

Nepenthes' salg af økologiske juletræer

Af biolog Anne-Sofie Forfang, Regnskovsgruppen Nepenthes

Økologiske juletræer blev for alvor sat på dagsordenen i julen 1994. For markedsføringen stod Nepenthes i samarbejde med Rye Nørskov Handelsselskab A/S. Salget blev en mediesucces, og erfaringerne viser, at der er et stort vågnende marked for miljøvenlige juletræer i Danmark.

Den grønne bølge ruller hen over landet, og der er ikke meget der tyder på, at den er til at standse, selv om den ofte omtales som et modefænomen. Tværtimod: Der er en hel del, der tyder på, at den store miljøbevidsthed hos forbrugerne er kommet for at blive. Selv om udviklingen er gået ekstra hurtigt i den seneste tid, har den været i gang de sidste tyve år. Den er begrundet, ikke i modeluner, men i de dybt alvorlige miljøproblemer, som nu taler så tydeligt et sprog, at vi ikke kan lukke øjnene for dem længere. Og da slet ikke de yngre generationer, som hele deres liv har været vidner til mediernes hyppige omtale af miljøkatastrofer og forureningsulykker. De unge er så at sige trænet til at tænke i miljøbaner.

Ved at købe grønne forbrugsgoder får den enkelte en kærkommen lejlighed til at handle og tænke positivt om miljøet, som modvægt til det sortsyn, der ellers præger miljødiskussioner. Allerede nu går man forgæves til hylderne med økologisk mælk i supermarkederne sidst på eftermiddagen. Det er kun et spørgsmål om tid, inden det samme mønster vil gøre sig gældende på alle andre områder - det være sig fødevarer, tøj, kosmetik, møbler - eller juletræer. Hvor lang tid der går, vil blandt andet afhænge af, hvor hurtigt og effektivt de miljøvenlige produkter markedsføres.

Det var baggrunden for Nepenthes' beslutning om at markedsføre økologiske juletræer i Danmark. Og den altovervejende reaktion på de grønklædte Nepenthes-nisser og deres miljøvenlige juletræer var da også positiv nysgerrighed.

Holdningsændring på fem minutter

Det er endnu en kold decemberdag i Århus. Iført vores grønne nissetøj står vi - fire medlemmer af Nepenthes - og holder kulden væk med en cocktail af hårdt fysisk arbejde, småsnak, kaffe og brun-kager.



Nepenthes' „grønne“ juletræer - økologiske rødgran og nobilis - blev dyrket på et statskontrolleret økologisk jordbrug på Djursland (Stenhøjgård). Her holder får ukrudtet nede, samtidig med at der produceres økologisk lammekød til danske gourmet-restauranter.

Et ægtepar står stille foran det store skilt med påskriften: „Økologiske juletræer sælges“. Den unge mand spørger skeptisk, om det er endnu et smart påfund, forbrugerne skal hoppe på for at købe en vare. Han kan ikke forestille sig, at der er forskel på disse træer og ethvert andet juletræ i byen. Det ser da i det mindste ikke sådan ud. Der er hverken jord eller utøj på træerne, og de er heller ikke vinde og skæve. Vi når lige at forklare parret lidt om forskellene på traditionel juletræsdyrkning og økologisk produktion, da et TV-hold ankommer for at lave et indslag om Nepenthes' salg af øko-juletræer, og kvinden bliver interview'et. Bagefter bebrejder manden dybtfølt sin kone, at hun ikke gjorde ordentlig reklame for træerne - vi skal da passe på naturen og grundvandet!

Mandens hurtige holdningsskift er karakteristisk for de flestes reaktion på Nepenthes' juletræssalg. De færreste er på forhånd klar over, at man normalt anvender ukrudts- og skadedyrsbekæmpende midler i produktionen. Derfor er mange først skeptiske overfor betegnelsen „økologisk“ i forbindelse med juletræer. Men så snart forbrugeren er orienteret om forskellen, skifter han eller hun som regel holdning. Når der ikke allerede nu eksisterer et forbrugerkrav om økologiske juletræer, skyldes det derfor snarere manglende opmærksomhed hos forbru-

gerne end ligegyldighed overfor juletræernes dyrkningsbetingelser.

