører, at der bliver solgt over 20 millioner træer i Tyskland

Mød os på

Langesø messen

Stand R

CompacTree
THE ORIGINAL PACKER

Ørstedsvej 26 - DK 6760 Ribe
www.compactree.dk
mail@compactree.dk
Tlf: +45 70 70 10 65

Kom ind til en snak og hør om vores produkter.

Vi er klar til at servicere jer i den kommende sæson med service, opdateringer og nye maskiner.

Vi tager gerne gamle maskiner i bytte

CompacTree
THE ORIGINAL PACKER

Det er ofte svært at få øje på julen på mange stadepladser. Foto: Lars Bo Pedersen.

alene, opfatter mange det som om, at der bliver foretaget rovdrift på skoven. Det er derfor vigtigt, at forbrugeren bliver klar over, at juletræer er en markafgrøde, der er plantet specifikt til at blive et juletræ, og at det uanset om det bliver solgt eller ikke, aldrig vil blive et stort træ.

Nåletab: Selvom nordmannsgrantræet har overtaget positionen som det mest udbredte juletræ i Europa, er problemet med nåletab ikke løst. Høster man træet i starten af november og stiller det ind i stuen i første halvdel af december, vil forbrugeren stadig opleve et massivt nåletab, når træet berøres eller flyttes. En anden ulempe med den meget tidlige høst er farven på nålene. Et træ, der er fældet i starten af november, vil den 24. december have mistet en del af farven. Her har vi fra dansk side givet vores tyske kollegaer et godt salgsargument, som de også anvender: "Køb et friskt tysk træ". Med hensyn til nåletab burde der foretages undersøgelser om, hvilken indflydelse træets "foderstand" har på nålefastheden. Ligeledes kan der måske findes et middel til at blande i vandet, hvorved træet beholder sin friskhed længere. Det kendes fra friske blomster.

Sådan redder man markedet i fremtiden (måske)

Begræns plastiktræets udbredelse: Plastiktræet er en reel trussel for erhvervet. I Tyskland er forbruget fra 2011 til 2012 steget fra 12 til 15 % af totalmarkedet. Det er en stigning på 25 %. De plastiktræer man finder i danske butikker, har mange svært ved at se som et reelt alternativ til et ægte træ. Men ser man på de træer, der sælges i eksempelvis England, så er kvalitet og udseende på et meget højt niveau. I England er det ikke på grund af prisen, der bliver valgt et plastiktræ. Her kan et tometer træ koste flere tusind kroner.

Udvid markedet for det naturgroede træ: Det er naturligvis altid vigtigt at udvide markedet, men det er en mulighed og ikke en trussel som plastiktræet. Østeuropa med Rusland i spidsen har i flere år været i fokus, når der blev talt om at udvide markedet. Men trods ihærdig indsats lå salget til Rusland i 2012 på omkring 150.000 træer og i 2013 på knap 200.000 træer. Det er knap 1 % af det samlede antal ægte træer i Tyskland, eller mindre end 1/6 af de plastiktræer der sælges i Tyskland.

Produktudvikling: Vores branche har med et meget traditionelt produkt at gøre, men det betyder ikke, at der ikke er behov for produktudvikling. Det kan være små træer med fod og i en lille taske, der kan anvendes som gave i stedet for blomster eller en æske chokolade, eventuelt med en lille pakke pynt som mod-

DET ER OS DER PASSER JULETRÆER..!

NYHED!
Hurtig og effektiv optagning af rødder med stubplov.

WWW.JUHLETRÆER.DK

Vi udfører også form- og reparationsklip

JUHL
juletræesservice

Carsten Juhl
Telefon +45 40 25 52 52

Julestemning på stadeplads udenfor et tysk indkøbscenter i Kiel. Foto: Lars Bo Pedersen.

Katharina Püning har aktivt være brugt i markedsføring af naturtræer i Tyskland.

tageren kan pynte træet med. Eller træer fiks og færdige med fod og lyskæde eventuelt i en flot indpakning, der kan bruges til at bringe træet op på fjerde etage uden at hele trappen bliver sat til i nåle. Det kunne også være træer specielt til udendørs brug eventuelt med en specialfod, der kan klare vejrligets udfordringer.

