

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 Holland
Indbyggere: 15,5 mio.
Husstande: ca. 6,4 mio. (1994)
(prognose år 2000: ca. 6,9 mio.)
Gns.pris for juletræ: 70 kr.

Antal interviewede: Forbrugere 366, Forhandlere: 37

Resultater forbrugere

Stikprøven

I Holland blev 366 personer interviewet, hvoraf 355 havde et juletræ og fejrede jul hjemme sammen med familie/venner. 252 heraf havde et ægte træ, enten fældet eller pottet. Ligesom for de andre lande gælder, at stikprøven har en overvægt af kvinder, og at den aldersmæssige fordeling har tyngdepunkt i de midterste aldersgrupper 31-40 år og 41-50 år. Modsat de fleste andre lande, er der i den hollandske stikprøve en stor andel af de adspurgte, der bor i hus/rækkehus (77%) i forhold til andelen, der bor i lejlighed (11%). Ligeledes er det mere almindeligt at eje sin bolig i Holland fremfor at leje.

Schweiz - fortsat fra side 50

Varedeklaration

Kun 20% af de schweiziske forhandlere svarer, at de leverede træer er forsynet med en varedeklaration. I de tilfælde, hvor træerne er forsynet med varedeklaration vedrører de givne oplysninger oftest oprindelsesland (86%) og producentnavn (43%).

Vurdering af forbrugernes efterspørgsel

Ved spørgsmålet angående deklARATION viser det sig, at forhandlernes opfattelse af forbrugernes præferencer, ikke svarer til forbrugernes egen. Blandt forbrugere ville kun 11% af dem, der ikke fik en varedeklaration, gerne have haft en, mens 54% af forhandlerne mener, at forbrugere efterspørger en varedeklaration.

Det religiøse tilhørsforhold er i Holland nogenlunde ligeligt fordelt mellem ikke-religiøse, katolikker og protestanter.

Med hensyn til geografisk fordeling er den største del af den hollandske stikprøve (37%) bosiddende i byer med 5.000-50.000 indbyggere, mens 19% bor i byer med 100.000-250.000 indbyggere og 17% bor i byer med mellem 50.000 og 100.000 indbyggere. Andelen af adspurgte, der bor i storbyer (<100.000) bliver dermed lille i forhold til sammensætningen af stikprøverne fra de øvrige lande.

Juletraditioner/vaner

Det hollandske marked er karakteristisk ved, at der ikke er nogen juletræstype, der direkte dominerer. 32% af de interviewede har haft et fældet træ, 39% har haft et juletræ i potte og 31% har haft et kunstigt træ/plastiktræ. Modsat forventningen er det især folk i landområder, der har kunstige træer.

Andre almindelige former for juledekoration er krybbe, som 33% af forbrugere har, dekorationer af ægte gran (28%) og dekorationer af plastik (20%).

2% af de adspurgte har svaret, at de havde to fældede træer og 6%, at de havde to pottede træer. Dette svarer til det generelle billede på tværs af lande, men i modsætning hertil, er der i Holland en tendens til større enighed end uenighed med udsagnet "Forbruget/Efterspørgslen

En endnu større indikation af, at forhandlerens kendskab til forbrugernes adfærd er begrænset er, at 70% af forhandlerne mener, at forbrugere besøger flere end én forhandler. Forbrugerundersøgelsen viste, som før nævnt, at kun 10% af forbrugere besøgte flere forhandlere i 1996. 66% af de schweiziske forhandlere mener, at forbrugere efterspørger lokale/nationale træer, hvilket svarer helt overens med svarene fra forbrugerundersøgelsen.

Fordelt på sorter mener langt den største del af forhandlerne, at ædle sorter vil vinde betydning de næste 3-5 år. Samtidig mener 45%, at billigere arter vil blive mere efterspurgt. Tilsyneladende ser forhandlerne ingen modstrid deri.

efter juletræer vil stige de næste 3-5 år, da flere og flere familier vil spørge efter to træer". Det er ganske vist en svag tendens, men hvis det nogen steder er muligt at afsætte to træer per familie, skulle det altså være i Holland.

Antal personer samlet juleaften er 7,09, hvilket er nærmere resultatet for Sydeuropa end for Tyskland.

