



TYSKERNES FORBRUG AF JULETRÆER fra 2001 til 2020

Tyskerne elsker nordmannsgran på 1,5-2,0 meter, som de overvejende køber hos en studehandler eller direkte hos producenten de sidste 14 dage før juleaften. Tyskerne giver i gennemsnit 30-32 € for et juletræ og har stigende fokus på bæredygtig produktion og korte transportafstande. Selvom tyskerne er godt tilfredse med kvaliteten af deres juletræ, går markedsandelen for naturtræer tilbage, især på grund af plastiktræer.

☰ CLAUS JERRAM CHRISTENSEN

Markedsvolumen

Fra 2001 til 2020 steg antallet af husstande i Tyskland fra 37,8 til 42,2 millioner, men det har desværre ikke øget salget af naturtræer. Deres markedsandel er faldet fra 57 % i 2001 til 40 % i 2020. Antallet af husstande uden juletræ har ligget stabilt på 33-38 %, så tilbagegangen for naturtræer skal primært tilskrives en fremgang for plastiktræer.

Den foruroligende udvikling for plastiktræer er beskrevet i Nåledrys 109. Årsagen til fravalg af et naturtræ har man spurgt om siden 2012. Med undtagelse af Corona-året 2020 er den primære begrundelse, at man er bortrejst, og her er det især de 50+ årige, som fravælger naturtræet til fordel for intet træ.

Næst efter at være bortrejst i julen anfører mere end 20 %, at juletraditionen ikke interesserer dem. Stadig flere finder opstilling og udsmykning for besværlig; det mente mere end 20 % i 2020! Man spurgte denne gruppe om en



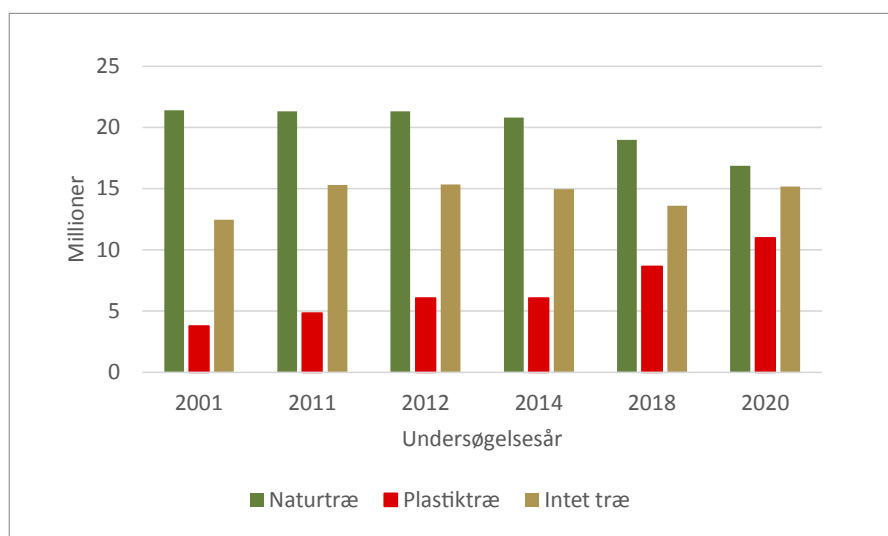
Over halvdelen af tyskerne køber deres juletræ de sidste 10-14 dage op til juleaften. Det gælder særligt de afskårne træer.

leveringsservice ville føre til, at de købte et naturtræ. 24 % svarede ja til en løsning med at få træet leveret og afhentet igen efter jul, men trods svarmuligheder med en komplet pakkeløsning - levering, opstilling, pyntning, afpyntning og -hentning efter jul - svarede hele 52 %, at de ikke ville opstille et naturtræ uanset leveringsservice.

