

Slutrapport för Trädgård V1056017

Lansering av Kollektion Mästarrabatten - proffsritade rabatter för alla trädgårdar

Ekonomisk redovisning

I den ekonomiska redovisningen har de totala kostnaderna för projektet under perioden redovisats, dvs både de som hänför sig till SLF:s del av projektet och de som hänför sig till de egna resurserna. Eftersom projektet kräver 50 % medfinansiering, ser det då ut som att ett stort underskott har uppkommit, vilket alltså inte är fallet.

Arbetet under projektperioden

Stor vikt har under projektperioden lagts vid **omarbetning av hemsidan** www.mastarrabatten.se, dels för att på ett tydligare sätt visa de nya Mästarrabatterna i text och bild samt porträttera de nya Mästarna, men framför allt för att på ett överskådligt och intressant sätt **presentera Kollektion Mästarrabatten**, en samling proffsritade rabatter för alla trädgårdar. I Kollektion Mästarrabatten ingår vid det här laget 9 stycken Mästarrabatter, som spänner över ett flertal av de skilda lägen - ståndorter - som finns i trädgården. En tionde kommer att lanseras hösten 2014. Målsättningen har varit att årligen utöka kollektionen med en Mästarrabatt och på detta sätt få ett större antal rabatter, sinsemellan mycket varierande i utseende och växtval, lämpliga för olika funktioner och ståndorter i trädgården. En viktig aspekt har även varit Mästarrabatternas olika geografiska belägenhet - från sydligaste Skåne upp till den allra senaste i norra Sverige.

Kollektion Mästarrabatten kommer att ha en lång varaktighet via projektets hemsida, som framgent kommer att underhållas. Vi kan se hänvisningar i chatforum, bloggar och liknande till Mästarrabatter, som ligger längre bak i tiden. Exempelvis detta inlägg på Odlanu från maj 2012: "Är det någon som har tips till min skuggiga rabatt?" Någon svarar: "- Har du kikat på Mästarrabatten från 2008?"

För att underlätta för användaren - konsumenten - har på hemsidan samtliga de växter, som under årens lopp ingått i Mästarrabatterna, indelats i ett söksystem, där man enkelt kan finna växter av olika slag - träd, buskar, barrväxter, klängväxter, perenner och lökväxter lämpliga för **olika lägen i trädgården** - alltifrån soliga och torra växtplatser till skuggiga och fuktiga. Ökad kunskap om växternas krav på lämplig miljö för bästa utveckling innebär för konsumenten betydligt bättre förutsättningar för ett lyckat växtval med bättre etablering som följd och därmed ett lyckat resultat.

Till varje Mästarrabatt har producerats en **digital folder**, som dels går att finna på hemsidan och som även går att skriva ut, för att fungera som vägledning vid inköp av önskade växter. Till hjälp för konsumenten, både vid växtval, inköp och sedan plantering finns också en överskådlig planteringsritning, där varje växt är angiven. Tanken med Mästarrabatten är också att visa på möjligheter att använda antingen rabattförslaget i sin helhet eller endast delar av det. Stor vikt har också lagts vid att presentera även mindre växtkombinationer, som ingår i rabatten.

På hemsidan och i foldern presenteras även alternativa **växtförslag för landets kallare delar**.

Det finns också möjlighet för de **trädgårdsbutiker** som önskar, att skriva ut ett lämpligt antal foldrar för att kunna dela ut till kunderna i butiken.

På **mässan Elmia Garden** har årligen lanserats en ny Mästarrabatt, nu senast i oktober 2013, då den kände trädgårdsdesignern och tidigare stadsträdgårdsmästaren i Enköping, Stefan Mattson presenterade sin uppmärksammade plantering. Vid pressvisningarna har genom åren delats ut tryckta foldrar till den församlade pressen. Vid pressvisningarna på Elmia Garden har även marknadsförts **konceptet Kollektion Mästarrabatten** med dels en tryckt folder, dels hänvisning till den omarbetade hemsidan med fokus på kollektionen.

Den planerade pressresan till aktuella rabatter fick tyvärr ställas in på grund av den dåvarande projektledarens byte av verksamhet. I stället gjordes en större satsning på deltagande vid konsumentmässorna **Nordiska trädgårdar** samt **Skånsk Trädgård**, dit även pressen inbjöds.

De aktuella Mästarrabatterna har **fortlöpande fotograferats** under projektperioden och kontakt har hållits med berörda Mästare för information om rabatternas status.

