

Beretninger fra Kartoffelpartnerskabet til Kartoffelafgiftsfonden vedrørende projekter i 2006

Kartoffelpartnerskabets sekretariat

Januar Kartoffeltræet blev færdigdesignet, og der kom navne på de forskellige gren- og kvisteholdere.

Efter KAF's første ansøgningsrunde havde vi fået midler til følgende projekter i 2006: Kartoffelferiekonkurrencen og Kartoffler & sundhed.

Februar Til KAF's 2. ansøgningsrunde fik vi midler til Kartoffelvognen. Projektet kom, med restfinansiering fra Dansk Kartoffelhandlerforening, Familielandbruget, Dansk Kartoffelproducentforening, Sjællands kartoffelavlerforening og Lammefjordens Grøntsagslaug, til at løbe rundt

Marts **Foodexpo** i Herning. Kartoffelpartnerskabet havde en stand med en kartoffelmark, bannere og flyer hos Dansk Frugthandlerforening. På standen blev der yderligere serveret bagte kartofler.

Maj **Kartoffelvognen** havde sin debut på Roskilde Dyrskue, hvor Familielandbruget, med stor succes, præsenterede udstillingen. Henover sommeren/efteråret var vognen i brug yderligere 5-7 gange. Sammen med kartoffelvognen blev der produceret en lille folder samt fire opskriftskort i postkort format.

Arbejdet med ansøgning til Innovationsloven om Kollektiv markedsføring blev sat i gang på et møde med grenholderne, hvor de første spæde ideer blev født.

Juni **Valdemarsdag** – Danmarks kartoffelråd delte kartofler og snaps ud på plejehjem rundt om i landet.

Kartoffelpartnerskabsmøde – hvortil alle grenholdere havde sendt en beretning. Eftermiddagen gik med en workshop, hvor alle bød ind med ideer til, hvad Kartoffelpartnerskabets mål er for det Internationale kartoffelår i 2008 samt ideer til det nye, der skal ske.

Formanden og sekretariatet traf aftale med Landbohøjskolen, Institut for Human Ernæring om at sponsere kartofler til et EU-slankeprojekt, Diogenes. I aftalen ligger, at der hver uge leveres kartofler til forsøgspersonerne, der "handler" al deres mad i en butik på Landbohøjskolen. G-kartofler og Danespo sponsorerer kartoflerne.

Gourmet-kartofler et treårigt forskningsprojekt, der har som mål at give forbrugeren den bedste kvalitet af kartofler og øge indtaget af kartofler starter op med projektleder Anette Thybo, Danmarks Jordbrugsforskning.

August Grenholdermøde hvor vi ud fra en projektdisposition arbejdede videre med indholdet i ansøgningen. Rammerne for indsatsen blev fastlagt. Projektets titel er ”Kartoflens muligheder” og det er en 3-årig kampagneindsats.

Madfestival i Tivoli. Landbokvinder fra Familieudvalget smurte kartoffelmadder og delte partnerskabets opskriftskort ud til mange interesserede Tivoli-besøgende.

Oktober **Kartoffelferiekonkurrence** hvor vi havde konkurrencefolderen ude i 75% af den Danske dagligvarehandel. Førstepremien var en rejse til Thailand, sponsoreret af Profil Rejser. Vi havde en god svarprocent og meget velvillighed fra detailhandlen.

I Landbrugsraadets magasin FoodCulture var der et stort tema om kartofler under overskriften: *På vej mod kartoflens år.*

Efter en lang og sej proces blev ansøgningen sendt ind til Direktoratet for Fødevarerhverv under titlen. **Kartoflens muligheder – kollektiv markedsføring af kartofler.** Projektet løber over en periode på ca. 3 år og har et budget på 13,6 mio. kr.

November De næste års aftale om **Landdistriktsmidlerne** kom i hus. I aftalepapiret står der, at der skal udformes en særlig indsats for markedsføring af kvalitetskartofler under kvalitetsmærkeordningen i 2007/08.

December På EU’s platform for kost, fysisk aktivitet og sundhed, hvor medlemslandene i en database byder ind med de tiltag, de gør i fedmekampen, har Kartoffelpartnerskabet budt ind med en beskrivelse af Kartoffelvognen.

Kartofler og sundhed, der er en underside på www.tofler.dk er under udvikling. Arbejdet bliver lavet i Sekretariatet med ekstern bistand til layout af siden. Projektet afsluttes ved årets udgang. Siden vil blive præsenteret på Kartoffelpartnerskabsmøde den 17. januar 2007.

Svaret fra Innovationsudvalget nåede frem til os. Ansøgningen fik afslag, men udvalget er indstillet på at se en ny ansøgning fra os omhandlende en forundersøgelse.

Kartoffelferiekonkurrence

Projektet blev gennemført i perioden juni – december 2006. Selve markedsføringsaktiviteten var i forbindelse med skolernes efterårsferie – kartoffelferien i ugerne 42 og 43. Perioden optil blev brugt til kampagneforberedelse. Projektet blev afsluttet med præmieudtrækning i december måned.

