



Omdømmemåling

— produsenter av frukt, bær,
grønnsaker og poteter

Rapport, november 2025

Tore Angelsen

03.07.2026

Om undersøkelsen

- Undersøkelsen ble gjennomført ved bruk av Questback, dvs. spørsmål og svar på **Internett**.
- **Målgruppe:** Produsenter av frukt, bær, grønnsaker og poteter
- Liste over produsenter av frukt, bær, grønnsaker og poteter ble kjøpt inn fra **Landbrukets Dataflyt SA** i **2021, 2023 og 2025**. Det ble også gjennomført en undersøkelse i 2019, men da ble utvalget hentet inn fra ulike produsentorganisasjoner.
- Totalt ble det sendt forespørsel om deltakelse til 2296 respondenter, og fikk vi svar fra **435 produsenter** som enten har hovedansvar eller delansvar for driften på gården/produksjon av frukt og grønnsaker. Det gir en svarprosent på **19 %**.
- **Feltperiodene**
 - 28. oktober til 11. november 2025.
 - 16. oktober 2. november 2023.
 - 5. november til 17. november 2021.
- **Hovedformål** med undersøkelsen var å kartlegge produsentenes oppfatning av Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG). Mange av spørsmålene var identiske med spørsmål ved forrige målinger.
- Ansvarlig for gjennomføring og rapport: Tore Angelsen, OFG.

Oppsummering (i)

- Produsentene har **svært høy tillit til OFG**, noe som har vært stabilt over tid.
- OFG oppfattes som troverdig og viktig for å øke kunnskap og forbruk
- Produsentenes kjennskap til og oppfatning av OFG sitt bidrag til forbrukslyst har vært stabil fra 2021 til 2025.
- Det er flere produsenter som mener OFG har bidratt til å øke folks kunnskaper om frukt og grønt i 2023 og 2025 sammenliknet med 2021
- Produsentene er positive til OFG – men kjenner ikke godt nok til hva OFG faktisk gjør.
 - Det forklarer også hvorfor de få negative tilbakemeldingene nesten utelukkende dreier seg om **manglende synlighet**, ikke misnøye.
- Høy eksponering gir mer positive holdninger til OFG.
- Produsentene er mer optimistiske i 2025 enn i 2023 mht. markedet
- Kjennskapen til konkrete tiltak som Grøntløftet er moderat – potensial for mer synlighet.

Oppsummering (ii)

- **Et nytt bransjenettsted treffer et behov – men ikke hos alle**
- Produsentene som er interessert i et nytt faglig nettsted, etterspør:
 - **Markedsinnsikt, statistikk, norskandel og importoversikt**
 - **Fagartikler og verdikjedeinformasjon**
- De få som er uinteressert, sier primært:
 - **Tidsmangel/ «Ikke relevant for meg»**
 - **«Det finnes allerede nok steder»**
- Dette viser en klar sammenheng:
- **Større produsenter og de med markedsambisjoner ønsker mer innsikt.**
- **Mindre produsenter prioriterer ikke mer informasjon.**

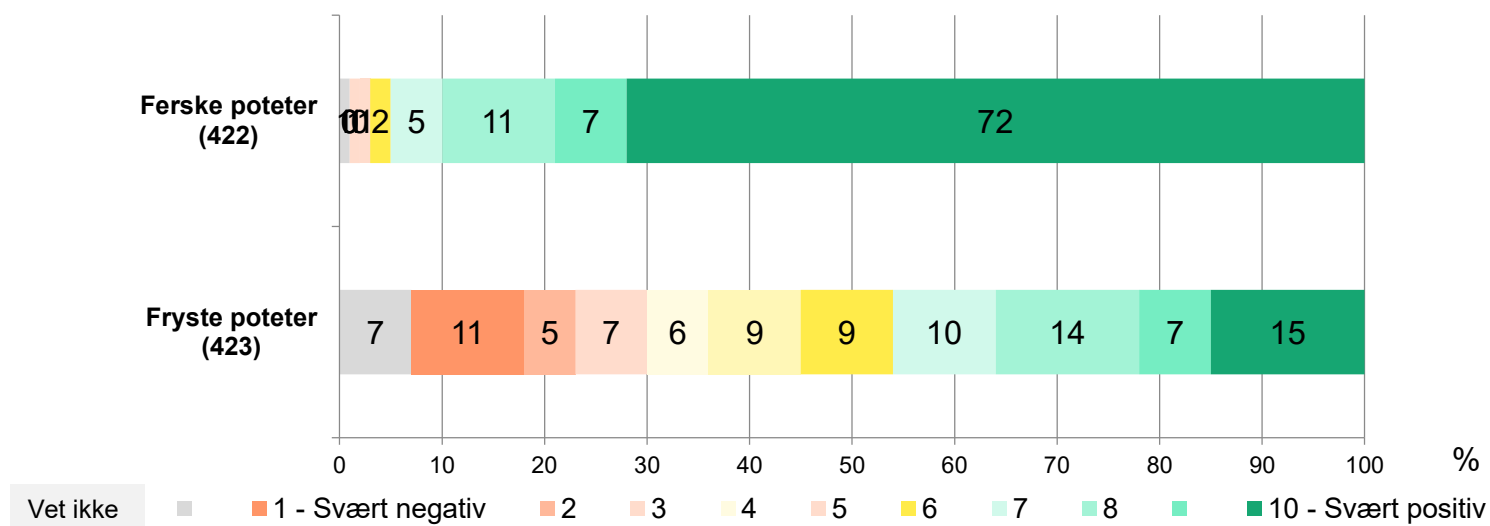
HVOR POSITIVE PRODUSENTENE ER TIL PRODUKTENE SINE



Positivitet til poteter

Produsentene er svært positive til å spise ferske poteter, og klart mer positive enn å spise fryste.

Spm: Når du tenker på alle varianter og egenskaper av ferske/fryste poteter. Alt i alt hvor positiv eller negativ er du til å spise ferske/fryste poteter? Svar på en skala der 1 er svært negativ og 10 er svært positiv.

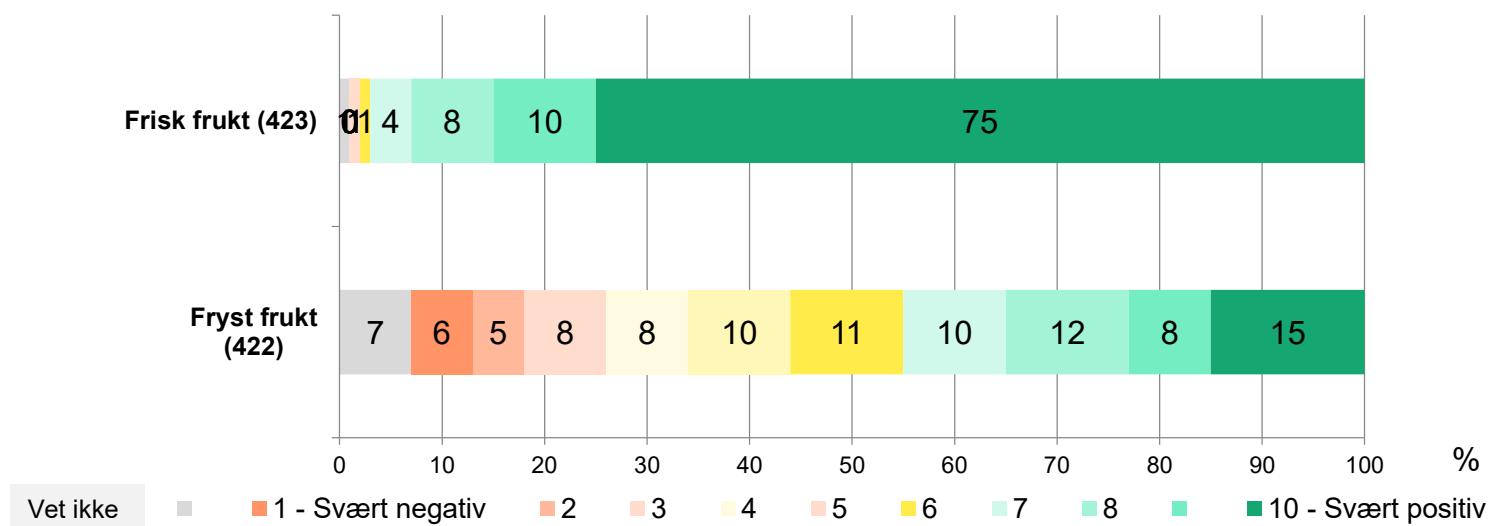


Merk: Spørsmålene om hhv. ferske og fryste poteter er stilt hver for seg og på ulike steder i undersøkelsen

Positivitet til frukt

Produsentene er svært positive til å spise frisk frukt, og klart mer positive enn å spise fryst.

*Spm: Når du tenker på alle varianter og egenskaper av frisk/fryst frukt. Alt i alt hvor positiv eller negativ er du til å spise **frisk/fryst frukt**? Svar på en skala der 1 er svært negativ og 10 er svært positiv.*

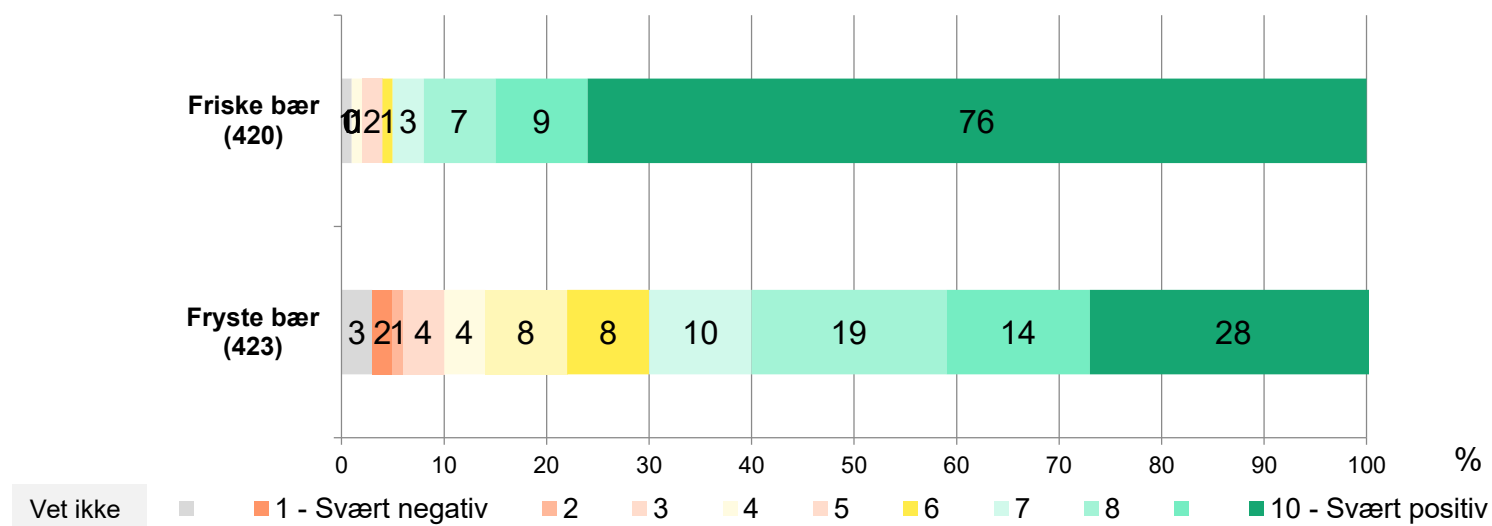


Merk: Spørsmålene om hhv. frisk og fryst frukt er stilt hver for seg og på ulike steder i undersøkelsen

Positivitet til bær

Produsentene er svært positive til å spise friske bær, og klart mer positive enn å spise fryste.