Pyntning

Pyntningen foregår ligesom i Italien meget tidligt, hvilket formentlig hænger sammen med en stor andel af pottede træer. Der er lige mange tilfælde, hvor det er en fællesopgave for familien at udsmykke træet, som hvor det er en opgave for forældrene alene. Kun 6% af de adspurgte svarer, at børnene alene pynter juletræet. Pynten består af stort set de samme ting som i eks. Tyskland.

Juletræsindkøbet

Tidspunkt for køb

Indkøbstidspunktet er stort set identiske for pottede og fældede træer. Hollænderne køber træet i god tid - mest almindeligt 2 uger eller mere før jul. I sammenligning med de andre lande minder Holland mest om Tjekkiet, Italien og Frankrig. I Holland købes træet senere end i Italien, men før end i Frankrig.

Opbevaring før brug

Det fældede træ opbevares enten i haven (43%) eller tages straks efter købet ind i stuen for at blive pyntet (26%). De tilsvarende andele for pottede træer er 34% og 20%, mens resten er fordelt på andre kategorier. At haven er et mere almindeligt opbevaringssted i Holland end andre lande, hænger formentlig sammen med, at en større del af de interviewede bor i hus/rækkehus og dermed har denne mulighed.

Træsart

Spørgsmålet vedr. faktisk købt træart blev først indføjet i spørgeskemaet efter at den hollandske del af undersøgelsen var gået i gang. Antallet af svar er derfor for lille til at resultatet skal bringes her. Vedrørende forbrugernes evne til at nævne navnene på et række træer, der blev vist fotos af, er resultatet for Holland et minimalt kendskab, både til Nordmannsgran, Rødgran og Omorika (se figur 1.

De omtalte fotos findes i artiklen: "Det perfekte juletræ").

Højde

De fældede træer er forholdsvis høje i Holland, idet 41% har fældede træer på 1,5-2 m og 30% på 2 m eller derover. De pottede træer er lidt mindre, men stadig generelt højere end i andre lande.

Pris

Samlet for alle træarter betalte hollænderne gennemsnitligt ca. 70 kr. for et fældet træ og 61 kr. for et træ i potte. For begge slags træer er prisen dermed markant lavere end i andre vesteuropæiske lande. Det land, der ligger tættest på Holland med hensyn til pris er Polen, hvor både fældede og pottede træer gennemsnitligt koster 63 kr.

Købssted

Den mest almindelige salgskanal er havecentre, hvor 27% af de fældede og 20% af de pottede træer er købt. For de fældede træer er "befærdet vejkræds" det næsthyppestede købssted, mens det for pottede træer er "plantagen/produktionsstedet". Kun meget få (18% svarende til 45 personer) besøgte mere end én forhandler.

Familiens beslutningstagere

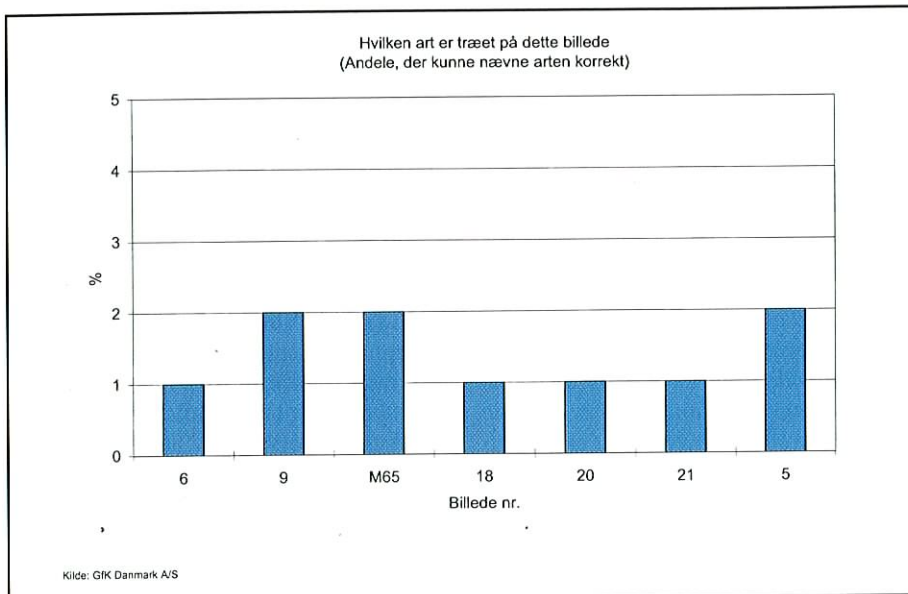
Svarene på, hvem i familien, der købte juletræet er nogenlunde ligeligt fordelt på kategorierne "Far", "Mor", "Far og Mor" og "1-2 forældre og barn/børn". Der ses dog en tendens til, at moderen spiller en lidt større rolle end familiefareren.

