

En ny undersøgelse fra 2016 har kortlagt, hvad de danske forbrugere efterspørger, når de skal vælge juletræ. Undersøgelsen viser, at forbrugerne i høj grad efterspørger en særlig oplevelse i forbindelse med juletræskøbet.

Hovedparten af de juletræer, der produceres i Danmark, bliver solgt til eksport. Selvom kun 20 % af de fælede træer ender i de danske stuer den 24. december, og det danske marked betragtes som sekundært, bliver der alligevel brugt i omegnen af 1,5 mio. juletræer i Danmark. Træerne bliver solgt gennem flere forskellige salgskanaler og mange former for salgspakning.

Danske Juletræer har længe været interesseret i at få belyst, hvad forbrugerne i særdeleshed efterspørger, når de skal købe et juletræ. At opnå større forbrugerkendskab for det danske marked er vigtigt for Danske Juletræers medlemmer. Både for de der kun ønsker at sælge til grossister, de der overvejer at starte eget salg, og de der allerede har direkte salg til forbrugerne.

Derfor blev der i første halvdel af 2016 fortaget et studie, som har haft til formål at afdække de danske forbrugeres vægtede præferencer ved juletræskøbet. I undersøgelsen er der fokuseret på udvalgte parametre ved købet; dyrkningsmetode, form, indkøbssted og pris.

Metoden i undersøgelsen

Undersøgelsen er foretaget som et spørgeskema og ved hjælp af et diskret valgexperiment. I spørgeskemaet skal respondenterne gentagne gange vælge mellem en række forskellige muligheder for køb af juletræ, som ved hver valgmulighed beskrives ved varierende niveauer af parametrene (form, dyrkningsmetode, indkøbssted og pris).



I undersøgelsen blev respondenterne gentagne gange bedt om at vælge mellem to alternativer, hvor der skiftevis blev varieret over form, dyrkningsmetode (øko/konventionel), pris og indkøbssted.

Respondenten blev i hver situation bedt om at udvælge det alternativ, som for personen var mest nyttegivende. Ud fra en lang række af valgobservationer, er det med en statistisk analyse blevet beregnet, hvordan forbrugernes valgparametre ved juletræskøbet er vægtet mod hinanden.

I tabellen vises den marginale betalingsvilje, som den gennemsnitlige danske forbruger er villig til at betale mere eller mindre i forhold til standardniveauet. Er betalingsviljen positiv, er respondenterne villige til at betale mere for at opnå niveauet. Modsat indikerer negative værdier respondenterens marginale lavere betalingsvilje.

Parametre ved købet	Marginal betalingsvilje
Dyrkningsmetode (base = konventionelt) Økologi	32,38 kr. (***)
Form (base = Standard) Prima/type 1	39,98 kr. (***)
Indkøbssted (base = Byggemarked)	
Supermarked	-17,46 kr. (.)
Stadeplads	57,90 kr. (***)
Gårdsalg	102,44 kr. (**)
Online	-109,70 kr. (***)

For hele populationen: (.) = signifikant på et 10 % niveau, (*) = signifikant på et 5 % niveau, (**) = signifikant på 2,5 % niveau, (***) = signifikant på under 1 % niveau.

Forskellige segmenter

For udvalgte segmenter ses det, at forbrugergrupperne er meget forskelligartede. Dette kan give både udfordringer (og muligheder) for juletræssælgere, fordi man må bestemme sig for, hvilken type af forbruger, som man ønsker at sælge på ved salget. Fælles for alle segmenter er, at forbrugerne ikke blot går efter det billigste og pæneste træ. Selve træet må gerne give forbrugeren en merværdi, som det for eksempel kan gøre ved at være dyrket økologisk. Det gælder også for selve købet hvis forbrugeren får en særlig oplevelsesværdi ved for eksempel at købe træet via et gårdsalg eller på en stadeplads. Her ses et udpluk af nogle af de segmenteringer, der nærmere er undersøgt blandt de danske forbrugere.

Køn

	Kvinder	Mænd
Dyrkningsmetode Økologi	57,12 kr.	2,09 kr.
Form Prima/type 1	73,71 kr.	12,46 kr.
Indkøbssted Supermarked	-19,67 kr.	-12,77 kr.
Stadeplads	42,87 kr.	79,58 kr.
Gårdsalg	98,46 kr.	110,16 kr.
Online	-122,39 kr.	-96,85 kr.
Antal responser	527	509

Børn (18 år og yngre) i husstanden

	Børn	Ingen børn
Dyrkningsmetode Økologi	32,14 kr.	27,03 kr.
Form Prima/type 1	62,91 kr.	31,73 kr.
Indkøbssted Supermarked	-8,64 kr.	-21,04 kr.
Stadeplads	50,45 kr.	59,93 kr.
Gårdsalg	79,80 kr.	114,47 kr.
Online	-97,42 kr.	-115,29 kr.
Antal responser	295	741

Geografisk placering

	Københavns området + Aarhus	Øvrige postnumre
Dyrkningsmetode Økologi	68,28 kr.	16,20 kr.
Form Prima/type 1	59,06 kr.	35,18 kr.
Indkøbssted Supermarked	-17,68 kr.	-18,08 kr.
Stadeplads	63,36 kr.	55,25 kr.
Gårdsalg	64,11 kr.	119,93 kr.
Online	-126,34 kr.	-104,33 kr.
Antal responser	313	723

Hvad viste undersøgelsen?

Overordnet har undersøgelsen vist, at juletræsmarkedet i Danmark langt hen ad vejen opfylder de præferencer, som forbrugerne har. Resultaterne indikerer, at forbrugerne i høj grad efterspørger et oplevelseskøb, hvor købssteder som gårdsalg og stadepladser i høj grad synes at indfri dette. Markedet for gård- eller stadepladssalg kan sandsynligvis øges. For stadepladssalg vil dette være relevant i storbyerne, mens gårdsalg kan øges i det øvrige land. Forbrugerne skal i høj grad kompenseres for et køb ved byggemarkeder/planteskoler og supermarkeder i form af en lavere pris. Resultater fra undersøgelsen viser også, at forbrugerne er afvisende overfor online køb, hvilket stemmer godt overens med tolkningen af, at købet skal kunne give forbrugeren en oplevelse.

Et punkt, hvor forbrugernes præferencer ikke i øjeblikket bliver opfyldt i acceptabel grad, er i forhold til udbuddet af økologiske juletræer. Det er med undersøgelsen vist, at en større andel af forbrugerne netop efterspørger denne dyrkningsform. Endvidere viser undersøgelsen, at de er villige til at betale for den ekstraomkostning, som er forbundet med produktionen af økologiske træer.

Undersøgelsen bekræfter, hvad forbrugeranalytikere tidligere har nævnt om juletræskøbet. De sælgere, der har mulighed for at skabe rammerne for det autentiske købssted, bør i højere grad reklamere for dette. Prisen er derimod en mindre faktor i forhold til de andre parametre, som i denne undersøgelse er vurderet til at være vigtige.



Danske forbrugeres præferencer ved juletræskøb



Den gamle stald ↑
Gløgg og æbleskiver i adv. weekenderne

← **Bålhus**
Popcorn og skumfiduser i adv. weekenderne

← **Topkær station** →