

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.

Nøgletal for Schweiz  
 Indbyggere: ca. 7 mio.  
 heraf by: 67,7%  
 Husstande: knap 3 mio.  
 Gnsn.pris for juletræ: 146 kr.

Antal interviewede: Forbrugere 529, Forhandlere 40

## Resultater - forbrugere

### Stikprøven

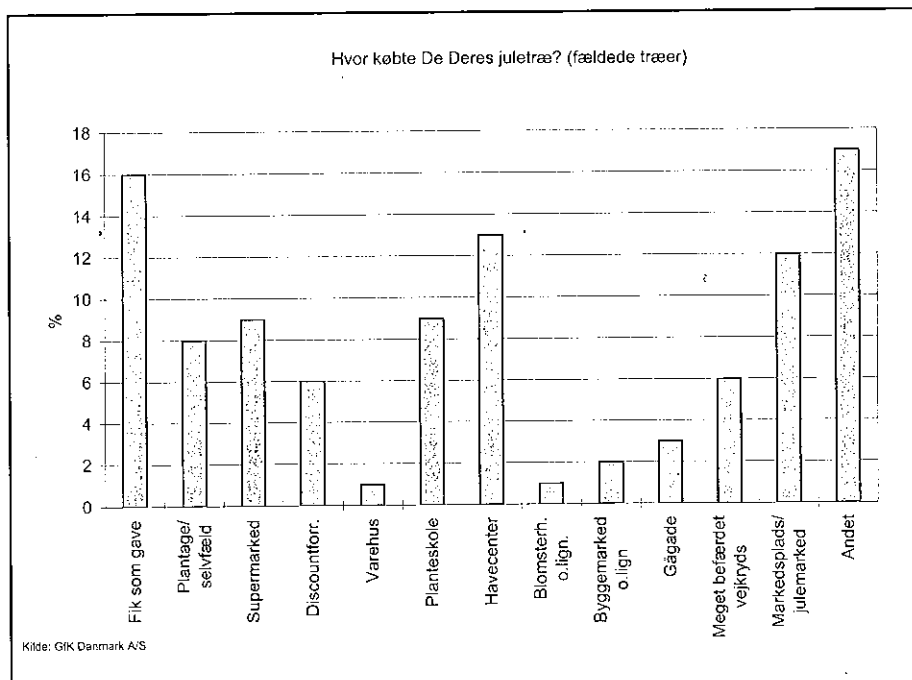
Af de 529 personer, der blev kontaktet i Schweiz var der 405, der fejrede jul hjemme sammen med familie og venner og havde et ægte juletræ, som var kravet for at deltage i det fulde interview. 71% af interviewene blev gennemført i den tysktalende del af Schweiz, 29% i den fransktalende del. Fordelingen mellem kvinder og mænd er nogenlunde ligelig, og den schweiziske stikprøve adskiller sig dermed ved at have forholdsvist flere mænd blandt respondenterne.

### Juletraditioner/vaner

Næst efter det ægte, fældede juletræ, som 82% af de interviewede har haft, er adventskransen af ægte gran (32%) og krybben (31%) de mest almindelige former for juleudsmykning af hjemmet. Kunstige juletræer er heller ikke ualmindelige, idet 17% af de adspurgte havde et sådant. Derimod fandtes det pottede juletræ kun i 3% af hjemmene. En bemærkelsesværdig (dog ikke entydig) tendens er, at brugen af kunstige juletræer er mere almindelig i de større byer end i byer med under 10.000 indbyggere. Ligeledes er det forholdsvist færre personer i storbyerne, der har svaret, at de havde en adventskrans af ægte gran.

### Pyntning

Udsmykningen af juletræet foregår umiddelbart før juleaften, idet 41% pynter juletræet den 24. december, 21% den 23. december. 19% pyntede dog deres juletræ den 20. december eller tidligere.



Figur 1: Købssted - fældede træer

Selvom højtiden regnes for "børnenes fest", er det alligevel forældrene, der spiller den største rolle i forbindelse med pyntningen af træet. I 43% af familierne var det forældrene alene, der pyntede træet, mens dette i 34% af tilfældene var en familieopgave. Blandt dem, der havde et fældet træ, smykkede 64% det med levende lys, mens 33% brugte elektrisk lys. Brugen af levende lys er dermed mere almindeligt i Schweiz end i de fleste andre europæiske lande.

