



Egen forædling optimerer værdikæden

Da Schroll Flowers i 2007 søsatte sin egen forædling af hortensia, var der tale om en langsigtet strategi, der skulle sikre gartneriet et stærkere fundament og optimere værdikæden

Lotte Bjarke

Marie Grønbæk og Lotte Bjarke

Schroll Flowers i Årslev er specialiseret i produktionen af hortensia til stue- og terrassebrug. Det er konkurrenceudsatte produkter, og derfor tog brødrene Carsten Schroll og Søren Schroll, der sammen driver gartneriet, en stor og vigtig beslutning tilbage i 2007, da de etablerede egen forædlingsafdeling.

- Vi tog de første små skridt i 2007 vel vidende, at det var et stort projekt og en virkelig langsigtet strategi. Vi vidste, at vi skulle have bygget en organisation og procedurer op fra bunden, og vi vidste, at det ville tage tid og koste penge at nå i mål, fortæller Søren Schroll, der forklarer,

Planteforædler Marie Grønbæk, Schroll Flowers, har mange bolde i luften i form af blandt andet flere hundrede selektioner af hortensia, der skal testes i færdigvareproduktionen.



I jagten på optimering af gartneriets værdikæde og et sikkert ståsted i markedet, ramte Schroll Flowers et krydsfelt af nye muligheder, forklarer Søren Schroll. Det betyder, at genetikken fra gartneriets forædlingsafdeling i dag er udbredt til store dele af verden.

at forædling af hortensia i sig selv er et langsigtet projekt.

Fra forædleren gennemfører den første krydsning, går der to år, før den første selektion kan ske, og der går seks til otte år fra krydsningen, til der er chancer for at have en egentlig introduktion.

Mulighed for differentiering

Men selv om det kræver virkelig meget tålmodighed fra indehaverne at etablere en succesfuld forædlingsafdeling, var vi ikke et øjeblik i tvivl om, at det var den rigtige vej at gå.

Indtil da byggede produktionen af hortensia på tilkøbt plantemateriale – såkaldte småplanter og genetik – og det var ikke mindst den strategi, de ønskede at ændre på.

- For os handlede det om at skabe et fundament, hvor vi kunne stå stærkere end vores konkurrenter. Hvis vi bare producerer andres sorter, producerer vi planter, som mange andre også producerer, og har ingen mulighed for at differentiere os. Det at have sin egen forædling giver simpelthen en mere optimal værdikæde, understreger Søren Schroll, der ikke er i tvivl om, at den strategi kan være en af måderne til at sikre, at der også fremover vil være et stærkt gartnerierhverv i Danmark.

Godt ståsted i markedet

I takt med at forædlingen begyndte at bære frugt, første gang i 2013, da hortensiasorten 'Deep Purple' blev introduceret, overtog Schroll Flowers egne sorter stille og roligt pladserne i gartneriets produktion af færdigvarer.

- For os var det fra begyndelsen ikke det primære fokus at levere genetik til andre. Vi etablerede forædlingsafdelingen for at have et ståsted i markedet. Derfor var det vigtigt, at vi allerede havde opbyg-



En stadig strøm af spændende, måske kommende introduktioner, er resultatet af arbejdet i forædlingsafdelingen hos Schroll Flowers.



get et marked og en kundekreds for vores færdigvarer. Hvis du ikke har en horisont og ikke mindst en vis volumen at bygge på, kan det hurtigt vise sig, at dit forretningsgrundlag i virkeligheden er ikke eksisterende, pointerer Søren Schroll.

Han understreger, at simplicitet er vigtig i den sammenhæng.

- Hvis du ikke hurtigt får bygget volumen på, kan du nemt komme til at sprede dit fokus. Cost benefit er et vigtigt nøgleord for os. Hvad koster det, og hvad får vi ud af det? Vi skal hele tiden revurdere, om forretningsideen stadig er valid, fremhæver Søren Schroll.

Et krydsfelt af muligheder

I jagten på optimering af gartneriets værdikæde og et sikkert ståsted i markedet, ramte Schroll Flowers et krydsfelt af nye muligheder, der løftede strategien til et nyt niveau, der betyder, at genetikken fra gartneriets forædlingsafdeling i dag er udbredt til store dele af verden.

- I virkeligheden er Danmark et af de klimamæssigt dårligste steder i verden at producere hortensia. Men det giver os på den anden side set et vigtigt argument på hånden. Hvis sorterne kan klare sig her, kan de klare sig alle vegne. Det er i sig selv et vigtigt selektionskriterie, pointerer Søren Schroll.

I 2011 etablerede Schroll Flowers produktion i det sydlige Portugal, og det blev endnu et væsentligt succeskriterium for den danske forædlingsafdeling.

- Gartneriet i Portugal gav os mulighed for at bygge volumen på, og klimaforholdene der betyder, at vi kan sikre både os selv og vores råvarekunder en væsentlig bedre kvalitet, end vi ville kunne, hvis

vi skulle producere råvarer i Danmark, forklarer Søren Schroll.

Dedikeret samarbejde

Sorterne fra Schroll Flowers produceres nu både i Europa baseret på råvarer fra Portugal og i fjerne lande som USA og Canada, Japan, Australien og New Zealand, hvor den danske virksomhed arbejder tæt sammen med lokale producenter.

- Vi er meget selektive, når vi udvælger vores samarbejdspartnere. Det er vigtigt, at de er dedikerede til partnerskabet og kan bidrage til at promovere vores genetik og har den volumen, der giver gennemslagskraft. Til gengæld er vi med dem hele vejen med hjælp og rådgivning, for eksempel når det gælder om at opbygge et kvalitetsstyringssystem. Hortensia har en lang kulturtid, så meget kan gå galt undervejs. Derfor er det så vigtigt at være fokuseret hele vejen igennem, siger Søren Schroll.



Den mørklilla Hydrangea 'Deep Purple' blev gennembruddet for Schroll Flowers satsning på egen forædling. Den kom på markedet i 2013 og er fortsat populær.

Han fortæller, at der aktuelt foregår en konsolidering i markedet for hortensia i Europa. Volumen er vokset, men antallet af producenter er faldet. En udvikling der også kendes fra den hjemlige sektor. Og en udvikling Søren Schroll betegner som sund i hvert fald på nogle markeder, idet den betyder, at indkøberne har knapt så mange at ringe til for at diskutere pris.

Simplicitet er afgørende

Schroll Flowers har i øjeblikket omkring 40-50 sorter i produktion og flere hundrede selektioner i test, og Søren Schroll understreger, at det helt afgørende for at opnå succes med forædlingen er simplicitet.

- Simplicitet belønner dig ikke bare med en faktor 10 men måske med en faktor 100. Som forædler har man en klar tendens til at tage for meget med, og virksomheder, der alene driver forædling, har også en tendens til at få rullet sorter ud, der reelt næsten ikke kan produceres. Derfor ser jeg det som en stor force i vores samarbejde med producenter, at vi aldrig sender sorter ud, der ikke er grundigt afprøvet i vores egen produktion. Hvis det tager 6-8 år at rulle en ny sort ind, er forædlingen typisk de 5-6 år, mens resten er test i produktionen, forklarer han og opridser den lange stribe af forædlingskriterier, der er afgørende for, at en ny sort får succes.

- Først og fremmest skal sorten give forbrugerne en god oplevelse og matche det, de efterspørger. Men den skal samtidig være nem at passe i butikken og nem at producere med et minimum af bekæmpelsesmidler og et minimum af spild. Det er det store puslespil, som planteforædling bygger på, fastslår Søren Schroll. ■