

# Nå de nye generationer

Plantefællesskaber på Instagram er et oplagt sted for gartnerbranchen at komme i kontakt med nye generationer af forbrugere, som ikke er modtagelige overfor traditionelle reklamer. Forskningsprojekt viser hvordan

Katrine Fritsberg  
Fritsberg Journalistik & Kommunikation,  
k@fritsberg.dk

Med sin helt egen dialekt, humor og ritualer bliver grønne stueplanter dyrket på linje med kæledyr, der skal passes og plejes. På det sociale medie Instagram lever og vokser et fællesskab af unge i 20'erne og begyndelsen af 30'erne - de såkaldte millennials - som elsker og dyrker grønne pottedplanter, som var det familie og venner.

Det gør Instagram til et oplagt sted for gartnerbranchen at komme i kontakt med en generation, som ellers er kendt for ikke at være modtagelig overfor traditionel reklame. Det viser et forskningsprojekt, som IBA Erhvervsakademi Kolding med adjunkt Line Rohde Ottosen i spidsen har udført på opfordring af brancheorganisationen Flora Dania.

## Bliv en del af fællesskabet

Gennem to måneder har hun observeret og deltaget i det grønne fællesskab på Instagram for gennem en videnskabelig metode, netnografi, at analysere, hvordan de unge kommunikerer, og hvordan gartnerbranchen kan tilrette markedskommunikation til den målgruppe. Undersøgelsen giver et billede af et netbaseret globalt fællesskab med uskrivne regler for, hvordan man er en del af fællesskabet.

- Jeg anbefaler, at gartnerbranchen dykker ind i det fællesskab og bruger det samme sprog og samme stil. Men samtidig skal den prøve at lave et fællesskab i fællesskabet, som handler om at bruge danske planter, forklarer Line Ottosen.



#hanginthereitsnearbyweekend  
- billedet er venligst udlånt af @meeschmid\_plantiady

**Del plantefællesskabets billeder**  
Selv om branchen samlet skal gøre en stor indsats, betyder det ikke, at de enkelte gartnerier og salgsselskaber skal bruge mange ressourcer på at tage flotte og stemningsfulde billeder, som de kan dele på Instagram. Oftest vil det give de bedste resultater at dele de billeder, som målgruppen selv lægger op - man skal bare huske at spørge, understreger Line Ottosen.

- Den generation vil ikke tales til. De vil lyttes til. De vil ses og høres, så derfor virker den traditionelle reklame ikke så meget mere. De vil gerne anerkendes for det, de gør, siger Line Rohde Ottosen.  
- Langt de fleste vil gerne drive trafik til deres egen profil, og som regel er de dygtige til at tage flotte billeder. De er først til at kommentere og kommunikere til deres følgere, at man har delat deres billede. Det betyder, at opgaven ikke er uoverkommelig, pointerer hun.

Når de unge kommenterer, deler og giver delingen af deres eget billede et like, betyder det, at andre på Instagram opdager og begynder at følge branchens profiler og hashtags.

- Det er med til at gøre hele netværket stærkere. Om det er den enkelte salgssforening, gartnerierne eller Flora Dania,

## Forskningsprojektet

Forskningsprojektet hedder Millennials som pottedplanteforbrugere på Instagram.

Det er udført af IBA Kolding Erhvervsakademi på opfordring af brancheorganisationen Flora Dania og dens markedsføringsafdeling, Flora Dania Marketing. Adjunkt Line Rohde Ottosen har været projektleder for forskningsprojektet. Hun har inddraget studerende til at lave fokusgruppinterviews.

Forskningsprojektet er kandidat til årets forskningsprojekt 2019 blandt erhvervsakademierne.

## Hjælp til at komme videre

Er du interesseret i, hvordan I kommer videre herfra, stiller Line Rohde Ottosen meget gerne op til at fortælle om resultater og anbefalinger fra forskningsprojektet. Kontakt hende via mail: firoo@iba.dk



#monsteramonday - billedet er venligst udlånt af @meeschmid\_plantiady hent for eksempel inspiration her og på @urbanjungluebloggers på Instagram.

som står bag, er ikke centralt. Men det er vigtigt, at de får nogle få fælles hashtags, som indikerer, at det er en branche, understreger hun.

## Del ud af jeres viden

Plantefællesskabets følgere er unge singler, der bor i storbyer og savner noget grønt. De har en stor interesse i at snakke med dem, der ved mest. De vil

se, vi vil have, at vores planter trives. For selv om generationen af millennials ikke ønsker at blive talt til, vil de gerne i dialog med eksperter.

- De taler om planter som værende en del af deres familie. De danske virksomheder skal byde ind med gode råd og tip til pasning og pleje ved at kommentere på de billeder, som bliver lagt op. Jeg hører af og til det argument, at hvis de kan finde ud af at passe deres planter, så køber de jo ikke nye. Men det passer ikke, jeg har besøgt kollegieværelser med 60 grønne planter på 12 m<sup>2</sup>. De driver handlen. De har rigtig mange planter - mange har over hundrede. Der er en kæmpe mulighed for gartnerierne, hvis de melder sig på banen, siger Line Rohde Ottosen.

## Påvirker andres købsmønstre

Desuden påvirker det handlen generelt, hvad en mindre flok af millennials gør. De er det, man kalder influencers, påpeger hun.

- Det smitter af på deres mødre, møstre, andre i deres omgangskreds og følgere på Instagram, som også bliver interesserede i planter, men ikke har den samme

## Hashtags

Hashtags er # skrevet foran et ord eller en sætning. For eksempel er #Monsteramonday, #plantsarefrinds, #sundaypoolparty en del af det sprog plantefællesskabet på Instagram anvender.

## Netnografi

Netnografi er en videnskabelig metode, som analyserer data fra online indhold. Netnografi behandler online kommunikation ikke kun som indhold, men som social interaktion, indlejret i udtrykte betydninger og som kulturelle fænomener.

glædende interesse. Men det er influencerne, der er trendsetterne, fastslår Line Rohde Ottosen.

Desuden er der andre sidegevinsten ved at følge med og deltage i det grønne fællesskab på Instagram, påpeger hun. Man kan jo se, hvilke planter de snakker om. Så branchen kan få indsigt i, hvad der trender. ■

# SCANGROW

Vandingsanlæg

Scangrow leverer professionelle løsninger inden for alle former for vandingsanlæg, vi beregner og dimensionerer optimale løsninger for den professionelle gartner. Et vandingsanlæg fra Scangrow er en investering i fremtiden. Gødningsblandere, drypvanding, rør, slanger og fittings.

Ny SG-M50 klar denne sæson, nye funktioner, større display lettere betjening, mobil opkobling



[www.scangrow.dk](http://www.scangrow.dk)

scangrow@post1.tele.dk  
Telefon 47 38 00 42