

Denne rapport om sociale medier er en del af Danske Planteskoler projekt, som har til formål at øge synlighed ved større aktivitet på de enkelte planteskoler profiler på de sociale medier og en øget aktivitet på den fælles platform @danskeplanteskoler.

Projektet støttes af Produktionsafgiftsfonden for frugt og gartneriprodukter 2024.

## Sociale medier

### Indholdsfortegnelse:

---

1. Rapportens formål.....	side 1
2. Metode.....	side 1
3. Resultat af de kvalitative interviews.....	side 1
3.A. Sammenfatning af besvarelser fra de10 interviews med havecentre...	side 1
3.A.1. Brug af sociale medier .....	side 1
3.A.2. Indhold på opslag på de sociale medier.....	side 2
3.A.3. Udformning af opslag på de sociale medier.....	side 3
3.A.4. Tagge modtagere.....	side 3
3.A.5. Forslag til forbedring af markedsføring generelt.....	side 3
3.B. Sammenfatning af besvarelser fra de10 interviews med havearkitekter	side 5
3.B.1. Brug af sociale medier.....	side 5
3.B.2. Indhold på opslag på de sociale medier.....	side 5
3.B.3. Udformning af opslag på de sociale medier.....	side 6
3.B.4. Tagge modtagere.....	side 6
3.B.5. Forslag til forbedring af markedsføring generelt.....	side 6
3.C. Sammenfatning af besvarelser fra10 interviews med anlægsgartnere	side 7
3.C.1. Brug af sociale medier.....	side 7
3.C.2. Indhold på opslag på de sociale medier.....	side 7
3.C.3. Udformning af opslag på de sociale medier.....	side 7
3.C.4. Tagge modtagere.....	side 7
3.C.5. Forslag til forbedring af markedsføring generelt.....	side 7
4. Konklusion.....	side 8
5. Forslag til markedsføring generelt.....	side 9

### **Bilag.**

Bilag 1. Spørgerammer til de 3 målgrupper.....	side 11
Bilag 2. Interviewbesvarelser fra havecentre, havearkitekter, anlægsgartnere	side 12

## **Sociale medier**

### **1. Rapportens formål:**

Rapportens formål er at finde de mest optimale former for indhold på de respektive sociale medier for planteskoler, så deres indsats på de sociale medier får mest mulig effekt ved deres målgruppe, der anvender eller sælger planter.

### **2. Metode:**

I analysedelen er der gennemført en kvalitativ analyse for at finde frem til, hvilket indhold de danske planteskoler skal sammensætte på deres opslag på sociale medier, så det har mest værdi for disse 3 målgrupper: havecentre, havearkitekter og anlægsgartnere.

Der er i alt gennemført 30 danske telefoninterviews, hvor der er 10 besvarelser i hver af de 3 målgrupper. Besvarelserne er anonyme.

### **3. Resultat af de kvalitative interviews:**

#### **3.A. Sammenfatning af besvarelserne fra de 10 interviews med havecentre.**

##### 3.A.1 Brug af sociale medier

Alle de interviewede havecentre bruger instagram og facebook til deres markedsføring.

##### 3.A.2 Indhold på opslag på de sociale medier

Alle adspurgte havecentre vil gerne modtage bidrag fra de danske planteskoler til brug på deres egne sociale medier.

Flere nævner de gerne vil modtage pasningsvejledninger, beskæringstips og plantenyheder.

Følgende forslag blev nævnt som indhold på opslag fra planteskoler, som kunne være interessante:

- husk at klippe disse buske ned inden Sankt Hans
- 10 stauder til skyggebed.
- plantesygdomme, der kan drille, og hvordan kan man få bugt med dem.
- Vis det færdige produkt til forbrugerne, samtidig med salgsproduktet. Det er drømmen, som sælges.
- Vigtigt at kendskabet til dansk produktion øges, så kunderne føler, at når de køber planterne, så støtter de en dansk virksomhed.

Der blev nævnt i en enkelt udtalelse, at nogle opslag fra planteskoler ikke er mulige at dele:” Vi kan f.eks. ikke reposte en mark fuld af mange træer, der står som soldater. Selvom det ser godt ud, og er fint til info om, at der ikke mangles planter. Men hvis vi som havecenter viser det, kan forbrugeren tro, at vi har så mange træer stående, og kan derfor ikke forstå, hvis vi fortæller, at vi har udsolgt. F.eks.

arbejde ved en pottemaskine vil vi heller ikke dele, da det ikke er en proces, der foregår her i havecentret.”

Enkelte oplyser om, at der er mere viden om planterne i planteskolerne, og den viden er vigtig at dele. Enkelte vil gerne sætte deres eget præg på indholdet og en enkelt interviewet udtaler, at de helst vil poste opslag fra danske planteskoler i stories.

Et andet havecenter udtaler, at de skal tagges af planteskolerne som en hjælp, for ellers ser de slet ikke opslag på grund af travlhed, som de ellers gerne vil dele på deres sociale medier.

### 3.A.3. Udformning på opslag på de sociale medier

7 ud af de 10 interviewede havecentre vil gerne dele, og dermed vise opslag fra planteskoler med personer, der fortæller og viser plantetips og beskæring.

Der nævnes, at det faglige indhold bedst vises fra en planteskole, samt at det gerne må være simpelt og informativt indhold.

De sidste 3 af havecentrene vil bruge tekst og inspiration til at lave deres egne opslag med personer internt fra deres havecentre. Disse vil dog godt dele film fra planteskoler, hvor der kun vises hænder og tekst.

Enkelte efterspørger og vil gerne dele materiale på sociale medier, der viser plantens forløb helt fra start af produktion på planteskolen til salg i havecenteret.

De fleste interviewede fortæller at film er populært på de sociale medier. Et enkelt havecenter konstaterer at lækre billeder får helt klart flere likes.

### 3.A.4. Tagge modtagere

Der er en stor interesse fra havecentrene i at blive tagget, når der er plantenyheder, og når planter kommer i sæson.

Enkelte nævner at de også gerne vil tagges, når der er opslag med planter, som de selv får leveret i havecentret.

Et af de interviewede havecentre, der gerne vil dele nyhedsopslagene, ser det ikke som et problem, at samme film fra en planteskole bliver delt ved flere forskellige havecentre på samme tid. For havecenteret kan se, at følgerne til deres instagram profil er meget de handlende i netop deres område.

