

# Hvad vil medlemmerne med Pyntegrøntsektionen? – Resultatet af forårets medlemsundersøgelse

Af Jøns Dalum og Jens Søgaard Jacobsen, Pyntegrøntsektionen

Alle medlemmer af Pyntegrøntsektionen modtog i april et spørgeskema vedrørende den fremtidige prioritering af sektionens opgaver.

Undersøgelsen blev forelagt Sektionens bestyrelse i maj.

I figur 1, som er en del af spørgeskemaet, er der på baggrund af samtlige svar angivet, hvad medlemmerne mener om de enkelte aktivitetsområder.

Tallet til venstre i kolonnen ved hvert punkt angiver i procent omfanget af medlemmer, som ønsker aktiviteten "forøget". Tallet i midten angiver den procentdel, som finder, at Sektionens nuværende niveau er "passende". Til højre angives den procentvise andel, som ønsker aktiviteten "formindsket".

Der er tale om relative procentsatser, d.v.s. hvis sammenlægningen af talkolonnen ikke giver helt 100 procent, er det fordi nogle ikke har besvaret spørgsmålet.

Som det kan ses af figur 1, er der generelt en fin overensstemmelse mellem Sektionens faktiske aktivitetsniveau og medlemmernes prioriteringer.

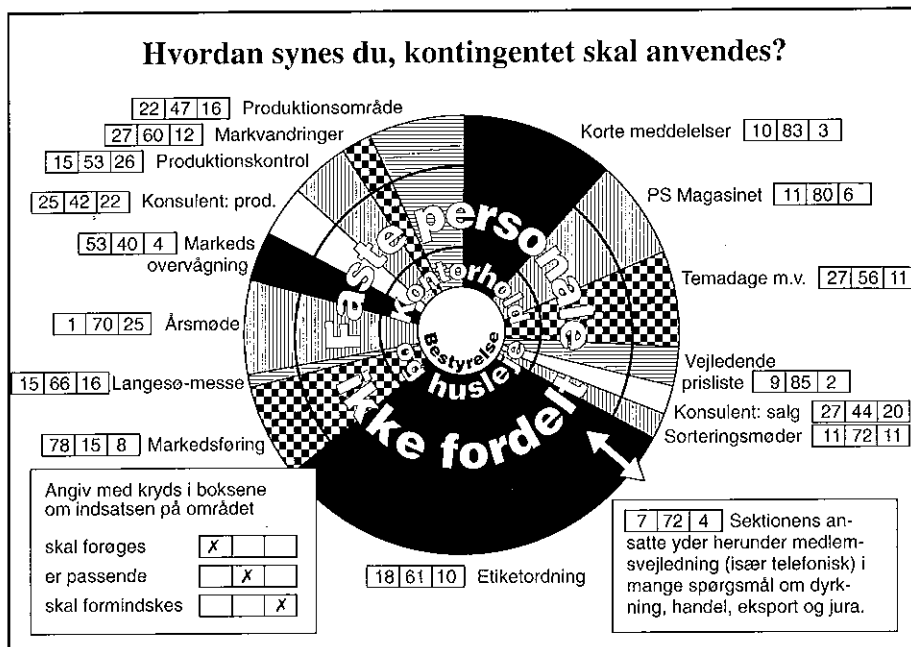
Særlig på områderne: årsmøde, Langesø-messe, korte meddelelser, PS magasinet, vejledende prisliste, sorteringsmøder samt medlemsvejledning, er der stor konsensus, idet mere end to-tredjedele finder, at niveauet er "passende".

På de områder, hvor "passende" rubriken ikke er helt topscorer, er der i reglen en lige stor procentdel, som ønsker niveauet henholdsvis "forøget" og "formindsket", hvorfor man – specielt som ansat i Sektionen – ikke kan tolke resultatet anderledes end, at der så alligevel er ramt nogenlunde plet rent opgavemæssigt.

Undtagelserne herfra er markeds- overvågning og markedsføring, hvor 53 og 78 procent ønsker aktiviteten forøget. Med hensyn til markeds- overvågning, skal det bemærkes, at der trods alt er 40 procent, som finder, at niveauet er "passende", men under alle omstændigheder er det et område, som skal justeres i forhold til medlemmernes behov.