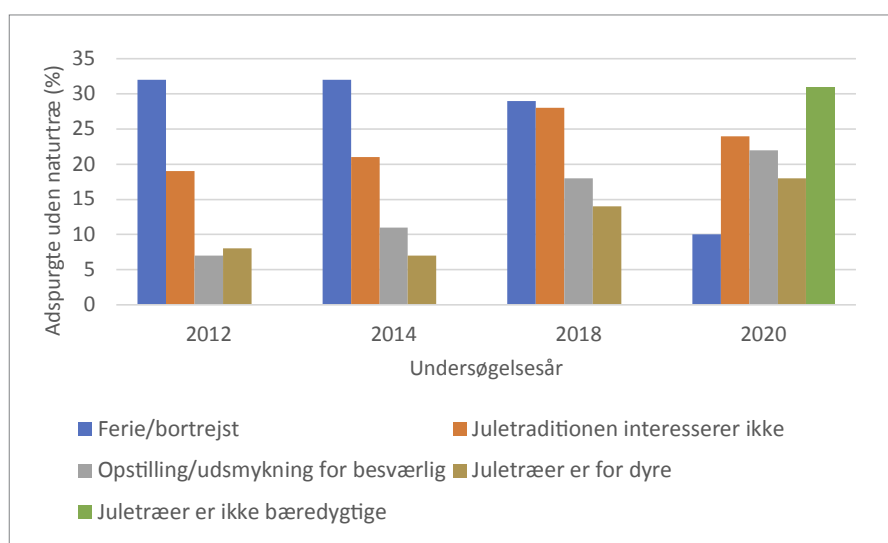
Som en tredje årsag nævner stadig flere, at juletræer er for dyre, selv om priserne faktisk har været uændrede i perioden.

I 2020 anførte hele 31 %, at de ikke fandt juletræer bæredygtige. Her sigtes ikke kun på dyrkningen, men også princippet om at dyrke et træ i 8-10 år for så at skove det og bruge det bare en dag inden det smides bort. De tidligere undersøgelser har ikke spurgt om bæredygtighed.

Til og med 2018-undersøgelsen havde ca. 95 % af de tyske husholdninger kun ét juletræ. I 2020 har over 10 % haft mere end et juletræ (Zweitbaum), hvilket er positivt for den samlede efterspørgsel.



Salget af naturtræer går tilbage, mens salget af plastiktræer stiger. Andelen af husholdninger uden et juletræ er nogenlunde konstant.



Som årsag til ikke at have et juletræ angiver flest tyskere, at de er bortrejst i julen. I Corona-året 2020 rejste færre dog væk, og ca. 30 % angav manglende bæredygtighed som årsag til "intet træ".

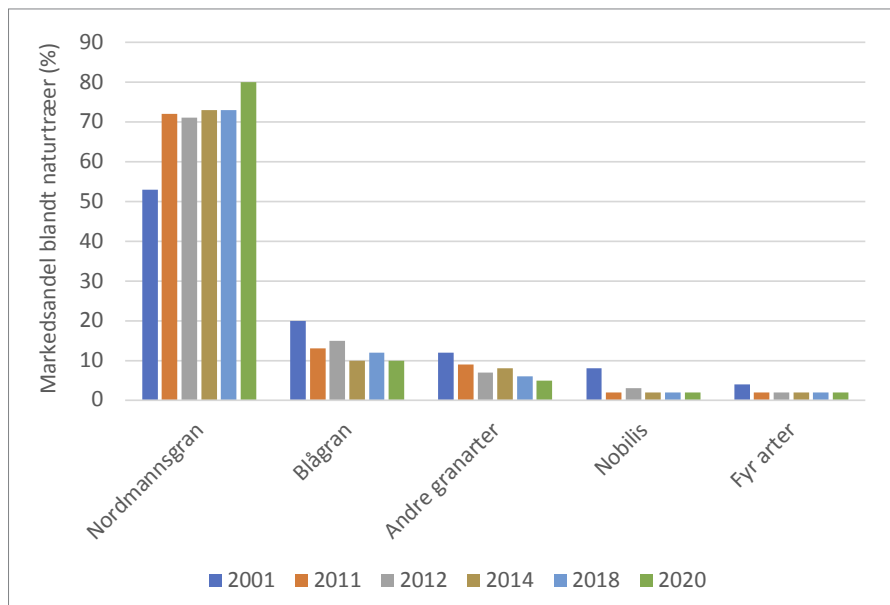
Forbrugerundersøgelser i Tyskland gennem 20 år

Den tyske juletræsforening Bundesverband der Weihnachtsbaum- und Schnittgrünerzeuger in Deutschland (BWS) undersøger med mellemrum de tyske forbrugeres køb af juletræer, senest i 2020. Danske Juletræer lavede en lignende undersøgelse i regi af Original Nordmann i 2001. Denne artikel ser på udviklingen gennem de 20 år.