Større pris på øko-juletræer

Der var en markant forskel på de forbrugere, der købte et juletræ uden at interessere sig for dets miljøværdi, og de kunder, som henvendte sig specielt for at få et økologisk juletræ. De førstnævnte var mere kritiske overfor træernes udseende og pris, mens de sidstnævnte klart så den økologiske dyrkning som den vigtigste kvalitet ved træerne. De miljøbevidste forbrugere var mindre bekymrede om træernes pris, og mange havde en opfattelse af, at naturen ikke laver ensartede, symmetriske juletræer med lige top. Nogle af disse kunder så ligefrem en charme ved „ukurante“ juletræer.

Der var imidlertid også en stor mellemgruppe af forbrugere, som tilfældigt fandt vej til Nepenthes' studepladser, men som dog så den økologiske opvækt som en ekstra kvalitet ved juletræerne. Disse kunder var kritiske overfor træernes udseende og brugte lang tid på at udvælge sig et særligt smukt og harmonisk juletræ, men de var til gengæld indstillet på at betale lidt mere for økologien.

Det er sandsynligvis denne gruppe af miljøbevidste, men ikke super-miljøbevidste forbrugere, som kan forventes at vokse i fremtiden. Fremtidens gennem-

snitskøber vil næppe komme til at betragte uharmoniske juletræer som charmerende og naturlige. Salg af mindre harmoniske træer vil derfor ikke kunne kompensere for, at økologisk drift - foreløbig - er mindre effektiv end den traditionelle. Derimod ligger der sandsynligvis gode afsætningsmuligheder i kønne økologiske juletræer til en vis merpris. Dette minder om situationen på levnedsmiddeldområdet, hvor mange forbrugere i dag er villige til at ofre lidt mere på økologisk mælk, ost eller smør - hvis varerne vel at mærke er af lige så høj hygiejnisk og smagsmæssig standard som de ikke-økologiske.

En markedsførings succes

Salgsmæssigt må Nepenthes' markedsføring af økologiske juletræer betegnes som en succes, selv om træerne ikke blev udsolgt. I Århus solgtes for eksempel cirka 2 1/2 gange så mange træer som normalt fra den samme studeplads på trods af, at der var flere og billigere juletræer på markedet i området end normalt.

Men mere vigtig er måske den psykologiske effekt: Der blev rokket ved fordomme om, at økologiske juletræer sikkert er både dyre og grimme (de var ingen af delene), og mange danskere har for første gang fået en forståelse af, at juletræer kan dyrkes på mere end én måde. Der er derfor ingen tvivl om, at jorden er gødet for en voksende afsætning af økologiske juletræer de kommende år.

Mængden af økologiske juletræer på markedet var en dråbe i havet (kun 2500 ud af en samlet omsætning på godt en million træer). Alligevel gav salget genlyd i medierne. De grønne Nepenthesnisser og deres „grønne“ juletræer var tydeligvis godt stof, som blev ekstra aktualiseret af en forudgående, intensiv mediedebat om grundvandsforurening. Budskabet om de økologiske juletræer nåede dermed ud i alle afkroge af landet, og juletræsdyrkningen er for alvor kommet på dagsordenen i den offentlige miljødebat herhjemme.

Samarbejde med Rye Nørskov Handelsselskab

Nepenthes' salg af økologiske juletræer foregik i tæt samarbejde med Rye Nørskov Handelsselskab - den foreløbigt eneste grossist i juletræsbranchen, der har satset alvorligt på økologiske juletræer. Salget var et led i Rye Nørskovs langsigtede strategi for handel med økologiske juletræer produceret i Danmark. Rye Nørskov sælger primært til Tyskland, hvor der allerede nu er stor efterspørgsel efter økologiske juletræer.

Samtidig er der udsigt til en overmætning af juletræsmarkedet i Europa om

ganske få år. Økologiske juletræer, der bliver anset for at være kvalitetstræer i kraft af deres opvækstbetingelser, vil have større chancer for fortsat at kunne holde prisen under en periode med generelt prisfald på juletræer. Derfor er Rye Nørskov Handelsselskab ineresserede i at få producenterne til at omlægge deres produktion i økologisk retning i løbet af de kommende år.

Nepenthes og juletræer?

Men hov, er der for resten ikke noget galt? Hvad i alverden laver Nepenthes egentlig i juletræsbranchen? Har de grønne nu endelig solgt deres sjæl?

Nej! Nepenthes beklager fortsat Skovlovens tilladelse til at omdanne 10% af Danmarks skove til pyntegrøntkulturer, og vi opponerer stadig imod overhovedet at definere pyntegrøntarealer som skov. Foreningens opfattelse er, at juletræer bør dyrkes på de landbrugsarealer, som vi har til overflod - ikke inde i skoven.

