

Forbrugernes nye mønstre

Fire nye forretningskoncepter for plantesalg og et opdateret ordforråd. Det var bare nogle af de gevinster, der stod tilbage efter Danske Planteskoler temadag, der stillede skarpt på forbrugernes nye mønstre.

 Lotte Bjarke

Det var et godt mix af fagfolk fra plante-skoler og havecentre, der fyldte salen på Hvidkærvej i Odense den 21. oktober 2025. Et mix, der er yderst relevant, som desværre sjældent ses i en travl hverdag. Men det var også et både spændende og yderst relevant program, Danske Planteskoler med støtte fra Produktionsafgiften for frugt og gartneriprodukter diskede op med under overskriften 'Vær med til at styrke sammenholdet i den grønne branche'. Hvorfor er vi her, og hvor er vores branche om fem år? Sådane store spørgsmål i invitationen, som brancheorganisationen havde allieret sig med eksperter i forbrugermønstre og butiksoplevelser for at få svar på. Louise Byg Kongsholm, der er trendforsker og livsstilsekspert i PEJ Gruppen, lagde ud med en nærmest overvældende byge af informationer om forbrugernes gøren og laden nu og i den nærmeste fremtid. Efterfølgende assisterede hun Dion Kongsberg, der bærer titler som retailpioner og oplevelsekspert, i en intens workshop, hvor deltagerne opdelt i fire grupper skulle udvikle nye forretningsideer, der kan fyre op under plantesalg og -interesse, på basis af input fra første del af programmet.

Tryk på forbrugernes knapper

Marianne Bachmann Andersen, der havde sammensat programmet, bød velkommen til en dag, hvor der skulle kigges dybt i kry-stalkuglen.

- Hvis vi forstår forbrugernes adfærdsmønstre, kan vi måske prikke lidt til dem. En ting er sikkert, vi kommer ikke tilbage til dengang, hvor lukkeloven var med de danske havecentre. Nu har supermarkederne altid åbent, og de sælger masser af planter. Derfor skal vi vide, hvordan vi kan trykke på forbrugernes knapper. Vi er en branche, der kan noget unikt, en branche med viden bag. Jeg håber, vi får en dag, hvor I er villige til at dele ideer og tanker, så hele branchen kan komme videre, sagde Marianne Bachmann Andersen, før hun gav ordet til Louise Byg Kongsholm, der havde en masse nye ord med til tilhørerne, der fik et alfabetiseret katalog over tidens vigtigste trends med fra temadagen.

Udviklingen udraderer erhverv

Vidste du f.eks., at man kan gå til 'sovning' i København. At 'bedrotting' er en ting. Eller at man kan sende sin surdej til de hjemmelavede brød på surdejshotel, så man slipper for at passe den selv? Mens nogle erhverv er i stor risiko for at blive udraderet af udviklingen, som det er sket så mange

gange før i historien, opstår der nye nicher på striben. Oversætterbureauer er f.eks. alvorligt i risikozonen i en tid, hvor AI buldrer frem. Heldigvis er det svært at erstatte gartnere og planter med AI, så hvis man tager de positive briller på efter en hæsblæsende trendgennemgang, er der faktisk mange gode nedslag at hæfte sig ved på erhvervets vegne.

Den med at gå til 'sovning' kræver en forklaring.

- Søvn er en af vor tids misteværdier. Derfor er der et ekstremt fokus på søvnuniverset med tyngdedyner, natgoggles og muligheden for at gå til 'sovning' og få læst godnathistorie eller blive strøget over panden, til man falder i søvn, fortalte Louise Byg Kongsholm.

Af samme grund er det blevet nærmest en kunstart at købe en ny seng. Det er ikke en madras, der skal sælges, det er den gode nattesøvn, og det kræver butikker med et helt søvnunivers at gå ind i, forklarede Dion Kongsberg. Mon ikke der skal være masser af beroligende og luftrensende planter i sådan et søvnunivers?

Oplevelser og løsninger

Bedrotting er i øvrigt et udtryk for at blive under dynen, når verden larmer for meget, og man bare ikke magter at stå ansigt til ansigt med den.

- Flere og flere fravælger aktivt nyhedskanaler. Man bliver i dårligt humør af dem. Man tilvælger streamingtjenester, lydbøger og podcasts. Hvor mange podcasts og tv-serier har I lavet, spurgte Louise Byg Kongsholm.



