

Priser på juletræer

Af Kaj Østergård, Dansk Juletræsdyrkerforening

Det er velkendt for de fleste producenter, at priserne i de sidste par år har været under pres, og at de vejledende priser, som tidligere har virket efter hensigten, ikke har kunnet holde. De fleste producenter har samtidig svært ved at forstå, at den pris, der handles til i skoven, bliver forøget med faktor 3-4, når træet sælges til slutbrugeren. Denne artikel vil se på nogle af de forhold, der styrer prisdannelsen.

Sorteringsvejledning

Det første grundlag for prisfastsættelse er en kvalitetsbestemmelse. Den grundlæggende mening med sorteringsfastsættelse er at fastlægge kvalitetsniveauer, således at de handlende og slutbrugeren kan få objektiv viden om, hvor godt det konkrete produkt er i forhold til det samlede udbud af varer indenfor samme produktklasse. Ser vi på de sorteringsvejledninger, vi har anvendt i Danmark, kan disse beskrives således:

Indtil 1987

Her anvendte man en tredeling. Klasse I, II og III. Klasse III blev også i daglig tale kaldt supermarkedstræer. I 70'erne og begyndelsen af 80'erne blev disse klasser anvendt i hele distributionskæden, men hen i 80'erne sås en udvikling, der dels gik i retning af færre og færre klasse I træer, ligesom kvalitetsfastsættelsen i skoven ikke fulgte træet på dets videre færd frem til slutbrugeren. Dette medførte behov for nytænkning.

1987 - 1996

Producenter blev enige om at se på, hvad slutbrugeren kunne adskille. Dette medførte, at man indførte prima- og sekundsorteringen. Gennem systematiske markedsbesigtelser var det nemlig blevet klarlagt, at de gamle klasse I, klasse II og ca. halvdelen af klasse III træer faldt i kundernes smag, og at der indenfor disse typer kunne findes købere til alle træer. Disse blev derfor kaldt prima. Sekunda var så resten - træer der kunne sælges billigere med henblik på at vinde markedsandele fra rødgran og blågran. Denne sorteringsvejledning virkede godt i den lange årrække, hvor eksporten af nordmannsgrantræer steg fra ca. 1 mio. stk. til over 6 mio. stk.

1996 -

I løbet af 90'erne blev det internationale



samarbejde i den europæiske juletræsdyrkerforening intensiveret. Noget af det første, man forsøgte at få fælles indstilling til, var en europæisk sorteringsvejledning - ikke blot for nordmannsgran, men en generel sorteringsvejledning for alle træarter. De danske repræsentanter prægede dette arbejde, men blev presset til at medtage en uklassificerbar gruppe. Der blev således lagt op til, at vi igen skulle have tre klasser - nemlig prima, sekunda og træer uden for de to klasser. I Danmark tolkede vi dette som en fortsættelse af prima/sekunda sorteringen. Imidlertid er en international sorteringsvejledning jo først effektiv, når den tolkes og bruges på samme måde i de lande, der har været med til at udarbejde den. Det viste sig, at tolkningen var mere restriktiv i Danmark end i de øvrige lande i Europa. Dette medførte både i 1997, men navnlig i 1998, at sorteringssammensætningen i de danske kulturer undergik store forandringer. I kulturer, som vi tidligere ville sortere med 60% prima, indeholder nu kun 20% prima. Samtidig faldt udbytteprocenter for prima-sekunda, og skulle vi opnå samme udbytteprocent, måtte vi sælge 10-30% som uklassificerbare træer. Hovedparten af disse hørte tidligere hjemme i sekunda sorteringen.

Prissystemer

I et frit marked vil det være de frie markeds kræfter, der fastsætter prisen. Der er skrevet

og sagt meget om udbud-efterspørgsels-systemet, og jeg skal derfor ikke gentage de tidligere artikler her i bladet om dette emne. Imidlertid kræver disse markedsmekanismer, at udbuddet er kendt. På dette felt har vi i de sidste seks til ti år oplevet temmelig mange udbudsanalyser. Er der noget, der er svært er spå om - er det fremtiden. Analyserne har heller ikke ramt rigtigt, men de har været med til at vise en trend, og herigennem har de påvirket ovennævnte markedsmekanismer på godt og ondt. Efterspørgslen har også været genstand for analyser, og der burde derfor være synlighed i udbud og efterspørgsel. Men vi glemmer, at vi har med et naturprodukt at gøre, og at produktionens kvalitet og mængde er underkastet klimatiske faktorer. Ligeledes har det været vanskeligt at vurdere, om det er muligt at åbne nye markeder for danske juletræer. Selv om vi vurderer, at der er muligheder på nye markeder, kræver det en stor indsats at starte salg og markedsføring, og har vi de økonomiske og menneskelige ressourcer dertil?

