

# Tjekkiet, Ungarn og Rusland

Af Helle O. Thomsen

Denne artikel sammendrager nogle af resultaterne af GfK Danmark A/S's arbejde vedrørende en kvantitativ undersøgelse blandt private forbrugere om juletræer. Undersøgelsen blev gennemført ved personlige interview i forbindelse med julen 1996.

## Stikprøven

I alle tre lande blev undersøgelsen gennemført i et begrænset geografisk område. Det drejer sig om de tre hovedstæder Budapest, Prag og Moskva samt tillige St. Petersburg i Rusland. Selvom betegnelserne russere, tjekker eller ungare bliver nævnt i det følgende, er resultaterne derfor ikke nødvendigvis repræsentative for de pågældende landes samlede befolkning.

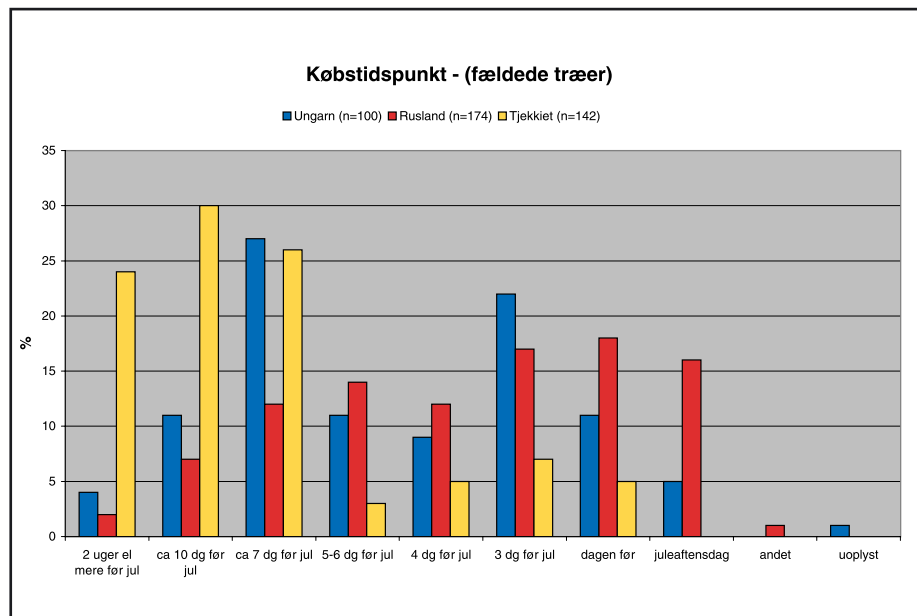
I tabel 1 ses bl.a. hvor mange interview, der blev gennemført i de tre lande.

## Juletraditioner/vaner

De tre lande adskiller sig væsentligt fra hinanden med hensyn til respondenternes religiøse tilhørsforhold.

Rusland har det helt specielle kulturelle særkende, at det er mere almindeligt at fejre nytår end jul. 18 % af de russiske forbrugere fejrer slet ikke jul. Derudover er der det særlige for Rusland, at julen ikke fejres den 24. december, men den 7. januar iflg. den græsk ortodokse kirke, som et stort flertal (74%) blandt de interviewede russere tilhører. Andre religioner spiller stort set ingen rolle. 23 % af stikprøven er ikke medlem af noget trosfund. Hvorvidt det pyntede træ mest er en nytårs- eller en decideret juletradition, kommer GfK ikke specifikt ind på. Betegnelserne nytårsstræ og juletræ anvendes begge.

Ungarn og Tjekkiet adskiller sig både fra



Figur 1: Svar på spørgsmålet "Hvornår købte/fik De juletræet(-erne)?"

Rusland og fra hinanden mht. religion. Mens den romersk katolske kirke er dominerende i Ungarn, er et flertal blandt de interviewede tjekker ikke medlem af en kirke. Alligevel er Tjekkiet det land blandt de tre, hvor traditionen med at fejre jul hjemme med familie/venner og have et juletræ er mest udbredt (94%). Det at fejre jul har således ikke nødvendigvis en entydig sammenhæng med religion.

