

## **Faglig afrapportering af afsætningsfremmeprojektet: Kartofler i børnehøjde**

Projektet blev afholdt i perioden juni – december 2005. Selve markedsføringsaktiviteten var i forbindelse med skolernes efterårsferie – kartoffelferien i ugerne 42 og 43. Perioden op til blev brugt til forberedelse af kampagnen. Projektet blev afsluttet med præmieoverrækkelse og event den 7/12 2005.

Projektet blev gennemført i regi af Kartoffelpartnerskabet. I projektgruppen sad repræsentanter for flere af Partnerskabets medlemmer: Danmarks kartoffelråd, Dansk kartoffel-producentforening, Grindsted Landbrugsskole og Kartoffelhandlerforeningen.

Formålet med projektet var at øge opmærksomheden på kartofler hos familier med børn fra 4 – 12 år samt at øge omsætningen af kartofler. Formålet blev til fulde opfyldt. Vi fik godt 21 000 besvarelser på vores konkurrence, og salget af kartofler steg i uge 42 og 43 (ifølge rundspørge til pakkerierne).

Projektet blev gennemført med følgende aktiviteter:

*Udvikling af koncept for markedsføring:* Denne første aktivitet blev brugt til at spore projektgruppen ind på, hvordan selve markedsføringen skulle forløbe. Det blev hurtigt klart, at selve konkurrencen skulle forenkles i forhold til det i ansøgningen beskrevne. Alene af den årsag, at det ville kræve for megen administration at håndtere en masse opskrifter, hvem skulle læse dem alle igennem, og skulle de afprøves, for at give et retfærdigt billede af den bedste opskrift?

Ressourcerne var der ikke i projektgruppen til at klare den opgave.

Betingelserne for at deltage i konkurrencen blev derfor forenklet, og derudover var der i projektgruppen enighed om kun at markedsføre gennem detailhandlen og ikke, som også nævnt i ansøgningen, på museer.

*Udvikling og valg af Kartoffelmaskot:* Som gennemgående figur i vores materiale fik vi tegnet to kartoffelbørn. Da projektgruppen ikke havde tilstrækkelig fantasi til at få dem navngivet, udskrev vi en navnekonkurrence på nettet, via vores hjemmeside [www.tofler.dk](http://www.tofler.dk). Børnene hedder nu Mille og Buller. Vinderen af navnekonkurrencen vandt et weekendophold på Hotel Phoenix samt billetter til hele familien til Nissebandens forestilling på Nørrebro teater (præmierne blev sponsoreret af hhv. Hotel Phoenix og Nørrebros teater).

*Udvikling af konkurrencefolder:* Konkurrencefolderen (vedlagt) var en 3-fløjet A4 side, der indeholdt konkurrencen (en rebus), en svarslip, beskrivelse af præmier + præmieoverrækkelsen, opskrifter på 2 forskellige kartoffelretter, information om Åben gård samt hjemmesideadressen: [www.tofler.dk](http://www.tofler.dk). Folderen blev trykt i 322 000 eksemplarer. Derudover blev der trykt 3 000 plakater med de vigtigste oplysninger, således at man stadig kunne få information om konkurrencen, selvom der ikke var pjecer tilgængelige. Af de godt 21 000 besvarelser vi fik ind på konkurrencen, var kun

ca. 1 000 besvaret på mail. Det var derfor en meget god investering at trykke den store mængde foldere.

*Udvikling af hjemmeside:* Det er på Kartoffelpartnerskabets hjemmeside [www.tofler.dk](http://www.tofler.dk) muligt at klikke sig ind i børnenes univers: kartofler i børnehøjde. Siden blev udviklet med det formål, at børnene også der kunne indhente informationer om konkurrencen. Derudover er det fra siden muligt at finde opskrifter og at lave forskellige aktiviteter med kartofler. Der var fra projektgruppens side et ønske om at udvikle et interaktivt kartoffelspil, men ressourcerne til dette, var der ikke. Hjemmesiden [www.tofler.dk](http://www.tofler.dk) har i perioden 26. oktober 2005 – 31. december 2005 haft 1631 hits. De 1000 hits var opnået den 9. november. I den periode af konkurrenceforløbet, hvor vi har haft en tæller på, var der således rigtig god trafik på siden.

*Distribution af materiale:* Materialet blev, via kartoffelcentralerne, distribueret til godt 75% af den danske dagligvarehandel, således at det lå i butikkerne i uge 42 og 43. Konkurrencen blev sat i gang af Hans Kongelige Højhed Prins Joakim i forbindelse med Danmarks Kartoffelråds kokkekonkurrence på Dalum UddannelsesCenter søndag den 16. oktober. Kartofler i børnehøjde-hjemmesiden blev launchet den samme dag. I forbindelse med konkurrencens start/kokkekonkurrencen blev der udsendt en pressemeddelelse fra Landbrugsrådet. Der var et stort presseopbud til kokkekonkurrencen på Dalum.

*Præmier/præmieoverrækkelse:* Partnerskabet fik sponsoreret store og flotte præmier til vinderne. 1. præmien var en rejse til Florida sponsoreret af Profil rejser, 2. præmien var en skirejse til Østrig sponsoreret af Højmark rejser og 3. præmien var en miniferie på Lalandia sponsoreret af Lalandia. Præmierne havde en samlet værdi af 44 076,-. Der var stor velvillighed hos sponsorerne, de syntes, at de støttede en god sag, og at det var nyt og spændende at kartoffelbranchen samledes om markedsføringen.

Præmieoverrækkelsen var en flot event på Hotel Phoenix. Skuespillerne fra Nissebanden, Nørrebro Teater samt Per Pallesen var med til at overrække præmierne og alle tilstedeværende vindere fik nogle fantastiske oplevelser med hjem.

*Opsamling:* Projektet er forløbet meget succesrigt og med en større pressebevågenhed og velvillighed fra pressen, end vi havde turdet håbe på. Samarbejdet i projektgruppen var meget givtigt, og gav anledning til at budskabet kom meget langt ud. Kartoffelpartnerskabet er blevet styrket i troen på, at det nytter noget med selv små aktiviteter, og at det kan komme til at gøre en forskel at branchen er gået sammen med et mål om at fremme afsætningen af kartofler. Det er en kontinuerlig proces, og den skal ikke stoppes nu.

/Lene Toft Madsen  
Projektleder, Kartoffelpartnerskabets sekretariat