Vedrørende markedsføring er det et helt utvetydigt ønske blandt medlemmerne, at området opprioriteres.

Pyntegrøntsektionens markedsføringsindsats er rent faktisk blevet intensiveret i de sidste år – men bare ikke nok. Eti-



Figur 1: Medlemmernes ønsker til kontingentanvendelse. For hver aktivitet angives det relative antal, der har sat kryds ved om indsatsen på området hhv. skal forøges, er passende eller skal formindskes.

kette-ordning, brochuremateriale, Frankrigs-projekt, internationalt nyhedsbrev, pressekampagne i Tyskland, homepage på Internettet, samarbejde med eksportører, m.m. er eksempler på markedsføringsaktiviteter, som igennem de sidste år er iværksat for Pyntegrøntsektionens egne begrænsede opsparede midler.

Dette har fra bestyrelsens side været en bevidst politik at "bygge bro" mellem finansiering af de nuværende nødvendige markedsføringsudgifter, indtil disse senere finansieres af produktionsafgifter.

Men, som nævnt, dette er langtfra nok. Med etablering af produktionsafgifterne er der dog lys forude. Der vil i fremtiden være langt flere midler tilstedede til markedsføringsmæssige formål. Midler, som Pyntegrøntsektionen kan ansøge om på lige fod med andre.

Alle i branchen – og i særdeleshed i Pyntegrøntsektionen – er enige om, at intensiveret markedsføring er et af de vigtigste elementer i afsætningen af det næste årtis forventede store udbud af såvel juletræer som klippegrønt.

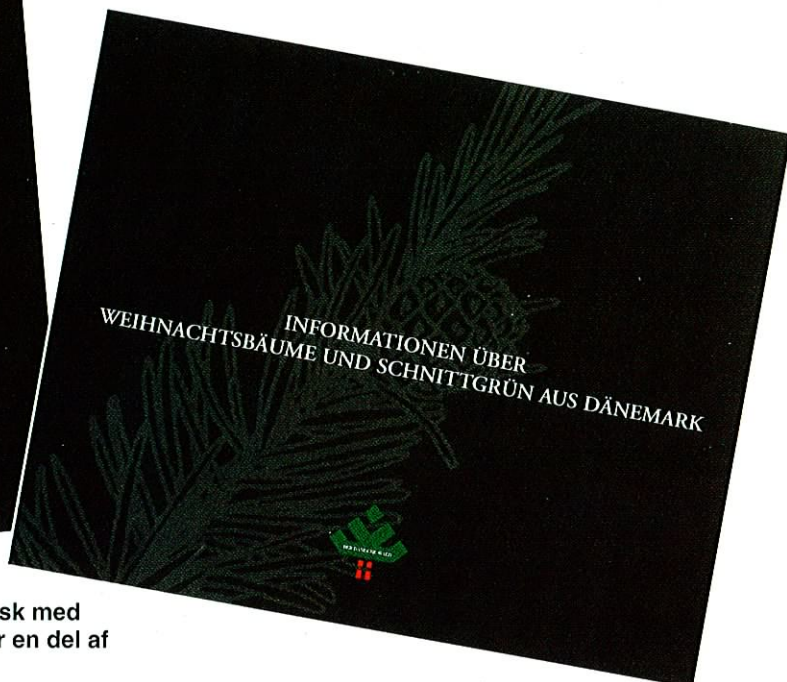
## Medlemmernes holdning til nye opgaver.

Et er imidlertid holdningen til de nuvæ-

rende opgaver, medens holdningen til nye opgaver kan være noget helt andet. På spørgsmålet om "andre opgaver" som Pyntegrøntsektion bør bruge kræfter på mener 72 procent – ikke overraskende – at der skal bruges øgede kræfter på

ANDRE OPGAVER	
MARKEDSFØRING	"JA" 72%
DYRKNING	"JA" 60%
ANDET	"JA" 7%
HØJERE KONTINGENTER	"JA" 12%
FRIVILLIGE BIDRAG	"JA" 9%
OBLIGATORISK PROD.AFGIFT	"JA" 76%
– PÅ PLANTER	"JA" 47%
– PÅ KULTURAREALER	"JA" 7%
– PÅ PRODUKTIONS-AREALER	"JA" 18%
– PÅ ANDET	"JA" 10%
OPGAVERNE MÅ VENDE	"JA" 9%

Figur 2: Medlemmernes holdning til nye opgaver.



