Trends fra Markedet

Af Asger Olsen, Pyntegrøntsektionen

Der blev den 5.-7. februar i år afholdt international plantemesse (IPM) i Essen i Tyskland.
I forbindelse med denne messe afholdtes også konference om fremtidsudsigterne for potteplantemarkedet.
Der var mange spændende indlæg, som også i vores branche kan give stof til eftertanke - specielt for klippegrøntmarkedet, som reelt ligger tæt op ad potteplantemarkedet. De væsentligste trends er gengivet i det følgende:

Blomster- og pyntegrøntbranchen har meget til fælles, bl.a. detailbutikkerne.

Det tyske marked i år 2000

Fremtidsforskningsinstitutterne i Tyskland har prøvet at se på den tyske forbrugsstruktur i år 2000. Deres forudsigelser er følgende:

- I år 2000 vil der være dobbelt så mange gamle (over 65 år) i Tyskland som i dag.
- Befolkningen vil som helhed have mere fritid til rådighed.
- Miljøspørgsmål bliver vigtigere. Folk vil også til at gøre det, de kun siger i dag.
- Kvalitet bliver mere afgørende, og forbrugeren vil have garanti for kvaliteten.
- Indkøbsadfærden vil blive centreret omkring store supermarkeder samt specielle "Fag"-kædebutikker. Forskerne forventer, at der i år 2000 kun er 50.000 af de nuværende 200.000 butikker tilbage i Tyskland.

Ud fra disse fremtidsvurderinger diskuteredes de fremtidige markedstrends:

- Kirkegårdsmarkedet vil stige. Dels dør flere mennesker, dels har ældre mennesker større tilbøjelighed til at passe gravene mere intensivt end yngre.
- Det institutionelle marked vil ligeledes stige. Der bliver flere mennesker på plejehjem, sygehuse o.s.v.
- Salgskanalerne vil blive skarpere opdelt i discountmarkeder og "Fag"-kæder, medens de uafhængige blomsterbutikker og Garten Centre vil gå tilbage. Pris, serviceniveau, logistik og kvalitet vil være afgørende valgkriterier for forbrugeren.

For producenten betyder dette, at man i endnu højere grad end i dag må fokusere på omkostninger, kvalitet og logistik.

De danske eksportører må altså i større grad indstille sig på større og mere professionelle indkøbere.

Nuværende trend

Markedet er ved at gå fra grønne planter til blomstrende planter. Samtidig vinder kunststofblomster stadig større markedsandele på bekostning af levende planter. I 1992 blev der fra Danmark eksporteret ca. 13% færre grønne planter, medens der blev eksporteret ca. 8% flere blomstrende planter.
Disse trends har vi reelt også kunnet se på NOB klippegrøntet i 1992, hvor eksporten gik tilbage - trods et stigende udbud.

Etikettering af varerne
Alle er enige om, at forbrugeren ønsker en etikettering af produkterne, så de ved, hvad de køber, og hvorledes varen skal behandles. Etikettering er forsøgt af flere, men uden godt resultat. Den 10-øre, som etiketten koster, kan nemlig ikke hentes hjem igen på salgsprisen. Kravet til etikettering er der allerede fra forbrugeren, men de store planteindkøbere er ikke villige til at betale ekstra herfor. Specielt ikke i den overudbudssituation, som potteplantemarkedet lever med for tiden. På længere sigt bliver det givetvis en del af "varen", som ved de bedre kvaliteter tages for givet.

Fælles markedsføringsindsats.
Fælles markedsføringsindsats til alles bedste blev diskuteret. Fra tysk side blev der stillet et forslag om en fælles indsats til at gavne det generelle forbrug af planter - altså en markedsudvidelsesstrategi betalt af alle.
Dette afvistes fra dansk side, da hollænderne vil blive de store vindere heraf.

Overproduktionsproblemet
Man har i nogle år arbejdet med overproduktion i potteplantebranchen. Alle er enige om, at det rigtige vil være at kassere den ringeste del og kun sælge de bedste varer, og så sideløbende gøre en indsats for at øge totalmarkedet.
I praksis erkendte man dog, at dette ikke kunne lade sig gøre, da alle er sig selv nærmest. Hellere sælge dårlige varer billigt, end køre dem på lossepladsen. Og ved fælles markedsføring yder nogle, mens andre nyder!
Overproduktionen må løse sig efter markedsvilkår. Rette kvalitet, rette pris, rette tidspunkt og rette distribution bliver sammen med intern omkostningsstyring

det helt afgørende for, hvem der fremover kommer til at levere.

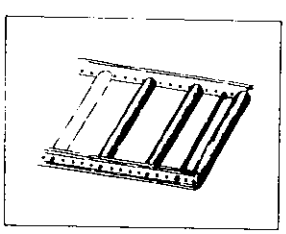
Branchens følsomhed
Potteplantebranchen er følsom, da potteplanter ikke er livsnødvendige. Man kan udskyde et behov, da det ikke er eksistentielt. Dette giver nogle helt "naturlige" op- og nedture fra år til år, alt efter hvordan økonomien hos brugerne ser ud.
I øjeblikket mærkes krisen mange steder meget hårdt i potteplantebranchen.

