

Juletræssalg i kædebutikkerne

Præsentationen af naturtræer i kæderne svinger en del, – også indenfor samme kæde. Her er et kedeligt eksempel på oppottede træer.

For første gang i en længere årrække er der gennemført en undersøgelse omkring anvendelse og forbrug af juletræer i tyske kædebutikker. Undersøgelsen giver god information om både forbrugsmønstre, udviklinger og forventninger til fremtidens marked inden for juletræsområdet i Tyskland.

Af Claus Jerram Christensen & Henrik Mainz

Undersøgelsen

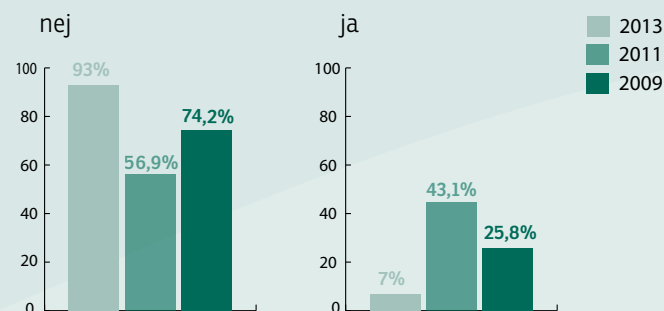
Nordmann Informationszentrum ved Koop und Hagenkötter gennemførte i begyndelsen af året en rundspørge til henved 4.000 chefer/indkøbere i de enkelte kædebutikfilialer i Tyskland. Blandt de adspurgte er byggemarkeder med havecentre (Bauhaus, OBI med flere), egentlige havecentre/planteskoler, havecenterkæder (Dehner, Kölle med flere) samt øvrige kædebutikker (møbelhuse med videre). Godt halvdelen af de adspurgte solgte mere end 1.000 træer i 2013. Med en svarprocent nær 30 er undersøgelsen repræsentativ for den store del af det tyske juletræssalg, som går gennem kæderne. Der er dog ikke lavet en mængdemæssig vægtning i databehandlingen, hvorved små virksomheders udsagn fylder ligeså meget i undersøgelsen som store virksomheders. Baseret på tilsvarende undersøgelser i 2009 og 2011 er det muligt at sammenligne 2013-undersøgelsen med tidligere års svar.

Forløb af sæson 2013

Der var gennemgående stor tilfredshed med forløbet af sæson 2013, idet 93 % svarede, at sæsonen var forløbet uden problemer og hele 42 % anførte, at sæson 2013 var forløbet bedre end året

før. Alle indkøbte træer blev dog ikke solgt i 2013, og som forklaring herpå anfører flere, at der er bestilt for mange træer (udbuddet har været for stort), men også at hård konkurrence og en faldende efterspørgsel kan være mulige forklaringer. Enkelte anfører, at kvalitetsforskellen på standard og prima er for lille til at retfærdiggøre prisforskellen mellem disse to sorteringer, og andre anfører, at det særligt var de små træer, som ikke blev

Var der problemer i forbindelse med juletræssalget?



Figur 1. Spørgsmål: Var der problemer med leveringen af træerne? Svar fordelt til årene 2013, 2011 og 2009.



I mange kæder er "juletræsafdelingen" bemanded og servicen helt på niveau med stadehandlernes.

solgt. En forklaring på de overskydende træer i 2013 kan også være en manglende udnyttelse af mulighederne for en mere fleksibel logistik. Opfølgning på/kontrol med salget og tilsvarende omleverancer bliver kun sjældent realiseret; eksempelvis hvor for store bestillingsmængder hos enkelte varehuse kunne flyttes til andre salgssteder. Generelt vurderes danske leverandører dog for at have en god leveringservice/logistik.

Problemerne i relation til 2013 sæsonen er mindre end tidligere (figur 1) og vedrører helt overvejende problemer med kvaliteten på træerne, hvor enkelte anfører, at træerne for størsteparten kun lige akkurat overholdt mindstemålene i højdeintervallet. Bemærkningerne for årene 2009 og 2011 vedrører også kvalitet og særligt i 2011 nævnes manglende friskhed som et problem. I 2009 er det overvejende en for bred/ringe sortering af træerne, der anføres som det væsentligste problem.

