

Den politiske forbruger

Af Helle O. Thomsen, Dansk Juletræsdyrkerforening

Denne artikel sammendrager nogle af resultaterne af GfK Danmark A/S' arbejde vedrørende en kvalitativ og kvantitativ undersøgelse blandt forbrugere og forhandlere om juletræer samt en kvantitativ undersøgelse med grossister om klippegrønt. Arbejdet er udført for Skov- og Naturstyrelsen.

Politiske forbrugere er en befolkningsgruppe, stadig flere brancher ser en fordel i at tage hensyn til, når de skal bestemme forhold omkring produktion og markedsføring. Også for juletræs- og klippegrøntbranchen er fænomenet blevet et tema for diskussion, og derfor gives her et sammendrag af de informationer, GfK-undersøgelsen leverer om emnet.

Politisk forbrug forstås her som efterspørgsel, der i væsentlig grad bestemmes ud fra køberens personlige overbevisning om, hvad der er moralsk rigtigt og politisk korrekt.

I forbindelse med køb af juletræer og klippegrønt er det mest oplagte politiske aspekt hensynet til miljøet. Derudover ligger der et politisk aspekt i at efterspørge træer fra en lokal/national producent, idet man derved støtter erhvervsdrivende i sit eget land.

Alle træer er miljøvenlige

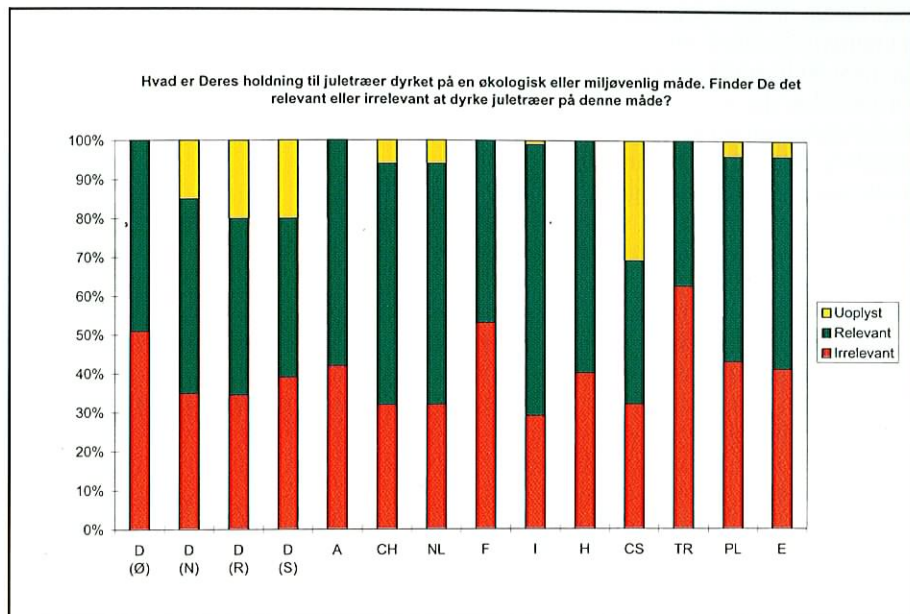
Allerede i de første fokusgruppe-interview, - en pilotundersøgelse, der blev foretaget i Tyskland og England forud for udarbejdelsen af spørgeskemaerne til forbrugerundersøgelsen - blev det klart, at forbrugerne generelt ikke har gjort sig tanker om økologi i forbindelse med juletræer.

Almindelige træer anses for at være naturlige, og faktisk var det først da økologiske/miljøvenligt dyrkede juletræer blev emne for diskussion, at forbrugerne blev opmærksomme på brugen af sprøjtemidler i den konventionelle juletræsproduktion.

