

Markedet for plastiktræer stiger på de store eksportmarkeder

Markedet for plastikjuletræer er stigende i både Tyskland, Frankrig og Storbritannien. Det viser forbrugerundersøgelser, der også kortlægger, hvorfor forbrugerne i stigende grad vælger et plastiktræ. Den europæiske juletræsdyrkerforening tager udfordringen alvorligt og alle 12 medlemslande skal individuelt og i fællesskab arbejde for at generobre det tabte.



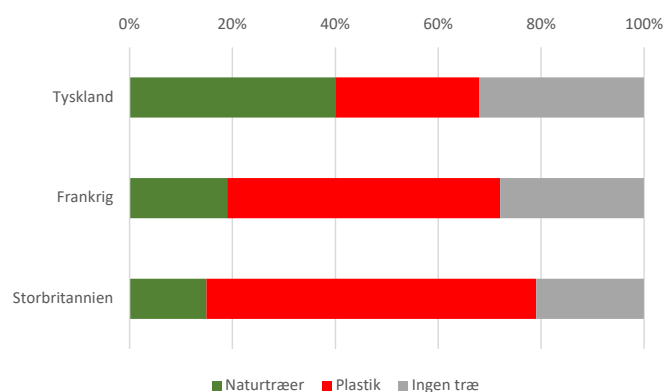
☰ Claus Jerram Christensen

Plastiktræer fylder meget på de store eksportmarkeder, og qua deres lange levetid er de en stor konkurrent til det naturlige juletræ. Der er derfor alt mulig grund til, at tage plastiktræerne meget alvorligt. Forbrugerne tilvælger ofte plastiktræer af økonomiske, praktiske og/eller bekvemmelighedsmæssige årsager, mens købere af naturtræer lægger vægt på tradition, minder og emotionelle faktorer. Selvom der er forskelle i udbredelsen af plastiktræer landene i mellem, er der i den europæiske juletræsdyrkerforening stor opbakning til, at denne udfordring skal tages alvorligt og bedst løses i fællesskab.

Forbrugerundersøgelser

Flere foreninger i den europæiske juletræsdyrkerforening får lavet nationale forbrugerundersøgelser, som indeholder spændende resultater set med danske eksportørøjne. Undersøgelserne har dog ofte forskelligt fokus og deraf forskellige spørgsmål, men i denne artikel belyses markedsandele for natur- og plastiktræer samt forbrugernes baggrund for at vælge som de gør mellem de to varianter.

I Tyskland har man siden 2020 gennemført forbrugerundersøgelser hvert år med markedsføringsbureauet Splendid. Der er tale om en omfattende online undersøgelse, som 1.000 repræsentativt udvalgte tyskere har deltaget i. Undersøgelsen gennemføres i uge 1 og 2 det følgende år.



Figur 1 Fordeling mellem naturtræer, plastiktræer og ingen træ fordelt på Tyskland (2023), Frankrig (2022) og Storbritannien (2023).

Den seneste undersøgelse for 2023 er lavet i et samarbejde mellem den nationale tyske forening (BVWE) og Verband natürlicher Weihnachtsbaum.

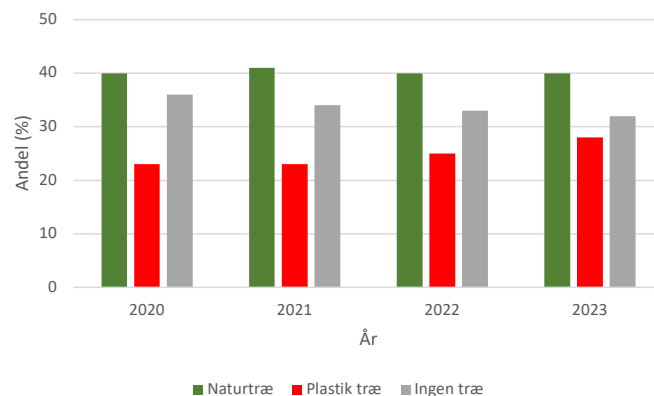
I Frankrig laves årligt en mere markedsorienteret forbrugerundersøgelse af Kantar i samarbejde med en række grønne organisationer. Denne undersøgelse dokumenterer franske forbrugeres indkøb af natur- og plastiktræer i et givent år og har gjort det siden 2008. Onlineundersøgelsen udsendes til 8.800 repræsentativt udvalgte franskmænd i perioden ultimo december til primo februar. I 2023 svarede 5.252 (60%) på undersøgelsen.