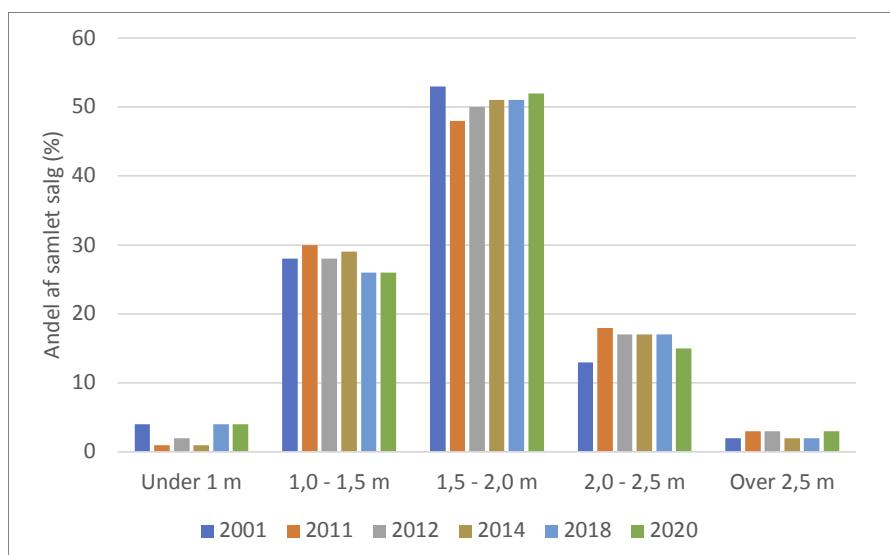
Undersøgelserne er gennemført online i det følgende års uge 1 eller uge 2 blandt 1000 repræsentativt udvalgte tyskere. Undersøgelserne er udført af Produkt und Markt (2001-2018) og Splendid (2020).

Selvom mange spørgsmål går igen, kan der være forskel på vinklingen af de enkelte spørgsmål årene imellem.

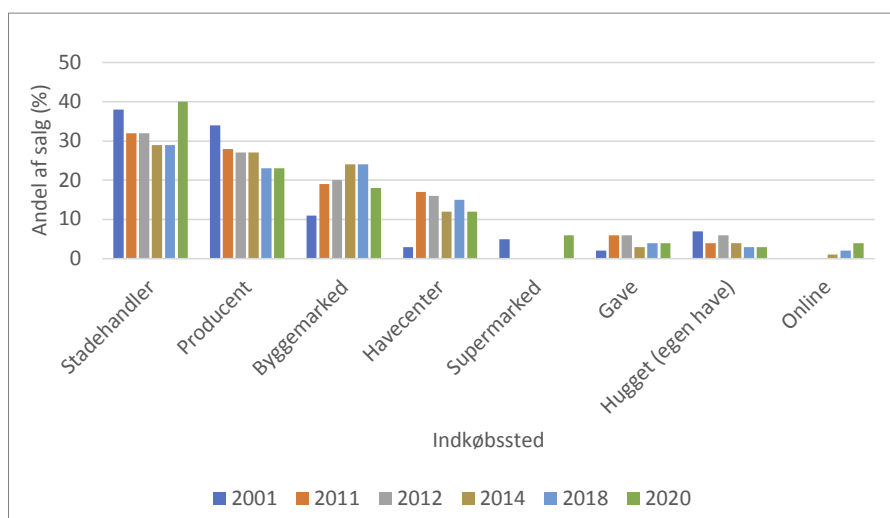
1000 tyskere en beskedent stikprøve for 83 millioner indbyggere, og der er endnu færre svar, når spørgsmålene bliver mere detaljerede. Det øger usikkerheden på resultaterne.



Nordmannsgran er tyskeres foretrukne træart fulgt af blågran, andre granarter, nobilis og fyr.



Halvdelen af tyskerne foretrækker et træ mellem 1,5 og 2,0 meter. Knap 30 % vil have et mindre træ, mens knap 20 % foretrækker et træ over 2 meter.