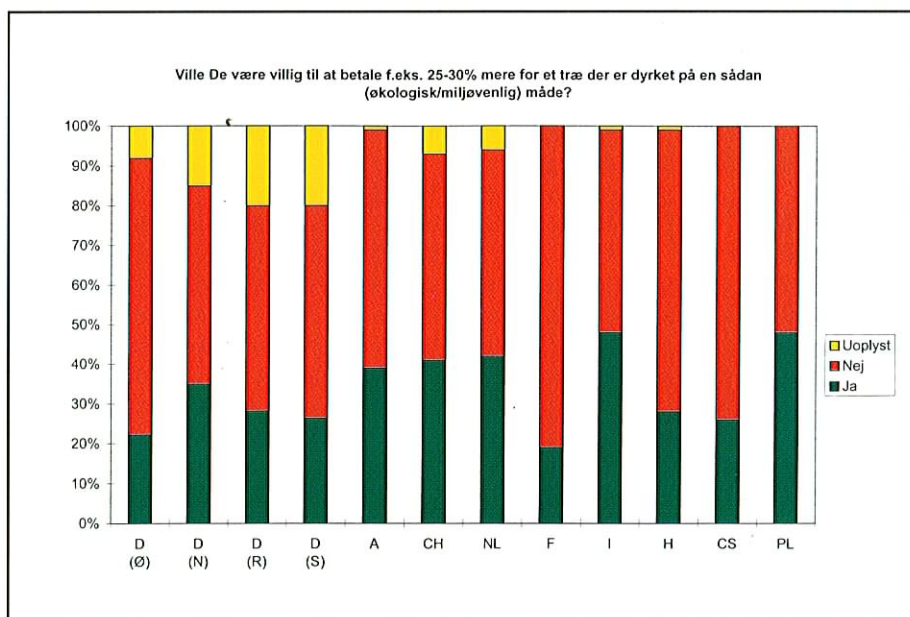
I det hele taget havde de interviewede svært ved at forestille sig fordelene ved et økologisk/miljøvenligt juletræ, endda blev der udtrykt stor usikkerhed om, hvad det overhovedet vil sige, at et juletræ er økologisk.

Mistro til økologi som salgsargument

Selvom der sporedes en ret positiv hold-



Figur 1: Holdning til økologiske juletræer. (Kilde: GfK Danmark A/S.)



Figur 2: Viljen til at betale mere for et økologisk juletræ. (Kilde: GfK Danmark A/S.)

ning til den økologiske idé generelt, specielt mht. fødevarer, var der også en stor mistro til økologiske varer. At sælge økologiske juletræer blev betragtet som "at gå for vidt", som et forsøg på at udnytte forbrugernes miljøbevidsthed for egen profits skyld, samtidig med at træerne måske slet ikke var økologisk producerede.

Konklusionen på fokusgruppe-interviewene var, at økologiske juletræer kun kan sælges, hvis de ser lige så godt ud som almindelige juletræer og ikke koster væsentligt mere.

Viljen til at gå på kompromis ved at vælge et miljøvenligt/økologisk juletræ var, som følgende udtalelse fra et af interviewene viser, minimal:

"Edderkopper og andre insekter lever i fyrretræer. Hvis man ikke bruger pesticider... efter at have stillet træet ind i min dagligstue, ville alle edderkopperne komme ud af træet. Hvor væmmeligt!"

Økonomi vinder over politik

I den kvantitative undersøgelse af forbrugernes holdning til økologiske/miljøvenlige juletræer blev den manglende interesse for økologiske juletræer kun delvist bekræftet.