Jordbearbejdning, sprøjtning, gødskning og kort omdriftstid forhindrer, at der bevares en karakteristisk skovstruktur med undervegetation, skovklima og skovjordbund. Skovarealernes funktion som levested for en række skovarter bliver dermed reduceret, hvilket langt fra er i overensstemmelse med ånden i de aftaler, Danmark har indgået i forbindelse med Rio- og Helsinki-konferencerne om bæredygtig skovudnyttelse.

På den anden side erkender Nepenthes den aktuelle situation for skovbruget. Juletræer og pyntegrønt udgør i dag hjørnestenen i mange skovejendommers økonomi og kan ikke umiddelbart opgives uden dramatiske følger for årsregnskabet. Men hvis man undlader at gødskes og sprøjtes i pyntegrønt-bevoksninger, vil man trods alt opnå en stor miljøforbedring i landets skove i forhold til nu. Samlet set vil der være en betydelig miljøgevinst at hente både i og udenfor skoven, hvis dansk juletræsproduktion gøres økologisk. Det er dét mål, Nepenthes i første omgang arbejder for.

Nye regler for økologisk dyrkning

Som udgangspunkt hilser Nepenthes de nye regler for økologisk dyrkning af juletræer, som blev præsenteret i februarnummeret af PS-Nåledrys, velkommen. Vi anser det for en stor fordel, at man ligesom indenfor landbruget kræver at hele bedriften omlægges. En omlægningstid på 2-3 år er acceptabel set i lyset af, at langt flere sikkert vil vælge at indtræde i ordningen, når resultaterne kan vise sig på relativt kort sigt. Vi har dog følgende indvendinger:

* Det er klart uheldigt, at der er mulighed for „dispensation“ fra at bruge økologisk gødning. Det forvirrer

begreberne og kan give anledning til, at køberne føler sig snydt.

* Det er vigtigt, at der ikke er mulighed for at udnytte ordningen ved f.eks. at omlægge bedriften til økologisk og igen konvertere den til konventionel drift alt efter forgodtbefindende og bevoksningernes alder. Den slags misbrug kan evt. forebygges ved at lave regler herom eller ved årligt at udvide omlægningstiden, sådan at det for hvert år kræver længere tid at omlægge sin bedrift til økologisk. Det vil skabe et incitament for at lægge om her og nu samtidig med, at muligheden for misbrug begrænses.

* Så længe hele livscyklus ikke er fri for sprøjtemidler og kunstgødning kan træerne ikke for alvor kaldes økologiske. Derfor er det væsentligt, at juletræer, der kun har været dyrket økologisk en del af deres levetid, markedsføres på en sober og ærlig måde, hvor der gøres opmærksom på, at der ikke er tale om 100% økologisk dyrkede juletræer, men om juletræer fra økologiske bedrifter. Der kan derfor være brug for en „graderet“ mærkningsordning.

Nepenthes ønsker de danske juletræsproducenter held og lykke med projektet!

Kommentarer fra Handelsselskabet Rye Nørskov A/S

Af skovrider Peter A. Poulsen

Salget af de 2500 økologiske juletræer har skabt megen omtale og vakt megen interesse. Dels har Nepenthes håndteret markedsføringsopgaven dygtigt og ihærdigt, dels er pressen let at aktivere, når ordet „økologisk“ bliver nævnt. - Og så har timingen i forhold til Atrazinskandalen m.v. heller ikke været dårlig. Men et er at få omtale, noget andet er at skabe et egentligt marked - og da er der stadig et stykke vej endnu.

Der er også et par centrale punkter, der skal afklares:

Ifølge foreliggende regler (kilde: Plantedirektoratet) kan juletræer i Danmark sælges som økologiske juletræer allerede 3 år efter omlægning til økologisk drift, desuagtet at træerne har været dyrket på traditionel vis i de første og mest kemikaliekrevende år. Der gives også mulighed for at anvende ikke-økologisk gødning. Disse forhold kan skabe et troværdighedsproblem i forhold til aftagerne. Det er bekendt, at størstedelen af den danske produktion af juletræer sælges på eksportmarkedet, og det er ikke givet, at træerne kan markedsføres som økologiske i disse lande blot fordi de opfylder de danske krav.

Vi forsøger for tiden i et samarbejde med Plantedirektoratet og Nepenthes Consult at afklare dette spørgsmål.