*Spm: Når du tenker på alle varianter og egenskaper av frisk/fryst frukt. Alt i alt hvor positiv eller negativ er du til å spise **friske/fryste bær**? Svar på en skala der 1 er svært negativ og 10 er svært positiv.*

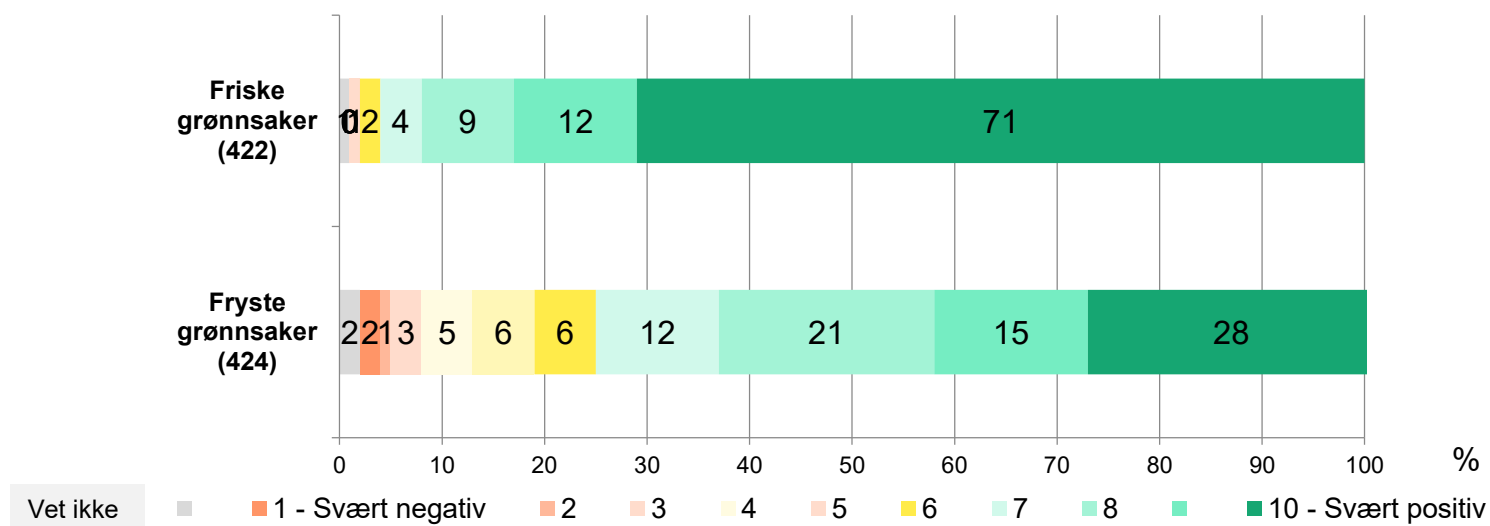


Merk: Spørsmålene om hhv. friske og fryste bær er stilt hver for seg og på ulike steder i undersøkelsen

Positivitet til grønnsaker

Produsentene er svært positive til å spise friske grønnsaker, og klart mer positive enn å spise fryste.

Spm: Når du tenker på alle varianter og egenskaper av friske/fryste grønnsaker. Alt i alt hvor positiv eller negativ er du til å spise friske/fryste grønnsaker? Svar på en skala der 1 er svært negativ og 10 er svært positiv.



Merk: Spørsmålene om hhv. friske og fryste grønnsaker er stilt hver for seg og på ulike steder i undersøkelsen

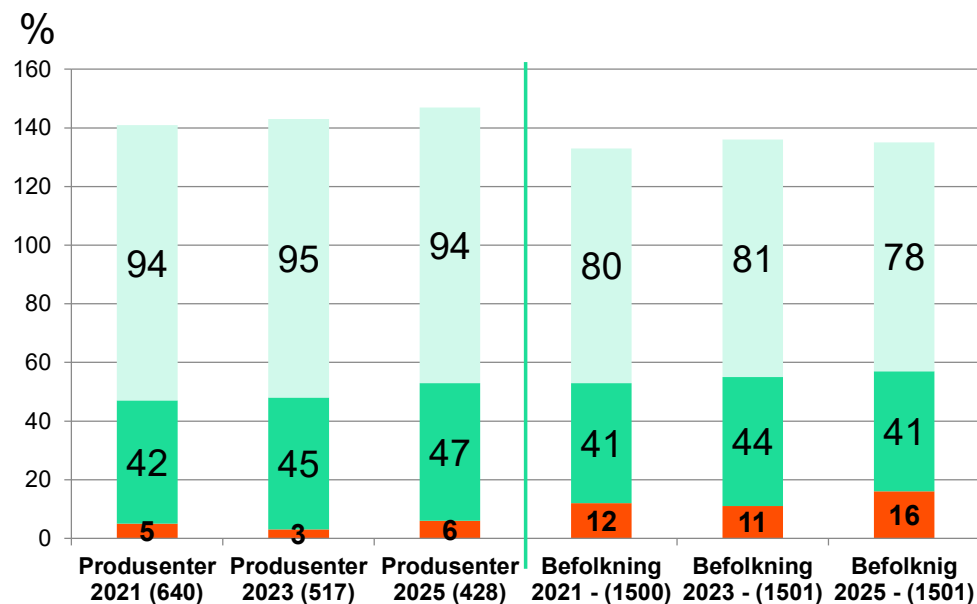
HVORDAN OPPFATTER PRODUSENTENE OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT



Kjennskap

Det er hele 94 % av produsentene som kjenner til Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG) og 47 % til frukt.no.
Det er flere blant produsentene enn i befolkningen for øvrig som kjenner til OFG. *

Spm: Kjenner du til eller har du noen gang hørt om



■ Vet ikke/ingen av disse
 ■ Frukt.no
 ■ Opplysningskontoret for frukt og grønt

Befolkning

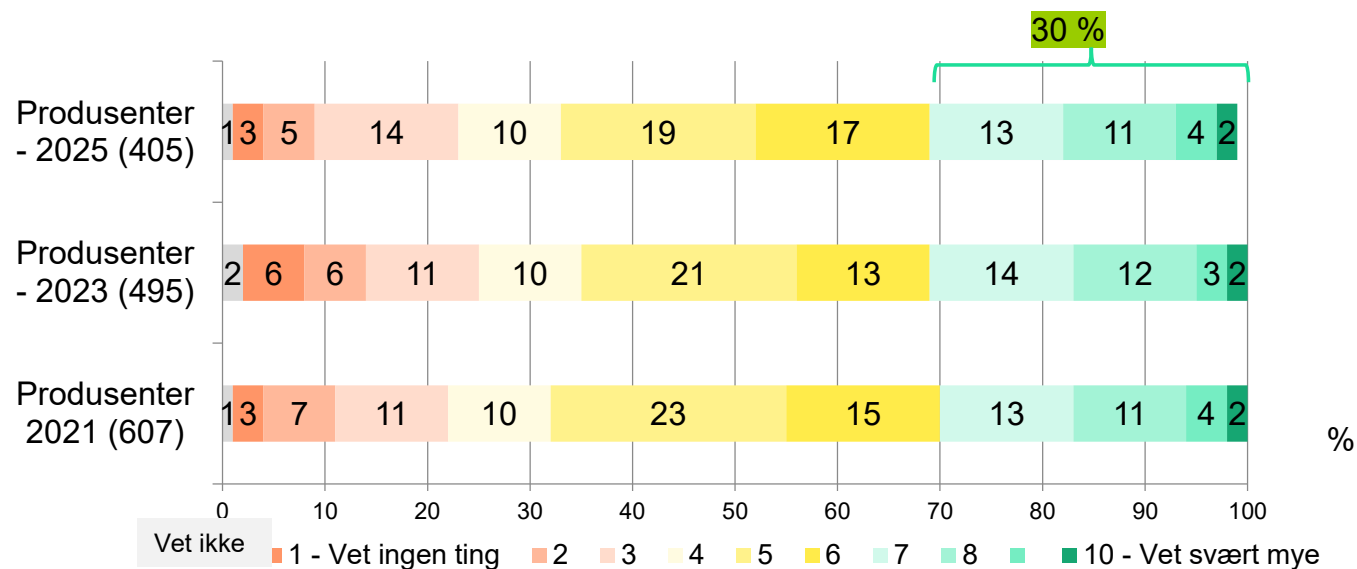
Kjenner du til eller har du noen gang hørt om:

	Total	Aldersgrupper			
		18-24 år	25-39 år	40-59 år	60-99 år
BASE	1501	128	416	493	464
Opplysningskontoret	78%	34%	71%	85%	89%
Frukt.no	41%	42%	57%	47%	21%
Ingen av disse	12%	36%	18%	8%	6%
Vet ikke	4%	8%	2%	4%	4%

* = Signifikant forskjell på 1% nivå

Kunnskap om OFG

Spm: Hvor god kunnskap vil du si at du har om det Opplysningskontoret for frukt og grønt driver med?

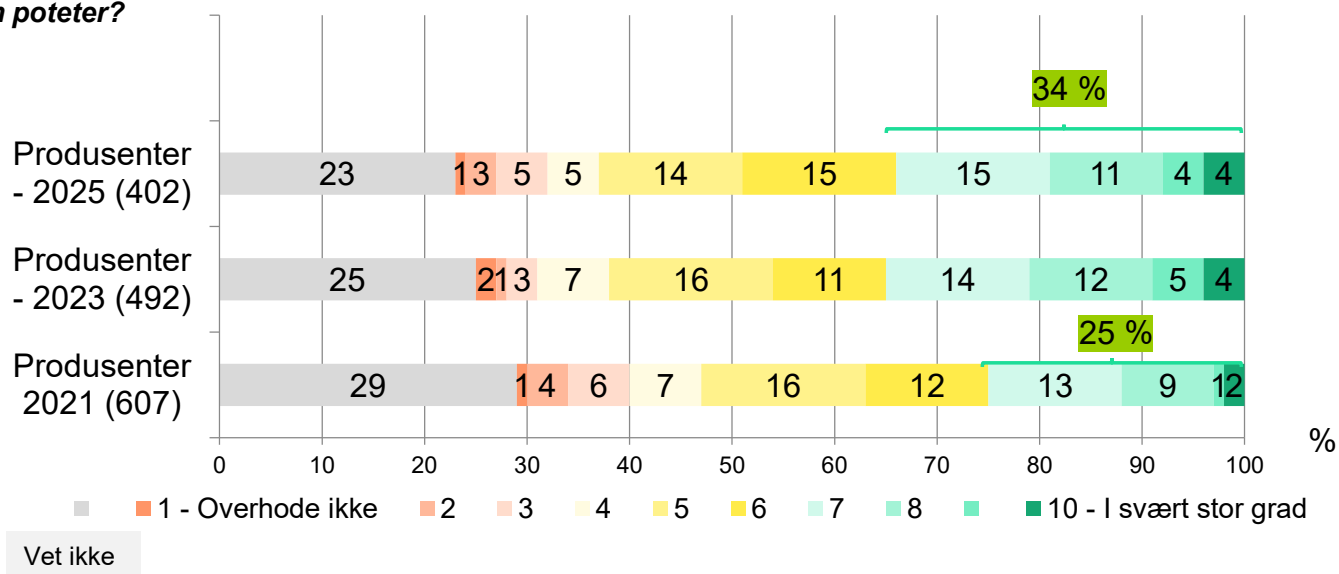


Utvalg: Produsenter som enten kjenner til Opplysningskontoret for frukt og grønt eller frukt.no

OFG sitt bidrag til poteter

Det er flere produsenter som mener OFG har bidratt til å øke folks kunnskaper om poteter i 2023 og 2025 sammenliknet med 2021 *

Spm: Det er mange forhold som påvirker vår kunnskap som tilberedning, oppbevaring og næringsverdi av poteter. Alt i alt, i hvilken grad mener du at Opplysningskontoret for frukt og grønt eller nettsiden deres frukt.no har bidratt til å øke folks kunnskaper om poteter?



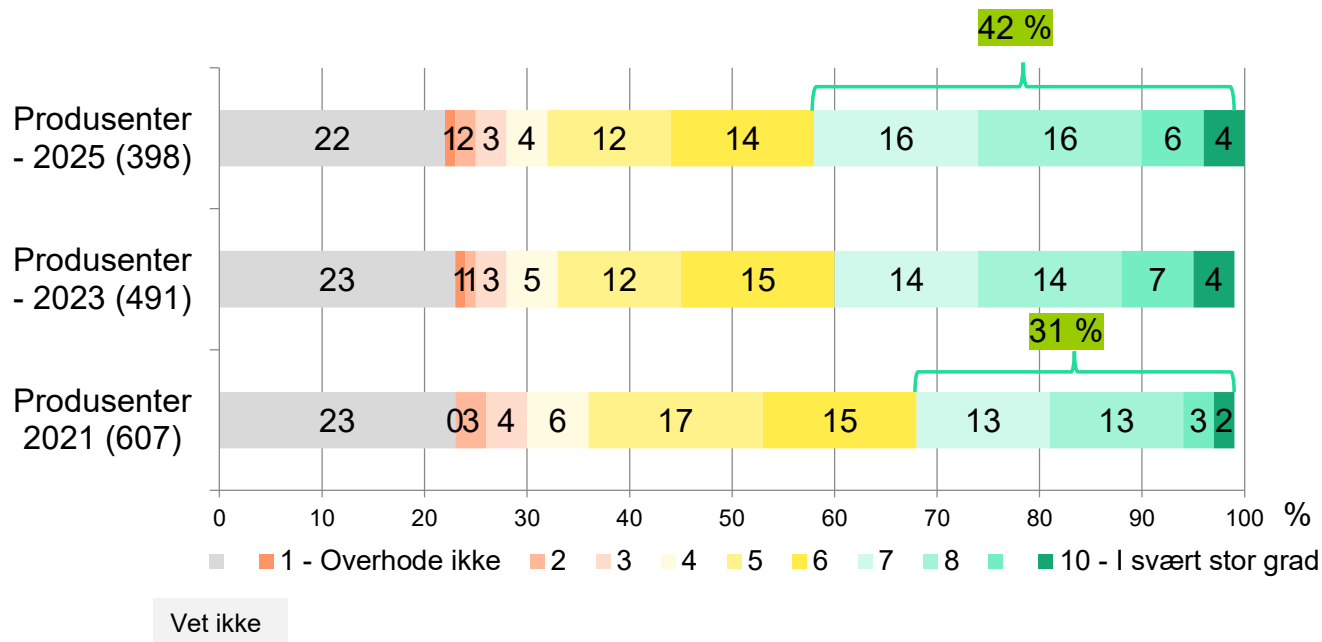
Utvalg: Produsenter som enten kjenner til Opplysningskontoret for frukt og grønt eller frukt.no

- * Signifikant endring fra 2021 til 2023 og 2025. 1 %-nivå
- Spurt om ferske poteter i 2021 og 2023

OFG sitt bidrag til frukt og bær

Det er flere produsenter som mener OFG har bidratt til å øke folks kunnskaper om frukt og bær i 2023 og 2025 sammenliknet med 2021 *

Spm: Det er mange forhold som påvirker vår kunnskap som tilberedning, oppbevaring og næringsverdi av frukt og bær. Alt i alt, i hvilken grad mener du at Opplysningskontoret for frukt og grønt eller nettsiden deres frukt.no har bidratt til å øke folks kunnskaper om frukt og bær ?



