

Projekt: Elektronisk nyhedsbrev

13. 1. Projektets formål

Formålet med projektet er at samle, sortere og formidle relevante faglige nyheder fra ind- og udland, lovgivning, inspiration, trends og viden målrettet detail- og produktionsplanteskoler, grossister, uddannelsesinstitutioner, journalister, bloggere, meningsdannere og politikere.

13. 2. Baggrund/faglig begrundelse for projektet

Branchens egne aktører og det omkringliggende samfund kan med det elektroniske nyhedsbrev få adgang til relevante nyheder, der bredt dækker det grønne område. Den hurtige måde at distribuere information sikrer, at nye tiltag i branchen kommer brugerne til gode rettidigt. Med nyhedsbrevet løser vi ønsket om at indsamle, sortere og videreformidle den, til tider, store mængde af information, som er vigtig for at manøvrere i branchen.

13. 3. Projektets indhold

Det elektroniske nyhedsbrev indeholder faglige nyheder fra ind- og udland, lovgivning, inspiration, trends og viden. Nyhedsbrevet udsendes 23 gange om året, og man kan tilmelde sig nyhedsbrevet på www.danskehavecentre.dk.

Projekt: Havens Dag 2021 med temaet 'Dyreliv i haven'

13. 1. Projektets formål

Havens Dag er en årlig tilbagevendende begivenhed, der underbygger opstarten på efteråret. Nu er det tid til at plante nyt i haven. Nye (og mere erfarne) forbrugere har brug for at blive mindet om, at den bedste plantetid ligger om efteråret, og netop nu er butikkerne fulde af friske varer, der udbydes i et stort og bredt sortiment. Med temaet 'Dyrelivet i haven' ønsker Havens Dag at sætte fokus på haver, hvor der er plads til øget dyreliv. Dels for at øge biodiversiteten, men også for at gøre børn og voksne nysgerrige på naturens forunderlige verden, der ofte ligger lige udenfor døren. Ikke alle dyr er velkomne i haven, så projektets formål er også at udarbejde lister over de planter, som eks. mosegrise og råvildt ikke æder.

Formålet med Havens Dag er at kickstarte efterårets salgssæson og gøre haven til en oase for både dyr og mennesker.

13. 2. Baggrund/faglig begrundelse for projektet

Den faglige baggrund for projektet er begrundet med, at efteråret er en sikker årstid at plante nyt i. Når forbrugeren får den rette faglige rådgivning til haven, så øges glæden ved planterne også. Udelivet bliver til en leg, og haven kan bruges som hele familiens frirum, hvor der både kan dyrkes, leges, udforskes og man kan slappe af fra en hektisk hverdag.

13. 3. Projektets indhold

Projektet vil blive gennemført med bistand fra Bodil Hennecke og Morten Sloth, der repræsenterer Danske Planteskoler. Desuden deltager Charlotte Andersen og Henrik Houmann fra Danske Havecentre. Det velfungerende samarbejde mellem de to organisationer er til fælles gavn for den grønne branche. Havens Dag afholdes altid den 2. søndag i september.

Med temaet 'Dyreliv i haven' vil Havens Dag fokusere på den viden, der findes om planternes gavnlige virkning overfor dyrelivet i haven. Nogle dyr er ønskede (insekter og bier), mens andre er uønskede (mosegrise og råvildt). Til årets kampagne vil der blive udarbejdet plantelister, så forbrugeren kan vælge til og fra. Udover disse nyttige lister, vil der blive udarbejdet oplysende plakater og pressemeddelelser. I forbindelse med afholdelse af Havens Dag vil Facebook også blive anvendt for at øge opmærksomheden på projektet.

Projekt: Månedens Plante, Rosens uge og Æblets uge

13. 1. Projektets formål

Projektets formål er at sætte fokus på nye planter i kampagnen Månedens Plante, hvorved forbrugerne bliver oplyst om og får kendskab til disse, så der skabes en efterspørgsel på nye planter. Med kampagnen Rosens uge er formålet at oplyse og sætte fokus på de sunde roser, som kom gennem nåleøjet i sortsafprøvningen 2017-2019, hvor 80 roser blev afprøvet. Æblets uge har til formål at få forbrugerne til at plante æbletræer, men også oplyse og formidle om sunde æblesorter til den private have.

