

Årsrapport 2014



**Opplysningskontoret
for frukt og grønt**

frukt.no

Innhold

Styret har ordet	3
Styret 2014 og administrasjonen	4
Årsberetning 2014	5
Formål, visjon, organisering og finansiering	5
Redegjørelse for fortsatt drift	6
Balanse pr. 31.12.2014	7
Resultatregnskap 2014	8
Bruk av midler 2014	9
Noter til årsregnskapet 2014	10
Revisjonsberetning	11
Fokus for 2014	13
Frukt- og grøntmarkedet i 2013	14
Forbruksutviklingen i kg. pr. capita 2013	15
Verdiutvikling	16
5 om dagen	18
PR og redaksjonelle samarbeid 2014	20
PR- informasjon	22
Presseturer/pressekonferanser	26
NM i frukt og grønt	32
5 om dagen temanummer	33
Mathjelpen for foreldre 2014	34
Bloggere	36
Kampanjeaktiviteter 2014	37
Frukt.no og sosiale medier	42
5 om dagen-barnehage	44
5 om dagen-idrett	47
Seminarer, festivaler og arrangementer	48
Skolefrukt	50

Styret har ordet

Opplysningskontoret for frukt og grønt, OFG, er en stiftelse uten kommersielle interesser. Matglede, sammen med helse og ernæring, står sentralt i budskapet. Det overordnede målet for OFG er, lik de nasjonale kostrådene, å bidra til at forbruket av frukt og grønt pr. innbygger er lik 5 om dagen; 500 gram – halvparten frukt og bær, og halvparten grønnsaker. Poteter er ikke regnet med blant 5 om dagen, men er et fokusområde for OFG. OFG arbeider for poteten ved å trekke den frem som en naturlig del av et sunt norsk kosthold. OFG har et særskilt fokus på de norske varene, og fokuserer på disse når disse er i sesong. Kommersielle kampanjer gjøres kun i de norske sesongene. OFG finansieres per i dag over midler fra Jordbruksavtalen.

Styret i OFG initierte høsten 2013 arbeidet med å ta frem en ny og mer spenstig strategi for perioden 2015-2017. Det er fortsatt et betydelig potensial for vekst og økt forbruk av frukt og grønt i Norge. Styret ønsker at OFG skal være en sentral pådriver og bidragsyter for at det skal skje. Det var derfor et ønske fra styret at strategiprosessen skulle være visjonær, innovativ og fremtidsrettet, og bidra til et betydelig løft. Administrasjonen og styret, gjennom flere strategi-workshoper, har gjennom 2014 arbeidet frem en ny og nytenkende strategi. Den nye strategien viderefører, men spisser kjerneaktivitetene i OFG opp imot synliggjorte forbrukerbehov, samtidig som man har tatt fram strategier for å løfte konsumet i forbrukergrupper som underkonsumerer i dag. OFGs nye strategi vil gjennomgående fokusere på forbrukerbehov og hva som driver forbruket av frukt, bær, grønnsaker og poteter. OFGs visjon er: Frukt og grønt – naturlig til alle måltider. 2015 vil bli gjennomføringsåret for den nye strategien.

2014 har i stor grad vært preget av arbeidet med å ta frem en ny strategi, men man har med positive resultater gjennomført arbeidet med handlingsplanen for 2014. I 2014 har man spesielt fokusert på de norske sesongene av rotgrønnsaker, poteter, løk, bær og epler. Rotgrønnsaker og poteter har spesielt blitt koblet opp til forbrukerens kunnskap om mosing.

Målgruppen til OFG er alle norske forbrukere, men man har valgt å fokusere spesielt mot barnefamilier. Det er i barnefamiliene man er mest åpne for å endre hverdagsvanene. Barn er morgendagens forbrukere.

5 om dagen er en rød tråd i all kommunikasjon fra OFG. Man har i flere år utfordret aktørene i markedet om å hekte seg på ved enten å lage sine egne 5 om dagen kampanjer, eller å gjennomføre andre aktiviteter som bidrar til at forbrukeren når det overordnede målet om å spise 5 om dagen. Dette har positivt blitt fulgt opp av svært mange. Konkret har det resultert i en verdivekst i 2014.

Frukt.no er et viktig nav for OFGs informasjon og kunnskap. Bruken av Frukt.no økte med 10,5% i forhold til 2013, og nådde totalt 1 520 965 besøkende i 2014. OFG har gjennom 2014 vært dyktige til å få til et samspill mellom Frukt.no og sosiale medier og bloggere. Status ved årsskiftet var 88 792 følgere på Facebook.

OFGs samarbeid med redaksjonell presse er svært verdifull. Man oppnådde i alt 853 presseoppslag gjennom 2014. Matstoff generelt, og sunt matstoff med frukt og grønt spesielt er interessant for mediene. For å møte dette behovet har OFG opparbeidet seg en posisjon som en troverdig og seriøs samarbeidspartner for mediene.

Boka Mathjelpen for foreldre er en stor satsning for OFG. Motivasjonen er å få 5 om dagen inn i det daglige kostholdet. Det er også i år delt ut bøker til alle foreldre med barn i første klassetrinn. Boken gir gode tips og ideer til sunn hverdagsmat. Årets bok hadde et opplag på over 77 000, og ble meget godt mottatt.

«5 om dagen barnehage» er viktig prosjekt for OFG. Hensikten med prosjektet er å få frukt og grønt inn i alle måltidssituasjoner i barnehagen og få en positiv bevissthet rundt frukt og grønt. I utgangen av 2014 hadde i alt 3 300 meldt seg på. Dette utgjør over 50% av alle barnehager.

For å sette fokus på, og motivere til stadig forbedring av den viktige innsatsen som skjer i frukt- og grøntavdelingen i dagligvarekjedene har OFG for åttende gang arrangert NM i frukt og grønt i 2014. Konkurransen blir svært godt mottatt blant kjedene, og blir aktivt brukt i deres interne kommunikasjon.

Skolefrukt, som er administrert av OFG, har et velfungerende administrasjonssystem for abonnementsordningen. Det gjøres et godt arbeid med ordningen innen de rammene som er gitt av Helsedirektoratet.

Til slutt vil styret få takke alle ansatte i OFG for en fremragende og entusiastisk innsats. Styret ser frem til et spennende 2015 hvor den nye strategien skal gjennomføres.

Oslo, 27. februar 2015


Anders Ragnvald Nordlund

Styret 2014

Organisasjon:	Medlem:	Varamedlem:
Coop Norge AS	Øyvind Bergstrøm (Styreleder)	Geir Ødevarp
Norsk Bonde- og Småbrukarlag	Ola Langvasbråten	Kirstin Sollid
Norsk Gartnerforbund	Kåre Reed	Katrine Beate Røed Meberg
Grøntprodusentenes Samarbeidsråd	Anders Rangvald Nordlund (AU-medlem)	Narve Huseby Wiker
OIKOS — Økologisk Norge	Reidar Andestad	Asbjørn Løvstad
Norges Frukt- og Grønnsakgross. Forbund	Oddmund Østebø	Henrik Raastad-Hoel
Bama-Gruppen AS	Jan Hammarstrøm	Anders Jordbekken
Norges Bondelag	Thor Johannes Rogneby (AU-medlem)	Per Harald Agerup
ICA Norge AS	Jan Rognstadbråten	Ole André Mora

Administrasjon 2014

Direktør:	Guttorm Rebnes
Informasjonssjef:	Britt Kåsin
Markedsansvarlig:	Elisabeth Skjegstad
Web-redaktør:	Kari Jørgensen
Matkonsulent og prosjektleder:	Toril Gulbrandsen
Markedskordinator:	Julie Langseth
Prosjektleder Skolefrukt:	Tore Angelsen
Prosjektassistent Skolefrukt:	Henriette Johansen

Årsberetning 2014

Formål

OFG har som formål å stimulere til økt totalforbruk av frisk frukt, friske bær og grønnsaker i Norge. Hovedhensikten med bruk av de midlene som kommer fra Jordbruksavtalen er å styrke omsetningen og forbruket av norske varer.

Visjon

OFG skal være Norges viktigste pådriver, kompetansesenter, idéskaper og inspirator for å påvirke bruken av frisk(e) frukt, bær, grønnsaker og poteter.

OFG skal være en konkurransenøytral medbygger av totalmarkedet for frukt og grønt i Norge.

Organisering

Stiftelsen Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG), lokalisert i Oslo, er en felles organisasjon for grøntbransjen i Norge som er opprettet for å drive generisk (nøytral) informasjons- og markedsføringsarbeid til nytte for alle som produserer og selger friske grøntvarer. OFG skal rette sine aktiviteter mot handelsleddet og forbruker, for der i gjennom å øke forbruket og totalmarkedet av frukt og grønnsaker.

OFG er organisert som en offentlig stiftelse med en urørlig kapital på kr 200 000. Beløpet er fordelt i ni like deler på de organisasjonene som etablerte stiftelsen: Norges Bondelag, Norsk Bonde- og Småbrukarlag, Norsk Gartnerforbund, Grøntprodusentenes Samarbeidsråd, Oikos - Økologisk Norge, Norges Frukt- og Grønnsaksgrossisters Forbund, Bama-Gruppen, Coop Norge og ICA Norge.

Finansiering

OFG finansieres ved hjelp av midler som bevilges over Jordbruksavtalen under posten kollektiv dekningen av omsetningsavgift på hagebruksprodukter. Bevilgningen administreres av Omsetningsrådet. I tillegg mottar OFG midler fra Helsedirektoratet for finansiering av Skolefrukt-prosjektet (abonnementsordningen), som driftes gjennom et eget kostnadscenter i OFG.

Rettvisende bilde av utviklingen og resultatet

Etter styrets oppfatning gir årsberetningen for 2014 et rettvisende bilde av utviklingen og resultatet av virksomheten for regnskapsåret 2014.

Redegjørelse for forutsetninger om fortsatt drift

I årsregnskapet er fortsatt drift forutsetningen som er lagt til grunn, da det etter styrets oppfatning ikke er forhold som tilsier noe annet.

Videre drift av OFG forutsetter fortsatt bidrag fra norsk produksjon, i dag landbruksoppgjøret.

Arbeidsmiljø

Arbeidsmiljøet i OFG anses tilfredsstillende. Det avholdes regelmessige internmøter hvor ledelse og ansatte har en åpen dialog.

Sykefraværet i 2014 var på et tilfredsstillende lavt nivå, 3,97% av total arbeidstid. Det var i 2014 ikke noen personskader, ei heller hadde OFG skader eller ulykker på noe av sitt materiell.

Likestilling

OFGs administrasjon består av seks kvinner og to menn. Lederen for kontoret er mann. Styret i OFG har ni mannlige styremedlemmer. Både styret og OFGs ledelse er bevisst på de samfunnsmessige forventningene om tiltak for å fremme likestilling i virksomheten og styret. Det er for øyeblikket ikke iverksatt konkrete tiltak for å fremme dette arbeidet, men styrets målsetting er naturligvis å innfri samfunnets forventninger på sikt.

Ytre miljø

Bedriftens virksomhet har begrenset forurensende effekt på det ytre miljø.

Disponering av resultat

Disponering av ubrukte midler er overført i ny regning innenfor forskjellige aktivitetsområder.

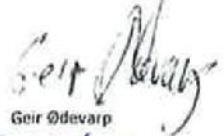
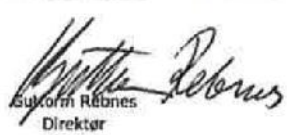
Oslo, 24. februar 2015

Jan Rognstadbråten
Geir Ødevarp
Kirsti Sollied
Per Harald Agerup
Kåre Reed
Reidar Andestad
Oddmund Østebø
Jan Hammarström
Anders Ragnvald Nordlund
Gulorm Rønnes
Direktør

Balanse pr. 31.12.2014

EIENDELER		2014	2013
	noter		
Omløpsmidler			
Kundefordringer		11 937	0
Fordring skatteetaten - mva		2 137 176	1 726 714
Andre kortsiktige fordringer		1 937 599	766 605
Bank	2	28 955 190	24 290 326
Bank skattetrekk		335 381	299 710
Sum Omløpsmidler		33 377 283	27 083 355
SUM EIENDELER		33 377 283	27 083 355
EGENKAPITAL OG GJELD			
Egenkapital			
Grunnkapital	2	200 000	200 000
Sum egenkapital		200 000	200 000
Kortsiktig gjeld			
Leverandørgjeld		13 661 565	12 756 023
Forskuddstrekk		320 864	286 006
Skyldig arbeidsgiveravgift		227 646	214 411
Annen kortsiktig gjeld		7 490 415	5 776 568
Avsatte feriepenger		512 587	503 461
Mva-reserve		1 150 000	1 150 000
Ubenyttet ved Omsetningsrådet		48 138	50 345
Ubenyttet ved Frukt og grønt i skolen		9 766 068	6 146 541
Sum kortsiktig gjeld		33 177 283	26 883 355
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		33 377 283	27 083 355

Oslo, 24. februar 2015

 Jan Rognstadbråten
 Geir Ødevarp
 Kirsti Sollid
 Per Harald Ågerup
 Kåre Reed
 Reidar Andestad
 Oddmund Østebø
 Jan Hammarström
 Anders Ragnvald Nordlund
 Sjur Rønne
 Sjur Rønne
 Direktør

Resultatregnskap 2014

		2014	2013
	noter		
Driftsinntekter			
Offentlige tilskudd	3	42 276 000	38 904 000
Elevbetalinger Skolefrukt	4	20 004 357	18 109 098
Andre inntekter	5	52 880	6 120
Sum inntekter		62 333 237	57 019 218
Driftsutgifter			
Lønns- og personalkostnader	6-7	6 708 556	6 148 372
Driftskostnader (opplysningsvirksomhet)		52 419 931	49 519 779
Sum kostnader		59 128 487	55 668 151
Driftsresultat		3 204 750	1 351 067
Finansinntekter		415 119	466 026
Årsresultat		3 619 869	1 817 093
Overføringer			
Overført fra/til Omsetningsrådet		342	2 549
Overført fra/til Skolefrukt		3 619 527	1 814 544
Overført/dekket		3 619 869	1 817 093

Bruk av midler 2014

	Motatt tilskudd	Finans inn./kostn.	Salgs- inntekter	Forbruk	Saldo midler
Omsetningsavgiftens midler					
Ubenyttet pr. 1.1.14					2 549
Ubenyttet pr. 1.1.14 - Kvalitet og salgs- fremmende tiltak					47 796
Tilbakebetalt ubenyttet pr. 1.1.14					-2 549
Mottatte midler 2014	21 920 000				
Finansinntekter		387 458			
Langsiktige holdgningkampanjer				4 806 057	
Langsiktige produktkampanjer				3 692 758	
Markedsundersøkelser				200 000	
Presseaktiviteter			38 400	3 335 601	
Fellesprosjekter med opplysnings- kontorene i landbruket				82 153	
Andre tiltak/web				1 944 223	
Administrasjon/driftsutgifter				8 284 724	
SUM	21 920 000	387 458	38 400	22 345 516	
Netto forbruk av midler 2014	21 919 658				342
Overført til neste år					48 138

	Motatt tilskudd	Finans inn./kostn.	Salgs- inntekter	Forbruk	Saldo midler
Skolefrukt					
Ubenyttet pr. 1.1.14*					6 146 541
Mottatte midler 2014	20 356 000				
Finansinntekter		27 661			
Lønn og sosiale utgifter				1 589 756	
Driftsutgifter			14 480	4 646 101	
Informasjonstiltak				1 105 138	
Elevbetalinger 2014			20 004 357	19 997 442	
Prisnedskrivning:					
Abonnement kr 1,- 2014				8 424 136	
Ekstra pristilskudd høst 2014				911 702	
Provisjon til kortselskapene				108 696	
SUM	20 356 000	27 661	20 018 837	36 782 971	
Netto forbruk av midler 2014	16 736 473				3 619 527
Overført til neste år *					9 766 068

* Herav midler fra SLF 2004 kr 12 915,-

Sum mottatt	42 276 000				
Netto forbruk	38 656 131	415 119	20 057 237	59 128 487	
Resultat	3 619 869				9 814 206

Noter til årsregnskapet 2014

NOTE 1 Regnskapsprinsipper

Årsregnskapet er satt opp i samsvar med regnskapsloven og NRS 8 - God regnskapsskikk for små foretak.

Driftsinntekter

Inntektsføring ved salg av varer skjer på leveringstidspunktet. Tjenester inntektsføres etter hvert som de leveres. Tilskudd inntektsføres når de mottas.

Klassifisering og vurdering av balanseposter

Omløpsmidler og kortsiktig gjeld omfatter normalt poster som forfaller til betaling innen ett år etter balansedagen, samt poster som knytter seg til varekretsløpet. Omløpsmidler vurderes til laveste verdi av anskaffelseskost og antatt virkelig verdi.

Fordringer

Kundefordringer og andre fordringer oppføres til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap. Avsetning til tap gjøres på grunnlag av en individuell vurdering av de enkelte fordringene.

NOTE 2 Bundne midler

Grunnkapital er satt inn på egen bankkonto med kr 200 000.

NOTE 3 Offentlig tilskudd

Avgiftspliktig del av tilskudd er kostnadsført på prosjektene. Tilskuddet kommer fra to kilder: midler over jordbruksoppgjøret og midler fra Helsedirektoratet knyttet til abonnementsordningen for Skolefrukt.

NOTE 4 Elevbetalinger Skolefrukt

Elevbetalinger er inntektsført med kr 20 004 357.

Elevbetalingene er basert på innbetalinger av kr 2,50 pr. frukt pr. dag fra elever som har foretatt innbetaling via Skolefrukts administrasjonssystem. Beløpet har uavkortet blitt utbetalt til leverandørene som har levert frukt og grønnsaker på de aktuelle skoler. OFG foretar kun en administrativ jobb, ved innkreving og utbetaling, uten å trekke gebyrer eller å beregne avanse.

NOTE 5 Andre inntekter

Salg av utstyr til skoler til selvkost
Andre inntekter

14 480
38 400
<u>52 880</u>

NOTE 6 Lønns- og personalkostnader

	2014	2013
Lønn	4 815 433	4 421 387
Arbeidsgiveravgift	845 333	776 566
Pensjonsforsikring	746 524	656 013
Andre ytelser	<u>301 266</u>	<u>294 406</u>
Sum personalkostnader	<u>6 708 556</u>	<u>6 148 372</u>
Andel lønns- og personalkostnad for Skolefrukt	1 558 543	1 263 331
Lønn og annen godtgjørelse til daglig leder	1 225 848	1 197 121
Honorar til OFGs styre	165 144	55 535
Andel av kollektiv pensjonspremie til daglig leder utgjør kr 238 900		

Det er ikke gitt lån eller sikkerhetsstillelse til daglig leder, styremedlemmer eller andre nærstående parter. Det er ingen enkeltstående lån/sikkerhetsstillelser som utgjør mer enn 5% av stiftelsens egenkapital. Stiftelsen har ingen forpliktelser til å gi ledende personer, styremedlemmer eller styreleder særskilt vederlag ved opphør eller endring av ansettelsesforhold/verv. Stiftelsen har ingen avtaler om overskuddsdeling eller opsjoner til styret eller ledende ansatte.

Revisjonshonorar er kostnadsført med Beløp er ekskl. mva.	43 000	41 000
--	--------	--------

NOTE 7 Obligatorisk tjenstepensjon

Stiftelsen er pliktig til å ha tjenstepensjonsordning etter lov om obligatorisk tjenstepensjon. Stiftelsens pensjonsordning tilfredsstiller kravene i denne lov.



KPMG AS
P.O. Box 7000 Majorstuen
Sørkedalsveien 6
N-0306 Oslo

Telephone +47 04063
Fax +47 22 60 96 01
Internet www.kpmg.no
Enterprise 935 174 627 MVA

Til styret i Stiftelsen Opplysningskontoret for frukt og grønt - frukt.no

REVISORS BERETNING

Uttalelse om årsregnskapet

Vi har revidert årsregnskapet for Stiftelsen Opplysningskontoret for frukt og grønt - frukt.no som viser et overskudd på kr 3 619 869. Årsregnskapet består av balanse per 31. desember 2014 og resultatregnskap for regnskapsåret avsluttet per denne datoen, og en beskrivelse av vesentlige anvendte regnskapsprinsipper og andre notecopplysninger.