Ligesom i Polen og den østlige del af Tyskland, og i modsætning til i de fleste vesteuropæiske lande, er der en udbredt tradition for at vælge et kunstigt træ som juledekoration. Andelen af forbrugerne som har et sådant er 54% i Tjekkiet, 48% i Rusland og 16 % i Ungarn. Ægte

afskårne juletræer er dog samtidig af væsentlig betydning (Ungarn 80%), mens brugen af pottede træer er minimal i alle tre lande.

Andre former for juledekoration er ikke almindelige i hverken Rusland eller Ungarn, men derimod i Tjekkiet. Her udsmykker 36% af respondenterne deres hjem med grangrene, ligesom en del bruger adventskranse (14% af ægte gran, 9% af kunstmateriale), eller dekorationer af kunstmateriale (23%). På trods af at der er meget få tjekker, som bruger dekorationer lavet af ægte gran, tyder ovennævnte tal på, at der kunne være et potentielt marked for kombinationen grangrene og dekorationer.

## Pyntning

Undersøgelsens resultat med hensyn til udsmykning af træet er stort set identisk med svarene fra forbrugerne i de øvrige undersøgte lande. Glaskugler, glimmer, flitterstads, elektriske lyskæder osv. er standardpynt. Stearinlys er et til dels forekommende fænomen i Tjekkiet og Ungarn, hvor hhv. 16% og 14% har svaret, at de havde stearinlys. Derimod er stearinlys helt ukendt i Rusland.

## Tidspunkt for juletræsindkøb

Figur 1 viser tidspunktet for køb af jule-

	Budapest	Prag	Moskva	St. Petersburg
Indbyggere (mio)	ca. 1,6	ca. 1,2	ca. 8,6	ca. 4,8
Husstande (mio)	ca. 0,8	ca. 0,5	ca. 3,2	ca. 1,7
Antal interviewede forbrugere	250 (177)	323 (226)*	500 (358)*	
Gennemsnitspris for fældet juletræ	38 kr.	42 kr.	30 kr.	
* Tallene i parentes angiver antal respondenter, der fejrede jul hjemme med familie/venner og havde et juletræ, og dermed var kvalificerede til at gennemføre det fulde interview.				

Tabel 1: Udvalgte tal for de undersøgte områder

træ for de tre lande. Som det ses, er forbrugerne i Tjekkiet betydeligt tidligere ude end i Rusland og Ungarn (og også forholdsvis tidligt, hvis der sammenlignes med de øvrige lande i undersøgelsen). 80% af tjekkerne købte deres juletræ en uge før jul eller tidligere, og den største kategori for Tjekkiet er ca. 10 dage før jul. Fordelingen for Ungarn og Rusland er mere jævnt fordelt i perioden helt frem til jul.

For Ruslands vedkommende er det formentlig d. 24. december, der her skal forstås som jul, på trods af, at den græsk ortodokse jul som nævnt er den 7. januar. Dette pga. undersøgelsens resultat mht., hvornår juletræet bliver pyntet.

Tidspunktet for udsmykning af træet ligger forholdsvis sent i alle tre lande, dvs. koncentreret om d.23.-24. december. I Rusland er det desuden ca. 1/4 af forbrugerne, der venter helt til d. 25. december, hvilket formentlig hænger sammen med, at julen fejres senere end i andre lande.

### Opbevaring inden brug

Gennemgående er det mest almindelige, at opbevare juletræet på altanen fra det bliver købt, til det bliver taget ind i boligen for at blive pyntet. I Rusland er det dog næsten halvdelen, der straks efter købet tager træet ind i stuen for at pynte det.

### Holdbarhed og bortskaffelse

Det mest almindelige er, at beholde juletræet i 10-14 dage, ligesom mange har det stående endnu længere. I Tjekkiet er det hele 27%, der svarede, at de havde det stående i 3 uger eller længere (se evt. figur 2). Dette på trods af, at ca. halvde-

len af forbrugerne tilkendegiver, at nålene begyndte at falde af træet efter 10 dage eller tidligere (Rusland: 74%, Ungarn: 56%).

Den mest brugte måde at skaffe sig af med juletræet på efter brug er at kaste det i en almindelig affaldscontainer. Resten smider det på en affaldsplads eller brænder det.

