

Indledning

Under et ophold i Storbritannien fra september 1992 til marts 1993 foretog jeg en undersøgelse af det britiske marked for nobilis klippegrønt og for juletræer. Opholdet blev finansieret af WEFRI A/S, Pyntegrøntsektionen, Scottish Woodlands Ltd og af mig selv. I denne artikel vil jeg omtale resultaterne af undersøgelsen for nobilis klippegrønt.

Problemstilling

Den danske produktion af nobilis klippegrønt forventes at blive fordoblet over de næste 10 år. Prisen på nobilis klippegrønt er stagnerende eller faldende og det er tvivlsomt om de nuværende eksportmarkeder vil kunne aftage denne merproduktion uden et drastisk fald i markedsprisen.

For at kunne afsætte denne merproduktion og oppebære en fornuftig markedspris er det nødvendigt at opsøge og udnytte nye markeder.

WEFRI A/S har tilplantet store arealer i Skotland med nobilis. I løbet af få år vil disse arealer producere store mængder nobilis klippegrønt. WEFRI har en umiddelbar interesse i at kunne afsætte denne produktion på det britiske marked i stedet for på det tyske marked, dels for at spare transportomkostninger men også for at forhindre et overudbud af nobilis klippegrønt på det tyske marked hvorved prisen presses i bund til skade for alle danske producenter og grossister.

Det er derfor i alles interesse at WEFRI's skotske produktion afsættes på det britiske marked.

Det britiske marked i dag

Forbruget af nobilis klippegrønt i Storbritannien lå i følge mine undersøgelser på ca. 300 tons i 1992. (De officielle import og eksportstatistikker fortæller noget andet, men det skyldes at der sker en fiktiv import af klippegrønt til Storbritannien fra Danmark. Klippegrøntet bliver solgt til det tyske marked men nogle danske grossister dirigerer handlen over Kanaløerne for at spare skattekrone). Af de 300 tons importeres en lille del fra Danmark, Irland og Holland men størstedelen er hjemmeproduceret. Der sker en nettoeksport af nobilisklippegrønt fra Storbritannien på flere hundrede tons om året, det præcise tal er ukendt.

200 tons af grøntet anvendes af "upmarket" blomsterbutikker de sidste 2 uger før jul til kranser, i buketter og i blomsterarrangementer.

De sidste 100 tons sælges som færdiglavede kranser og dekorationer i supermarkeder, havecentre, grønthandlere og gør-det-selv butikker. En lille del af grøntet sælges uforarbejdet i havecentre, i blomsterbutikker og i supermarkeder.

Distributionen af klippegrøntet foregår typisk fra britisk producent til blomstergrossist og herfra til blomsterhandlere. Enkelte britiske producenter forædler grøntet til kranser og sælger direkte til detailhandlere. Hedeselskabet eksporterede i 1992 forskellige nobiliskranser til varehuskæden Marks & Spencer.

Prisen for 5 kgs bundter ligger på £1-£2/kg afhængig af hvor i distributionsledet man befinder sig.

En blomsterbutik som købte 500 kg af en blomstergrossist i Edinburgh betalte £1,8/kg.

Generelt er der en ringe viden om kvaliteten og sortering blandt blomsterhandlere og grossister.

Markedet er i dag meget lille men voksende. Nobilis anvendes mest af sofistiskerede blomsterbutikker som sælger dyre produkter til kræsne kunder. Den brede masse er endnu ikke blevet introduceret til produkter lavet af nobilis klippegrønt.

Den potentielle efterspørgsel.

Med en årlig efterspørgsel på 300 tons er Storbritannien umiddelbart et uinteressant marked.

Før man afskriver det britiske marked bør man søge svar på de følgende 3 spørgsmål:

Spørgsmål 1: Hvor stor er den potentielle efterspørgsel i Storbritannien?

Spørgsmål 2: Hvor stor en markedsføringsindsats kræver det at stimulere og udnytte denne potentielle efterspørgsel?

Spørgsmål 3: Hvem skal organisere og betale en sådan markedsføringsindsats hvis det er relevant?

Spørgsmål 1

Storbritannien udgør et marked med ca. 57 millioner indbyggere der omtrent har samme levestandard som os selv. Hvis man kan fremstille et produkt lavet helt eller delvist af nobilis som falder i briternes smag så vil alle afsætningsmæssige

problemer kunne løses.

Nobilis klippegrønt bør i denne sammenhæng betragtes som et materiale med forskellige anvendelsesmuligheder. Dette materiale kan enten indgå i traditionelle kontinentale produkter som adventskranser, dørkranser, gravdekorationer eller borddekorationer som kan markedsføres i Storbritannien. Alternativt kan man forsøge at bruge nobilis klippegrønt som et supplerende eller et substituende materiale i traditionelle britiske produkter.

