



Jaarplan 2024: Gezondheid & Geluk

AMBITIE

De Nederlandse glastuinbouw levert elke dag verse groenten, fruit, bloemen en planten die bijdragen aan de gezondheid en het geluk van mensen. Groenten en fruit bevorderen een gezonde leefstijl. Bloemen en planten zorgen voor een gezonde woon-, werk- en leefomgeving en meer sociale verbinding. Het produceren van deze versproducten gebeurt met de inzet van hoogwaardige kennis en technologie met de focus op duurzaamheid, circulariteit, gezondheid en de kracht van de natuur. De glastuinbouw draagt daarmee bij aan oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken.

DOELEN VOOR 2024

- Toolkit Gezondheid & Geluk uitrollen en onderhouden.
- De waarde van de glastuinbouw meer bekendheid geven richting de samenleving.
- Start maken met Programma Positionering Glastuinbouw waarmee de glastuinbouwsector werkt aan een doorlopende campagne die op een positieve manier bijdraagt aan de beeldvorming van de glastuinbouwsector.

SPEERPUNTEN

Toolkit Gezondheid & Geluk

De toolkit Gezondheid & Geluk uitrollen en onderhouden:

- Toolkit aanvullen met nieuwe materialen, zoals:
 - Smaakles voor de glastuinbouw.
 - Materialen waarmee medewerkers zich kunnen ontwikkelen tot ambassadeur van de glastuinbouw.
 - Materialen ter promotie van de sector.

Vergroten bekendheid waarde glastuinbouw

De waarde van de glastuinbouw bekend maken aan het grote publiek:

- Maandelijks nieuwe content ontwikkelen gericht op het publiek.
- Via social media verhalen delen over Gezondheid & Geluk en tips geven over leuke activiteiten in en rond de glastuinbouw.
- Een aantal nieuwe filmpjes ontwikkelen gericht op het publiek.
- Ondernemers stimuleren om vaker in gesprek te gaan met hun omgeving en de materialen uit de toolkit daarbij gebruiken.

Programma Positionering Glastuinbouw

- Vanuit één centrale kernboodschap van de glastuinbouw wordt gewerkt aan verbinding met projecten en campagnes die een vergelijkbaar doel beogen. Centraal hierin de bijdrage van bloemen, planten, groenten en fruit aan de gezondheid en het geluk van mensen en het aandeel van onze sector aan oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen. Doel hiervan is meer synergie in de externe communicatie en meer reputatie voor de sector.
- Start campagne gericht op beleidbeslissers, ngo's en politici.