Specifik efterspørgsel

25% af de interviewede har set efter en bestemt trætype/-art, da de var på indkøb. Blandt disse, så hele 45% specielt efter Blågran, 15% så efter Rødgran, mens den tilsvarende andel for Nordmannsgran kun var 5%. Resten har givet mindre præcise svar, såsom "andre" og "ædelgran generelt".

Oprindelsesland

I lighed med resultatet for de øvrige lande, er kendskabet til oprindelsesland ringe. Når folk skal komme med et bud på, hvor træet kommer fra, svarer de oftest deres eget land. Samtidig spiller det også en uvæsentlig rolle for forbrugere, hvor træet har vokset, idet 85% svarer, at det ikke er vigtigt. Direkte adspurgt, hvorvidt et lokalt træ foretrækkes frem for et importeret, svarer 37% at de foretrækker et lokalt, mens kun 4% foretrækker et importeret. Flertallet på 53% mener, at det kommer an på, hvilket type træ, man leder efter. Præferencen for hjemlandets træer er dermed mindre udtalt end i de fleste andre lande.



Figur 1: Andele af forbrugere, der kunne identificere træerne på de viste billeder.

Holdbarhed og bortskaffelse

Jævnfør det tidlige indkøb, har hollænderne træet stående forholdsvis længe (figur 2). Både for pottede og for fældede træer er den største kategori 2-3 uger (hhv. 32% og 29%).

I lighed med det samlede resultat, svarer den største gruppe på 41% for pottede og 26% for fældede, at deres juletræ ikke, eller næsten ikke tabte nålene. Sammenlagt var der dog 18% af de pottede træer, der begyndte at tabe nålene indenfor de første 6 dage.

Den mest almindelige måde at skaffe sig af med det fældede træ på er at smide det i en genbrugscontainer. Denne metode er også almindelig for pottede træer, der dog har genplantning som den oftest nævnte svarkategori. Næsten alle, der genplanter deres juletræ har en forventning om, at det vil overleve 1 år eller længere.

Juletræspræferencer

Form/struktur

Hollænderne har ret klare præferencer mht. tæthed og symmetri i forhold til andre nationaliteter.

71% foretrækker en tæt træstruktur (gennemsnit for alle lande: 64%), mens kun 8% er indifferente (gnsn. 19%). Samtidig er det 43%, der anser symmetri for at være meget vigtigt (mod gnsn. 30%) og kun 16% svarer, at symmetri ikke betyder noget.

Plastiktræer

Plastiktræer anses blandt flertallet af de 110 personer, der havde et sådant, for at være mere praktisk og billigere end ægte træer.

Alle interviewede er blevet spurgt, om de

tror, at antallet af juletræer af plastik/kunstmateriale vil stige eller falde de næste 3-5 år. En bemærkelsesværdig stor andel forventer en stigning. 77% har svaret, at de tror, forbruget vil stige, mens kun 16% regner med et fald. I forhold til resultaterne for de andre lande i undersøgelsen, giver en stor gruppe på 32% "miljømæssige forhold" som begrundelse. Det hyppigst nævnte argument er dog også for Holland, at det er mere praktisk/giver mindre rengøring at have et kunstigt træ (nævnt af 68%).

I modsætning til forbrugernes forventninger, regner den største del af de hollandske forhandlere (49%) med et fald i efterspørgslen efter kunstige træer, mens 30% regner med en stigning og 19% regner med en uændret efterspørgsel.

Resultater - forhandlere

I alt 37 forhandlere blev interviewet og udsalgsstederne er nogenlunde ligeligt fordelt på kategorierne "anden trafikeret lokalitet", "blomsterhandler o.lign.", "planteskole/gartneri" og "vejkræds/befærdede strækninger".