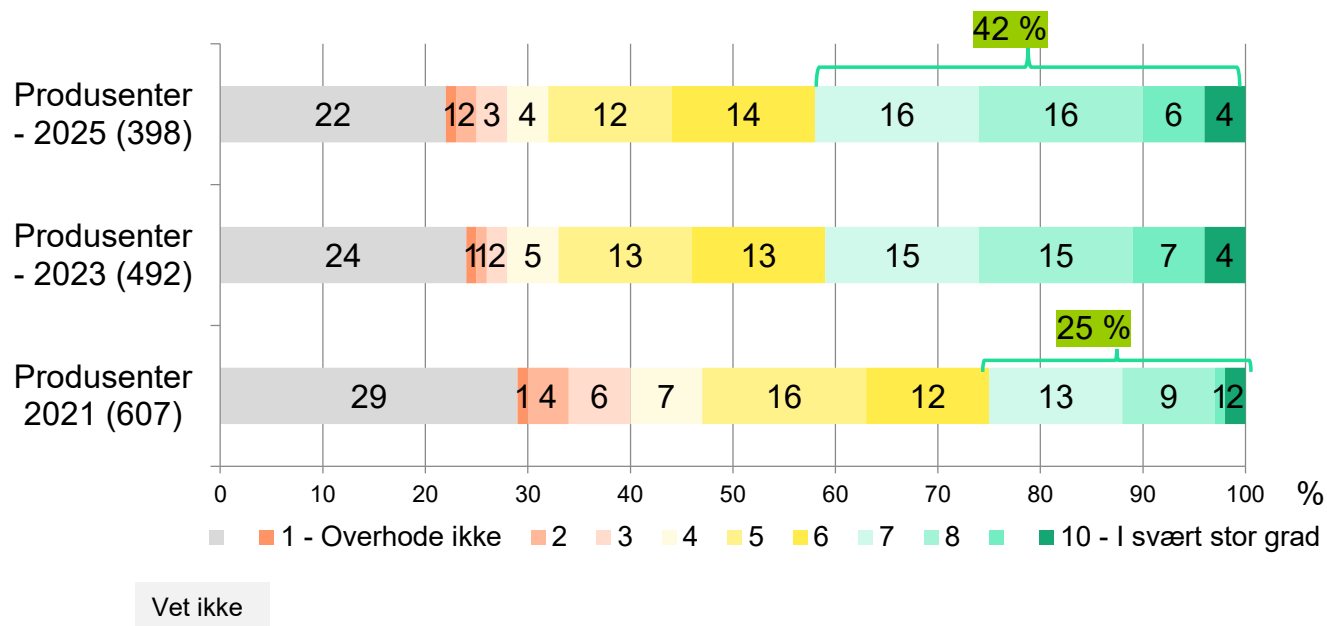
- * Signifikant endring fra 2021 til 2023 og 2025. 1 %-nivå
- Spurt om frisk frukt og bær i 2021 og 2023

Utvalg: Produsenter som enten kjenner til Opplysningskontoret for frukt og grønt eller frukt.no

OFG sitt bidrag til grønnsaker

Det er flere produsenter som mener OFG har bidratt til å øke folks kunnskaper om grønnsaker i 2023 og 2025 sammenliknet med 2021 *

Spm: Det er mange forhold som påvirker vår kunnskap som tilberedning, oppbevaring og næringsverdi av grønnsaker. Alt i alt, i hvilken grad mener du at Opplysningskontoret for frukt og grønt eller nettsiden deres frukt.no har bidratt til å øke folks kunnskaper om grønnsaker ?



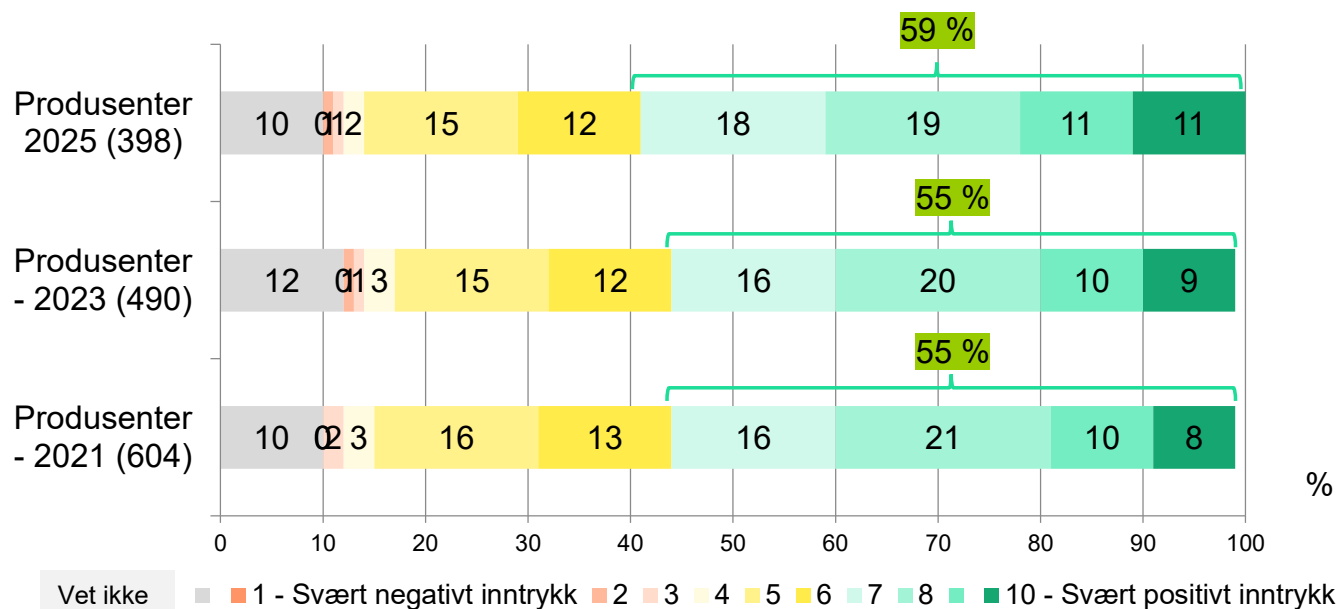
- * Signifikant endring fra 2021 til 2023 og 2025. 1 %-nivå
- Spurt om friske grønnsaker i 2021 og 2023

Utvalg: Produsenter som enten kjenner til Opplysningskontoret for frukt og grønt eller frukt.no

Positivt eller negativt inntrykk av OFG

Det er indikasjon * på at det generelle inntrykket av OFG har forbedret seg noe fra 2023 til 2025.

Spm: Alt i alt, hvor negativt eller positivt inntrykk har du av Opplysningskontoret for frukt og grønt. Svar på en skala der 1 er svært negativt inntrykk og 10 er svært positivt inntrykk.



* = Ingen signifikant endring fra 2023 til 2025 (krav på 5 % nivå er en forskjell på 6,5 %)

Utvalg: Produsenter som kjenner til Opplysningskontoret for frukt og grønt

Oppsummering svar på positivt inntrykk

Spm. til produsenter som har svart fra 7 til 10: Hva er det som gjør at du har et positivt inntrykk av Opplysningskontoret for frukt og grønt?

- **God og faktabasert informasjon: kunnskap, tips, oppskrifter og bruk av frukt og grønt.**
 - Synlighet i media og kampanjer: TV-innslag, Instagram, nettsider og markedsføring
 - Fokus på norsk produksjon: sesongråvarer, kvalitet, kortreist mat og støtte til norske produsenter
 - Bidrar til folkehelse: oppmuntrer til økt inntak av frukt, bær, poteter og grønnsaker
 - Tillit og seriøsitet: saklige, nøkterne og faglig forankrede råd
 - Praktisk nytte: enkle oppskrifter, oppbevaringsråd og middagstips
 - Positiv rolle i samfunnet: formidler viktige kostholdsråd og fremmer sunne matvalg

Utvalg: Produsenter som har svart fra 7 til 10 på inntrykk av OFG
Oppsummeringen er laget av Chat GTP med bakgrunn i åpne svar.

Oppsummering svar på negativt inntrykk

Spm. til produsenter som har svart fra 1 til 4: Hva er det som gjør at du har et negativt inntrykk av Opplysningskontoret for frukt og grønt?

Kun **11 av 434 respondenter** (ca. 2,5 % av totalen) har svart på negativt inntrykk av Opplysningskontoret for frukt og grønt. Svarene er derfor få og preges mer av *manglende kjennskap* enn faktiske negative erfaringer.

Hva ligger bak de få negative inntrykkene?

1. Lav kjennskap / manglende synlighet

Den klart mest vanlige begrunnelsen er at respondentene *ikke vet hva OFG gjør*, eller sjelden ser eller hører noe fra kontoret. Typiske utsagn:

- «Har ikke lest så mye, Hører ikke noe om dem, Vet lite om dere, Jeg ser dem ikke

Dette indikerer *lav eksponering*, ikke misnøye.

2. Oppfatning av lav synlighet i forhold til ambisjoner

Et par respondenter opplever at kontoret kunne vært mer synlig, gitt formålet og potensialet.

3. Oppfatning av byråkrati og ressursbruk (enkelt svar)

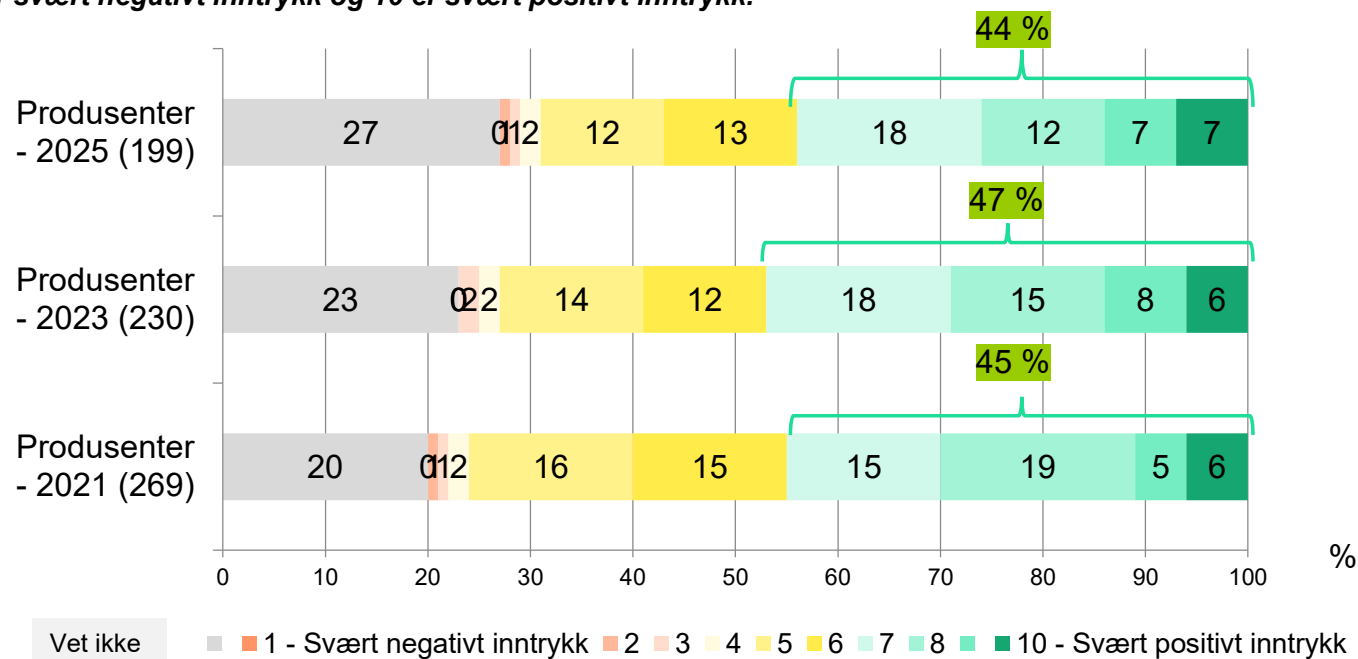
Noen få mener det finnes «for mange opplysningskontor» eller at slike kontorer kan fremstå som byråkratiske. Dette er enkelt svar uten tydelig mønster.