"Convenience": Som i de fleste andre brancher skal vi også lære begrebet convenience. For mange forbrugere er det en afgørende faktor, at det er nemt og bekvemt. Det gælder både selve produktet og måden produktet bliver solgt på. Her bør og skal vi i årene fremover produktudvikle. Hvordan kan vi gøre produktet nemmere for forbrugeren at anvende og hvordan kan vi sælge produktet til slutbrugeren, så det kræver mindst mulig indsats fra køberen? Vi skal gøre det nemt at købe et ægte træ: Internethandel er et marked i hastig udvikling, og det vil være naivt at tro, at der ikke er et stigende marked for dette i vores branche. Antallet af husstande, der i fremtiden vil være interesseret i at købe deres træ på internettet, er stigende. Enkelte grossister, og også nogle få producenter, har allerede gjort nogle erfaringer med nethandel, men alle har indtil nu haft en del udfordringer med logistikken, håndteringen og ikke mindst indpakningen. Branchen mangler en velfungerende og ensartet indpakning, der kan tåle våde træer, er nem at arbejde med, giver tilpas beskyttelse af træet og som kan håndteres af transportvirksomhederne. Optimalt skal indpakningen også kunne anvendes, når træet skal bortskaffes. Her forstiller jeg mig en pose/rør, eventuelt med et lukkesystem og et sæt bærehåndtag på midten. Der er helt sikkert et stort antal mennesker i byerne, som ønsker en nemmere løsning.

Oplevelse: Køber man sit træ i supermarkedet, er det begrænset, hvor meget ekstra "julestemning" man får med i købet. Problemet er, at juletræet er en meget lille brik i de store kædebutikkers spil. Det betyder, at juletræet bliver reduceret til en vare, man stopper i indkøbsvognen på linje med almindelige dagligvarer. Når man på den måde reducerer juletræet til et supermarkedsprodukt, er der ikke langt for forbrugeren til at vælge et plastiktræ. Og mens det naturgroede træ er placeret bag nogle charmeforladte hundehegn udenfor, vil man i mange kædehuse finde plastiktræerne på centralt placerede steder inde i butikken. Her kan de tages med, uden at bil og tøj bliver unødigt vådt og snavset og med præcis samme mangel på julestemning, som hvis man havde valgt et af træerne udenfor. På mange punkter i salgssituationen i supermarkedet har det naturgroede træ ikke mange chancer i forhold til plastiktræet. Men på nogle få, men afgørende punkter slår det naturgroede træ alt andet. Det naturgroede træ er ægte, det har en historie, det er mindst ti år siden det var et frø, det har en duft, og selvom vi prøver at lave træerne ens, er de stadigvæk unikke. Som producent bør det være i ens egen interesse at sikre sig, at ens produkt bliver solgt på bedst mulig måde.

Der er bestemt ikke altid at stadepladser indretter sig stemningsfyldt og lækkert. Hundehegn skal der selvfølgelig til for at træerne ikke bliver stjålet, men salgshus med flyereog andet materiale ville unægtelig live op. Foto: Claus Jerram Christensen.

Det er en større købsoplevelse, når man har mulighed for at gå rundt om træerne og se dem fra alle sider, for så at udvælge lige det man synes bedst om, fremfor at fiske et træ op fra en bunke eller en række henslængt op at mur. Fotos: Lars Bo Pedersen.

Skab stemning og oplevelse omkring det at købe et ægte træ: Det er i branchens interesse at udarbejde et koncept til salgsstederne, så træerne præsenteres på bedst mulig måde. Jeg forestiller mig, at der i et pilotprojekt fremstilles en række ens salgshuse meget lig dem, man ser på julemarkeder rundt om i Europa. Husene skal have præcis samme mål som en CT-palle. I huset skal der være et sæt bannere, lyskæder, flyere til forbrugeren, der fortæller om træet fra frø til forbruger. Der skal være mere uddybende information til salgspersonalet. Desuden skal der være et displaysystem, så der kan stilles et pænt antal træer op i en lille skov. Det skal være muligt for køberne at gå rundt mellem træerne, og "fælde/vælge" lige netop det træ man synes bedst om. Kort sagt, det skal være muligt med indholdet i den medleverede salgshytte at skabe ægte julestemning på en grå parkeringsplads.

Skab gode historier omkring det ægte træ: Eksempelvis har Hamburg Havneaktion i mange år fået mere spalteplads i medierne end det er muligt for branchen at betale. Vi skal som branche bliv bedre til at skabe events og historier. Alle medier fortæller gerne om de gode historier. Vi skal som branche bare hjælpe dem. I Tyskland er det meget almindeligt med "dronninger" inden for mange landbrugsprodukter. Der findes en aspargesdronning, en vindronning, en græskardronning og naturligvis også en juletræsdronning. I snart tre år har titlen tilhørt Katharina Püning, som på bedste hvis har været et godt aktiv i markedsføringen af juletræer. Ud over et udseende, der er en ægte dronning værdig, er hun opvokset og har arbejdet i en juletræsproduktion, desuden er hun landbrugsuddannet. Hun har betydet mere positiv omtale i tyske medier end nogen anden brancheperson. ■

FORT SIRIO 4 x 4 TIL JULETRÆER

Importør:
Sønderup Maskinhandel A/S . Hjedsbækvej 464 . 9541 Suldrup . tlf: 98 65 32 55
www.jutrak.dk . www.facebook.com/FORTSIRIO . e-mail: mail@fbdk.dk