### 3.A.5. Forslag til markedsføring generelt

Et forslag fra et havecenter, der kunne skabe mere aktivitet på sociale medier med planter, er at gøre, som interiør leverandører gør ved salg af brugskunst. Her sendes en fil samtidig med regningen med miljøbilleder af alle produkterne. Billederne kan nemt bruges af havecentrene til et opslag på instagram. Dette gør det nemmere for havecentre, når der skal planlægges opslag. Hvis de danske

planteskoler ikke har miljø billeder, så kan det også være produktbilleder. Hvis der løbende tages nye billeder til instagram på planteskolerne, kan disse også blive anvendt til dette.

Et andet havecenter foreslår udarbejdelse af opslag og film til forbrugerne, som kunne downloades, og hvor havecentre kunne tilføje evt. priser og firmanavn.

Et havecenter nævner, at hvis man vidste, at f.eks. hver mandag kom et dyrkningstip fra danske planteskoler, som kunne deles. Så kom det med i planerne, og man ville kigge efter det.

Ved nyheder kunne havecentre sige ja til en nyhedspakke/inspirationspalle med f.eks. 5 stk. af hver plantenyhed. Så kunne disse havecentre komme på planteskolens forhandlerliste på de sociale medier – tagges når viden om nyheder deles på instagram, så viden let kunne videredeles også fra havecentret i den travle tid.

Det er vigtigt at sikre, at alle havecentre har mulighed for at købe planter, hvis der formidles viden ud om nyheder bredt eller til en anden kampagne, som f.eks. månedens plante.

Vedr. markedsføring så går det vel begge veje, for der kan også stå et parti varer ved en planteskole, som ikke er blevet solgt. Hvor det vil hjælpe, hvis flere havecentre viste det på deres instagram sider.

**Resten er forslagene omhandler forslag til et bedre samarbejde imellem havecentre og danske planteskoler, bl.a. vigtigheden af at markedsføre den gode danske kvalitet fra planteskolerne.**

Vigtigt at Danske Planteskoler står sammen og fortæller om god dansk kvalitet. Så forbrugeren bliver klar over, at det ikke er god kvalitet, når der købes et træ på nettet, og der leveres en pind fra Holland i en 5 l potte. Når et dansk produkt med sidegrene i en 3 liters potte vil give en meget bedre oplevelse i haven, og træerne leveres fra nærområdet. Men det kræver, at vi skal vise og fortælle, hvad god kvalitet er.

Synes godt, at vi kunne være med til at gøre noget fælles havecentre og planteskoler, hvor vi gjorde mere ud af at videreformidle god kvalitet på planter.

Ville gerne have et skilte ved de forskellige produktgrupper med billede af producenten/planteskolen, for at understrege, at det er danske leverandører. Forbrugerne vil måske så også genkende personerne fra info-filmene, som vi reposter på instagram.

Vigtigt at vi har danske leverandører, og der bliver uddannet kvalificeret arbejdskraft på planteskolerne, samt der er plante knowhow i DK.

Det vil være en god idé, hvis der ved arrangementer ved Home & Garden eller Danske havecentre blev orienteret om fælles muligheder på sociale medier for danske planteskoler og havecentre. Så flere finder ud af mulighederne for at samarbejde om videreformidling af viden om planter, træer og buske til forbrugerne.

Generelt burde vi – havecentre og planteskoler stå mere sammen.

Det er planter af en god kvalitet fra Danske Planteskoler, så det skal de være stolte af og vise/fortælle det mere.

Dejligt med materiale, som er professionelt, det vil vi gerne videreformidle. Skønt med f.eks. video materiale, som man ikke selv har råd til at udarbejde. Der kan fortælles om jord, planter og pasning – der kan downloades, og hvor der kan sættes havecenter på som afsender med evt. pris på produkter.

Vigtigt at fortælle forbrugerne, når planterne er dansk produceret. Gerne samarbejde med at videreformidle, hvad god kvalitet på planter er over for forbrugeren. Det er ikke nemt at fortælle om kvalitet på den rigtige måde, i øjenhøjde med forbrugeren. Uden branchens fagudtryk og uden at det lyder som en undskyldning for en højere pris.

Generelt vil det være en god idé for de danske planteskoler at investere i lækre miljøbilleder af deres produkter, hvor man ser dem anvendt. Samt billeder med præsentation af de forskellige planteskoler sammen med planterne, som de producerer.

### **3.B. Sammenfatning af besvarelser fra de 10 interviews af havearkitekter**

#### **3.B.1. Brug af sociale medier**

Alle de interviewede bruger instagram til markedsføring, og facebook bruges også af halvdelen af de 10 interviewede. En enkelt er lige startet op på LinkedIn med det formål at opbygge et netværk.

#### **3.B.2. Indhold på opslag**

Der er en stor interesse fra alle havearkitekter for at modtage viden fra danske planteskoler.

Det er viden om nye planter, anvendelsesmuligheder. Hvor planten gror godt? og f.eks. selskabsplanter? Bær? Til hvilke insekter? Højde? Skygge/sol?

Gerne også plantefif om alt til træer, buske og stauder. Det kunne være som f.eks. vanding inden plantning.

Et par havearkitekter nævner, at det vil være fint at se de samme planter vist i foråret og om efteråret.

En af de interviewede havearkitekter vil gerne se træer, buske og hækplanter. Gerne se hele planten, så man kan forholde sig til størrelsen, og så behøves der ikke en masse latinske beskrivelser, mere ganske enkelt fortælle, hvor gror den godt og sammen med hvilke andre planter.

En anden ønsker ikke generel viden, men gerne inspiration med de forskellige planter i temaer, som f.eks. skovtema, lysning, junglehave, cottagegarden. Fortælle om plantes gode selskabsplanter, og hvad der virker, når det skal vokse i DK. Giv også gerne inspiration til plantning med forskellige højder. Hvis planteskoler mangler inspiration til temaer, så er der alle inspirationshaverne fra CPH Garden. Inspirationen vil også gavne havecentre, som kan videregive inspirationen til forbrugerne.

En af havearkitekterne mangler mere generel viden om træer og buske, der er til salg fra danske planteskoler, derfor vælges udenlandske. "For mig er det vigtigt at vide alt fra højde og bredde nu og senere. Kronens størrelse, rodklumpens størrelse. Træet vægt."

En af de interviewede anbefaler, at planteskoler viser personer på opslag, det er også det, som får flest likes på jeres instagram side, det er en balance - ikke for meget maskinstation over billederne og heller ikke for kunstnerisk udtryk. Faglig viden og baggrund virker godt på et opslag fra en planteskole.

Flere af de interviewede havearkitekter nævner, at de selv har viden om pasning og beskæring.

