



Für die besten Ideen

news 2006

# Afsætningsfremmende initiativ for nobilis klippegrøntet

Af afsætningsmedarbejder Henrik Mainz, Dansk Juletræsdyrkerforening

Nobilis klippegrøntet er i disse år smertensbarnet hvad angår det rent afsætningsmæssige område. Priserne er gennem de seneste år støt og roligt faldet og hele afsætningsstrukturen har ændret sig i takt med den stadig mere udbredte praksis, at klippegrøntet sælges på roden til selvklipfirmaer fra både ind- og udland. Derved er der opstået et behov for en mere aktiv indsats for at få stimuleret efterspørgslen. Og det skal gøres således, at det vil kunne få effekt på det prisniveau, som producenterne oplever at kunne sælge deres varer til. Juletræsdyrkerforeningen har derfor søsat et større projekt, som skal hjælpe afsætningen af især nobilis klippegrøntet lidt på vej.

På samme måde som afsætningen af juletræerne i nu mere end 10 år er blevet understøttet med den velkendte Original Nordmann kampagne, er det tanken at lancere det danske klippegrønt med den gode kvalitet, som den afgørende og primære salgsparameter. I starten af 2006 søgte foreningen derfor Produktionsafgiftsfonden om midler til at igangsætte en større kampagne for specielt at fremme afsætningen af nobilis klippegrøntet i Tyskland.

Tyskland er hovedaftagerlandet af nobilis grønt, og selv om flere og flere andre lande efterhånden også begynder at optræde som aftagerlande i statistikkerne, er det en kendsgerning, at mere end 80 % af det nobilis klippegrønt, som produceres og eksporteres fra Danmark ender som færdigvarer i en eller anden form på det tyske marked. Det er derfor i Tyskland, at nøglen til bedre priser for grøntet ligger gemt. Eller man kan sige, at det er i dette land, at vi har tabt nøglen, for tidligere var priserne jo i høj grad fornuftige på dette marked.

Derfor må man se lidt tilbage for at forstå, hvad det er, som har gjort det så vanskeligt at opnå et tilfredsstillende prisniveau for grøntet her i begyndelsen af det nye årtusinde.

## **Distributionsstrukturen har ændret sig**

Dengang eksporten for alvor blev etableret var den traditionelle vej fra producent i Danmark til forbruger i Tyskland forholdsvis enkel og overskuelig. En dansk grossist købte grøntet hos producenten i Danmark og solgte den videre til en tysk grossist/mellemhandler, som havde kontakt til de

forarbejdningsindustrier, som videreførte grøntet til de færdige produkter, som forbrugerne efterspurgte. Det kunne være i form af adventskranse, håndbuketter, gravdekorationer eller decideret gravdækningsmateriale. Oftest blev færdigprodukterne handlet gennem yderligere et distributionsled før de var tilgængelige for forbrugerne ude i detail-leddet. Dette system betød, at de enkelte led kendte deres plads i systemet og var nogenlunde bekendt med avancerstrukturen hos de øvrige led. Derved var prisændringer nemmere at få til at gå igennem hele distributionskæden, når sådanne opstod eksempelvis i forbindelse med over- eller under-udbudssituationer på bestemte varettyper.