### Juletræsindkøbet

#### Tidspunkt for køb

Schweiz er et af de lande, hvor tidspunktet for køb af fældede juletræer er mest jævnt fordelt over de sidste 2 uger før Jul. Således svarede 25%, at de købte deres juletræ mere end en uge før jul, mens 21% købte det ca. en uge før og 51% at købet foregik mindre end en uge før juleaftensdag. Denne fordeling er stort set identisk med resultatet for det tyske marked.

#### Opbevaring før brug

Efter købet opbevarer 65% af respondenterne træet enten på altanen eller i haven, mens 19% straks tager det ind i stuen for at pynte det.

### Træsart

Forespurgt om, hvilken træsort, der rent faktisk blev købt er fordelingen, at 27% har købt rødgran, 24% har købt Nordmannsgran mens 30% har svaret, at de har købt "almindeligt gran generelt". Blågran nævnes af 5%, mens "Fyrretræ generelt" nævnes af ca. 7%. I forhold til respondenterne i de øvrige lande, er der mange schweizere, der er i stand til at sætte navn på det juletræ, de har købt. Ligeledes er der en meget stor andel, der ved forevisning af billeder er i stand til at identificere Nordmannsgran (mellem 14% og 38%, afhængigt af hvilket billede, det drejer sig om). Kendskabet til Nordmannsgran er dermed på højde med niveauet i Tyskland.

### Højde

Schweizernes præferencer mht. højden på træerne adskiller sig ikke væsentligt fra det europæiske gennemsnit. I forhold til Tyskland, er andelen af træer mellem 1,5-2 m dog noget mindre (42% overfor 47%), mens forholdsvist flere schweizere (38% overfor 33%) havde et træ i højden 1-1,5 m. 14% af træerne var 2 meter eller mere.

### Pris

Den gennemsnitlige pris, de schweiziske respondenter har betalt for deres juletræ.

Træsart	Pris i kr.
Rødgran	95
Nordmannsgran	214
Blågran	159
Andre	87
Alm. gran generelt	121
Fyrretræ generelt	131
Uoplyst	286

**Tabel 1: Gennemsnitspriser på fældede træer efter art (Kilde: GfK Danmark A/S).**

er 146 kroner. Nordmannsgran var med en gennemsnitspris på 214 kroner/stk. langt den dyreste sort med et godt stykke ned til den næstdyreste, nemlig Blågranen, som der i gennemsnit blev betalt 159 kr. for. Tallene for de øvrige kategorier kan aflæses i tabel 1. Til spørgsmålet om, hvad forbrugerne tror, en Nordmannsgran på ca. 2 m ville koste, hvis de skulle købe den der, hvor de sidste år købte deres juletræ, er det gennemsnitlige svar ca. 315 kr. (NB: Spørgsmålet er kun stillet til respondenter, der har tilkendegivet høj grad af præference for Nordmannsgran).

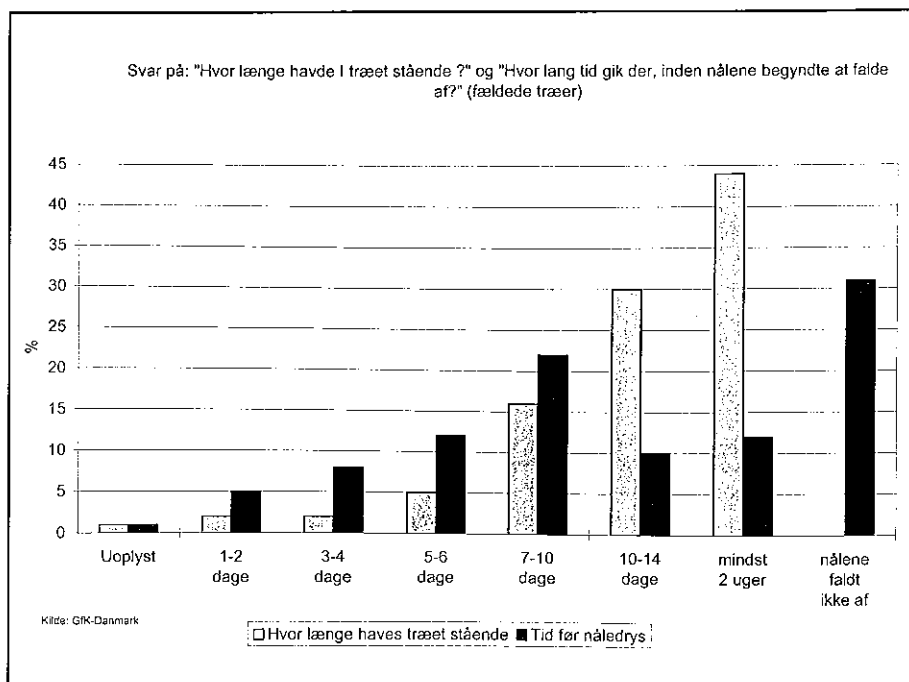
Af alle respondenter ville 15% være villige til at betale 40-50% mere for et Nordmannsgran juletræ i forhold til andre typer, 15% ville sandsynligvis være villige dertil, mens 62% svarer benægtende på spørgsmålet.