Igennem mine undersøgelser forsøgte jeg at få et billede af hvad briterne traditionelt anvender af dekorationer ved juletid. Efter at have besøgt utallige havecentre, blomsterhandlere, supermarkeder, grønthandlere, gør-det-selv-butikker o.s.v. over hele Storbritannien kom jeg frem til følgende billede:

Den traditionelle britiske juledekoration er en krans lavet på en mosring dekoreret med kristtjørn, kunstige blomster og farverige sløjfer. Kristtjørnkranser anvendes både som dørkranser og som gravkranser. Kristtjørngrene sælges til forbrugere som laver deres egne dekorationer. Efterspørgslen på kristtjørnkranser ligger på flere millioner. Cypres anvendes hele året i gravdekorationer som fremstilles af blomsterhandlere og planteskoler. På Edinburgh Fruitmarket bliver der solgt ca. 50 tons cypres årligt. Tsuga grene anvendes hele året i blomsterbuketter.

Tørrede, kunstige og friske blomster anvendes meget i juledekorationer. Julen er det tidspunkt hvor salget af blomster er størst.

Juledekorationer lavet af silke, polyester og plastik som imiterer gran og fyr er meget fremherskende. Disse kunstige dekorationer dominerer totalt hylderne i havecentre, som er de vigtigste detaljer for juledekorationer. Efterspørgslen efter kunstige dekorationer og kunstige juletræer er vokset markant de sidste 10-15 år, men p.g.a. lavkonjunkturen er salget stagneret de sidste par år.

Dekorationer lavet af gran- og fyrregrene sælges kun i meget begrænset omfang og i alle tilfælde anvendes der her nobilis.

Gran- og fyrregrene anvendes ikke til gravdækning.

På mine besøg rundt i de forskellige detaljerede medbragte jeg grene og adventskranser af nobilis for at få feedback fra ledelsen.



Figur 1: Kristtjørn fra naturlige forekomster udgør en meget væsentlig del af den nuværende britiske juleudsmykning.

En del detailhandlere havde før prøvet at sælge nobilisprodukter med tvivlsom succes. Selvom de mange managere var positivt indstillede, så mente de fleste at forbrugerne ønsker produkter med mere fest og farve i.

Jeg forsøgte at arrangere et salg af nobilis adventskranse og nobilis dørdekorationer. WEFRI sendte mig 50 kranse og 50 dørdekorationer og det lykkedes mig at sælge en stor del af disse produkter til rimeligt høje priser dels til blomsterhandler og til almindelige forbrugere i

Skotland. Salget til forbrugere foregik ved stadesalg og ved foredrag.

Jeg arrangerede 6 foredrag med forskellige grupper af kvinder. I alt mødte ca. 100 kvinder op. Ved disse foredrag fremviste jeg en hel masse forskellige juledekorationer fremstillet af en af WEFRI's planteskoler samt en plakat produceret af PynTEGRØNTSEKTIONEN. Efter fremvisningen udfyldte kvinderne et 6 sideres spørgeskema. Efter at spørgeskemaerne var samlet ind blev kvinderne tilbudt at købe nobilisgrene, adventskranse og nobilis dørdekorationer. Resultatet af disse spørgeskemaer viste en overvældende interesse for nobilis både som grene der anvendes i hjemmelavede dekorationer samt for borddekorationer og kranse.

90 % af kvinderne sagde, at de ville købe et nobilisprodukt, hvis det var tilstede i butikkerne til de priser, jeg havde nævnt for dem. De priser jeg angav lå på 3-4 gange produktionsomkostningerne.

24 personer ud af de 100 der mødte op købte et eller flere produkter af mig efter foredragene.

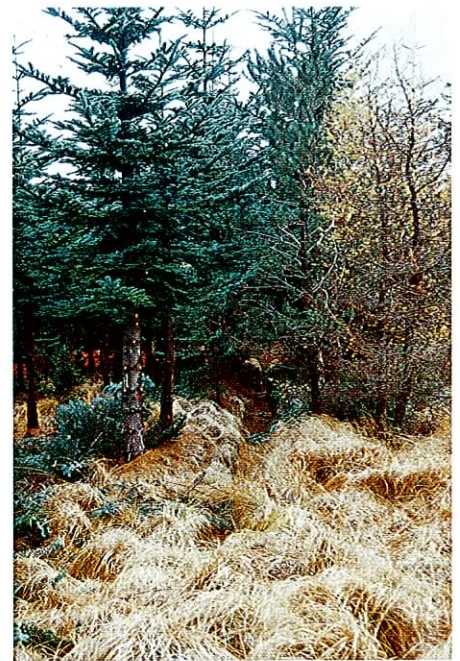
Under foredragene følte jeg at kvinderne var meget interesserede i både nobilis klippegrønt og i færdiglavede dekorationer, de stillede mange spørgsmål og ville alle se og røre ved produkterne.