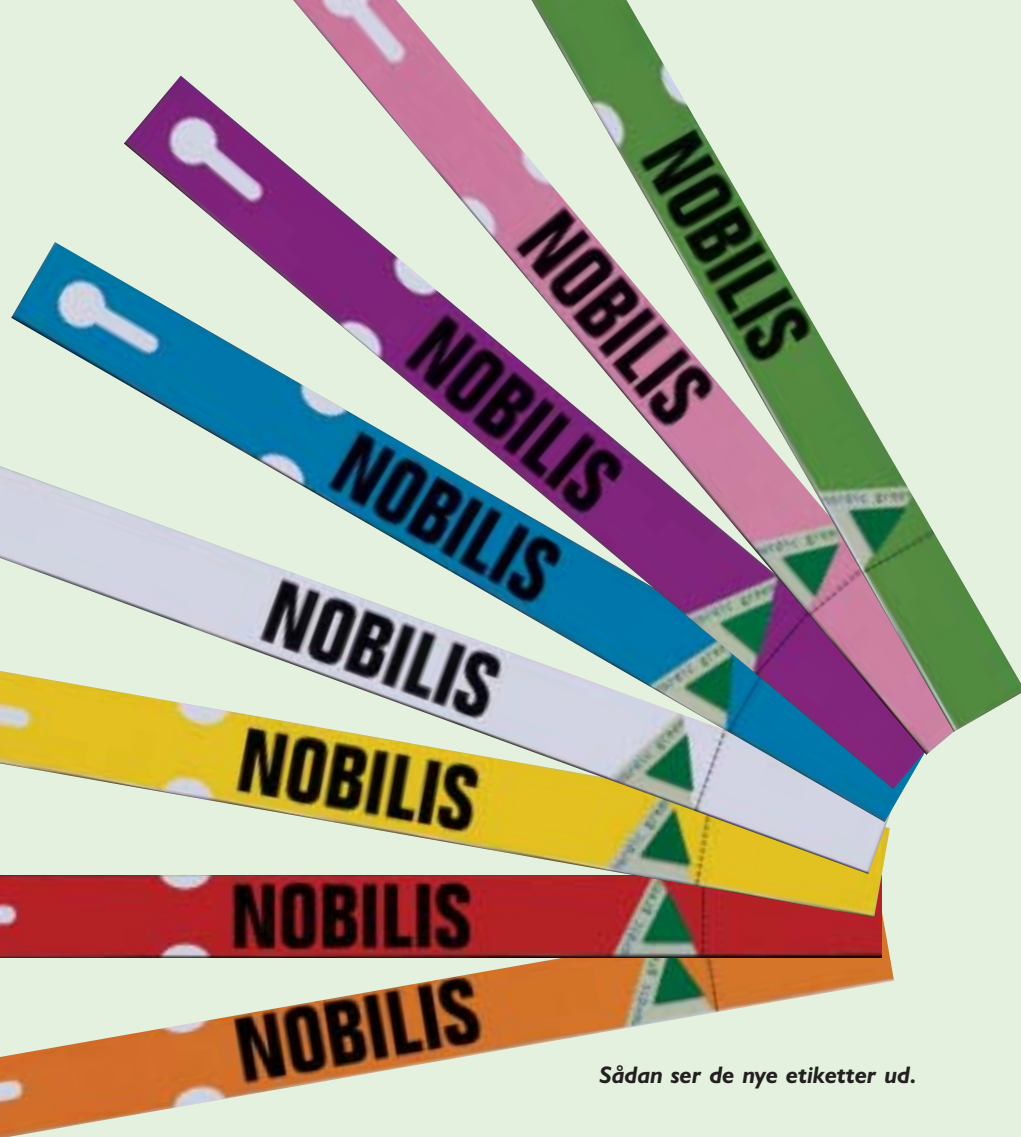
**Polsk entreprenørfirma Poland Forest Sp. z o.o. har etableret et dansk datterselskab Poland Forest ApS, som fremover vil tilbyde alle slags tjenesteydelser og vikarer indenfor skov- og landbrug samt bygge- og anlæg.**

**Alt arbejde udføres af medarbejdere med arbejds- og opholdstilladelser ansat på overenskomstmæssige vilkår.**

**Vi taler dansk og kan træffes på:**

tel. +48 602 137 022  
fax. +48 663 05 50  
mail: [pt@polandforest.pl](mailto:pt@polandforest.pl)

*Forsiden af brochuren, der præsenterer Norgic Green for florstbranchen i Tyskland.*



Sådan ser de nye etiketter ud.

