

Øvelse 1 – dag 4

Forklar begreberne:

- *Subjektiv og objektiv*
Subjektiv: Indholdet er præget af afsenders holdninger. Opfattes ofte som utroværdig.
Objektiv: Hvis indholdet ikke er påvirket af holdninger og meninger fra afsender. Opfattes som udgangspunkt som troværdig.
- *Information og opinion*
Information: objektivt indhold
Opinion: Subjektivt indhold

Forklar, hvad man forstår ved genrerne:

- *Referat*
En mere dybdegående gengivelse af en tekst end et resumé, hvor man ofte bruger en referentmarkør (fx forfatteren).
- *Reportage*
En litterær genre inden for journalistik. I en reportage tager journalisten læseren med ud i virkeligheden og formidler begivenhederne.
- *Interview*
Der findes to kategorier inden for interview: en researchteknik eller en journalistisk genre.
Researchteknik: En person får stillet spørgsmål.
Journalistisk interview: en journalist stiller spørgsmål til en eller flere personer, for at få faktuelle oplysninger.
- *Baggrund*
Forudgående begivenhedsforløb der danner grundlag for den pågældende situation og forklarer det.
- *Feature*
Mediegenre der går dybere ned i emnet end fx nyhedsjournalistik. Spænder fra personportræt til en bred baggrundshistorie.
- *Anmeldelse*
En forbrugers oplevelse og vurdering af gældende produkt.
- *Kommentar*
En litterær fremstillingsform. En kommentar indeholder påstand og argumenter for dennes gyldighed.

Øvelse 2 – Dag 4

Kommunikationsopgave

Webtekster

SØSTRENE GRENE

Artikel- Søstrene Grene

Målgruppe

Søstrene Grenes målgruppe består af kvinder i alle aldre. Brødrene Mikkell og Cresten Grene, har valgt at fokusere op det umiddelbart feminine udtryk i butikkens vareudvalg og disses designs. Dog vil artiklen have mest relevans for læsere af forretningsorienterede artikler. Derfor definerer vi målgruppen for artiklen som forretningsmænd i alderen 35-60, altså mænd der enten selv driver forretning eller sidder i en kapitalfond.

Medie

Netavis: evt. Berlingske Business da artiklen skriver om virksomhedens fremgang.

Søstrene Grene-ejer: »Dengang den var 100 millioner værd, var det utroligt interessant, men i dag er den måske en milliard værd.«

»Jo mere, virksomheden bliver værd, jo mindre har man lyst til at sælge den. « Sådan indleder administrerende direktør Mikkell Grene, med at svare på spørgsmålet om Søstrene Grene en dag bliver solgt. Og netop dette spørgsmål er yderst relevant eftersom at Søstrene Grene åbner nye butikker i hele verden, hvilket har skabt interesse fra kapitalfonde.

Søstrene Grene hed oprindeligt Søstrene Grenes Handelskompagnie, og blev grundlagt i Aarhus i 1973 af søstre Inger og Ruth Grene. Her fik de to søstre skabt et unikt univers med deres ugifte faste Anna og Clara som hovedpersoner.

Den første butiks sortiment bestod af kaffe, snaps mm., men efterhånden begyndte butikken at forhandle egen importerede varer fra forskellige steder i verden, her i særdeleshed varer indenfor boligindretning og brugskunst. Søstrene var blandt de første til at rejse danske købmænd til Kina og købe skæve, billige nipsting med hjem som passede finurligt ind i deres markedslydende butiksindretninger. Inspirationen til dette var hentet fra middelhavslandenes markeder, hvilket tydeligt kommer til udtryk i vældet af farver og teksturer.

Kæden udvikledes med butikker i Herning og Aalborg, og fortsatte deres ekspansion op gennem 1990'erne og det nye årtusinde. Især i 2015 boomede familievirksomheden, da der blev åbnet 20 nye butikker i Danmark alene.

Alle disse begivenheder leder op til Søstrene Grene som det er i dag. Det er nu Inger Grenes to sønner, Mikkell og Cresten, der leder familievirksomheden med en durkdræven franchise-model og en slående forståelse for deres målgruppe og marked. Brødrene Grene overtog virksomheden i 2014, hvor der var 70 butikker spredt rundt i verden. De har formået på blot 3 år at udvide med ca. 30 procent og kan nu kalde sig de stolte ejere af 104 Søstrene Grene butikker verden over. Mikkell Grene udtaler selv at omsætningen vokser med 35 procent, og denne vækst har naturligvis vækket kapitalfondenes interesse. Men Søstrene Grene er ikke til salg. Lyder det fra Mikkell Grene.

»Jo mere, virksomheden bliver værd, jo mindre har man lyst til at sælge den,« siger han og fortsætter: »Dengang den var 100 millioner værd, var det utroligt interessant, men i dag er den måske en milliard værd, og det er så mange penge, at det bliver irrelevant. Vi har det, vi skal bruge - man kan godt invitere sin familie på en god ferie og så videre - så det økonomiske incitament til at sælge forsvinder egentlig stille og roligt.«

»Når alt kommer til alt, handler det måske mere om, hvad alternativet er. Hvis man solgte sin virksomhed, hvad skulle man så lave? Det er hele ens liv. Det ville skabe et tomrum, man slet ikke ville kunne overskue,« siger han og tilføjer:

»Så lysten til at sælge er der ikke rigtigt.«

Der er med andre ord godt gang i Søstrene Grene, og hvis det står til Mikkel Grene vil det i mange år endnu være ejerfamilien selv, der driver forretningen videre.

Anmeldelse – Søstrene Grene Viborg

Målgruppe

Søstrene grenes egen målgruppe, da det primært er deres kunder som følger dem på de Sociale Medier.

Medie

Anmeldelse som er tilgængelig på diverse Sociale Medier.

Anmeldelse

Når jeg kommer ind i butikken i Viborg, bliver jeg mødt af mange forskellige indtryk. De ansatte hilser pænt, og er ikke blege for at småsludre lidt, mens de sætter vaser og andre fine nipsting på hylderne. Den indbydende og hyggelige atmosfære de formår at skabe med små opsætninger af eget vareudvalg, og de bløde toner af klassisk musik der flyder ud af højtalerne, danner i særdeleshed en behagelig stemning.

Produktbeskrivelse – Søstrene Grene hylde

Målgruppe

Kvinder mellem 15-30 år.

Medie

Personlig blog.

Produktbeskrivelse

Den populære hylde er lavet af krydsfinér og metal af standard kvalitet. Det designmæssige grundlag lader til at bygge på den minimalistiske stil der er oppe i tiden, og som nogen i øvrigt mener er tidsløs. Som en fin lille finish kan det på nogle hylder ses hvorledes overfladebelægningen ikke har nået hylernes hjørner. Dufter man til produktet vil man opleve lugten af Taiwansk fabrik fylde ens næsebor.

Hylden er et godt og billigt alternativ til den noget dyrere "String reol", som i øvrigt er lavet af samme materiale, dog med bedre hjørnebelægning.

Hylden fungerer som en hylde nu skal. Personligt bruger jeg den til at opbevare mine marmorgrå Hammershøi kopper fra Kahler (#noAd), og det job lever den op til, ganske som den skal.

Den kan bære en vægt på 5 kg, eller hvad der svarer til et lidt stort nyfødt barn.

Denne lille sag af en hylde kan du få til den fordelagtige pris af 189kr.