

Juletræsproduktionens ØKONOMISKE PROBLEM

Artiklen beskriver forfatterens syn på de efterhånden omfattende udgifter til produktion af juletræer sammenholdt med (franske) forbrugeres ønsker til et juletræ.

☰ SVEN FENGER, FENGER FORST SERVICE

ConShape-temadagen

Forud for ConShape-temadagen om topskudsregulering den 20. september 2017 sagde jeg til en kollega, at nu skulle vi nok lære om nye fordyrende tiltag i juletræsproduktionen, imens priserne styrtdykker omkring os, hvorefter jeg tav.

Jeg blev imponeret over præsentationen af det store forsknings- og forsøgsarbejde, der var udført. Konklusionerne var dog ikke helt entydige og varierede fra en enkelt behandling med ConShape til hele tre behandlinger med Top-Stop tangen/ Pomoxon efterfulgt af en til flere behandlinger med ConShape i rækkefølge, uden at det efterlod os tilhørere med nogen sikker viden om, hvilken af de tre behandlinger, der havde haft den bedste effekt. Ja, hvis man bruger både bukserem, seler og får bukserne syet sammen i siden, så skal de nok blive siddende.

Præsentationerne og diskussionen foregik ikke i respekt for de økonomiske og praktiske betingelser, fordi målsætningen var klar: Alle topskud skal med i en perfekt ensartet kultur med korte toppe, uanset de mandskabsmæssige og økonomiske konsekvenser. Som om penge og arbejdskraft er gratis. Når resultaterne så varierede, var det overvejende vejrets skyld.

Hermed havde jeg fået nok, og meldte mig som "djevleens advokat".

"4-enigheden"

Når juletræsproduktionen befinder sig i en uheldig situation, hvor nogle må give op, andre prøve på at overleve og kun ganske få tjener gode penge, så er det tid til at sætte fokus på de økonomiske vilkår for driften. Vilkårene er desværre ofte fastsat af "4-enigheden" som består af et samarbejde imellem forskningen, konsulenterne, købmændene i udstyr og grossisterne. Herfra dikteres alt, hvad producenterne bør vide. Det går i sagens natur ud på at dyrke "4-enighedens" egne interesser, men hvem informerer om detailkundernes holdninger og efterspørgsel.

Markedserfaringer

Jeg besøger mine kunder hvert år midt i december, hvor jeg går rundt på salgspladserne for at se, lytte og lære. Der var det interessant at konstatere følgende:

- Mine træer med 2. sorteringsmærker blev ofte solgt fra bunken sammen med 1. sorteringstræer.
- Sammenlagt blev over halvdelen videregivet i net uden at have været åbnet. Et stort havecenter fortalte, at de hverken havde tid eller lyst til at stå og pakke træer ud for straks efter at nette dem igen, så når de sagde, at træerne var 1. sortering, så var de det.

Der var mødt mange producenter op på ConShape-dagen i september for at høre om de seneste anbefalinger på topskudsreguleringsområdet.

📷 DANSKE JULETRÆER



Naturgroede træ er trængt af det intensivt plejede og regulerede træ.

- På en fagmesse i Nantes i Vestfrankrig i år havde jeg taget juletræer med, som var skovet i august og de var jo lysegrønne. Men flere kom dog hen og sagde, at det var dejligt at se en lysegrøn og frisk farve på træerne i stedet for den skumle mørkegrønne.

For mange kunstige tiltag

På den europæiske juletræsdyrkerforenings årsmøde i England havde de besøg af en professionel amerikansk juletræsmand fra deres Christmas Tree Promotion Board. Han skulle fortælle om markedsføring i USA. Adspurgt om betydningen af intensiv formklipping, svarede han, "glem det, udviklingen går mod lettere formregulering". Og så siger man, at det, der er nyt i USA, kommer til Europa ret hurtigt.

Når vi herhjemme er nået frem til, at grossisterne ved indkøb viser pæne priser frem for 1. sorteringstræer og helt lave priser på 2. sorteringstræer ser det rimeligt ud, men når det derefter lyder, at træerne skal være formklippede ellers er de automatisk 2. sortering eller, at der kun er 3, 5, eller 7% 1. sortering i en kultur, så afspejler det ikke videresalget i detalilledet, men kun indkøbspolitikken.

Der er mange dyrkningsforhold, som fortjener at blive belyst i en økonomisk sammenhæng. Herved vil vi forhåbentlig nå frem til en strategi for juletræsproduktionen, som er attraktiv set med producentøjne.

Hvis man tager det store overblik over de "kunstige" tiltag, vi anvender i juletræsproduktionen, så går de alle ud på at arbejde imod træernes biologiske/naturlige betingelser. Vi skal bekæmpe ukrudt og insekter, vi skal modarbejde træernes genetisk betingede vækst ved at reducere deres topskudslængde og breddevækst, vi skal ændre jordens frugtbarhed og helst også værne træerne imod klimaets skader.

Var det ikke en idé at ændre kurs og så prøve på at indrette forskning og udvikling mod en naturvenlig og billigere behandlingsstrategi, hvor vi lærer af naturen i stedet for at kæmpe imod den? Hvor vi forstår, respekterer og støtter naturens egne betingelser? Det er i øvrigt vores eneste bæredygtige vej ind i fremtiden på mange andre områder i det moderne samfund.

En kollega fortalte mig under mødet, at han havde lavet en meget nøje løbende registrering af, hvad det har kostet ham at lave et færdigt juletræ, og han var nået frem til 80 kr. pr træ med en udbytteprocent på 65. Det forekommer mig helt umuligt at få de penge hjem igen som gennemsnit ved salg af alle de brugbare træer, store og små, 1. – 2. – og 3. sortering.

Møde om omsætningsbalance

Som afslutning vil jeg takke Danske Juletræer og HD2412 for deres mange og gode informationsmøder og samtidig opfordre dem til at arrangere en temadag med økonomiske analyser, hvor de inviterer producenterne til at møde med egne oplysninger og erfaringer med elementerne i en omsætningsbalance for en omdrift af nordmannsgranjuletræer. Det er gjort før på Rye Nørskov i samarbejde med Danske Juletræer og med en storskærm koblet op med en computer, hvor informationerne løbende tages ind. Det gav en forrygende diskussionslyst og et tankevækkende resultat. Det blev nævnt på informationsmødet, at vi skal arbejde hen imod en strategi for juletræsdyrknin-gen. Jeg håber på, at den tilgodeser producenternes økonomi.

Efterskrift

Tak for kritikken og opfordringen til at lave en temadag om økonomi i produktionen – det vil vi tage med i vores arrangementskalender for 2018. 📅

