

Actueel

Planten helpen zonnepanelen beter presteren

Australische onderzoekers van de University of Technology van Sydney hebben ontdekt dat zonnepanelen op een groen dak gemiddeld 3,63% efficiënter waren en een gemiddelde dagopbrengst opleverden die 13% hoger lag dan die op een conventioneel dak. Daarvoor werden twee opstellingen met zonnepanelen met elkaar vergeleken. Na berichten in Australische media werd het bericht ook opgepikt op sociale media. Daar wordt er uitgebreid over de uitkomsten gediscussieerd. De theorie dat zonnepanelen die gekoeld worden beter presteren is niet nieuw. Dezelfde theorie ligt ten grondslag aan het gebruik van drijvende zonnepanelen. Daar zorgt water voor koeling en hebben de panelen een bijkomend positief effect op de waterkwaliteit.

Bron: bpnieuws.nl

Battle tussen acht scholierenteams van glastuinbouwbedrijven

Tussen 29 september en 24 oktober strijden zo'n 40 scholieren tijdens de Go Go Green Battle met elkaar. Zij werken als team aan verschillende weekopdrachten en één hoofdpoddracht. Hiermee krijgen ze kennis en inzicht in de diversiteit die de glastuinbouwsector te bieden heeft. Het team met de hoogste score wint als battle-winnaar een kart- en bbq-arrangement voor het gehele bedrijf bij Van der Ende Racing Inn.

Acht scholierenteams van zeven glastuinbouwbedrijven staan op 29 september bij het startschot klaar voor de start. Go Go Greenhouse-vlogger Renzo Grootcholten onthult die avond alle ins & outs van de wedstrijd. In de loop van de periode komen verschillende uitdagende opdrachten langs, die thema's raken zoals duurzaamheid, marketing, klimaat en techniek. Als rode draad werken de scholierenteams aan een zogeheten 'Battle Mobile'. Tijdens de finale op 23 oktober wordt bekendgemaakt welke battle-winnaar met de wisselbeker én de hoofdprijs naar huis gaat.

De Go Go Green Battle is een project van Go Go Greenhouse, dat onderdeel is van Glastuinbouw Nederland. Met Go Go Greenhouse wil de organisatie de jeugd bekender maken met de veelzijdige, vernieuwende en aantrekkelijke glastuinbouwsector; een mogelijk toekomstige werkgever met vele kansen en mogelijkheden voor jongeren van veel uiteenlopende studierichtingen.

Colofon

Deze pagina valt onder redactionele verantwoordelijkheid van Glastuinbouw Westland. www.glastuinbouwwestland.nl info@glastuinbouwwestland.nl

Advertentieverkoop via Uitgeverij West Media, tel. 0174 - 62 42 12 of advertentie.hhw@uitgeverijwestmedia.nl

Duizend Nederlanders ontvangen een kratje vol kleur

Vanaf woensdag 1 september zijn er duizend kratjes vol kleur en gezondheid verspreid door heel Nederland. De ontvangers worden in het zonnetje gezet door familie, vrienden of collega's met een kratje vol heerlijke, verse groenten en fruit.

Of het nu een stimulans is voor een gezonde leefstijl, een bedankje of een steuntje in de rug; alle nominaties hebben hun eigen redenen die de verrassing extra speciaal maakt. Het is onderdeel van de campagne 'Geef kleur door'. Daarin roepen de deelnemende bedrijven en organisaties Nederland op om elkaar vaker groenten en fruit te geven. Dat moet leiden tot een gezond(er) en duurzaam eetpatroon. Aan wie geef jij kleur door? Met deze oproep zijn duizend gelukkigen genomineerd voor een kleurrijk kratje boordevol groenten en fruit. De nominaties zijn stuk voor stuk dik verdiend, zo blijkt uit de vele reacties. De een wil iemand bedanken: 'Mijn vader helpt mij al sinds de sleutelover-

dracht onvermoeid door met de verbouwing van mijn nieuwe (oude) huis.' De ander wil iemand zomaar verrassen: 'Om na de zomervakantie gezond het nieuwe schooljaar te starten.' Veel nominaties staan letterlijk in het teken van gezondheid: 'Als senioren hebben ze een heel moeilijk jaar achter de rug en een kratje vol gezondheid staat dan toch symbool voor nieuwe frisse gezonde jaren!' De hardwerkende mensen in de zorg worden niet vergeten: 'Een steuntje in de rug voor iemand die in de zorg werkt.' Zo krijgt ook een huisarts deze week een blijk van waardering: 'Omdat ze de allerbeste gezonde huisarts is.'

Zien eten, doet eten

Hoe meer groenten en fruit consumenten in hun omgeving zien, hoe meer ze ervan eten. Maar die omgeving verleidt nu nog vooral tot ongezonde keuzes. Daar willen de initiatiefnemers van 'Geef kleur door' verandering in brengen. De meerderheid van de Nederlanders komt niet toe aan een gezonde



De kratjes moeten leiden tot een gezond(er) en duurzaam eetpatroon.