Bruttoprissystemet var tidligere anvendt i Danmark. Formålet hermed var at opnå stabile og gennemskuelige priser samt at have et effektivt styremiddel vedrørende avancer m.m. Systemet virkede på den måde, at der blev udgivet en forhandlet bruttoprisliste. Samtidig udarbejdedes der en grossistliste. Grossistlistens firmaer kunne købe til bruttopris minus 25%, og de skulle i deres videre salg sælge til minimum bruttopris. Avancen var hermed lagt fast. Systemet virkede meget stabiliserende, idet grossistfirmaer, der solgte for billigt - under bruttoprisen - fik påtale, og til tider truet med ikke at komme med på grossistlisten næste år. Det virkede. Der var dog problemer med producenter, der i direkte handel solgte under bruttoprisen, men da mængderne i disse handel ikke var store, kunne systemet tåle det. Samtidig må det som en negativ følge af bruttoprissystemet siges, at nye grossistfirmaer havde svært ved at starte. De skulle jo bevise deres livskraft ved at købe ind til højere priser end konkurrenterne. Bruttoprissystemet begyndte at krakelere, da grossistforeningen blev opløst. Herigenem savnedes der et forum til at drøfte priser og avancer. Samtidig var de eksporterede mængder blevet så store, at grossistavancen på 33% af indkøbsprisen var for stor. Avancestrukturen ændredes til det nuværende

niveau på 15-20%. Bruttoprissystemet er afløst af et nettoprissystem, hvilket vanskeliggør et gennemsnigt marked, og producenterne har svært ved at gennemføre differentiering ved salg til forskellige købere.

Prisdifferentiering er grundlæggende at sælge den samme vare dyrt til "de rige" og billigt til "de fattige". I dag er forskellen på rig og fattig ikke stor, og skal systemet overføres til juletræsproducenten, er det nødvendigt med en anden og mere objektiv opdeling. Prisdifferentiering kan derfor kun anvendes, såfremt der sker en geografisk opdeling, en opdeling efter købers egenskaber i form af aften mængde, service og lign.

Dette leder tankerne hen på Activity Based Costing, som er den moderne form for differentierede priser i producentledet. Systemet er beskrevet på udmærket vis af Lars Kærboelling i to artikler i PS Nåledrys nr. 27

Markedsbesigtigelser

Dansk Juletræsdyrkerforening har lige siden dannelsen i 1984 udført markedsbesigtigelser som en vigtig del af foreningens virke. Formålet hermed er at få større gennemsnitlighed i markedet, at kunne give medlemmerne information om, hvordan varerne modtages og behandles samt at få et indtryk af prisdannelsen i de forskellige distributionsled. Ligeledes danner markedsbesigtigelserne baggrund for overordnede overvejelser vedrørende markedsførings tiltag og samarbejds muligheder med udenlandske distributører.

De prisoplysninger, vi på denne måde kan indsamle, er vigtige både ved prisdrøftelse med henblik på at udgive vejledende priser,

men også vigtige, når medlemmer ønsker at sælge til andre led end det danske grossistled. Herudover giver markedsbesigtigelserne information om de omkostningsfaktorer, der hører med til en samlet vurdering af prisstrukturen.

Også i 1998 har vi været ude at se på markederne. Som der løbende er blevet informeret om i "Korte Meddelelser", har de traditionelle studehandlere klaget over, at en større andel af handelen sker gennem kædeforretninger indenfor byggeri, plantehandel og dagligvarehandel. Her sælges træerne billigt, dels fordi man ønsker at bruge juletræet som trækplaster, så der kommer flere kunder til de ordinære varer, og dels fordi man kan udnytte personale og ledig butikspads i en periode, hvor der traditionelt er mindre handel med f.eks. byggevarer. Vores observationer af dette fænomen viste imidlertid, at selvfølgelig findes der billige træer i disse kædeforretninger, men mængden er lille. Derimod har samtlige de kædeforretninger, vi besøgte, juletræer af alle kvaliteter, og de bedre kvaliteters priser var ikke væsentligt lavere end på de sædvanlige studepladser. Ser vi generelt på det tyske marked, som er det vigtigste for Danmark, er prisobservationerne som tabel 1.