Strukturen i dag ser imidlertid helt anderledes ud, idet både kæderne, østeuropæiske handels- og forarbejdningsvirksomheder samt store selvklip-handelsfirmaer har meldt sig på banen de sidste 10 år. Det betyder, at der både sorteres og klippes helt anderledes end tidligere, men også at der nu handles på kryds og tværs af de distributionssystemer,

som tidligere var enerådende på markedet. Og effekten har vist sig at være en helt ensidig fokusering på prisen som den eneste betydende parameter, når der skal handles klippegrønt i mellemeleddene.

Det er imidlertid paradoksalt, at uanset prisen på et kilogram klippegrønt, vil vær-

dien af råvaren i de færdige produkter kun udgøre en meget lille del af færdigvarens samlede værdi. Hovedomkostningen vil altid være tidsforbruget uanset (slut)produkttype. Det bekræftes igen og igen af de samtaler og undersøgelser, vi i foreningen foretager hvert år på det tyske marked ude i detailhandelsleddet. Og det er helt karakteristisk, at de virksomheder, som lever af detailsalg til forbrugere selv siger, at kvaliteten på den vare, de skal bruge til deres produkter er af langt større vigtighed end prisen pr. bundt klippegrønt. Selvfølgelig er man opmærksom på sin indkøbspris, men det er altså ikke den sidste euro pr. bundt, som er afgørende for om man køber varen eller ikke.

Udviklingen i distributionssystemet har derfor i virkeligheden gjort det betydeligt vanskeligere for både de mindre og de større detaillister - florister, blomsterhandlerne, gartnere og havecentre - at klare sig i konkurrencen mod de store kæder, for hvem kvalitet ikke er særligt afgørende. Og derved er efterspørgslen på det gode og velsorterede klippegrønt stille og roligt gået tilbage gennem de sidste 10 år. Det er denne situation, som vi nu må prøve at arbejde os væk fra igen.

### Stimulering af efterspørgslen

Såfremt man ønsker at øge efterspørgslen på de varer, hvor priserne er af mindre betydning, og hvor kvaliteten er afgørende for forarbejdningen, må man vælge de rette målgrupper. Her er gruppen af florister og blomsterforretninger et godt sted at begynde. Det er hos denne gruppe, at trenden for fremtidens dekorationer bestemmes. Og det er her, at der kan gøres noget ved det forholdsvis lille forbrug af de gode og først og fremmest velsorterede varer. Der eksisterer i Tyskland mere end 25.000 blomsterforretninger og florister, der omsætter produkter, som klippegrønt naturligt kan indgå

**Nordmannsgran - Nobilis - Rødgran  
- planter i udsøgte provenienser**

**AARESTRUP PLANTESKOLE**  
7470 Karup - Tlf. 86 66 17 90 - [www.skovplanter.dk](http://www.skovplanter.dk)

**PAKKELØSNINGER - NETOP**  
**SE NÅLEDrys NR. 53 S. 27**

**Compac Tree**

i. Hvis man stillede en målsætning op om, at disse i gennemsnit skulle øge deres samlede forbrug af den velsorterede klippegrøntvare med 100 kg. grønt, ville der kunne skabes en efterspørgsel på 2.500 tons. Beregningen er naturligvis overordentlig teoretisk, men det er trods alt en overskuelig opgave at nå ud til denne målgruppe med påvirkninger, der vil kunne øge interessen for klippegrønt generelt som råvare til produktion af nye interessante færdigprodukter. Og derved ville der med sikkerhed kunne skabes en øget efterspørgsel af et betydeligt omfang. Og da efterspørgslen vil gælde de gode og velsorterede varer vil det medføre en bevægelse i retning væk fra den ensidige fokusering på prisen, som eneste parameter.

Dette er grundideologien i den nyetablerede kampagne for klippegrøntet fra Danmark. Hvor vi i Original Nordmann afsætningsarbejdet har forsøgt at skubbe en forøget og forbedret afsætning ud igennem distributionsystemet via de danske og efterfølgende de tyske grossister, går vi altså her den modsatte vej. Via en såkaldt pull-strategi vil vi forsøge at skabe den efterspørgsel, der skal danne grundlag for, at et bedre prisniveau kan opnås på vores klippegrønt i fremtiden.