Oppsummeringen er laget av Chat GTP med bakgrunn i åpne svar

Positivt eller negativt inntrykk av Frukt.no

Inntrykket av Frukt.no har vært stabilt fra 2021 til 2025

Spm: Alt i alt, hvor negativt eller positivt inntrykk har du av nettsiden Frukt.no. Svar på en skala der 1 er svært negativt inntrykk og 10 er svært positivt inntrykk.



Utvalg: Produsenter som kjenner til frukt.no

Oppsummering svar på positivt inntrykk

Spm. til produsenter som har svart fra 7 til 10: Hva er det som gjør at du har et positivt inntrykk av nettsiden frukt.no

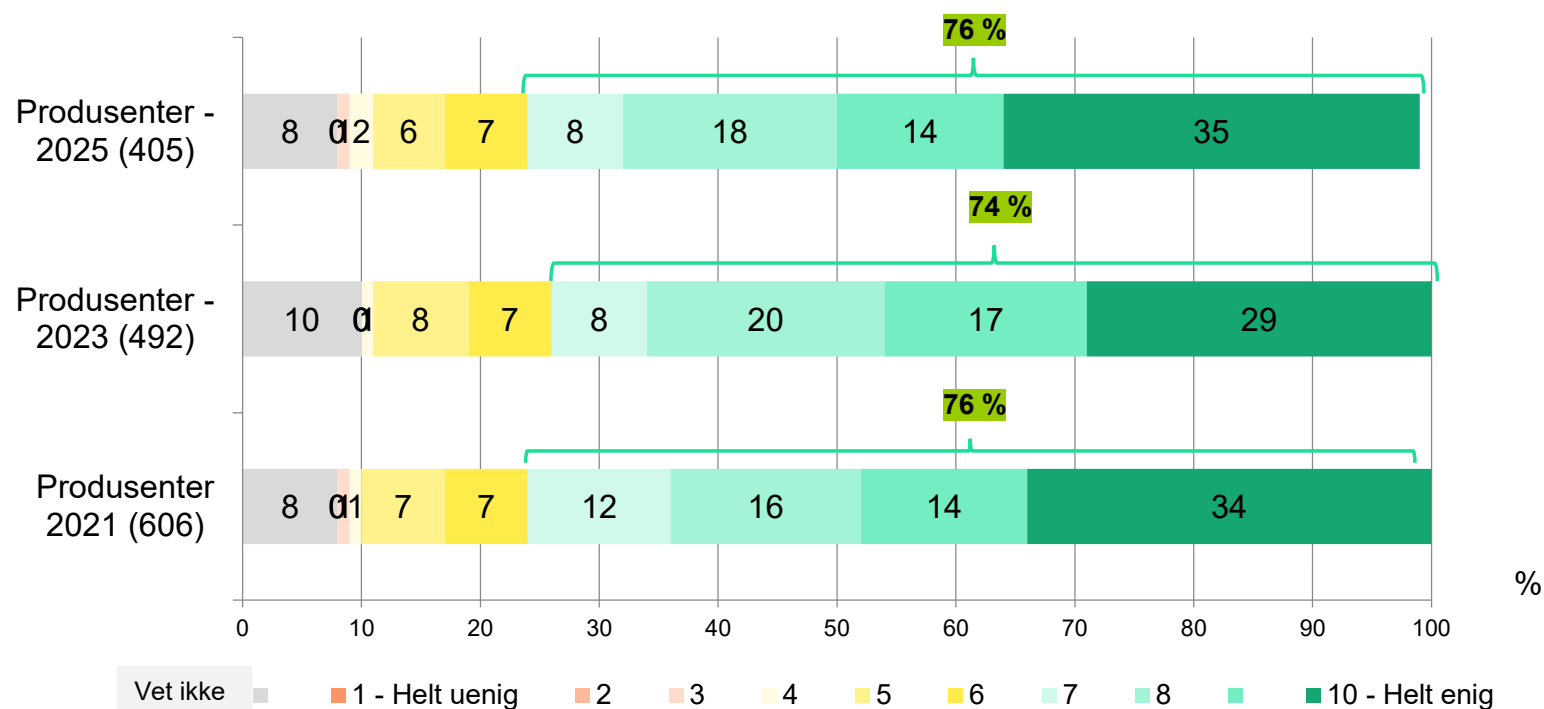
- Fremmer sunnhet og økt inntak av frukt og grønt
- Mange gode og inspirerende oppskrifter
- Nyttig, faglig og kvalitetssikret informasjon
- Oversiktlig, ryddig og lett å navigere
- Fine bilder og fokus på sesongvarer
- Inspirerer til kreativ matlaging
- Oppleveres som folkelig, frisk og positiv

Utvalg: Produsenter som har svart fra 7 til 10 på inntrykk av nettsiden Frukt.no
Oppsummeringen er laget av Chat GTP med bakgrunn i åpne svar

Tillit til OFG er høy blant produsenter og den er stabil over tid

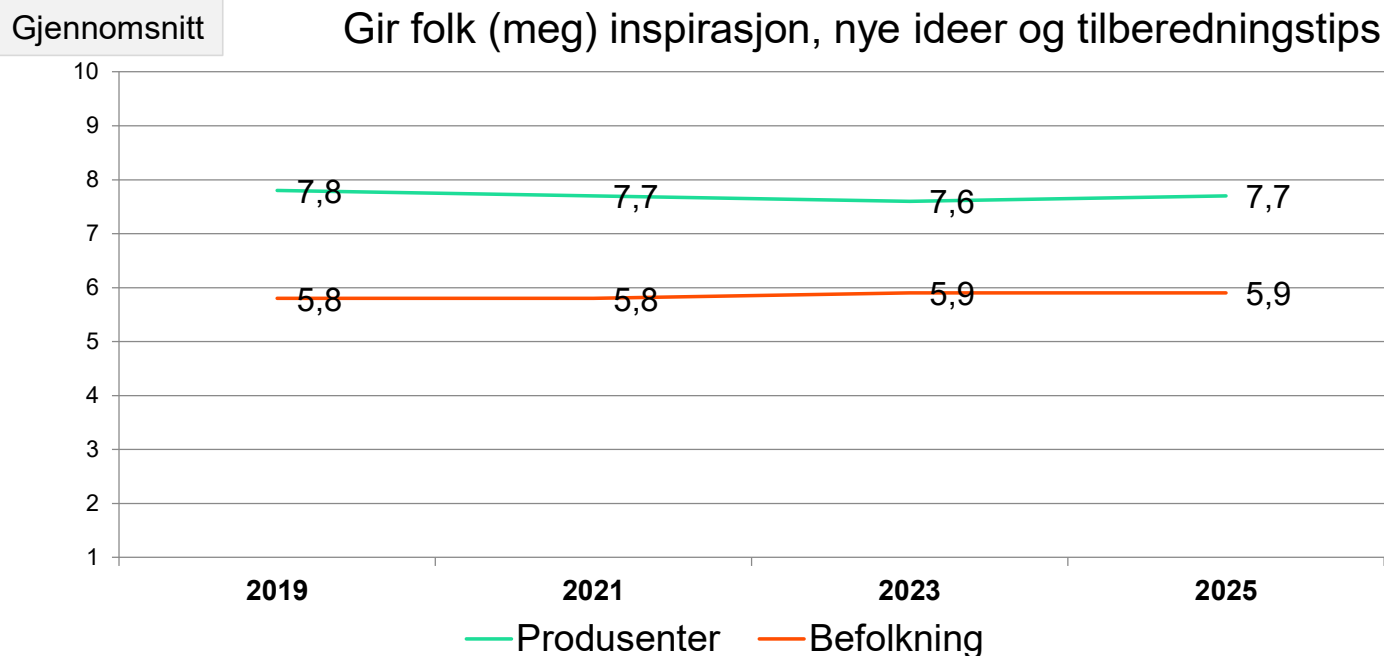
Spm: Jeg stoler mer på den informasjonen som kommer fra Opplysningskontoret for frukt og grønt, enn den som kommer fra matvareindustrien.

Innledning: Under står noen utsagn om Opplysningskontoret for frukt og grønt sitt informasjonsarbeid gjennom nettsiden frukt.no, brosjyrer, pressen, etc. Vennligst indiker hvor uenig eller enig du er i disse utsagnene. Utvalg som har svart er de som kjenner til OFG/Frukt.no.



Utsagn om OFG

Produsentene er klart mer positive til OFG enn befolkningen for øvrig på utsagnet knyttet til forhold som inspirasjon, ideer og tilberedningstips.



Spm: Under står noen utsagn om Opplysningskontoret for frukt og grønt sitt informasjonsarbeid gjennom nettsiden frukt.no, brosjyrer, pressen, etc. Vennligst indiker hvor uenig eller enig du er i disse utsagnene. Svar på en skala der 1 er helt uenig og 10 er helt enig.

Opplysningskontoret for frukt og grønt gir folk inspirasjon, nye ideer og tilberedningstips

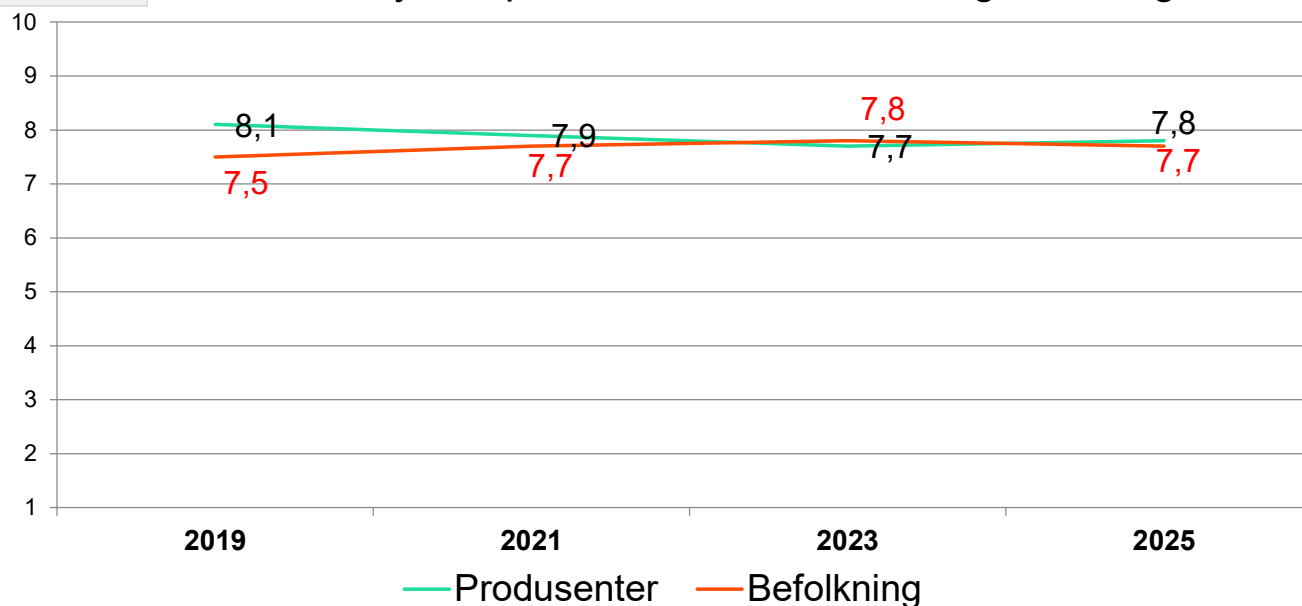
Utvalg er de som har svart er de som kjenner til OFG/Frukt.no og som har svart på spørsmålet (ikke svart vet ikke) (252 blant produsenter i 2019, 604 i 2021, 407 i 2023 og 334 i 2025. 990 i befolkningen i 2019 og 954 i 2021, 974 i 2023 og 982 i 2025).

Utsagn om OFG

Produsentene og befolkningen for øvrig er nå relativt like på utsagnet knyttet til kompetanse på kosthold og ernæring.

Gjennomsnitt

Har høy kompetanse innen kosthold og ernæring



Signifikant økning i befolkning fra 2019 til 2023

Spm: Under står noen utsagn om Opplysningskontoret for frukt og grønt sitt informasjonsarbeid gjennom nettsiden frukt.no, brosjyrer, pressen, etc. Vennligst indiker hvor uenig eller enig du er i disse utsagnene. Svar på en skala der 1 er helt uenig og 10 er helt enig.

Opplysningskontoret for frukt og grønt/frukt.no har høy kompetanse innen kosthold og ernæring.

