Gang i Eksporten
Et udviklingsprogram for små og mellemstore virksomheder i juletræsbranchen

Af Henrik Mainz, Dansk Juletræsdyrkerforening

Med finansiering fra Erhvervsfremme Styrelsen har foreningen søsat et program, der skal dygtiggøre medarbejdere i små og mellemstore virksomheder indenfor eksportområdet.
I samarbejde med et professionelt eksportkonsulentbureau tilbyder vi en række af vores medlemmer en kursusrække, der har til hensigt at uddanne medarbejdere til at begå sig professionelt på eksportmarkedet.

Baggrund

En udvikling, der gennem de seneste 4 år har medført en markant forringelse af indtjeningsevnen for de danske juletræsproducenter, har sat gang i en stigende aktivitet hos producenter for at forsøge den direkte eksport. Flere og flere producenter går nu direkte til de udenlandske opkøbere i et forsøg på at opnå en del af den avance, der ligger i den del af distributionskæden, der starter ved den danske grossist. Det medfører, at de virksomheder, der i forvejen opererer på markederne, oplever, at en række af disse nye eksportører optræder ganske uprofessionelt. Det gælder både vedr. prissætning, handelsbetingelser og meget andet. Adskillige af vores medlemmer har derfor opfordret foreningen til at tage dette emne op.
Hvis den eneste salgsparameter, man anvender i sin markedsføring, er en billigere pris end de traditionelle salgskanaler, opnår man måske en beskeden gevinst på kort sigt, men generelt er man således med til at mindske de indkøbspriser, som de udenlandske aftagere er vant til at betale i Danmark. Det er til skade for hele den danske prisstruktur. Det er således nødvendigt, at man som eksportør kender sin rolle og sine opgaver som led i en længere distributionskæde.
Da det samtidigt i forbindelse med den stigende internationalisering bliver lettere og lettere at gennemføre konkret salg ud af landet, er behovet for konkret viden i høj grad til stede, og det er således i hele branchens interesse, at en hvilken som helst

eksportør, der opererer på markedet optræder så professionelt og seriøst som muligt.

Programmet

Eksportudviklingsprogrammet er udformet som en kursusrække bestående af et antal moduler, der hver især beskriver en række af de forhold, man som eksporterende virksomhed møder. Modulerne er emneopdelte, men grundigt udarbejdet med henblik på netop pyntegrønt- og juletræsbranchen. Således er emner som markedsanalyser, risikoafdækning, markedsføring, prissætning og distributionssystemer eksempler på temaer, der tages under behandling. Herudover tages der specifikt også fat på de traditionelt store danske eksportmarkeder. Eksempelvis gennemgås Tyskland som marked med focus på muligheder, konkurrenter, efterspørgsel økonomi m.m.

I tilknytning indeholder programmet for hvert deltagende firma en personlig sparring med eksportudviklingskonsulenten, hvor den enkelte virksomheds potentialer og muligheder bliver kortlagt. Her er der også mulighed for at anvende konsulenten direkte til praktisk eksportarbejde.
Programmet har kørt siden oktober 1999 og er ved indgangen til februar måned halvvejs gennem forløbet, som forventes afsluttet omkring april måned. Der er således god mulighed for at anvende den nyerhvervede viden i forbindelse med sæsonen 2000.

Er programmet nødvendigt?

Der har været megen debat om det hensigtsmæssige i at uddanne flere eksportører på et i forvejen overfyldt marked. Det har blandt andet lydt som argument, at man som producent skulle holde sig til det, man var bedst til - nemlig at producere, hvorefter dem, der er gode til at sælge, kan gøre det. En forlængelse af denne argumentation ville vel så betyde, at de firmaer, der er gode til at sælge ikke bør producere, for her ligger deres ekspertise ikke. Sådan kan man efter vores mening ikke ræsonnere. Med 4000 producenter i Danmark vil der altid være behov for et grossistled, der på seriøs vis kan samle produkterne op og eksportere dem til gavn for såvel grossistfirmaet selv og leverandørerne. Tilgangen til eksportmarkedet sker imidlertid under alle omstændigheder i et samfund under fortsat internationalisering. Det er derfor vigtigt, at en hvilken som helst konkurrent på markedet kender sin rolle og sine opgaver. Det eksisterende eksportled har derfor stor interesse i at dette program gennemføres med så godt resultat som muligt, idet deres indtjeningsmuligheder er direkte afhængige af den adfærd, der ligger i eksportindsatsen blandt den samlede mængde af eksportører. En seriøs konkurrent vil altid være bedre end en useriøs. Juletræsdyrkerforeningen vil derfor fortsætte bestræbelserne på at professionalisere det uundgåelige, nemlig at flere producenter handler direkte med udlandet, idet vi forsøger at etablere yderligere et program til gennemførelse i det kommende halvår. Erfaringerne fra det første program vil naturligvis komme det efterfølgende til gode, men allerede nu må det siges, at der er så gode resultater af det hidtidige gennemførte, at Erhvervsfremme Styrelsen ser velvilligt på yderligere bevillinger.

Figur 1. Informationsbrochure udgivet af Dansk Juletræsdyrkerforening i forbindelse med "Eksportudviklings programmet".