### 3.B.3. Udformning på opslag

Flere anbefaler at lave film, for det er populært. En enkelt tilføjer, at "How to" opslag er populært blandt havearkitektens følgere på instagram.

De fleste Havearkitekter vil gerne inspireres, men selv være personen, der fortæller eller viser ting på deres opslag. En enkelt havearkitekt svarer at opslaget skal være unikt/specielt for at blive delt.

En af de interviewede siger "For mig er det egentlig selve indholdet – budskabet, som er vigtigt. Noget om hvad planterne kan – samt anvendelsesmulighederne. F.eks.: Tørkeplanter, klatreplanter, tidlige græsser, hjemmehørende arter." og anbefaler "Se Haveselskabets opslag på instagram, og få inspiration til opslag, hvor du både læser, hører og ser."

En anden giver et råd for at nå flere følgere på instagram. "Hold øje med, hvornår din målgruppe er aktive på nettet, vær aktiv på instagram før og efter at du poster opslag. Sæt dit eget aftryk på dine opslag med f.eks. teksttype ved opsætning af teksten på opslagene."

### 3.B.4. Tagge modtagere

Af de interviewede havearkitekter er det 3 ud af de 10, som gerne vil tagges ved opslag af plantenyheder. Grunden til, at de 7 havearkitekter ikke ønsker det, er, at de selv gør meget for at følge med i, hvad der sker inden for nye planter, buske og træer. De regner derfor ikke med, at det er nødvendigt.

### 3.B.5. Forslag til markedsføring generelt

Et eksempel på at fremme viden om kvaliteten på den danske produktion, kunne være et opslag med overskriften: Hvad vil du vælge? En dansk plante xx, der har udviklet et sundt rodnet i en 5 liters potte og klippet 2 gange for at have den rigtige form eller en udenlandsk plante xx.? Måske vise billede af begge, så man kan se forskellen.

Lige nu er der stor fokus på biodiversitet uden folk ligesom ved, hvad det er? Del gerne mere viden om det.

Hjemmehørende arter er også vigtige, der kunne de danske planteskoler måske finde nogle bud på nogle mere spændende og smukke planter, end der findes lige nu. Lave eksempler på bede med 10 hjemmehørende arter, kunne også være interessant at vise på opslag.

Opslag med det spiselige, som der også er stor fokus på.

Det er ligesom planteskolerne virker meget lukkede, det vil være en god idé at holde 2-3 åbne dage på planteskoler. Hvor man også inviterede 20-30 havearkitekter. Enten i foråret hvor træerne blomstrer eller om efteråret hvor der er bær og frugter. Det kunne være man f.eks. havde tyrkisk hassel på planteskolen og så også inviterede en specialist i nødder ud, der kunne fortælle om de forskellige typer og alle de andre forskellige nøddetræer.

Gerne flere opslag om nyheder, forbrugerne kender dem ikke, evt. finde årets nyhed og skive om det, udbrede kendskabet til de danske planter og den gode kvalitet.

### **3.C.1 Sammenfatning af besvarelserne fra de 10 interviews af anlægsgartnere**

#### **3.C.1. Brug af sociale medier**

Af de 10 interviewede anlægsgartnere, er 7 ud af 10 på instagram med deres firma, og de sidste 3 er på facebook.

En ud af adspurgte er på instagram og facebook, samt LinkedIn, hvor de er mest aktive.

#### **3.C.2. Indhold på opslag**

De interviewede anlægsgartnere efterspørger forskelligt indhold som f.eks. Inspiration til sammensætning af planter i bede og information om nye planter i sæson. Viden om større partier, der har en god pris. Gerne plantenyheder.

En af anlægsgartnerne oplyser, at de nok kun vil dele opslag, hvis det er unikt/specielt på en måde.

En enkelt af de interviewede ønsker kun planteinspiration, og gerne temaer som f.eks. tørkeplanter.

En anden anlægsgartner ønsker inspiration til planter, der egner sig til at plante i kasser og krukker.

En af anlægsgartnerne oplyser, at de kun viser deres egne byggeprojekter på de sociale medier, og vil derfor ikke kunne dele opslag.

#### **3.C.3. Udformning på opslag**

Det er 6 ud af de 10 interviewede anlægsgartnere, der gerne vil se personer på opslagene.

En af de interviewede vil gerne høre noget om beskæring og beplantning. En anden synes, at det er spændende at se, når træer graves op. Vil derfor gerne se forskellige arbejdsprocesser på planteskoler.

Der efterspørges af en af de interviewede at kunne se planterne anvendt, og viden om hvad planterne kan tåle af forhold. Gerne planter der passer til danske forhold.

En af anlægsgartnerne vil gerne se opslag, hvor man ser planter, buske og træer i de forskellige sæsoner

En af de interviewede anlægsgartnere vil gerne kun se inspirerende plantebilleder uden personer.

#### **3.C.4. Tagge modtagere**

5 af de interviewede anlægsgartnere vil gerne tagges ved nyheder, og gerne når der vises opslag med planter, som de har modtaget fra danske planteskoler.

#### **3.C.5. Forslag til markedsføring generelt**

Generelt vil det være fint at have åbne dage på en planteskole, hvor man måtte tage personalet med, og se hvordan en planteskole ser ud og fungerer.

#### **4. Konklusion**

Ved gennemførelsen af de 30 telefoninterview er der indhentet viden til de danske planteskoler, så de fremadrettet kan arbejde mere målrettet med deres markedsføring på de sociale medier på en mere effektiv måde.

Der er forskel på de 3 målgrupper havecentre, havearkitekter og anlægsgartnere i forhold til brug af sociale medier og ønsker om indhold og udformning på opslag fra de danske planteskoler.

Samlet er instagram det sociale medie, som flest af de interviewede bruger til markedsføring. Alle havecentre og havearkitekter, samt 7 ud af 10 anlægsgartnere. Facebook er anvendt af alle 10 havecentre og halvdelen af de 10 havearkitekter, hvor det kun er 3 ud af de 10 interviewede anlægsgartnere. LinkedIn bliver kun brugt af en havearkitekt og en anlægsgartner.

I forhold til ønsker til de danske planteskolers opslag samt udformning, så er det 7 ud af 10 interviewede havecentre, der gerne vil dele opslag med pasningsvejledninger, beskæringstips og plantenyheder. Holdningen er, at det faglige indhold bedst vises fra en planteskole, og indholdet må gerne være simpelt og informativt. De resterende 3 havecentre vil gerne selv være afsender på opslag, men vil gerne dele opslag fra planteskoler med hænder på billederne uden ansigt. Flere fortæller at film fungerer godt på instagram. For flere havecentre er markedsføringen af dansk produktion og dansk kvalitet på planter et vigtigt budskab.