Undtages 2020 spores en tilbagegang for de traditionelle indkøbssteder på bekostning af byggemarkeder og onlinesalg.

Træarter og højde

De seneste år har andelen af skovede træer ligget på ca. 70 %, mens andelen af pottetræer har ligget på 14-18 % med en stigning i 2018. Selvskovning (fæld-selv) står for 10-12 % af markedet. Hovedparten af træerne (95 %) er konventionelt dyrkede juletræer.

Tyskerne er blandt de mest begejstrede i Europa for nordmannsgran. I 2020 udgjorde nordmannsgran hele 80 % af de solgte juletræer. En væsentlig årsag til denne succes er Original Nordmann-kampagnen i 1990'erne, hvor blågran indtil da var tyskeres mest foretrukne art. I dag har blågran en markedsandel omkring 10 %, men er fortsat vigtig på markedet for potter.

Forbrugertilfredsheden med et naturtræ (nordmannsgran) er høj i alle de undersøgte år, og ca. 90 % af naturtræskunderne vil også købe et naturtræ i det følgende år.

Tyskerne foretrækker træer mellem 1,5 og 2,0 m. De senere års diskussioner om et generelt (større) fald i handelshøjden kan ikke bekræftes i forbrugerundersøgelserne, om end 2020 viste et lille fald for træer mellem 2,0 og 2,5 meter. Der kan også ske forskydninger mod mindre træer inden for hvert interval.

Salgssteder

I alle undersøgelserne har man spurgt, hvor forbrugerne har købt deres juletræ. Svar-kategorierne har dog ikke været de samme i de forskellige undersøgelser: Online-salg er først medtaget fra 2014, og kategorien supermarked (discount-butik/fødevarerbutik) har kun været med i 2001 og 2020.

Mere end halvdelen af tyskerne køber deres juletræ, hvor de plejer, og flest køber hos enten en stadehandler (ca. 30 %) eller direkte hos producenten (ca. 25 %). Disse to salgssteder har dog haft tilbagegang siden 2001. En undtagelse er Corona-året 2020, hvor stadehandlerne har haft et mersalg; dels på grund af lukkede byggemarkeder og



Omring 35 % af tyskerne køber deres træ fra en stadeplads.

havecentre (de lukkede fra den 16. december), dels fordi restriktionerne imod at holde jul i større forsamlingsgaver gav flere kunder i byerne.

Med undtagelse af 2020 er den generelle tendens derfor, at byggemarkederne vinder markedsandele på bekostning af især stadehandlere og producent- og gårdsalg. Havecentrene, som traditionelt har solgt juletræer af høj kvalitet til en høj pris, har også svært ved at fastholde forbrugerne. Under 15 % købte deres juletræ dér i 2020. Medvirkende til det er den rigtig gode juletræskvalitet, som udbydes fra især byggemarkederne til en lavere pris.

Supermarkeder som fx Aldi, REWE og EDEKA har kun haft én selvstændig kategori i undersøgelserne i 2001 og 2020. Her har ca. 5 % svaret, at de har købt deres træ i både 2001 og 2020. Supermarkederne sælger typisk mindre (discount)træer (og pottetræer) "to go" til lave priser. Gennem de ofte store butiksnetwork skaber det et prispress på resten af markedet.

Onlinesalg er den nye dreng i klassen fra 2014. Kun få forbrugere angiver at have købt deres juletræ online, men det er bemærkelsesværdigt, at andelen er fordoblet fra 1 % i 2014 til 2 % i 2018 – og så fordoblet igen til 4 % i 2020. Blandt 2020-onlinekøberne svarer 44 %, at de har købt juletræet online de sidste 2 år, og hele 76 % blandt onlinekøberne ønsker også at købe træet online til næste år.

