

Denne artikel er et sammendrag af de observationer, der er foretaget på 3 forskellige messer i 1991. Peter Benfeldt, Danverde i Sunds, der har startet export til Norditalien, besøgte den italienske messe FLORMART 1991. Peter Benfeldt er skovteknikker fra hold 86, og arbejder, foruden med eksporten, som skoventreprenør og free-lance underviser i skovbrugsfag. Lars Askholm, Pyntegrøntsektionen, beskriver Karlsruhe Herbstbörse og PLANTEC - Frankfurt. Disse messer blev besøgt i forbindelse med markedsføringen af DOMUS SILVA mærkevarerordningen.

FLORMART - en plantemesse - mere om italienske juletræer...

I Padova, Norditalien, ikke langt fra Venezia, ligger messecenteret "PadovaFiere". Her finder der hvert år i september en gigantisk planteudstilling sted. Undersøgelsen, der er beskrevet i artiklen "Norditalien - nyt slaraffenland for juletræeksportører?" - PS no. 14, 1991, viste, at nogle juletræedetailister finder deres leverandører på messer. Rejsen til Padova tjente til at undersøge, hvor stor opmærksomhed, der bliver vist juleprodukter på denne messe, der er stor og betydende for planteavlere og handlere, samt for leverandører af udstyr til have- og gartneri-in-

dustrien i Sydeuropa. Denne artikel kan derfor ses som en forlængelse af ovennævnte.

Flormart - messeprofil...

Plantemesen er en blandt et dusin store konferencer og messer hvert år i Padova. 13 til 15 september er vel sent for en juletræsgrossist at skulle ud og skabe nye kontakter, som handelen har udviklet sig i de senere år. Alternativet er Miflor, en tilsvarende plantemesse i Milano, i februar. Der finder også en plantemesse sted i Genova. En kæmpemesse af europæisk format, men den kommer kun med års mellemrum. Flormart er altså den messe, der falder på det bedste tidspunkt i forhold til julen og den forudgående handel med grønt og træer.

Messekataloget er på 507 sider! Der var over 1000 udstillere fordelt på 15 haller og 3-4 udendørs udstillingsområder.

I 1990 var messen besøgt af 28.000 fagfolk. Den er ikke åben for offentligheden. De store artikler var dette år: bonsaitræer, udstyr til anlæg og pasning af golfbaner, småmaskiner til have og gartneri.

Der var alt i planter: stedsegrønne, blomstrende, klatrende, krybende - overalt mødtes øjet med farvestrålende maskiner eller massiv grøn "jungle".

Juletræerne på messen

Messekataloget kunne ikke oplyse noget om udstillere med jul på programmet. Informationsstandene heller ikke!

Der var få juletræer på standene, og de var spredt rundt i hallerne i det grønne inferno. Det tog 2 dage at lokalisere dem. På de pågældende stande var træerne noget sekundært, et sted ude på sidelinien i forhold til udstillerens andre produkter. de observerede træer var så godt som alle rødgran med rodklump. Præsentationen af varen varierede fra pottede træer centralt placeret på standen til træer med rodemballage (plast+elastiknet) og hele planten i 25/34 cm juletræsnet. Træet tilfældigt opstillet i et hjørne. Træerne var pæne, velgødede og langt fra den kvalitet vi så på gaden i julen 1990!! (PS No. 14)

En enkelt grossist med 100 m² standplads havde bygget standen op omkring rødgran, omorica og nordmannsgrantræer i potte. Træer på 1-2 m højde. De så ud til at have lidt noget under transport, håndte-

ring og vejret. Der var 25-35 gr. C. i hallerne i disse dage.

Jeg talte med forskellige udstillere. Kun på få stande blev der talt andet end italiensk. Med fare for sprogforviklinger fik jeg bekræftet, at træerne ofte stammer fra Belgien og Luxembourg. At priserne er relativt høje, at rodklumpen er uundgåelig, at net på rødgran foretrækkes, at rødgran er det almindelige, omorica det fasionable træ, mens nordmannsgran er for liebhavere. Desuden, at skovene uddør, når man køber juletræ år efter år! Nyt var, at italienerne ikke har købt juletræer ind endnu. Medio september er der jo stadig længe til jul..! De er mere sorgløse, disse italienerne, de når det hele imorgen! Konklusionen må være, at der eksisterer en mulighed for at skabe kontakter til italienske forhandlere af juletræer på Flormart, selvom det synes sent på året. Træerne overvejende rødgran 1-1,5 (-2) meter med rodklump og net om hele produktet.

