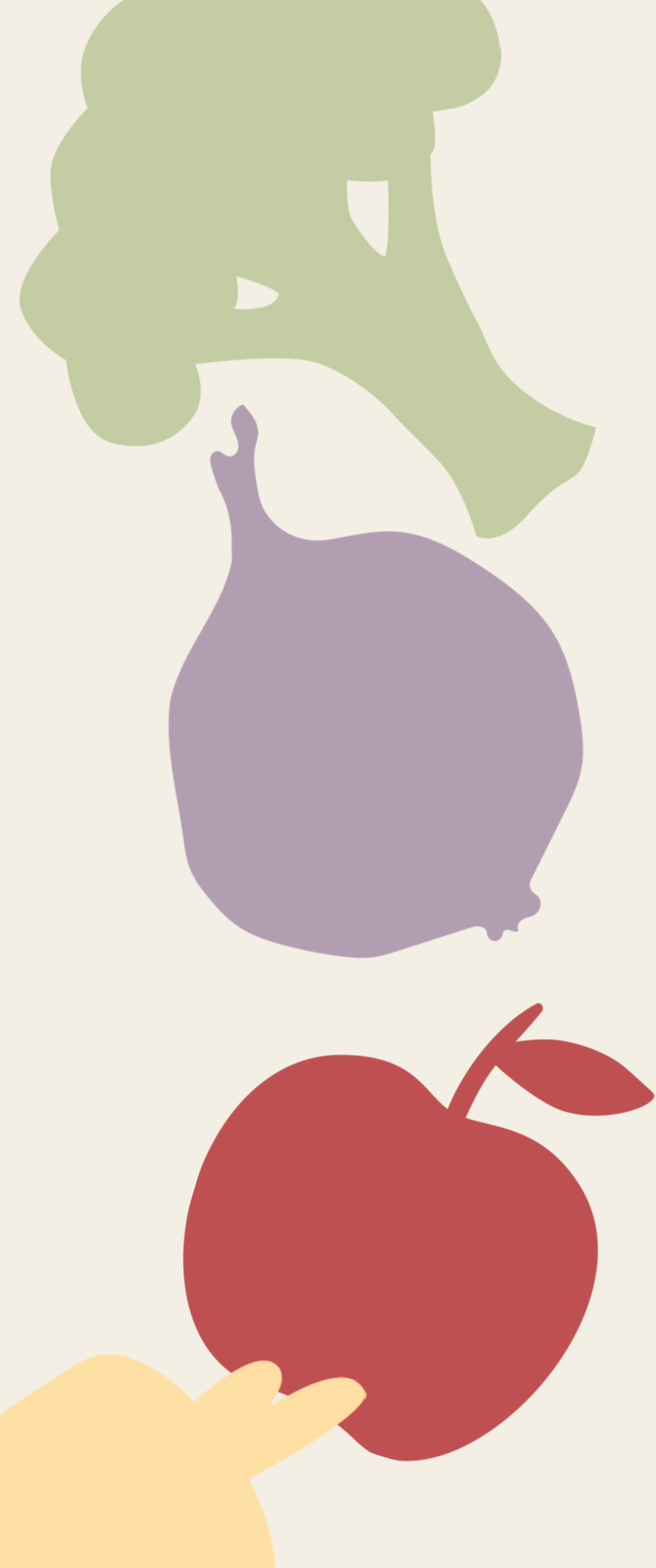




POTET I MEDVIND

Omdømme, forbruk og effekten av målrettet kommunikasjon

Iselin Sagen, ernæringsrådgiver OFG





Potetens omdømme

Omdømmeundersøkelse gjennomført annet hvert år i 20 år blant norske forbrukere. Siste i november 2025 av Norstat.

Kunnskap om potet

Med kunnskap tenker vi på ulike sorter, ernæring, oppbevaring, helse og tilberedning. På en skala der 1 er overhodet ingen og 10 er svært gode kunnskaper. Alt i alt, hvor gode kunnskaper har du om poteter?

- Positiv trend helt tilbake fra 2011, med særlig positiv utvikling fra 2023 til 2025 og 2021 til 2023.
- I tillegg mener flere at OFG har bidratt til denne kunnskapen.

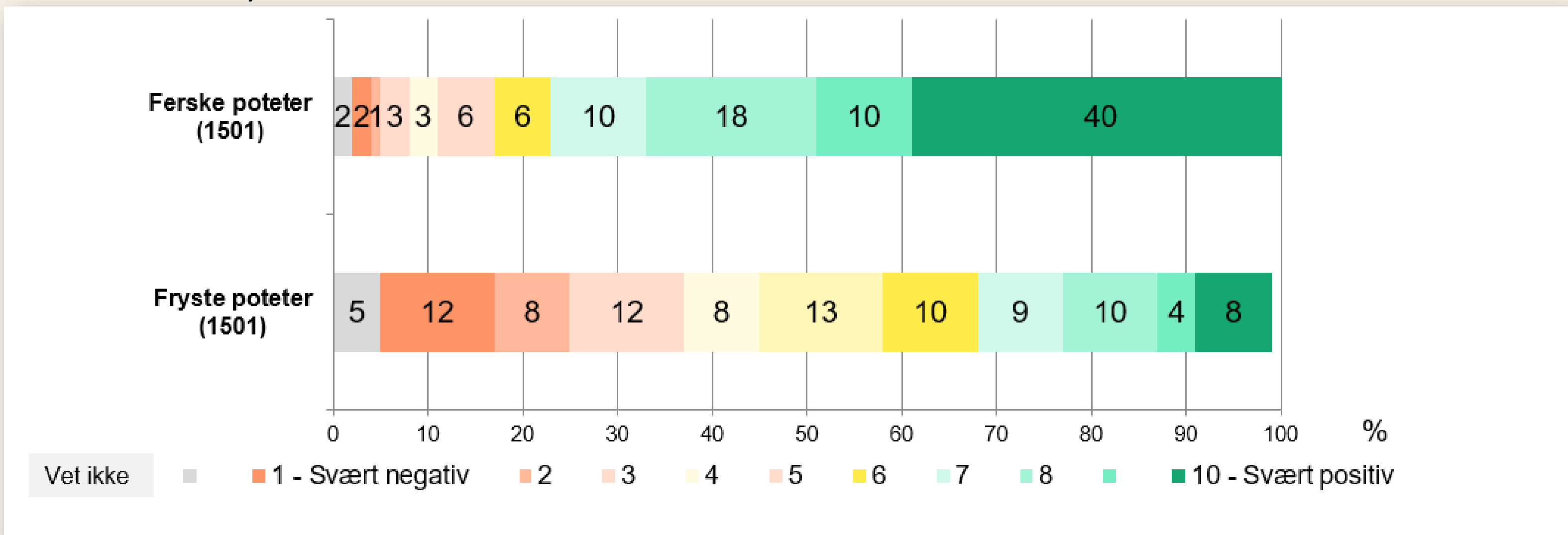
Indeksene er beregnet ut fra av en gjennomsnittscore fra 1-10.