Kartoffelferiekonkurrencen blev gennemført i regi af Kartoffelpartnerskabet. Styregruppen for projektet var Viggo Nørtoft fra Kartoffelkompagniet, Anne Eriksen fra Grindsted Landbrugsskole, Claus Solberg fra Danespo og Tom Soling fra G-kartofler. Projektkoordinering og administration blev foretaget af Kartoffelpartnerskabets sekretariat, der ligger hos Projekt- og

udviklingskonsulenterne i Landbrugsraadet. Det grafiske arbejde har ligget eksternt hos LH Grafisk i Give.

Projektet var en opfølgning på Kartoffelferiekonkurrencen fra 2005. Konkurrenceforløbet i 2005 forløb succesfuldt med god respons og et øget kartoffelsalg til følge. Det var derfor styregruppens vurdering, at succesen fra 2005 kunne gentages med nogle af de samme ingredienser i 2006. Det blev derfor hurtigt besluttet at Mille og Buller igen skulle have en fremtrædende plads i konkurrencematerialet. Konkurrencen havde i år børn og unge mellem 7 og 14 år og deres forældre som målgruppe. Konkurrencefolderen blev opbygget ud fra samme skabelon som sidste år. I år havde vi valgt at fokusere på kartofflens ernæringsmæssige egenskaber, hvorfor selve konkurrencen i år gik ud på, at svare på, hvor meget fedt, der er i kartofler. Dette for at bringe lidt læring med i materialet, da der til stadighed florerer myter om, at kartofler feder.

Erfaringerne fra 2005 viste, at distributionen af konkurrencematerialet via kartoffelcentralerne var meget effektiv. Dette blev slået fast igen i år, hvor materialet kom ud til ca. 75% af detailvarehandlen, og flere kæder havde konkurrencen med i deres tilbudsaviser. Konkurrencen blev skudt i gang i forbindelse med Danmarks Kartoffelråds kokkekonkurrence på Dalum UddannelsesCenter og nød godt af pressebevågenheden ved dette arrangement.

Der var stor velvillighed fra sponsorerne, således at det var muligt at udlodde gode præmier. Førstepremien var en rejse til Thailand sponsoreret af Profil rejser. Anden præmien var en miniferie på Lalandia sponsoreret af Lalandia og 3. præmien var 10 * 5 meter kartofler sponsoreret af de kartoffelavlere, der er med i Åben gård konceptet. Ikke mindst i forbindelse med ”overrækkelse” af sidstnævnte usædvanlige gevinster i forsommeren 2007, vil vi udnytte pr-værdien maksimalt i form af pressemeddelelser/interviews.

I år kunne man i dagspressen opleve, at vort hovedbudskab er ved at trænge igennem. Gentagende gange blev ferieugerne nævnt som ”Kartoffelferien” i flere landsdækkende aviser, i TV2 nyhederne og DR’s radioavis. Endvidere havde Danmarks Radio i uge 42 navngivet P3’s formiddagsprogram ”Kartoffelferien”.

Der var en lige så god svarprocent som ved konkurrencen i 2005, og igen i år steg kartoffelsalget, ifølge en rundspørge til pakkerierne, i ugerne omkring konkurrencen. Det har nok engang vist sig, at det for få midler, men med et godt partnerskab, og god kreativitet i styregruppen, er muligt at lave succesrig afsætningsfremme.

Kartoffelvognen

I 2006 fik Kartoffelpartnerskabet sin helt egen udstillingsvogn, Kartoffelvognen. Formålet med Kartoffelvognen er, at den skal kunne præsentere kartofler for forbrugerne. Kartoffelvognen bruges på udstillinger, til dyrskuer, på høstmarkeder samt til andre events, hvor der er mulighed for at profilere kartofler og kartoffelprodukter. Det er muligt at tilberede kartoffelretter i vognen, så man

K a r t o f f e l

P A R T N E R S K A B E T

kan vise kartoflens utallige anvendelsesmuligheder og mangfoldighed. Til brug i vognen, er der ligeledes i projektet udarbejdet en drejebog der beskriver, hvordan Kartoffelvognen anvendes i udstillingsøjemed samt udarbejdet fagligt materiale, som kan uddeles i forbindelse med udstillinger i vognen.

Kartoffelvognen er designet af Wieben design i Ålborg, der også har lavet det grafiske udtryk på vognen og det tilhørende udstillingsmateriale. Drejebogen og det faglige materiale, der består af en lille folder, som kort fortæller om kartoflers ernæringsmæssige værdi og anvendelsesmuligheder, samt 4 opskriftskort i stor postkort-format, er udarbejdet af Familielandbrugets Familieudvalg. Det administrative arbejde med at få vognen godkendt, forsikret, lejet ud, mm er forestået af Kartoffelpartnerskabets Sekretariat hos Projekt- og Udviklingskonsulenterne i Landbrugsraadet.