Alle Havearkitekter vil gerne inspireres med opslag fra danske planteskoler, men selv være personen, der fortæller eller viser plantebeskæring mm. Hvilket skyldes, at de som havearkitekter markedsfører sig selv som fagpersoner. Men de er interesseret i viden om nye planter og anvendelsesmuligheder. Samt hvor planten gror godt? Hvilke selskabsplanter? Bær? God til hvilke insekter? Højde? Skygge/sol? Men har også interesse i temaer som skovtema, lysning, junglehave, cottagegarden eller tørkeplanter, klatreplanter, tidlige græsser og hjemmehørende arter.

De interviewede anlægsgartnere efterspørger forskelligt indhold som f.eks. inspiration til sammensætning af planter i bede og information om nye planter i sæson. Viden om større partier, der har en god pris. Gerne plantenyheder. Viden om planter, der passer til danske forhold. Samt planter der egner sig til kasser og krukke. 6 ud af de 10 interviewede vil gerne se personer på opslagene fra danske planteskoler. Opslag fra danske planteskoler vil kun blive repostet, hvis det er unikt eller specielt på en måde, som en anlægsgartner udtrykker det. Da det er anlægsgartnerens egne byggeprojekter, der mest markedsføres på de sociale medier. Hvilket kan give danske planteskoler mulighed for at vise deres planter, buske og træer i anlæg, hvis der laves aftaler om, at de selv kan blive tagget af anlægsgartnerne.

Alle havecentre har en stor interesse i at blive tagget, når der er plantenyheder, og når planter kommer i sæson. Det er kun 3 ud af 10 havearkitekter, der ønsker dette. For de mener, at de har informationen allerede. Det er kun halvdelen af anlægsgartnerne, der ønsker det. Så det er en god idé, at de danske planteskoler laver individuelle aftaler, inden de tagger havearkitekter og anlægsgartnere i deres opslag.



## 5. Forslag til markedsføring generelt

Ved telefoninterviewene var det muligt for de 30 interviewede at komme med markedsføringsforslag generelt til de danske planteskoler. Her er forslagene samlet.

Havecentrene kom med følgende forslag:

1. For at skabe mere aktivitet på de sociale medier, kan danske planteskoler sende miljøbilleder af alle de leverede planter sammen med regningen, dette gør det nemt for havecentrene selv at lave opslag med planterne.
2. Et havecenter nævner, at hvis man vidste, at f.eks. hver mandag kom et dyrkningstip fra danske planteskoler, som kunne deles. Så kom det med i planlægningen, og vi ville kigge efter det.
3. Det vil være en god idé, hvis der ved arrangementer ved Home & Garden eller Danske havecentre blev orienteret om fælles muligheder på sociale medier for danske planteskoler og havecentre. Så flere finder ud af mulighederne for at samarbejde om videreformidling af viden om planter, træer og buske til forbrugerne.
4. Ved nyheder kunne man tilbyde havecentre at sige ja til en nyhedspakke/inspirationspalle med f.eks. 5 stk. af hver plantenyhed. Så kunne disse havecentre komme på planteskolens forhandlerliste på de sociale medier – tagges når viden om nyheder deles på instagram, så viden let kunne videredeles også fra havecentret i den travle tid
5. Et par havecentre foreslår udarbejdelse af opslag og film til forbrugerne, om f.eks. jord, planter og pasning, som kunne downloades, og hvor havecentre kunne tilføje priser og firmanavn.
6. Vedr. markedsføring så går det vel begge veje, for der kan også stå et parti varer ved en planteskole, som ikke er blevet solgt. Hvor det vil hjælpe, hvis flere havecentre viste det på deres instagram sider.
7. Et havecenter mener, at det generelt vil det være en god idé for de danske planteskoler at investere i lækre miljøbilleder af deres produkter, hvor man ser dem anvendt. Samt billeder med præsentation af de forskellige planteskoler sammen med planterne, som de producerer.
8. Flere havecentre vil gerne sætte mere fokus på dansk kvalitet i den generelle markedsføring, her er flere kommentarer og idéer: "Det er planter af en god kvalitet fra Danske Planteskoler, så det skal de være stolte af og vise/fortælle det mere."  
"Vigtigt at fortælle forbrugerne, når planterne er dansk produceret. Gerne samarbejde med at videreformidle, hvad god kvalitet på planter er over for forbrugeren. Det er ikke nemt at fortælle om kvalitet på den rigtige måde, i øjenhøjde med forbrugeren. Uden branchens fagudtryk og uden at det lyder, som en undskyldning for en højere pris."  
"Vigtigt at Danske Planteskoler står sammen og fortæller om god dansk kvalitet. Så forbrugeren bliver klar over, at det ikke er god kvalitet, når der købes et træ på nettet, og der leveres en pind fra Holland i en 5 l potte. Når et dansk produkt med sidegrene i en 3 liters potte vil give en meget bedre oplevelse i haven og træerne leveres fra nærområdet. Men det kræver, at vi skal vise og fortælle, hvad god kvalitet er."  
"Synes godt, at vi kunne være med til at gøre noget fælles havecentre og planteskoler, hvor vi gjorde mere ud af at videreformidle god kvalitet på planter."  
"Vigtigt at vi har danske leverandører, og der bliver uddannet kvalificeret arbejdskraft på planteskolerne, samt der er plante knowhow i DK."  
"Vil gerne have et skilte ved de forskellige produktgrupper med billede af producenten/planteskolen, for at understrege, at det er danske leverandører. Forbrugerne vil måske så også genkende personerne fra info-filmene, som vi reposter på instagram."

”Generelt burde vi – havecentre og planteskoler stå mere sammen.”

Havearkitekter kom med følgende forslag:

1. Lige nu er der stor fokus på biodiversitet uden folk ligesom ved, hvad det er? Så del gerne mere viden om det.
2. Hjemmehørende arter er også vigtige, der kunne de danske planteskoler måske finde nogle bud på nogle mere spændende og smukke planter, end der findes lige nu. Lave eksempler på bede med 10 hjemmehørende arter, kunne også være interessant at vise på sociale medier.
3. Lav opslag med det spiselige, som der er stor fokus på.
4. Gerne flere opslag om nyheder, forbrugerne kender dem ikke, evt. finde årets nyhed og skive om det, udbrede kendskabet til de danske planter og den gode kvalitet.
5. Fremme viden om kvaliteten på den danske produktion, kunne være et opslag med overskriften: Hvad vil du vælge? En dansk plante xx, der har udviklet et sundt rodnet i en 5 liters potte og klippet 2 gange for at have den rigtige form eller en udenlandsk plante xx.? Måske vise billede af begge, så man kan se forskellen.
6. Det er ligesom planteskolerne virker meget lukkede, det vil være en god idé at holde 2-3 åbne dage på planteskoler. Hvor man også inviterede 20-30 havearkitekter. Enten i foråret hvor træerne blomstrer eller om efteråret hvor der er bær og frugter. Det kunne være man f.eks. havde tyrkisk hassel på planteskolen, og så også inviterede en specialist i nødder ud, der kunne fortælle om de forskellige typer og alle de andre forskellige nøddetræer.

