

Idekatalog

- aktiviteter i lokale biavlerforeninger



Foto: Elisabeth Mahler Andersen



Danmarks Biavlerforening

Indhold

Husk at skabe opmærksomhed!	1
AIDA-modellen	1
Presse	1
Finansiering af aktiviteter	2
Fonde	2
Sponsorer	2
Kommunen	2
Udadvendte aktiviteter	3
Messer, dyrskuer og andre events	3
Slyngedag	3
Honning & Jordbærdag	3
Hvervning af nye medlemmer	4
Markeder mv.	4
Velkomstbrev	4
Begynderkurser	4
Fastholdelse af medlemmer	4
Information	4
Involvering	4
Møder og foredrag	5
Om biavl	5
Om afsætning	5
Om forskningen	5
Om bestøvning og frugtavl	5
Om ekstensiv biavl	5
Om smagsoplevelser	5
Honningbedømmelse	5
Bisløjd	6
Biprodukter	6
Bigårdsvandring	6
Erfagrupper	6
Loppemarked	6
Skolebigården	6
For nybegynderen	7
For den erfarne	7
Ekskursioner	7
Til erhvervsbiavleren	7
Til materielforhandleren	7
Til frø- eller frugtavlaren	7
Til andre virksomheder	7
Til naturområder	7
Til udlandet	7
Fester	8

Udgivet af:



Danmarks Biavlerforening
Fulbyvej 15 – 4180 Sorø
dansk@biavl.dk – www.biavl.dk

Tekst, redigering og layout:

Palle Frejvald
Rune Havgaard Sørensen

Lad dig inspirere...

Dette idekatalog skal opfattes, som en hjælp til Danmarks Biavlerforenings lokalforeninger til at få ideer til aktiviteter. Lokalforeningerne er naturligvis meget forskellige, så der vil være ideer, der ikke falder i alles smag. Kataloget er fortrinsvis bygget på de aktiviteter, der foregår i foreningerne i forvejen. Her er de blot samlet på en forhåbentlig overskuelig og inspirerende måde. Benyt de ideer som passer til foreningen, eller benyt dem som inspiration til selv at få nye ideer til aktiviteter. Husk at det i foreningslivet er aktiviteterne, der fanger, og relationerne, der fastholder.

Husk at skabe opmærksomhed!

Det er sjovt at lave aktiviteter, men det er ikke sjovt at lave aktiviteter uden deltagere. Basis for aktiviteten er derfor at skabe den nødvendige opmærksomhed, så der er et tilstrækkeligt deltagerantal.

AIDA-modellen

En almindelig kendt model, til at skabe omtale af en aktivitet er AIDA-modellen. AIDA står for Attention (Opmærksomhed), Interest (Interesse), Decision (Beslutning) og Action (Aktion). Dette er de fire elementer, som altid bør indgå i informationen om en aktivitet.

A: Hvis du skal lave plakat, flyer eller folder om en aktivitet må du indlede med at fange målgruppens opmærksomhed. Det kan være et billede, eller en fangende overskrift.

I: Dernæst skal du fastholde modtagerens interesse. Det kan f.eks. ske ved at fortælle om spændende detaljer i din aktivitet.

D: Det er herefter tid til at frembringe argumenterne for, at modtageren tager beslutning om at deltage.

A: Og endelig skal der være information om, hvordan man kan deltage. Herunder er det vigtigt at nævne tid og sted, samt hvordan man tilmelder sig.

Presse

Med lidt omhu og opfindsomhed er det muligt at få gratis presseomtale. Vær lidt skarp i formuleringen af pressemeddelelser, anvend gerne et sprogbrug lidt ud over det sædvanlige. Det er i første omgang journalisten der skal fanges af teksten. Overskriften er i den forbindelse vigtig.

Husk at hovedbudskabet skal stå i det første afsnit, gerne i første sætning, afsnittet skal kunne stå alene. Udbyg længere nede i teksten. Gør arbejdet nemt for journalisten, og formuler teksten, så den kan bruges direkte i avisen.

Husk efterfølgende at berette om hvordan aktiviteten forløb i en ny pressemeddelelse. Journalisterne skal bruges igen en anden gang, så de skal forkæles lidt. Send noget til dem hver gang der sker noget særligt i foreningen.