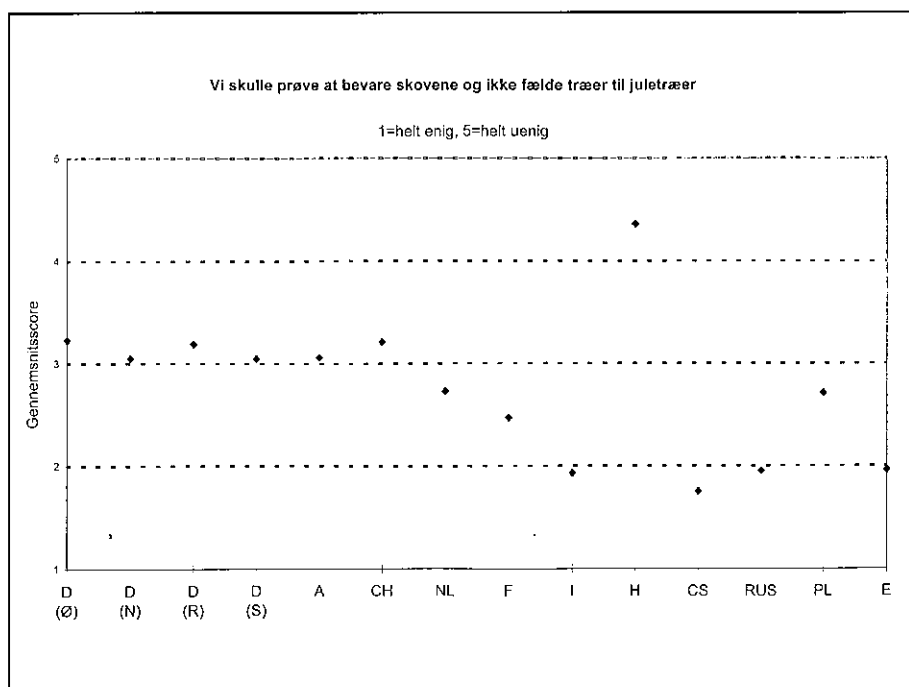
En betydelig andel af forbrugerne gav udtryk for, at det er vigtigt, at juletræerne bliver dyrket på en økologisk eller miljømæssig god måde. Samlet mente 51% af alle interviewede forbrugere, at det var vigtigt, mens 38% var af den modsatte opfattelse (Figur 1). På trods deraf, var det flertallet, der svarede nej til spørgsmålet, om det var villige til at betale 25-30% mere for et økologisk/miljøvenligt dyrket juletræ. Som det ses af figur 2, var det dog i de fleste lande en ikke uvæsentlig andel af de adspurgte, der tilkendegav at være villige til at betale 25-30% mere for et økologisk/miljøvenligt dyrket juletræ. Især i Italien, Polen, Holland og Østrig tyder det på, at der findes et marked for produktet. For et land som Italien, hvor hele 65% af de interviewede forbrugere er indehavere af et plastiktræ, er den store interesse for økologi/miljø noget overraskende.

Om forbrugerne i sidste ende faktisk vil handle på den måde, de giver udtryk for, kan der stilles spørgsmålstegn ved. Idet der netop er tale om et moralsk ladet spørgsmål, kan man forestille sig en tendens blandt de adspurgte til snarere at give et politisk korrekt svar end et ærligt/realistisk svar.

Svarene fra forhandlerundersøgelsen kan ikke helt sammenlignes med forbrugerundersøgelsen, idet de er blevet bedt om at tage stilling til, hvorvidt forbrugerne ikke er villige til at betale 30-40% mere for et økologisk juletræ. Spørgsmålet er således både stillet med modsat fortegn og med forskellig %-andels stigning i efterspørgslen. En sammenligning - som derfor skal tages med forbehold - viser, at forhandlerne er mindre tilbøjelige til at tro, at forbrugerne vil betale en merpris for økologiske/miljøvenlige juletræer end forbrugerne selv. Italien skiller sig også i forhandlerundersøgelsen ud fra de andre lande ved, at der er en forholdsvist positiv forventning til efterspørgslen efter økologiske juletræer.

Juletræsfældning som trussel mod skoven

Holdningen til udsagnet "Vi skulle forsøge at bevare skovene og ikke fælde træer til brug som juletræer" er, som det ses af figur 3, meget forskellig fra det



Figur 3: Juletræsfældning som trussel mod skovene. (Kilde: GfK Danmark A/S.)

ene land til det andet. I Tjekkiet, Rusland og Spanien er forbrugerne klart enige i udsagnet, mens resultatet for især Ungarn viser den modsatte tendens. I størstedelen af landene ligger det gennemsnitlige svar på spørgsmålet dog tæt på værdien, der udtrykker "hverken enig eller uenig". Det kunne skyldes, at folk ikke mener, de to ting har noget med hinanden at gøre, hvilket der ikke har været mulighed for at svare.