Købstidspunkt

Opgørelsen af købstidspunkt varierer mellem de forskellige undersøgelsesår, afhængig af ugedagen for juleaften. Korrigeret for denne forskel køber knap halvdelen af tyskerne deres juletræ fra midten af december til de sidste 4-5 dage før jul. Skønsvist 30 % køber træet fra ultimo november til medio december, og her sælges mange pottetræer. De sidste ca. 20 % køber juletræer i den sidste uge op til jul, og det er helt overvejende skovede juletræer. Omkring 70 % svarer i 2020, at de køber juletræer på omtrent samme tidspunkt hvert år. I lyset af dette sene købstidspunkt bør man igen henstille

Nominelle forbrugerpriser fordelt til intervaller i procent for årene 2001 til 2020. En del af de adspurgte forbrugere har ikke kunnet huske prisen for træet (eller har ikke villet oplyse den), og derfor er summen af fordelingerne under 100.

	2001	2011	2012	2014	2018	2020
0 - 9,99 €					3	24
10 - 19,99 €		9	15	21	16	
20 - 29,99 €		31	32	34	33	55
30 - 39,99 €		25	23	19	21	
40 - 49,99 €		15	14	9	9	15
Mere end 50 €		8	6	3	8	
Mere end 60 €						4
Gennemsnit €	20,05	30,30	31,95	31,30	32,31	32,06



I 2020-undersøgelsen lagde 70 % af de adspurgte vægt på, at træet var bæredygtigt produceret, men under 40 % foretrak et økologisk produceret træ.

til, at træer ikke skoves for tidligt, idet kvaliteten kan risikere at falde imellem tidlig høst og sent salg.

Forbrugerpriser

Forbrugernes indkøbspris for et juletræ har været under-søgt siden 2001. Man har også uddraget prisspændet ved at fordele til intervaller, der dog har varieret mellem årene.

Siden 2011 har tyskerne i gennemsnit betalt 30-32 € for et juletræ.

Ca. 55 % af tyskerne betaler mellem 20 og 40 € for et juletræ, mens 20-25 % betaler mindre end 20 €, og andre små 20 % betaler mere end 40 €. Juletræspriserne er stort set uændrede i perioden fra 2011, hvor producenterne fik gode priser på juletræer, og priserne er ikke faldet frem til i dag, hvor producentpriserne er stort set halveret.

Forbrugerprisindekset er steget knap 10 % fra 2011 til 2020. I teorien burde det føre til en prisstigning på 3 € for juletræer. En tilsvarende fremskrivning med 20 % på 2001-prisen ville give en 2020-pris på kun 25 €. Det betyder, at juletræspriserne i 00'erne steg betydeligt mere end forbrugerpriserne.

Undersøgelserne frem til 2018 fordelte forbrugernes indkøbspris til indkøbsstedet. Forbrugerne betaler mest ved stadepladssalg og ved køb direkte hos producenten, mens de laveste priser optræder ved køb i et byggemarked eller online. Priserne hos havecentrene var sammenlignelige med stadehandler- og producentpriser frem til 2018, hvor havecenterpriserne faldt. Det kan skyldes at havecentrene tilpasser prisen til især byggemarkederne.

Tendenser i 2020-undersøgelsen

I 2020 spurgte man ind til en lang række forhold, som kunne afdække forbrugernes præferencer ved køb nu og i fremtiden.

2020-undersøgelsen bekræfter, at forbrugerne har stigende interesse for, hvor og hvordan juletræerne bliver produceret, men pris, kvalitet og service ved selve købet er fortsat blandt de vigtigste parametre. Der er ingen tvivl om, at en dokumenteret bæredygtig produktion

og en klimavenlig transport bliver vigtige parametre for danske træer på det tyske marked fremover.

Netop en mere bæredygtig produktion er baggrunden for certificering efter Naturbaum Siegel under Verband natürlischer Weihnachtsbaum og Danske Juletræers Bæredygtige naturtræer.