Sejlerklubber får næsten altid stor omtale ved standerhejsningen i foråret. Det kan den årlige åbning af skolebigården også få. Slyngedagen, honning-jordbærdagen, begynderkursus osv. er alle hændelser, der kan have interesse for medierne. En bisværn der skal hentes, er oplagt stof til forkælelse af den lokale avis.

Finansiering af aktiviteter

Aktiviteter er ofte forbundet med udgifter, der skal dækkes på den ene eller anden måde. Ud over at lade deltagerne betale et deltagergebyr, eller lade foreningen betale arrangementet, findes der også andre muligheder.

Fonde

Fonde har ligesom foreninger et formål, som de ønsker at fremme. Derfor handler arbejdet med fonde især om at finde fonde, der støtter netop det formål, som man gerne vil understøtte med sin aktivitet.

Antallet af fonde i Danmark er så stort, at der er udarbejdet forskellige databaser over fondene. Disse databaser er opbygget således, at man kan søge på fondens formål. På biblioteket kan man blandt andet finde følgende databaser, der både er udgivet som bog og cd-rom:

- Vejviser til legater og fonde – udgivet af forlaget Billesø og Baltzer
- Kraks fonde og legater – udgivet af forlaget Krak

En del fonde har egen hjemmeside, derfor er internettet også en udmærket kilde, hvis du vil finde relevante fonde. Social- og Sundhedsministeriet har endvidere opbygget en mindre database på Internettet, som kan findes på adressen:

- www.fondsdbasen.dk

Med ovenstående værktøjer kan man søge efter fonde, der støtter overordnede formål som f.eks. "natur" eller "friluftsliv". Herefter gælder det om at læse fondenes beskrivelser igennem og finde dem, der passer bedst på ens aktivitet. Der er ingen grund til at bruge tid og kræfter på at ansøge fonde, der alligevel ikke vil støtte.

Sponsorer

En anden mulighed for finansiering er sponsorater fra eksempelvis private virksomheder. Sponsorer er typisk interesserede i at købe en vare, hvormed de eksempelvis kan sikre at virksomheden tager socialt ansvar eller markedsføring af virksomheden.

En af fordelene ved sponsorer er, at et sponsorat typisk kræver mindre administration end ansøgning af fonde, ligesom det er mindre kompliceret at kontakte en lokal virksomhed om deres interesse for at støtte et projekt. En anden fordel ved sponsorater er, at de ofte gives uden at være øremærket et bestemt formål.

Sponsorer skal dog almindeligvis have en form for dokumentation for sponsoratet, som kan indgå i virksomhedens regnskab.

Kommunen

Mange kommuner har attraktive puljer inden for kultur, miljø og fritid. Oftest beskrives disse puljer på kommunens hjemmeside, men igen kan det være en god ide at kontakte kommunen for yderligere information.

Folkeoplysningsloven er den lov, som blandt andet gør det muligt at opnå støtte til folkeoplysende voksenundervisning og frivilligt folkeoplysende foreningsarbejde. Foreninger kan herigennem opnå støtte til aktiviteter og lokaler fra kommunen. En stor del af loven er formuleret således, at beslutningerne kan træffes i den enkelte kommune, således sikres det at loven tilpasses lokale forhold.



Udadvendte aktiviteter

Bier og biavl har en stor goodwill i befolkningen, for at bevare den er oplysninger om bier og biavl til almindelige mennesker vigtigt. Oplysninger bredt til befolkningen er også vigtig for at tiltrække nye biavlere. Der er mange muligheder for at sprede budskabet. Det kan være ved hjælp af pressen, men også ved direkte kontakt på messer, markeder og andre events.

Messer, dyrskuer og andre events

En stand på for eksempel havemesser og fritidsmesser giver god kontakt og mulighed for at oplyse om især havebiavl, bestøvningens betydning for frugt og bær i haverne osv. Samtidig er det en mulighed for at hverve nye medlemmer, eller blot så lidt frø, som senere bliver til biavlere.

Enkelte virksomheder, for eksempel planteskoler/centre afholder ofte forskellige kampagner eller "åbent hus". Det samme gør museer, naturcentre og lign. En henvendelse om deltagelse med lidt om bier, giver som regel positiv respons. Dyrskuer, både børnedyrskuer og almindelige dyrskuer, bør ikke mangle en stand om biavl. Det er her man møder folk med interesse for jord, planter og dyr - den direkte målgruppe.