### Træsart

Forbrugernes kendskab til træsorter er meget ringe i Ungarn og Rusland, hvor 93% hhv. 83% af de adspurgte ikke kunne svare på spørgsmålet om, hvilken træsort, de købte som juletræ. Resultatet er det absolut ringeste blandt alle undersøgte lande. I Tjekkiet viste GfK Danmarks undersøgelse et noget større kendskab. Kun 2% af tjekkerne undlod at svare på spørgsmålet, men da knap 45% gav svaret "Fyrretræ generelt" og godt 40% "Almindelig gran generelt" må der alligevel siges at være tale om en begrænset viden. Stort set ingen har nævnt navnet på en sort.

Samme resultat viste sig, da forbrugerne blev forevist 7 billeder af juletræer, de skulle nævne navnene på (Se evt. illustrationerne i PS Nåledrys nr. 26, s. 22-23). I Rusland var der ingen, der svarede rigtigt overhovedet, og i Tjekkiet var andelen af korrekte svar kun 1-2%. Derimod blev billederne 5 og 6, der begge forestillede Nordmannsgran, identificeret af ca. 1/4 af ungarerne.

### Højde

Med hensyn til højden viser GfK-undersøgelsen, at russere og ungarer køber lavere træer end forbrugerne i andre lan-

de. Dette gælder specielt for russerne, der for godt 70% s vedkommende har valgt et træ på 1,5 m eller derunder. I Ungarn og specielt i Tjekkiet vælges noget større træer. Træer mellem 1,5 og 2 meter udgør den største gruppe i Tjekkiet, hvor højdefordelingen nogenlunde svarer til resultatet for de tyske områder. Da næsten ingen i Rusland, Ungarn og Tjekkiet har købt pottede træer, refererer ovennævnte resultater kun til fældede træer. Fordelingen på højder er vist i figur 3.

### Pris

En af grundene til, at de tre markeder må betragtes som de mindst potentielle i Europa er prisen. Rusland, Ungarn og Tjekkiet udgør undersøgelsens absolutte bundskrabere på det punkt. I gennemsnit betales 42 kr. for et fældet juletræ i Tjekkiet, 38 kr. i Ungarn og kun 30 kr. i Rusland. Dermed er der et godt stykke op til det land, der har den 4. laveste pris i Europa, nemlig Polen, hvor det tilsvarende tal er 63 kr.

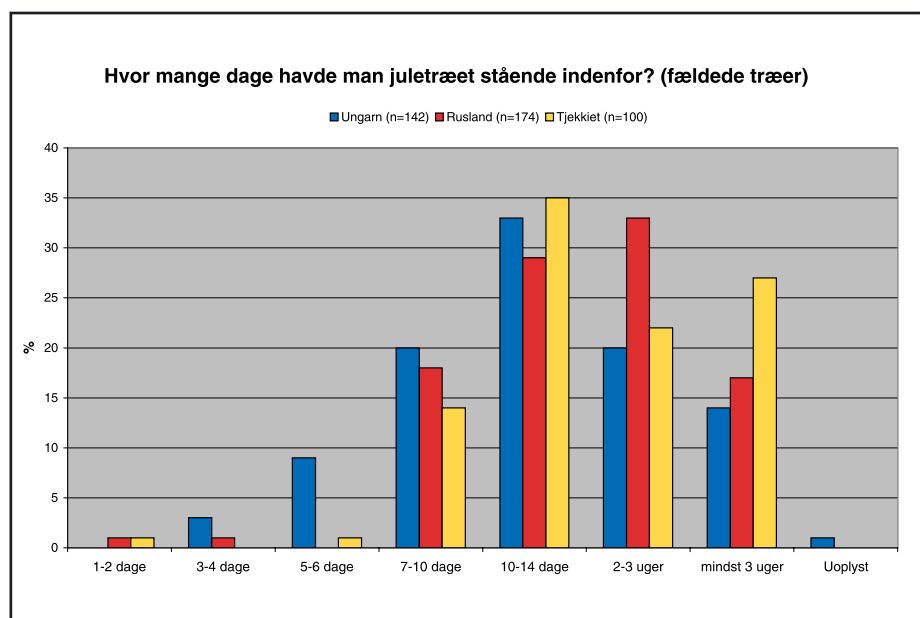
### Købssted

I Rusland og Ungarn er det praktisk talt kun kategorien "Markedsplads/julemarked", der spiller en rolle som salgssted, idet 70-80% af træerne købes her. Også i Tjekkiet er det det vigtigste udsalgssted (37%), men også "Planteskole", "Meget befærdet vejkryds" og "Gågade" har en vis betydning (godt 10%).