Hvis de kvinder der mødte op til foredragene er repræsentative for resten af befolkningen, så er det min klare overbevisning at der er en stor potentiel efterspørgsel i Storbritannien, stor nok til at dække hjemmeproduktionen og mere til.

Spørgsmål 2

Hvor stor en markedsføringsindsats det kræver at udnytte og stimulere denne potentielle efterspørgsel er svært at svare på.

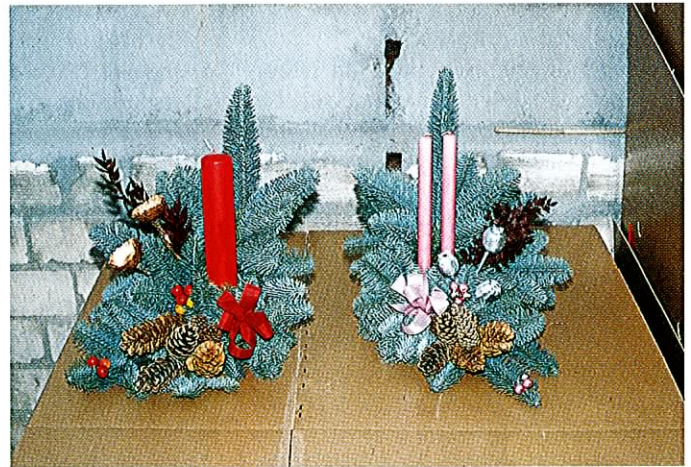
At holde foredrag for folk i 40 minutter for derefter at præsentere dem for et



Figur 2: Specielt den skotske og irske produktion af Nobilis er stigende. Bevoksningerne er dog ofte anlagt på meget våde arealer, hvilket hæmmer færdsel en del.

spørgeskema og tilbyde dem at købe nogle produkter er selvfølgelig en af de mest intensive former for markedsføring. At gøre dette over for hele den kvindelige del af befolkningen er umuligt. En landsdækkende tv-reklamekampagne koster ca. 1 million kr hvilket er meget at ofre i forhold til den usikkerhed der findes omkring klippegrøntet i Storbritannien.

En realistisk markedsføringsindsats er at køre med både en push og en pullstrategi. Jeg så flere steder at nobilis blev



Figur 3 & 4: Færdige adventskranse & dekorationer kan være en af vejene til at ændre på de britiske forbrugeres præferencer.

anvendt som et supplement i de traditionelle kristtjornkranse som hovedsagelig fremstilles af planteskoler. Ved at informere blomsterhandlere og planteskoleejere om nobilis klippegrønt som et materiale, der har mange anvendelsesmuligheder i dekorationer og i kranser kan man stimulere forbruget. Der bør fremstilles skriftligt materiale som fortæller hvad grøntet kan anvendes til, hvordan grøntet behandles o.s.v. Ved messer for blomster etc. bør nobilis klippegrønt markedsføres langt mere aggressivt end det hidtil er blevet gjort. Ledelsen i de centrale organisationer for blomsterhandlere bør påvirkes til at anvende mere nobilis i de standarddekorationer, der sælges af deres medlemmer. Ved at øge forbruget blandt blomsterhandlere og planteskoler kan man håbe på at supermarkeder, havecentre og grønthandlere vil begynde at få øjnene op for nobilis produkterne efterhånden, som de bliver mere kendte og efterspurgt.

For at stimulere forbrugerne til at købe nobilis grene og dekorationer må man først og fremmest gøre dem opmærksomme på at hvad det er, hvad det bruges til, hvor det kan købes og hvad det eventuelt koster. Man kan opnå dette på en relativt billig måde ved at deltage i fjernsynsudsendelser og fremvise forskellige nobilisprodukter og deres fremstilling. Efter at have talt med flere tv-stationer i Storbritannien fik jeg det indtryk, at denne idé er realiserbar. Dameblade og ugeaviser er oplagte og billige medier.

Uddannelsesinstitutioner for børn og unge samt for blomsterdekoratører og formnings- og håndarbejds lærere er oplagte mål for markedsføring.

Spørgsmål 3

For at organisere og betale en eventuel markedsføringskampagne kræver det en virksomhed eller en organisation af en

vis størrelse. Virksomheden eller organisationen må se en betydelig fordel i at der skabes et marked i Storbritannien.