Sammenfatning

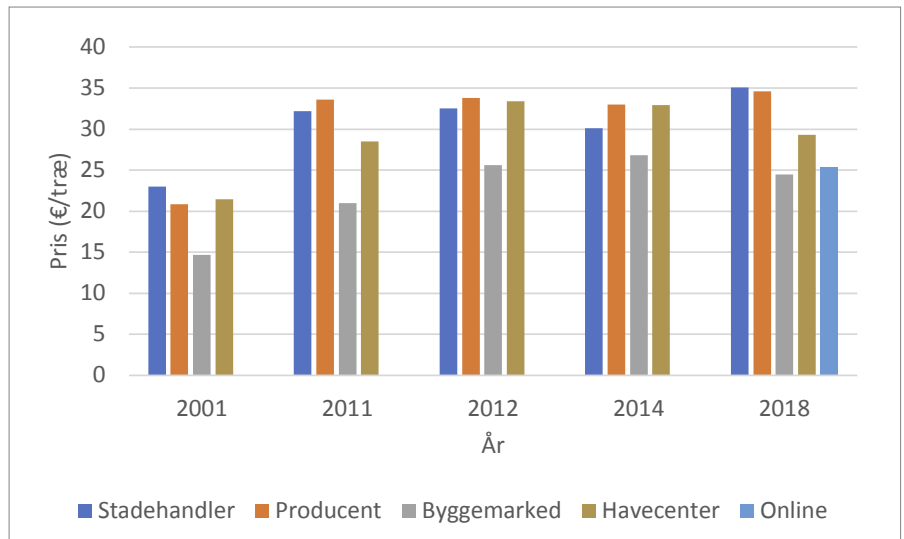
Ca. 90 % af kunderne til naturtræer er tilfredse med dem og skal (helt) sikkert også have et til næste år. Men alligevel er det vigtige tyske marked udfordret af især plastiktræer.

Nordmannsgran står fortsat solidt som det mest brugte træ i Tyskland. Den mest solgte højde er 1,5-2,0 m.

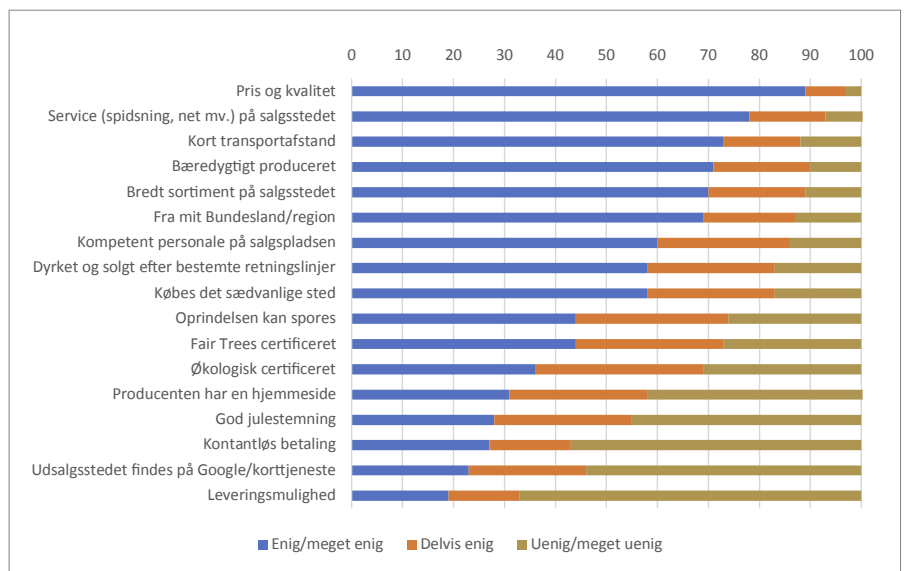
Stadeplads- og producentsalg går tilbage, mens kædesalg via især byggemarkeder går frem. Online-salg øges, men har endnu blot en lille markedsandel.

Den tyske forbruger betaler 30-32 € for et nordmannsgranjuletræ, og prisen har ligget relativt konstant siden 2011.

Dokumenteret bæredygtighed (miljø og klima) snarere end egentlig økologi vægtes højt blandt de tyske forbrugere og bliver et vigtigt fremtidigt tema. 🌱



De højeste forbrugerpriser ses for stadehandlere og gårdsalg samt havecentre (2001-2014). Laveste priser ses i byggemarkederne og ved onlinesalg.



Tyskernes vurdering af betydningen af forskellige beslutningsparametre for købet. Man kunne vælge flere af svarmulighederne.

Juletræs traktor FORT SIRIO



SØNDERUP
MASKINHANDEL A/S

Hjedsbækvej 464 • 9541 Suldrup • tlf: 98 65 32 55 • www.jutrak.dk • www.facebook.com/FORTSIRIO • e-mail: mail@fbdk.dk