Træart	Gennemsnitlig pris kr./meter (1DM=3,84kr)	Variationsbredde kr./meter
Nordmansgran	115	95 - 154
Blågran	77	
Rødgran	38	

Tabel 1. Prisobservationer for det tyske marked i sæson 1998.

Generelt kan det siges, at ovennævnte priser gælder for en blanding af prima og standard træer. Kun ganske få steder sælges der i sorteringsopdelte klasser.

Priskalkulation

Det er velkendt, at den nye konkurrencelovgivning indsnævrer mulighederne for at styre priserne. Der lægges op til, at der ikke længere må forhandles eller aftales priser, selv om dette sker mellem vertikalt adskilte parter. Dagspressen indeholder hyppige eksempler på kartellignende aftaler, der nu bliver sat i gabestokken. Behovet for at kalkulere priserne bliver derfor i fremtiden større og større. Når der skal udføres kalkulation, kan dette ske på forskellig måde. Udgangspunktet kan være omkostningsopgørelse i selve produktionsleddet, men vi kan også tage udgangspunkt i den pris, vi mener, slutbrugeren er parat til at betale.

Vi vil forsøge at give et eksempel på den sidstnævnte metode, og vi vil tage udgangspunkt i de observerede priser fra 1998. Gennemfører vi kalkulationen for et nordmannsgran træ i højdeklassen 1,75 - 2,00 og kvalitetsmikset prima/sekunda (forholdet 35/65), ser resultatet ud som vist i tabel 2.

Ser vi på dette eksempel, vil en del måske sige, at de nævnte omkostninger og avancer er forkerte, men selv om vi har regnet galt på nogle af posterne eller glemt andre, viser eksemplet dog, at der burde være plads til en større pris til den danske producent. Sammenholdes den kalkulerede pris for mikset prima/standard - 35/65 - i højdeklassen 1,75-2,00 med de vejledende priser på ca. 79 kr. og de faktisk handlede priser i



Salgspris på stadeplads kr./træ		215
Omkostninger for stadehandler		
-tysk moms	15	
-leje af salgsplads	5	
-indretning af plads	8	
-forbrugsmaterialer	8	
-annoncering	5	
-løn til personale	20	
-avance og risiko	25	
I alt omkostninger stadehandler	86	-86
Transport fra Danmark og internt		-13
Omkostninger i grossistled	9	
Avance til dansk grossist	16	
I alt omkostninger grossistled	25	-25
Salgspris hos producenten		91

Tabel 2. Teoretisk udregning af producentens salgspris for et nordmannsgran juletræ, kr./træ.

1998 på vel ca. 70 kr., er der stadig plads til såvel fejlmargen i kalkulationseksemplet og en højere pris til producenten.

Afslutning

Dansk Juletræsdyrkerforening vil fremover intensivere arbejdet med at skaffe grundlag for at kalkulere priser som i ovennævnte eksempel. Ligeledes vil vi fortsætte vores arbejde med at indsamle og bearbejde såvel markedsinformationer som viden om produktionsomkostningerne i producentledet. Herigennem kan fremtidige kalkulationsmetoder forfines og derved danne grundlag for seriøse samhandelsdrøftelser mellem producent og grossist.

FINITO-LET



**Gødnings-
maskine til
punkt-
gødning
af
jule-
træer!**



Telefon 86 94 35 19

TopProtect



Den enkle løsning - mod Fugleskader på Nordmannsgran topskud

Tiden hvor man kan sælge Nordmannsgran uden top er definitivt forbi - så bestil derfor nu i god tid

TopProtect fuglepind.

TopProtect - er nem at sætte på

- er skånsom mod træet
- er billig
- yder effektiv beskyttelse
- kan genbruges

Ring eller fax venligst for yderligere information.



Maglesø Plantage, Maglesøvej 77, 4300 Holbæk, Tel: 59183001, Fax 59183436