Præference for lokalt producerede træer

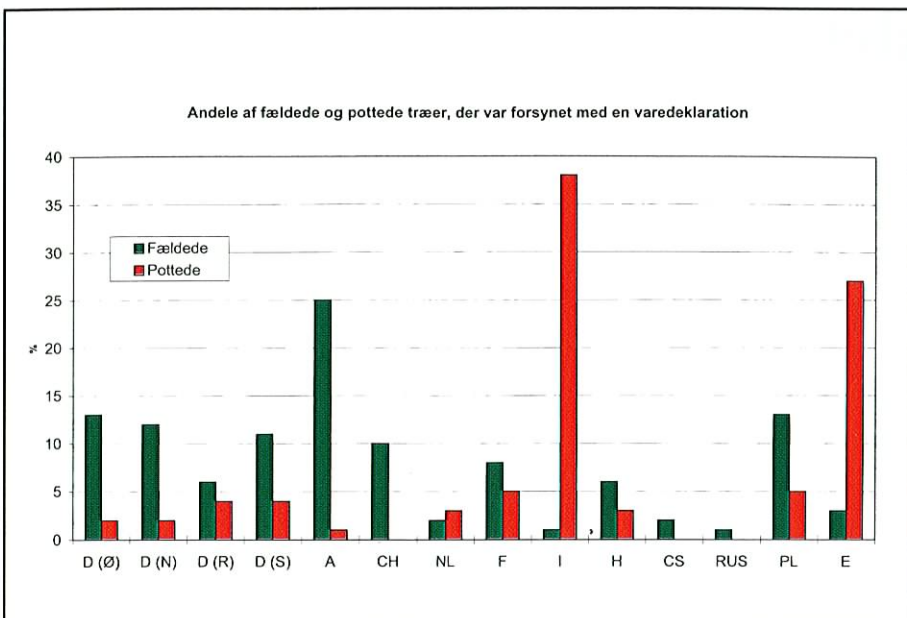
Ikke overraskende er der i de fleste lande en tydelig tendens til, at forbrugerne foretrækker lokalt producerede juletræer frem for importerede. Heri kan der ligge både økologiske og "nationalistiske" aspekter, dog er det ikke de "politiske" argumenter, der nævnes ofte. Derimod er de rationelle begrundelser mest fremtrædende. I alle lande går flest svar på friskheden. Enten mener de adspurgte, at lokale træer generelt er mere friske end importerede, eller de nævner, at lang transport gør træet mindre friskt. Dernæst er den oftest nævnte begrundelse, at importerede træer er dyrere, men det "politiske" svar "lang transport forurener for meget" hører også til de største kategorier.

Set ud fra en dansk producents synspunkt er det beklageligt, at så mange europæere foretrækker træer fra deres eget land, men holdningen er svær at ændre. Det kunne være en mulighed at forsøge at forklare forbrugerne, at importerede træer ikke nødvendigvis er mindre friske end lokale. Dette ville dog netop

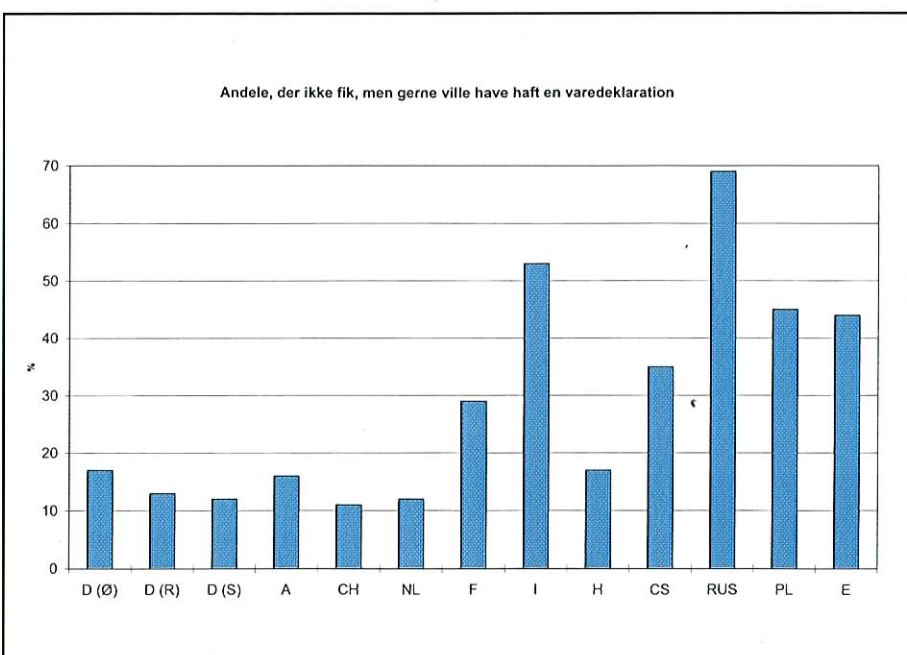
henlede opmærksomheden på træernes herkomst, hvilket GfK fremhæver, at danske producenter ikke bør gøre. Selv hvis det skulle lykkes at overbevise forbrugerne på det punkt, står der stadig en række argumenter imod importtræer tilbage, idet der ofte er givet flere forklaringer på at foretrække lokale træer. Når dette er sagt, skal det dog samtidig understreges, at de nævnte præferencer ikke nødvendigvis har nogen praktisk betydning. Det er nemlig de færreste, der faktisk ved, hvor deres juletræ kommer fra.