I sæsonen er et observationsstade altid et hit på ovenstående steder. Få en god fortæller til at vise biernes liv derinde. Måske er forholdene så det er muligt at vise slyngning af honning samtidig. Smagsprøver af biernes produkter, honning og propolis og eventuelt salg af foreningens honning er oplagt og tiltrækker mange nysgerrige.

Tag nogle stykker vildbyg med, som både børn og voksne kan røre ved og dufte til. Medbring noget rengjort materiel: Jomfrutavler, kunststavler, lidt magasinkasser etc. der kan vises frem.

Slyngedag

Inviter gæster til en årlig slyngedag i foreningen, hvor folk kan deltage i skrælning og slyngning af tavlerne. Og få lov til at smage den lækre nyslyngede honning og eventuelt få et glas med hjem. Husk at invitere pressen med.

Endelig så kan områdets skoler informeres om at de er velkomne til et besøg i skolebigården, eller få besøg af en af foreningens biavlere. Bierne er med i flere læseplaner for folkeskolen.

Foreningerne kan hos Danmarks Biavlerforening rekvirere oplysende brochurer og foldere til uddeling, bestil helst i god tid.



Honning & Jordbærdag

Der findes næppe to danske fødevarer, der er så tæt forbundne med solskin som jordbær og honning. Jo mere solen skinner, jo bedre bliver smagen i de danske jordbær. Og jo mere honning får bierne serveret i de danske blomster.

Hvert år i juni inviterer Danmarks Biavlerforening biavlere og lokalforeninger til at deltage i Honning og jordbær dag. Formålet med Honning & Jordbærdagen er at præsentere honning, jordbær og biavl. Det er en oplagt mulighed for at markedsføre og sælge sæsonens første nyslyngede honning og informere om biavlen. Samtlige lokalforeninger og medlemmer af Danmarks Biavlerforening, som ønsker at lave et lokalt arrangement, kan deltage i Honning & Jordbærdagen. Det kan for eksempel være en bod hos en jordbæravler, en butik eller måske på det lokale torv. Mulighederne er mange.

Hvervning af nye medlemmer

Uanset om foreningen skal vokse, eller om foreningen skal fastholde sin størrelse, så er hvervning af nye medlemmer vigtig.

Markeder mv

Ved deltagelse på markeder, ved naturarrangementer, events ved museer, Honning-jordbærdag etc. er det oplagt at forsøge at hverve nye medlemmer samtidig med promovning af bier og biavl.

Foreningerne kan hos Danmarks Biavlerforening få brochurer og foldere om det at begynde som biavler, bestil gerne i god tid.

Velkomstbrev

For at nye medlemmer skal føle sig velkomne, bør man som minimum sende et brev, eller en mail, hvor man personligt byder medlemmet velkommen i foreningen. Og dertil fortæller lidt om hvad der sker i foreningen i den nærmeste fremtid. Husk at invitere medlemmet med til næste møde. Sommetider skal der en opfordring til, før nye vil begynde at deltage i møderne, de skal føle sig velkomne først.

Begynderkurser

Begynderkurserne er for de fleste foreninger den aktivitet der direkte skaffer flest nye medlemmer. Sørg for god pressedækning og omtale i de lokale medier. Begynderkurser kan evt. arrangeres i samarbejde med den lokale aftenskole eller lignende.

Der er flere måder at gribe begynderkurser an på. Nogle steder oprettes weekendkurser. Andre steder foregår den teoretiske del som aftenundervisning. Enkelte foreninger underviser udelukkende teoretisk og praktisk i skolebigården. Andre foreninger igen benytter en kombination af ovenstående.

Det er vigtigt at finde undervisere som kan engagere deres elever, nogen som kan fortælle levende og som har den fornødne viden om emnet. Ofte bruges den samme underviser til samtlige lektioner. Men det er måske en overvejelse værd, om ikke den opgave skal deles ud på flere medlemmer. Det vil give en mere nuanceret undervisning og samtidig engagere flere medlemmer i foreningen.

