

Modul 5 – Formidling af gården som læringsarena

I dette modul fokuserer vi på hvordan du formidler mulighederne på gården, med fokus på formidling til daginstitutioner og skoler. Erfaringerne fra andre lande, fx Norge, er, at et samarbejde med disse institutioner ofte leder til at andre organisationer og institutioner får øje på potentialet i at bruge gården som læringsarena.



Modulets formål

Del 1. Kortlægning af potentialer

Før man begynder at markedsføre sin gård som læringsarena, er det vigtigt at have gjort klart hvilke ressourcer og potentialer gården har. Lige så vigtigt er det, at tage en snak med alle, der er involverede på gården, om hvilken aldersgruppe og hvilke aktiviteter de ønsker at være en del af

Del 2. Formidling

Hvem henvender man sig til og hvordan?

Efter at have færdiggjort modulet har jeg...

1. Fået ideer til at kortlægge muligheder på gården
2. Fået ideer til hvordan jeg kan gøre gårdens tilbud kendt i det omkringliggende samfund.

Del 1 – Kortlægning af egne ressourcer og potentielle emner

Hvilke ressourcer findes på din gård som kan blive en læringsressource hos børn og unge?

Når man tager sig tid til at kortlægge hvad gården kan tilbyde, er det lettere at beskrive overfor relevante samarbejdspartnere hvordan gården kan benyttes som læringsarena. Det er ikke kun gårdens produktion, men også bygninger, historien, landskab, geologi og klima, der kan være interessant.

På de næste sider finder du inspiration til en sådan kortlægning, som er udviklet på et norsk kursus 'Gården som pædagogiske ressurs.' (Se evt. mere herom på den norske version af herværende e-lærings kursus).



Kortlægning af potentielle emner

Beliggenhed

Hvilken slags landskab ligger gården i? Findes der flotte udsigtspunkter eller steder hvor man kan få overblik over gården? Hvor langt er der til naboer? Sker der nogen former for produktion, håndværk, husarbejde eller hobbyer på nogle af de omkringliggende gårde/huse, som kunne være interessant for børn/unge at få indblik i og er de mon interesserede i et samarbejde?

Historie

Hvor gammel er gården? Hvilken slags liv og produktion har der været tidligere? Findes der historier om nogle af de mennesker, der før har boet på gården? Findes der rester fra tidligere bosteder eller gravhøje? Hvilke bygninger har tidligere været på gården (fx vandmølle, kværn, osv)? Hvornår nævnes gården første gang i historiske dokumenter? Ved man hvor mange, der boede på gården for 50 år siden, 100 år siden og længere? Har gårdens navn en særlig tilknytning til området eller dens historie?

Lovgivning

Er der restriktioner angående bygninger eller marker, fx bevaringsværdige bygninger? Er der udbygningsplaner? Hvad står der i lokalplanen ang. gården?

Jord og geologi

Hvilke jordtyper findes på gården? Er der steder hvor jordlagene vises tydeligt? Hvilke sten findes i og på jorden? Har der været grusgrave, miner eller lign på eller nær gården? Er der steder på gården som er særligt egnede til klatreleg eller som er særligt farlige?

Vejr og klima

Hvilke retninger blæser det oftest fra og har det betydning? Hvor står solen op og hvad betyder det for dyrkningen? Findes der vandløb på/nær gården?

Vegetation og dyreliv

Hvilken slags skov findes på ejendommen? Er der områder som egner sig til at skoleklasser kan deltage i skovpleie, rydning eller plantning? Er der sjældne eller truede plantearter på gården? Findes der områder med mose eller natureng? Hvilke vilde dyr findes på og omkring gården? Er der områder med særligt rigt fugleliv og insektliv? Kan man se nytte-/skadevirkninger? Er der områder, som er vigtige for trækfugle?



Produktion og salg

Hvad producerer gården? Overvejes andre produktionsformer? Hvad sker der med det, der produceres? Bliver det brugt på gården eller solgt? Til hvem og hvordan? Hvad var hovedproduktionen tidligere? Hvad må købes ind til gården for at holde produktionen i gang? Er der nogen form for direkte salg af produkter fra gården?

Mennesker og husdyr på gården

Hvem bor på gården? Hvor mange deltager i drift af gården? Hvor mange ansatte er der på gården? Hvem kan være med når eleverne kommer? Hvilke slags husflid og håndværk kan de forskellige på gården? Findes der dyr på gården som ikke er en del af en produktion?

Redskaber

Hvilke redskaber kan have pædagogisk interesse? Hvilke redskaber kan bruges af/sammen med børn/unge? Findes der redskaber af historisk interesse? Findes der redskaber som børnene kan være med til at sætte i stand og vedligeholde? Findes der interessant teknologi på gården, fx mælkerobot?

Del 2 - Formidling

Når man har kortlagt potentialerne og fundet ud af hvad man vil satse på, er det afgørende at gøre opmærksom på tilbuddet hos relevante samarbejdspartnere.

