

Ledelsesberetning 2010:

Projekt 1: Integreret Markedsføring

1. Baggrund for aktivitetens gennemførelse.

Danske planter kæmper hårdt om opmærksomheden med europæiske varer trods en ofte bedre kvalitet og mere miljøvenlige produktionsvilkår. Ligeledes har Danmarks status som produktudviklingens europamester trange kår, idet detailhandlens ubarmhjertige fokuseren på pris giver svære kår for at introducere nyheder og dermed et mere spændende samt alsidigt sortiment.

2. Formålet med aktiviteten.

Formålet med projektet "Integreret Markedsføring" er at profilere sortimentet af prydplanter på de europæiske markeder ved udsendelse af inspirations- og nyhedsinformationer gennem primært nyhedsmails. Sammen med en omfattende webside til at underbygge nyhedsbrevet, skal medierne virke som branchens fælles kommunikationsplatform rettet mod aktørerne på de europæiske plantemarkeder. Detailhandlen skal herigennem inspireres samt få øget deres kendskab til sortiment, pasning, anvendelse, sæson og særligt nyheder fra branchen, for derigennem at kunne give forbrugerne bedre rådgivning og tilbyde et mere spændende og varieret sortiment.

3. Aktivitetens indhold.

Branchen har som led i en kontinuert strategisk satsning intensiveret kommunikationsaktiviteterne målrettet til potentielle kundegrupper på de europæiske hovedmarkeder. Følgende delkomponenter blev iværksat i 2010:

Delkomponent 1: Messer, Delkomponent 2: Ny Kommunikationsplatform (herunder Nyhedsbrev, webside, Strategisk Markedsinformation og Virtuelt Showroom), Delkomponent 3: Livsstilsprojekt (herunder events på messer og Handelspladser), Delkomponent 4: Efterårsudplantning, Delkomponent 5: Forbrugeranalyse

4. Målopfyldelse.

Målene vurderes overordnet set at være opfyldt for alle fem delkomponenter i projektet: "Integreret Markedsføring".

Delkomponent 1: Messer. Med støtte fra Danmarks Eksportråd har det i 2010 været muligt at afholde messer på udvalgte markeder, herunder Tyskland (IPM), Sverige (Elmia Garden), Salon du Vegetal (Frankrig) og Miflor (Italien). En planlagt messe i Holland blev ikke afholdt som følge af for lille tilslutning blandt medlemmerne.

Delkomponent 2: Ny Kommunikationsplatform. Med 46 udsendelser af Nyhedsbrevet i løbet af 2010 til ca. 2.500 detaillister, grossister og journalister formåede man at holde interessenter informerede om de mange aktiviteter og nyheder. Desuden underbygget af webside, der på 2. år oplever stigende besøgstal (fra 61.000 til 65.500, d.v.s. 6% stigning).

Delkomponent 3: Livsstilsprojekt. Såvel dagbladsjournalister som livsstilsjournalister har fået øjnene op for det spændende sortiment og de mange anvendelsesmuligheder for planter gennem events på messer, Handelspladser (interne salgsmesser), og senest hos kendissen Pernille Rahbek.

Delkomponent 4: Efterårsudplantning. Kampagnen blev justeret fra at have fokus på detailhandlen til i stedet at fokusere på pressen, der fik inspiration til anvendelse af efterårets sortiment i terrassens krukke og ved hoveddøren.

Delkomponent 5: Forbrugeranalyse. Kendskab til forbrugernes adfærd er altafgørende for tilgangen til afsætning inden for såvel distributionssted som købsmotivation. Med gennemførelsen af en omfattende

undersøgelse af forbrugernes adfærd, har branchen en enestående mulighed for at skræddersy løsninger i samarbejde med detailledet, samt at påvirke pressen med underbyggede påstande om forbrugeradfærd.

5. Aktivitetens offentliggørelse.

Det elektroniske nyhedsbrev udsendes til alle producenter af prydblplanter umiddelbart efter udsendelsen til de europæiske detaillister, grossister og journalister i Europa.

Såvel Nyhedsbreve, som billeder fra livsstilsevents, samt forbrugeranalyser offentliggøres alle på www.floradania.dk:

Delkomponent 1: Messer – se <http://floradania.dk/index.php?id=messeoversigt>

Delkomponent 2: Ny Kommunikationsplatform – se http://floradania.dk/index.php?id=trend_inspiration

Delkomponent 3: Livsstilsprojekt - <http://floradania.dk/index.php?id=339>

Delkomponent 4: Efterårsudplantning – se <http://floradania.dk/index.php?id=374> og http://floradania.dk/index.php?L=0&tx_jwplants_pi1%5Btheme%5D=6&tx_jwplants_pi1%5Bcolor%5D=&id=26&tx_jwplants_pi1%5Bsearch%5D=2

Delkomponent 5: Forbrugeranalyse

http://floradania.dk/fileadmin/s3/pdf/temarapporter/floradania_ua_forbrugerundersogelse_december_2010.pdf

6. Resumé.

Integreret Markedsføring består af aktiviteter over for flere interessenter i branchen, der alle har indflydelse på efterspørgslen af planter.