Relationerne til klippegrøntet
Som nævnt i indledningen ligger klippegrøntet tæt op ad potteplantemarkedet. Mange ting vil derfor kunne overføres til klippegrøntmarkedet.
Salgskanalerne ændrer sig. "Fag"-kæder og store supermarkeder vinder frem på bekostning af den traditionelle blomsterbutik. De danske eksportører af håndbuketter, kranse m.v. vil altså skulle finde nye salgskanaler. Samtidig vil markedet efterspørge større ensartede mængder. Dette betyder også færre men større oparbejdningscentraler, da kæderne skal have store ensartede partier af forarbejdede varer.
Kvalitet og logistik bliver afgørende. Forstået således, at kunden får den vare, der skal bruges på det rette tidspunkt. På forbrugervaren (kranse m.v.) vil der desuden komme stigende krav til en "brugsanvisning".
Kirkegårdsmarkedet vil blive mere og mere interessant. Det gælder her alle grøntkvaliteter - dels til kranse, dels til større dekorationer, men også billigere varer til gravdækning bliver mere interessante fremover.
For den danske grossist må dette for manges vedkommende betyde en ændring i salgsstrategi, da meget pludselig samles om professionelle storindkøbere samt kirkegårdsmarkedet. Friske, reelle varer leveret som aftalt og til en konkurrencedygtig pris bliver nøgleordene.
For den enkelte producent betyder udviklingen endnu større krav til en ensartet kvalitet. Desuden må producenterne nok indstille sig på, at sæsonen kan blive kortere og mere hektisk, da logistikken bliver en afgørende faktor. Grossisten bliver nødt til at kunne levere den rigtige vare på det rette sted og til den rette tid. Dette kan han kun, hvis leverandøren også gør dette.
De leverandører, der ikke kan levere den aftalte vare til tiden, vil, hvis et overudbud slår igennem, blive de første til slet ikke at levere!

Relationerne til juletræerne
Den synlige kvalitet bliver her afgørende. Kvaliteten skal være i top - og forbrugeren skal have synlig garanti herfor. Garantibeviser for nåletab m.v. kan blive fremtidens krav for at få NGR afsat i større mængder.
Til kæderne vil desuden blive forlangt en ensartet sortering i henhold til det aftalte, og også her vil aftalt vare, til rette tid på rette sted, være afgørende.
For både de danske grossister og producenter betyder dette en fokusering på en ensartet sortering samt en overholdelse af leveringsterminer.

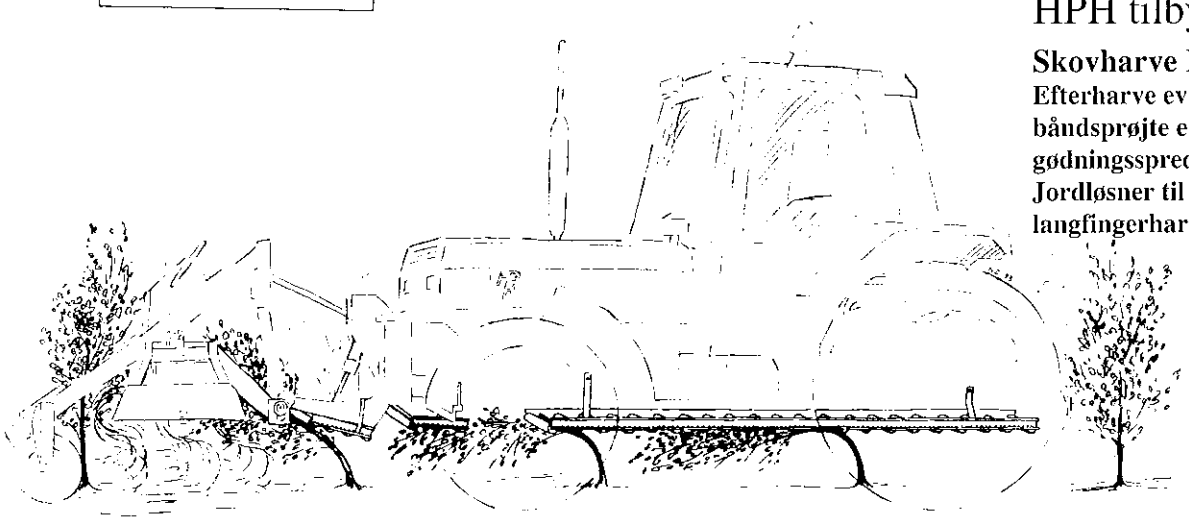
Konklusion
Rette vare på rette sted og til rette tid bliver i fremtiden mere afgørende. For os producenter betyder dette, at vi skal være yderst påpasselige med sortering og oparbejdning, og at vi bliver nødt til at indstille os på at levere varen, når den skal bruges - også selvom dette eventuelt indebærer kortere sæson eller to klipninger i hver bevoksning.

PAS PÅ TRÆERNE



HPH's nye specialruller
under traktoren skåner træerne, så barken ikke bliver ødelagt.

HPH tilbyder:
Skovharve HPH 170
Efterharve evt. med bånsprøjte eller gødningsspreder
Jordløsner til Einböck langfingerharve



HPH Specialmaskiner, Oddervej 304, 8320 Mårslet, tlf. 86 27 13 95 / 30 86 17 95