

Faglig afrapportering - Klimakartoflen rykker ud til Klimakampen, Frugtformidlingen

Titel:

Klimakartoflen rykker ud til klimakampen

Projektansvarlig og deltagere

Projektansvarlig:

Frugtformidlingen,
Skjulhøj Allé 14 b,
2720 Vanløse,
CVR 30 55 97 54,
Tlf. 36 30 24 78, www.frugtformidlingen.dk

Projektleder: Nicoline Lund Gundtoft, Frugtformidlingen, 60 19 55 05, nicoline@frugtformidlingen.dk

Deltagere: Tilde Hurup Hansen, design og look, partner i Frugtformidlingen
Trine Krebs, indhold, partner i Frugtformidlingen
Lokale formidlere, timelønnede medarbejdere i Frugtformidlingen
Kristine Sloth, selvstændig influencer med over 350.000 følgere, forfatter og foredragsholder
Samarbejdspartner: Klimabevægelsen i Danmark, Fridays for future.

Resume

Projektets formål:

At vise kartoflens mange potentialer lige der, hvor de unge er mest engagerede nemlig i den spirende grønne ungdomsbevægelse, som laver positive aktioner for bæredygtighed over det ganske land – for at sikre kartoflens fremtid, som en moderne hovedingrediens i fremtidens bæredygtige måltid -og dermed fremtidens afsætning.

I efteråret 2019, deltog Frugtformidlingen i udvalgte klimastrejker i København, Aarhus og Odense, i projektet Klimakartoflen rykker ud til klimakampen. Vi deltog i 6 klimademonstrationer.

Målet var at få den yngre målgruppe i tale, til en dialog om klimavenlig husholdning og kartoflens rolle i mere klimavenlige måltider. Til klimastrejkerne mødte Frugtformidlingen op med to formidlere, samt en ladcycel med en enkel kartoffelret. Serveringerne var et godt trækplaster, for at få de unge klimaaktivister i tale.

Til hver klimastrejke har vi uddelt ca. 600 serveringer, samt været i snak med endnu flere og været synlige i strejkerne og marcherne med skilte, jakker med budskaber og cykel med skiltning. Vi samarbejdede med influencer Kristine Sloth, som med sin kartoffelstory nåede ud til over 30.000 følgere på Instagram.

Projekts faglige forløb

Ønsket effekt af projektet:

Vi bilder os ikke ind at vi lige knækker kartoffelkurven hos de unge lige med det samme – men vi tror også på at hvis vi viser os der, hvor kartofflen står så stærkt, nemlig i klimakampen – der, hvor de unge er, så er der en meget åben kanal for at de unge ser kartofflen på en ny facon. Så ja, vi tror på at vi kan være med til at gøre kartofflen til hovedingrediens i unges bæredygtige mad – i samarbejde med alle gode folk i branchen, som vil kartofflen.

Projektets milepæle:

Foråret 2019

- Indledende kontakt til forskellige ngo'er med klima på dagsordenen.
- Netværk inden for grønne ngo'er.
- Indsamle datoer og lokationer for kommende klimaaktioner.
- Udarbejdelsen af visuel identitet til projektet.
- Finde samarbejdspartnere til leje af ladcykel og madfremstilling.

Efterår 2019

- Deltagelse i 6 klimaaktioner i København, Aarhus og Odense
- Samarbejde med Kristine Sloth – influencer, om at formidle budskabet til den unge målgruppe

Frugtformidlingen har i efteråret 2019 deltaget i 6 klimademonstrationer i landets tre største byer. Set-uppet har været enkelt og let afkodeligt med to formidlere, en ladcykel, skiltning og smagsprøver. Det har betydet at vi har været mobile og kunne følge med til klimamarchen og rykke rundt efter flowet af deltagerne. Det lette set-up har understøttet budskabet om klimavenlighed, og pirret nysgerrigheden hos deltagerne.

Vi oplevede stor interesse for at tale med os, samt at høre bevægegrundene for vores deltagelse.

Generelt for dialogerne oplevede vi, helt forventeligt, at der var en stor kendskabsgrad. Alle kender kartofler! Og overraskende nok mente mange at de spiste kartofler jævnligt, hjemme hos dem. Det kan måske skyldes at kartoflerne betragtes som en normal del af vores måltider, til trods for at mængden er dalende.

Dog oplevede vi at der er stort potentiale i at inspirere forbrugerne i den store variation der er mulighed for med kartofler, både indenfor sorter og den kulinariske brug i køkkenet.

Kartofflen er fantastisk! Folket vil den gerne – men har glemt den. Vi håber virkelig at alle kartoffelavlere vil gå sammen om at lave en moderne hjemmeside med smukke opskrifter og fotos, en meget stram pr-

strategi og så ellers en vilje til at være til de events, hvor professionelle madfolk og privatister i evighed og til stadighed får kartoflen serveret med glæde, velsmag og kærlighed.

Dette kunne gøres ved at benytte sig af forskellige mediekkanaler, med særligt fokus på de kanaler hvor de unge engagerer sig (instagram, youtube, etc.) gennemsamarbejder med udvalgte influencere/bloggere/vloggere der har mad og bæredygtighed som deres fokusområder. Være til stede, hvor de unge er og inspirere alle, som laver mad, til at huske kartoflen. Den bliver ikke efterspurgt – men gæster og spisere, bliver glade, når den er der. Vi tror rigtigt meget på en flerstrengt strategi, hvor kartoflerne hele tiden, skal være på tæerne for at placere sig og blive husket, det hvor private og professionelle tager beslutninger om dagens måltid. OG det er et langt sejt træk, for kartoflen er røget lidt ud af bevidstheden. SÅ i virkeligheden, handler det her om at blive ved og blive ved med at inspirere til lækker moderne klimavenlig og sund kartoffelspising på så mange kanaler, som vi sammen overhovedet magter.

Offentliggørelse:

Medieeksponering Til klimastrejken den 20.9.2019, havde vi (efter godkendt ændringsanmodning, hvor vi ændrede samarbejdspartner ift. ansøgningen, med det formål at nå bredere ud til unge) indgået et partnerskab med influenceren Kristine Sloth der har 366.000 følgere på Instagram og YouTube.

Hun lavede en story på Instagram i 3 sekvenser under #klimakartoffel, opfordrede sine følgere til at dele deres opskrifter/bedste retter med kartofler herunder. Yderligere opfordrede hun til deltagelse i klimastrejken, hvor hun selv deltog ved den første klimademo i København med uddeling af kartofler og klimabudskaber.

Hendes story nåede i gns. 35.011 instagramkonti, #klimakartoffel fik 1910 interaktioner.

Klimastrejkerne i tal:

20.9.2019, kl. 12.00-14,00

Rådhuspladsen, København

5.000 deltagere

27.9.2019, kl. 12.00-14.00

Ofelia Plads, København

5.000 deltagere

11.10.2019, kl. 16.00-18.00

Rådhuspladsen, København

10.000 deltagere



29.11.2019 – Green Friday

Odense kl. 10.00-13.00: 1.000 deltagere

Aarhus kl. 10.30-13.00: 2.000 deltagere

København kl. 12.00-15.00 : 3.500 deltagere

Til hver klimastrejke har vi serveret ca. 600 smagsprøver, samt været i snak med endnu flere og været synlige i strejkerne og marcherne med skilte, jakker med budskaber og cykel med skiltning.

5.12.2019 Klimapåmindelsen, Christiansborg, Trine Krebs holdt en kartoffel- og grøntsagspeptalk, hvor hovedbudskaberne var grønne fællesskaber og flere grønne måltider med glæde.

Screenshots fra Kristine Sloth

