

# Jeg er stolt

Med en skelen til Danmarks eksporttal indenfor blomsterbranchen i løbet af de seneste 3 til 5 år er min overskrift naturligvis et paradoks. MEN...

... I en tid med stadig større udfordringer i det europæiske gartnerierhverv er jeg stolt af at være en del af den danske branche. Med en fortsat centralisering af produktions- og handelsområderne i henholdsvis Holland og Tyskland burde det være et faretegn for det danske erhverv. Ikke desto mindre er det min helt klare opfattelse, at vi har en grund til optimisme. Vi som branche bør skele til den øvrige del af det danske erhverv, da vi ikke er så meget anderledes end, hvad vi som nation ellers er kendt for. Nemlig: "Kvalitet, innovation, design og faglig kompetence".

Gartnerierhvervet har udviklet sig i en stadig større hastighed. Politisk har det danske gartnerierhverv ikke været begunstiget af "protektionisme" og "subsidiering" i nær så høj grad som andre lande. En skævvridning af konkurrenceforhold der egentlig gør det til et mysterium, at vi som branche fortsat kan "følge med". Min påstand er; at det er fordi, vi har noget at byde på.

Med en fortsat stærk position inden for sæsonkulturer herunder julestjerner, løgproduktion og ikke mindst vores ekspertise og vort vareudvalg i udplantningssæsonen, har vi en fantastisk produktionsmæssig platform til at komme videre. Vores "mindset" om at sætte kunden i centrum er helt unikt, og vore sælgere er fagligt meget kompetente. Meget mere kompetente og opfølgende end sælgerne i de lande, vi sammenligner os med, hvor sælgerne - til tider - kan opfattes som en smule arrogante.

## Sælg kolde bajere

Hvorfor er vore eksporttal så nedadgående, vil man med rette kunne spørge? Jeg mener klart, at svaret blandt andet skal findes i sætningen "kvalitet, innovation, design og faglig kompetence". Heri er der et par ord, vi med lethed kan sætte flueben ved, nemlig kvalitet og faglig kompetence, hvorimod jeg mener, det er mere problematisk med innovationen og designet.

Ikke desto mindre er det mig en glæde, at flere aktører i branchen har sat turbo på denne udvikling i de senere år. Det drejer sig om gartneriers villighed til produktudvikling, men i høj grad også salgsselskabernes vilje, lyst og evne til at udvikle flotte og salgsklare løsninger til detaileddet.

Vi må erkende, at vi ikke kan klare os i konkurrencen om at sælge produkter.



*Brede Bjarke opfordrer branchen til at diskutere løsninger fremfor produkter, pris og problemer*

Dertil er rammebetingelserne simpelthen ikke - hverken politisk eller strukturelt - tilstede i Danmark. Derimod mener jeg, at vi som branche bør være meget dygtigere til at sælge "kolde bajere" i stedet for et køleskab på 2000 watt og omvendt aggregat udsugning.

Med andre ord skal vi sælge, hvad køleskabet gør for kunden frem for, hvor mange watt køleskabet er på. Kunden er egentlig ret ligeglad med watt og omvendt aggregat udsugning, hvorimod kunden er endog meget interesseret i at få "kolde bajere" så hurtigt og så billigt som muligt.

## Hvad skal der til?

Først og fremmest skal vi forstå slutbrugernes adfærd. Dette gælder ikke kun i salgsselskaberne men også hos producenterne. Hvem køber, hvornår købes der, hvor købes der, hvorfor købes der, og hvad kan de købe mere. Hvis vi forstår dette, bliver vi innovative og kan i fællesskab designe det, der "trigger" købet og mersalget i butikken. Og med al respekt er dette mere vigtigt for butikken at vide og have sikkerhed for, end om produktet er produceret med den ene eller den anden produktionsmetode, har to eller tre vestvendte blade, eller er så og så lang tid mørkelagt! Lige nøjagtig som historien om "køleskabet og de kolde bajere".

Når vi har forstået slutbrugerne, skal vi dertil have lysten og aggressiviteten til at gå i gang med opgaven. Vi skal turde forlade,

hvad vi "altid har gjort". Forlade den nedadgående vej og turde prioritere, investere og tilvælge de nye initiativer.

## Vælg til

Det at tilvælge betyder ofte også et fravalg, men det behøver det ikke. Vi skal huske på vores platform, men også klart turde melde ud, i hvilken retning vore prioriteringer går. Når vi tør dette, kan vore daglige disponeringer som producent, sælger, leder eller interessent også tilrettes derefter. Derved kan vi som enkeltperson gradvist selv flytte retningen fra nedadgående til stærkt opadgående.

Dette gøres ikke alene og det kræver mod, vilje og initiativ. Desværre oplever jeg personligt ofte, at det er let at blive lullet ind i diskussionen om alle de besværligheder, der er ved at tænke og gøre nyt, frem for KONSTANT at holde fokus på HVORDAN, vi gør noget nyt. Jeg tror, det er menneskeligt og dermed naturligt, men er også "klar i spytet", når jeg postulerer, at al forandring begynder med et personligt tilvalg. Er dette tilvalg gjort, fordufter diskussionerne også om besværlighederne som dug for solen. Tænk blot på personen, som har valgt at løbe et maraton. - Hvor meget tid bruger personen på at finde undskyldninger for ikke at påbegynde træningen? - I fald personen bruger tid på dette; ja så er beslutningen og dermed tilvalget ikke taget.

## Gør hinanden gode

Vi må stå sammen. Det at gøre hinanden gode er en forudsætning for at lykkes. Men vi kan kun gøre hinanden gode, hvis vi forstår retningen og personligt har tilvalgt denne. Derefter er det kun et spørgsmål om, at producent, salgsselskab, indkøber, kunde; med andre ord hele værdikæden sætter sig sammen og diskuterer løsninger frem for produkter, pris og problemer. Og med de initiativer, der er igangsat i værdikæden og de personlige tilvalg, der er gjort og fortsat gøres i branchen, kan jeg med rette sige, at jeg er stolt og glæder mig til at se de resultater, det uvilkårligt vil medføre.

For når resultaterne er der; først da har vi anledning til at være RIGTIG STOLTE.

Med disse ord vil jeg ønske jer alle et fantastisk salg og et godt tilvalg ;o)

# Vi har forsikret jordens folk i mere end 100 år

- 
- Specialuddannede assurandører
  - Lang erfaring med dansk gartneri
  - Landsdækkende service
  - Stort lokalt kendskab
  - 24 timers service hos egen assurandør
  - Fleksibelt selskab
    - Kort og hurtig vej til beslutning
  - Nicheselskab
  - Unikke produkter til danske gartnerier
  - Lokale vurderingsmænd

Få mere information  
om forsikringer  
til jordens folk...  
- klik på:

[www.garfors.dk](http://www.garfors.dk)

• **HOVEDKONTOR**  
Struergade 24  
DK-2630 Taastrup  
Telefon +45 43 71 17 77  
Telefax +45 43 71 36 16  
[www.garfors.dk](http://www.garfors.dk)  
E-mail [gaf@garfors.dk](mailto:gaf@garfors.dk)