## De første tiltag

Som indledning til kampagnen er der i lighed med Original Nordmann varemærket for juletræerne udtænkt og registreret et varemærke, som med tiden skal kunne udvikle sig til et lige så stærkt brand. Det danske velsorterede klippegrønt vil fremover blive markedsført under logoet Nordic Green. Varemærket er som nævnt registreret og dermed beskyttet, og har allerede været ude i markedet for at blive præsenteret for de potentielle målgrupper.

Første præsentation fandt sted på den store floristik-udstillinger – IFLO Essen – i august 2006. Her blev der bygget en stand i samarbejde med den nationale tyske mester i floristik Harald Kehr. Standen præsenterede forskellige klippegrøntproduktioner på en ny og anderledes måde. Hensigten var først og fremmest at vise de besøgende på messen, hvordan man med en traditionel vare, som klippegrøntet jo er, kan producere utraditionelle løsninger i forbindelse med dekoration og udsmykning til jule- og adventstiden. Og modtagelsen hos floristerne var overordentlig positiv. Dels var reaktionen, at man generelt meget gerne ville arbejde mere med klippegrøntet som basisvare, og dels at man meget gerne ville have mere inspiration og flere ideer til interessante nye produktioner.

Med baggrund i de mange reaktioner fra IFLO er der nu blevet opbygget en adresse-database, som fremover vil blive betjent

med en udgivelse et par gange om året, hvor der vil blive skrevet om de emner, som floristerne gav udtryk for kunne have deres interesse. Udgivelsen kommer til at minde om Nordmann News, der i dag udsendes til over 8.000 modtagere. I starten vil Nordic Green News naturligvis have et noget mindre oplag, men i kombination med de modtagere fra Nordmann News databasen, som har udtrykt ønske om også at modtage Nordic Green News, bliver det alligevel et betydeligt antal modtagere allerede fra udgivelse nr. 1.

Og den første udgave af dette News blev så sendt på gaden i efteråret 2006. Hovedindholdet er en præsentation af klippegrønt som produkt, beskrivelser af idégrundlaget for Nordic Green klippegrønt og så helt dominerende – en lang række forslag og inspirationer til konkrete dekorationer og udsmykningstiltag for florister, dekoratører og blomsterbindere. Udgivelsen er karakteriseret ved at indeholde ganske meget billedmateriale således, at man virkelig kan se de muligheder, der ligger i at anvende klippegrøntet som basisvare i dekorationerne. Nordic Green News nr. 1 kan hentes [www.nordic-green.de](http://www.nordic-green.de) eller ved henvendelse til forfatteren.

Samtidig fortsættes samarbejdet med nogle af de trendsættende florister i Tyskland således, at kampagnen hele tiden kan være med til at sætte dagsordenen for, hvordan man skal arbejde med dekorationer i de kommende år. Det har som det næste skridt udmøntet sig i yderligere en udstilling, hvor klippegrøntet blev præsenteret i nye sammenhænge. På Europas største plante- og blomster-udstilling IPM i Essen i slutningen af januar måned var der derfor lavet en stand, som gik et skridt videre og viste, hvorledes klippegrønt også kan anvendes til dekoration og udsmykning udenfor juletiden, men derimod lidt mere generelt vinter- og forårsagtigt.