Styrets og daglig leders ansvar for årsregnskapet

Styret og daglig leder er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet og for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge, og for slik intern kontroll som styret og daglig leder finner nødvendig for å muliggjøre utarbeidelsen av et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller feil.

Revisors oppgaver og plikter

Vår oppgave er å gi uttrykk for en mening om dette årsregnskapet på bakgrunn av vår revisjon. Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder International Standards on Auditing. Revisjonsstandardene krever at vi etterlever etiske krav, og planlegger og gjennomfører revisjonen for å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon.

En revisjon innebærer utførelse av handlinger for å innhente revisjonsbevis for beløpene og opplysningene i årsregnskapet. De valgte handlingene avhenger av revisors skjønn, herunder vurderingen av risikoene for at årsregnskapet inneholder vesentlig feilinformasjon, enten det skyldes misligheter eller feil. Ved en slik risikovurdering tar revisor hensyn til den interne kontrollen som er relevant for stiftelsens utarbeidelse av et årsregnskap som gir et rettviseende bilde. Formålet er å utforme revisjonshandlinger som er hensiktsmessige etter omstendighetene, men ikke for å gi uttrykk for en mening om effektiviteten av stiftelsens interne kontroll. En revisjon omfatter også en vurdering av om de anvendte regnskapsprinsippene er hensiktsmessige, og om regnskapsestimatene utarbeidet av ledelsen er rimelige, samt en vurdering av den samlede presentasjonen av årsregnskapet.

Etter vår oppfatning er innhentet revisjonsbevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

Konklusjon

Etter vår mening er årsregnskapet avgitt i samsvar med lov og forskrifter, og gir et rettviseende bilde av den finansielle stillingen til Stiftelsen Opplysningskontoret for frukt og grønt - frukt.no per 31. desember 2014 og av resultater for regnskapsåret, som ble avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

Offices in:

KPMG AS, a Norwegian member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity.

Statsautoriserte revisorer - medlemmer av Den norske Revisorforening

Oslo	Hamar	Sandefjord
Alta	Haugesund	Sandnessjøen
Arendal	Kristiansand	Stavanger
Bergen	Larvik	Stord
Bodø	Mo i Rana	Tromsø
Elverum	Molde	Trondheim
Finnsnes	Narvik	Tønsberg
Grimstad	Røros	Ålesund

Uttalelse om øvrige forhold

Konklusjon om årsberetningen

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, mener vi at opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet og forutsetningen om fortsatt drift er konsistente med årsregnskapet og er i samsvar med lov og forskrifter.

Konklusjon om registrering og dokumentasjon

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendig i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon», mener vi at ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av stiftelsens regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringsskikk i Norge.

Konklusjon om utdelinger og forvaltning

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendige i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000, mener vi stiftelsen er forvaltet og utdelinger er foretatt i samsvar med lov, stiftelsens formål og vedtektene for øvrig.

Oslo, 24. februar 2015
KPMG AS



Øivind Karlsen
Statsautorisert revisor

Fokus for 2014

Volumtallene og pr. capita tallene for 2014 er pr. februar 2015 ikke ferdigstilt. Volumtallene vil bli publisert i Totaloversikten 2005-2014 i løpet av første halvår 2015. Antagelsen er imidlertid at man har hatt en volumvekst i forhold til 2013. Ut i fra tall fra Nielsen Norge var det en verdiutvikling ut i fra dagligvarehandelen for grønnsaker, poteter, frukt og bær på 7,9%. Fordelingen var: 10,9% for grønnsaker, 7,3% for frukt, 2,4% for bær og -0,2% for poteter.

OFG har gjennom 2014 tatt frem en ny strategi for 2015-2017 for å møte det store volumpotensialet i en forbruksvekst av frukt og grønt. Volumveksten har de siste 10 årene vært mellom 3-4% hvert år, men ut i fra forbrukerbehovene er potensialet stort. Store deler av befolkningen ønsker å leve sunt og spise sunt; i en ny studie sier 70% av befolkningen at helse er en viktig driver når de handler og lager mat. Ønske, bevissthet og handling er imidlertid for mange ikke sammenfallende. Man ønsker å spise sunt, vet at det innebærer å spise mer frukt og grønt, men man har problemer å gjennomføre det i praksis. For mange er dette et resultat av at man er dårlig til å planlegge, kombinert med at man mangler grunnleggende matlagingsferdigheter.

OFGs nye strategi følger forbrukerbehovene og hva som driver forbruket av frukt og grønt. Den nye strategien er vinklet inn mot to sentrale begreper: matkapital og helsekapital. Logikken bak mat- og helsekapital er å kombinere kunnskap og evnen til å utføre. OFGs visjon er: frukt og grønt – naturlig til alle måltider. Ambisjonen er: 5 om dagen – for hele Norges befolkning. Hovedmålet er: 5 om dagen innen 2020 i gjennomsnitt. Tilleggs mål: Sikre potetens posisjon som en del av et balansert kosthold.

Strategiarbeidet ble ferdigstilt i desember 2014, og 2015 vil i stor grad preget av å gjennomføre den nye strategien. Flere av OFGs eksisterende prosjekter vil bli videreført, men koblet opp mot tydelige forbrukerbehov.

OFG har gjennom 2014 arbeidet etter OFGs markedsplan for 2014. Planen skal understøtte OFGs fokus ved å finne frem til målrettede virkemidler som bidrar til å rive ned barrierene som hindrer økt forbruk av friske frukt, bær, grønnsaker og poteter i Norge. 5 om dagen er en rød tråd gjennom alle OFGs kampanjer og aktiviteter.

I 2014 har OFG spesielt fokusert på de norske sesongene av rotgrønnsaker, poteter, løk, bær og epler. Rotgrønnsaker og poteter har spesielt blitt koblet opp til forbrukerens kunnskap om mosing. Det ble laget en «Mosebok», som bl.a. ble distribuert ut til alle barnehagene. For å skape en viere kommunikasjonsramme for de norske produktene tok OFG initiativ til «Høstfest». De norske produktene spiller en naturlig rolle i en høstfest da de er midt i sesong. OFG brukte «Høstfest» i egen kommunikasjon, men utfordret også de andre aktørene i verdikjeden om å la seg inspirere av initiativet. Hensikten er at man blir flinkere til å fremheve de skiftende sesongene.

5 om dagen er målet, men det er mange veier til målet. Frukt og grønt er en viktig varekategori for alle dagligvarekjeder når de profilerer seg selv som kjeder. OFG er av den oppfatning at det ikke er riktig å oppfordre alle kjedene til å kommunisere likt om 5 om dagen. Det beste er at hver enkelt kjede finner sine veier til hvordan de skal få kundene til å fylle handlekurvene med frukt og grønt lik 5 om dagen. Konkurransen og eierskap til 5 om dagen-konseptet fra kjedene er avgjørende om man skal klare å tilfredsstille kundebehovene, og selge den norske befolkning mer frukt og grønt.

OFG arbeider planmessig med å få redaksjonelle oppslag om folks måltidsvaneutfordringer, og å komme med gode tips på hvordan man kan bli smartere. De skiftende produktsesongene har blitt brukt som naturlige innfallsvinkler. Det ble satt et spesielt fokus på bær, rotgrønnsaker, epler, løk og skolestart. I alt oppnådde OFG 853 oppslag i 2014.

Mathjelpen for foreldre var også i 2014 en stor satsning for OFG som et ledd i å nå frem med kjernen i 5 om dagen. Mathjelpen for foreldre er en inspirasjonsbok for selvhjelp på hvordan man kan nå 5 om dagen på en positiv måte. Rune Blomhoff, professor i ernæring, ved Universitetet i Oslo, og leder for arbeidsgruppen for de nye kostholdsrådene, skrev forordet i boken. 77 000 bøker ble distribuert til alle landets første klassinger første skoledag. I tillegg ble boken solgt gjennom dagligvarebutikker og gjennom bokhandel. Tilbakemeldingene har igjen vært svært gode. Mathjelpen videreføres i den nye strategien, men i en ny ramme.

OFG sin strategi om å satse digitalt, og definere seg som en innholdsleverandør synes fortsatt å være riktig. Bruken av Frukt.no og Facebook-profilene er jevnt stigende. I gjennomsnitt hadde Frukt.no 134 000 besøk pr. mnd. og 88 792 følgere på Facebook. Andre større aktiviteter som har understøttet OFGs arbeid med å inspirere til et økt forbruk er: NM i frukt og grønt, 5 om dagen barnehage og 5 om dagen idrett og Skolefrukt.

Barn er morgendagens forbrukere og er med på å utfordre barnefamiliens kosthold. Det er imidlertid en utfordring å nå frem til flest mulig barn og barnefamilier, spesielt de som ikke har et bevisst forhold til sitt eget kosthold. OFG har gjort dette til en tydelig utfordring i den nye strategien. 2015 blir året hvor OFG offensivt skal gjennomføre den nye strategien i eksisterende aktiviteter, og starte opp nye initiativ for å oppnå en betydelig vekst og forskjell.

Frukt- og grøntmarkedet i 2014

OFG har siden 2006 utgitt Totaloversikten. Totaloversikten er en årlig utgivelse, som har til hensikt å gi en objektiv og nøytral oversikt over utviklingen av forbruket av frisk(e) frukt, bær, grønnsaker og poteter i Norge. Målet er at Totaloversikten skal bli en nyttig oversikt for bransjen, pressen og alle andre som er opptatt av å få frem et korrekt bilde av utviklingen av forbruket. Utgivelsen av Totalrapporten er et samarbeid mellom Frukt- og grønnsaksgrossistenes servicekontor (FGS), Nielsen Norge og Landbruksdirektoratet.

Totaloversikten viser utviklingen både i tonnasje og verdi. Oversikten over total tonnasje er kalkulert ut i fra tall inn til grossist både for norsk volum og importert volum. Oversikten over verdi av frukt og grønnsaker er målt ut i fra butikk, og er samlet inn av Nielsen Norge. Verditallet ser kun på dagligvareomsetningen; storhusholdning faller utenfor.

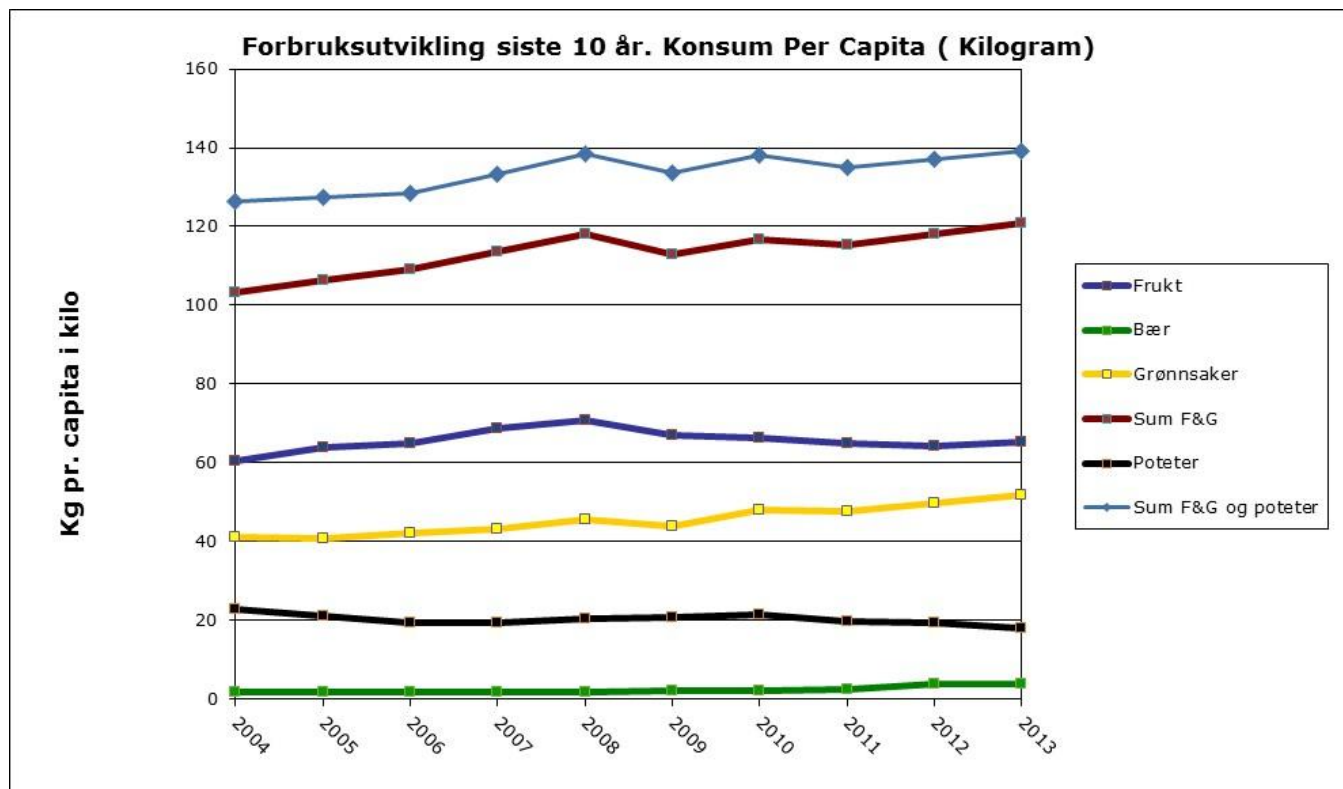
En avgjørende forutsetning for god statistikk på frukt og grønnsaker er at alle forretninger følger den samme kodingen. Generelt i dagligvarehandelen benytter man en GTIN-koding varene. GTIN-kodingen benyttes også for frukt og grønt, men kun for pakkede produkter. For løse produkter har man kunnet benytte et internasjonalt kodesystem for frukt og grønt ved navn PLU.



Totaloversikten for 2013 foreligger i trykket format og på web.

Forbruksutviklingen i kg pr. capita 2013

Tallene er basert på tonnasje inn til grossist



Forbruksutvikling siste 10 år

Konsum per capita (kilogram)

KILDER: SSB / FGS / SLF / ØT

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Frukt	60	64	65	69	71	67	66	65	64	65
Bær	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4
Grønnsaker	41	41	42	43	46	44	48	48	50	52
Sum F&G	103	106	109	114	118	113	117	115	118	121
Poteter	23	21	19	20	20	21	22	20	19	18
Sum F&G og poteter	126	127	128	133	138	134	138	135	137	139

Volumtallene for 2014 vil bli offentliggjort i
Totaloversikten første halvår 2015.

	Verdiandel	Salg i verdi (1000 NOK)	Endring i % fra 2013 til 2014
TOTAL GRØNNSAKER, POTETER, FRUKT OG BÆR	100,0 %	17 002 021	7,9 %
GRØNNSAKER EKS POTETER	49,4 %	8 406 786	10,9 %
POTETER	8,1 %	1 375 438	-0,2 %
FRUKT	34,1 %	5 794 849	7,3 %
BÆR	8,4 %	1 424 946	2,4 %

Grønnsaker

	Verdiandel	Salg i verdi 1000 NOK	Endring i % fra
GRØNNSAKER TOTALT		8 406 786	10,9 %
T. GRØNNSAKSFRUKTER	42,5 %	3 569 923	13,2 %
T. SALAT-OG BLADGRØNNSAKER	14,9 %	1 254 122	10,1 %
T. ROTVEKSTER	12,5 %	1 054 552	15,9 %
T. KÅLVEKSTER	10,6 %	889 564	3,5 %
T. LØK-OG PURREVEKSTER	9,8 %	824 239	7,2 %
T. SOPP	2,3 %	194 949	10,8 %
T. URTER FRISKE	2,3 %	194 355	9,9 %
T. FRØ- OG BELGVEKSTER	2,3 %	194 031	8,5 %
T. STENGELVEKSTER	2,2 %	185 221	12,0 %
T. GRØNNSAKER ØVRIG	0,5 %	45 830	-7,6 %

Frukt og bær

	Verdiandel	Salg i verdi 1000 NOK	Endring i % fra 2013 til 2014
	100 %	7 219 796	6,3 %
T. BLØTFRUKTER	37,2 %	2 685 672	10,3 %
T. BÆR	19,7 %	1 424 946	2,4 %
T. KJERNEFRUKTER	18,2 %	1 311 651	5,9 %
T. SITRUSFRUKTER	15,0 %	1 080 889	3,3 %
T. STEINFRUKTER	9,3 %	670 590	4,8 %
T. FRUKTER ØVRIGE	0,6 %	46 049	6,5 %

Poteter

	Verdiandel	Salg i verdi 1000 NOK	Endring i % fra 2013 til 2014
T. POTETER	100 %	1 375 438	-0,2 %
POTETER ØVRIGE	80,6 %	1 108 873	0,6 %
MANDELPOTET	8,8 %	120 751	1,6 %
ASTERIX POTET	3,3 %	44 769	-1,5 %
BEATE POTET	3,4 %	46 595	-7,1 %
BAKEPOTET	1,4 %	18 797	-14,5 %
PIMPERNELL POTET	1,9 %	26 230	11,0 %
KERRS PINK POTET	0,6 %	7 859	-0,1 %
FOLVA POTET	0,1 %	1 006	-85,8 %
RINGERIKSPOTET	0,0 %	558	-16,6 %



5 om dagen

OFG sitt 5 om dagen konsept bygger på helsemyndighetens kostholdsbefalinger.

OFG har i 2011 plassert alle sine aktiviteter under paraplyen 5 om dagen. Målet med 5 om dagen er tydelig å få frem hvordan man skal få til 5 om dagen i det daglige kosthold.

Kommunikasjonene skal gjøres positiv, uten pekefinger, og gi forbrukerne en hjelp til å endre sine kostholdsvaner. Gjennom oppskrifter, tips og råd skal vi sette fokus på hele spisedøgnet hos folk og gi dem inspirasjon og motivasjon til å lage seg nye smarte vaner.

Smarte vaner er pay-off til 5 om dagen konseptet, og vi ønsker å vise hvordan folk gjennom nye smarte vaner kan øke sitt forbruk av frukt, bær og grønnsaker.



Alle OFGs aktiviteter er lagt opp mot 5 om dagen og spisedøgnet ut i fra at folks vaner er den største barrieren for et økt forbruk av frukt og grønt.

Skolefrukt har i den grad det har vært hensiktsmessig blitt koblet opp mot spisedøgnet- og "5 om dagen"-konseptet. Dette har skjedd i samråd med Helsedirektoratet.

OFGs fokus på at om man oppfordrer til å kutte opp frukt og grønt (kutt opp frukt til god hverdagssnacks og kutt opp grønnsakene til lettvinnt hurtigmat) har blitt videreført inn under spisedøgn- og "5 om dagen"-konseptet.

For gjennom hele året å få til inspirerende og spennende innfallsvinkler til hvordan forbrukeren skal nå målet om "5 om dagen" vil OFG bl.a. benytte de til enhver tid skiftende sesongene. Dette vil hovedsakelig bli ivarettatt ved knytningen opp i mot Frukt.no.

Det er mange veier til "5 om dagen": de ulike kommersielle aktører oppfordres derfor til å finne sin vei for sine kunder. Et viktig suksesskriterium er at det blir konkurranse mellom aktørene om hvordan de skal klare å ta sin del av det potensielle volumveksten hvis vi gjennomsnittlig skal konsumere 5 om dagen.

OFG gjennomførte i forkant av lanseringen av "5 om dagen"-konseptet presentasjoner for dagligvarekjedene. Det er ikke lagt opp til at "5 om dagen" skal presenteres likt i alle dagligvarekjeder. Det er viktig at konkurransen opprettholdes og at hver enkelt kjede finner sin vei mot 5 om dagen. Oppfordringen var derfor å ta forbrukeren på alvor å gå fra å være ensidig produktfokuserte til å bli løsningsfokuserte opp i mot forbrukernes spisesituasjoner. OFG har imidlertid lagt digitalt til rette for at aktørene skal kunne benytte logoer og materiell om ønskelig.