Foto: Geef kleur door

hoeveelheid groenten (250 gram) en fruit (200 gram) per dag. Kiezen voor groenten en fruit wordt makkelijker als die gezonde keuze zichtbaar is op het werk, in de sportkantine, onderweg en thuis. Daarom is de oproep van deze campagne aan iedereen om te zorgen dat er overal en op elk moment groenten en fruit beschikbaar zijn voor iedereen. Want zien eten, doet eten.

De 'Geef kleur door' campagne is gelanceerd in het kader van het internationaal VN-jaar van Groenten en Fruit. Een jaar waarin wereldwijd aandacht is voor het belang van groenten en fruit. De campagne is een initiatief van Nationaal Actieplan Groenten en Fruit en Food Cabinet in samenwerking met vele partners. Kijk op geefkleurdoor.nl voor meer informatie en nieuws.



'365 dagen bloemen' introduceert promotiepakket 'Bloemen voor burens'

Op zaterdag 25 september is het Burendag. De promotiecommissie van 365 dagen bloemen trakteert bloemisten die inhaken op deze verkoopkans op een speciaal promotiepakket 'Bloemen voor burens' voor in de winkel én social media.

'Mensen dichterbij elkaar brengen en buurten socialer en leuker maken', dat is het idee achter Burendag, een initiatief van Douwe Egberts en het Oranje Fonds. Voor het vierde jaar op rij ondersteunt de promotiecommissie van 365 dagen bloemen bloemisten met deze

dag. Het promoten van deze gelegenheid bij bestaande klanten stimuleert de impulsverkoop van kleinere boeketten en zogenaamde koffieboekjes, zo blijkt uit een pilot met 50 Nederlandse bloemisten. De promotiecommissie stelt een handig promotiepakket 'Bloemen voor burens' beschikbaar bestaande uit 25 koffiebekertjes, boeketkaartjes én kant-en-klare social media content.

Koffieboekje vol betekenis

In alle communicatie-uitingen hebben bijzondere bloemen van het seizoen zoals Dahlia, Calla en Bouvardia een rol

Dahlia is een typische seizoensbloem, die niet mag ontbreken in het boeket. Door de betekenis van Calla - geluk en Bouvardia, de bloem van de vriendschap, krijgt het boeket een diepere emotionele lading.

Over 365 dagen bloemen

De promotiecampagne wordt mogelijk gemaakt door snijbloemenkwekers aangesloten bij Royal FloraHolland. Zo helpen zij de bloemist met het benutten van verkoopkansen in de seizoenen.

Bron: bpnieuws.nl

Geeft u uw medewerkers 'de gezondste lunch' op 14 oktober?

Tijdens de Dutch Food Week laat de agrarische sector zien wat voor gezonde, lekkere én duurzame producten we produceren. Een belangrijke boodschap: niet alleen richting consumenten, maar ook richting onszelf. Daarom roept Greenport West-Holland alle bedrijven en organisaties op: geef uw medewerkers op 14 oktober de gezondste lunch!

Gezondheid & Geluk is een van de leidende ambities van Greenport West-Holland. Het streven: werken aan de gezondste Delta ter wereld. Daarom is de Greenport ook sinds de start partner van Dutch Food Week (die dit jaar plaatsvindt van 9 tot en met 16 oktober).

14 oktober: Nationale Groente- en Fruitdag

14 oktober wordt de gezondste dag van het jaar. Het Nationaal Actieplan

Groenten en Fruit (NAGF) heeft die dag namelijk uitgeroepen tot Nationale Groente- en Fruitdag. Thema van deze dag is in 2021: 'Ga voor Kleur Break'. Het NAGF roept iedereen in Nederland op die middag een gezond tussendoortje te nemen. "Snack met groenten en fruit je middagdip eruit!"

De gezondste lunch

De Greenport West-Holland sluit zich aan bij de oproep van het NAGF. Eet 's middags een gezonde snack. Maar

graag voegen zij daaraan richting alle Greenport-bedrijven en -organisaties een extra oproep toe: zorg voor de gezondste lunch. Zorg er dus voor dat er minimaal één dag alleen groente en fruit op het menu staat. Eenvoudig toch?

Communicatie en pr

Doet u mee? Zet u op 14 oktober de gezondste lunch klaar in uw bedrijfskantine?

Laat dat dan snel weten via communicatie@greenportwestholland.nl.

- Alle deelnemende bedrijven en organisaties worden vermeld op de website van DFW en van de Greenport.
- Alle deelnemende bedrijven en organisaties worden vermeld in een persbericht.
- Alle deelnemende bedrijven en organisaties krijgen een toolkit voor interne en externe communicatie.
- Een aantal deelnemende bedrijven en organisaties wordt uitgelicht middels een kort interview of een bezoek door het social media-team van DFW.

Bron: Greenportwestholland.nl



Het NAGF roept iedereen in Nederland op die middag een gezond tussendoortje te nemen. "Snack met groenten en fruit je middagdip eruit!"

Foto: PR