Anlægsgartnere kom med dette forslag:

1. Det vil være fint at have åbne dage på en planteskole, hvor man måtte tage personalet med, og se hvordan en planteskole ser ud og fungerer.

## **Bilag**

### **Bilag 1. Spørgerammer til de 3 målgrupper**

#### Bilag 1.a. Spørgeramme til interviews af havecentre:

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?
2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?
3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?
4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?
5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

#### Bilag 1.b. Spørgeramme til interviews af havearkitekter:

1. Hvilke sociale medier bruger du til din markedsføring?
2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på dine opslag på sociale medier?
3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af dig?
4. Vil du gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?
5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

#### Bilag 1.c. Spørgeramme til interviews af anlægsgartnere:

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?
2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?
3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?
4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?
5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

## **Bilag 2. Interviewbesvarelser fra havecentre, havearkitekter og anlægsgartnere**

### **2.a. Kvalitative interviews med 10 havecentre.**

#### **Interview 1a. Havecenter**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram og Facebook*

*Facebook er mere lokalt og bruges til information om arrangementer, ligesom ugeaviserne.*

*Her er brugerne også ældre end instagram brugerne.*

*Instagram er mere til nye forbrugere, de yngre som ikke har så stor erfaring med planter.*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja, instagram og vil nok kun dele opslag fra planteskoler som stories.*

*Kun opslag som er målrettet forbrugerne f.eks. dyrkningstips*

*Eks. husk at klippe disse buske ned inden Sankt Hans*

*Sygdomme, der kan drille, og hvordan kan man få bugt med dem.*

*Vigtigt at vise det færdige produkt til forbrugerne, samtidig med salgsproduktet. Det er drømmen, som sælges.*

*Vi kan f.eks. ikke reposte en mark fuld af mange træer, der står som soldater. Selvom det ser godt ud, og er fint til info om, at der ikke mangles planter. Men hvis vi viser det, kan forbrugeren tro, at vi har så mange træer stående, og kan så ikke forstå hvis der er udsolgt. Arbejde ved en pottemaskine vil vi heller ikke dele, da det ikke er en proces, der foregår her.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Hvis det skal bruges til vores kunder, er det bedst at vise hænder og uden ansigt på personen.*

*Bedre med tekst end fortælling. Omvendt kan man også blive inspireret til at lave egne film med samme indholdsramme.*

*Vi må også konstatere at lækre billeder får mange flere likes.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, bliver inspireret at se færdige pakket containere – hvad skal vi have købt?*

*En planteskole havde skrevet forhandler info i toppen af opslag, så det blev læst af havecentret. Der var heller ikke nævnt pris eller andet, som en forbruger ikke skulle se.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Måske hvis man vidste at f.eks. hver mandag kom et dyrkningstip, som kunne deles. Så kom det med i planerne og man ville kigge efter det.*

*Vigtigt at Danske Planteskoler står sammen og fortæller om god DANSK KVALITET.*

*Så forbrugeren bliver klar over, at det ikke er god kvalitet, når der købes et træ på nettet og der leveres en pind fra Holland i en 5 l potte. Når et dansk produkt med sidegrene i en 3 liters potte vil give en meget bedre oplevelse i haven og træerne leveres fra nærområdet. Men det kræver, at vi skal vise og fortælle, hvad god kvalitet er.*

### **Interview 2a. Havecenter**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram og Facebook. Vi bruger mindre og mindre Facebook.*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja, jeg vil gerne bruge opslag fra danske planteskoler, dejligt med hjælp til indhold.*

*Men jeg får ikke selv set opslagene, så det kræver, at jeg bliver tagget.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Inspiration direkte til forbrugeren. Plante noget sammen, tips til beskæring eller andet, som vi måske ikke får videregivet, men som kan give forbrugeren en bedre oplevelse med planter og træer i haven.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, hvis der er nye lækkerier, jeg ikke har fået købt. Eller hvad er på lager?*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Vedr. markedsføring så går det vel begge veje, for der kan også stå et parti varer ved en planteskole, som ikke er blevet solgt. Hvor det vil hjælpe, hvis flere havecentre viste det på deres instagram side.*

*Synes godt, at vi kunne være med til at gøre noget fælles havecentre og planteskoler, hvor vi gjorde mere ud af at videreformidle god kvalitet på planter.*

*Ville gerne have et skilt ved de forskellige produktgrupper med producenten/planteskolen med billede, for at understrege det er danske leverandører. Forbrugerne vil måske så også genkende personerne fra info-filmene der repostes på instagram.*

*Vigtigt at vi har danske leverandører, og der bliver uddannet kvalificeret arbejdskraft på planteskolerne, samt der er plante knowhow i DK.*

*Det vil være en god idé, hvis der ved arrangementer ved Home & Garden eller Danske havecentre blev orienteret om fælles muligheder på sociale medier for danske planteskoler og havecentre. Så flere finder ud af mulighederne for at samarbejde om videreformidling af viden om planter, træer og buske til forbrugerne.*

### **Interview 3a. Havecenter**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram til den æstetiske del og Facebook til den mere kommercielle del.*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja, helt sikkert. Pasningsvejledninger. Et eksempel – 10 stauder til skygge fra danske planteskole. Deler gerne, for er sikker på, at planterne er tilgængelige, når opslaget er fra en planteskole. Men vi kan også sætte vores eget aftryk på budskabet.*

*Vigtig at kendskabet til den danske produktion øges. Så kunderne føler at de køber deres varer, og støtter dansk virksomhed.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Gerne simpelt indhold og informativt indhold.*

*Fordel ved at havecenteret slipper for at formidle det faglige.*

*Det faglige vises også bedst fra en planteskole.*

*Vil gerne at der blev udarbejdet materiale, der viser plantens forløb helt fra start af produktion til salg i havecenteret.*