Standen var igen bygget op i samarbejde med Harald Kehr, men denne gang var der yderligere inddraget et større antal dekorationer udført af en såkaldt Meister-Schule fra Hamborg. Her var den hovedansvarlige underviser en florist kendt fra landsdækkende fjernsyn som Tv-gartneren. Som led i kampagnen havde han sammen med sine elever fået den "bundne" opgave, at udarbejde dekorationer med klippegrønt, som ikke skulle være specielt juleagtige, men derimod vise et bredere sigte. Og det må man sige var lykkedes over al forventning. Dekorationer udformet som parasoller, lig-



gestole samt forskellige forårsagtige borddekorationer, nogle næsten med påskeagtig stemning, var nogle af de eksempler, som fik folk til at stoppe op ved Nordic Green standen på messen. Der kunne igen konstateres en enestående interesse fra publikum, og der var rigtig mange, som ligefrem mente, at det var en af de allerflotteste og mest interessante stande blandt de mere end 1.400 stande på hele messen. Som et kuriosum kan bemærkes, at standen også blev flittigt besøgt af repræsentanter for de danske eksportfirmaer, som var til stede på messen enten som udstillere eller besøgende. Og også blandt disse var der ros til standen for den professionelle udformning samt det generelle initiativ, som forhåbentlig igen kan bringe klippegrøntet lidt mere i fokus blandt de forarbejdende kunder.

## Distributionsproblematikken

En af de store udfordringer for kampagnen er imidlertid også at hjælpe til at få genetableret den distributionsstruktur, som gør det muligt for de mindre forarbejdende kundetyper at købe de præsenterede klippegrøntvarer. Det er derfor af helt afgørende betydning, at hele den danske del af branchen spiller sammen med initiativet. Det betyder, at især de eksporterende virksomheder skal give de af deres kunder, som har funktioner i form af videresalg af de sorterede varer, mulighed for at kunne tilbyde de bedre produkttyper. Det kan således være nødvendigt at acceptere at skulle levere forholdsvis beskedne mængder af visse sorteringer i begyndelsen. Men det er afgørende for succes, at når efterspørgslen begynder at komme i form af forespørgsler fra

blomsterforretninger og florister, ja så er de tyske grossister også i stand til at levere den ønskede vare. Og det er desværre ikke altid tilfældet i dag. Det vil således være en målsætning, at man via Informationscentrum i Hamborg vil kunne få en henvisning til en forhandler i en hvilken som helst større by, hvor man kan finde de rigtige sorteringer i den rigtige kvalitet.



Für die besten Ideen

## Til juletræsfældning

**Brug denne maskine – skån dit helbred og bevar dit humør!**

- Sparer dig for at stå på hovedet under arbejdet.
- Sparer dine lunger for en masse udstødningssgas.
- Du kan ikke komme til skade ved fældeprocessen.
- Let at bruge – fælder op til 400 træer i timen ved normalt tempo.
- Klipper træer op til 15 cm Ø afhængig af frostgrader.
- Robust og driftssikker – arbejder ved hydraulik.
- Klipper helt ved jorden – kniven tåler jord og sten. Skal ikke files.
- Leveres også med hydraulisk træk på hjulene.
- Kræver ikke besværligt sikkerhedstøj.
- 4-takts Honda motor 3 eller 5,5 hk – ren udstødning og god lyd dæmpning.
- Minimale omkostninger til drift og vedligeholdelse.
- Snild og handy – nem at komme rundt med.
- Tilfredse brugere har i år 2004 fældet ca. 5 millioner træer med vore maskiner.
- Miljøet spares nu årligt for ca. 1 tons savkædeolie pr. høstdag.

Efter fældning af ca. 10.000 træer har du tjent maskinen ind ved sparet arbejds-løn og ved at sælge den stub du plejer at lade sidde i jorden – og med dit helbred i god behold!