Arts- og kvalitetssammensætning

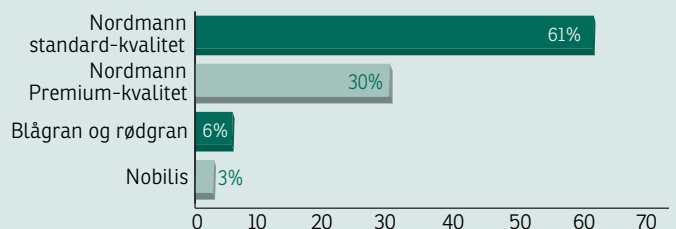
Kæderne sælger overvejende nordmannsgran af standard kvalitet, mens den bedste kvalitet sælges til henved 30 % af kunderne (figur 2). Her bør det bemærkes, at premium kvalitet i kæderne ofte svarer til standard efter den sorteringspraksis, som har været anvendt i Danmark i de senere år.

Problemer med kvaliteten er et gennemgående tema over årene, som i første omgang kan bero på utilstrækkelig kommunikation mellem parterne. Jo mere præcist producenten og leverandøren kan definere sit kvalitetsspektrum, jo færre vanskeligheder opstår der efterfølgende. Som altid er der forskellige definitioner af standard- og premium-kvalitet mellem de danske og de tyske producenter/ leverandører. Tilsmudsning af træerne samt beskadigelser er unødvendige reklamationsårsager, som fra leverandørs side kunne undgås ved at udvise lidt større opmærksomhed. Friskhed er afgørende for kunderne, men da detailhandlen starter tidligt, med en stor del af de bestilte mængder leveret allerede i den anden halvdel af november, kan det føre til tab af friskhed, hvis træerne skal opbevares på paller i fem til seks uger inden salg/anvendelse. Sorteringen er også et fast diskussions-

punkt; såvel ved levering af bestemte størrelsesklasser, som ved fordelingen i kvalitetsklasserne. Ofte koncentrerer leveringerne sig i de nederste dele af sorteringsklasserne.

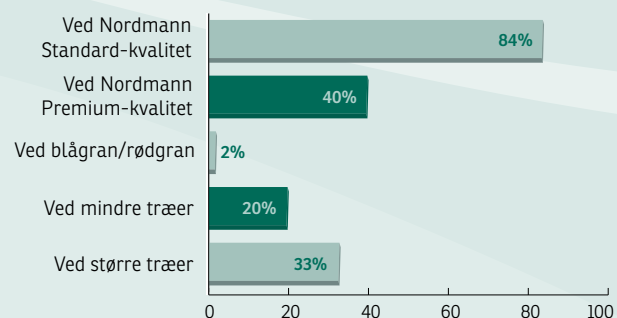
Adspurgt om de fremtidige afsætningsmuligheder i 2014 anfører 84 %, at mulighederne er bedst for nordmannsgran af standard kvalitet, mens 40 % angiver premium kvalitet, som den sortering med de bedste afsætningsmuligheder (figur 3). Det bemærkes, at

Hvordan er arts- og kvalitetssammensætningen i virksomhedens juletræsudbud?



Figur 2. Spørgsmål: Hvordan er arts- og kvalitetssammensætningen i virksomhedens juletræsudbud?

Hvor vurderes de bedste afsætningsmuligheder for 2014 at ligge?

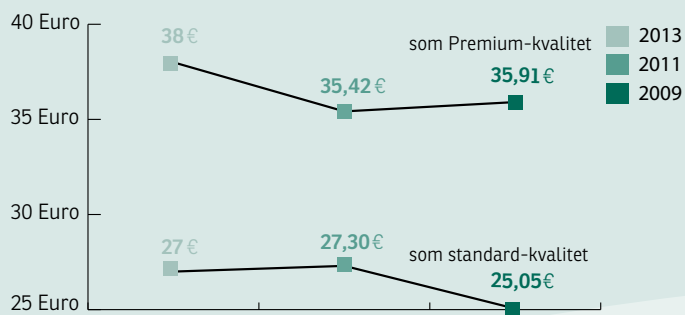


Figur 3. Spørgsmål: Hvor vurderes de bedste afsætningsmuligheder for 2014 at ligge? (flere svarmuligheder).