Set i forhold til det samlede resultat for alle 11 undersøgte lande er tendensen til at shoppe rundt og se på juletræer hos forskellige forhandlere mere udbredt i de tre østeuropæiske lande. Mest almindeligt er det i Ungarn, hvor 62% af de interviewede besøgte flere udsalgssteder (gennemsnitligt 24% i de 11 lande).

### Specifik efterspørgsel

Set i lyset af, at de allerfleste respondenter ikke var i stand til at nævne sorten på deres juletræ, og heller ikke kunne identificere træerne på de viste billeder, er det ikke overraskende, at de ikke har set efter en speciel sort, da de gik på juletræsindkøb. 82% af russerne og 86% af ungarerne svarede nej til spørgsmålet "Så De efter nogen speciel juletræsart, da De købte juletræ(er) sidste år?". Noget bemærkelsesværdigt er det derfor også, at over halvdelen af tjekkerne tilkendegav at have set efter en speciel art. Da de efterfølgende blev spurgt, hvilken art, de så efter, var det dog også kun ganske få, der faktisk nævnedede en speciel art. Flest gav svaret "Fyrretræ generelt" (49%), mens resten enten svarede "Ædelgran generelt" (30%) eller "Almindeligt gran generelt" (21%).



Figur 2: Svar på spørgsmålet "Hvor mange dage havde I juletræet stående indenfor?"

## Oprindelsesland

På spørgsmålet om, hvorvidt forbrugerne ved, hvilket land, deres juletræ kommer fra, er det mest almindelige svar, at træet kommer fra deres eget land (Rusland 85%, Ungarn 42% og Tjekkiet 55%). Resten, med få undtagelser, ved det slet ikke, eller svarer, at de ikke ved det, men vil tro, det kommer fra deres eget land. Generelt er det ikke vigtigt for de interviewede, hvor træet kommer fra, idet 82-87% svarede benægtende på spørgsmålet. Blandt de få, der finder det vigtigt, hvor træet kommer fra, er der en generel tendens til at betragte træer fra sit land som værende bedre eller af bedre kvalitet end andre. I Ungarn var der desuden enkelte, der fremhævede træer fra Norge/Sverige og Danmark.

Adspurgte, om de generelt foretrækker et lokalt eller et importeret træ, svarer knap 70% i Tjekkiet og knap 60% i Ungarn og Rusland, at de foretrækker et lokalt. Grunden til at foretrække et lokalt træ er først og fremmest, at forbrugerne mener, importerede træer er for dyre, ligesom der stilles spørgsmålstegn ved friskheden. I Tjekkiet og Rusland er 16% hhv. 24% af den opfattelse, at importerede træer slet ikke er tilgængelige. Af GfKs desk research for Rusland fremgår da også, at den russiske told aldrig har registreret nogen som helst sending af juletræer eller granrene fra udlandet.