Figur 4: De internationale nyhedsbreve på engelsk og tysk med baggrundsartikler om fordelene ved danske produkter er en del af Pyntegrøntsektionens markedsføringsaktiviteter i 1996.

SPØRGSMÅL	Under 5.000 træer	Over 5.000 træer
PRODUKTIONSOMRÅDE	42%	54%
MARKVANDRINGER	58%	68%
PRODUKTIONSKONTROL	56%	46%
KONSULENT: PRODUKTION	42%	36%
MARKEDSOVERVÅGNING	45%	29%
ÅRSMØDE	67%	79%
LANGESØ-MESSE	78%	50%
MARKEDSFØRING	11%	25%
ETIKETORDNING	62%	61%
KORTE MEDDELELSER	80%	96%
PS MAGASINET	80%	82%
TEMADAGE M.V.	60%	54%
VEJLEDENDE PRISLISTE	85%	82%
KONSULENT: SALG	42%	43%
SORTERINGSMØDER	75%	71%
SEKTIONENS MEDARBEJDERE	80%	64%
ANDRE OPGAVER		
MARKEDSFØRING	69%	75%
DYRKNING	56%	61%
ANDET	7%	7%
HØJERE KONTINGENTER	7%	21%
FRIVILLIGE BIDRAG	5%	18%
OBLIGATORISK PROD.AFGIFT	84%	68%
- PÅ PLANTER	56%	32%
- PÅ KULTURAREALER	9%	4%
- PÅ PRODUKTIONSAREALER	15%	25%
- PÅ ANDET	15%	4%
OPGAVERNE MÅ VENDE	7%	11%

nye markedsføringstiltag, d.v.s. opgaver i stil med Sektionens Frankrigs-projekt. (Se figur 2).

Af emner til markedsføringsopgaver nævnes bl.a.: Østeuropa, Tyskland, danske træers miljømæssige fortrin, Italien, Spanien, Østrig, vejledende priser, større samarbejde med grossister, hjemmemarked, Sverige, Norge og Sydeuropa.

60 procent mener, at Sektionen skal tage sig af nye dyrkningsmæssige opgaver, f.eks. miljøvenlige juletræer, medens kun 7 procent, mener at Sektionen skal beskæftige sig med opgaver udover de to nævnte områder.

Af dyrkningsmæssige emner foreslås bl.a.: frostresistente træer, ukrudtsbekæmpelse, videnformidling i Danmark, miljø og økologi, dyrkningsmetoder, mekanisk renholdelse, alternativ renholdelse, vegetativ formering, afskærmet sprøjtning, nye produkter, lobbyarbejde vedrørende bekæmpelsesmidler, håndtering af øgede mængder og logistik.

Det er desuden yderst positivt, at medlemskredsen er enige i, hvordan de kommende opgaver skal finansieres, idet hele 72 procent mener, at "andre opgaver" skal finansieres over en obligatorisk produktionsafgift.

Af besvarelserne ses i øvrigt, at mange havde foretrukket en produktionsafgift baseret på plantematerialet, hvilket fra første færd også var Pyntegrøntsektionens foretrukne model. Dette har imidlertid været politisk umuligt, og afgiften

Figur 3: "Store" og "små" medlemmers holdning til opgaver. Opdelingen er sket ud fra størrelsen af produktionen af juletræer i 1995.



bliver i stedet baseret på produktionsarealerne, som omtalt i dette blads leder. Medlemmerne er ligeledes helt enige i, at der nu skal ske "noget", eftersom kun 9 procent mener, at opgaverne bør vente.

### Fin overensstemmelse mellem "små" og "store" medlemmer

En bearbejdning af materialet med henblik på at vise en eventuel forskel mellem større og mindre producenters holdninger, dokumenterer – meget positivt – en fin overensstemmelse mellem de to grupper.

Definitionen på om man er en stor eller mindre producent, er i denne forbindelse sat ud fra, om svareten har angivet sin produktion som værende over eller under 5.000 træer i 1995. Der er til denne opdeling set bort fra produktionen af klipgrønt, som efter vores vurdering ikke

vil forrykke billedet i nævneværdigt omfang.