Messerne er fortsat et vigtigt udstillingsvindue for branchen, hvor producenterne af prydblplanter har mulighed for at fremvise et samlet sortiment over for de ofte travle indkøbere.

Gennem udviklingen af en for branchen unik kommunikationsplatform har man formået at synliggøre og profilere et bredt sortiment af prydblplanter på de europæiske markeder. Dette er sket gennem udsendelsen af ugentlige elektronisk nyhedsmail, der er understøttet af webportalen www.floradania.dk, og således benytter dette medie optimalt. En omfattende artikeldatabase, samt billedbank er omdrejningspunktet for portalen, der har oplevet en 6% stigning i antallet af besøgende i 2010.

Livsstilsprojektet har været et vigtigt element til at skabe inspirationen og få den konverteret til at kunne anvendes af livsstilspressen. Events har været den bedste måde til at tiltrække såvel dagbladsjournalister som livsstilsjournalister.

Med efterårskampagnen har man igen valgt at skabe opmærksomhed på det brede sortiment - der i perioden ellers er domineret af få store kulturer – gennem udsendelse af inspirationsbilleder og artikler til pressen.

Endeligt har en omfattende forbrugeranalyse været med til at identificere forbrugeradfærden i forbindelse med køb af planter til gavn for branchen.

Projekt 2 Producentinformation

1. Baggrund for aktivitetens gennemførelse

Produktionen og afsætningen af prydplanter har de senere år oplevet stigende udfordringer som følge af øgede produktionsomkostninger og øget konkurrence i afsætningen. For at klæde branchen bedst muligt på til disse udfordringer er det nødvendigt at holde producenterne ajour med de seneste resultater inden for forskning, produktion, erhvervspolitik og afsætning.

2. Formålet med aktiviteten

Projektets formål var at informere Potteplanteproducenter om seneste forskningsresultater, herunder deres praktiske anvendelse. Desuden har projektet til formål, at informere generelt om udviklingen indenfor branchen, særligt inden for nye udviklingstendenser på afsætning, markedsforhold og virksomhedsledelse.

3. Aktivitetens indhold

Projektet indeholdt i 2010 to hovedbestanddele, hvor den ene var udsendelse af månedlige Nyhedsbreve og den anden var afholdelse af temadage/gå-hjem-møder.

Nyhedsbreve indeholdt følgende informationer: Resultater fra forsøg, information om fælles bekæmpelse af nye eller problematiske skadegørere, Aktuelle markedsforhold, Anden relevante faglig information for potteplanteproducenter.

Til foredragsarrangementer og temadage samledes potteplanteproducenter fra hele landet og orienteredes om den seneste forskning og udvikling på nogle specifikke temaområder, under medvirken af eksterne foredragsholdere. Beløbet var tilskud til foredragshonorarer m.v. Deltagerne har selv betalt foræring m.v. ved temadagen.

4. Målopfyldelse

Nyhedsbreve: Der blev i løbet af 2010 udsendt ti nyhedsbreve, heraf to Nyhedsbreve i februar.

Nyhedsbrevene blev udsendt via e-mail for at anvende dette medie mest optimalt med links til uddybende information indenfor de forskellige emner. Emnerne berørte så forskellige områder som produktion, erhvervspolitik, forskning og afsætning. Nyhedsbrevet fungerer er velegnet til såvel større og mindre gartnerier, hvor specielt de mindre ellers ville have svært ved selv at skulle indhente informationerne.

Temadage: I 2010 blev der afholdt 2 temadage, henholdsvis d. 03. marts 2010 og d. 10. november 2010.

Temaet for temadagen i foråret var "Salget begynder i Frøet – Værdikæden" med indlæg fra Kim Wilde, Conceptual. Temaet for temadagen i efteråret var "Vinderstrategier" med indlæg fra 11 indlægsholdere, alle med fokus på afsætning. Til at belyse emnet var der inviteret såvel interne som eksterne indlægsholder, hvor de eksterne strakte sig fra teoretiske modeller til praktisk gennemførelse.

Ud over ovenstående temadage blev der ligeledes afholdt to gå-hjem-møder, hvor henholdsvis forårets afsætning, samt branchens likviditetsudfordringer var på dagsordenen.