I Storbritannien har man gennemført en forbrugerundersøgelse i både 2021 og 2023 gennem IPSOS og i sammenligning med den tyske og franske undersøgelse har fokus især været på at finde forklaringer på, hvorfor forbrugere vælger henholdsvis et naturtræ eller et plastiktræ. Undersøgelsen gennemførtes som interview med 3.505 englændere i tredje uge af januar.

Juletræstradition og marked

Baseret på antallet af husstande i de tre lande og andelen af forbrugere, som benytter mindst et naturtræ, kan man beregne det samlede marked for naturtræer (tabel 1).

Trods stærke juletræstraditioner overrasker både Frankrig (5,4 mill.) og England (4,9 mill.) med et meget mere begrænset naturtræsmarked end Tyskland (16,4 mill.),



Figur 2 Udvikling i fordelingen mellem naturtræer, plastiktræer og ingen træ i Tyskland i perioden 2020 til 2023.

Tabel 1 Det samlede marked for naturtræer (mill.) i Tyskland, Frankrig og Storbritannien.

	Tyskland	Frankrig	Storbritannien
Husstande (mill.)	41,0	28,7	28,3
Naturtræsmarked (mill.)	16,4	5,4	4,9

hvilket hænger sammen med, at mange flere forbrugere i disse to lande bruger et plastiktræ. Dette har en del med juletræstraditionen at gøre for især Storbritannien, hvor træet ofte tages tidligt ind og for (Syd)Frankrigs vedkommende også noget med klimaforhold at gøre.

Fordeling mellem natur og plastiktræer

40% af de tyske husstande bruger et naturtræ, mens 28% bruger et plastiktræ. I Frankrig er naturtræernes andel målt på det årlige salg bare 19%, mens plastiktræerne udgør næsten 53% – kun ca. 2% nye plastiktræer sælges årligt. I Storbritannien bruger kun 17% af husholdningerne et naturtræ, mens svimlende 64% bruger et plastiktræ (figur 1).

28% af de tyske husstande har et plastikjuletræ. I Frankrig er det 53%, mens det i Storbritannien er svimlende 64%

I alle tre lande kan der være et mindre overlap grupperne i mellem, idet nogle husstande – både har et plastiktræ (de typisk sætter op tidligt) og et naturtræ, som bruges til selve højtiden. Tilsvarende bruges angiveligt også en mindre andel juletræsalternativer (stativer og attrapper).

Udviklingen i antallet af husstande, som bruger et plastiktræ er steget i Tyskland over de seneste år, mens andelen af husstande med et naturtræ synes stabilt. Tilsyneladende vinder plastiktræerne derfor frem på bekostning af "ingen træ" snarere end naturtræerne (figur 2).

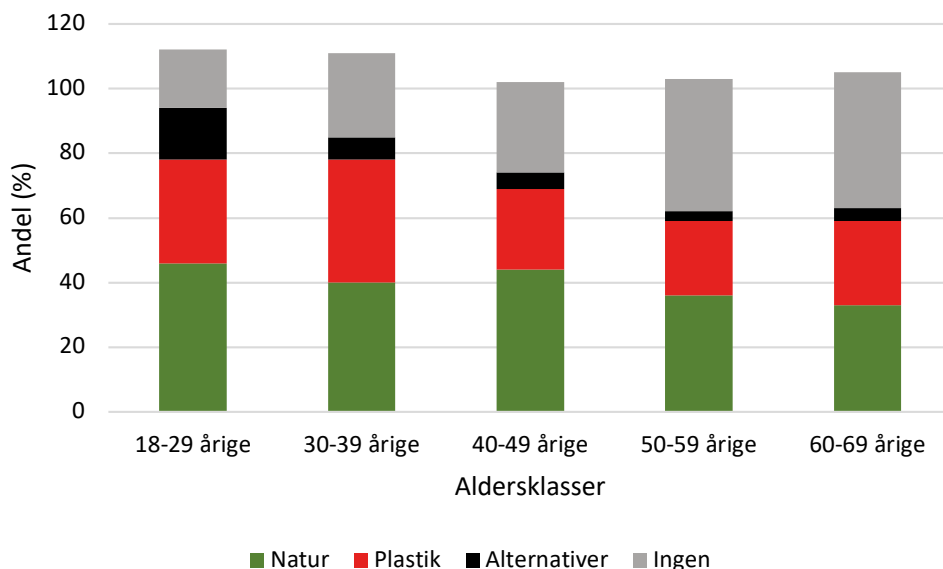
I Frankrig, hvor forbruget af plastiktræer er højt, har man tilsyneladende haft held til at reducere salget af disse over de sidste fire år, men desværre er salget af naturtræer forblevet nær uændret i perioden eller endog faldet lidt i 2022. I Storbritannien var der stort set ingen forskel på andelen for naturtræer og plastiktræer mellem de to undersøgelser i 2023 og 2021.