Flere av dagligvarekjedene utviklet egne konsepter for "5 om dagen".

REMA 1000s vei mot "5 om dagen".

MENYs vei mot "5 om dagen".

INNHOLD	100 g	100 g
Energi	389 kJ (93 kcal)	21% RDT
Protein	1,4 g	3% RDT
Karbohydrat	11,0 g	22,0 g
Av dem sukkerarter	10,5 g	21,0 g
Fett	0 g	0 g
Av dem mettede fettsyrer	0 g	0 g
Fibret	0,1 g	0,1 g
Salt	0,1 g	0,1 g

Tines vei mot "5 om dagen".

PR- og redaksjonelle samarbeid i 2014

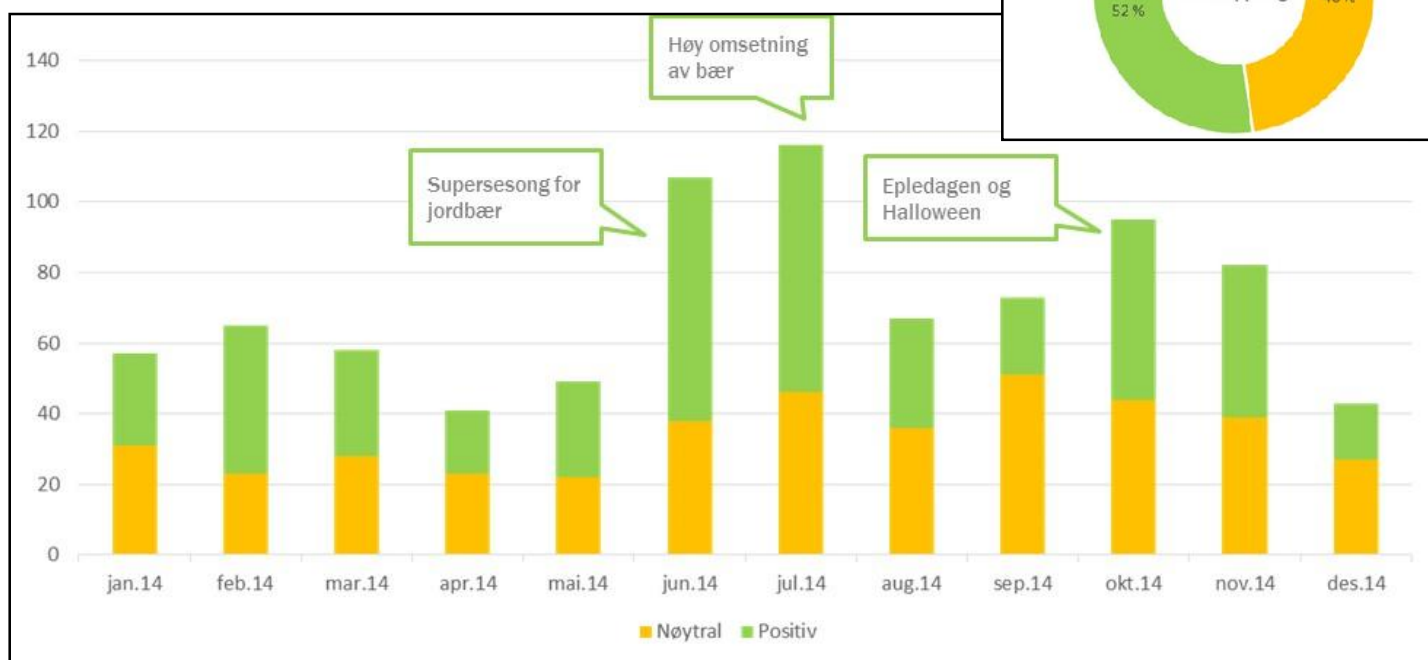
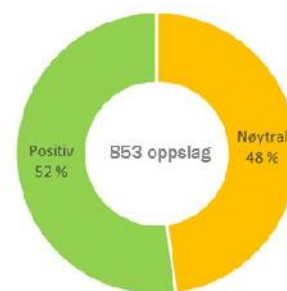
OFG sin posisjon som en objektiv og troverdig kommunikator for frukt og grønnsaker er sterk hos den redaksjonelle pressen. Man har gjennom mange år hatt et svært høyt antall redaksjonelle samarbeid pr. år; noe man også har hatt gjennom 2014. Det ser ut til at OFGs rolle som innholdsleverandør til den redaksjonelle pressen stadig er sterk.

OFG tilstreber å bli referert i de redaksjonelle samarbeidene man inngår. Det er likevel mange som benytter seg av OFG sitt innhold uten å nevne at vi står bak. OFG har valgt å ha en pragmatisk holdning til dette, da det til syvende og sist er budskapet om frukt og grønnsaker som er det viktigste.

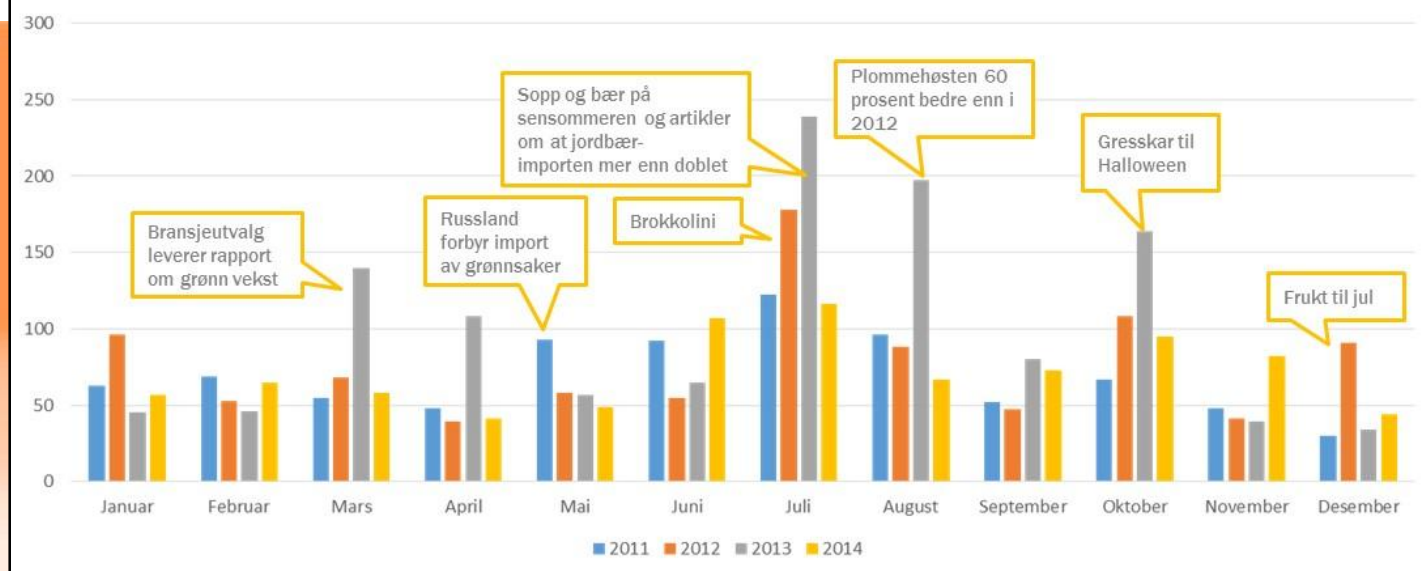
OFG benytter Retriever som samarbeidspartner for å følge med på hvordan kommunikasjonen går inn i de redaksjonelle mediene (papir, web og eter).

NØKKELTALL FOR 2014	
Antall artikler	853
Lesertall (millioner)	Ca. 91,5
Annonseverdi (millioner kroner)	Ca. 54

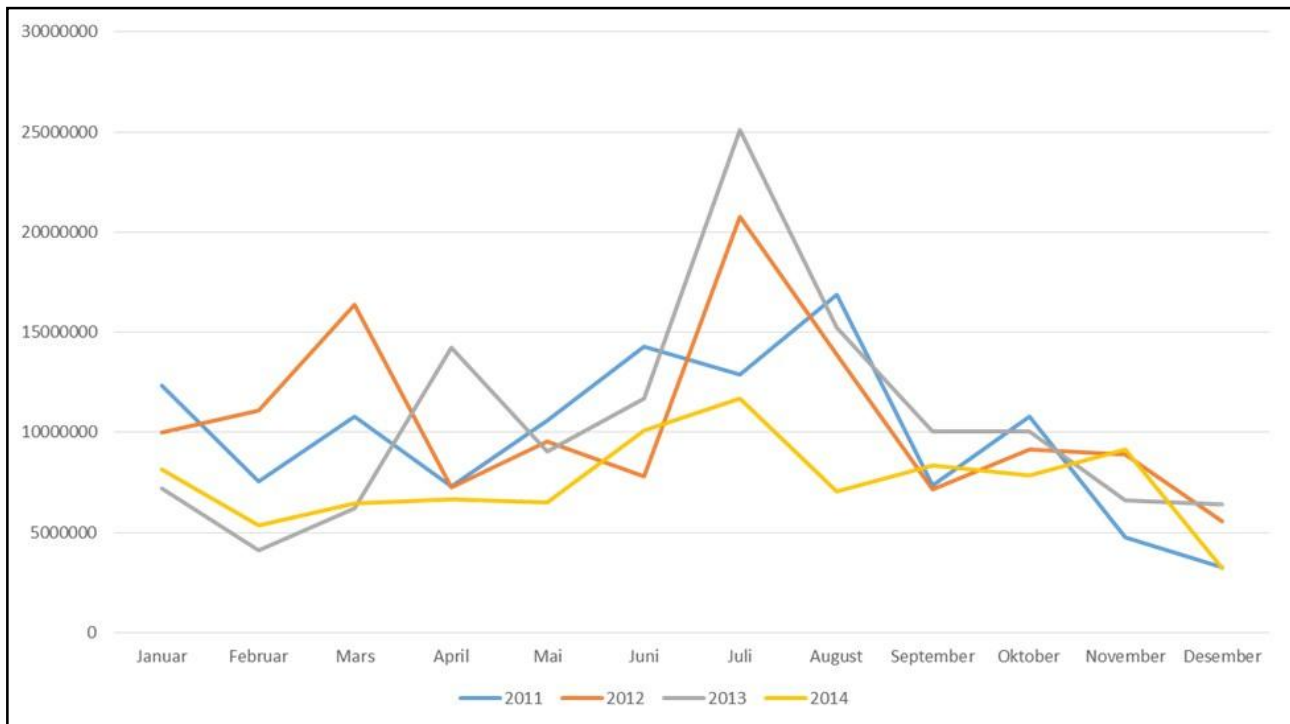
Tendensfordeling



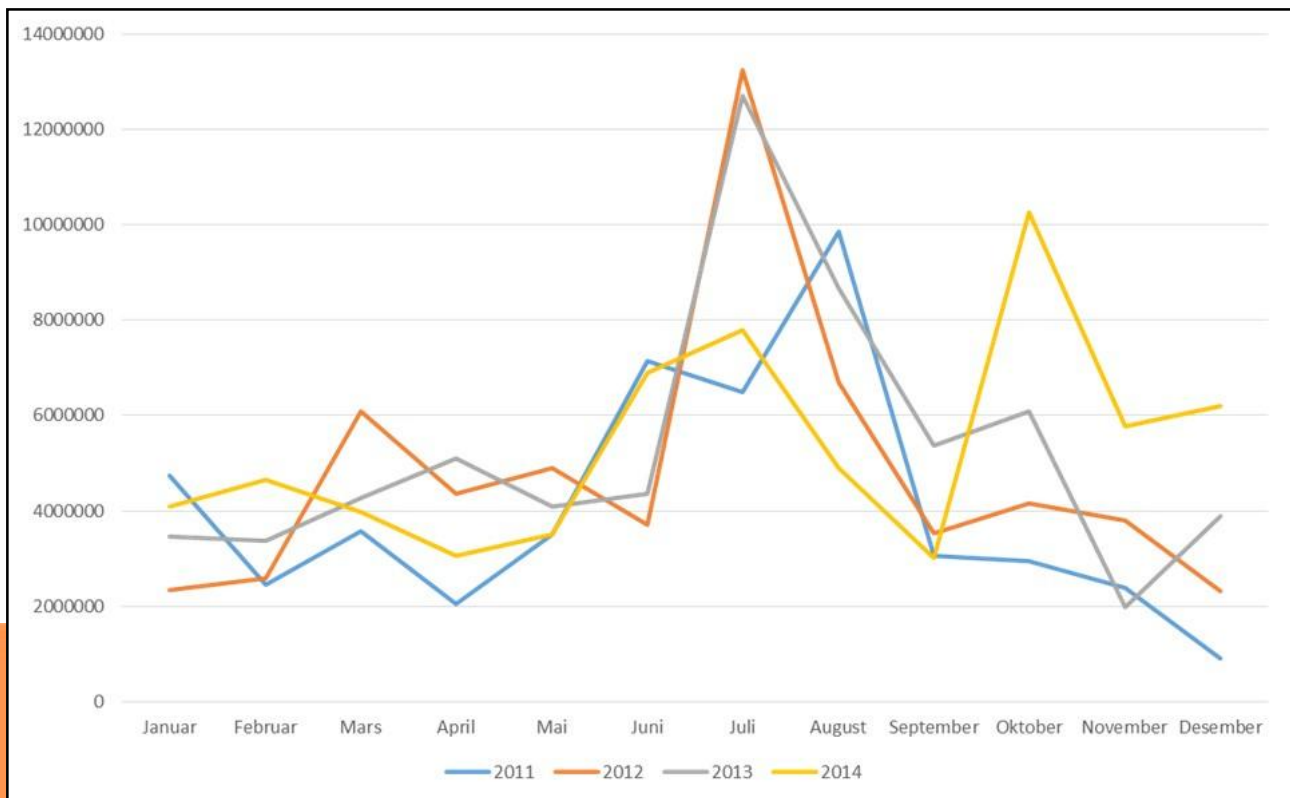
År	Januar	Februar	Mars	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Desember	Total
2011	63	69	55	48	93	92	122	96	52	67	48	30	835
2012	96	53	68	39	58	55	178	88	47	108	41	91	922
2013	46	48	145	108	57	65	239	197	90	164	39	33	1231
2014	57	65	58	41	49	107	116	67	73	95	82	43	853



Potensielt publikum



Annonseverdi



PR - Informasjon

Pressesamarbeid

2014 har vært et aktivt år med fokus på hele den grønne produktgruppen, men med et hovedfokus på poteter, rotgrønnsaker, agurk og blomkål, bær og epler. Mos av poteter og rotgrønnsaker har gått inn i mange av presseaktivitetene, samt i andre prosjekter.

Det har blitt gjennomført presseturer, samarbeid med dags-, fag- og ukepresse, innslag i radio- og TV, besøk på høyskoler, universiteter, festivaler, messer, foredrag, o.l. med presse tilstede gjennom hele året.

Mange medier setter oppskrifter, produktinformasjon, artikler, bilder, m.m. på trykk der stoffet er hentet fra frukt.no. En del av dette stoffet oppgis ikke å komme fra OFG, og blir da heller ikke registrert med i annonseverdien som pressestoffet har gitt.

Matblogger har blitt informert om produkter og aktiviteter fra OFG, og har også blitt invitert med på presseturer.

Omregnet til annonseverdi utgjør OFG sin pressedekning for 2014 ca. 54 millioner kroner. Oppslag og innslag i digitale medier, radio og TV er ikke medregnet i omtaleverdien.

Dagspresse

I 2014 ble det registrert 376 avisoppslag med referanse til OFG. Digitale oppslag er ikke inkludert. OFG har tatt kontakt med og blitt kontaktet av forskjellige aviser angående markedsituasjonen, produkter, oppskrifter, bilder, m.m., fortrinnsvis opp mot de enkelte sesonger. De mange presseturene har gitt pressedekning, likedan utsendte pressemeldinger.

Dagspresse henter i tillegg stoff fra frukt.no.

Det har blitt levert oppskrifter med bilde til hver ukes matspalte i Dagbladet og Nationen gjennom hele året.

OFG definerer sin oppgave som en kontinuerlig nøytral kompetanseleverandør. Det holdes hele tiden et sterkt fokus på forebyggende helse og et sunt kosthold med bær, frukt, grønnsaker og poteter, kombinert med betydningen av matglede. Sesongene følges og matgleden opp mot sesongene blir vektlagt.

Til Dagbladets faste Mattips-spalte er OFG en fast leverandør som ga 70 oppslag i 2014. Til Nationens faste matspalte Smak ble det 17 oppslag i 2014.



Ukepresse

Det er registrert 76 oppslag i magasiner, hvorav de fleste er resultat av samarbeid. De fleste samarbeidene har blitt gjort med de tradisjonelle bladene Hjemmet, Allers, Norsk Ukeblad, Foreldre og Barn og Familien. Oppslagene har fulgt årstidene. Samarbeidene har vært varierte, men salater, jordbær, bringebær, epler, nypoteter, vinterpoteter, rotgrønnsaker og løk har stått i fokus. I noen tilfeller har presseturer blitt fulgt opp med oppslag også i ukepresse, etter ønske fra næringen.

Grønne salater har fått oppslag i flere ukeblader. 4 og 5 helsiders oppslag på jordbær sto på trykk i samtlige ukeblader i sesongen, bringebær nesten det samme. OFG hadde samarbeid med Norsk Ukeblad om et eget, stort bær- og fruktbilag hvor alt om sylting, safting og hermetisering var presentert. 4 helsiders oppslag med rotgrønnsaker har fått synlige oppslag i samtlige ukeblader. Om epler hadde OFG 4 og 5 siders oppslag i alle store ukeblader, i tillegg andre medier gjennom en lang sesongperiode. Løk har fått oppmerksomhet, kål det samme. Glemmes må heller ikke at asparges, wok og smoothie også har fått sin oppmerksomhet i ukepressen.

I 2014 samarbeidet OFG med ukebladet Familien og Norges Bygdekvinnelag om en stor oppskriftskonkurranse over tema Fukt og bær. Norges Bygdekvinnelag satt rotgrønnsaker på arbeidsagendaen i 2012 og 2013. OFG støttet da opp under denne aktiviteten, bl.a. med en oppskriftskonkurranse i Familien. Responsen var veldig bra, oppslaget ble stort og Norges Bygdekvinnelag fulgte videre opp med å trykke en egen brosjyre med vinnerrettene. I 2014 og 2015 har Norges Bygdekvinnelag satt frukt og bær som sin arbeidsoppgave. Dette har OFG fulgt opp på samme måte som rotgrønnsaker tidligere. Oppskriftskonkurransen med Familien ble svært vellykket. Norges Bygdekvinnelag fulgte også denne gangen opp med å trykke en brosjyre med vinnerrettene på frukt og bær.

Ukepresse generelt henter stoff fra frukt.no.

Fagpresse

I 2014 er det registrert 28 oppslag hvor OFG har vært leverandør. Fagpresse er med på presseturer. Gartneryrket, Bedre Helse, Horeca, Aperitiff, Kjøkkenskriveren, Matindustrien, Smak, Handelsbladet, Dagligvarehandelen og Kapital har satt grønt stoff fra OFG på trykk gjennom året.