Fastholdelse af medlemmer

Alle medlemmer skal vide hvilke aktiviteter der foregår i foreningen. Informationen ud til medlemmerne er derfor meget vigtig. Information til medlemmerne kan foregå ad mange kanaler. Dannelse af grupper, for eksempel med erfaringsdeling som hovedformål, såkaldte erfa-grupper, er en måde at aktivere foreningslivet på.

Information

Der er ingen grund til at begrænse sig til et lokalt medlemsblad eller informationsbreve. Den teknologiske udvikling giver mange kommunikationsmuligheder: Hjemmesider, maillister, de sociale medier som Facebook og Twitter med flere. Det ene udelukker ikke det andet. Lav eventuelt en plan for udsendelse af information, så det sikres at der jævnligt kommer noget ud til medlemmerne.

Det er vigtigt at holde foreningens hjemmeside opdateret. Der findes CMS-systemer (programmer til at bygge og opdatere hjemmesider med) der er forholdsvis lette at bruge. De følger ofte med webhotellet hvor hjemmesiden ligger. Det kræver blot almindelig erfaring i brug af EDB at betjene dem. Sæt eventuelt flere medlemmer til at vedligeholde.

Husk endvidere at aktiviteter kan annonceres i Danmarks Biavlerforenings medier. Det gælder både i kalenderen på foreningens hjemmeside og i Tidsskrift for Biavl.

Involvering

Udnyt medlemmernes særlige kompetencer, de har alle et eller andet der kan trækkes på. En involvering af de enkelte medlemmer til særlige opgaver, giver ofte et større engagement og styrker sammenholdet i foreningen. Undlad at lægge for omfattende arbejde på få hænder, fordel dem ud over medlemmerne. Det er bestyrelsens fornemmeste opgave at inddrage medlemmerne i foreningens arbejde.

Opfordring til deltagelse i grupper omkring skolebigården, presse, markeder, undervisning, kommunikation osv, eller blot at sørge for kaffe til møderne, er alt sammen eksempler på involvering af medlemmer.

Møder og foredrag

Foreningens møder er stedet hvor medlemmerne lærer hinanden at kende. Det er blandt andet her det sociale miljø findes. Der skal sættes tid af til samtaler mellem medlemmerne imellem. Der skal bruges et par minutter ved hvert møde på, at fortælle hvad der sker i foreningen. Men der skal også noget underholdning til. Find foredragsholdere eller fortællere som har noget interessant på hjerte.

Om biavl

Det kan for eksempel være dygtige biavlere, som vil dele ud af deres erfaringer og metoder til pasning af bierne, honningbehandling mv. Her kan nogle af foreningens egne medlemmer måske også bidrage.

Leverandører til medlemmernes biavl er også en mulighed. Dronningeavlere, og bimaterielforhandlere er oplagte emner. En aften om løfteteknik og hjælpemidler til biavl der kan forbedre arbejdssikkerheden i bigårdene burde måske være obligatorisk.

Om afsætning

Afsætning af honning og andre produkter kunne en fra det lokale supermarked, eller fra en supermarkeds kæde måske fortælle om. Hvad er deres krav og forventninger til leverandører. Det kunne også være en biavler, eller for den sags skyld, en fra en helt anden branche, som har en særlig måde at afsætte sine produkter på.

Om forskningen

Forskere fra forskellige forskningsinstitutter, som beskæftiger sig med forskning omkring bier i alle afskygninger, vil som regel gerne formidle deres resultater. Det kan være bestøvningsforskning, adfærdsforskning, sygdomsforskning, naturens bier, biplanter, insektstikallergi, emnerne er mange. Konsulenterne i Danmarks Biavlerforening kommer også gerne ud for at fortælle om deres arbejde, forsøg og projekter.

Om bestøvning og frugtavl

Bestøvning i frøavl er meget vigtig, og en indtægtskilde for mange biavlere. En frøavler, eller en frøavlskonsulent vil kunne fortælle om hvilke krav og betingelser der er, hvis man vil beskæftige bierne med sådan et arbejde.

Bier bestøver også for frugtavlere, en aften med lidt informationer omkring frugt- og bæravl er også et oplagt emne. Måske en frugtavlskonsulent eller en

lokal frugtavl vil stille op. Den bivenlige have, hvordan laver man sådan en? Få en havearkitekt eller anden plantekyndig til at hjælpe lidt på vej.