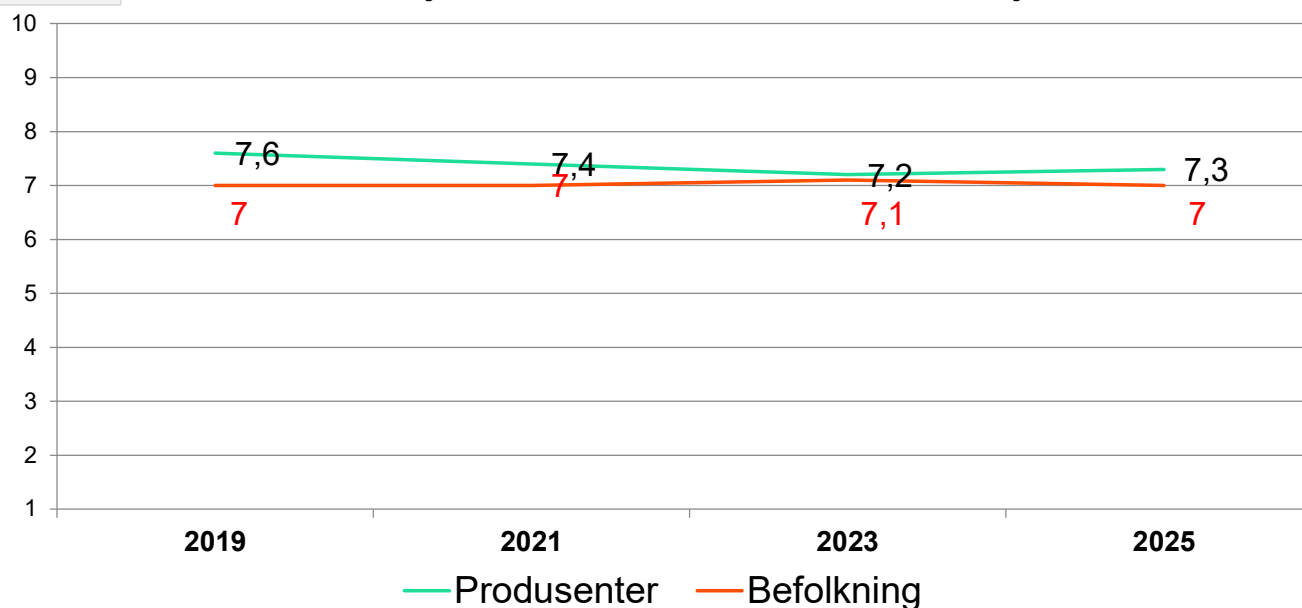
Utvalg er de som har svart er de som kjenner til OFG/Frukt.no og som har svart på spørsmålet (ikke svart vet ikke) (252 blant produsenter i 2019, 604 i 2021, 392 i 2023 og 327 i 2025. 990 i befolkningen i 2019, 954 i 2021 og 974 i 2023).

Utsagn om OFG

Produsentene og befolkningen for øvrig er nå relativt like på utsagnet knyttet til objektiv kilde.

Gjennomsnitt

En objektiv kilde til kostholdsinformasjon



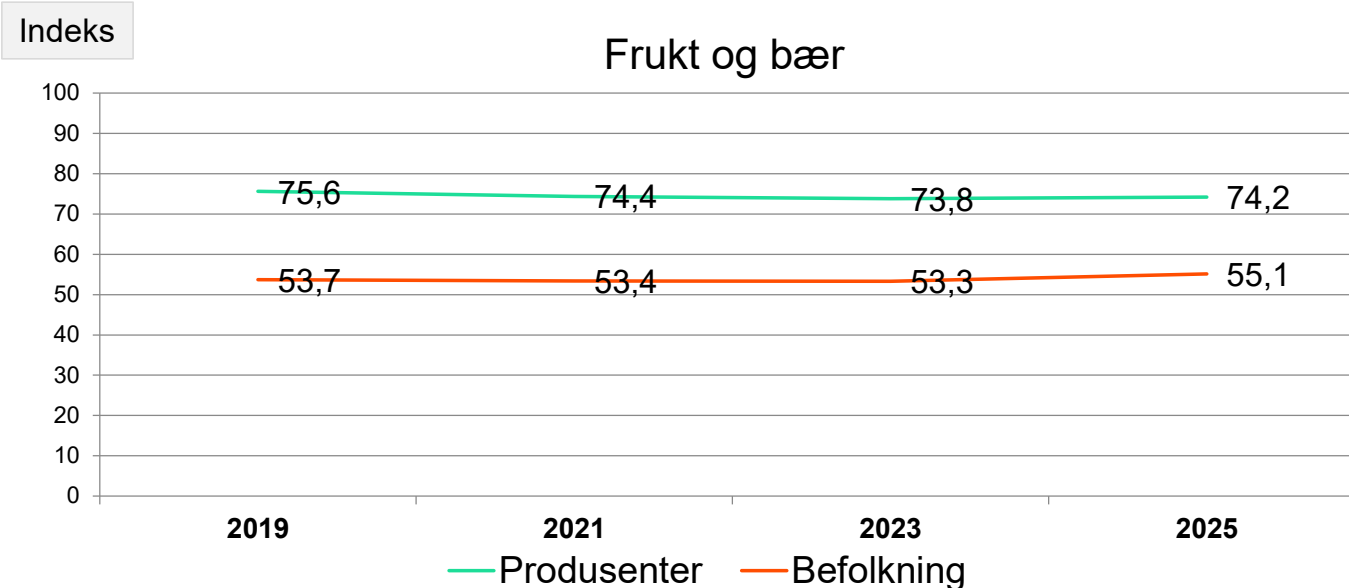
Spm: Under står noen utsagn om Opplysningskontoret for frukt og grønt sitt informasjonsarbeid gjennom nettsiden frukt.no, brosjyrer, pressen, etc. Vennligst indiker hvor uenig eller enig du er i disse utsagnene. Svar på en skala der 1 er helt uenig og 10 er helt enig.

Opplysningskontoret for frukt og grønt/frukt.no er en objektiv kilde til kostholdsinformasjon

Utvalg er de som har svart er de som kjenner til OFG/Frukt.no og som har svart på spørsmålet (ikke svart vet ikke) (252 blant produsenter i 2019, 604 i 2021, 406 i 2023 og 338 i 2025. i 2023. 990 i befolkningen i 2019, 954 i 2021 og).

Forbrukslyst

Produsentene mener at OFG bidrar til mer forbrukslyst enn befolkningen for øvrig på frukt og bær.



Det er indikasjon på at OFG har bidratt til større forbrukslyst i befolkningen på frukt og bær. Men ingen signifikant endring på gjennomsnittet som ligger til grunn for indeksen.

Spm: Under står noen utsagn om Opplysningskontoret for frukt og grønt sitt informasjonsarbeid gjennom nettsiden frukt.no, brosjyrer, pressen, etc. Vennligst indiker hvor uenig eller enig du er i disse utsagnene. Svar på en skala der 1 er helt uenig og 10 er helt enig.

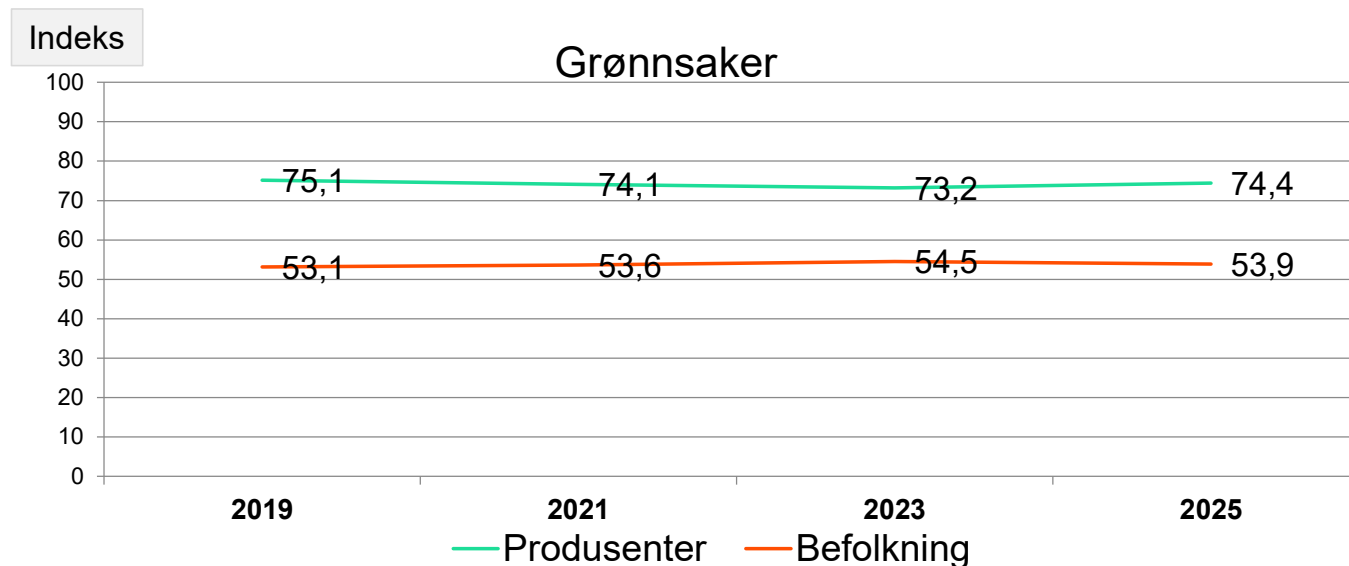
Opplysningskontoret for frukt og grønt gir folk («meg» er brukt i befolknings.und) lyst til å spise mer frukt og bær

Utvalg er de som har svart er de som kjenner til OFG/Frukt.no og som har svart på spørsmålet (ikke svart vet ikke) (252 blant produsenter i 2019 og 605 i 2021, ca. 400 i 2023 og 339 i 2025. 990 i befolkningen i 2019, 968 i 2021 og 1026 i 2023).

OBS: Det er spurt om frisk frukt og bær i 2023 og tidligere år.

Forbrukslyst

Produsentene mener at OFG bidrar til mer forbrukslyst enn befolkningen for øvrig på Grønnsaker.



Spm: Under står noen utsagn om Opplysningskontoret for frukt og grønt sitt informasjonsarbeid gjennom nettsiden frukt.no, brosjyrer, pressen, etc. Vennligst indiker hvor uenig eller enig du er i disse utsagnene. Svar på en skala der 1 er helt uenig og 10 er helt enig.

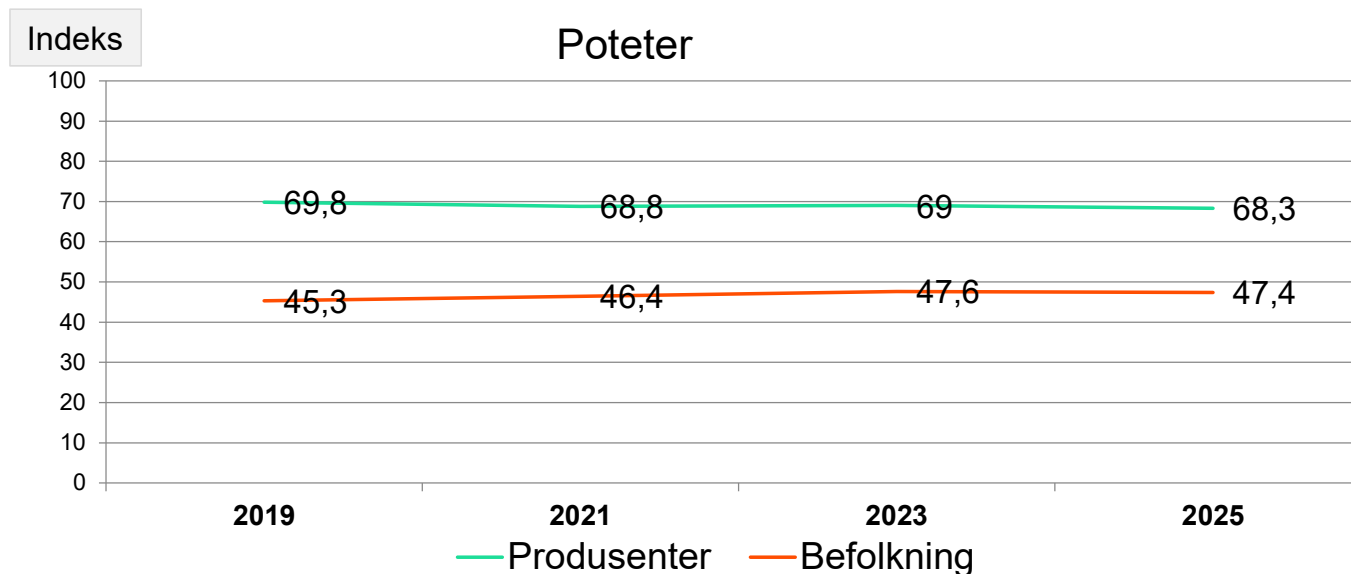
Opplysningskontoret for frukt og grønt gir folk («meg» er brukt i befolknings.und) lyst til å spise mer grønnsaker.

Utvalg er de som har svart er de som kjenner til OFG/Frukt.no og som har svart på spørsmålet (ikke svart vet ikke) (252 blant produsenter i 2019, 605 i 2021, ca. 400 i 2023 og 336 i 2025. 990 i befolkningen i 2019, 963 i 2021 og 1007 i 2023).

OBS: Det er spurt om friske grønnsaker i 2023 og tidligere år.

Forbrukslyst

Produsentene mener at OFG bidrar til mer forbrukslyst enn befolkningen for øvrig på poteter.



Spm: Under står noen utsagn om Opplysningskontoret for frukt og grønt sitt informasjonsarbeid gjennom nettsiden frukt.no, brosjyrer, pressen, etc. Vennligst indiker hvor uenig eller enig du er i disse utsagnene. Svar på en skala der 1 er helt uenig og 10 er helt enig.