Radio og TV

OFG har blitt hørt i mange radioprogrammer gjennom året, spesielt i NRK. Salat, agurk og blomkål, granateple, tomat, søtpotet, gresskar og Halloween, klementiner og andre julefrukter har stått på agendaen i NRK Nitimen med flere innslag i samme sending. Jordbær, bringebær, blåbær, moreller, plommer og epler var fristende innslag i NRK Reiseradioen gjennom hele sommerperioden. Både NRK Nitimen og NRK Reiseradioen kunne melde om at 800.000 til 1 million lyttere fulgte disse sendingene. NRK regionavdelinger har fulgt opp OFG i mange tilfeller. OFG har vært i NRK Dagsnytt med sesonginformasjon og program om bær og grønnsaker i fryser. NRK P1+ laget intervju om Årets Grønne Kokk, lanseringen av Mathjelpen for foreldre til årets skolestart og innslag om Den Norske Epledagen. NRK TV, med både riksdekkende og regionale sendinger, har sendt innslag om årets jordbær- og bringebærsesong. TV 2 satte poteten tydelig på agendaen i høstens program Farmen. OFG deltok med potetinformasjon. I tillegg har det vært utallige innslag med OFG i lokale radiosendinger.



Nitimen og Aftenposten



Reiseradionen — epler

Fruktens Rolls-Royce



I dag spises det mer tomater i Norge enn noen gang. Men det tok lang tid før *Solanum Lycopersicum*, som er det latinske navnet, ble en naturlig del av det norske kostholdet. I 1855 var køene i Christiania lange da publikum endelig kunne få se en tomat på utstilling, og ikke lenger tilbake enn i 1970 var det kun én type tomat i norsk matbutikker.

500 år er gått siden spanskele introduserte tomater, som opprinnelig har sine røtter fra Peru, i sitt eget hjemland. Etter hvert spredte tomaten seg videre rundt i Europa. I Italia ble den først kalt som *la mela di galli*. I Frankrike kalte man tomaten *Kourghetepile*, og i England var det sir Walter Raleigh som forførte dronning Elizabeth både den første poteten og den første tomaten. Til Norden kom tomaten på 1600-tallet.

7.500 ulike tomatvarter dyrkes det i dag verden over. Her i Norge har vi kun produksjon av 15 sorter. Produksjonen er den minste i vekt, og bløtmaten er den største. Tomaten er egentlig en frukt, men betegnes som en grønnsak ettersom det er det vi bruker den som.

36.000 tonn tomater spiste nordmenn i 2012. Det gir et forbruk pr. person på over syv kilo. Tomat er nå vår mest konsumerte grønnsak, etter gulrot. Her i landet skjøt forbruket med mellom 15 og 20 prosent hvert år, og tomater er nå den produktgruppen som har bidratt mest til veksten i frukt og grønnsaker i Norge de siste årene. Voksten er også sterk i andre land. For eksempel er tomaten, sammen med potet og asiat, i dag den mest solgte grønnsaken i USA.

12.000 tonn tomater produseres i Norge. 80 prosent av den norske tomatproduksjonen finner sted i Rogaland. Men siden nordmenns forbruk av tomater nådde 36.000 tonn i 2013, målte det i for importen rundt 24.000 tonn. Norge importerer i hovedsak fra Nederland og Spania, samt noe fra Italia. I 2012 var importveksten av tomater på 4,5 prosent, mot 2011.

40 ulike tomatvarter er i dag tilgjengelig for norske forbrukere. De mest kjente sortene er såkalte runde tomater, grønne ligertomater, bløtmat, snøtomater, røde og gule cherrytomater, cherrytomater i kasse, dulcetonmat, kassatomater, plommetomater og økologiske tomater. Vanlig runde tomater og bløtmat står for omkring 60 prosent av det norske forbruket.

1,3 milliarder kroner var den totale anskaffelsesverdi av tomater ut fra dagligvarehandelen i Norge i 2012. Dette representerer en økning på 6,7 prosent fra 2011 til 2012.

Kilder: Borsia, NorgesGruppen, Opplysningsvesenetskontoret for Frukt og Grønt

Spis & Hall
september 2014

Kapittel 10014

Kapittel 10014

Kapital — Tomater.

Har du dårlig matlyst om morgenen, kan en smoothie være akkurat det du trenger.

Helgekos på 1-2-3

Supergode smoothies

Hva smaker vel bedre enn en iskald smoothie i sommervarmen!

Frisk vitaminsmoothie (1 glass)

Dette er en styrkende drikk, som inneholder helt naturlig kokos, krynte og ingefær.

- 1 1/2 dl frysede mangoderminger
- saft av 1 appelsin
- 1 dl kokosmelk
- frisk revet ingefær
- friske mynteblader
- 1-2 ss flytende honning

- Miks sammen mangos, appelsin-saft og kokosmelk.
- Smut til med flytende honning, og server i høye glass, gjerne med isbiter.

I stedet for blibær kan du bruke bjørnebær eller en blanding i denne smoothien.

Blåbær med sting (1 glass)

Fersk ingefær og litt honning er perfekte å blande med blåbær og syltet mælk. Server med dekorative pynt med blåbær og bjørnebær.

- 2 dl frysede blåbær
- ca. 1 ts revet fersk ingefær
- 1-2 ts honning
- 2 dl cultured eller kefirsmelk
- saft av 1 limebiter

Pynt:

- 1 grillpynt
- ferske blåbær og bjørnebær
- limedråper
- mynte

- Miks sammen alle ingrediensene i en mikser eller med stavmikser.
- Decorer på grillpynt. Sett en bit lime på kanten av glasset. Server straks.

Rødmande smoothie (1 glass)

Smoothie kan også lages helt uten yoghurt. Fruktjuice er en god erstatning. Tilsett gjerne litt ekstra isbiter!

- 1 dl frysede jordbær
- 1 dl frysede bringebær
- 2 dl eplejuice
- saft av 1/2 lime eller 1/2 sitron

Bland alt i en blender, og kjør til alt er godt blandet. Hell i glass, og pynt med skremmelshjeller.

Bringebær- og ripsryd (1 glass)

Den friske ripsen smaker deilig sammen med bringebær i denne smoothien.

- 1 dl frysede rips
- 1 dl frysede bringebær
- 1 ss kokosmelk
- ca. 1 ts honning
- ca. 2 dl yoghurt naturfil

Pynt:

- noen bringebær
- sitronmelisse eller mynte

- Miks sammen alle ingrediensene i en blender eller med stavmikser.
- Hell smoothien i glass, og pynt med bringebær og sitronmelisse. Server straks.

Altis 2014

Allers — Smoothies.

Altis 2014

Pressetter / pressekonferanse og tilsvarende aktiviteter

Supergrønnsaker

Årets første pressetter gikk til Nofima på Ås tidlig vinter. Der ble supergrønnsakene brokkoli, tomat og bær satt på agendaen forskningsmessig. Nofima har sitt hovedkontor i Tromsø og seks forskningsstasjoner rundt i landet, hvorav en er på Ås. Bioaktive plantestoffer i bær, frukt og grønnsaker med hovedvekt på brokkoli, tomat og bær ble belyst. Næringsverdi i grønnsaker og bær produsert langt nord er nå under forskning. Næringsinnholdet i maten omtales med "Den usynlige kvaliteten". God oppslutning og stor interesse over et høyst aktuelt tema. Interessen for grønnsakers helseeffekt er økende, og antioksidanter er noe som forbrukerne stadig vil vite mer om. God pressedekning. Pressemelding ble sendt ut.

Konkurranse årets Grønne kokk

Årets Grønne Kokk ble kåret under Storhusholdningsmessen på Lillestrøm tidlig på året. Pressekonferanse ble holdt. God interesse for grønn og kreativ mat. Det er en kjensgjerning at unge og dyktige kokker er med på å sette en standard for matutviklingen. God pressedekning. Pressemelding ble sendt ut. Arrangementet blir omtalt mer utfyllende i et annet avsnitt i Årsrapporten.

Årlig NM i frukt og grønt

NM i frukt og grønt for 2013 ble ferdig kåret rett før jul i 2013. Pressekonferanse med premieutdelinger ble avviklet tidlig på året 2014. Landbruks- og matminister Sylvi Listhaug var til stede. God pressedekning. Arrangementet blir omtalt mer utfyllende i et annet avsnitt i Årsrapporten.

Tomater

Miljøgartneriet på Jæren ble besøkt på våren. Her produseres det tomater og paprika i stor stil. Gartneriet har et areal på 77 mål, tilsvarende 12 fotballbaner, med 180.000 planter. Produsentene Kåre Wiig og Hallstein Aase tok imot. Rogaland er landets store tomatfylke med 89 % av den totale norske produksjonen. Det konsumeres hele 7,2 kg tomater pr. person årlig. Mulighetene for en økt grad av norsk selvforsyning er til stede. Tomater er den enkeltstående grønnsak som omsetter for størst verdi. God pressedekning.

26. November 2014 • nr. 38

BERUMSAVISEN

Populært med rotgrønnsaker

Rotgrønnsaker som beterr, kålrot, gulrot, knollselleri, persillerot, pastinakk, jordkåkk og pepperrot har blitt trendy.

Salget har økt kraftig i 2014. Ferske tallet fra Landbruksdirektoratet viser at lagerbeholdningen av rotgrønnsaker har gått opp siden i fjor, og for noen av sortene er beholdningene den største på ti år. Persillerot har gått opp med hele 141 prosent og knollselleri med 90 prosent, mens gulrotter øker med 3 prosent, som betyr rundt 1.500 tonn i volum.

– Vi har lange tradisjoner for å bruke rotgrønnsaker her i landet. De kan produseres over store deler av landet og har generelt god lagringsevne. De omtales i alle gjæst- anseelser, er billige, har et stort bruksområde og er delige på smak og svært næringrike. Og ikke minst så inneholder de naturlige fiber, vitaminer, mineraler, de gode kar-

bohydratene, sporstoffer og antioksidanter, sier informasjonssjef Britt Kläs i Opplysningskontoret for frukt og grønt.

TROR PÅ FORTSATT VEKST

I handelen meldes Bama om økning i salget på nesten alle rotvekster. Persillerot, neper og pastinakk har vært ansett god økning, men det er spesielt rotvekster som har gått til veks, med en økning på 90 prosent hittil i år sammenlignet med i fjor.

– Salget av rotvekster passerer snart 500 tonn, opplyser Espen Gulrotten i Bama, som har kjørt kampanjer med sine kunder på rotvekster i år, noe som, sammen med velstandskampanjen i ulike media, har bidratt til vekst.

– Vi ser fortsatt vekstmuligheter, så vi kommer til å øke produksjonen av norske rotgrønnsaker til neste år, legger han til.

GULROTEN FØRER AN

Gulrotten er i vinden som aldri før og trekker de andre rotgrønnsakene med seg. Nyere produkter som neglunetter, samt positiv omtale i media, gir en ekstra puff for den populære roten. Bama har hatt en vekst på 8

prosent på norsk gulrot i år, og kommer til å passere 20.000 tonn i løpet av noen få uker, mens Coop forventer at gulrot kommer til å vokse ytterligere i løpet av sommeren.

– Gulrotten er vår mest populære rotgrønnsak. Vi elsker gulrøtter og er faktisk verdensmestere i forbruk. Vi spiser hele 8 kg kg hver og en av oss gjennom året. Og de andre rotgrønnsakene følger etter. Rotgrønnsaker brukes jo gjerne sammen i matlagingen, sier Britt Kläs.

HAR JOBBET MED NÆRINGEN

Opplysningskontoret for frukt og grønt har gjennom en 4-5 års periode jobbet nært sammen med næringen om å øke folketilførselen for og friste til et økt forbruk av rotgrønnsaker.

– Dette har gitt resultater, og det er gledelig at vi nå ser en økning av disse fantastiske produktene, sier Britt Kläs.

Tekstfoto: Opplysningskontoret for frukt og grønt/fuktig



ROTGRØNNSAKER: Salget av rotgrønnsaker har økt, og spesielt er det gulrotten som fører an.

Bærumssavisen — rotgrønnsaker.

12. FEBRUAR 2015, ONSDAG • NR. 25 • 12015

LAG: RICHARDSON

Delikatessepoteter:

Smått er godt

Målet for Åsmund Bjertnæs og Øystein Høel er å bli hel-årsleverandør av norske poteter av høy kvalitet.

GRØNNSAKER

PR. H. H. H. H. H.

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER

GRØNNSAKER



svart-, lilla- og grønmål på Toten

Svartkål har vært en erfaring med, mens grønmål har vært i bruk i mange år. I Toten er det mange som dyrker disse sortene. Nå er tiden moden for å få disse sunne grønnsakene på kjøkkenbenken, sier Per Odd Gjertrug.

Totalleverandør av vanningsutstyr!

www.digvanning.no

TENK STRØMSPARING!
Totalleverandør av vanningsutstyr!
Hålsjøenmarkens veg 10

BRØDR. FREBERG AS
Tlf. 33 30 86 60 www.freberg.no post@freberg.no

svartkål, lilla- og grønmål

I Toten er det mange som dyrker disse sortene. Nå er tiden moden for å få disse sunne grønnsakene på kjøkkenbenken, sier Per Odd Gjertrug.

Superkål

Grønnkål, lillakål og svartkål ble presentert ute i åkeren hos produsent Per Odd Gjestvang på Toten sommerstid. Her har grønnkål lange tradisjoner, da den er nedtegnet i gårdsoversikter helt tilbake til 1700-tallet. Det er i dag foreløpig en liten norsk produksjon, men like fullt er produkter helt i tiden. God pressedekning.

Blåbær

Gurine Seland i Reddalen ble besøkt i august. Foruten potet- og kornproduksjon, har Gurine Seland og ektemannen satset på 16 mål med blåbærbusker. Hver busk kan gi 5 kg bær. Sesongen er fra midten av august til midten av september. I Grimstadområdet er det nå fire blåbærprodusenter som alle har stor tro på denne produksjonen. Blåbæromsetningen i Norge har fått en unik vekst på helt kort tid, som i den vestlige del av verden for øvrig. Blåbær oppfattes som et svært viktig sunnhetsprodukt.

Regnbuerøtter

Valborg Alhaug på Stange ble besøkt tidlig i høst i sin gulrotåker på Hegsvold Gård. Hun startet opp med produksjon av regnbuerøtter for tre år siden på 80 mål. Utviklingen har vært meget positiv. Hun produserer tre forskjellige søte sorter. Variert smak og farge og høye antioksidantnivåer er i tiden. På Hegsvold Gård produseres det gulrøtter for øvrig på 350 mål, både økologiske og konvensjonelle. Det var bladet Dagligvarehandelen som deltok.

Gulløye potet

Tromspotet arrangerte pressemottakelse på Senja og i Målselv. Det var Midnattsolpoteten Gulløye som sto i fokus. Anlegget på Silsand på Senja er Nord-Europas mest moderne potetsorterings- og lagringsanlegg. Det ble åpnet for nitten år siden. Mesterkokk Odd Ivar Solvold var hyret inn som kokte poteter på gass midt ute i åkeren. OFG var delaktig. God oppslutning og god pressedekning.

Delikatessepoteter

Små delikatessepoteter ble satt på agendaen hos produsentene Bjertnæs og Hoel på Nøtterøy. God oppslutning og stor interesse. Det viser seg, ikke bare internasjonalt, men også nasjonalt, at små og pene poteter blir i økende grad etterspurt. Hittil har det bare vært import av slike poteter. Nå begynner norske produsenter å komme i gang. Bjertnæs og Hoel har stor tro på denne produksjonen. De bruker sortene Asterix og Folva.

Blått i blått av blåbær i Reddalen

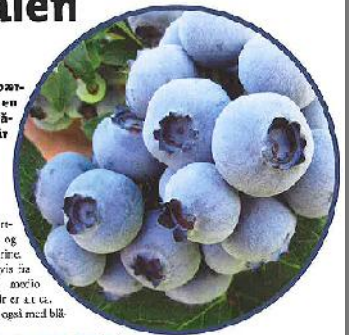
I 2006 plantet produsentparet Seland 3500 blåbærbusker. I 2013 omsatte de 2 tonn. I år beregnes det en omsetning på 4 tonn. Ektepåret Seland har tro på blåbærproduksjon nå. Ellers spøselen av bær øker år for år her i landet, ikke minst hva blåbær angår.

Britt Kåsin, OFG

Vi har 15 mål med blåbærbusker. Sier Gurine Seland. Disse buskene har mye produksjonsdyktige i 40 år framover og kan produsere en gj 5 kg bær, mer. Indopp, ligger vi på 3-4 kg.

Vi har for eksempel 7 sorter, dette for 3 år har vi holdt sorter som er best egnet for

på glasset. Hovedsortene er blue crop og Totto, sier Gurine. Sesongen er vanligvis fra midten august til midten september. Men i år er det u. u. u. tidligere, så også med blå-



Gurine Seland.

Gartneryrket — blåbær.

bær, så ut har vi startet opp med å plukke. Blåbærene er så velge og så gode på smak, så det er nesten en frykt for å se seg noli og plukke. Kvaliteten er perfekt, ja, smaken det samme, understreker Gurine Seland.

Eksperten er aktivt leides med poteter, bær- og gressproduksjon og 7.500 høner. Vi holder videlyst i klare å bli til en bærekraftig blåbærproduksjon. Vi er fire store blåbærprodusenter i Norge, de av oss holder til i Grimstadregionen, sier Gurine Seland som ser Canada optimistisk i møte.

Esten kan for eksempel ha gitt en til 3000 omsatte 1,4 mill. i 2013 og hadde en økonomisk vekt på 21,6 % blåbær av det ikke var en registeret omsatt på lenger tilbake enn til 2012. De ble omsatt for 2.528 tonn i 2013 og omsatt for 5.189 tonn. Det er en vekst på 100,26 %. Med andre ord har vi notert litt øyene opp for blåbærsmak og næringsverdi.

Blåbær er svært næringsrik, bla. på antoksidanter.

Regnbuerøtter er populære

Valborg Alhaug har gått i sin fars fotspor, nemlig å satse på kvalitetsgulrøtter. Men for tre år siden tok hun et nytt og innovativt steg, nemlig å satse på fargerike gulrøtter. Hun har mørk lilla, vanlige orange, gule og hvite sorter. Den slags blir det regnbuer av, må vite!

Britt Kåsin, informasjonssjef i OFG

De fargerike gulrøttene dyrkes i et godt egnet jordsmonn og klima på Stange på Hedemark ned mot Mjøsa. På Hegsvold Gård har de erfaringer med gulrotproduksjon helt tilbake til midt på 1960-tallet. Kunnskapen sitter i veggene.

Valborg har et godt forhold til navnet sitt. Hennes kjære bestemor Valborg var ei aktiv kvinne som kalte seg «gartnerske». Hun tok toget fra Stange og inn til Christiania på 1920-tallet for å selge sine egenproduserte grønnsaker til utvalgte restauranter og hoteller. En slik familiær arv borger godt for merkenavnet Valborg.



Valborg Alhaug med gulrøtter i mange farger.

Valborg kan fortelle at interessen er økende for regnbuerøtter. Årets produksjon beregnes til 150 tonn. Tilbakemeldingene er svært gode. Trenden for å bruke rot-

grønnsaker har nådd Norge for fullt. I USA og nedover i Europa har interessen vært stor i flere år. Det er snakk om å ta i bruk nasjonale og regionale produkter

I Lier tok epleprodusent Knut Eilert Sørnes imot presse da OFG inviterte. Høstens markedssituasjon og nyere form for epleproduksjon ble belyst. Nyplanting og også nyere sorter er i tiden. Fellespakkeriet i Lier ble også besøkt. Knut Amund Surlien, Gartnerhallen, tok imot. God pressemelding.

OFG samarbeidet om åpningen av årets lutefisksesong med poteter som ble markert på restaurant Gamle Raadhus i oktober. Mandelpoteter og Ringerikspoteter ble servert.

Midnattsolpoteten Gulløye sto i fokus i Bodø på høsten. Dagligvare og storhusholdning ble besøkt, og stoff i presse kom på trykk i etterkant. Gulløye er en 100 år gammel potetsort i nordnorsk jord. Den brukes nå i økende grad som et identitetsbyggende produkt i den nordlige landsdelen. Gulløye vil heretter også bli solgt som små delikatessevarianter og i ny emballasje.

Poteter på Hadeland var tema da ukebladet Allers ble med OFG for å lage et større oppslag som ble satt på trykk vinter 2015. Det var Majorsalm Gård som ble besøkt, Opplands nest største gård. Det var potetsorten King Edward som ble brukt. Nevnes bør at det er fra Majorsalm Gård den unike legenden Almsvarten kom, en av de mestvinnende kaldblodstravere i Norge. Poteter og hester har tradisjon for å leve hand i hand på Hadeland.