#### Købssted

Det mest almindelige købssted er i Schweiz som i hovedparten af de øvrige lande "markedsplads/julemarked", hvor 20% af de adspurgte havde købt deres juletræ (figur 1). Specielt for Schweiz er, at en forholdsvis stor andel (16%) har fået træet forærende, og at discountforretningernes andel af salget er noget lavere i Schweiz end i Europa set under ét. Set for Europa samlet, er det ikke almindeligt at "shoppe rundt" og besøge flere udsalgssteder, når juletræet skal vælges og i Schweiz er tilbøjeligheden til kun at besøge én forhandler allermest udbredt. 88% af svarpersonerne har således kun besøgt ét salgssted.

#### Familiens beslutningstagere

Undersøgelsen giver ikke noget entydigt svar på, hvilket af familiemedlemmerne, der er den egentlige beslutningstager ved købet af juletræ. 35% angiver, at faderen var den faktiske køber, 30% at det var moderen, og i 18% af tilfældene var det faderen og moderen i fællesskab. Kun 9% af de interviewede svarer, at børnene



**Figur 2: Hvor længe havde man træet stående og hvor lang tid gik der, før nålene begyndte at falde af (fældede træer).**

var involverede i beslutningen og 7% heraf mener, at børnene var de egentlige beslutningstagere.

#### Specifik efterspørgsel

34% af respondenterne har svaret, at de så efter en speciel trætype. Blandt dem, der har købt Nordmannsgran, gik hele 65% efter en speciel trætype, hvilket tyder på en høj grad af bevidsthed blandt købere af nordmannsgran. Kun 10% af købere af "almindeligt gran generelt" så efter en bestemt trætype. Ud af samtlige interviewede var det dog kun 16%, der specifikt har set efter Nordmannsgran. Til sammenligning så ca. 5% af alle specielt efter Rødgran. Der er altså en forholdsvis stor del af forbrugerne, der har købt Rødgran uden at have set specielt efter sorten (27% har købt RGR, 5% har set specielt efter RGR). Samme tendens ses for Nordmannsgran, dog er forskellen hér ikke så stor (24% har købt NGR, 16% har set specielt efter NGR).

#### Oprindelsesland

For størstedelen af forbrugerne (59%) var det uvigtigt, hvor træet kommer fra. Dog svarer hele 68%, at de foretrækker et lokalt frem for et importeret træ. Hvorvidt forbrugerne aktivt har gjort noget for at sikre sig, at træet var fra Schweiz, eller om de er gået ud fra deres egen formodning om træet herkomst, fremgår ikke af GfKs fremstilling af resultaterne. Til spørgsmålet om, hvorvidt respondenterne ved, hvilket land det fældede træ, de har købt, stammer fra, svarer 24% at det ved de slet ikke, 13% svarer, at det ved de ikke, men de vil tro

det kommer fra Schweiz, 54% er overbeviste om, at det kommer fra Schweiz og 3% tror, det kommer fra Danmark. De fleste interviewede (57%) har ikke hørt om juletræer importeret fra Danmark, men blandt dem, der har, er 43% klar over, at der er tale om Nordmannsgran. De vigtigste grunde til at foretrække et lokalt træ er, at det betragtes som mere friskt (nævnt af 51%) og at lang transport forurener for meget (39%).