Import

Holland er kendt for international handel, hvilket også ses på andelen af forhandlere, der har importerede træer i sortimentet. Tallet er 49%, hvilket er højt i forhold til de øvrige undersøgte lande.

Klassificering

Halvdelen af de forhandlere, der indkøber træer, får dem leveret inddelt efter et klassificeringssystem. Der er oftest tale om forhandlerens eget system (44%), dernæst om leverandørens system (28%), mens 17% specifikt nævner "det danske system". Næsten alle, der ikke

modtager varerne inddelt i klasser, foretager selv en opdeling.

Leverandører og leverancer

Ca. halvdelen kontakter kun faste leverandører, 37% kontakter flere, ikke-faste leverandører og 11% har både faste leverandører og kontakt til andre leverandører. Den grad af loyalitet, der kan udledes deraf, svarer nogenlunde til resultatet for Tyskland. Dvs. sammenlignet med alle lande, hvor der gennemførtes interview med forhandlere, er der en forholdsvis ringe grad af loyalitet overfor faste leverandører.

Den første kontakt til leverandørerne ligger enten i juli-august (47%) eller i november-december (47%). Tyngdepunktet for, hvornår forhandlerne afgiver bestilling, ligger så sent som november, men også en stor andel (30%) afgiver ordre allerede i august/september. Første levering finder for flertallets vedkommende sted primo december. Det nævnte tal gælder for fældede træer, dog er der ingen væsentlig forskel på de tilsvarende tidspunkter og andele for pottede træer. En meget stor andel af forhandlerne får hele leverancen på én gang (50% for fældede, 45% for pottede), hvilket sandsynligvis hænger sammen med, at de hollandske forhandlere har en større opbevaringskapacitet end forhandlere i de andre lande. Gennemsnitligt har hollandske forhandlere plads til 1147 fældede træer og 700 pottede træer.

Sortiment

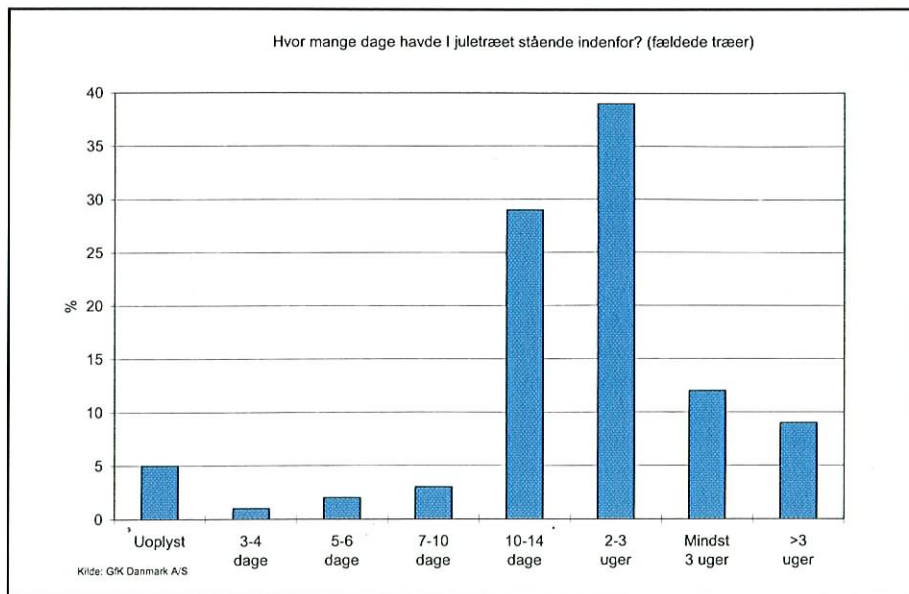
59% af forhandlerne sammensætter årets sortiment på baggrund af tidligere erfaringer, 22% sammensætter det ud fra, at der skal være en blanding af alle slags træer og 16% angiver, at det afhænger af leverance og pris.

De informationskilder, der benyttes med henblik på sammensætningen af årets sortiment er besigtigelse (50%), besigtigelse gennem kontaktpersoner eller ansatte og kontakter til kolleger.