WEFRI har en direkte interesse i at få stimuleret efterspørgslen. Pyntegrøntsektionens interesse i at stimulere efterspørgslen vil hovedsagelig bestå i at mindske den fremtidige eksport fra Storbritannien til Kontinentet.

Begge parter bør derfor indgå et samarbejde for at markedsføre nobilis klippegrønt og dekorationer i Storbritannien. Andre større danske grossister som f.eks Hedeselskabet bør også deltage.

Afslutning

Det er klart at mine undersøgelser af det britiske marked kun bør betragtes som indledende og hvis WEFRI, Pyntegrøntsektionen og andre ønsker at inddrage sig på en seriøs markedsføring af nobilis klippegrønt i Storbritannien, så bør de lave en mere dybtgående og tilbunds-gående markedsundersøgelse som vil koste en del penge. Hvis en sådan undersøgelse viser de samme resultater, så bør man gå professionelt til værks:

1. Der bør laves et panel af britiske for-

brugere med det formål at teste forskellige nobilis produkter. Herved kan produkter som er specielt egnede til det britiske marked udvikles.

2. Det klarlægges hvor eventuelle forædlede produkter skal fremstilles.
3. Distributionssystemet fastlægges før en markedsføringsindsats iværksættes.
4. Markedsføringsindsatsen udføres professionelt og med tilstrækkelige ressourcer til at opnå det ønskede resultat.

Den totale danske omsætning af nobilis klippegrønt er på et trecifret millionbeløb heraf går kun en meget lille del til markedsføring. I visse brancher går op til 10 % af omsætningen på markedsføring. Udviklingen i alle brancher går mere og mere hen imod at producenten må betale for markedsføringen det samme må gælde for klippegrønt. Hvis danske producenter var villige til at ofre flere penge på markedsføring, så ville det måske være muligt at sælge dobbelt så meget nobilis klippegrønt om 10 år til et uændret prisniveau, i stedet for at lade det hænge på træerne eller sænke priserne.



Regn med Perrot

- det komplette vandingsprogram...

- også til frostvanding

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Specialvandere | <input type="checkbox"/> Avancerede styringsanlæg |
| <input type="checkbox"/> Specialstativer | <input type="checkbox"/> PVC og PE-rør |
| <input type="checkbox"/> Komplette pumpeanlæg | <input type="checkbox"/> Projektering |

Eneimportør for Europas ældste og største fabrik for vandingsmateriel...



Perrot vandingsanlæg a/s

6771 GREDESTEDBRO · FAX 75 43 19 91

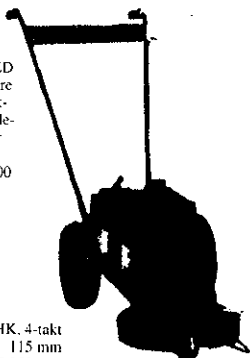
☎ 75 43 16 00

Jucut

En virkelig NYHED der kan rationalisere din juletræsproduktion. Med Jucut juletræs-felder skærer du legende let og uden besvær 2-3000 træer pr. time. Jucut er opbygget efter simple principper - derfor minimal vedligeholdelse.

Tekniske data:
 Motor: 5,5 HK, 4-takt
 Max. sniedybde: 115 mm
 Savkling: Ø 350 mm
 Hjul: Ø 400 mm

PRIS DKR. **10.800,-**

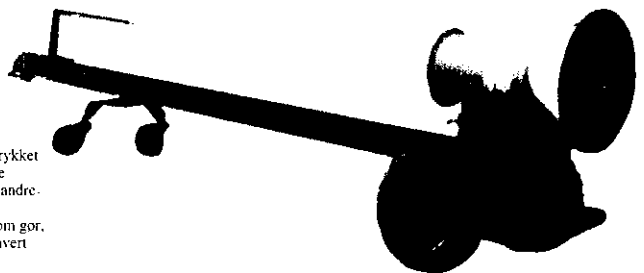


Junetta

Er en fuldhdraulisk juletræsnetter, der er fremstillet som en selvstændig enhed, med egne hydraulisk station, der er trykket af en støjsvag brændstof motor. Dette betyder, at man ikke er afhængig af andre køretøjer. Junetta leveres med store 13" hjul, som gør, at den er nem at manøvrere med i ethvert terren.

Tekniske data:
 Motor: 8 HK
 Kapacitet til: ca. 200 træer pr. time
 Max trætlængde: 350 cm

PRIS DKR. **24.800,-**



TVED MASKINBYG T.M.B.
 BØGEVÆNGET 7 · 6000 KOLDING
 TLF. 75 52 70 89 · FAX 75 60 70 89