Prisen følger nøje træstørrelsen. Kvaliteten skal være helt i top - hvis man spørger italieneren. Det skinner igennem, at det er svært at gøre den første handel, men hvis det går godt og kunden er tilfreds første gang, ønsker han at fortsætte samarbejdet. Ikke mafiametoder, men sund og naturlig skepsis.

Pyntegrønt ?

Heller ikke her var katalog eller info-stande til nogen hjælp. Ingen havde nemlig hørt om "grangrene til dekoratione i julen" som det siges på modersmålet.

Der fandtes ikke grønt at se. Jeg fulgte den slagte vej, der ofte før har ledt os til de rette mennesker. De der handler med afskårne varer. Der var meget få af disse på messen.

Generelt er blomstergrossisterne meget store og specialiserede indenfor få arter. Medbragte dekorationsgrene af skøn nobilis fik flere til at lyse op - det er utroligt, hvad man kan lave i plastic idag! De måtte have lidt harpiks i næsen, før de var overbeviste... "Oh! Det er ægte grene - fantastico! - aldrig set magen - de må helt bestemt kunne sælges - men hvor? tsk, tsk..."

Den mest engagerede grossist beholdt grene og ville vise dem frem for sine kunder.



Foto 1. "Enkelt stand præsenterede rgr, omo og ngr. Det usædvanligt gode vejr (25 gr. C. udendørs) var hård ved de udstillede juletræer."

Det er svært at konkludere på disse oplevelser, men jeg tror personligt, at vi skal vise dem dekorationerne, færdige produkter med blå og stiv nobilis og meget pynt. De elsker pynt.

Plastic vinder frem...

Således skuffet over manglende resultater opsogte jeg stande med "pynt", altså tørrede blomster, farvede bånd m.v. Der var mange. En del havde store displays med juleting. Alt i plast. Vellignende "nordmannsgran"-grene. "Fyrre" og "Gran"-træer.

To sælgere oplyste uafhængigt af hinanden, at substitutionsprodukterne er på stærk fremmarch. Grunden skulle være, at italienerne, som andre europæere, er halvoplyste om miljøproblemet "skovdød" jvf. tidligere artikel. Når man køber plastic skånes miljøet og skoven overlever! Jeg vil mene, at de er løbet med en halv vind...

Plastic har tidligere haft en markedsandel blandt julepynt/juletræer på ca. 10%, men er godt på vej mod de 20!

Værst må det være, at de kunder, der køber plasticproduktet, i flere år kan lades ude af betragtning som kundepotentiale for naturprodukter. Produkterne oplyses at have evig levetid, men private italienere har oplyst, at familierne skifter "grøntet" ud efter 3-4-5 år. Det bliver kedeligt og umoderne (!).

Sammenfatning

Flormart i Padova, Norditalien er en imponerende og af fagfolk godt besøgt plantemesse. Altid medio september, 3 dage i en week-end.

De viste produkter var i 1991 hovedsagelig prydblaster, herunder mange bonsai-træer, og maskiner til havebrug, gartneri og landskabspleje, især golfbaner.

Juletræerne var få på messen. Med en enkelt undtagelse rødgran med rød klump. Der er handel på stedet, men den væsentlige grund til den ringe repræsentation var årstiden (!) Man er simpelthen ikke begyndt at tænke på jul endnu i september. Messen er ikke opmærksom på, at juletræer/grønt findes.

Pyntegrønt fandtes kun som plastic, forhandlet side om side med tørrede planter, farvede bånd, nips, o.m.a. Der var god interesse for medbragt nobilis, men svært at finde konkrete forhandlere.

Plasticjuletræer, "fyr" og "gran" bliver stadigt mere almindelige i italienske hjem. Man værner naturen ved at købe plastic-produkter. Det er på tide italienerne bliver oplyst om lyksalighederne ved et ægte juletræ, fordi det er en fornybar ressource, og vi kan dyrke det med få omkostninger heroppe, og uden den store belastning på naturen, måske endda som led i en skovrejsningsproces.

Foto 2. Plasticvarerne overtager stadig større markedsandele.



KARLSRUHE HERBSTBÖRSE og PLANTEC 1991.

I Tyskland afholdes ca. 50 messer af interesse for pyntegrøntbranchen pr. år. Antallet fordeler sig med 5 til 8 store messer, hvor PLANTEC er en af de største, og ca. 45 mindre Gärtnerbörse, ligeligt fordelt mellem forårs- og efterårsmesser.