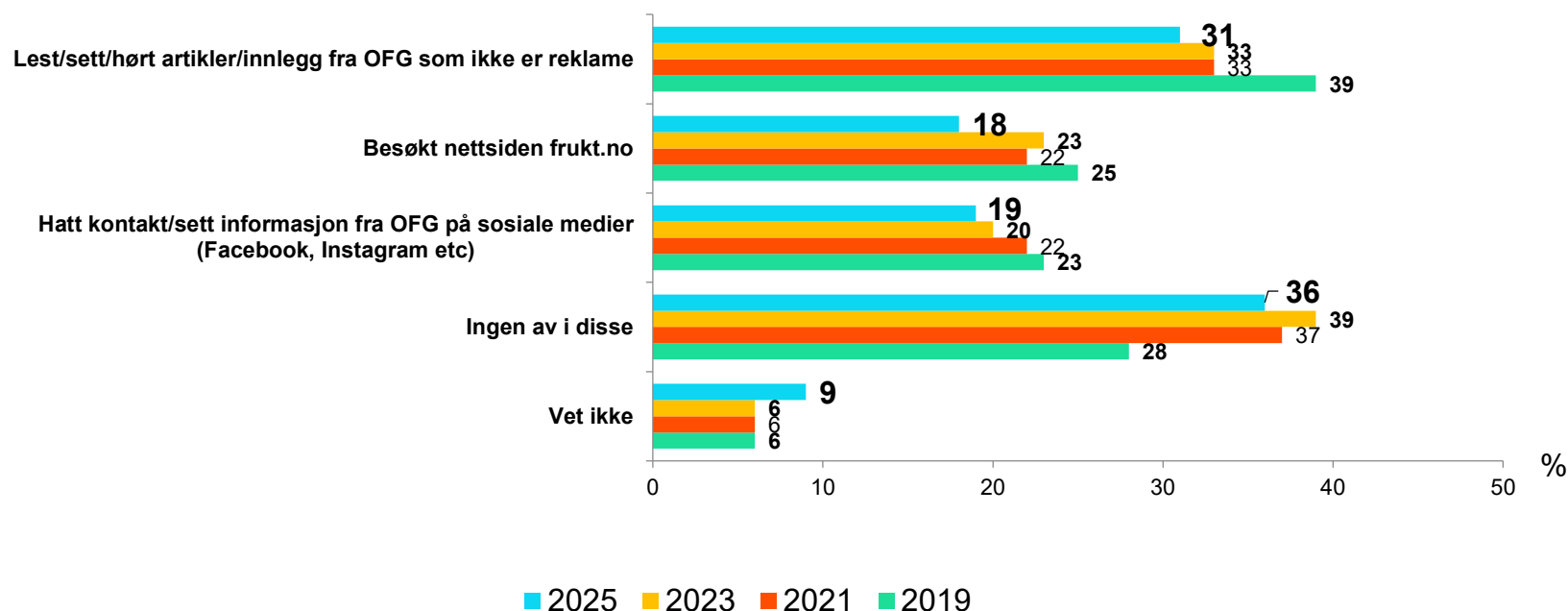
Opplysningskontoret for frukt og grønt gir («meg» er brukt i befolknings.und) folk lyst til å spise mer poteter.

Utvalg er de som har svart er de som kjenner til OFG/Frukt.no og som har svart på spørsmålet (ikke svart vet ikke) (252 blant produsenter i 2019, 605 i 2021, ca. 400 i 2023 og 332 i 2025. 990 i befolkningen i 2019, 949 i 2021 og 1010 i 2023).

OBS: Det er spurt om ferske poteter i 2023 og tidligere år.

Kontakt med OFG

Spm: Har du vært i kontakt med/benyttet en eller flere av følgende tjenester fra Opplysningskontoret for frukt og grønt de siste 12 månedene?



Utvalg er alle i undersøkelsen, 335 produsenter i 2019, 606 i 2021, 491 i 2023 og 435 i 2025)

Oppsummering svar – OFG på sosiale medier

Spm. til de som har sett noe om OFG i sosiale medier: Hva fra Opplysningskontoret for frukt og grønt på sosiale medier har du opplevd som positivt for bransjen?

- Fremmer norsk frukt, grønt og poteter
- Fristende og delikate matbilder
- Oppskrifter og tilberedningstips
- Faglig og faktabasert informasjon
- Fokus på norske råvarer og sesong
- Informasjon om oppbevaring og bruk
- Ryddig, opplysende og inspirerende innhold
- Øker synlighet og interesse for norsk produksjon

Oppsummeringen er laget av Chat GTP med bakgrunn i åpne svar

Oppsummering svar – Artikler, innlegg med OFG

Spm. til de som har sett artikler, innlegg med OFG: Hva i artikler eller innlegg fra Opplysningskontoret for frukt og grønt har du opplevd som positivt for bransjen?

- Økt synlighet og seriøs, nøktern informasjon
- Fokus på norske råvarer og kortreist mat
- Fakta, objektiv info og forbrukeropplysninger
- Inspirerende innhold: oppskrifter, tips og bruksideer
- Fremmer sunn mat og helsefordeler
- Sesongfokus: poteter, grønnsaker og høstmat
- Positive presentasjoner av produkter
- Motiverer til å velge norsk frukt og grønt

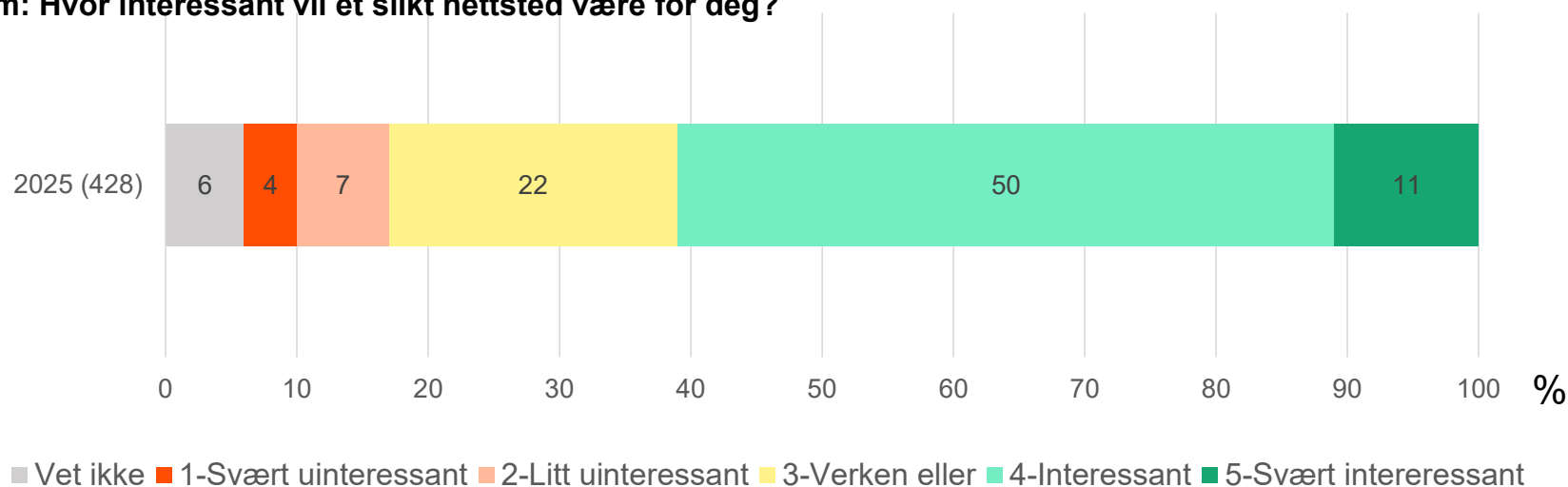
Oppsummeringen er laget av Chat GTP med bakgrunn i åpne svar

EGET NETTSTED FOR PRODUSENTER AV FRUKT OG GRØNT

6 av 10 produsenter vil synes et nettsted med bransjeinnhold og statistikk vil være interessant

Opplysningskontoret for frukt og grønt planlegger, sammen med aktører i bransjen, et nettsted som skal bidra til kunnskapsdeling og innsikt i frukt- og grønntæringen. Nettstedet vil inneholde artikler som deler erfaringer og trender fra ulike deler av verdikjeden, samt et dashboard med statistikk om volum, norskandel, dagligvareomsetning m.m.

Spm: Hvor interessant vil et slikt nettsted være for deg?



TIL DE SOM HAR SVART INTERESSANT ELLER SVÆRT INTERESSANT: Spm. Hva gjør at du synes et slikt nettsted er interessant?

- Samlet informasjon: statistikk, marked, import og norskandel
- Øker kunnskap: produksjon, verdikjede, sesong og selvforsyning
- Innsikt i norsk vs. import og markedskrefter
- Oppdaterte artikler, forskning og fagstoff
- Oversikt fra jord til bord i norsk grøntproduksjon
- Nyttig for produsenter: beslutningsgrunnlag og markedstrender
- Gir innsikt i opprinnelse, bærekraft og helse
- Fremmer norsk mat og øker interesse for frukt og grønt
- Rask, enkel og relevant informasjon på ett sted

Oppsummeringen er laget av Chat GTP med bakgrunn i åpne svar

TIL DE SOM HAR SVART LITT UINTERESSANT ELLER SVÆRT UINTERESSANT: Spm. Hva gjør at du synes et slikt nettsted er uinteressant? (i)

- **Utgangspunkt: Klart færre oppgir at de er uinteressert enn interessert**
- Mange mener nettstedet er relevant, men noen uttrykker forbehold
- Tidsmangel – lav prioritet i en travel hverdag
- Lite nytteverdi for små, lokale eller avviklende produsenter
- Noen frykter mer byråkrati eller «bedreviter-innhold»
- Flere peker på at eksisterende plattformer (f.eks. frukt.no, Facebook-grupper) dekker behovet
- Ikke relevant for produsenter uten salg eller som kun produserer til eget bruk
- Skepsis til flere nettsteder og spredt informasjon
- Teknologiske barrierer: «ikke datakyndig» eller generell skepsis til nettsider
- Enkelte mener bransjen heller trenger flere produsenter enn flere konsulenter

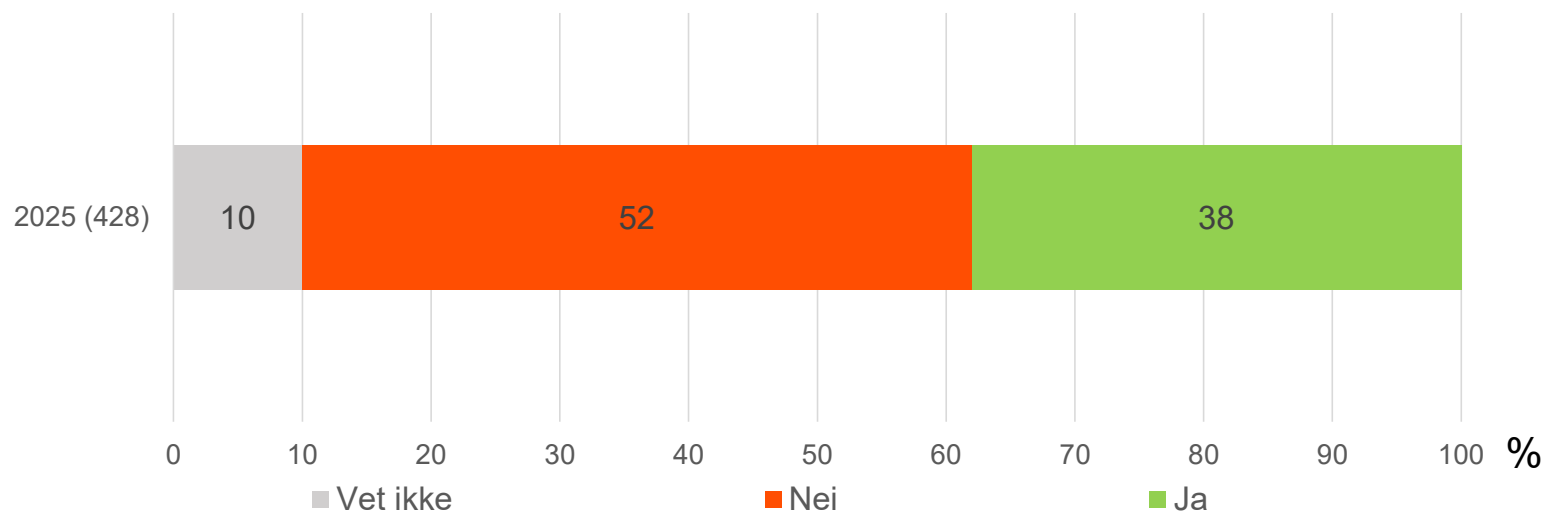
Oppsummeringen er laget av Chat GTP med bakgrunn i åpne svar

HVA MED GRØNTLØFTET?