Til alle arrangementerne var der en tilfredsstillende tilslutning og til emnerne i nyhedsbrevene blev der flere gange bragt uddybende artikler i Gartnertidende omkring emnerne. På ovenstående baggrund kan det konstateres at projektmålet er opfyldt.

5. Aktivitetens offentliggørelse

Nyhedsbrevene kan findes af alle på www.danskeprydplanter.dk hvor der også kan bestilles nyhedsbrevet.

Temadagene annonceredes forud i Gartner Tidende og var åbne for alle. Indlæggene på temadagene offentliggøres uden yderligere forsinkelser på www.danskeprydplanter.dk

6. Resumé

Branchen undergår hastige forandringer, som det kan være vanskeligt for den enkelte producent at følge med i. Derfor er væsentlige nyheder blevet opsummeret og formidlet, som dermed giver den enkelte producent et bedre grundlag for yderligere fordybelse i emnet.

Projektet "Producentinformation" indeholdt to hovedbestanddele: 1) Udsendelse af Nyhedsbrev og 2) temadage og Gå-hjem-møder.

Projektets formål var at informere Potteplanteprocenter om nyeste forskningsresultater fra ind- og udland og deres anvendelse i praksis, samt informere generelt om udviklinger indenfor branchen, og nye udviklingstendenser på afsætning og markedsforhold.

Dette er sket planmæssigt og aktivitetens mål er dermed opfyldt.

Projekt 3: Miljøcertificering for pryddplanter – erfagruppe og nyhedsbreve

1. Baggrund for aktivitetens gennemførelse.

Moderne produktion af pryddplanter kræver, at det foregår med stor hensyntagen til miljøet. De positive signaler og indtryk der er ved at købe og give planter/blomster, skal følges op med en ansvarlig produktion.

Miljømærket MPS kan bruges af gartnerier, og via registreringer af forbruget af energi, pesticider og gødningsstoffer kan man måle hvor god man er til producere skånsomt for miljøet.

Registreringerne sendes til MPS (Selvejende institution) i Holland.

Ud fra forbruget tildeles point for hvert af områderne energi, plantebeskyttelse, gødning og affald. Fire gange om året klassificeres deltagerne i A, B eller C gruppe ud fra antal point, hvor der gives flest point til laveste forbrug.

Registreringer og brug af mærket er brugerbetalt.

MPS er primært et B2B-mærke, men det kan anvendes overfor slutkunden hvis det udvides forbrugermiljømærke FFP (Fair Flowers Fair Plants).

En omfattende beskrivelse kan findes på hjemmesiden www.my-mps.com

2. Formålet med aktiviteten.

Formålet var fortsat at støtte informations og erfaringsudvekslingen mellem gartnerierne. Både dem som er certificeret, og dem som overvejer at blive certificeret. Samtidigt udvides kravene i systemet, og det er vigtigt at de nye tiltag understøttes ved at der sættes fokus på dem.

3. Aktivitetens indhold.

Der har været afholdt et erfa-kursus for interesserede med fokus på de nye registrerings krav, og der er udsendt 2 nyhedsbreve.

Der har været særligt fokus på beregningerne af energiforbruget til CO2 emission. Det er således første skridt på vejen til et såkaldt carbon footprint. Det er dog ikke enkelt, at foretage denne slags beregninger hvor der anvendes forskellige og komplekse energityper. Dernæst er det vanskeligt at tolke et nyt nøgletal og sammenligne sig.

Et andet forhold der har været i fokus er vandforbruget. Her har man også prøvet at beregne et såkaldt water footprint. Men at omsætte det til et konkret nøgletal pr. potteplante er ikke enkelt.

At understøtte disse nye elementer i systemet har været en vigtig del af aktiviteten i 2010.

4. Målopfyldeelse.

Med udgangspunkt i at reducere energi-, pesticid- og gødningsforbruget, støttes ekstern rådgivning til erfagrupeer og udsendelse af nyhedsbreve til deltagerne. Alle gartnerier kan blive medlem af ordningen.

Udsendelse af nyhedsbreve og afholdelse af erfa-mødet opfylder de konkrete mål for aktiviteten. Den fortsatte udvikling af MPS systemet er således blevet understøttet godt.

5. Aktivitetens offentliggørelse.

Indhold i erfa-kurserne og nyhedsbreve er tilgængelige for alle på hjemmesiden www.danskepryddplanter.dk under 'MPS'.

6. Resumé.

Miljøregistreringscertifikatet MPS kan bruges af gartnerier, som holder forbruget af energi, pesticider og gødningsstoffer under bestemte normer.

Ud fra forbruget tildeles point for hvert af områderne energi, plantebeskyttelse, gødning og affald. Fire gange om året klassificeres deltagerne i A, B eller C gruppe ud fra antal point, hvor der gives flest point til laveste forbrug.