NM i sunn veimat ble avsluttet på høsten med pressekonferanse. Dette var et nytt tiltak i 2014. Aktiviteten blir omtalt mer utfyllende i et annet avsnitt i Årsrapporten.

Hele landets matmor, Ingrid Espelid Hovig, fylte 90 år i 2014. I den anledning inviterte regjeringen til bursdag. OFG var blant de inviterte. Pressen var tilstede.

Nationen — epler

VG — råd til oppbevaring av frukt og grønt.

Pressemeldinger

Pressemeldinger har blitt sendt ut jevnt fordelt gjennom hele året opp mot sesongene. De er sendt ut gjennom NTB, nyhetsbrev og lagt ut på Twitter. I tillegg har de blitt lagt ut på frukt.no. Ofte følges utsendte pressemeldinger opp med intervjuer både i NRK og i lokale radiokanaler.

Supergrønnsaker

Supergrønnsakene brokkoli og tomat forskningsmessig ble sendt ut i kjølvannet av pressetur til Nofima på Ås tidlig vinter.

Valentine

Fristende frukthjerter var tema i pressemeldingen som ble sendt ut til Valentindagen i februar.

Agurk

Agurk på menyen ble sendt ut rett etter påske. Da var de norske veksthusene fulle av agurker, og næringen ønsket bistand fra OFG.

Ny konkurranse

Utløsing av NM i sunn veimat.

Blomkål

Årets blomkål kom tidlig på markedet i 2014, som alle andre produkter. Næringen ba om at pressemelding måtte bli sendt ut.

Jordbær

Jordbær kom på markedet tidlig, og OFG sørget for å sende ut markedsinformasjon via pressemelding. Hver sommer lages det mye pressestoff på jordbær.

Bringebær

Bringebær er et produkt som har vært i kraftig økning de siste årene. Forbrukerne etterspør norske bringebær i økende grad. OFG sendte ut pressemelding ved siden av en del pressestoff for øvrig.

Moreller

Norske moreller er svært populære, og den norske forbruker ønsker seg en langt lengre sesong. Pressemelding ble sendt ut.



Allers — bringebær



Aperitif — epler

Støtte til aktiviteter rundt i landet

OFG har gjennom mange år støttet forskjellige produktaktiviteter rundt i landet økonomisk, det være seg festivaler, m.m.

Norges Bygdekvinnelag har hatt besøk fra OFG på flere av sine møter i lokallag med foredrag om rotgrønnsaker, frukt og bær, og hvor pressen har vært tilstede. Høgskoler og universiteter har hatt besøk med grønne undervisningsdager.

Helsesøsterkonferanser, barnehagekonferanser, m.fl. har hatt besøk av OFG med egen informasjonsstand.

Helsedirektoratet har hatt flere såkalte saltmøter gjennom året med presentasjon av deres kampanjer for å informere det norske folk om at saltinntaket må reduseres fra 10 til 5 g daglig. WHO's handlingsplan sier det samme. OFG har deltatt på disse møtene, og bruker det i informasjon om at grønnsaker, urter, chili, hvitløk, m.m. kan langt på vei erstatte saltbruken i det daglige kostholdet.

Gjøvikregionens utviklingsforum for levende landbruk hadde en stor samling på Valle videregående skole på Lena med lokal mat som en trend i fokus. En stor produsentsamling bestående av alt fra småskalaprodusenter til storprodusenter av poteter, gulrot, purre, kålrot, m.m. Det dreier seg om å få ut varene som lokale i markedet. Pressen og OFG var tilstede.

Fruktnæringen innkalte til fruktmøte i Drammen. Konklusjonen ble at norske forbrukere vil ha mer norske epler, vil fortrinnsvis ha nye sorter og forventer kvalitet. Kvalitet er helt avgjørende for næringen. OFG var tilstede.

Fårikålens kulturdag ble avviklet på Valle videregående skole på Lena. 155 elever, lærere, ordfører, fylkesordfører, m.fl. var samlet. OFG sto for åpningsforedraget med tittel Kål og poteter er kultur. Pressen var tilstede.



Norges bygdekvinnelag - tema rotgrønnsaker

Mat som tema under jubileum



Henrik Hustrup driver restauranten Teo Republic i Oslo og har et beist forhold til salt. Foto: Thomas Lien, Helsedirektoratet.

«Kunnskap er vårt viktigste krydder, og et av dagordene som Kost- og ernæringsforbundet liker å spre om seg med. Toril Gulbrandsen ønsker å gi et lite spark i hals kolkkestanden. Hun tror mange kokker bruker saltbassen som en svespute. Kjendis kokker og andre matambassadører bør også gå i seg selv og være bevisst på hva de formidler, mener hun. Nyttig så hun er video hvor en av våre mest kente kokker skulle løse pasta og uttalle at det nærmest ikke var grenser for hvor mye salt man burde ha i vannet. – Faglærte kokker har kunnskap og kjenner alle mulighetene på kjøkkenet. Derfor er det et fokusproblem å skulle ta i bruk hele smaksreportoiret. Ta utfordringen, gå amok, lek og eksperimenter, oppfordrer Toril Gulbrandsen.

Øynene opp for krydderurter

I følge Opplysningsvesenetsråd for frukt og grønt har nordmenn fått øynene opp for friske krydderurter. De siste 6-7 årene har forbruket mer enn doblet seg. I dag produseres det 7 millioner potter krydderurter årlig her i land. Det starter på 10 taller med basilikum og sitronmelisse. I dag er det en selvfølge å kunne velge mellom mange sorter i enhver frukt- og grøntavdeling. Norske produsenter dyrker nå over 20 forskjellige sorter: Kruspersille, dill, gressløk og basilikum er de største hva forbruk angår, men sitronmelisse og koriander ligger høyt i høi.

– Ved å bruke mer chili, lek og sitron og smaksette med friske krydderurter, kan vi med enkle grep redusere bruken av salt betydelig. Friske urter inneholder i tillegg antioksidanter. Og attåtill gir de vidunderlige smaker, sier Gulbrandsen.

Bare innenfor kantinekretsen produseres det millioner av multi-

Små grep for mindre salt

1. Det meste av saltet får vi fra industriprosessert mat. Derfor kan det å lage mat fra bunnen av ha mye å si for å redusere saltinntaket.
2. Så etter Nøkkehullsmørket i butik. Matvarermerket med nøkkehullet inneholder gjerne mindre salt enn andre matvarer av samme type.
3. Bruk råvarer eller bearbejdede matvarer med lite salt.
4. Saltinnholdet i ferdigmat kan tynges ut ved å tilsette for eksempel mer grønnsaker og poteter.
5. Smak på maten før du griper etter saltbassen når du lager mat og ved bordet. Tilsett salt litt av gangen. Ofte kan du bruke mindre salt enn det som står i oppskriften.
6. Ønsker du å sette mer smak på maten du lager? Erstatt saltet med sitron, pepper, og ulike eddik som hvitvins- eller kryddereddik og balsamico.
7. Maten kan også smaksettes med friske urter eller krydderurter som oregano, basilikum og persille. Lek, hvitløk, chili og grønnsaker med sterk egen smak som paprika og tomater fremhever også smaken hos andre råvarer.
8. Vær oppmerksom på saltinnholdet i produkter som buljong, soyasaus, æstersaus, pannaotta og blandingsskyrde.
9. Bruk vann som tørstekonk. Vann fra springen inneholder lite salt, mens noen typer mineralvann kan innholde betydelige mengder.

Kilde: Helsedirektoratet



Flere grunner til å fylle tallerkenen med grønnsaker er som nussikk i arene til Toril Gulbrandsen i Opplysningsvesenetsråd for frukt og grønt. Foto: Trine Kro

der i løpet av et år her i landet. For den eller de som kanskje svulst i kantine hver dag får det konsekvenser for hva som faktisk ligger på tallerkenene.

– Selve kosttanken for alt kantinearbeid må være at maten skal smake godt, så godt ut – og gjøre godt, oppfordrer Toril Gulbrandsen.

KJØKKEN, januar 2014 23

Helsedirektoratet - samarbeid om å redusere saltforbruket i Norge.

NM i frukt og grønt 2013

For syvende år på rad har OFG arrangert NM i frukt og grønt i samarbeid med bransjebladet Dagligvarehandelen og analyseselskapet Nielsen Norge. Hensikten med konkurransen er å motivere butikkene til å bli bedre på kvalitet og utvalg i frukt- og grøntavdelingene, slik at forbruker blir fristet til å kjøpe. På denne måten øker både salget og forbruket. Finalistene blir valgt ut fra høyest salgsandel for frukt og grønt i forhold til butikkens totalomsetning. Deretter blir butikkene nøye sjekket og vurdert av Nielsen Norge etter kriterier som kvalitet, utsolgtgrad og selgende miljøfaktorer.

Landbruks- og matminister Sylvi Listhaug kåret torsdag 13. februar 2014 vinnerne i NM i frukt og grønt 2013 hos MENY Røa i Oslo. Vinnerne var MENY Røa (Bredsortiment) og Ultra Colosseum (Hypermarked) i Oslo, Coop Extra Torsby (Lavpris) i Vennesla, og Coop Marked Syvde (Nærbutikk) i Syvde sør for Ålesund. Kåringen genererte mange oppslag i pressen deriblant førstesiden i Dagligvarehandelen og oppslag i aviser som Nationen, Troms Folkeblad, Vennesla Tidene, Synste Møre og Handelsbladet. I tillegg ble det flere ganger skrevet om konkurransen på Landbruks- og matdepartementets nettsider, i kjedenes internaviser og på sosiale medier.

Til sammen genererte konkurransen over 30 presseoppslag. Gjennom hele 2014 var det artikler opp mot konkurransen i bransjebladet Dagligvarehandelen. Blant annet var det intervju av Landbruks- og matminister Sylvi Listhaug, produsent Per Odd Gjestvang hos Vang Gård, matblogger Marit Røttingsnes Westlie (kjent som Fru Timian) og flere av vinnerne. En to-siders artikkel fra årets premietur kom også på trykk.

Premieturen gikk til London i slutten av mai og under oppholdet ble butikkene Waitrose John Lewis i Oxford Street, Whole Foods Market Piccadilly Circus og Tesco Piccadilly Circus besøkt. I tillegg fikk vinnerne oppleve Borough Market, som er et av verdens største matmarked.



Utvalg hva du kan gjøre med popp.

HANDEL
Fortsetter ufortrødent
Sylvi Listhaug fortsetter sin arbeid med effektivisering av både drift og organisasjon gjennom for fullt.
Side 6

Dagligvarehandelen
fransjens eneste aksept!

GRENSSEHANDEL
Coop dominerer
«I år har indreiser i grensehandelen, der administrativt designe Tom Andersen i Coop fått på side 10.

HANDEL
Natt og dag
Kjøper er i natt ganske annerledes enn som tidligere, det har butikkgjef Erik Rasmussen erfart.
Side 16

IDRETT
50 lag skal yte
Side 26

BUTIKKRUNDEN
Svak Meny på Tveita i Oslo
Side 12

UTLANDET
Øko-boom på BioFach
Side 12 og 14

NYHET
DOUBBLE Oreo
Arets store kjeks-lansering!
DOBBELT SA NYE KREMI!

Gull i grønt!
Landbruks- og matminister Sylvi Listhaug delte ut heder til Sidsel Ruud, avdelingsansvarlig i Meny Røa, som vant NM i frukt i klassen bredsortiment.
Se side 4

5. februar 2014, NRK 1, 19.00

NM i frukt og grønt: Smaken av norsk sommer

– Dersom folk skal kjøpe sunne produkter, så må de være tilgjengelige, det må være et godt utvalg og det må være enkelt for folk å spise dem ofte. Men først og fremst må de smake godt! sier Sylvi Listhaug.

KONKURRANSE
Hå. K. HANDELSEN
konkurransesjef i OFG

5 om dagen

HELE VEI RUTINE
Landbruks- og matminister Sylvi Listhaug var i Oslo for å kåre vinnerne i NM i frukt og grønt 2013. I tillegg ble det flere ganger skrevet om konkurransen på Landbruks- og matdepartementets nettsider, i kjedenes internaviser og på sosiale medier.

Uter i plukke bær
I år har i mange butikker uter i plukke bær blitt en populær aktivitet. I tillegg har mange butikker fått uter i plukke bær som en del av sin markedsføring. Dette er en god måte å øke salget på, og det er også en god måte å øke kundens kunnskap om frukt og grønt på.

Uter i plukke bær
I år har i mange butikker uter i plukke bær blitt en populær aktivitet. I tillegg har mange butikker fått uter i plukke bær som en del av sin markedsføring. Dette er en god måte å øke salget på, og det er også en god måte å øke kundens kunnskap om frukt og grønt på.

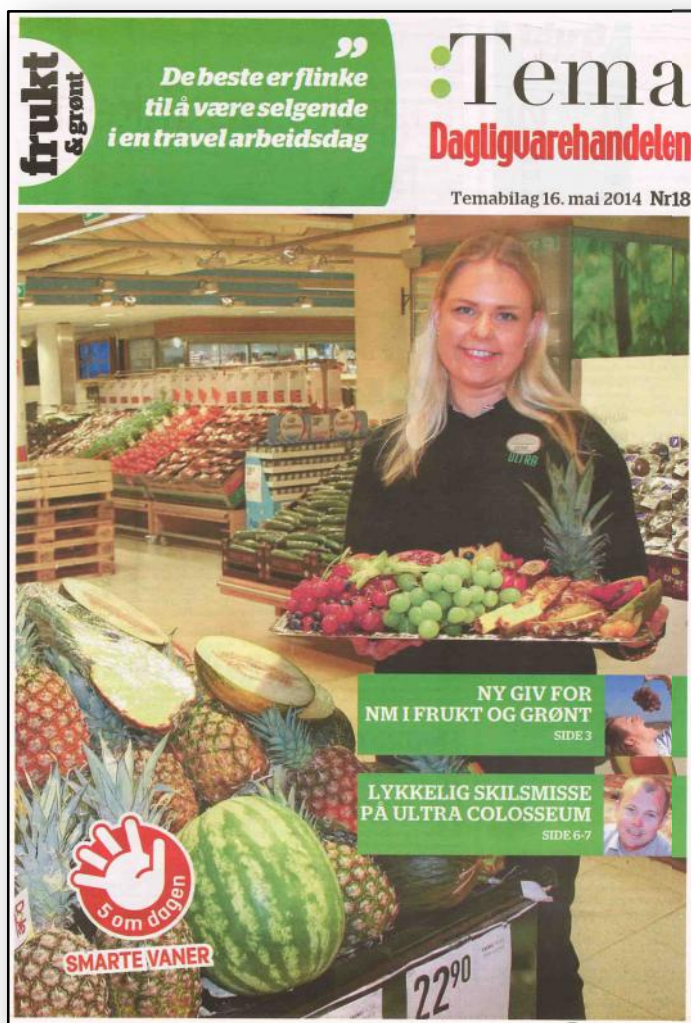
NM FRUKT OG GRØNT 2014

Dagligvarehandelen 90% av kjøpmennene påvirker forbrukernes produktvalg.

Temanummer på frukt og grønt i Dagligvarehandelen

OFG har i samarbeid med Dagligvarehandelen fått utgitt to redaksjonelle temanummer på frukt og grønt i 2014; et i mai og et oktober. Hensikten for OFG har vært å spre budskapet om 5 om dagen til de butikkansatte og inspirere hvordan kjedene kan hjelpe forbrukeren til å fylle handlekurven med frukt og grønt lik mengden som tilsvarer 5 om dagen. Den røde tråden har vært 5 om dagen - smarte vaner. Temanumrene har blitt svært godt mottatt, og har vært med å påvirke kjedene til å utvikle mer offensive strategier på frukt og grønt i løpet av 2014. Målgruppen er både kjedeledelse og frukt- og grøntansvarlig i butikk.

OFG legger opp til tilvarende temanummer i 2015.



Det ble gitt ut to temanummer om frukt og grønt i samarbeid med Dagligvarehandelen; vår og høst.

Mathjelpen for foreldre 2014

For 5. år på rad ble boken «Mathjelpen for foreldre» laget i samarbeid med Kagge Forlag. I årets utgave var det Geitmyra matkultursenter for barn som var avsender av oppskrifter og tips. OFG bidro med tekster om ulike grønnsaker, frukt og bær.

Bokens forord var denne gangen skrevet av Andreas Viestad, som er faglig ansvarlig på Geitmyra. Etterordet ble skrevet av ernæringsprofessor Rune Blomhoff.

Boken ble sendt til samtlige av Norges barneskoler til høstens skolestart. I tillegg til ett eksemplar til hvert barn, ble det sendt med et eksemplar til skolens helsesøster.

Totalt ble det sendt ut 77 000 bøker til skolene.

I tillegg ble boken solgt gjennom bokhandel og nettbokhandel, samt COOP, Posten, Narvesen, Meny og Rema1000. I 2014 var boken også for første gang tilgjengelig hos iBooks.

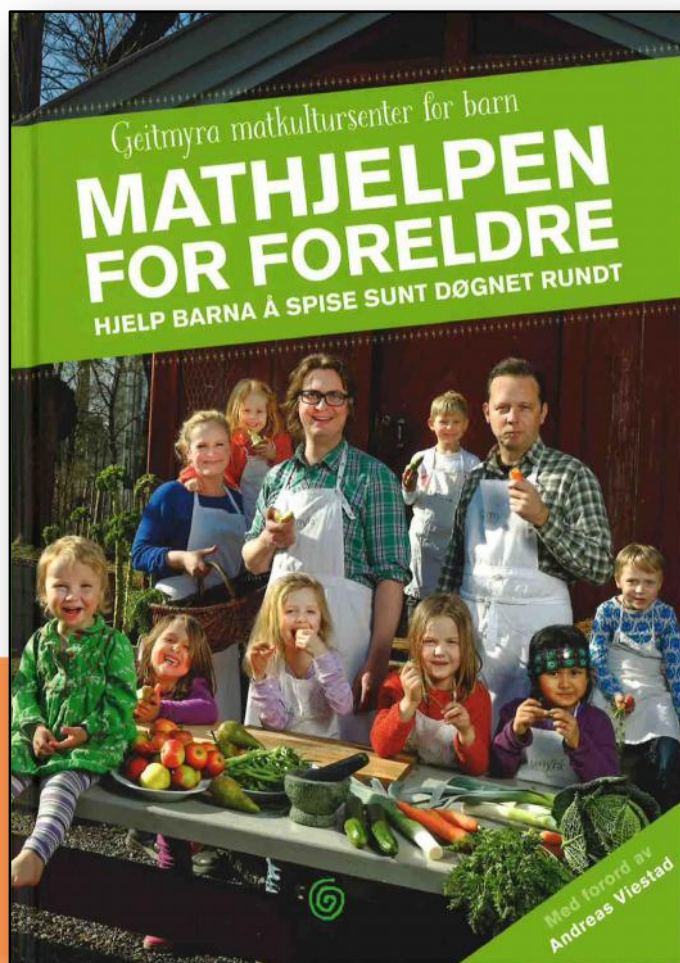
Det ble i oktober gjennomført en evaluering av boken blant foreldrene som abonnerer på skolefrukt. Formålet med evalueringen var å få tilbakemeldinger på hvor mange foresatte som hadde mottatt boken og hvordan de opplever boken.

1728 foresatte svarte på undersøkelsen.

3 av 4 foreldre med barn i 1. klasse kan bekrefte at de har mottatt boka. Det er flere enn i 2013, og på samme nivå som i 2012.

Konklusjon

Boka «Mathjelpen for foreldre» blir tatt meget godt imot av foresatte både når det gjelder mat- og ernæringsstoff.



«Mathjelpen til foreldre» ble delt ut til alle landets førsteklassinger første skoledag i august 2014 - 77 000 bøker. De ble oppfordret til å ta med boken hjem til mor og far. Boken er ment å være en inspirasjon på veien til «smartere vaner — Hjelp barna å spise sunt døgnet rundt; det er enklere enn du tror» - og 5 om dagen.