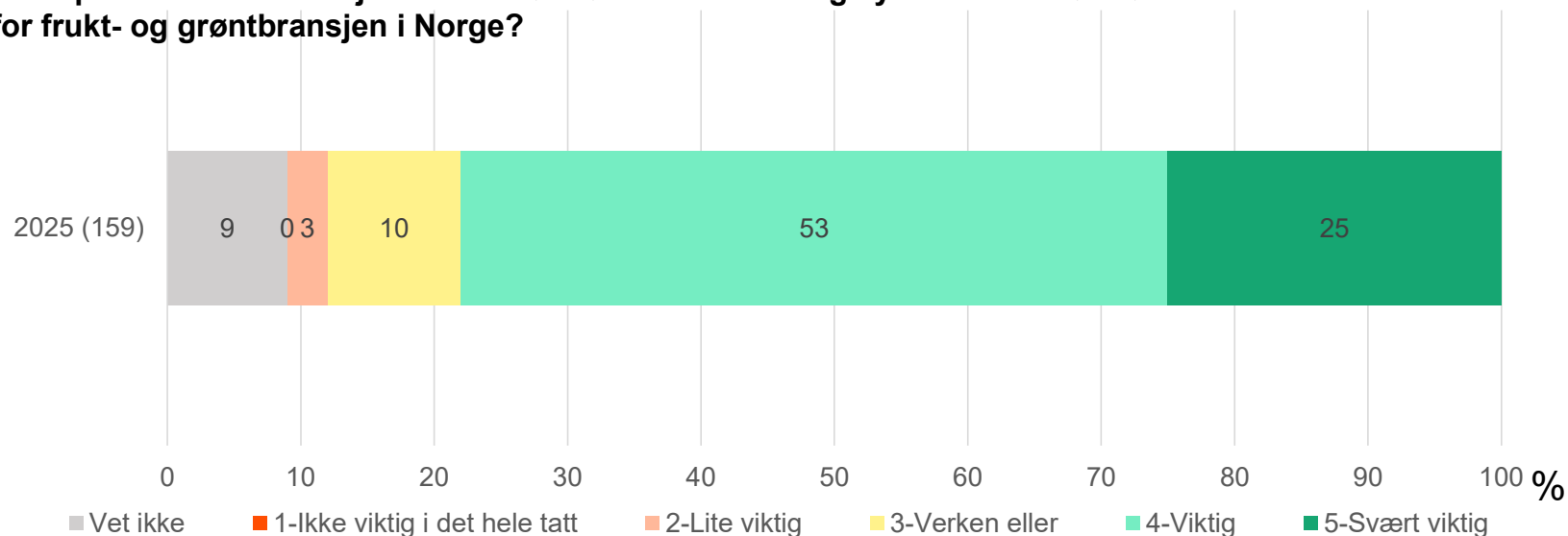
4 av 10 produsenter har hørt om initiativet Grøntløftet

Spm: Kjenner du til eller har du hørt om initiativet Grøntløftet?



Blant de som kjenner til Grøntløftet er det 78 prosent som synes det er viktig for frukt- og grøntbransjen.

Spm. til produsenter som kjenner til Grøntløftet.: Hvor viktig synes du at Grøntløftet er for frukt- og grøntbransjen i Norge?



TIL DE SOM HAR SVART VIKTIG: Spm. Hva er årsaken til at du synes Grøntløftet er viktig?

- Øker norskandelen av frukt, grønt og bær
- Bidrar til høyere forbruk av frukt og grønt i befolkningen
- Hele verdikjeden løfter sammen – produsenter, handel og forbrukere
- Styrker norsk produksjon, selvforsyning og beredskap
- Setter tydelige mål og gir politisk tyngde
- Fremmer norske råvarer og konkurransekraft
- Øker kunnskap og interesse hos forbrukere
- Gir bedre markedsmuligheter og tryggere rammevilkår for produsenter
- Viktig for folkehelsa – mer grønt inn i kostholdet

TIL DE SOM HAR SVART LITE VIKTIG: Spm. Hva er årsaken til at du IKKE synes Grøntløftet er viktig?

- *Ett svar: Blir som regel mye prat og lite handling*

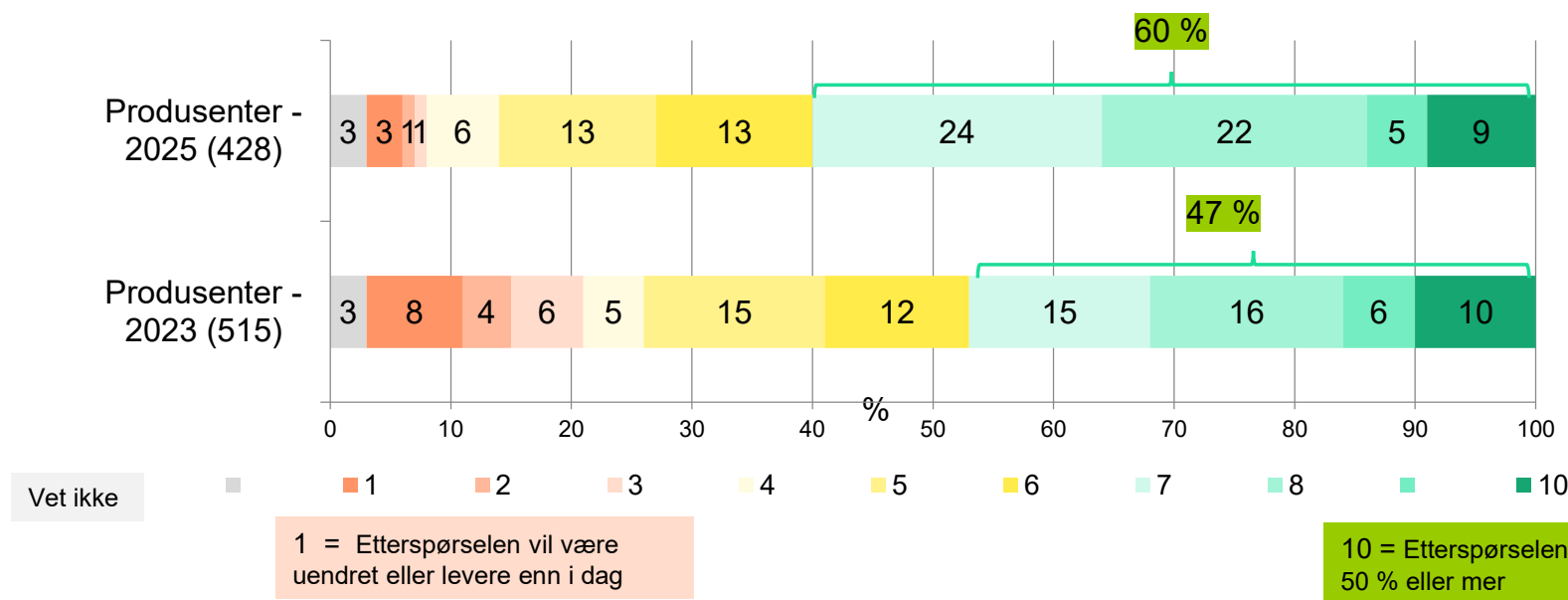
Oppsummeringen på VIKTIG er laget av Chat GTP med bakgrunn i åpne svar

HVORDAN PRODUSENTENE OPPFATTER MARKEDET FOR FRUKT OG GRØNT



De som produserer frukt og grønt i Norge er mer optimistiske i 2025 enn i 2023 med tanke på markedsutviklingen de neste 10 årene. *

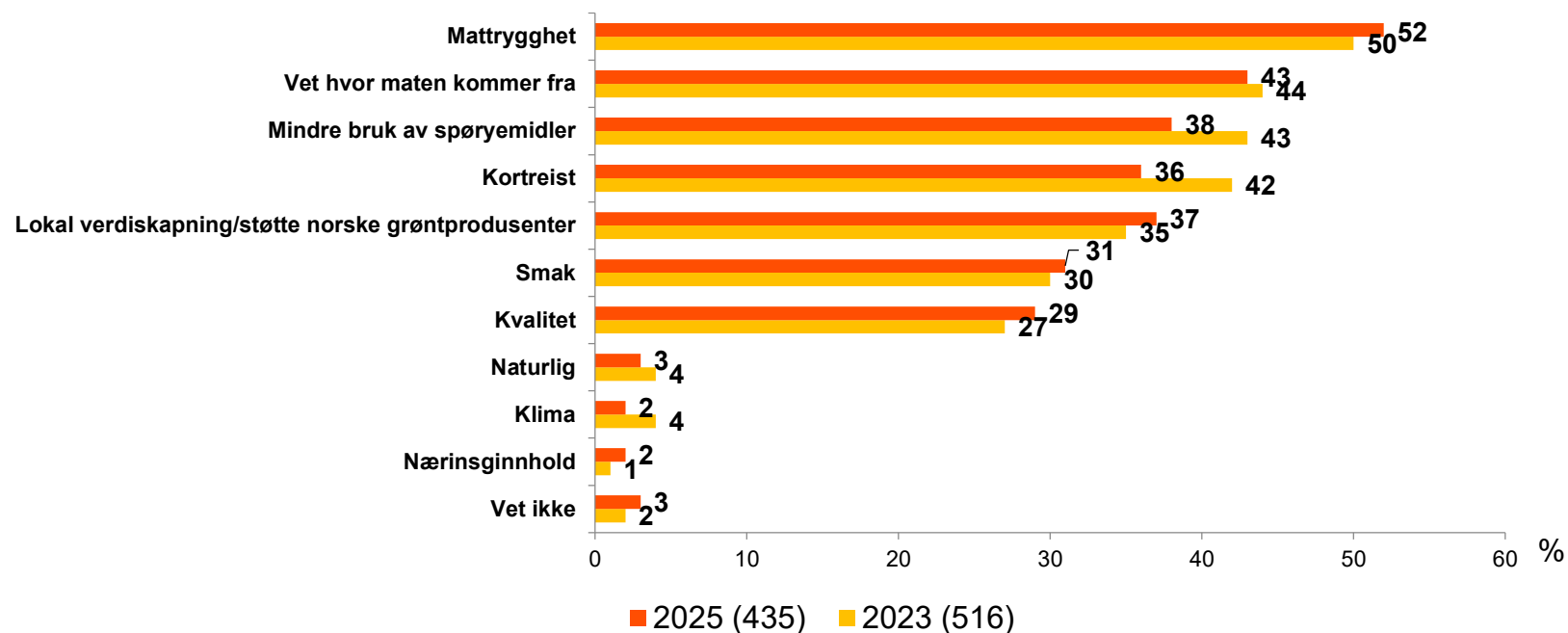
Spm: Som produsent av frukt, bær, grønnsaker eller poteter, er du avhengig av et marked. Hvordan tror du dette markedet og etterspørselen etter norsk frukt og grønt vil utvikle seg de neste 10 årene? Svar på en skala der 1 er at etterspørselen vil være uendret eller lavere enn i dag, og 10 er at etterspørselen vil øke med 50 % eller mer.



* = Signifikant forskjell 1 %-nivå

Produsentene mener mattrygghet er viktigste grunn til å velge norsk. Ingen endring av betydning fra 2023 til 2025 (ingen signifikante forskjeller).

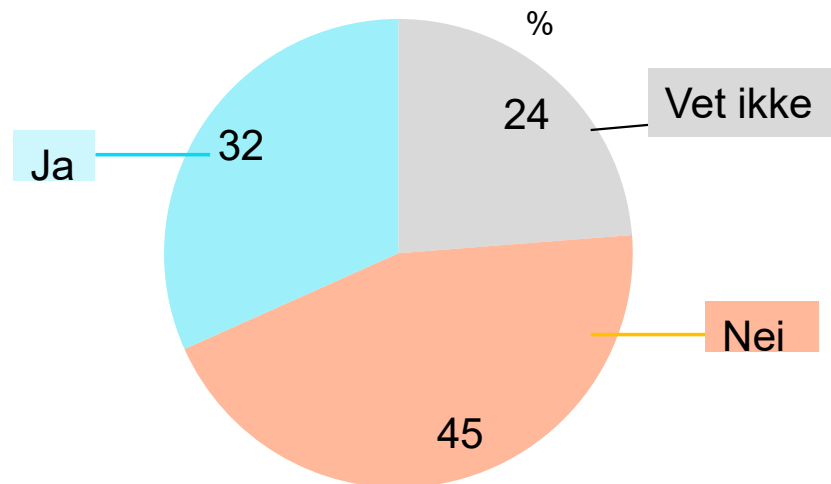
Spm: Norskandelen for frukt, bær, grønnsaker og poteter er lav, og importerte produkter er en stor konkurrent til norsk.
Hva tror du er de viktigste grunnene til at forbruker velger norsk, framfor import? Kryss av for inntil tre valg.



Utvalg er alle i undersøkelsen.

Én av tre produsenter kjenner til samarbeidet OFG har om markedsføring.

Spm: Kjenner du til at Opplysningskontoret for frukt og grønt samarbeider med produsenter om markedsføring av frukt, grønnsaker eller poteter?