De store ligger hovedsageligt i det midt-tyske område, mens Gärtnerbörserne afholdes på alle de større byers grøntorv.

Som led i markedsføringen af danske juletræer og pyntegrønt har det været Markedsføringsforeningens politik at deltage i messer og Gärtnerbörser.

Størsteparten af messeaktiviteten udføres af de markedsførende grossister selv, men ved enkelte lejligheder har sekretariatet deltaget med generel markedsføring. På baggrund af dette deltog Kaj Østergaard og Lars Askholm i Karlsruhe Herbstbörse som udstillere, og Lars Askholm deltog på PLANTEC Frankfurt i forbindelse med en markedsførende grossists udstilling.

Danske produkter er godt repræsenteret på det nordtyske marked. Derfor koncentrerer messeaktiviteterne sig primært om det midt- og sydtyske område, hvor der stadig er store markedsandele at hente.

Deltagelsen i Karlsruhe Herbstbörse og PLANTEC skal ses i denne forbindelse.

Deltagelsen i PLANTEC messen og Herbstbörse var således led i den generelle markedsføring af DOMUS SILVA.

Endelig ligger både Herbstbörserne og PLANTEC godt tidsmæssigt, altså lige i den periode, hvor de fleste grossister finder deres kunder for sæsonen.

Messeprofil

PLANTEC og Karlsruhe Gärtnerbörse repræsenterer hver sin form for messe. PLANTEC messen er internationalt orienteret med enorme udstillingshaller og et stort og varieret udbud af udstillere og udstillede genstande. I 1991 besøgte ca. 20.000 betalende gæster udstillingen, heraf 17.000 fra det oprindelige Vesttyskland, 1.000 fra det tidligere DDR. De resterende 2.000 var besøgende fra 48 forskellige lande. Bruttoudstillingsarealet udgjorde 50.000 kvadratmeter, som i messedagene var befolket med 599 udstillende virksomheder. Heraf kom 175 fra andre lande end Tyskland.

Karlsruhe Herbstbörse, derimod, er lokalt orienteret, og selve messen foregår på det lokale grøntorv. Arealet er ca. 2.000 kvadratmeter, og der er ca. 65 udstillere pr. år. En del udstillere er allerede repræsenteret til daglig med egen stand.

Forskellen mellem messerne kan også illustreres ved det publikum, der tiltrækkes. Den typiske besøgende på Karlsruhe Gärtnerbörse er den daglige kunde på grøntorvet, medlemmer af den lokale gartnerforening, og enkelte handlende fra



Foto 3. PadovaFiere er måske ikke nogen skønhedsåbenbaring, men hvad, det er Herninghallerne jo heller ikke. De har iøvrigt ca. samme størrelse.



naabyernes grønttorve. Messen bliver i et vist omfang brugt som weekend-udflugt for familien.

Hovedparten af de professionelt handlende fra Karlsruhe kommer også på PLANTEC, men derudover er de besøgende på PLANTEC typisk professionelle indkøbere fra større grossistvirksomheder eller lignende.

Ligesom kundegrundlaget er forskelligt for de 2 messer, er de besøgendes handlinger også forskellige. De besøgende på Karlsruhe børs kommer på messen for at handle, og handlerne indenfor andre grupper end klippegrønt og juletræer bliver også ofte afsluttet samme dag. Derfor er de fleste udstillingsstande i virkeligheden salgsboder, hvorfra der sælges alt fra farvede bånd og kulørte kugler til planter og lettere redskaber.

På PLANTEC forekommer der ikke direkte salg fra udstillingsstandene. De besøgende kommer på messen for at orientere sig om eventuelle nyheder, man søger nye kontakter o.l.. Som følge heraf foregår den egentlige kontakt og handel efter messen.

Juletræer og klippegrønt på messerne

Karlsruhe Gärtnerbörse fandt sted søndag den 15. september 1991, og på dette tidspunkt var det lokale marked ikke orienteret mod juletræshandlen. I lighed med Peter Benfeldts oplevelser i Padova, stod nogle besøgende på vor stand uforstående overfor nødvendigheden af organiseret juletræshandel - især på dette tidspunkt af året. Med enkelte undtagelser, naturligvis. Markedsføringsforeningen havde, som eneste stand, udstilling af juletræer og klippegrønt. Enkelte andre havde pottede BGR og RGR, som var tiltænkt udplantning i haver o.l..