*Der er stort behov for at dele planteviden. Flere forbrugere har lært planteviden fra bedsteforældre, men dengang var der fokus på helt andre planter.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, vi vil gerne tagges for mere information.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Generelt vil det være en god idé for de danske planteskoler at investere i lækre miljøbilleder af deres produkter, hvor man ser dem anvendt. Samt billeder med præsentation af de forskellige planteskoler sammen med planterne, som de producerer.*

#### **Interview 4a. Havecenter**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Vi bruger Instagram og Facebook*

*På Facebook mere information og tekst om f.eks. nyheder, her henvender vi os til en større gruppe.*

*På instagram mere billedinspiration.*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja, da der i planteskolerne er mere viden om produkterne og som er vigtig at dele.*

*Jeg synes, f.eks. Henrik fra Champost gør det godt og vi bør blive bedre til at reposte.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Vi vil gerne dele opslag fra danske planteskoler også med personer.*

*Det er godt med danske leverandører, der med stolthed viser deres produkter frem.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, det vil vi gerne. Det er vigtigt for os at vide, at der er nye planter på vej.*

*Meget gerne samarbejde, tag os gerne og fortæl planter er på vej.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Generelt burde vi – havecentre og planteskoler stå mere sammen.*

*Det er planter af en god kvalitet fra Danske Planteskoler, så det skal de være stolte af, og vise/fortælle det mere.*

### **Interview 5a. Havecenter**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram til at inspirere med billedinformation, Facebook til mere kommercielle ting, reklametekst og tilbud.*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja, har brugt materiale og månedens plante.*

*Har ikke repostet noget endnu.*

*Info skal sendes i det rigtige format, vil ikke dele bare et link.*

*Gerne video*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Fint hvis det var materiale som kunne downloades og der kunne tilføjes priser og firmanavn*

*Gunnar Christensens Planteskole lavede en rigtig god film om plantning af asparges, men svær at dele. Der må gerne være personer på, dejligt når de ved, hvad de snakker om. Kunderne vil også gerne have informationen.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Det vil vi gerne.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Dejligt med materiale, som er professionelt, det vil vi gerne videreformidle.*

*Skønt med f.eks. video materiale, som man ikke selv har råd til.*

*Kan fortælle om jord, planter og pasning – der kan downloades og selv sætte afsender og pris på.*

*Kampagner som Havens dag er svært at nå ud til kunder med, for der sker så meget, som de kan deltage i.*



### **Interview 6a. Havecenter**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram til billedformidling, og Facebook mere skrift på opslagene*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja, men kun med planter, som vi selv handler med.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Egentlig ligegyldigt, det er vi ikke så kritiske med.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, gerne høre om nyt. Kan godt forestille mig, at det ville være rigtig fint.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

-

### **Interview 7a. Havecenter**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram og facebook*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja, både med info om nyheder og pasningstips og beskæring.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Vil gerne dele opslag og det betyder ikke noget at det er en fra en leverandørs planteskole, som fortæller. Men også fint at få viden selv om planterne.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Tænk at det er svært for en planteskole at overskue, hvem der køber hvad generelt. Men fint at tage viden om de planter, som der modtages i havecentret.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Ved nyheder kunne havecentre sige ja til en nyhedspakke/inspirationspalle med f.eks. 5 stk. af hver nyhed. Så kunne disse havecentre komme på planteskolens forhandlerliste på de sociale medier – tagges når viden om nyheder deles på instagram, så viden let kunne videredeles også fra havecentret i den travle tid.*

*Det er vigtigt at sikre, at alle havecentre har mulighed for at købe planter, hvis der formidles viden ud om nyheder bredt eller til en anden kampagne, som f.eks. månedens plante.*

### **Interview 8a. Havecenter**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram og facebook*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja, gerne plantenyheder, viden om pasning og f.eks. beskæring*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Meget gerne personer på opslagene, det er altid godt.*

*Vil nok genbruge tekst og viden, og så selv formidle opslags indhold videre med ansatte i havecentret.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, gerne.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

-

### **Interview 9a. Havecenter**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Ja, instagram – næsten hver dag og facebook 2-3 gange om ugen*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja, modtager meget gerne opslag om plantenyheder og tips & tricks om plantepasning og beskæring*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Meget gerne opslag og film med mennesker, vil gerne dele opslag med personer, selvom de ikke er på planteskolen. Kan skrive at det er viden delt fra deres danske leverandør af planter.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, meget gerne tagges, for er ikke på planteskolen dagligt.*

*Så svært nogle gange at finde ud af, hvornår og hvilke nyheder, som er ankommet.*

*Vil rigtig gerne deltage i et samarbejde på denne måde og dele nyhedsopslagene.*

*Kan se følgerne er meget de handlende i området, så tror ikke at der sker noget ved at samme film fra en planteskole bliver delt ved forskellige havecentre.*

*Sendes der planter generelt, vil vi også gerne tagges i indhold om planter, som vi får til salg i havecentret.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

-

### **Interview 10a. Havecenter**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram og facebook*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja, med at vise gode danske sorter, beskæring, vanding, plantning f.eks. en hæk. Vi står med nye haveejere, med meget lidt viden om det hele og tidligere kunne deres forældre hjælpe med viden. Men det kan de desværre heller ikke mere.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

Hænder der viser arbejdet er vigtigt. Men vil også gerne se en gartner/fagperson der fortæller.

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, vil også gerne tagges ved nyheder.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Gerne samarbejde med at videreformidle hvad god kvalitet på planter er over for forbrugeren.*

*Der ligger et arbejde i at fortælle om kvalitet på den rigtige måde, i øjenhøjde med forbrugeren.*

*Uden branchens fagudtryk og uden det lyder som en undskyldning for en højere pris.*

*Vigtigt at fortælle forbrugerne, at planterne er dansk produceret.*

## **2.b. Kvalitative interviews med 10 Havearkitekter**

### **Interview 1b. Havearkitekt**

1. Hvilke sociale medier bruger du til din markedsføring?

*instagram*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på dine opslag på sociale medier?

*Ja, med viden – for jeg laver eget indhold til alle mine opslag.*

*Gerne viden om nye planter og anvendelsesmuligheder.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af dig?