NRK — Hasle skole — Mathjelpen for foreldre



Bloggere og samarbeid 2014

OFG ønsker med bloggstrategien å spre sitt budskap gjennom bloggere. I 2014 har OFG valgt å samarbeide med noen utvalgte matbloggere.

Totalt har bloggere generert 19 651 besøk på frukt.no i 2014. 92 % av disse treffene er fra bloggere som OFG har avtale med.

OFG har i 2014 hatt annonser på Trines Matblogg, Mat på bordet, Fru Timian, Idefull, Passion for baking og Matbloggsentralen. Trines Matblogg er den mest besøkte matbloggen i Norge. Det ble annonsert for frukt.no på Trines Matblogg gjennom hele året. Totalt har 14 488 klikket seg fra annonsene og inn på frukt.no, og dermed var leserne til Trines Matblogg den 9. største bidragsyter av trafikk inn til frukt.no.

I tillegg til vanlig annonsering har matbloggere som Fru Timian og Mat på bordet, skrevet betalte innlegg om OFG på sine blogger.

OFG har valgt å jobbe tett opp mot Matbloggsentralen.no og deres medlemmer. Det er i overkant av 600 bloggere tilknyttet Matbloggsentralen. Det ble i flere perioder annonsert på Matbloggsentralen.no. I tillegg har Matbloggsentralen hver måned i perioden mai til desember publisert en artikkel med tema Månedens grønne, skrevet av OFG. Tema i 2014 var asparges, blomkål, bringebær, salatløk, betor, gresskar, løk og potet.

OFG har også kontakt med mange matbloggere som jevnlig mottar informasjon og invitasjoner til presseturer i OFG sin regi. OFG merker en positiv holdning ute hos matbloggerne og de viser en interesse for vårt arbeid.

MATBLOGGSENTRALEN

INNLEGG FRA KATEGORIEN MÅNEDENS GRØNNE



Månedens grønne: Potet
Egenskaper og næringsinnhold Poteten stammer fra Sør-Amerika, hvor den har vært dyrket i flere tusen år. De spanske erobrerne brakte den til Europa på 1500-tallet. ... [Les videre](#)

16. Desember 2014, Månedens grønne



Månedens grønne: Løk
Løken er en gammel kulturplante. Den tilhører familien Allium, som omfatter noen hundre arter. Løk ble dyrket av kineserne allerede for 3000 år siden og ... [Les videre](#)

13. November 2014, Månedens grønne



Månedens grønne – gresskar
Opprinnelse Man tror at gresskar har sin opprinnelse i Nord-Amerika. Arkeologiske funn viser at indianerne dyrket gresskar så mye som 5000 år tilbake i tid. Det ... [Les videre](#)

14. Oktober 2014, Månedens grønne



Månedens grønne – betor
Varebeskrivelse Det finnes mange ulike typer betor; gulbete, rødbete, hvitbete og chioggia (som er hvit og rød – kalles også polkabete). Men vi nordmenn er ... [Les videre](#)

16. September 2014, Månedens grønne



Månedens grønne – salatløk
Varebeskrivelse Den er stor og hvit, har setlig smak, og selges ferdig skrellet i enkeltpakninger. Løken er så mild i smaken at den kan spises ... [Les videre](#)

12. August 2014, Månedens grønne



Månedens grønne – bringebær
Varebeskrivelse Bringebærplanten stammer fra Midt-Asia og kom til Norden i begynnelsen av 1700-tallet. I Norge skiller vi mellom villbringebær som vokser i skogen og hagebringebær. ... [Les videre](#)

15. July 2014, Månedens grønne



Månedens grønne – blomkål
Varebeskrivelse Blomkål kommer opprinnelig fra landene rundt Middelhavet og Syria og Kypros regnes som opphavslandet. I dag dyrkes den over store deler av verden. Navnet ... [Les videre](#)

18. June 2014, Månedens grønne



Månedens grønne – Asparges
I samarbeid med Opplysningskontoret for frukt og grønt introduserer vi en ny spalte her på Matbloggsentralen, nemlig "Månedens grønne". Først ut er den eminente aspargesen! ... [Les videre](#)

13. May 2014, Månedens grønne

Kampanjeaktiviteter 2014

Potetmos/potetstappe

OFG har i 2014 satt fokus på poteter. Som en del av aktivitetene rundt poteter har det blitt fokusert på potetmos/potetstappe.

OFG mener at det å ha fokus på potetmos/potetstappe kan være med på å øke forbruket av poteter.

I løpet av høsten ble det gjennomført en oppskriftskonkurranse på frukt.no om den beste, mest spennende, raskeste og enkleste potetmosoppskriften. Konkurransen ble annonsert i egne kanaler som frukt.no, Facebook og Instagram, samt hos flere ulike bloggere.

Totalt kom det inn 60 bidrag til konkurransen. Bidragene kom fra hele landet og det var en jevn fordeling på kvinner og menn og ulike aldersgrupper.

Vinneren av konkurransen fikk 1 års forbruk av poteter i premie.

Alle innsendte bidrag ble premiert med en potetmoser og den nye brosjyren Moseboken.

Brosjyren Moseboken ble laget i høst. Den inneholder 6 oppskrifter på ulike moser, samt tips til hvordan man koker poteter. Brosjyren kan lastes ned digitalt fra frukt.no.

Brosjyren har også blitt integrert i våre utsendte barnehagepakker. Det er satt fokus på mos og stapper også i barnehagene. I tillegg til brosjyren Moseboken, har det blitt pakket en potetmoser i alle barnehagepakkene.



Facebook-kampanjer

Årets kampanjer på Facebook har gått i periodene mai-juni og september-oktober, samt i desember.

www.facebook.com/frukt.no

Kampanjen har bestått av post ads og page post link ads for både å promotere innhold på frukt.no sin FB-side, og samtidig drive trafikk til frukt.no.

Kampanjen var i størst grad rettet mot målgruppen kvinner 25-44 år, da det er denne målgruppen som responderer best på FB-siden til frukt.no. Page post-annonseringen genererer i tillegg flere følgere til frukt.no sin Facebook-side.

www.facebook.com/5omdagen

Kampanjene har vært like som for /frukt.no, men med fokus hovedsakelig på målgruppene menn og kvinner 25-44 år.

Våren 2014

I perioden 16.-30. mai ble det kjørt en kampanje for nykål, i samarbeid med enkelte nykålprodusenter. Kanaler; ukeblader, magasiner og digitale flater.

Dobbeltsider printannonser i Tara, Allers, Hjemmet, Familien og Programbladet. Digitale annonser på klikk.no, dinmat.no og vg.no. I forbindelse med kampanjen ble det laget nye bilder og nye oppskrifter til frukt.no

Det ble også annonsert hos flere store bloggere; trinesmatblogg.no, frutimian.no, matpabordet.no og idefull.no.

Frutimian.no og matpabordet.no skrev i tillegg betalte innlegg om nykål på sine blogger.

Det var også en oppskriftskonkurranse i samarbeid med Matbloggsentralen.no med fokus på nykål. Det kom inn 31 bidrag til konkurransen.

Resultater: Det var 2708 klikk fra annonsene i kampanjen og inn til frukt.no. I tillegg var det nesten 1000 som klikket seg fra annonsene hos bloggerne og inn til frukt.no. Totalt i mai var det 8772 klikk inn på ulike sider knyttet til nykål på frukt.no, både til artikler, leksikon og oppskrifter. I samme periode i fjor var tallet 510 klikk.

Det betyr en økning på 8262 klikk og 1620 %.

Juni-kampanje

I juni var det fokus på sommersalater. Tema ble tatt ut gjennom printannonser og digitale annonser.

Printannonsene gikk i; KK, Kamille, Tara, Henne, Stella, BoligDrøm, Lev Landlig, Vakre Hjem og Interiør, Mat & Venner og Mat fra Norge.

De digitale annonsene gikk på; Klikk.no, Aperitif.no, Godt.no og Dinmat.no.

Magasinene ble valgt ut med hensyn både på målgrupper og magasinenes image og miljøet for annonsenes plassering.

I tillegg ble enkelte magasiner valgt ut med tanke på en sterkere redaksjonell tilknytning.

Resultater: Totalt 3849 klikk fra de digitale annonsene og inn på frukt.no. I juni 2013 var det 7797 treff på alt om salater på frukt.no. I år var det 15 964 treff i samme periode, noe som er en økning på 8167 sider og 105 %.



Sommer 2014

Digital kampanje på jordbær i perioden 1.-31. juli.

På grunn av at jordbær har en svært god plass i stort sett alle redaksjonelle print-miljøer, ble det besluttet å kjøre en ren digital kampanje.

I forbindelse med kampanjen ble det laget nye bilder og nye oppskrifter til frukt.no

Kampanjen gikk på:

Aperitif.no, Klikk.no, Vg/godt.no og Dinmat.no

Resultater: 3827 klikk fra annonsene og inn til frukt.no. I juli 2013 var det 8667 treff på jordbær-relaterte sider på frukt.no. I år var tallet 19 897 treff i samme periode. Det er en økning på 11 230 sidevisninger og 129 %.

Høst 2014

Donald Duck

I forbindelse med skolestart ble det laget et annonsesamarbeid med Donald Duck. Donald har et trykkopplag på 93 000 og et totalt leserantall på 540 000.

Kampanjen hadde 4 deler. 1) En helsides annonse i Donald nr. 33. 2) et 8-siders bilag med matpakketips, middagstips og oppskrifter på smoothie i Donald nr. 34.

3) En oppskriftskonkurranse på donald.no.

4) En egen helside tegneserie om smoothie som OFG selv har kommet med ideen til og klart å få solgt inn til redaksjonen i Donald.

Julia og julia.no

Som et tillegg til kampanjen med Donald, var det en tredelt kampanje med Julia og julia.no.

1) En helside annonse i Julia nr. 12.

2) 3 helsider i et bilag om frukt og grønt med inspirasjon fra frukt.no i Julia nr. 13.

3) En oppskriftskonkurranse på julia.no og Julia sin Instagram-konto. Denne konkurransen fikk over 4000 likes og 160 innsendte smoothie-opskrifter.



Kampanje Høstfest

Kampanjeperiode 8.-28. september.

Kampanjen var en ren digital kampanje med annonser på:
Sol.no, dagbladet.no, aperitif.no, klikk.no og godt.no.

Resultater: Det finnes ikke sammenlignbare søkeresultater fra 2013 da Høstfest ikke har vært en del av frukt.no tidligere. Totalt var det 12 416 klikk fra annonsene og inn til et fastsatt søk på relaterte oppskrifter på frukt.no. Artikkelen Høstfest hadde 9985 visninger på frukt.no i september, noe som var den mest leste enkeltvisningen etter forsiden.

Supper

Som en forlengelse av kampanjen Høstfest ble det kjørt en digital kampanje på supper. Supper ble valgt som et samletema for å få frem årets rotgrønnsaker. Tema for kampanjen var; 10 supper du bare må smake.

Kampanjeperiode 10.-23. november.

Kampanjen var en ganske liten kampanje og gikk kun på dagbladet.no og godt.no

Resultater: 12 244 klikk på annonsene som førte inne til suppeoppskrifter på frukt.no. Totalt var det 36 656 visninger av suppe-relaterte sider på frukt.no i kampanjeperioden. Tall for samme periode i 2013 var 6315. Noe som er en økning på 30 341 visninger og 480 %.



Jul

Julekampanjen var tredelt.

Den første delen var en digital kampanje som gikk i perioden 26.11-7.12.

Kampanjetema var; 10 søte ting du kan spise til jul.

Annonser gikk på klikk.no/mat, [klikk.no mobil](http://klikk.no/mobil), [dagbladet.no tablet](http://dagbladet.no/tablet), sol.no og [sol.no mobil](http://sol.no/mobil).

Resultater; Totalt var det 21 742 klikk på annonsene og inn til frukt.no. Over 13 000 av dem kom fra [dagbladet tablet](http://dagbladet.no/tablet). Annonseren ledet inn til artikkelen Fargerik juleinspirasjon.

Den andre delen av julekampanjen var rettet mot de tradisjonelle juletilbehørene waldorfsalat, rødkål, surkål og kålrotstappe og gikk i hele desember.

Annonser gikk på aperitif.no, [dagbladet.no tablet](http://dagbladet.no/tablet), sol.no og godt.no.

Totalt var det 21 914 klikk fra annonsene og inn til frukt.no.

I desember hadde vi følgende treff på de ulike oppskriftene. (tall for 2013 i parentes.)

Kålrotstappe	19 892 besøk	(11 250)
Surkål	14 282 besøk	(8 214)
Rødkål	12 131 besøk	(9 199)
Waldorfsalat	12 333 Besøk	(9 384)

Den tredje delen var en kampanje med betalte søkeord på google.

Totalt var det 55 søkeord knyttet til både våre varegrupper generelt og til jul spesielt som hadde betalte annonser på google søk.

Resultater; De fleste søkeordene knyttet til jul, ledet til en artikkel på frukt.no som i perioden ble lest 25 152 ganger.



10 søte ting du kan spise til jul!

www.frukt.no



Opplysningskontoret
for frukt og grønt
frukt.no

... lager du selv!



www.frukt.no



Opplysningskontoret
for frukt og grønt
frukt.no

Frukt.no og sosiale medier

I 2014 hadde frukt.no 1 520 965 besøkende med til sammen over 4 millioner sidevisninger. Det betyr en økning på 10,5 % fra 2013. Den beste måneden var september hvor besøktallet stoppet på 172 376 antall besøk, som utgjør en økning på 17,7 % mot september 2013.

55,3 % av all besøk på frukt.no, kommer fra søkemotorene, såkalt organisk eller generisk søk. Dette bekrefter at å være digitalt synlige er veldig viktig, og som det tas høyde for med hver enkelt artikkel som legges ut på frukt.no.

Jo flere nettsider som linker til frukt.no, jo høyere rangert av søkemotorene. I januar 2014 er det 112 sider som linker til frukt.no.

Som tidligere er det også i 2014 oppskrifter som ligger som topp på listen over hva brukerne vil ha fra frukt.no. Søkeord endrer seg etter sesong, trender og årstider, men gjennom 2014 er smoothie, supper, wok, gresskar, nykål og søtpotet ord som folk har søkt hyppigst på.

Bildearkivet har i 2014 vokst med 400 bilder. I dag ligger det over 6.600 bilder her, og suppleres kontinuerlig.

Samarbeidet med bransjen om levering av innhold fra frukt.no fortsatte i 2014. Slike avtaler er gjort med Norgesgruppens profilvarehus Kiwi, Joker, Meny, Spar og Ultra samt flere Safari-butikker og Odd Langdalen Frukt & Grønt.

Frukt.no sin applikasjon for Iphone er i 2013 lastet ned 7 261 ganger fra App Store.

Frukt.no i pressen

Pressen har i 2014 tatt inn 364 artikler hvor frukt.no er oppgitt som kilde. Dette gjelder på web og i trykte medier. I annonseverdi utgjør dette kr. 14 026 258,- (Kilde: Retriever).

Sosiale medier

Å synes på sosiale medier som Facebook, Twitter, Instagram, m.fl. blir mer og mer viktig, og brukes bevisst av OFG. Frukt.no og/eller Opplysningskontoret for frukt og grønt som kilde er nevnt i disse mediene 965 ganger i 2014 hvilket er en økning på 48,4% fra 2013. For «5 om dagen» er det vanskelig å måle, da veldig mange bruker begrepet uten at det direkte er linket til OFG.

Opplysningskontoret for frukt og grønt har to Facebook-profiler og to Twitter-kontoer; én for Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG/ frukt.no) og én for 5 om dagen. Dette er valg for å skille mellom å gi brukerne oppskrifter og matlagingsideer (OFG) og generell informasjon om 5 om dagen.

Det er i 2014 kjørt tre perioder med Facebook-kampanjer på begge profilene; en i mai-juni, en i september/oktober og en i desember. Pr. januar 2015 har frukt.no 88 792 følgere. Dette er en økning fra 2013 på 23,3%. 5 om dagen har pr. januar 2015 15 004 følgere hvilket er en økning fra 2013 på 13,2%. Les mer om kampanjene under Kampanjeaktiviteter i Årsrapporten.

Twitter er en kanal det er verd å satse på. Dette er en arena hvor mange journalister, politikere og andre samfunns pådrivere befinner seg. Twitter-profilene frukt.no og 5 om dagen hadde hhv. 1.529 og 925 følgere pr. januar 2015.

Instagram er en bildedelingsside som blir stadig mer viktig, og da spesielt for den yngre garde. OFGs profil @5omdagen har hatt en stor økning av følgere i 2014, og blir fulgt av 4 443 personer pr. januar 2015. Dette er en økning fra 2013 på 109%.

Youtube-kanalen vår har også sine trofaste abonnenter. Våre 176 filmer, fordelt på oppskrift-, reportasje- og produktfilmer, blir bl.a. brukt i undervisning. Pr. januar 2015 er det 213 abonnenter.

Nyhetsbrev fra frukt.no

Å sende ut nyhetsbrev til frukt.no sine mange abonnenter er et nyttig verktøy å bruke for å informere og inspirere. Det sendes med jevne mellomrom ut nyhetsbrev til alle abonnenter. Det er vanlige forbrukere: (3 711 abonnenter) og 5 om dagen-barnehager (2.914 abonnenter) som er de største abonnentgruppene. Å samle e-postadresser til de forskjellige nyhetsbrevene gjøres på alle arenaer og konferanser hvor vi er representert med stander, men også i trykte hefter. Det går ut nyhetsbrev også til helsesøstre (159), barnehageforeldre (294) og folkehelsekoordinatorer (94).

- **Antall oppskrifter i Kokeboken: 1 432**

- **Antall bilder i bildearkivet: 6 600**

- **Antall følgere på Facebook: 88 792 personer/firmaer (pr. januar 2015)**

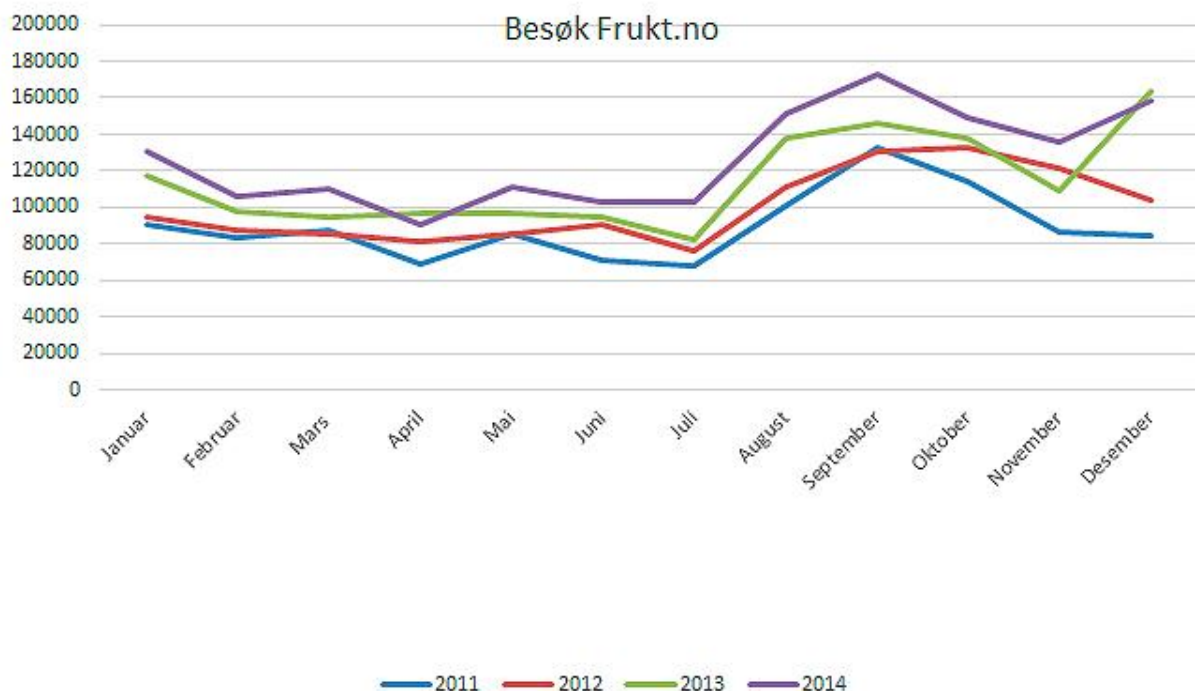


- **Antall følgere på Twitter: 1 529 personer/firmaer (pr. januar 2015)**



I tillegg til frukt.no sine sosiale mediekkanaler har OFG kanaler for 5 om dagen

- **Antall følgere på Facebook/5omdagen: 15 004 følgere**
- **5omdagen_smartevaner på Twitter har 925 følgere**
- **5omdagen på Instagram har 4 443 følgere**



5 om dagen barnehage



Barnehager er en svært viktig arena for forebyggende helsearbeid. Undersøkelser har vist at vaner er en av de viktigste drivkreftene for å spise frukt og grønt. De som blir vant til å spise frukt og grønt i ung alder, spiser også mer senere i livet. Pr. i dag er det hele 85 % av befolkningen som ikke spiser nok frukt og grønt (Norkost 3. mai 2012).