← Efter en fyldig og hæsblæsende trendgennemgang var deltagerne i Danske Planteskoler temadag klædt på til eftermiddagens workshop. Fire nytænkende forretningskoncepter med fokus på oplevelser og convenience så dagens lys.



Dion Guldberg, der bærer titler som retail-pioner og oplevelsesekspert, understregede, at man i dag ikke sælger madrasser men derimod bedre søvn. Måske skal man ikke sælge planter men hyggelige hjem, lød det bl.a.

En butik med et søvnunivers byder på meget mere end varer. Den byder på oplevelser. Og her kommer vi ind til essensen af tidens trend: Forbrugerne har ikke brug for flere ting. De efterspørger oplevelser, og de efterspørger i høj grad løsninger, der kan lette hverdagen.

C for convenience, E for escapisme, F for Fix my life.

- Convenience er det eneste, der kan slå pris af banen. Noget, der gør det nemt for mig. Og ja, surdejshoteller findes. Dogwalkers er kommet til Danmark. Få noget fikset, uden at jeg selv skal løfte en finger. Det er der efterspørgsel på, understregede Louise Byg Kongsholm.

- Jo mere, du kan hjælpe folk på vej, jo bedre. De køber gerne en pizzabund, for de gider ikke bage den selv, men de lægger gerne sidste hånd på værket, pointerede hun. Igen en pointe, der må kunne udnyttes til attraktive have-/plantekoncepter.

Digitalisering på speed

A for AI og C for Chat GPT. Ingen tvivl om, at den mest omvæltende trend nu og i fremtiden er kunstig intelligens, AI, der er i fuld gang med at vende op og ned på verdensbilledet i et rasende tempo.

- AI og digitalisering er sat på speed. Alt det, der kan automatiseres, bliver automatiseret, slog Louise Byg Kongsholm fast og noterede, at alle de CSR-folk, der blev ansat for to år siden, er på vej ud, mens Chat GPT er i fuld gang med at udradere de traditionelle søgemaskiner. Når man søger med AI, er SEO fuldstændig ligegyldigt. Søgeassistenten arbejder på en helt anden måde, fortalte hun.

H for håndværk. Mens vi måbende står og ser til, kan vi glæde os over, at udviklingen som altid udløser en modreaktion. Når man ikke længere føler sig sikker på, om musikken eller teksten er skrevet af et menneske eller en robot, bliver rigtigt

håndværk pludselig meget interessant. Det at kunne bruge sine hænder og være kreativ – det er den absolutte luksus.

- Opslag på de sociale medier skal indeholde et billede af mig og en fortælling om, hvad jeg har lavet – og som minimum to stavfejl. 100 procent human bliver eftertragtet. Jord under neglene bliver eftertragtet. Det er derfor, Euroskills er blevet så stort. Vi hylder håndværket, når alt andet er blevet digitaliseret. Hylder den menneskelige effekt, fastslog Louise Byg Kongsholm, der opfordrede til at glemme alt om 'det bliver godt, når alt bliver normalt igen'. For det bliver det ikke. Det er en ny verden med en ny normal, der venter forude, og fra trendforskeren lød det, at forbrugerne, der i øvrigt har flere penge end nogensinde før, har 2025 og 2026 til at blive klar til at begynde at bruge dem tidligst fra 2027.

Fire nye forretningskoncepter

Således opdateret på alt det, der bimler og bamler nu og i den nærmeste fremtid,

var deltagerne godt klædt på til eftermiddagens workshop under kyndig ledelse af Dion Guldberg. Fire tilfældigt sammensatte grupper gik entusiastisk til opgaven, der gik ud på at udvikle et forretningskoncept med appel til moderne forbrugere. Den laveste i gruppen blev udpeget til direktør i firmaet, mens den højeste blev projektchef. Desuden blev der lagt et tema ind over hver gruppe. Lego, Apple, Hay eller Tesla f.eks. Og så gik det ellers bare derudaf med masser af kreative indfald.

Ved dagens afslutning havde fire meget forskellige koncepter set dagens lys. Målgrupper og virkemidler var vidt forskellige, men det var tydeligt, at deltagerne havde fulgt godt med i trendgennemgangen, for oplevelser og convenience var grundelementer i alle fire forretningsmodeller, der i øvrigt fik stor ros af retaileksperten. ■

Produktionsafgiftsfonden
for frugt og gartneriprodukter



Fire grupper udtænkte hvert deres koncept for plantesalg, der rammer tidsånden, og præ-senterede dem for hinanden.