Så længe plastiktræerne tager markedsandele fra forbrugere uden juletræ, kan man foranlediges til at tro, at plastiktræerne er nyttige til at fastholde juletræstraditionen især i de kommende år, hvor udbuddet af naturtræer ventes at falde. Men plastiktræerne har en længere levetid på skønsvist 5-6 år og udgør dermed en længerevarende trussel. Præferencerne for valg af naturtræ eller plastiktræ afhænger også af aldersgruppen.

I den tyske forbrugerundersøgelse har man lavet en opdeling i aldersgrupper for de forskellige juletræstyper. Sammen med gruppen mellem 40 og 49 år, er de 18 til 29-årige mest begejstrede for naturtræer. Paradoksalt nok er det den samme yngre gruppe (mellem 18 og 39 år) som bruger flest ▶



Juletræer med sne på. Flokkulerede naturlige juletræer ligner i mistænkeligggrad kunstige juletræer og mødes i disse år af krav om dokumentation for ufarlige stoffer i lim og "sne". Plastiktræerne undgår tilsyneladende at skulle stille med sådanne krav. Foto fra Frankrig.



Figur 3 Fordeling af naturtræer, plastiktræer, alternativer og ingen træ til forskellige aldersklasser for tyske forbrugere i 2023. Da respondenterne har haft flere svarmuligheder, kan summen være større end 100 %.

plastiktræer og juletræsalternativer. Faktisk er juletræstraditionen betydeligt stærkere i disse unge generationer end i befolkningen som helhed – og de 50+ årige i særdeleshed (figur 3). I ældre aldersgrupper øges andelen af husstande uden træ naturligt nok, da man typisk ikke er hjemme juleaften og i stedet rejser og/eller fejrer jul udenfor hjemmet med børn og børnebørn.

Den franske undersøgelse viser, at personer under 35 år er mere tilbøjelige til at bruge plastiktræer, mens det for gruppen mellem 35 og 49 år er her vi finder de største tilhængere af naturtræet sammenlignet med et gennemsnit for alle aldersgrupper.

Årsager til at vælge natur henholdsvis plastik

I både den tyske og engelske undersøgelse har man spurgt ind til forbrugernes valg af naturtræ henholdsvis plastiktræ (tabel 2).

Valget af et naturtræ bundes i tradition, gode familieoplevelser samt personlige minder, og de forbrugere, som vælger et naturtræ, kan faktisk ikke forestille sig at holde jul uden et naturtræ. Der er altså helt overvejende emotionelle grunde til at vælge et naturtræ, og faktisk er miljø- og klima først noget, som nævnes nede af prioritetslisten hos de engelske forbrugere. Helt modsat forholder det sig med plastiktræer, der vælges af økonomiske, praktiske og bekvemligheds-mæssige årsager. Fejlagtigt tror nogle plastiktræsbrugere dog, at de træffer det mere miljø- eller klimavenlige valg.

I den franske undersøgelse har man spurgt købere af naturtræer, som køber deres træ før den 10/12 om deres årsager hertil, og i over halvdelen af tilfældene er det hensynet til at kunne strække julestemningen/højtiden snarere end praktik omkring f.eks. at kunne finde et godt træ senere på sæsonen.

Kan frafaldne overbevises om et naturtræ?