**Kom og prøv – lån en video – se vores hjemmeside**



Fremstilling og salg:

**JØRGEN JENSEN**

Sønderbyen 1 . 9510 Arden . Tlf. 98 56 12 89  
www.nordmanniana.dk

## Varemærket Nordic Green

For at udbrede kendskabet til det nye varemærke er det planlagt, at de etiketter, som man i dag bruger til at mærke det sorterede klippegrønt, udstyres med et logo, som viser, at det her drejer sig om Nordic Green klippegrønt. Det er klart, at det især drejer sig om at få mærkene på klippegrønt af god kvalitet, idet Nordic Green varemærket i

**En smuk Nordmannsgran kommer ikke af sig selv**

**BOLS**  
**FORST**  
**PLANTESKOLE**

LØVETVEJ 30

8740 BRÆDSTRUP

TLF: 75 76 00 43

FAX: 75 76 02 04

E-MAIL: POST@BOLSFORST.DK

[www.bolsforst.dk](http://www.bolsforst.dk)

lighed med Original Nordmann er tænkt at skulle signalere god kvalitet. Men det vigtigste er, at det signalerer rigtig kvalitet. Det er således ligeså uanvendeligt for en blomsterbinder at stå med nogle rigtig gode blå mellemgrene, hvis han skal lave vasedekorationer, som det er for en kransbinder, der vil producere spidsbundne adventskranse at stå med de flotteste blå og blågrønne dekorationsgrene. Det afgørende er derfor, at man får den rigtige kvalitet og sortering til sin produktion. Og det er først og fremmest det, som skal sikres med varemærket Nordic Green. Det skal altså handle om en korrekt sorteret vare specifikt til de enkelte kunders behov. Og derfor skal sådanne partier udstyres med en klippegrøntetiket, der viser, at her har man fået en sådan vare.

Derimod er det helt uinteressant at mærke de store uensartede partier, som klippes med henblik på at holde en så lav pris på en så stor mængde som muligt. Disse partier bliver i dag sjældent eller aldrig mærket med etiketter, og det er heller ikke tanken at gøre noget for at ændre den adfærd. På den måde kan der i løbet af en periode af kortere eller længere varighed opbygges et varemærke, som giver de forarbejdende industrier og virksomheder en sikkerhed og tryghed for den rette vare. Og sikkerhed og tryghed er penge værd for enhver virksomhed. Derfor vil det på sigt også kunne udmøntes i prisen, der dermed igen kan gøre det til en god forretning at være klippegrønt-producent i Danmark.



## SCHAUMANN PORTALTRAKTOR



3-hjuls træk, frihøjde 2,4 m, trinløs justerbar bredde 2,0-3,0 m (udv. dæk)  
37 HK dieselmotor, trinløs kørehastighed 0-12 km/t, 5 liftophæng  
redskaber som bundklipper, gødningsudlægger og sprøjteskærm kan også leveres

### Maskinfabriken SCHAUMANN

v/ Hugo Kaas-Pedersen

Landevejen 19, DK 5882 Vejstrup, Telefon 62 28 12 78, Fax 62 28 12 68,  
e-mail: [schaumann@schaumann.dk](mailto:schaumann@schaumann.dk), homepage: [www.schaumann.dk](http://www.schaumann.dk)

## Har du tænkt på gødning til dine juletræer?

Binadan har en gødning både til økologisk og traditionel brug

**Binadan naturgødning NPK 5-2-4**

**Bina-skov NPK 10-3-12 + 1mn**

**Bina-sport NPK 13-2-9 + Mg lugtfri**

**Bina-park NPK 9-2-7 lugtfri**

Alle gødninger har et rigt indhold af mikronæringsstoffer  
Se hele vores program på **[www.binadan.dk](http://www.binadan.dk)**



### FOX MOTORI RYGSPRØJTER

Batteri drevne

Til udbringning af:

- Ukrudts- & insektmidler
- Topskudsregulering af juletræer
- Omrøring i tanken
- Op til 8 timer på en opladning

(Pris fra: 1695,- ex. moms)



K.S. Jeppesen Tlf/Fax: 86 99 55 21 Bil: 40 52 55 21

Frisbækvej 5 · 8766 Nr. Snede · Tlf. 7577 0211 · Fax. 7577 0280  
Mail: [binadan@binadan.dk](mailto:binadan@binadan.dk) · Hjemmeside: [www.binadan.dk](http://www.binadan.dk)