Det har under projektperioden blivit alltmer uppenbart att **bildmaterialet från rabatterna** har en oerhörd stor betydelse. De flesta människor har mycket liten kännedom om växterna och därmed säger växternas namn följaktligen inte särskilt mycket. Eftersom en viktig del i skapandet av Mästarrabatterna är just själva kombinationen av växter lämpade för en speciell och angiven miljö - växtplats - är naturligtvis bra bilder av dessa växtkombinationer en förutsättning för att konsumenten ska kunna bilda sig en uppfattning om Mästarens växtval och intentioner.

Detta gör det än mer angeläget att följa rabatternas utveckling fortlöpande för att få ett så bra och heltäckande bildmaterial som möjligt. Det har också inneburit att vissa växter redan från rabattens anläggande behöver ha uppnått en förhållandevis ansevärd storlek, för att kunna göras rättvisa bildmässigt. Detta gäller främst de vedartade växterna. Därför har den faktiska kostnaden för växtmaterialet överstigit den budgeterade.

En viktig del i projektet har varit **framförhållningen**, som sträckt sig över flera år. Detta dels för att växterna oftast kräver flera växtsäsonger för att utvecklas på ett bra sätt och dels för att det ska finnas möjlighet att i odlingsledet öka produktionen av berörda sorter.

Mästarrabatterna under projektperioden har granskats och godkänts av referensgruppen.

Mästarrabatten 2015 har planterats och fotograferats. I denna rabatt har det varit extra angeläget med ett större utgångsmaterial på en del vedartade växter, dels naturligtvis på grund av behovet av bra och rättvisande bilder men också för att rabatten är belägen långt norrut.

Avvikelser

De förhållandevis stora differenserna mellan budgeterade och verkliga kostnader, beror i allt väsentligt på att de uppdrag som ursprungligen ingick i projektledaruppdraget lagts ut på flera utförare och därmed i stället direkt belastat de olika kostnadskontona.

Deltagande i trädgårdsmässorna Nordiska Trädgårdar och Skånsk Trädgård ägde rum år 2 i projektet i stället för år 3, som planerades från början.

Resultat

Mästarrabatten och Kollektion Mästarrabatten har fått ett mycket positivt mottagande på mässor såväl som i press och reaktioner på nätet. Vi kan konstatera att många har besökt hemsidan. Ett ökande antal trädgårdsintresserade hittar till hemsidan antingen genom att söka på "Mästarrabatten" eller länkas dit via hemsidor för olika trädgårdsbutiker, odlare, trädgårdstidningar eller trädgårdsforum på nätet. En sökning på "Mästarrabatten" visar att en mängd bloggar vid olika tillfällen tagit upp och hänvisat till Mästarrabatten för idéer och inspiration samt lösning av problem vid växtval.

Tabell över besöksstatistik på hemsidan januari 2013 – november 2013

Månad	Sidvisningar	Unika besökare
jan	14132	4921
feb	15607	4267
mar	21364	7725
apr	31522	9003
maj	41111	10201
jun	25186	7821
jul	21959	8099
aug	20185	6072
sep	16216	5439
okt	18841	5471
nov	14492	4494

Mästarrabatterna har även förekommit i olika tidningar, ofta i stort uppslagna artiklar i färg.

Ett ökat intresse för ett användbart och för svenskt klimat lämpligt växtmaterial och därmed en ökad efterfrågan av dessa växter, har varit den förväntade effekten av Kollektion Mästarrabatten. Då kunskapen om växter och deras egenskaper stadigt minskar hos den urbana människan är behovet desto större att, genom lättillgänglig information, underlätta för konsumenten och visa på fungerande och tilltalande växtkombinationer. De hittills 9 lanserade Mästarrabatterna visar också genom sina sinsemellan stora olikheter, mycket tydligt vikten av växtval för olika ståndorter i trädgården - rätt växt på rätt plats.

Att exakt mäta en ökad försäljning av ett specifikt växtslag har visat sig vara komplicerat, då underlag för försäljning helt nere på sortnivå, hittills varit svårt att få fram. Vi kan dock notera ett tydligt ökat intresse för vissa växter, som tidigare varit mindre kända, men som ingått i någon av Mästarrabatterna och därefter varit fortsatt efterfrågade av konsumenten.

Ytterligare resultat av projektet är branschens ökade medvetenhet om vikten av en bra logistik, för att underlätta för landets trädgårdsbutiker att på ett smidigt sätt kunna beställa och tillhandahålla samtliga de komponenter som ingått i de aktuella Mästarrabatterna. Lösningen av de logistiska problemen torde dock kunna vara ämnet för ett helt annat och separat projekt.