I den engelske undersøgelse har man spurgt brugere af plastiktræer, hvad der skulle gøres for at få dem til at købe et naturtræ i stedet for. 39% svarer, at intet kan gøres for at få dem til at skifte fra et plastiktræ til et naturtræ, 21% anfører, at billigere naturtræer ville få dem til at overveje at købe et naturtræ. Kun omkring 12% ville overveje at købe et naturtræ, hvis plastiktræet gik i stykker.

Den tyske undersøgelse behandler årsagerne til helt at fravælge et juletræ og hvad man eventuelt kan gøre for at få

Tabel 2. Uddrag af årsager til at vælge et naturtræ henholdsvis et plastiktræ i Tyskland og Storbritannien. Jo lavere nummer jo højere prioritet.

Hvorfor vælges et naturtræ?		
	Tyskland	Storbritannien
Duft/atmosfære	1	1
Det er en tradition	2	2
Fornøjelsen ved at udvælge træet	Ikke et valg	3
Symbolet på julen	3	Ikke et valg
Julen er ikke det samme uden et naturtræ	4	5
Skaber gode minder/familieoplevelser	5	4
Hvorfor vælges et plastiktræ?		
I længden billigst	1	6
Har allerede et plastiktræ	4	1
Mere bekvemt – lettere opsætning/nedtagning/opbevaring	2	2, 3, 4
Mere miljø- eller klimavenligt	3	7
Holder længere tid indendørs uden nåletab	5	5



Plastiktræer findes i mange former, farver og kvaliteter. Ofte får de en bedre indendørs eksponering end naturtræerne. Foto fra Tyskland.

forbrugerne til at købe et naturtræ. Godt hver fjerde adspurgt uden træ har ingen interesse i julen/juletraditionen. En næsten lige så stor andel mener ikke, at juletræer er bæredygtige, mens 20% anfører, at de er bortrejst i julen. Knap 20% mener, at der er for meget arbejde i at hente, opstille og bortskaffe et juletræ. Til at imødegå den sidste gruppe, spurgte man ind til udvidet leveringsservice (hente/bringe træet), men her anfører 63% af de adspurgte uden juletræ, at selv med en udvidet leveringsservice ville de ikke købe et naturtræ. 19% var ikke afvisende overfor at købe et juletræ, hvis det blev hentet og bragt.

Sammenfatning

Plastiktræer fylder meget på vores store eksportmarkeder og qua deres lange levetid er de allerede en stor konkurrent til det naturlige juletræ, og skulle plastiktræerne vinde yderligere markedsandele kan det reducere det ventede opsving i naturtræspriserne grundet et lavere udbud. Der er derfor alt mulig grund til at tage plastiktræerne meget alvorligt. Derfor vil foreningen også gennemføre en forbrugerundersøgelse i Danmark for at blive opdateret på omfanget af plastiktræer i Danmark.

Forbrugerne i de tre lande tilvælger oftest plastiktræer af økonomiske, praktiske og bekvemmelighedsmæssige

årsager, mens købere af naturtræer lægger vægt på tradition, minder og emotionelle faktorer. Mange kampagner har fokuseret på at fremhæve naturtræets fordele, og denne strategi bekræfter de eksisterende købere af naturtræer, men har haft en noget begrænset effekt på forbrugernes valg af plastiktræer. Spørgsmålet er derfor om der skal gøres en større indsats for at "udskamme" brugen af plastiktræer. Når man "går efter" andres produkter kan det give bagslag, men så er det godt at have fakta, f.eks. foreningens LCA-analyse, til at fremhæve fordelene ved naturtræer.

Selvom der er forskelle i udbredelsen af plastiktræer landene i mellem, er der i den europæiske juletræsdyrkerforening stor opbakning til, at denne udfordring skal tages alvorligt og bedst løses i fællesskab.

Referencer

BVWE und VNWB, 2024; Online-Studie in Deutschland zur Evaluierung des Kauf- und Nutzungsverhaltens von Weihnachtsbäumen. SPLENDID Research, Hamborg, 50 s.
 IPSOS, 2024; Christmas Trees, Survey 2023. Prepared for British Christmas Tree Growers Association. 23 p.
 KANTAR, 2023; L'achat de sapins pour les Fêtes de Noël 2022. 67 p. 📄