Kartoffelvognen blev første gang brugt på Dyrskuet i Roskilde i maj 2006. Det var Familieudvalget, der betjente vognen, da premieren ligeledes skulle ses som en test, hvorefter drejebogen kunne skrives færdig. Der var stor interesse for vognen på Dyrskuet. Der blev uddelt en masse smagsprøver, og opskriftskortene samt folderen blev revet væk. Pressen var ligeledes interesseret i kartoffelvognen, og flere aviser og faglige magasiner skrev om vognen.

Efterfølgende var kartoffelvognen ude at køre, og blev opstillet på flere dyrskuer/events landet over. Alle brugere har været meget begejstrede for vognen. De ser det som en stor fordel at den indeholder en færdig udstilling, der kan stilles op på ganske kort tid. Alle brugere er meget glade for, at vognen er godkendt til madlavning. Yderligere har de gjort god brug af den meget gennemarbejdede drejebog, der er lavet, da den gør det nemt at fuldende udstillingen. Endelig har der været mange positive tilkendegivelser på det faglige materiale, der er udviklet i projektet. Særligt opskriftskortene har fået positiv respons.

Det har været en stor tilfredsstillelse for Kartoffelpartnerskabet at få egen udstillingsvogn, og vi sætter stor pris på Kartoffelafgiftsfondens økonomiske støtte til projektet. Uden den havde det ikke været muligt at sætte projektet i gang. Nu glæder vi os til 2007, hvor vognen forhåbentlig skal køre Danmark tyndt til store og små arrangementer. Vi håber, at mange flere vil gøre brug af muligheden for en næsten færdig udstilling til store og små arrangementer.

Vedlagt er det faglige materiale, drejebogen samt en lejekontrakt, der beskriver de nærmere omstændigheder ved leje af vognen.

Kartofler og sundhed

Projektet gik ud på at etablere en underside om kartofler og sundhed til den eksisterende hjemmeside www.tofler.dk, der er Kartoffelpartnerskabets hjemmeside.

Projektet forløb i efteråret 2006. Undersiden ”Kartofler og sundhed” er tilgængelig på www.tofler.dk.

Kartoflen indgår jævnligt i debatten om overvægt, fedme, kostpyramider, sund kost mv. Det er hensigten at siden Kartoffler og sundhed skal bidrage med lødig og saglig information i denne debat.

Forud for sidens lancering, er gået flere møder med reklamebureauet Rechnitzer, websupport fra Landbrugsraadet, tekstforfatter og projektleder. Der er brugt en del tid på at designe sidens udtryk, så den både falder i med den oprindelige side www.tofler.dk og samtidig har sit eget friske, troværdige og professionelle udseende.

Det har været vigtigt at skabe en side, der udtrykker professionalitet, er let at manøvrere rundt i, let tilgængelig og let læsbar. Den skal indeholde de informationer, forbrugerne vil søge på, og have et design, der er behageligt for øjet.

Sidens målgruppe er forbrugerne, dvs. almindelige mennesker, der ikke ved specielt meget om kartofler. Formålet med siden er at forbrugerne kan gå ind på siden og let og hurtigt finde de mest elementære oplysninger om kartofler og sundhed. Oplysningerne bygger på videnskabelige og troværdige kilder som NNA, Fødevarestyrelsen, Fødevaredatabanken, Danmarks Fødevareforskning, m.fl., selvom de er formidlet i let tilgængelig form på hjemmesiden. Det har desuden været vigtigt ikke at fremhæve et kartoffelfirma mere eller mindre end de andre på siden, da det er hele kartoffelbranchens hjemmeside.

I indsamlingen af dokumentation for oplysningerne på hjemmesiden, blev det kun mere klart at der er behov for denne side Kartoffler og sundhed– de fleste andre sider om kartofler er skrevet ud fra avlernes og pakkeriernes synsvinkel, og har ikke specielt forbrugerne som defineret målgruppe. Sider om sundhed og ernæring har ikke specielt fokus på kartofler om end de har forbrugerne som målgruppe.

Siden er delt op i følgende punkter:

- Sundhed
- I køkkenet
- Kartoffler året rundt
- Historie
- FAQ
- Links
- Kontakt

Foruden disse menupunkter er der designet en faktaboks med rulletekst, der består af 20 forskellige små statements af forskellig karakter om kartofler og sundhed – dette skaber liv på siden og fastholder blikket. Desuden får læseren hurtige informationer, som læseren ikke havde tænkt på at søge selv. Dette forventes at vække læserens nysgerrighed.

Der er lagt vægt på afsnittene om sundhed og i køkkenet, da de er sidens primære omdrejningspunkt.

K a r t o f f e l

P A R T N E R S K A B E T

Undersiden bliver markedsført / reklameret for indenfor næste måned på Alt om kost og andre samarbejdspartneres hjemmesider. Dette og sidens informationer forventes at føre til flere besøg på siden, bedre viden om kartofler hos forbrugerne, dialog med forbrugerne og endelig øget salg af kartofler.