Om ekstensiv biavl

Driftformer i alternative bistader vokser i popularitet, det er stader som: Warréstader, toplistestader og gyldenstader mfl. Få en biavler, en med god erfaring i disse driftformer, til at fortælle om hvordan bierne passes.

Om smagsoplevelser

Folk fra fødevarebrancher som anvender honning, eller andre af biernes produkter, er altid spændende at høre på. Et meget populært emne er kokke, som forstår at bruge honning som ingrediens i den mad de laver. Især hvis der følger lidt smagsoplevelser med.



Foto: Steen Knudsen

Honningbedømmelse

Honningbedømmelse er i mange foreninger en tilbagevendende begivenhed. Nogle foreninger bruger en eller flere udefrakommende dommere, som smager sig igennem honningerne. Andre benytter sig af foreningens medlemmer, der alle deltager i bedømmelsen, udfylder et skema, som derefter giver et samlet resultat. Enkelte foreninger har særligt uddannede medlemmer som fungerer som smagsdommere.

Det er oplagt at få vinderen til på en aften at fortælle, om hvordan vinderhonningen er blevet til. Bemærk! Vinderen kan efterfølgende få adgangsbillet til landsdækkende honningbedømmelser hvor Danmarks Biavlerforening deltager.

Mjødsmagning er ligeledes et populært emne. Som med honningen ligger der også en udfordring for vinderen i, at afsløre sine hemmeligheder omkring brygningen.

I forbindelse med ovenstående er en eller flere aftener omkring sensorik, hvor man lærer lidt om hvordan man smager på honningen, et meget oplagt emne.

Bisløjd

Rigtig mange foreninger har stor succes med afholdelse af bisløjdaftener. Man mødes og bygger stader, magasiner, rammer, og andet uundværligt inventar. Der udvikles alternative bistader, bindes halmkuber etc. Foreningen kan forsøge at låne sløjdlokalet på en lokal skole og lade aktiviteten løbe over flere vinteraftener.

Biprodukter

Vokslysstøbning, støbning af tavler, fremstilling af snaps med honning eller propolis, fremstilling af cremer, læbepomader og lotion, er andre praktiske emner at tage op. Her kan det være praktisk, hvis man kan låne et skolekøkken. Nogle af de fremstillede varer kan evt. sælges på markeder og lignende, hvor foreningen er repræsenteret.

Bigårdsvandring

Biavlere vil gerne lære af hinanden. Det kan være svært at berette om det hele ved møderne i foreningen, og derfor kan det være en fordel at komme hjem til foreningens medlemmer. Der kan arrangeres en aften, hvor alle foreningens medlemmer inviteres til at besøge et par af medlemmernes bigårde. Alle biavlere har en særlig ting i deres biavl, som de gerne vil vise frem til andre, og en bigårdsvandring er en særlig mulighed for dette.

Erfagrupper

En håndfuld af foreningens medlemmer har måske fundet interesse for et særligt emne. Det kunne være mjøldbrygning, bestøvningsarbejde, avlsarbejde eller lignende. Foreningen kan evt. facilitere, at sådanne grupper af medlemmer mødes for at udveksle erfaringer eller fordybe sig i emnet.

Loppemarked

Bi-loppemarked er en måde, at få formidlet brugt udstyr fra dem som ikke længere har brug for det, til for eksempel nyere biavlere, der stadig mangler et eller andet. Det er en selvfølge at materiel der sættes til salg er rengjort og uden smittefare.

Skolebigården

Skolebigården er i mange foreninger det vigtigste aktiv. Det er her man mødes sommeren igennem. De fleste skolebigårde har et fast tilholdssted. Men der er ikke noget i vejen for at benytte en af medlemmernes bigårde, hvis det ikke er muligt for foreningen at have sin egen. Flere foreninger har deres skolebigård i forbindelse med et naturformidlingssted af den ene eller anden art.

Mange skolebigårde har åbent en gang hver uge, hver tiende dag eller hveranden uge. Hvad man vælger er blandt andet afhængig af hvilken varroastrategi man benytter.

Der er en del opgaver omkring en skolebigård som ikke kan klares på mødeaftenerne. Græsslåning, hækklipping og andre vedligeholdelsesopgaver. Nogle skolebigårde har en ildsjæl som tager sig af det, andre



har organiseret det ved hjælp af et eller flere udvalg. Det er også en måde at involvere medlemmerne på. De kan tage sig af pasningen af bierne, når det er nødvendigt imellem de åbne aftener.