Som noget nyt ser man også på CO2 emissionen og vandforbruget. Dette bliver nogle af de fremtidige nøgletal.

Med udsendelse af nyhedsbreve og afholdelse af erfa-kursus for deltagere og interesserede, er der sket en værdifuld indsats for at fastholde og udbygge MPS systemet, samt at arbejde med nye nøgletal.

Projekt 4: Planter for et bedre liv

1. Baggrund for aktivitetens gennemførelse.

I slutningen af 80'erne konkluderede et studie finansieret af NASA's rumforskningsgruppe at almindelige stueplanter ville kunne gøre kontorer og boliger mere attraktive, men også hjælpe med at rense luften. Oprindeligt var formålet at finde veje til at rense luften ved lange ophold på rumstationer, men studiet viste sig også at have fordele på jorden.

Planter kan have et antal positive effekter på indendørsklimaet, menneskers helbred og velbefindende. Det er velkendt at planter assimilerer CO₂ og frigør ilt ved fotosyntesen og kan forøge den relative luftfugtighed. Der er mindre viden om planters effekt på støv, partikelindhold i luften og lugtstoffer og hvordan planter kan forbedre disse forhold.

2. Formålet med aktiviteten.

Formålet med projektet er at undersøge, hvordan blomster og grønne planter i indendørs miljøer påvirker vores psykiske og fysiske trivsel.

I projektet undersøges hvorvidt planter kan reducere stress og reducere sygefravær på arbejdspladser samt mindske sygdomsproblemer og koncentrationsbesvær.

Projektet gennemføres som et PhD-studie over 3 år.

3. Aktivitetens indhold.

Planter i kontorer er positive for mennesker. En forbedring i sundhed og reduktion af ubehagssymptomer blev noteret efter introduktion af grønne planter i kontormiljøer. De skaber et individuelt arbejdsmiljø og bringer farver ind i rummet. Planter giver følelsen af velbefindende og skaber en mere levende atmosfære.

Planter er fordelagtige for sindsstemning og hjælper med at håndtere stress. Det er dokumenteret at der i kontor med planter var der færre med hovedpine, stress, blodtryksproblemer og forkølelse blev reduceret.

I dette projekt skal undersøges hvorvidt planter kan formindske stress og sygefravær, styrke helbredet og forbedrer koncentrationsevnen. Undersøgelsen består af flere delstudier, hvor der anvendes både kvalitative og kvantitative metoder. Der gennemføres således interviews med udvalgte persongrupper, eksperimentelle undersøgelser og spørgeskemaundersøgelser.

Projektet er tværfagligt og forsøger at kombinere viden fra samfundsvidenskaberne, sundhedsvidenskaberne og naturvidenskaberne for at komme hele vejen rundt om problemstillingen.

Projektet gennemføres som et 3-årigt PhD-studie og afluttes primo 2011.

4. Målopfyldeelse.

Projektet forløber fortsat planmæssigt. I 2010 er der foretaget to casestudier, som danner grundlag for en større spørgeskemaundersøgelse, som igen afsluttes i 2011. Resultaterne fra casestudierne er gode og giver et godt indblik i fænomenet "planter og blomster på arbejdspladsen", og hvordan det spiller sammen med andre faktorer på arbejdspladsen. Casestudierne dokumenterer, at der er et link mellem at have planter og blomster på arbejdspladsen og medarbejdertrivsel.

Det ser dermed fortsat ud til, at der vil komme nogle gode resultater ved afslutningen af projektet.

5. Aktivitetens offentliggørelse.

Der har været udgivet en konferenceartikel i Acta Horticulturae nr. 881 med titlen: People-plant relationships in indoor work environments.

Delresultater er blevet præsenteret på 28th International Horticultural Congress, afholdt i Lisabon i august 2010.

Artikel i "Grønt Miljø" marts 2010.

Aktuelt er der flere artikler undervejs, bl.a. i "Hortscience".

6. Resumé.

Projektet gennemføres som et PhD-studie over 3 år. Baggrund, formål og indhold er dermed det samme i de 3 år.

Projektet er tværfagligt og forsøger at kombinere viden fra samfundsvidenskaberne, sundhedsvidenskaberne og naturvidenskaberne.

I 2010 er der arbejdet med casestudier, til grundlag for en større spørgeskema undersøgelse. De har dokumenteret at der er sammenhæng mellem plantemiljøet på arbejdspladsen og trivslen hos medarbejderne.

Det forventes fortsat at phd projektet vil kunne afsluttes med gode resultater.

Der har i 2010 været bragt 2 artikler og en international præsentation.

Projektet forventes som planlagt at afslutte med phd uddannelsen i 2011.