13. 2. Baggrund/faglig begrundelse for projektet

Faglige baggrund for Månedens Plante er at synliggøre nye planter overfor forbrugerne og således skabe en øget efterspørgsel. Når planterne udvælges til at blive Månedens Plante, lægges der vægt på sundhed og robusthed.

Kampagnen Rosens uge har sig faglige begrundelse i sortsafprøvningen 2017-2019. Forbrugerne har behov for at vide, hvordan man lykkes med roser i haven, og da der er stor forskel på de enkelte sorters modstandsdygtighed overfor svampesygdomme, er kampagnen relevant.

Æblets uge er med til at formidle sunde sorter, der er mere skurvresistente, så forbrugerne får æbletræer, som de kan få stor glæde af. Desuden fornyes bestøvnings- og modningsoversigterne, så nye sorter kommer med på listen.

13. 3. Projektets indhold

Projektet er splittet op i tre kampagner, som afholdes på tre forskellige tidspunkter. Månedens Plante løber over alle månederne i 2021 og indeholder plakater til deltagende butikker, plus informationsmateriale rettet mod forbrugerne. Dertil kommer landsdækkende pressemeddelelse til hver måned, samt en lokal pressemeddelelse, som hver butik kan benytte. Rosens Uge afholdes i uge 25 og Æblets uge i uge 41. Begge kampagner vil indeholde plakater og informationsfoldere til butikkerne, herunder bestøvnings- og modningsoversigt samt lokal pressemeddelelse. Hertil kommer landsdækkende PR.

Projekt: Haveglæder – grøn formidling til forbrugerne

13. 1. Projektets formål

Formålet med Haveglæder er, at sikre brugerne den bedste og nyeste viden omkring brugen af planter i haven. Klimaændringer øger behovet for at formidle viden om eks. tørketålede planter og planter, der kan tåle at vokse i nedbørsrige perioder. Den nyeste forskning omkring biodiversitet og nedgangen af insekter, er ligeledes et område, som Haveglæder ønsker at give forbrugerne svar på.

Havearbejdet har beviseligt en positiv indvirkning på både børn og voksne. Haveglæder ønsker at bakke op om dette ved at formidle inspiration, opskrifter og gøremål, som hele familien kan deltage i.

For at imødekomme bredden målgrupper, anvendes en lang række formidlingskanaler.

13. 2. Baggrund/faglig begrundelse for projektet

De danske havecentre har især i dette forår og sommer, hvor mange forbrugere fik tid (grundet Covid19) til at arbejde med udrummet, oplevet, at der er et stort behov for information. Både basal

viden om dyrkning af frugt og grøntsager, samt interesse for brug af træer, buske, stauder og spiselige planter. Denne faglige viden og tips til at indrette og bruge planter, øger både biodiversiteten af planter, og bidrager til et øget insekt og fugleliv. Forbrugerne skal have mulighed for at finde løsninger og bruge værktøjer som blogindlæg, nyhedsbreve, sociale medier, app og video til at komme videre.

13. 3. Projektets indhold

For at kunne komme i kontakt med de mange målgrupper, formidles viden via forskellige kanaler. Det trykte magasin "Haveglæder" udkommer fire gange om året og er på 32 sider. Magasinet emner er bredt dækkende indenfor årstiderne og i forskellige uderum. Det tager udgangspunkt i planter anvendelse og brugen af dem med formidling af viden og inspiration. Hjemmesiden www.haveglæder.dk er samlested for den elektroniske version af magasinet, videoer, for en haveblog og her kan man også skrive sig op til nyhedsbrevet, som udsendes ca. 40 gange pr. år. Haveglæder har en profil på Facebook og Instagram, og opslag kommer så hyppigt, at der hele tiden sker en forøgelse af følgerne. Havebloggen fornyes med ca. 5-7 nye indlæg pr. måned. Appen Haveglæder indeholder omkring 10.000 haveplanter med tilhørende tekst og billeder, og der opdateres løbende med nye planter. Appen "samarbejder" med hjemmesiden og er derfor ligeledes en kanal, som forbrugerne kan søge aktuel viden på.