Start gerne med at lave en plan for hvordan du vil formidle og reklamere og gem den. Det vil ofte være nødvendigt at gentage omdeling og annoncering årligt eller med få års mellemrum og så kan det være rart at have overblik over hvad der har været gjort tidligere og hvem du har været i kontakt med.

Planen skal overordnet indeholde:

- Indhold
- Metode/kommunikationskanaler
- Målgruppe

Mindst lige så vigtigt, og måske endda endnu vigtigere, end reklamering, er det at skabe og opretholde gode relationer til lokalsamfundet. Hvis gården har et godt omdømme vil det være langt nemmere at skabe gode samarbejder med institutioner end hvis gården har et dårligt ry blandt naboer og lokale myndigheder.



Indhold

Indholdet i din formidling skal fortælle om hvilke aktiviteter du tilbyder og supplerende services/varer, som kan tilkøbes. Formuler gerne 2-3 'salgsargumenter', altså det, du ser som det mest centrale for dit tilbud. En brochure eller annonce skal ikke indeholde lange tekster og det er derfor vigtigt at du gør dig klart hvad der er vigtigst at formidle. Du kan evt. bruge kortlægningen i del 1 som grundlag for dette arbejde.

Derudover skal du sørge for at der er en god vejbeskrivelse, oversigt over hvad tilbuddet koster og hvordan man kommer i kontakt med dig. Sørg for at dobbelttjekke datoer, priser, adresser og kontaktoplysninger hver gang du sender noget afsted. Og sørg for at indholdet repræsenterer det du faktisk kan levere.



Kommunikationskanaler

Der findes en bred vifte af kanaler du kan bruge til markedsføring, fra personlige relationer til fysiske og internetbaserede medier. Først og fremmest er det en god ide personligt at kontakte kontoret på de lokale skoler og daginstitutioner, samt børne- unge forvaltningen. Herfra kan du blive henvist til de personer, som vil være din primære målgruppe. Derudover kan du overveje nedenstående medier, for at tiltrække yderligere opmærksomhed. Udvælg dem der passer til dit budget og som når din målgruppe:

- Lokale butikker
- Brochurer til omdeling på relevante institutioner
- Nyhedsbreve udsendt på mail. Du kan stille og roligt opbygge en modtagergruppe ved at gemme email på dem, du kommer i kontakt med undervejs.
- Lokale medier, fx aviser og radio.
- Sociale medier

Lokale medier

Lokale medier kan være en stor ressource, og du kan overveje at invitere dem ud for at lave en reportage om din gård, dine planer eller i forbindelse med et af de første besøg. Overvej gerne nedenstående i din kontakt til medierne:

- Begynd tidligt, så der er tid til at lave de fornødne aftaler
- Inviter forskellige typer af medier
- Husk at informere dit personale og evt. besøgende om mediernes tilstedeværelse
- Vær forberedt så du kan besvare spørgsmålene.
- Lav klare aftaler om hvad/hvem der må fotograferes

Husk at det er mediernes ansvar at formidle historien, men det er dit ansvar at fortælle den! Så vær positiv og imødekomende.

Du kan også skrive din egen pressemeddelelse – se tips til hvordan her: [Gode råd til at skrive pressemeddelelse.](#)

Sociale medier

Sociale medier kan være en stor ressource i forhold til at gøre opmærksom på din gård, men husk at en inaktiv profil kan være mere skadelig end ingen profil, da den sender et signal om at tilbuddet er uprofessionelt eller måske endda lukket ned. Overvej derfor grundigt om du er villig til at investere den nødvendige tid, før du opretter en profil.

Hvis du vælger at benytte sociale medier og sørger for at lave jævnlige opdateringer, kan det til gengæld være en rigtig god måde at komme i kontakt med mange relevante mennesker og nedenfor finder du et par gode råd til at komme i gang.

Husk at enhver konto starter med nul følgere. Det er derfor vigtigt at skabe en profil, som er interessant fra starten. Kig gerne på andre profiler, som du finder interessant eller som har mange følgere. Læg mærke til deres indhold, billedbrug og hvor ofte de poster nye ting og følg denne rytme indtil du finder din egen måde at gøre det på.

Start med at oprette en profil på et medie og kom godt i gang her, før du evt. opretter dig på flere medier. Facebook er et oplagt valg, men det kan også være Twitter, Instagram eller andre. Facebook tilbyder let forståelige redskaber til analyse og reklamering, som kan hjælpe dig med at nå ud til flere. Twitter er godt til at dele links og diskutere ideer, mens Instagram er bygget til billeder.

Hvis din gård har et logo, så brug dette som profilbillede for at fastholde en rød tråd i din formidling. Sørg for at bruge samme logo på evt. plakater, annoncer og brochurer.

Husk at lave jævnlige opslag, minimum en gang om ugen. Brug gerne mange billeder.

Deltag gerne i diskussioner og besvar kommentarer og andre henvendelser så hurtigt som overhovedet muligt, meget gerne samme dag.