## Præferencer for form/struktur og farve

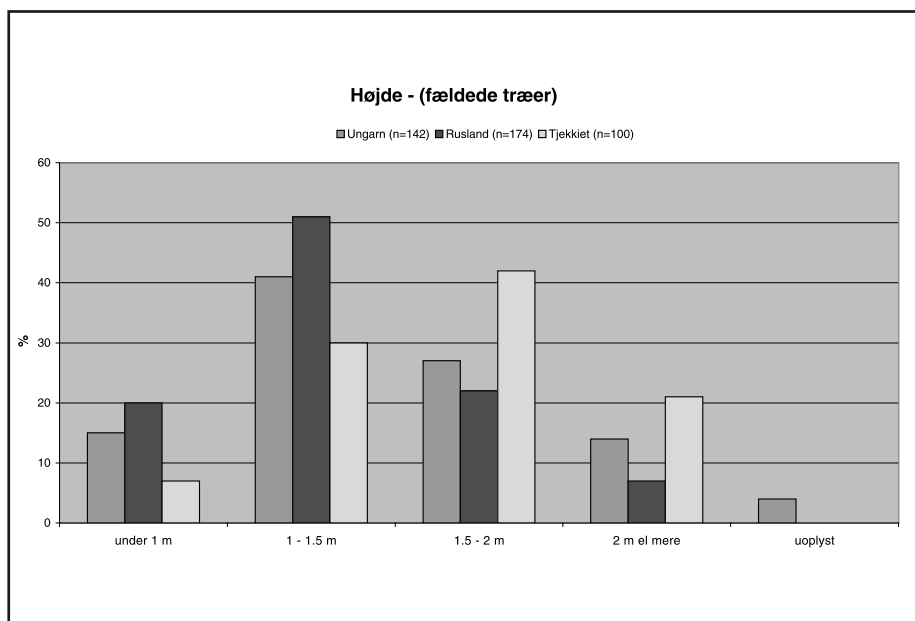
Ligesom i de øvrige lande, men i endnu større grad, er der i Rusland, Ungarn og Tjekkiet en meget klar præference for en tæt træstruktur frem for en åben. 74-88% foretrækker en tæt grensætning. Kun ganske få (3-11%) foretrækker en åben struktur, mens resten er indifferente.

Med hensyn til træets symmetri, er det flertallet i Rusland og Tjekkiet, der mener, at det er vigtigt til en vis grad. Størst betydning har det i Ungarn, hvor knap halvdelen anser symmetri for at være meget vigtigt.

Farven på træet var kun i sjældne tilfælde en parameter forbrugerne så specielt efter. De få, der gik efter en speciel farve, havde fortrinsvist præferencer for mørkegrøn, enkelte for "sølv".

## Hvorfor plastiktræer?

Som nævnt var det ca. halvdelen af forbrugerne i Rusland og Tjekkiet, og en mindre, men ikke ubetydelig andel i Ungarn, der havde et juletræ af plastik. Grundene hertil var mange. De oftest nævnte argumenter i Tjekkiet og Ungarn var, at et kunstigt træ er mere praktisk/giver mindre rengøring, og at det var billigere. I Rusland er der overraskende ingen, der tilkendegav, at de hav-



Figur 3: Svar på spørgsmålet "Hvilken højde havde det købte træ?"

de købt et kunstigt træ, fordi det var billigt. Her svarede næsten 80% i kategorien "Har plastik/kunstigt træ som dekoration" - en mindre sigende forklaring - , ligesom det praktiske aspekt ved plastiktræer blev fremhævet.

Forventningen til den fremtidige efterspørgsel efter plastik-juletræer var i alle tre lande klart, at forbruget vil stige de næste 3-5 år. 64% i Tjekkiet og 73% i Ungarn og Rusland og Tjekkiet var af den opfattelse. Forbrugernes forklaringer herpå var fortrinsvist de samme som argumenterne for at købe et kunstigt/plastiktræ.

Samlet set er undersøgelsens resultat, at Rusland, Ungarn og Tjekkiet er markeder, hvor det vil være endog meget svært at tjene penge på at sælge danske juletræer. Den meget lave pris kombineret med forskellige kulturelle barrierer gør de tre lande til de mindst attraktive blandt de europæiske markeder.

Kilde: GfK Danmark A/S 1997, *juletræer og klippegrønt. En kvantitativ undersøgelse blandt forbrugere*. Landerapporter, Tabelrapporter og Desk research.



**Brumi**

**PROF. ROTORKLIPPERE  
OG BJÆLKEKLIPPERE**

*Nyt!  
Nu også  
med variabel  
hastighed*

**Til græsslåning mellem  
nyplantninger m.m.**  
Terrængående - på skråninger  
- på brakarealer, på skovstier  
og vejrabatter samt andre  
vanskelige opgaver.



Importør:

Miljøvenlig Honda  
eller Kawasaki motor.  
Blyfri benzin.

**Priser fra  
kr. 7.996,-**  
excl. moms.

*Nærmeste lagerførende  
forhandlere anvises*

**Skørping Motorforretning A/S**  
Jyllandsgade 36-38, 9520 Skørping  
Tlf. 98391711 . Fax. 98392522