På standen havde vi udstillet 2 NGR - træer, 5 sorteringer NOB klip, og 3 sorteringer NGR - klip. Den største opmærksomhed fik, som ventet, træerne og Nobilis sorteringerne Blå deko og Blå mellemgrene.

Størsteparten af vore besøgende var detailister og slutforbrugere, hvoraf mange havde slutforbrugers indstilling til juletræer og klippegrønt. Vi fik mange bemærkninger om, at der da stadig var meget længe til jul. Restgruppen, d.v.s. de der har et professionelt forhold til træerne var enten selv juletræsdyrkere, detailhandlende eller mindre grossister. På messen fik vi ca. 40 seriøse henvendelser, hvoraf grossisternes antal begrænsede sig til ca. 10 stk., alle med en årlig kapacitet på ca. 1 - 4 lastvognslæs. De øvrige var primært detailhandlere.

Forespørgslerne fra de besøgende var stort set fælles for begge messer. Der var stor interesse for det danske sorterings-

system, herunder etikettering og farve-markeringer på klippegrøntbunder. Det kan i den forbindelse nævnes, at tilbagemeldingerne var meget positive og opmuntrende.

Bundternes størrelser og minimumsleveringer havde desuden stor opmærksomhed, men den største interesse samlede sig dog om priser og leveringshastighed.

På PLANTEC - messen havde 2 lokale mellemhandlere udstilling med juletræer og klippegrønt. Begge var tilknyttet danske grossister, som forsøgte at etablere sig i Rhein/Main - området via disse mellemhandlere.

Begge havde udstillet RGR og NGR træer, samt NOB, NGR og RGR klip.

Derudover havde den ene udstillet et NOB - træ, klip af Cypres, Douglas og Fyr. Klip af RGR, Douglas, Fyr m.v. anvendes hovedsageligt til gravdækning og gravdekorationer.

Som følge af messens størrelse og præg var opmærksomheden mod pyntegrønt-handlen stor. De 2 stande med pyntegrønt var placeret i nærhed af hinanden, hvilket bevirkede, at de hver især fik henvendelser fra stort set de samme mennesker. Ikke desto mindre anslåes antallet af seriøse henvendelser pr. stand at have ligget omkring 350, fordelt over de 4 dage.

PLANTEC - messen tiltrak både blomsterbutikindehaveren med tilhørende juletræssalg, studehandleren og den større grossist.

Hovedparten af de besøgende kom fra Rhein/Main - området, men der var også forespørgsler fra Hamburg i nord til Nürnberg i syd. Dertil kom et meget stort besøgstal fra det tidligere DDR.

Sammenfatning

Karlsruhe Herbstbörse har udgangspunkt i det nære, lokale marked. Her finder man detaileddet i afsætningen af juletræer og klippegrønt. Hovedparten af de besøgende kommer jævnligt på markedet for at handle ind til deres detailbutikker. Efterårets messe er en ekstra salgsdag for de daglige udstillere, hvor de daglige kunder kommer med deres familie, interesserede fra periferien af grønttorvets normale rækkevide, o.s.v.. Herbstbörse er interessant, hvis man søger detaileddet.

Ved at deltage i Herbstbörse i Karlsruhe rammer man direkte ind i det lokale marked. Dermed får man en meget høj dækningsgrad af detaileddet på et geografisk set lille område.

PLANTEC Frankfurt har et nationalt og internationalt sigte. Messen er godt besøgt af fagfolk på mellemhandler/grossistniveau, og geografisk dækker messen et meget stort område.

Der foregår kun sjældent egentlig handel på messen, men der knyttes kontakter, udveksles adresser m.v., til videre bearbejdning efter messen. Messen tiltrækker desuden mange potentielle kundeemner fra mange lande. Messen er således interessant, hvis man søger mellemhandlerledet i afsætningen af klippegrønt og juletræer. Ved at deltage i denne messe kan man få en lille og spredt dækningsgrad på et geografisk set stort område.

Disse messer er, som det fremgår af artiklen, væsentligt forskellige på stort set alle områder. Ikke desto mindre har deltagelsen i messer som disse uvurderlig betydning for afsætningsmulighederne på det tyske marked. Her træffes nemlig de mennesker, der tager over hvor de danske producenter og grossister slipper.



**Når det gælder klipning af pyntegrønt, opstamning o.s.v.
Komplette anlæg til omgående lev.**



Eneimport
Vagn Jensen

Tåstrupvej 14 - 2690 Karlslunde - Tlf. 53 14 05 29 - Telefax 53 14 62 95