
Markedsføringskampagne, projektkoordinator.

1. Baggrund

Igennem en lang årrække har de danske markedsføringsinitiativer indenfor dansk produceret frugt og grønt ligget spredt i flere organisationer, udvalg og virksomheder. Endvidere har der været meget spredt brug af rådgivning fra eksperter udefra, herunder reklamebureauer.

Markedsføringsinitiativerne har været formuleret på en veldokumenteret, men samtidig ikke-koordineret basis, og har ikke taget udgangspunkt i en fælles strategi for hele erhvervet. Det er en arbejdsform, der vurderes at være både arbejds- og omkostningstung, og i det hele taget uhensigtsmæssig ud fra et koordineringshensyn. De relativt få ressourcer bliver ikke brugt optimalt.

Denne del af projektet omhandler aktiviteter, hvor koordinatoren yder konkret, individuel og praktisk ekspertassistance, som i væsentlighed rettes mod de i projektet medfinansierende parter.

2. Formål

Formålet med projektet er, at sikre en projektledelse og optimering af alle markedsføringsaktiviteter indenfor frugt og grønterhvervet i forbindelse med gennemførelsen af aktiviteterne i ”arbejdsudvalget for frugt og bær” samt ”arbejdsudvalget for grøntsager”. De to udvalg har tidligere gennemført ikke koordinerede markedsføringsaktiviteter gennem forskellige bureauer og et af formålene var at opnå synergier ved at samkøre aktiviteterne og så vidt muligt optimere ved at anvende et enkelt bureau.

Koordinatorens hovedopgave er i 2007 til 2009 at få det treårige EU medfinansieret program: ”Frukt og grønt-friskhed og sundhed” til at køre planmæssigt.

3. Indhold:

Koordinatoren har haft stor møde- og rejseaktivitet. Møder med de to arbejdsudvalg har skullet udmøntes i aktivitetsgennemførelse med projektets udførende organ. Samarbejdet med Direktoratet for FødevarerErhverv har været yderst tidskrævende, idet hver enkelt aktivitet helt ned til mindste detalje har skullet forelægges direktoratet til godkendelse inden aktiviteten har kunnet sættes i gang. Der har været afholdt et utal af møder med direktoratet om projektets indhold, status og ønsker om ændringer i forhold til den oprindelige ansøgning og bevilling.

Erhvervet har på de mange interne sektormøder efterspurgt statusforedrag fra koordinatoren, ligesom der har været bragt mange artikler om det løbende arbejde.

Det faglige indhold i projektet er omtalt i beretningen for ”hjemmemarkedskampagne frugt og grønt, som kan opsummeres således:

Frukt-aktiviteter

- Indrykning af 2 forskellige annoncer i alt 20 gange i div. ugeblade og magasiner samt 2 forskellige bannerannoncer på diverse hjemmesider.
- Lancering og opdatering af fælles hjemmeside www.saesonforgodsmag.dk og www.aeblefeste.dk samt udsendelse af nyhedsbreve
- Udsendelse af 7 pressemeddelelser og afholdelse af pressemøde i forbindelse med uddeling af årets jordbærpris.
- Lancering af magasinet Sæson i detailhandlen, udgivet 3 gange i 2008.
- Afholdelse af Æblets Dag 20.9.2009, herunder produktion af diverse materialer
- Afholdelse af Kirsebær Kick off 17.7.2009
- Udsendelse af skolefrugtfolder
- Ydet diverse sponsorater

Grøntsager

- Indrykning af 5 forskellige annoncer i alt 21 gange i diverse ugeblade og magasiner samt 5 forskellige bannerannoncer på diverse hjemmesider.
- Udsendelse af 6 pressemeddelelser.
- Lancering og opdatering af fælles hjemmeside www.saesonforgodsmag.dk, herunder udsendelse af nyhedsbreve.
- Lancering af Magasinet Sæson i detailhandlen
- Udviklet af undervisningsmaterialer til hjemkundskab
- Lancering af Free-card kampagne
- Deltagelse på Det fynske Dyrskue, Kulturatten og Feminamessen med stand, herunder produktion af diverse materialer til uddeling
- Yde diverse sponsorater