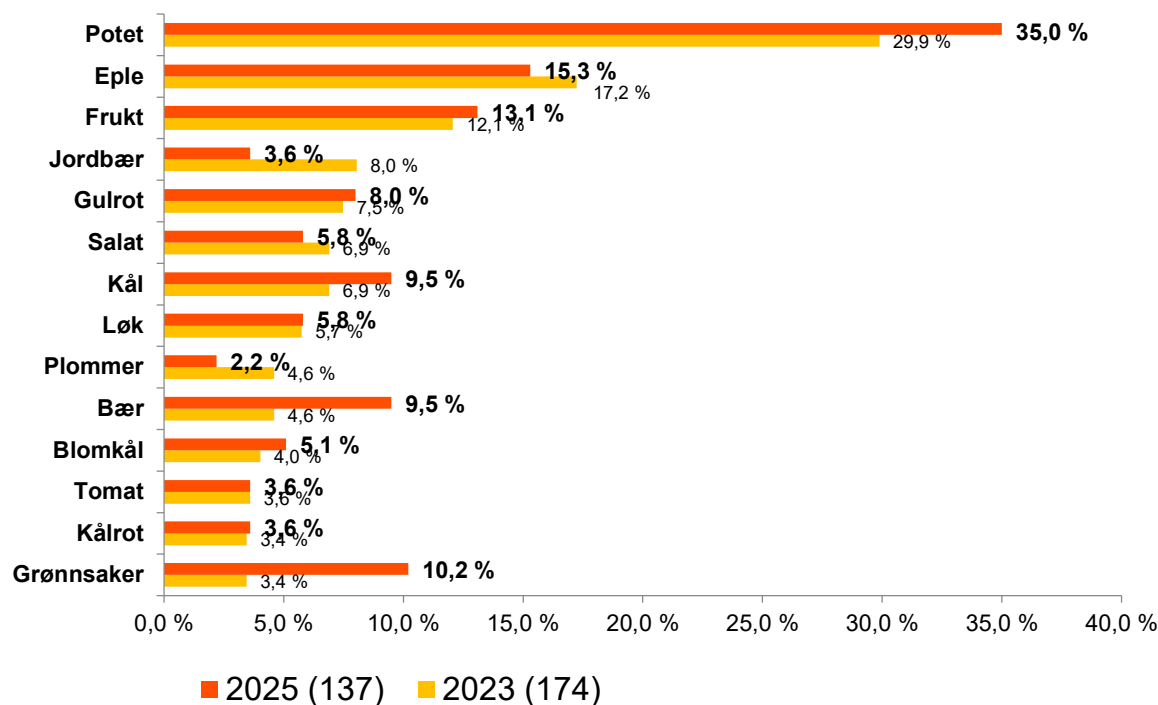


Utvalg er alle i undersøkelsen som har svart på spørsmålet (423).

I 2023 var andelen Ja 34 %

Det er fortsatt størst kjennskap til samarbeid om markedsføring av potet og eple/frukt

Spm: Når det gjelder markedsføring. Hvilke kulturer kjenner du til at produsenter har samarbeidet med Opplysningskontoret for frukt og grønt? Skriv ned kulturene du kommer på (inntil fem)

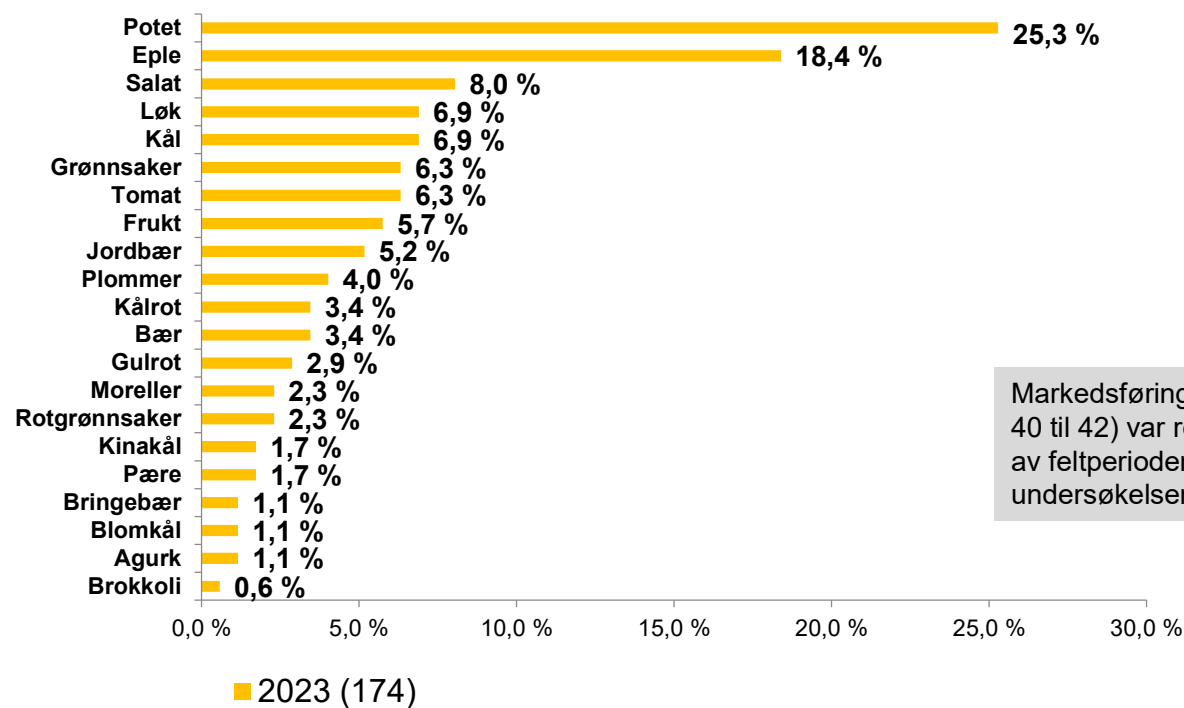


Utvalg er de som kjenner til at OFG samarbeider med produsenter om markedsføring av frukt, grønnsaker eller poteter?

Markedsføringen av poteter i 2023 (uke 40 til 42) var rett i forkant/i starten av feltperioden (42 til 44) for undersøkelsen

Det er flest som har sett annonser for potet og eple

Spm: Hvilke kulturer har du sett annonser der produsenter har samarbeidet med Opplysningskontoret for frukt og grønt om markedsføring? Skriv ned kulturene du kommer på (inntil fem).



Markedsføringen av poteter (uke 40 til 42) var rett i forkant/i starten av feltperioden (42 til 44) for undersøkelsen

Utvalg er de som kjenner til at OFG samarbeider med produsenter om markedsføring av frukt, grønnsaker eller poteter?

Mange svarer at samarbeidet OFG og Stiftelsen norsk mat har med produsenter om markedsføring er bra!

Spm: Hva synes du om samarbeidet produsenter har med Opplysningskontoret for frukt og grønt og Stiftelsen Norsk mat og merkeordningen Nyt Norge om markedsføring?

- Generelt svært positive holdninger – mange svarer «Bra», «Veldig bra» og «Positivt».
- Produsenter mener samarbeidet er viktig for synlighet, norsk identitet og økt salg.
- Nyt Norge-merket trekkes fram som særlig verdifullt for å styrke norsk opprinnelse.
- Flere mener samarbeidet gir økt forbrukerbevissthet og bedre markedsføring av norske råvarer.
- Noen uttrykker usikkerhet eller lite kjennskap til kampanjene.
- En mindre andel er skeptiske til Stiftelsen Norsk Mat eller mener OFG gir liten effekt.
- Ønske om enda større synlighet for produsenter og tydeligere avsender i reklame.

Oppsummeringen er laget av Chat GTP med bakgrunn i åpne svar

Annet og utvalgets sammensetning

Andre tilbakemeldinger

Spm: Har du andre tilbakemeldinger til Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG) som du ikke har svart på hittil? Det kan være hva OFG kan bidra med for deg/måter å samarbeide på?

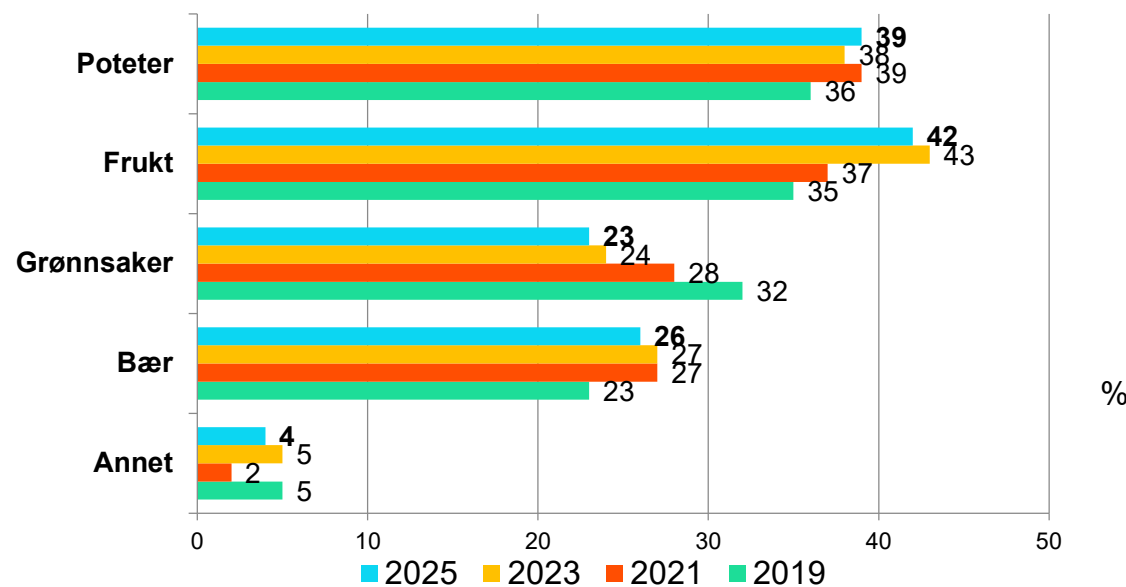
- Ønske om større synlighet i reklame, media og folkeopplysning.
- Stor bekymring rundt plantevernpolitikk – restriksjoner gir store avlingstap.
- Etterlyser arbeid med rammevilkår: grossistavtaler, importpress, målpris og matsvinn.
- Viktig å informere om plantevern, helse, produksjonsmetoder og norsk kvalitet.
- Behov for støtte til små produsenter, økologiske produsenter og andelslandbruk.
- Ønske om sterkere markedsføring av norske bær, frukt og råvarer som er lite synlige.
- FORESLÅTT: bedre samarbeid med mottak/lager for presis sesonginfo til forbruker.
- Flere ønsker mer oppskrifter, brukstips, butikkopplæring og tydelig informasjon.
- Foreslår sammenslåing av frukt.no og matprat.no for bedre tilgjengelighet.
- Etterlyser innsikt i lønnsomhet av import og konsekvenser for norsk produksjon.
- Ønske om mer kunnskap om økologisk marked, helsefordeler og supermat som epler.
- Forslag om å bidra med info om tilskudd, foredling og lokal direktesalg-organisering.

Oppsummeringen er laget av Chat GTP med bakgrunn i åpne svar

Utvalgets sammensetning

Det er relativt lik sammensetning i utvalget med hensyn til hva som produseres, spesielt er årene 2023 og 2025 like.

Spm: Hva er det du/dere produserer?

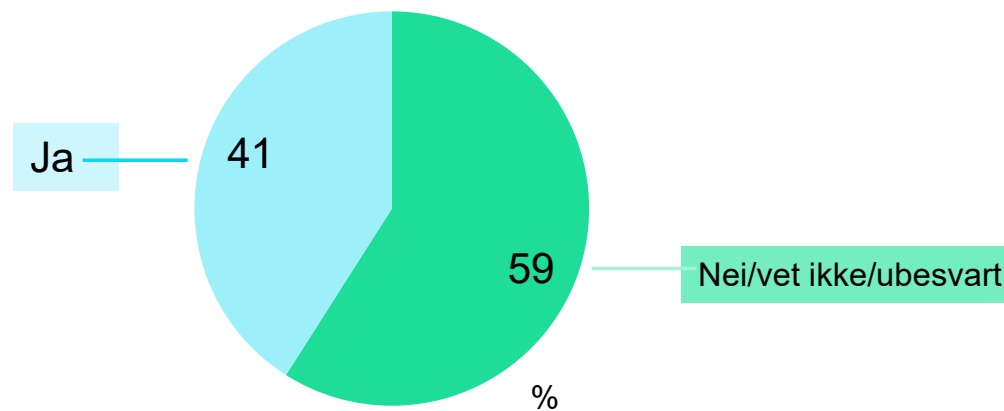


Utvalg er alle i undersøkelsen, 331 i 2019, 640 produsenter i 2021, 513 i 2023 og 435 i 2025

Gårdsutsal

2 av 5 som har svart på undersøkelsen har gårdsutsal i tilknytning til driften.

Spm: Har du/dere gårdsutsal i tilknytning til driften?



Andel svart Ja tidligere år: **2019: 32 %, 2021: 40 %, 2023: 42 %**

Spm: Har du/dere gårdsutsal i tilknytning til driften? Utvalg er alle i undersøkelsen, 332 produsenter i 2019, 640 i 2021, 514 i 2023 og 435 i 2025.