*Lav film, det er populært.*

*For mig er det egentlig selve indholdet – budskabet, som er vigtigt. Noget om hvad planterne kan – samt anvendelsesmuligheder...*

*F.eks.: Tørkeplanter, klatreplanter, tidlige græsser, hjemmehørende arter*

*Ellers hold øje med, hvornår din målgruppe er aktive på nettet, vær aktiv på instagram før og efter at du poster opslag. Sæt dit eget aftryk på dine opslag med teksttype, opsætning af teksten på opslagene.*

4. Vil du gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Nej – holder øje med nye planter på markedet.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Nej*

### **Interview 2b. Havearkitekt**

1. Hvilke sociale medier bruger du til din markedsføring?

*Ja, instagram og dejligt at se den stigende aktivitet fra danske planteskoler*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på dine opslag på sociale medier?

*Ja, plantefaglige opslag. Gerne med plantefif om alt til træer, buske og stauder. Det kan være om f.eks. forvanding inden plantning.*

*Det kunne være de samme planter vist i foråret og om efteråret.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af dig?

*De skal dele alt det, som de brænder for.*

- *Planteglæde/haveglæde*
- *Behind the scenes – marken og produktionen*
- *Faglige plantetips*

*Hvis man f.eks. på sin instagram profil markedsfører sig selv på billeder, vil det måske forvirre, hvis der blev vist andre personer på profilen. Så derfor gerne kun dele hænder, som udfører tips.*

4. Vil du gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, jeg vil meget gerne tagges ved omtale af nyheder.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

-

### **Interview 3b. Havearkitekt**

1. Hvilke sociale medier bruger du til din markedsføring?

*Instagram og facebook*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på dine opslag på sociale medier?

*Ja, gerne nyheder. Fortælle hvad kan nyheden. Selskabsplanter? Bær? Til hvilke insekter? Højde? Skygge/sol? Se eksempel fra f.eks. Haveselskabet der laver opslag hvor du både læser, hører og ser.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af dig?

*Viser gerne gartner, der fortæller om planten og sæt gerne billeder ind i real med forskellige årstider.*

*Fortæl gerne hvad planten kan ud over at være pæn. Fokus på duft, spiselig, føde til dyr/insekter, næring til jorden. Et eksempel på det kunne være lakridsrod.*

*Ved opslag der starter med wow, wau, drømmer du om – så går jeg hurtigt videre. Jeg mener, at man derved taler ned til læseren. Vis respekt for de planter, som du præsenterer og giv mere dyb viden.*

*Der er 3 ting som er vigtige ved et opslag:*

- 1. Vær autentisk – så modtageren gerne vil lære dig at kende, knytte et bånd.*
- 2. Forfør med flotte billeder eller godt tekstindhold – modtageren vil derved gerne se og høre mere.*
- 3. Sørg for godt fagligt indhold – giver respekt ved modtageren*

4. Vil du gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Følger med, og håber derved at jeg ser nyhederne.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*På messer er det en fornøjelse at se, når det skinner igennem, at producenterne har kærlighed til de planter, som de producerer.*

#### **Interview 4b. Havearkitekt**

1. Hvilke sociale medier bruger du til din markedsføring?

Instagram og facebook

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på dine opslag på sociale medier?

*Nye planter og al viden om dem.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af dig?

*Bedst med nyheder, der gerne må beskrives af en person.*

*Vil nok ikke dele opslag med personer.*

4. Vil du gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Nej, følger selv med løbende.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

-

### **Interview 5.b. Havearkitekt**

1. Hvilke sociale medier bruger du til din markedsføring?

*Instagram (inspiration til slutbruger), facebook og linkedIn (for at få fagligt netværk)*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på dine opslag på sociale medier?

*Gerne plantenyheder. Vil nok kun dele opslag, hvis det er unikt/specielt på en måde.*

*Har selv viden om pasning og beskæring.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af dig?

*Meget gerne personer på, der fortæller om plantenyheder.*

4. Vil du gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, meget gerne.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Nej*

### **Interview 6.b. Havearkitekt**

1. Hvilke sociale medier bruger du til din markedsføring?

*Instagram og facebook*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på dine opslag på sociale medier?

*Vil gerne inspireres, men laver alle opslag selv.*



*Lige nu gerne se træer, buske og hækplanter. Gerne se hele planten, så man kan forholde sig til størrelsen, og så behøves ikke en masse latinske beskrivelser, mere fortælle hvor gror den godt og sammen med hvilke andre planter.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af dig?

*Gerne personer på, det er også det, som får mest like på jeres instagram side, det er en balance - ikke for meget maskinstation over billederne og heller ikke for kunstnerisk udtryk. Faglig viden og baggrund virker godt på et opslag.*

*Et eksempel på at fremme den danske produktion, kunne være et opslag med overskriften: Hvad vil du vælge? En dansk plante xx, der har udviklet et sundt rodnet i en 5 liters potte og klippet 2 gange for at have den rigtige form eller en udenlandsk plante xx. Måske vise billede af begge.*

*Sundhed og vækst er vigtigt.*

4. Vil du gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Nej, men det med tagning går måske begge veje, for kan godt lide når Overdam tager billeder af anlæg og roser det. Det er altid spændende at se anvendelse af planter, træer og buske, og det kunne planteskolerne også vise ved at bruge billeder af anvendelsen af deres planter i nye anlæg.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Lige nu er der stor fokus på biodiversitet uden folk ligesom ved, hvad det er? Så del gerne mere viden om det.*

*Hjemmehørende arter er også vigtige, der kunne de danske planteskoler måske finde bud på nogle mere spændende og smukke planter, end der findes lige nu. Lave eksempler på bede med 10 hjemmehørende arter, kunne også være interessant at vise på opslag.*

*En sidste ting er det spiselige, som der også er stor fokus på.*

*Det er ligesom planteskolerne virker meget lukkede, det vil være en god idé at holde 2-3 åbne dage på planteskoler. Hvor man også inviterede 20-30 havearkitekter. Enten i foråret hvor træerne blomstrer eller om efteråret hvor der er bær og frugter. Det kunne være man f.eks. havde en tyrkisk hassel og så også inviterede en specialist i nødder ud, der kunne fortælle om dem og alle de andre forskellige træer med nødder.*

### **Interview 7.b. Havearkitekt**

1. Hvilke sociale medier bruger du til din markedsføring?

## *Instagram*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på dine opslag på sociale medier?

*Ja, har interesse i at se opslag, man kan blive klogere af. Beskrivelser af nye planter. Pasning og beskæring.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af dig?

*Jeg vil nok ikke dele opslag, for jeg bruger mine egne billeder. Men jeg vil like opslag, for mig er det ligegyldigt, om der er ansigt med eller ej. Film fungerer godt.*

4. Vil du gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Nej jeg ser det, der præsenteres, følger godt med.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Nej*

## **Interview 8.b Havearkitekt**

1. Hvilke sociale medier bruger du til din markedsføring?

*Instagram primært*

*90 % af mine kunder har jeg fået via instagram*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på dine opslag på sociale medier?