Varedeklaration

Logisk set skulle man tro, at en forbruger, som finder det vigtigt, at juletræet er dyrket på en miljøvenlig måde eller som foretrækker lokalt producerede træer, også ønsker at sikre sig, at det er tilfældet for det juletræ, vedkommende køber. Brugen af varedeklarationer på juletræerne som kan ses som en indikator for folks interesse for at skaffe sig information om produktet, er imidlertid begrænset. Kun 7% af de fældede træer var påsat en form for varedeklaration, og blandt dem, der ikke fik en varedeklaration, var det omkring hver fjerde, der gerne ville have haft en. Der er her meget store forskelle mellem lande og områder. Som det ses af figur 4 og 5 er deklarerationer mest brugt i Italien, Spanien og Østrig, mens interessen blandt dem, der ikke fik en varedeklaration er størst i Rusland, Italien, Polen og Spanien. Bemærkelsesværdigt er, at der i Schweiz, hvor hele 68% foretrækker lokale frem for importerede træer, kun er 11% blandt dem, der



Figur 4: Andele af træer, der var forsynet med en varedeklaration. (Kilde: GfK Danmark A/S.)



Figur 5: Forbrugere, der ikke fik, men gerne ville have haft en varedeklaration. (Kilde: GfK Danmark A/S.)

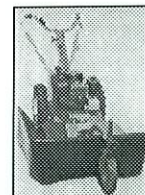
ikke fik en varedeklaration, der gerne ville have haft en.

På grund af den ringe interesse for at få produktinformation gennem en varedeklaration må konklusionen være, at forbrugerne ved køb af juletræer kun i mindre grad agerer politisk. (Vi ved dog ikke, om forbrugerne søger information på anden måde, f.eks. gennem sælgeren). Præferencerne for økologisk og/eller lokalt producerede træer er til stede, specielt for sidstnævnte. Imidlertid er der en lang række faktorer, der spiller ind ved valget af årets juletræ, og selvom der ikke foreligger en rangordning af de forskellige udvælgelseskriteriers relative betydning, indikerer svarene vedrørende træernes udseende, at dette punkt er det mest afgørende. Miljøvenligt producerede og lokale træers konkurrencemæssige fordel vil derfor sandsynligvis være stærkt betinget af, at de ikke adskiller sig fra andre træer med hensyn til udseende og pris.

ESM Rotorklipper RM 72



Til klipping af højt græs og krat under svære forhold. Derfor særdeles velegnet til klipping af vejrabatter, brakarealer, mellem nyplantninger i skov - ekstrem terrængående.



Import:

Hansen & Kilsholm

SKIBHUSVEJ 51 · 5100 ODENSE C
TLF. 66 11 75 32 · FAX 65 91 67 69

HaCe Juletræsnet...



...det er kvalitet.
Spørg os inden du handler.

Skovudstyr . Tlf. 86 67 61 11

HEDESELSKABET