Antallet af indkøbte træer er gennemsnitligt knap 4200 fældede og knap 1700 pottede træer. Igen jævnfør den høje opbevaringskapacitet ligger tallene meget højt i forhold til de øvrige områder.

Fordelingen af de fældede træer, der blev indkøbt til sæsonen 1996 var: 60% Rødgran, 18% Nordmannsgran, 16% Blågran og 6% Nobilis/ædelgran. For pottede træer var tilsvarende 38% Blågran, 38% Nordmannsgran, 11% Nobilis/ædelgran og 13% Koreagran.

Hele 80% af de fældede Nordmannsgran var mellem 1 og 1,5 m høje, og generelt var de indkøbte træer lavere end i de andre lande, hvilket er modsat resultatet fra forbrugerundersøgelsen vedrørende højden på de købte træer.



Figur 2: Hvor længe havde man træet stående.

Transport m.v.

Godt halvdelen af forhandlerne får træerne leveret på deres egne lastbiler, mens 29% får leveringen på leverandørens lastbiler. I 18% af tilfældene benyttes et transportfirma. Bortset fra, at engagerede transportfirmaer spiller en lidt større rolle, er billedet næsten det samme, hvis man kun ser på de forhandlere, der importerer.

Prisen aftales inklusiv transport hos ca. halvdelen af forhandlerne. Såfremt det er tilfældet, udgør transportomkostningerne gennemsnitligt 10% af de samlede omkostninger, hvilket er i lighed med resultatet for de øvrige lande.

Skader

Skader synes at være et ret ubetydeligt problem i Holland, hvor gennemsnitligt 3,7% af træerne er beskadiget ved levering. Såfremt der er skader, drejer det sig hovedsageligt om brækkede grene og i noget mindre grad om brækkede toppe. For pottede træer er et - ligeledes mindre udbredt - problem desuden, at potten er gået itu.

Betalingsforhold

I forhold til andre lande er det mere almindeligt, at træerne betales delvist ved levering og delvist efter levering (48%). Desuden er der en høj andel af forhandlerne, der betaler de fældede træer ved bestillingen (30%).

Knap halvdelen betaler kontant, mens den anden halvdel betaler gennem et pengeinstitut. Det er ualmindeligt, at der skal stilles bankgaranti, kun ca. 4% svarer, at det er tilfældet.

Marketingsaktiviteter

Omkring halvdelen af de interviewede forhandlere annoncerer med henblik på

at øge salget til forbrugerne. Vigtigste medier er husstandsdelte brochurer, lokale aviser samt regionale og nationale aviser. Det gennemsnitlige reklamebudget for dem, der annoncerer er 2,1 mio. kr. Dette enorme beløb skyldes dog, at der indgår svar fra store blomstermarkeder.

Vurdering af forbrugernes efterspørgsel

Til spørgsmålet om, hvorvidt forbrugernes fremtidige efterspørgsel vil ændres i forhold til størrelsen på træet, svarer den største gruppe af forhandlerne (35%), at der ikke vil ske nogen ændring. Næsthøypigste svar, som 22% har givet, er, at trenden vil gå mod større træer.

Ligesom undersøgelsen i de andre lande har vist, forventer også flertallet blandt de hollandske forhandlere, at ædle gran-sorter som Nobilis og Nordmannsgran vil vinde markedsandele i fremtiden.

60% af forhandlerne er generelt enige i, at betydningen af disse træer vil være stigende de næste 3-5 år.

På nogle områder, hvor forhandlerne og forbrugerne er blevet stillet spørgsmål vedrørende samme emne, kan der konstateres tydelige uoverensstemmelser. Et eksempel er, at 60% af forhandlerne mener, at forbrugerne besøger flere forhandlere, inden de køber deres juletræ. Da kun 18% af forbrugerne har svaret, at de besøger flere udsalgssteder, må forhandlerne siges at mangle føling med forbrugeradfærden på det punkt. Ligeledes er forhandlernes angivelse af, hvor mange forbrugere, der efterspørger mere end ét træ væsentligt større end det fremgår af forbrugerundersøgelsen. Resultatet bekræfter dog den svage tendens, der viste sig i forbrugerundersøgelsen, nemlig at det er mere brugt i Holland end andre steder at have mere end et juletræ.