Fælles kommunikation frugt og grøntsager

- Indrykning af annonce er i alt 7 gange i div. ugeblade og magasiner og 3 forskellige bannerannoncer på diverse hjemmesider.
- Udsendelse af 7 forskellige pressemeddelelser.
- Opdatering af online-shoppen samt implementere af visningssystem.
- Produktion af display til Sæson magasinet

Evaluering

I starten af året blev der udsendt spørgeskema og indsamlet indkøbsdata. 3. måling foreligger marts 2009, hvorefter udviklingen indenfor forbrug, holdninger, viden om sæson kan måles. Det har alene været projektkoordinatoren der har stået for kontakten med GFK, herunder div. møder.

Mødeaktiviteter

I løbet af året har projektkoordinatoren deltaget i flere møder med DFFE, herunder møde i forbindelse med opstart af årets aktiviteter samt midtvejs-status møde

For at orientere avlere og andre interessenter om de planlagte aktiviteter indenfor projektet har projektkoordinatoren:

- Deltaget med indlæg på møder for Udvalget for Frugt og Grønt
- Besøgt flere forskellige avlere
- Skrevet flere artikler i Gartner Tidende og Frugt og Grøntbladet.

4. Målopfyldelse

De to arbejdsudvalg har fået et tættere samarbejde, og med koordinatoren som bindeled, udadtil til det udførende organ. Det første år viste, at ikke alle tiltag i projektet gav optimal effekt for kampagnen. Det er lykkedes, at få direktoratets accept af en omrokering af visse aktiviteter indenfor budgettets rammer, således at markedsføringseffekten optimeres. Målopfyldelsen er derfor helt i tråd med forventningerne.

5. Offentliggørelse

De gennemførte aktiviteter er offentliggjort gennem pressemeddelelser samt løbende information på hjemmesiden for projektet ”Markedskampagne frugt og grønt”, www.saesonforgodsmag.dk og www.aeblefeste.dk.

Artikler i Gartner Tidende:

Nr.3 Markedsføringsindsats i højt gear.

Nr.5 Nyt magasin (sæson) skal inspirere forbrugerne

-
- Nr.9 Trendy frugt- og grøntsagsmagasin er nu på gaden
 - Nr.12 GAU/EU markedsføringsprojekt
 - Nr.13 Sæson nr.2 nu på gaden
 - Nr.14 Kirsebær kick off 2008
 - Nr.15 Stilken, bøffen og blommen
 - Nr.18 Sæson tager endnu en sæson i 2009, magasinet sæson nr. er nu på gaden, gartnerne bakker flot op om kulturnatten

Artikler i Frugt og Grønt:

- Nr. 2 GAU kampagne med fokus på kvinder
- Nr.3 Nyt gratis magasin (sæson) skal inspirere forbrugerne
- Nr.5 Trendy frugt- og grøntsagsmagasin er nu på gaden
- Nr.7/8 Helle Joof vinder jordbærprisen
- Nr.9 Kom til æblets dag 2008
- Nr.10 Forrygende flot fest i Sakskøbing
- Nr.10 Frugt og grønt gennem livet

6. Resumé

Formålet med projektet var, at sikre en projektledelse og optimering af alle markedsføringsaktiviteter indenfor frugt og grønterhvervet i forbindelse med gennemførelsen af aktiviteterne i ”arbejdsudvalget for frugt og bær” samt ”arbejdsudvalget for grøntsager”, samt at koordinatoren skulle medvirke til at få det flerårigt EU medfinansieret program: ”Frugt og grønt-friskhed og sundhed” til at køre planmæssigt.

Det grundlæggende arbejde er gennemført og projektets aktiviteter er i hovedtræk gennemført som planlagt. Programmets indhold ændres på visse områder i 2008 og 2009 for at optimere markedsføringseffekten.