*Alt hvad der kan gøre mig klogere.*

*Oplever selv at How to er populært blandt mine følgere.*

*Nyheder vil jeg også gerne modtage.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af dig?

*Film fungerer godt. Populært at se eksperter og høre eksperter.*

*Jeg vil gerne reposte opslag fra danske planteskoler som story, og så med personer på.*

*Men mange har lyd slået fra, når de ser stories, så de skal tekstes i en app.*

4. Vil du gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, så ser jeg opslaget.*

*Jeg vil gerne se flere opslag, spændende at se, hvad de forskellige plateskoler har.*

*Vil gerne inviteres ud til planteskolerne*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Gerne flere opslag om nyheder, forbrugerne kender dem ikke, evt. finde årets nyhed og skive om det, udbrede kendskabet til de danske planter og den gode kvalitet.*

### **Interview 9.b. Havearkitekt**

1. Hvilke sociale medier bruger du til din markedsføring?

*Instagram og facebook*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på dine opslag på sociale medier?

*Ikke generel viden, men gerne inspiration med de forskellige planter i temaer, som f.eks. skovtema, lysning, junglehave, cottagegarden. Fortælle om en plantes gode selskabsplanter, og hvad der virker, når det skal vokse i DK. Giv også gerne inspiration til plantning med forskellige højder.*

*Hvis der mangles inspiration til temaer, er der alle inspirationshaverne fra CPH Garden. Inspirationen vil også gavne Havecentrene, som kan videregive inspirationen til forbrugerne.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af dig?

*Gerne kun se planter*

4. Vil du gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Nej tak – hellere inspiration. Men det behøves ikke være nye planter eller nye i sæson. Mener også der er en stor værdi i at fortælle om nogle af de kendte planter og træer, og videreformidle de oplevelser, som de kan give i haven. F.eks. kvaliteten ved æblekvæde.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

-

### **Interview 10.b. Havearkitekt**

1. Hvilke sociale medier bruger du til din markedsføring?

Instagram

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på dine opslag på sociale medier?

*Der mangler mere generel viden om træer og buske, der er til salg fra danske planteskoler, derfor vælges mere udenlandske. For mig er det vigtigt at vide alt fra højde og bredde nu og senere. Kronens størrelse, rodklumpens størrelse. Træet vægt.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af dig?

*Vise træer i alle situationer, udplantet et sted i en have og de forskellige årstider.*

4. Vil du gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Nej tak.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

-

## **2.c. Kvalitative interviews med 10 Anlægsgartnere**

### **Interview 1.c. Anlægsgartner**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram og facebook*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja, inspiration til sammensætning af planter i bede.*

*Nye planter.*

*Viden om større partier, der har en god pris*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Spændende at se, når træer graves op. Gerne personer på opslag.*

*Vis gerne arbejdsprocesser på planteskolen.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, hvis det er viden, der inspirerer eller er brugbart.*

*Har set på de instagram, at flere planteskoler begynder at røre på sig.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Generelt vil det være fint at have åbne dage på en planteskole, hvor man måtte tage personalet med og se hvordan en planteskole ser ud og fungerer.*

### **Interview 2.c. Anlægsgartner**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram – en af de ansatte laver lidt opslag*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Bruger det ikke - får nyhedsmail som læses, hvis der er noget interessant.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Ved det ikke, da det er medarbejder, som laver opslagene*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ved ikke om vi ikke også får viden på nyhedsmail.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

-

### **Interview 3.c Anlægsgartner**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Ja, Instagram og facebook*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja med alt. Viden om planter, pasning og beskæring*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Det kan bruges alle former for opslag med og uden personer. Gerne sæsonvarer*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja. Hvis det er om træer, som jeg har fået leveret, så vil jeg gerne dele opslag med dem.*

*Tagger selv på opslag alle dem, der er med som en leverandør på en opgave.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Ikke lige nu.*

#### **Interview 4.c Anlægsgartner**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram. Facebook ikke rigtigt*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Det tror jeg ikke, for vi viser meget vores egne byggeprojekter.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Hvis jeg skal sige det ud fra, hvad jeg bedst kan lide, så er det at se film og personer*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja. Vil gerne reposte hvis det er om planter, som jeg selv har købt*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

*Nej.*

#### **Inteview 5.c. Anlægsgartner**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram, facebook og LinkedIn bruger vi mest.*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Nej, men måske nogle andre her i firmaet kunne bruge opslag med diverse planter, men det ved jeg ikke helt.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Har ikke relevans*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Nej, for vi har indkøbsaftaler med flere af de danske planteskoler*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

nej

### **Interview 6.c. Anlægsgartner**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Facebook – har ikke tiden til at starte instagram op.*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Kun præsentation af nye planter*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Gerne vise opslag, hvor man ser planter, buske og træer i de forskellige sæsoner*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Nej tak!*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

-

### **Interview 7.c. Anlægsgartner**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram og så har vi direkte kontakt med havearkitekter*



2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Altså vi har jo viden om planterne, så det er mere information om nye planter.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Kun inspirerende plantebilleder*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Nej tak*

### **Interview 8.c. Anlægsgartner**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Instagram*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Kun planteinspiration, gerne temaer f.eks. tørkeplanter.*

*Planter der egner sig i kasser og krukker.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Vise planterne anvendt og viden om hvad planterne kan tåle af forhold. Planter der passer til danske forhold.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja gerne.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

-

### **Interview 9.c. Anlægsgartner**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Kun facebook.*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Pas - har lidt svært ved lige at sige det helt præcist.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Gerne nogle der fortæller noget interessant om beskæring og beplantning.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, både om nye planter og nyt i sæson.*

5. Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?

-

### **Interview 10.c. Anlægsgartner**

1. Hvilke sociale medier bruger I til markedsføring?

*Facebook.*

2. Kan danske planteskoler på deres opslag på sociale medier bidrage med indhold om planter og pasning af planter til brug på jeres sociale medier?

*Ja.*

3. Hvordan kan indhold på opslag fra danske planteskoler bedst udformes, så det kan bruges af jer?

*Der må meget gerne være nogle som fortæller, det er mest interessant.*

4. Vil I gerne tagges, når der kommer plantenyheder og nye produkter i sæson?

*Ja, jeg vil gerne modtage information om nye planter og nye produkter i sæson.*

5. *Har du noget vedr. markedsføring generelt, som du gerne vil tilføje til de danske planteskoler?*

-