

Nordisk konkurrens eller samarbete inom exporten?

Magnus Håård VD Svensk Avel

För den som under större delen av sin tid som VD har försöka skapa ett nordiskt avelsföretag eller åtminstone så många samarbeten som möjligt är svaret givetvis att vi skall samarbeta!

Exporten från de nordiska länderna har exploderat de senaste åren och än syns inget slut på ökningen.

För svensk del har detta inneburit en ökning från 20-30 000 doser per år vid Svensk Avels bildande 1992 till runt 150 000 i början på 2000-talet för att förra året uppgå till 530 000 doser. Och ökningen bara fortsätter, under årets 6 första månader ökade exporten med 26 % till 382 000 doser vilket är mer än vi sålde under hela 2004. Ökningen på marknader utanför Norden var hela 37 %. Extra glädjande är att ökningen av antalet doser gått hand i hand med ett högre pris per försåld dos.

Att sälja på export skiljer sig kraftigt från att sälja på hemmamarknaden med dess traditionella strukturer. Här råder verklig konkurrens och det är skicklig marknadsföring och god kundservice i kombination med pris och kvalitet som är helt avgörande för framgång.

Svensk Avel har försökt exportsamarbete med Geno med deprimerande resultat. Felet var säkert att det är svårt att samarbeta inom exporten om man har olika plånböcker. Givetvis känner norska säljare mest för sitt företag och vice versa. Detta har stärkt Svensk Avels inställning att på lång sikt är ett avelsföretag det optimala för Nordens bönder och därför arbetar vi nu på ett första steg tillsammans med Dansire och har gott hopp om att FABA kommer att ansluta sig inom några år.

För exporten måste målsättningen vara att ta hem så mycket pengar som möjligt till Nordens bönder för att ytterligare utveckla våra sofistikerade avelsprogram till nordiska bönders fromma. Idag är vi fyra parter som säljer närbesläktade produkter, både i form av våra raser och våra avelsprogram. Fördelen med dagens system är att vi säljer via olika distributörer på samma marknader vilket ger stor täckning men nackdelen är givetvis att risken för priskonkurrens är stor.

Med ett nordiskt avelsföretag har vi möjlighet att både äta kakan och ha den kvar genom att organisera oss på samma sätt som Electrolux, GM, Ford och många fler. Vi skulle kunna behålla respektive organisations distributörer och sälja våra produkter som olika varumärken på de marknader där det är lämpligt och uppträda som en aktör på andra marknader.

Exporten kan inte ses som en enskild del i det nordiska samarbetet, den måste integreras i en satsning på att bygga en stadig plattform för ett fortsatt starkt avelsarbete i Norden. Om de förändringsobenägna får styra "utvecklingen" kommer sannolikt detta avelsarbete att försvinna och nordiska bönder bli hänvisade till att vara köpare utan reellt inflytande på avelsmålet. Det kommer istället att bestämmas i länder som USA, Tyskland, Holland och Frankrike.