Helsedirektoratets undersøkelse fra 2012 viser at det gjøres mye bra, men at det er et stort potensiale med å øke forbruket av

frukt og spesielt grønnsaker i barnehagene i Norge.

Konseptet 5 om dagen-barnehage inspirerer og motiverer de ansatte og foreldre til å servere mer frukt og grønt til barna. OFG tilbyr gratis materiell til alle barn og barnehager, til lek og læring samt informasjonsmateriell til foreldre. Eget e-læringskurs er tilgjengelig for alle ansatte. Det sendes jevnlig ut nyhetsbrev med aktuelt barnehagestoff.

970 nye barnehager i 2014

Disse barnehagene har ca. 3 000 avdelinger og ca. 45 600 barn.

50 % av alle barnehagene er med. Totalt er over 3 300 barnehager med i 5 om dagen-barnehage. Disse har til sammen 150 000 barn. I Norge er det ca. 6 296 barnehager (SSB 2013), 47% er offentlige.

Godkjente barnehager

Barnehagene signerer en avtale med OFG i det de registrerer seg. Dermed forplikter de seg til å sette fokus på frukt og grønt, med bl.a. å servere oppkuttet frukt og grønt som en del av måltidene hver dag, informere ansatte og foreldre om 5 om dagen-barnehage, sende inn rapporter og at ansatte tar e-læringskurs.

E-læringskurs

Nytt oppdatert kurs ble lagt inn i mars 2014. Etter det er det over 400 registreringer. Over 3 400 barnehageansatte har tatt e-læringskurset. Hver kursdeltager registreres, og det er gode tilbakemeldinger på kurset — 9 av 10 er tilfreds eller svært tilfreds med kurset.



Fra en 5 om dagen barnehage.



Kanvas-festival for 1 000 barn i Frognerparken.



Kleiverud barnehage i Vestfold.



Bilder fra rapportene som barnehagene selv legger inn.

Ca. 3000 har tatt kurset pr 31.12 2013



E-læringskurset blir aktivt benyttet av barnehagene.

MATVANER. 85 prosent av oss spiser for lite frukt og grønt



Barna på Maritippen fruktet i frukt og grønnsaker. Jonas Hørmoe (5) kunne seg med appelsin, mens Lena Brønberg (4) og Joachim Gundersen (4) foretrakk seg med litt av hvert.

FOTO: HELENE LUNN VANNER

Fest med sunt snacks

Barna i Maritippen barnehage vant et festbord med frukt og grønt i alle farger og varianter.

KRISTIANSAND

– Det er jo frukt overalt og vi kan ta så mye vi vil, sier Jonas Hørmoe (5), ett av barna i Maritippen barnehage ved Tøngesnes i Kristiansand.

Gjennom konseptet «5 om dagen» for barnehager, som gjennomføres av opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG), ble Maritippen trukket ut som vinner av «som verdens fruktfest». Sist onsdag fikk de eldste barna i barnehagen virkelig friste.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

3000 MÅLTIDER

– Når vi vet at hvert barn spiser

FAKTA

Så mye frukt spiser vi
Per januar 2014 spiser hver innbygger i Norge per år:

• Grønnsaker: 30,7 kilo

• Frukt: 66 kilo

• Bær: 41 kilo

• Poteter: 18,2 kilo

KILDE: NORSTAT

rundt 3000 måltider i løpet av livet i barnehagen, er det ett å skjenke betydningen. Dette er kanskje de viktigste måltidene i livet, sier Toril Gulbrandsen, prosjektleder for 5 om dagen i barnehagene.

Hun ser en videre fordel med å etablere gode vaner tidlig.

– Om OFG kan bidra til at disse måltidene blir litt grønne og at barna blir vant til å spise mye frukt og grønt, vil det bety både for folkehelsen og for gode vaner gjennom hele livet. Det blir lettere å nå målsens om før, håndfuller med frukt og grønt hver dag. I dag spiser vi bare litt over halvparten, forteller Gulbrandsen.

På fruktfesten fikk barna smake og lukte på mange forskjellige frukter og grønnsaker. En minne i form av et pastell, en annen et retdisk smaker som pepper. Flere mente himlen luktet som pizza. Men de aller fleste var enige om at jordbær var favoritten.

– Det var kjempegøy. Jeg likte alt sammen like godt, sa Hørmoe etter en rekke smakspøver. Maritippen har vært 5 om dagen-barnehage i ett år og mener barna spiser mer sunt enn tidligere.

– Det har gitt oss stor inspirasjon i vårt arbeid med fokus på kostholdet. Vi er opptatt av hva som serveres, og har hatt stor glede av å være en 5 om dagen-barnehage, sier Warner.

VIL DOBLE ANTALLET
Folkhelseledere i Vest-Agder fylkeskommune, Oddmund Frøystein, roser satsingen på frukt og grønt i barnehagene.

– Det er viktig å påvirke til gode levevaner. For barnehagene kan dette være et godt hjelpemiddel til å sette fokus på kostholdet.

Alle trenger vi inspirasjon i hverdagen, sier han.

Gulbrandsen sier at målet nå er å doble antallet 5 om dagen-barnehager i Vest-Agder.

– Vi har 100 barnehager i Vest-Agder, og målet i løpet av høsten er å doble dette antallet, sier prosjektlederen.

OFG setter nå av 100 inspirasjonspakker til nye barnehager i Vest-Agder. De har en samlet verdi på over 150 000 kroner.

11211 ESPEN SAND

espen.sand@fylke.no • 95743023



FRUKTFEST. Barna i barnehage tok del i en stor fruktfest.

Fruktfest for ungane

■ Fem om dagen ■ Forebyggjande ■ Mange måltid

Anna: Frukter og grønnsaker er det beste maten barna til å spise.

– Det var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

Vann konkurranse

Alle som fikk vand på premiejakt fikk oppmerksomhet til å legge ut en oppsett med frukt og grønt på bordet. De som fikk vand på premiejakt fikk oppmerksomhet til å legge ut en oppsett med frukt og grønt på bordet.

– Det var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

Anna: Frukter og grønnsaker er det beste maten barna til å spise.

– Det var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

Anna: Frukter og grønnsaker er det beste maten barna til å spise.

– Det var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

Anna: Frukter og grønnsaker er det beste maten barna til å spise.

– Det var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.

En undersøkelse av Norstat i 2012 viser at 85 prosent av befolkningen spiser for lite frukt og grønt. Derfor satser nå OFG på å skape gode spisevaner i barnehagene. På landsbas finnes det i dag 2500 barnehager som regner som 5 om dagen-barnehager. I Vest-Agder deltar 100 av 238 barnehagene.

– Dette var en flott premie, og hvilken super sommerfest det ble! Festen er stor som for barna, og de har gledd seg lenge, sier pedagogisk leder Hele Linn Vanner.



Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett

Utdanningsforvaltning | Helse- og sosialtjenester | Kultur og fritidstjenester | Sosialtjenester | Fysisk aktivitet og idrett



Fylkesrådet i Sogn og Fjordane



Barna i Ve Barnehage i Øvre Åndal koset seg med frukt og grønt i barnehagen. Foto: Jan Egil Fjellstad/Sogn Avis

Grøn inspirasjon

Barnehage i Årdal vann fargerik fest fra Opplysningskontoret for frukt og grønt.

Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG), ynskjer gjennom sitt konsept «5 om dagen» barnehagene å motivere og inspirere alle barnehagene til å auke tilgjenge av grønnsaker og frukt.

En av barnehagene som har blitt inspirert av Ve Barnehage i Øvre Årdal. Det vart 5 om dagen-barnehage i høst og har laga ein rapport om korleis satsinga har utvikla seg. Av dei barnehagene som sendte inn rapport, vart Ve Barnehage trøkt ut som vinnar av «Fargerik fest» i Sogn og Fjordane.

Fargerik høstfest

Ein representant frå OFG var tysdag 4. november på besøk i Ve Barnehage, saman med folkehelseledarar Gry Tørvang frå Sogn og Fjordane fylkeskommune. Her blei det laga ein fargerik høstfest for dei eldste barna i barnehagen.

– Vi er veldig opptatte av hva som blir servert og vi har hatt stor glede av å være en 5 om dagen-barnehage. Maten og kompetansen er viktig, og det er viktig å bruke, sier pedagogisk leder, Ine Hillestad Aasen.

Inspirerte

For Aasen og resten av barnehagen har det vore til stor inspirasjon.

– Vi har blitt inspirerte til å arbeide videre med fokus på kosthold. Det er kjempegodt å bli gjort stas på, sier ho.

For barna i barnehagen var det spennende å sjå på alle fargane og smakane som vart laga av grønnsaker og frukt. Slengesur, sukkerterter, lilla gullterter og supersmoothie med jell og blåbær var noko av det som gjekk ned på høgst.

Viktig arena for smarte vanar

Barnehage er ein svært viktig arena for helsefremjende arbeid. Undersøkingar har vist at «venene» er ei av dei viktigaste drivkreftene for å ete frukt og grønt. Det som blir vant til å ete frukt og grønt i ung alder, er også meir vanane i livet.

Nytt materiell: Mons og Mona Aktivitetshefte

Mons og Mona aktivitetshefte ble sendt ut som et tilbud til de eldste barna i barnehagene via nyhetsbrev.

Samarbeidspartnere / markedsføring

Partnerskap med de rette instanser har vist seg å være meget nyttig for å få spredt budskapet om 5 om dagen-barnehage. Folkehelserådgiverne i fylkene, fylkeskommunene og kommunene, samt private barnehageorganisasjoner og helsesøstre er viktige samarbeidspartnere.

Intensjonsavtale med Fiskesprell

Intensjonsavtale med Fiskesprell ble forlenget. Den går ut på å drive gjensidig informasjon om hverandres konsepter. Begge har barnehager som målgruppe. Fiskesprell kurser ca. 400 barnehager i løpet av året og informerer om OFG sitt barnehagekonsept.



Samarbeid med Universitetet i Oslo (UIA)

Det er inngått et samarbeid med UIA i forbindelse med et forskningsprosjekt for å øke inntak av grønnsaker for 3-5 åringer; BRA-studien (som står for Barnehage, gRønnsaker og fAmilie). Forskningsprosjektet skal gå over 4 år. 90 barnehager med minst 10 familier fra hver, i Vestfold og Buskerud, skal delta. Prosjektet skal munne ut i to mastergrader, en på tiltak i barnehager og en på tiltak for familien samt en doktorgrad på hovedprosjektet. OFG bidrar med kompetanse, erfaring og materiell prosjekt 5 om dagen-barnehage.



UiO : Universitetet i Oslo

Nyhetsbrev til barnehagen

Nyhetsbrev sendes ut jevnlig med inspirasjon, informasjon og aktuelt stoff om hvordan barnehagen kan øke sitt forbruk. Det vises også til rapportene som har kommet inn.

Nyhetsbrev til foreldre

Foreldre får informasjon via styrer i barnehagen. Flere hundre har fulgt oppfordringen med å registrere seg for å motta nyhetsbrev rettet mot foreldrene.

Barnehagebesøk

Det trekkes jevnlig ut vinnere blant barnehager som legger inn rapport. De får et fargerikt besøk av OFG. Årets besøk har funnet sted i Rikeåsen barnehage i Oppegård kommune, Maritippen barnehage i Kristiansand kommune og Ve barnehage i Årdal i Sogn og Fjordane. Representanter fra fylket og kommunen, samt presse var tilstede på arrangementene.

OFG har deltatt på diverse barnehagesamlinger og arrangementer med foredrag og stand:

- Barnehage.no, messe på Lillestrøm for flere tusen deltagere.
- Helsesøsterkongress: Deltatt med stand og informasjon
- Barnehagesamling i Telemark: deltatt med stands og demonstrasjon på friluftseminar.
- Stavanger kommune: I samarbeid med Kokkenes Mesterlaug under WACS (Verdenskongressen for kokker) deltok OFG på to arrangementer for byen barnehager i sentrum.
- Kanvas: Deltatt på den årlige Kanvasfestivalen i Frognerparken og i Sandefjord.
- Bama fagseminar på Oslo Plaza: stand i samarbeid med Skolefrukt.
- Norsk selskap for ernæring: stand på deres årlige konferanse om barn og ernæring.
- Stand på Folkehelsekonferansen i Oslo.



5 om dagen idrett - fritidsareaen

Norges idrettsforbund har ca. 2 millioner medlemmer, 1 million er under 24 år og favner dermed en stor del av den oppvoksende generasjon. Det er viktig å sørge for å ha det sunne tilgjengelig i alle idrettskiosker, både i det daglige kiosktilbudet og ved cuper og andre arrangementer på alle fritidsarenaer. Undersøkelser viser at det selges for lite frukt og grønt og for mye sukkerholdige varer på slike steder. OFG bidrar til at denne trenden snur ved å dele ut gratis veiledning og materiell som gjør det enkelt å tilby oppkuttet frukt og grønt i begre ved en hver anledning.

Tiltaket virker

Over 2000 klubber/lag har benyttet seg av OFG sitt tilbud i løpet av de siste 6-7 år. Mange hundre rapporter viser at klubber og lag som er med, selger stadig mer frukt og grønt. Trenden er kommet for å bli. Informasjon om vårt tilbud går ut gjennom idrettsorganisasjonene, folkehelserådgiver, frivillighetsorganisasjoner og andre ressurspersoner. I 2014 ble det registrert ca. 20 nye klubber.



Diverse faglige arrangementer

Nasjonalt senter for mat, helse og fysisk aktivitet

Dette senteret ligger i Bergen og kalles Folkehelsesenteret.no.

I forbindelse med åpningen i oktober var det en to-dagers konferanse.

OFG holdt flere innlegg, både teoretisk og praktisk og ga informasjon om OFG sine prosjekter, bl.a. 5 om dagen-barnehage. Dette ble veldig godt mottatt.

Kantineseminarer

OFG har holdt innlegg på kurs for kantineansatte i den videregående skolen i regi av Sogn og Fjordane fylke og Rogaland fylke. OFG sitt e-læringskurs for kantiner ble presentert.

Helsesøsterkongress 2014

OFG deltok på den årlige Helsesøsterkongressen med informasjonsstand. Denne kongressen samler over 600 helsesøstre fra hele landet. Årets kongress fant sted i Stavanger. Helsesøstre er en viktig målgruppe når det gjelder å formidle OFG sitt budskap, spesielt rettet mot barn. Helsesøstre er spesialutdannede sykepleiere og når 95 % av alle foreldre til barn i alle aldre, samt barnehager, skoler og skoleelever. Helsesøstre er svært interesserte i å formidle hva OFG har å tilby sine målgrupper, da de ikke selv har kompetanse på ernæringsområdet.

Ny brosjyre rettet mot denne målgruppen, Glade barn med frukt og grønt ble, blant annet presentert der.

Undervisning på høyskoler og universiteter

OFG har forelest på fem høyskoler og universiteter for til sammen 220 studenter på fagene mat og helse, samfunnsnærings, idrett og ernæring og førskolestudiet. Disse studentene er en viktig målgruppe da de alle sammen, direkte eller indirekte, vil være OFG sine ambassadører i framtiden. De er opptatte av sunn ernæring og er alltid like begeistret over informasjonen om OFG sin virksomhet. Mange bruker stoff fra frukt.no i sine oppgaver.



Viste verdens lengste fruktfat

Lørdag ettermiddag var flere hundre skulelystne vitne til et verdensrekordforsøk foran Domkirken i Stavanger.

Disg-Henrik Fosse

Publisert: 05.jul.2014 16:33 Oppdatert: 05.jul.2014 16:34

Turen var lagt opp i samarbeid med Norsk Landbruksrådgiving i Nord-Trøndelag. På programmet sto besøk hos spennende produsenter av blant annet betes, sukkererter, pastinakk, løk, grønnkål, salater, rosenkål og jordskokk, i tillegg til omvisning på nye pakkerier og forsøksfelt. Det ble utvekslet gjensidig informasjon. NRK og lokalavisen var med og dekket flere av besøkene. En meget lærerik tur for alle ansatte i OFG.

Det var en vakker skue som ble lagt merke til av byens befolkning og kokker fra hele verden og Norge. De fikk en ide til hvordan man skal feire store og små begivenheter. Bordet fikk ben å gå på. Alt forsvant i løpet av en time.

[illegible]

Skolefruktordningene 2014

Fra august 2014 ble det én skolefruktordning for alle elever i grunnskolen (klasse 1.-10) i Norge. I perioden august 2007 til juni 2014 var det en gratisordning for elever på skoler med ungdomstrinn. Midlene til gratis Skolefrukt var en del av det totale rammetilskuddet til kommunene, og det fulgte en lov og forskrift som påla kommunene gratis frukt og grønt til elever på ungdomstrinnskoler. Den 12.6.2014 vedtok Stortinget å oppheve denne loven.

Skolefrukt ble fra august 2014 et likt tilbud for alle grunnskoler i Norge, enten ved en foreldrebetalt ordning eller at skole/kommune betalte for frukten slik at den ble gratis for elevene.

Foreldrebetalt ordning

Ved en foreldrebetalt ordning tegnes et abonnement for enten 1/2 år eller 1 år om gangen. Elevene får en frisk frukt eller grønnsak hver dag. Dette kan være eple, pære, appelsin, banan, gulrot, kiwi, nektarin eller klementin, avhengig av sesong. Noen ganger også mer eksotisk frukt som melon, ananas og druer, samt cherrytomater.

Tilbudet koster foresatte kroner 3,00 per dag eleven får frukt, og subsidieres av det offentlige med kr 1,- per frukt/grønt. Foresatte betaler kun for de dagene skolen har bestemt at det skal deles ut frukt/grønt og fra startdatoen på abonnementet til eleven.

Gratis for elevene

Kommuner kan fortsatt tilby gratis frukt/grønt til sine grunnskoleelever, dekket over kommunebudsjettet. Ved en kommunalt betalt ordning vil det kunne bestilles frukt/grønt til samme pris som til foresatte, dvs. kr 3,- inkl.-mva. Staten vil også her subsidiere frukten med kroner 1,-/stk. Det er mulig å justere fast bestilling og gjøre midlertidige endringer i løpet av semesteret.

Hvorfor skolefrukt

Satsingen på skolefrukt er et ledd i myndighetens ønske om å øke tilgjengeligheten av, og derigjennom forbruket av frukt og grønnsaker i befolkningen, med tanke på den helsegevinst som er påvist ved et høyt inntak av produkter i denne kategorien. Skolefrukt er også et verktøy for å oppfylle myndighetens retningslinjer for skolemåltid i den norske grunnskolen.