Det kan konstateres af figur 3, at de eneste steder, hvor der er mere end 15 procent forskel i medlemsandelen, som bakker op om, at opgaverne prioriteres "passende" er vedrørende markedsovervågning, hvor 29 procent af de større producenter finder, at niveauet er "passende", mens af de mindre synes 45 procent, at opgaven løses "passende".

Desuden kan det nævnes, at hele 78 procent af de mindre producenter finder, at Pyntegrøntsektionens deltagelse i Langesø-messen var "passende", medens andelen hos de større producenter er 50. Ifølge baggrundsmaterialet er der dog ca. 25 procent på henholdsvis "formindsket" og "forøget" deltagelse i Langesø-messen.

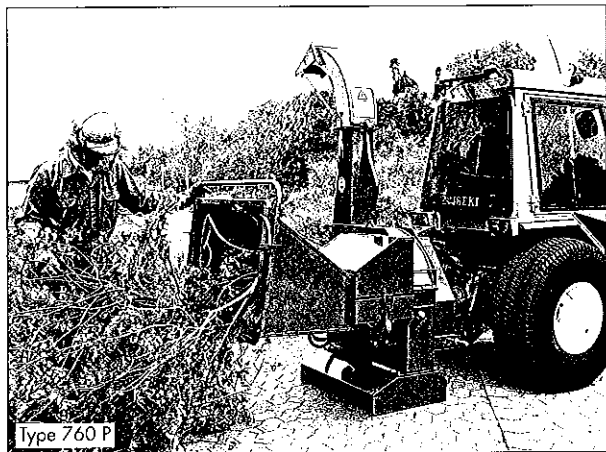
Hele 96 procent af de større producenter mener, at omfang og niveau af Korte meddelelser er "passende", mens andelen

hos de mindre producenter er nede på 80. Her er der ifølge baggrundsmaterialet i øvrigt 15 procent som mener, at Korte meddelelser skal "forøges".

Med hensyn til de kommende opgaver kan det igen konstateres, at der både blandt større – og især blandt de mindre producenter, er meget stor tilslutning til produktionsafgifternes gennemførelse. Det skal i denne forbindelse bemærkes, at enkelte af de større producenter tilsyneladende er mere indstillet på i stedet at betale højere kontingent, men disses villighed overfor Sektionen skal altså fremover tilgodeses den kommende produktionsafgiftsfond.

I alt 89 returnerede skemaet, svarende til 14 procent af sektionens medlemskreds. Dette er ganske vidst en lidt skuffende svarprocent, men tilstrækkeligt til at der gives et reelt billede af medlemmernes ønsker.

## TP FLISHUGGERE



type 760 P

- \* Til traktorer fra 20-80 HK.
- \* Fås også trailermonteret med egen motor, indregistreret til 70 km/t.
- \* Er særlig velegnet til afklip og fraskær fra pyntegrøntproduktion.
- \* Klarer træer op til 14 cm i diameter.
- \* Ekstra stor tragte med sikkerhedsbøjle.
- \* Opfylder arbejdstilsynets sikkerhedskrav.

Rekvirér brochurer og prislister hos din maskinhandler eller direkte hos os. Vi kommer gerne og demonstrerer.

# LINDANA A/S

Ølholm Bygade 70 · Ølholm  
DK - 7180 Tørring  
Telf. 75 80 52 00  
Telefax: 75 80 54 11

- Flere knopper -end Ambrolauri (FSL)\*
  - + Flere grene -end Ambrolauri (FSL)\*
  - + Færre aksekskader -på en delt 4. plads ud af 44 (FSL)\*
  - + Bedre vinterfrostresistens -end Ambrolauri
- 
- = Flere juletræer!

\* Se Forskningscenteret for Skov & Landskabs videnbreve marts og august 1994.

## Ryegaard Skovbrug sælger Danske nordmannsgranplanter

Afkom af Ryegaard. 8c er tilpasset klimaet i Danmark og der er ingen omveje fra frøbevoksning til juletræsdyrker. Frøbevoksninger, afkom og planter kan bestilles efter aftale.

### RYEGAARD SKOVBRUG

Munkholmvej 95, 4060 Kirke Såby  
tlf/fax: 4640 6032, mobil: 3045 7932  
Att.: Johan Scheel