#### Holdbarhed og bortskaffelse

I figur 2 ses, hvor længe, de schweiziske forbrugere havde deres træ stående, og hvor lang tid, der gik, inden nålene begyndte at falde af. I forhold til i andre lande, er der lidt flere schweizere, der smider træet ud allerede efter 7-10 dage, men ellers er der ikke væsentlige forskelle. Af figuren ses, at det er få, der smider træet ud, selv om nålene begynder at drysse allerede den første uge. Generelt må man dog sige, at nåletab er et mindre problem, idet 31% svarer, at træet ikke eller næsten ikke dryssede. Nåletabet var desuden mindst hos købere af pottede træer, mens det indenfor fældede træer var Nordmannsgran og derefter Blågran, der bedst holdt nålene.

Den mest almindelige måde at skaffe sig af med træet på, er i Schweiz at brænde det i sin have/brændeovn/pejs.

#### Juletræspræferencer

##### Form/struktur

På spørgsmålet om, hvorvidt en tæt eller åben træstruktur foretrækkes, er svarene nogenlunde ligeligt fordelt, idet 45% foretrækker et tæt træ, mens 37% fore-

trækker en åben træstruktur. 17% af de interviewede har ingen præferencer. I sammenligning med de øvrige lande, er der tydeligt flere schweizere, der foretrækker en åben træstruktur, hvilket skal ses i sammenhæng med, at Schweiz adskiller sig ved at have en større tradition for at pynte træet med levende lys. Schweizernes præferencer i forhold til symmetri svarer dog stort set til det europæiske gennemsnit, idet 27% anser symmetri for meget vigtigt, 47% svarer, at symmetri er vigtigt til en vis grad, mens 23% ikke mener, det er vigtigt.

### Plastiktræer

De 17% af respondenterne, dvs. ca. 85 personer, der har haft et kunstigt juletræ, blev udspurgt om grundene dertil. De hyppigste nævnte årsager var: "praktisk/mindre rengøring" (nævnt af 59%), billigere/kan bruges i mange år (45%), mens 24% har svaret, at der ikke er nogen brandfare. Samtlige interviewede er blevet spurgt, om de tror, forbruget af kunstige træer vil stige eller falde de kommende 3-5 år. Hertil svarer 59%, at de forventer en stigning i forbruget, mens 32% forventer et fald. Unge under 20 år og indehavere af kunstige træer og adventskranse er langt mere tilbøjelige til at forvente en stigning end de øvrige forbrugere. Sammenlignet med forbrugernes svar, er forhandlerne mindre tilbøjelige til at tro, at efterspørgslen efter kunstige træer vil stige. Den generelle opfattelse blandt forhandlerne er, at forbruget om 3-5 år vil være det samme som i 1996.

### Resultater - forhandlere

I Schweiz gennemførtes interviews med 40 personer fra handelen. Af de interviewede tilhørte 43% kategorien "trafikerede steder og lignende", 15% faldt indenfor "markeder/julemarkeder", mens 25% var udsalgssteder ved "vejkrøds/befærdede strækninger". Det bemærkes, at de traditionelle stadehandlere her er overrepræsenteret i forhold til, hvor forbrugerne køber deres juletræ. De handlendes beskæftigelse resten af året er typisk landbrug (25%), skovbrug (25%) eller frugt og grønt (20%). Opbevaringskapaciteten er gennemsnitligt 690 fældede træer og 20 pottede træer.

### Import

38% af de interviewede forhandler importerede fældede træer, mens nogle få handler med importerede træer i potte. Godt halvdelen af forhandlerne køber direkte hos producenten, mens 50% har træerne fra egen produktion og 25% køber træer gennem en mellemhandler.

### Klassificering

40% af forhandlerne svarer, at de ind-

købte træer leveres inddelt efter et klassificerings- eller sorteringssystem. I omkring halvdelen af tilfældene er dette klassifikationssystem forhandlerens eget, mens 27% angiver at modtage træer sorteret efter det danske system.

### Leverandører og leverancer

I Schweiz konstateres en meget høj grad af loyalitet overfor leverandører, idet 80% af forhandlerne kun kontakter faste leverandører vedrørende leverancer af fældede juletræer. Derimod har kun 10% ingen faste leverandører, men kontakter altid flere, mens 7% både har faste leverandører og kontakter andre. Begrundelsen for at kontakte flere leverandører er som oftest et ønske om at kunne sammenligne pris og/eller kvalitet, hvorimod uafhængighed af én enkelt leverandør slet ikke nævnes i Schweiz. Det tyder derfor på, at schweizerne har en høj grad af tillid til deres faste leverandører. Til sammenligning giver 25% af østrigerne og hele 63% af franskmændene som begrundelse for at forhøre sig hos flere, at de ønsker uafhængighed af en enkelt leverandør.