The advertisement features a green background with various educational materials. On the left, there are two booklets titled 'Jord BORD' (Earth Table) and 'Oppgavehett' (Assignment sheet). In the center, there are several circular icons representing different fruits and vegetables. On the right, a computer monitor displays the Skolefrukt.no website, which includes a large image of a carrot and text about the program. A small bee is flying towards the monitor. At the bottom right, the website address 'Skolefrukt.no' is displayed.

Nytt undervisningsmaterieill for 4. og 6. trinn!

Skolefrukt.no

Skolefrukt.no brukes som inngangsportal til bestillingssiden skolefruktsys.no, og i tillegg benyttes siden som en informasjonskanal mot skole, foresatte, elever og andre som er interessert i Skolefrukt.

Vi har også hatt fokus på å oppdatere siden ofte med aktuell informasjon og artikler for å skape en dynamisk side som vil kunne bidra til høyere oppslutning i ordningen både på skoleplan og elevplan.

Vi benytter Facebook, Twitter og Instagram som en inspirasjonskanal i tillegg til hjemmesiden. På Facebook har vi lagt ut temaer knyttet til frukt i skolen, kosthold og barn og generelt om frukt og grønt. Ved utgangen av 2014 hadde vi omtrent 2500 likere.

Viktige tiltak 2014

Anbudsrunde

Våren 2014 var det en anbudsrunde med rammeavtaler som skolefruktleverandør. Undersøkelser de siste årene viste at elever og foresatte oppfattet Skolefrukt mer positivt med nye spennende produkter som oppskåret frukt/grønt i pose/beger. Skolefrukt gjennomførte derfor en høringsrunde i februar 2014 der det ble bedt om innspill på Skolefrukts forslag til blant annet obligatorisk vareutvalg/kvalitet og distribusjon av spesialprodukter.

Basert på høringsinnspillene besluttet Skolefrukt at det likevel ikke vil bli stilt krav om at leverandørene måtte tilby samme type spesialprodukter. Leverandørene kunne følgelig tilby ulike spesialprodukter innenfor de ulike områdene det ble inngitt tilbud på.

Leverandørene spesifiserte en plan i tilbudet for det enkelte område med hensyn til hva de kom til å levere i løpet av skoleåret ("Leveranseplanen"). Leveranseplanene kunne være ulike i de enkelte områdene. Målet var at elever i hele landet skulle få bedre variasjon og mer spennende produkter, selv om tilbudet vil kunne variere lokalt.

Leveranseplanen inneholdt en beskrivelse av produkter med angivelse av type frukt/grønt, og antall ganger per uke/semester det enkelte produktet ville bli levert. Planen inneholdt alle produkter, både spesialprodukter og standardproduktene. I alt ble 12 leverandører godkjent som skolefruktleverandører.

Pris på Skolefrukt var ikke blitt justert siden oppstarten for over 10 år siden, og forut for anbudet ble det besluttet at pris skulle øke fra kroner 2,50 til kroner 3,- inklusive frakt ut til skolene og mva.

FOLK I FANA

FREDAG 31. JANUAR 2014 FANAPOSTEN 17

Se min kokebok!



SUNT LESESTOFF: Kristoffer Krakå Aga, Iben Grung og Malin Sigvathsen Schröder har sammen med flere andre elever ved Sørøstle skole laget sunne oppskrifter.

Foto: Kaya Meby Steen

SØREIDE: Iben Grung har dukket ned i en kokebok med hele seg. Barnefingre blir med lynets hastighet. – Se! Der er min! Min oppskrift!

Sammen med resten av tredje trinn på Sørøstle skole har Iben nettopp fått utdelt en kokebok av Prosjektleder i Opplysningsvesenetskontoret for Frukt og grønt, Tore Angelsen.

– Hva slags frukt liker dere best? spør Angelsen forsamlings- og en liten lyslugg med like lys stemme proklamerer høyt og tydelig at mango er favoritten.

– Mango? Den er jo veldig spennende, veldig god og søt, smiler Angelsen.

– Vanligvis er det eple som er favoritten, sier han og flere hoder nikker til enighet.

Sunn statistikk

Kokeboka er skrevet av elever fra hele Norge, og Sørøide kan skille med hele femten oppskrifter.

– Side 54, side 54, OG side 55! roper Iben mens hun gjør et iherdig forsøk på å stå i ro og samtidig informere alle rundt seg om sitt forfatterskap. Snart er hun omringet av en liten fangruppe.

– Oi, det så godt ut, sier en krølltopp mens han nikker iherdig.

– Men korfor har du med sånn derre lilla løk? spør sidemannen og rynker på nesetippen.

Krølltoppen dufter resolutt i kritikerens.

– Fordi det er sult vel! sier han og himler demonstrativt med øynene.

For superdupersunt skal det være. Målet med boka er å øke inntaket av frukt og grønt hos skolebarn. I vår arrangerte tredje trinn en «Fruktecup». Da ble de obligatoriske fem om dagen et iherdig fruktoppskrift. Alle frukter innbuds- måtte dokumenteres i dagboka og senere forskes på i form av søylediagram. Snart har de levd sunt, året rundt.

Hedersplass på rommet

– Jeg er så glad i valter, Mamma sa at vi ikke kunne lage valter hver dag, de var jo ikke sunne, så da lagde vi en oppskrift på grove valter, så nå lager jeg dem hver gang jeg har vært på trening, forteller Malin Sigvathsen Schröder.

Følge nieringen går valene ned på høykant i heimen.

– Jeg lager de i alle fall minst to ganger i måneden, og da lager jeg maaange, gliser nieringen.

Kamufflashe smoothie, fiskekake-boogie, August og bestefars dessert og pølser på fest med grønnsaker. Kjære barneoppskrifter har mange navn og boka ser ut til å allerede ha fått affeksjonsverdi.

– Hvor skal du ha din? spør to muselletter en hestehale ved siden av.

På nabbordet selvfølgelig. Mamma får ikke lov til å ha den på kjøkkenet, det er bombesikkert, geiper frøkna med hestehalen.

Middag for mamma

Hos åtte år gamle Kristoffer.

Krakå Aga har avokado- og baconsalat blitt stor suksess hos oppbavet.

– Mamma spiser den alltid til middag.

– Ikke du?

– Jeg nei. Jeg spiser fisk, elg, hjort eller rådyr. Rådyr er best.

– Så du har ikke smakt salaten din?

– Ehh, jeg har smakt baconet til mamma. Og tomat. Og salat. Så på en måte har jeg spist den, bare hver for seg.

– Alt bortsett fra avokadoen?

– Mener du de grønne lange? Ehh, NEI, svarer Kristoffer med overbevisning.

– Jeg synes grønnsaker er såå godt!, forteller Iben.

Hun fant ideen til «Iben og Tuva sin grønnsakssalat med rom-

medressing» da hun og «bestisen» skulle lage mat hjemme. Både rød-løk, brokoli og avokado er godkjent hos Iben. Klokka er bare ti på formiddagen, men Iben har effektivt nok middagen klar til hele familien. Oppskriften i alle fall.

– Jeg skal selvfølgelig hjem og lage DEN, sier hun og peker resolutt mot sine helt egne sidetall.

De små kokebokforfatterne skal foreviges og Kristoffer Krakå Aga bretter ut kokeboka i full bredde foran ansiktet.

– Hvis du tar boka litt ned så kan jeg se ansiktet ditt også.

– Nah, det er jo oppskriften som er viktigst, konkluderer åtteårin-gen med et smil.

Av Kaya Meby Steen
kaya@fana.no

MIN OG DIN: Det er stor stas å finne sin egen oppskrift i en helt ordenlig kokebok.

GUTTEN BAK BOKEN: Kristoffer Krakå Aga setter boka i sentrum.

Informasjon om ny skolefruktordning for ungdomstrinnskoler

I mai ble det sendt ut en stor informasjonskampanje til alle skoler med ungdomstrinn om at det ble ny skolefruktordning fra august 2014. Det ble laget egne konvolutter med «attention» rektor, FAU, elevråd og helsesøster og sendt til adressene til skoler med ungdomstrinn. I konvoluttene var det eget brev fra Skolefrukt med informasjon om ny skolefruktordning og vedlagt brosjyrer med samme tema. Det ble lagt vekt på å informere om at det nå var en abonnementsordning med foresatt betaling, men at kommunene/skolene også kunne kjøpe inn subsidiert frukt å ha gratis frukt/grønt for elvene.

I tillegg ble det informert om dette på hjemmesiden skolefrukt.no og i nyhetsbrev til skolene. Helsedirektoratet hadde bred omtale av «ny» Skolefrukt i sitt Nyhetsbrev til fylker og kommuner i desember 2014.

Fruktcupen våren 2014 ble videreutviklet fra 2013. Totalt ble 128 klasser påmeldt og totalt 52 klasser fullførte alle nivåene og var med i trekning av hovedpremier. Vi reiste ut til to av tre skoler som ble trukket ut og som vant 15.000,- kroner hver til klassetur. Fra ett av stedene ble det rapport på nettsiden til NRKs distriktskontor.

En undersøkelse blant de som deltok på Fruktcupen 2014 viste at forbedringene fra 2013 til 2014 ble lagt merke til. En tilbakemelding illustrerer dette: «De endringene som ble gjort fra 2013 til 2014 gjorde hele Fruktcupen enklere og mindre tidkrevende for lærer». Fruktcupen fikk også betydelig flere entusiaster (6 på skalaen) i 2014 sammenliknet med 2013, fra 19 % til 37 %. Det som ble likt var blant annet engasjerte og motiverte elever og fokus på frukt og grønnt. Merkene, det å jobbe mot målet og registrering på data var noe av det elevene likte med Fruktcupen.

Fra jord til bord ble lansert fra august 2014. Det besto blant annet av en film om gulrotens reise fra såing til Skolefrukt, samt et mer omfattende interaktivt opplegg om tomaten. Konseptets hensikt var å bidra til å nå kompetansemålet i Læreplanen (el hva det heter) - «fortelle om en utvalgt råvare og hvordan den inngår i matvaresystemet, fra produksjon til forbrukeren».

I tillegg til filmene ble det laget et oppgavehefte til elevene som klassene kunne få tilsendt. Meningen var at dette skulle stimulere til bruk av filmene og gi mulighet til å følge opp i etterkant. Oppgaveheftet inkluderte blant annet oppfølgingsspørsmål knyttet til filmene.

For at skoleansatte skulle bli oppmerksom på aktiviteten ble det laget helsides annonse i bladet Utdanning, samt at det ble sendt en mappe med informasjon til alle skoler samtidig med ranselposten ved skolestart. Mappen inneholdt informasjonsark til kontaktlærere for 4. og 6. trinn, samt et eksemplar av elevenes oppgavehefte.

Klassene som bestilte materiell fikk også med tomatfrø, samt tips for såing av tomater i klasserommet. I løpet av høsten hadde mer enn 200 skoleklasser bestilt materiell.

Kort og oblater ble lansert til skolestart for å forsøke å gjøre abonnementet mer attraktivt for elevene på ungdomskolene. Kort og oblat viste at elevene hadde betalt abonnement. Dette var tenkt i kantiner eller fruktbarer der elevene kunne hente frukt ved å vise kortet. I alt 15 skoler bestilte denne type kort med egen ranselpost rundt dette konseptet. En ringerunde i etterkant viser at flere av disse skolene ikke har benyttet kortene, enten på grunn av at de ikke har kommet i gang med Skolefrukt eller at de har valgt å bruke tradisjonelle elevlister i klasserommene. Så foreløpig har konseptet gitt begrenset effekt.

Matboks med spiseredskaper

En demo matboks med spiseredskaper ble utviklet og testet på 1600 elever ved barneskoler, som ble tilfeldig trukket ut, i Oslo, Akershus og Østfold. Elevene testet matboksene i løpet av november/desember, og foresatte og elever svarte på en undersøkelse i etterkant. Rapport på undersøkelsen vil være klar i januar 2015.

Informasjon/markedsføring

Ranselposten høsten 2014 ble utformet med informasjon på en ene siden av et A4 ark og timeplan på den andre siden. Ranselposten er den viktigste informasjonskilde for at foresatte skal melde elevene på Skolefrukt, og omtrent halvparten av foresatte nevner at de har fått informasjon om påmelding til Skolefrukt via ranselpost.

Det har også vært sendt ut jevnlig nyhetsbrev i hele 2014 og i alt ble det 21 utsendelser. Dette fordelte seg på skoler, leverandører og foresatte. Til foresatte har det vært fokus på påmelding og informasjon om skolefruktordningen i tillegg til ulike temaer. Fra nyhetsbrevene er det alltid linker inn mot hjemmesidene våre som skolefrukt.no, frukt.no og 5omdagen.com.

Det ble avholdt et felles møte i juni hvor leverandørene deltok og kom med konstruktive synspunkter og tilbakemeldinger. I tillegg deltok Henriette Johansen fra Skolefrukt på den årlige Helsesøsterkonferansen.

Tore Angelsen fra Skolefrukt deltok på åpningskonferansen for Nasjonalt senter for mat, helse og fysisk aktivitet 28.-29. oktober med to presentasjoner, én generelt om Skolefrukt og en hvor ulike tema som «fra jord til bord» ble presentert.

I slutten av januar skriver Fanaposten en helside om da Tore Angelsen besøkte en skoleklasse og delte ut en kokebok elevene hadde bidratt til. Angelsen uttaler seg også om skolefrukt til NRK Nordland i midten av februar.

Skolefruktsys.no

Administrasjonssystemet skolefruktsys.no blir stadig tilpasset for å gjøre det mer brukervennlig for skoler, foresatte og leverandører.

E-post med abonnementslister ved semesterstart

Skolene vil få e-post før første fruktlevering i nytt semester med oversikt over elevabonnentene. Ved nye abonnenter vil skolene få e-poster som inneholder to sett med klasselister, en med kun endringer og en med komplette klasselister. I den nye første e-posten i nytt semester vil disse to lister være like.

Årsak: Skoler ser at elevtallet er redusert, men vet ikke hvem som ikke skal ha/skal ha Skolefrukt. Skoler er vant med å få tilsendt lister på e-post, selv om de kan gå inn å finne listene i skolefruktsys.no.

Optimalisere nye plukklister og etiketter

En har et valg med en knapp nederst på Skriv etiketter og plukklister som heter: «Vis alle skoler fra pakkeri». Haker en av for dette alternativet kommer alle skolene opp, ikke bare de som har plukkdag.

Optimalisere nye plukklister og etiketter

En har et valg med en knapp nederst på Skriv etiketter og plukklister som heter: «Vis alle skoler fra pakkeri». Haker en av for dette alternativet kommer alle skolene opp, ikke bare de som har plukkdag.

Årsak: Fleksibilitet i uka etter lengre ferie, eksempel etter nyttår. De første dagene etter nytt år vil en ofte måtte justere på plukkdager manuelt. For eksempel vil plukkdag tirsdag 31.12. med levering dagen etter, onsdag 1.1, ikke være mulig. Da må dette justeres manuelt på en plukklister som for eksempel tas ut torsdag 2.1. Da ville det vært en fordel om alle skolene fra pakkeriet kom opp på lista, slik at en fikk med skolenavn, beskrivelse etc.

Bilder sammen med klager

Det er lagt inn mulighet for å kunne legge inn bilder sammen med klagen under brukstilfelle skolenotat.

Årsak: Bedre dokumentasjon på dårlige produkter overfor leverandører.

Fruktdager på skolen blir vist for foresatte

Ved bestilling av abonnement blir kalenderen vist for foresatte etter at klasse er valgt.

I tillegg vil foresatte kunne se dette under brukstilfellet «Vis status for abonnement» der foresatte kan sjekke status på sine abonnement

Årsak: Foresatte kan se hvilke dager eleven skal få frukt på skolen.

Automatiske beskjeder til ny og tidligere leverandør

Det sendes nå automatiske e-poster til nye og tidligere leverandører når ulike forhold inntreffer. Ny leverandør får e-post når:

- når leverandøren blir valgt av en påmeldt skole ved skifte av leverandør
- når leverandøren blir valgt av en ny skole
- når en skole melder seg på igjen etter å ha vært avmeldt og det er registrert en leverandør på skolen.

Leverandører som mister skoler får automatisk e-post om dette når følgende inntreffer:

- når en påmeldt skole skifter leverandør til en annen
- når en påmeldt skole meldes av.

Årsak: Leverandørene skal hele tiden være oppdatert på skoleskifter.

Bedre oversikt og mulighet for endringer på leverandør-skole koblinger

Det er utviklet en rubrikk der vi ser hvilke fylker og hvilke kommuner som er koblet til leverandørene med mulighet for å slette skoler i henhold til fylker og kommuner slik at vi slipper å slette hver enkelt leverandør-skole kobling.

Årsak: Vi får en mer rasjonell oppfølging av dette, og det vil også være lettere å ha en oppdatert oversikt for skolene over tilgjengelige skolefruktleverandører i deres kommune.

I tillegg har det blitt noen endringer på statistikken, nye tilpasninger og tekstendringer som følge av at den statlige gratisordningen opphørte. For eksempel er det endret tekster for skoler som kjøper inn frukt samlet for elevene. Teksten på menyknapp er endret fra Bestill gratis frukt til Bestill frukt – etterskuddsfaktura.

Resultater

Rene barneskoler (1-7 skoler)

Det var 48 % (797 av 1656) av 1-7 skolene i Norge som hadde Skolefrukt og hvor det var bestillinger av frukt høsten 2014. De fleste av disse var foreldrebetalte (ca. 90 %).

Høsten 2014 var det totalt 52.543 abonnement, som var en nedgang på 12 % fra høsten 2013. På de foreldrebetalte skolene var det 48 684 abonnement, som var en nedgang på 11 % fra året før.

Sammenlikner vi foreldrebetalte abonnement høsten 2014 med høsten 2011 og 2012 er det relativt samme antall. Høsten 2013 var altså spesielt vellykket. Antakelig var både ranselpost med bokbind, samt kampanje i sosiale medier en medvirkende årsak til spesielt god oppslutning høsten 2013.

I tillegg var det en skolestreik helt i starten av høstsemesteret 2014, og dette kan ha medført at noen foresatte ikke ville bestille på grunn av fare for at eleven ikke ville motta frukt flere dager (altså betale uten å få frukt).

Rene ungdomsskoler (8-10) og kombinerte skoler (1-10)

Denne type skoler hadde statlig gratis frukt i perioden høsten 2007 til våren 2014. Høsten 2013 var det omtrent 174.000 frukt/grønt som fast bestilling til skolene, og dette ble betydelig redusert i og med at gratisordningen opphørte.

Høsten 2014 var det omtrent 21.000 frukt på denne type skoler med ca. 15.000 frukt på kombinert skolene og 6.000 frukt på ungdomsskolene. Her var det flere frukt med gratis frukt til elevene betalt av kommune, skole eller andre, enn foreldrebetalte abonnement.

Evaluerings

En undersøkelse gjennomført av OFG våren 2014 blant ansvarlige for frukten på skolene viser at 83 % oppfatter kvaliteten enten som svært eller ganske bra. Dette er på nivå som tidligere år.

Når det gjelder holdninger til Skolefrukt er de fleste skolefruktansvarlige positive på vegne av elevene. De oppfatter at elevene setter pris på Skolefrukt, det er populært blant elevene og elevene lærer seg å spise mer frukt og grønnt.

En undersøkelse gjennomført av OFG høsten 2014 blant foresatte som abonnerer viser at de fleste foresatte og elever har positiv erfaring med Skolefrukt, og det som oppleves positivt er at det er godt med frukt på skolen, en får det hver dag og en får forskjellig frukt. Viktigste årsaker til at elevene er med på Skolefrukt er at de ønsker det selv og at frukt er sunt og godt.

Eple er den mest populære Skolefrukten. Blåbær og druer er ikke de mest vanlige skolefruktene, men er henholdsvis nummer to og tre i popularitet. På de neste plassene kommer banan og kiwi.



Opplysningskontoret for frukt og grønt

frukt.no

Postboks 187, Økern
0510 OSLO
Telefon: 23 24 94 00
Telefax: 23 24 94 11
E-post: post@frukt.no
Internett: www.frukt.no