Foreningen besigtiger årligt kædebutikkerne med juletræssalg for at vurdere pris og kvalitet.

Eksempler på nordmannsgran udsalgspris



Figur 4. Salgspriser for en 180 cm høj nordmannsgran fordelt til kvaliteter.

Havde virksomheden et nordmannsgrantræ til en udsalgspris under 20,00 Euro?



Figur 5. Spørgsmål: Havde virksomheden et nordmannsgrantræ til en udsalgspris under 20,00 €? Bemærk, at gennemsnitshøjden på lavpristreet kun er 155 cm.

kun to % mener, at der er bedst afsætningsmuligheder for rødgran og blågran.

Priser i 2013 og tidligere

Her har der gennem det pågældende tidsrum vist sig tydelige forandringer (figur 4). Ved undersøgelsen i 2013 spillede temaet salgspris praktisk talt ingen rolle mere. Forbrugerne har tilsyneladende vænnet sig til et prisniveau, som er tilfredsstillende for såvel producent som detailhandel.

Helt voldsomme lavpristilbud på nordmannsgran samt meget dårlig kvalitet er tilnærmelsesvis forsvundet fra markedet (figur 5). I stedet for meget dårlige nordmannsgraner som aktions-træer har blågranen overtaget denne rolle. Da blågran imidlertid kun i ringe grad finder accept hos forbrugeren opfylder den nærmere den funktion at stille et billigt træ til rådighed som valgmulighed, som dog får flertallet af forbrugerne til i stedet at vælge en nordmannsgran af bedre kvalitet.

Konklusion

Kvalitet- og prisniveauet er i de senere år steget, og ligger nu i et fornuftigt leje. Der er derfor ingen objektive grunde til at sænke prisen, idet forbrugerne har vænnet sig til det nuværende prisniveau. Imidlertid vil markedet ikke længere forøges af betydning, tværtimod vil afsætningen mængdemæssigt stille, men kontinuerligt, gå lidt tilbage, medmindre der aktivt gøres en indsats for at modarbejde dette.



Team Service

- forhandler af alt, hvad du skal bruge til at pleje og oparbejde dine juletræer

Egholm 2150 er en universalmaskine og en særdeles fleksibel løsning til vedligeholdelse af udendørsarealer.

Vi har udviklet et væld af udstyr til Egholm 2150, som effektiviserer pasning og oparbejdning af juletræer.

- Afskærmet frontsprøjte
- Bomsprøjte
- Sideafskærmning
- Gødningsudlægger
- Stålinddækning til bund
- Hydraulisk baglift
- Stabklipper
- Fældeklø og meget mere

Trenden i retning mod de små træer vil ikke fortsætte med samme styrke, idet man for rigtig mange familier nu har nået en træstørrelse, som ikke længere vil kunne reduceres.

Det konstaterede overtryk af konsum mod forbrugerne ved jule-tid fører til, at bestemte grupper helt bevidst vender sig mod alt om julen, hvilket også fører til, at juletræet fravælges. Ligeledes har det voksende antal ferierejser i juleperioden en negativ effekt på den samlede afsætning. Har man først én gang fravalgt juletræet, har man ligesom brudt et tabu – det bliver derved i de følgende år betydeligt lettere at gøre det samme.

Kunstige træer har efterhånden en visuel kvalitet, som er absolut overbevisende. Endnu spiller de dog ingen nogen videre rolle, blandt andet på grund af de relativt høje salgspriser for disse produkter.

Branchen er nødt til at markedsføre naturtræet offensivt fremover. Den må herigennem slå til lyd for, at kun med et juletræ, kan det blive en rigtig jul. Herudover er også indkøbsoplevelsen et væsentligt moment, hvor detailhandlen stadig kan forbedre sig betydeligt.

Undersøgelsens tilgængelighed

Undersøgelsen indeholder flere informationer, end artiklen tillader. Der er derfor mulighed for at rekvirere yderligere informationer i sekretariatet hos Danske Juletræer, ligesom det er muligt også at rekvirere undersøgelsen til eget nærmere studium. ■

Team - Service

Tlf. 4038 8054 – Niels Nyholm

Tlf. 4010 7387 – Jens Krogh Andersen

www.team-service.dk • mail@team-service.dk