Den første kontakt til leverandørerne finder i 45% af tilfældene sted i september/oktober, mens 27% venter med at tage kontakt til november/december, hvilket er senere end i de andre lande. Bestillingen afgives da også i Schweiz på nogenlunde samme tidspunkt som den første kontakt, hvor der i de øvrige lande er en klarere tendens til at afgive bestilling nogen tid efter den første kontakt.

Selve leveringen sker første gang primo december hos 52% af forhandlerne. Antallet af leveringer er i Schweiz forholdsvist lavt, idet 41% får hele leverancen på én gang, 42% får leveringerne i 2 eller 3 omgange.

Sammensætningen af årets sortiment er i 75% af tilfældene baseret på erfaring. Ligesom i de øvrige lande er de vigtigste informationskilder egenbesigtigelse (52%) og kolleger/personligt netværk (38%). I modsætning til de fleste andre lande, blev internet nævnt som informationskilde, dog kun af ganske få. To personer har således søgt information om pottede træer gennem internet, mens en enkelt har søgt information om fældede træer.

De schweiziske forhandlere indkøbte i 1996 gennemsnitligt knap 4000 fældede træer, fordelt på 14% Rødgran, 62% Nordmannsgran, 12% Blågran og 12% Nobilis/Ædelgran og 385 pottede træer, hvoraf 66% var Blågran, 21% Nordmannsgran og 13% Koreagran.

Fordelingen på højder er nogenlunde ens for Rødgran og Nordmannsgran, hvor de fleste træer ligger i højdeklassen 1,5-2 m (28% af Rødgranerne og 34% af Nord-

mannsgranerne), efterfulgt af klassen 1-1,5 m som udgør ca. 25% af træerne. For Nordmannsgran er andelen af træer på 2 m eller mere dog lidt højere end for Rødgran (14% mod 10%). For både Blågran og Nobilis/Ædelgran er den største højdeklasse under 1 m, hvilket også gør sig gældende for de pottede træer.

Efter forhandlerens udtalelser er 90% af ædelgranerne af prima kvalitet for de specificerede højder. For de andre træarter er andelen af prima mellem 66% og 75%.

### Transport m.v.

Godt halvdelen af de schweiziske forhandlere får de fældede træer leveret på egne lastbiler, mens 33% får træerne leveret på leverandørens biler. I 20% af tilfældene engageres et transportfirma. Engagerede transportfirmaer og leverandørens lastbiler spiller en større rolle, når der kun ses på importerede træer, dog er egne lastbiler stadig den mest benyttede transportform. I 66% af tilfældene er transportomkostningerne inkluderet i den aftalte købspris, og udgør gennemsnitligt 9% af de samlede omkostninger.

### Skader

Når de schweiziske forhandlere får træerne leveret, er 2,3% af dem beskadiget, hvilket er den laveste skadesprocent på tværs af lande.

### Betalingsforhold

I Schweiz finder en ret høj andel af betalingen sted delvis ved levering og efter levering. For de fældede træers vedkommende er det 31%, som betales ved bestillingen og 69% der betales ved levering eller senere. Godt halvdelen betaler kontant og 37% betaler gennem et pengeinstitut eller lignende. Betales gennem et pengeinstitut sker det i næsten alle tilfælde ved indbetaling på leverandørens konto i Schweiz. Kun en ganske lille andel (4%) bliver afkrævet en bankgaranti eller anden form for sikkerhed for betalingen, (hvilket muligvis kan skyldes de forholdsvist faste forhold mellem forhandlere og leverandører i Schweiz). Betalingsbetingelserne regnes for vigtige af 37% af forhandlerne, mens 60% svarer, at dette punkt er af mindre betydning.

### Marketingsaktiviteter

Schweiz er et af de lande, hvor forhandlerne har den mest aktive markedsføring, idet 75% af de adspurgte annoncerer. Som i de andre lande, er de mest brugte medier lokale og regionale aviser.

Blandt dem, der annoncerer, er reklamebudgettet gennemsnitligt på godt 10.000 kr., hvilket kun overgås af Østrig (14.000 kr.)