For nybegynderen

Flere skolebigårde reserverer nogle bifamilier til nybegynderne, som under kyndig vejledning passer dem. Andre bifamilier er reserveret til de øvede. De nye biavlere har brug for at lære de grundlæggende færdigheder i at passe bier. For at fastholde dem fremover skal det sikres, så godt det er muligt, at de får en succesoplevelse ud af det. Mange sørger for at den enkelte nybegynder har sin egen bifamilie at passe hver gang.

En meget succesfuld ide er, at der tildeles mentorer til de enkelte begyndere. De ved så præcist hvem de skal spørge, hvis eller når, de løber ind i spørgsmål om deres bier.

For den erfarne

For de erfarne biavlere, dem som har mere end 3 år på bagen som biavlere, handler det mere om at få udvidet deres viden. Det kan eventuelt være at få afprøvet alternative stader eller andre måder at passe bierne på. Lære at lave dronninger på en nem og sikker måde, omlarve, lave parrefamilier, starterfamilie og cellebygger. Og afprøve forskellige metoder til udrugning af dronninger osv.

Enkelte skolebigårde deltager i forsøgsarbejde, det er også en opgave som kan engagere de lidt garvede biavlere. Danmarks Biavlerforening indbyder ofte til deltagelse i forskellige forsøg, eller for eksempel midetællinger og andre varroarelevante opgaver, det kan være interessant at deltage i.

Job som mentorer for nybegyndere er en god måde at involvere de erfarne biavlere på.

Hvis skolebigården ligger ved et formidlingssted, museum, naturcenter etc, laves honninghøsten ofte til en offentlig begivenhed. Besøgende inviteres med til slyngning og hvad dertil hører. Det er muligt at få lidt indtægt til foreningen ved et lille deltagergebyr og salg af den nyslyngede honning.

Ekskursioner

En tur eller to om året kan styrke medlemsskabets sammenhold. Man lærer lettere andre at kende, når man er på tur sammen.

Til erhvervsbiavleren

Det kan være besøg hos en lidt større biavler, som vil vise sine faciliteter frem. Eller blot en tur til en biavler der har en interessant biavl, en spændende afsætningsmåde for sin honning eller lign. At komme ud og se og høre om hvordan en dronningeavler griber sin avl an, og hvor omfattende et arbejde det er, vil for mange være en spændende ahaoplevelse.

Til materielforhandleren

Også et besøg hos en bimaterielforhandler plejer at være populært, især for de nye biavlere. De erfarne biavlere fortæller gerne de nye hvad dette og hint benyttes til. Det skaber kontakt. Ofte kan man aftale besøget uden for åbningstiden, så alle har god tid til at se det hele.

Til frø- eller frugtavleren

Besøg hos en frugtavler, for at se og høre om bestøvningen i hans frugttræer, bærbuske eller jordbærmark. Det kunne være samme frugtavler, som holdt foredrag på mødet i vinters. Besøget kan eventuelt kombineres med et besøg hos en have- og/eller markfrøavler, eller hos et frøfirma der modtager resultatet af biernes arbejde.

Til andre virksomheder

Inspiration kan komme mange steder fra. Ekskursionen kan også gå til en hvilken som helst anden virksomhed, der kan inspirere biavlere. Det kan være en miljøvirksomhed, en handelsvirksomhed og meget andet.

Til naturområder

I Danmark indvies løbende nye nationalparker og naturparker. Mange af disse områder er et besøg værd, og måske kan en naturvejleder vise rundt i området, og fortælle om insekter og blomster i området.

Til udlandet

Endelig er der muligheden at drage udenlands. En ekskursion til Sverige eller Tyskland for at se biavl, materiel eller besøge en messe, vil være overkommeligt for de fleste foreninger.

Fester

En festlig sammenkomst en eller to gange om året er noget, som mange foreninger har god succes med. En grillaften i skolebigården er en årlig begivenhed, som mange ser frem til.

Det kan også være i forbindelse med åbning af skolebigården, juleafslutning, honningbedømmelse eller lignende, at der holdes lidt festivitas.



Foto: Vyke Thomassen