	Ferske poteter * / Poteter fra 2025 **								
	2011	2013	2015	2017	2019	2021	2023	2025	
Kunnskapsindeks **	48,9	48,1	47,8	45,6	49,1	49,7	58,4	64,0	Z
OFG-tilskrevet kunnskapsindeks **	21,2	20,1	25,6	25,6	25,2	26,4	33,4	37,8	Z
Positivitetsindeks *	68,8	69,8	73,3	73,3	74,9	75,2	77,4	78,2	
Holdningsindeks *	70,4	69,8	72,6	68,9	71,1	72,6	73,9	74,0	



Positivitet

8 av 10 er positive til å spise potet og hele **4 av 10 er svært positive** (gir 10 poeng på en skala fra 1-10).



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.

Viktigste drivere

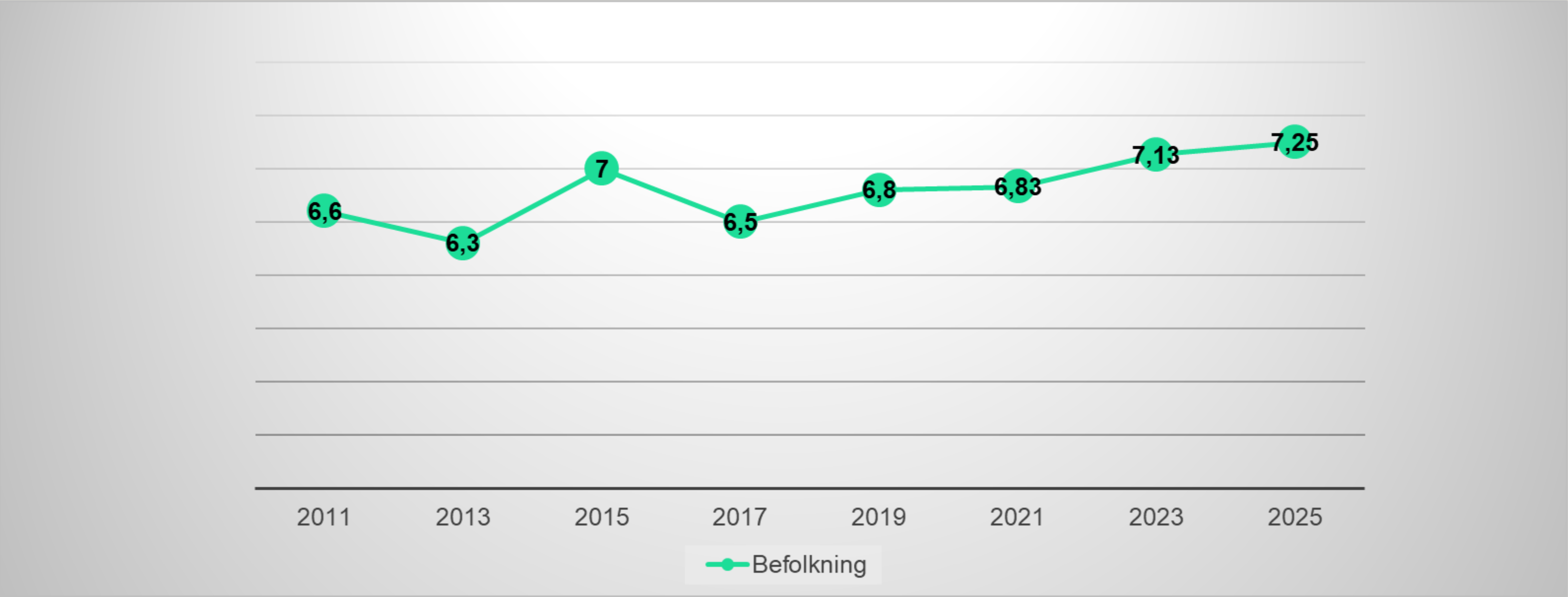
1. Naturlig del av et moderne kosthold og en moderne livsstil
2. Mange bruksområder
3. Ser på poteter som en del av et sunt og variert kosthold
4. Lettvint å tilberede

De som har mer kunnskap om poteter er mer positive til å spise potet!



Oppfattelsen om en blir fet av ferske poteter har beveget seg noe opp og ned. Trenden er allikevel positiv for potetens del (signifikant økning fra 2021 til 2025).

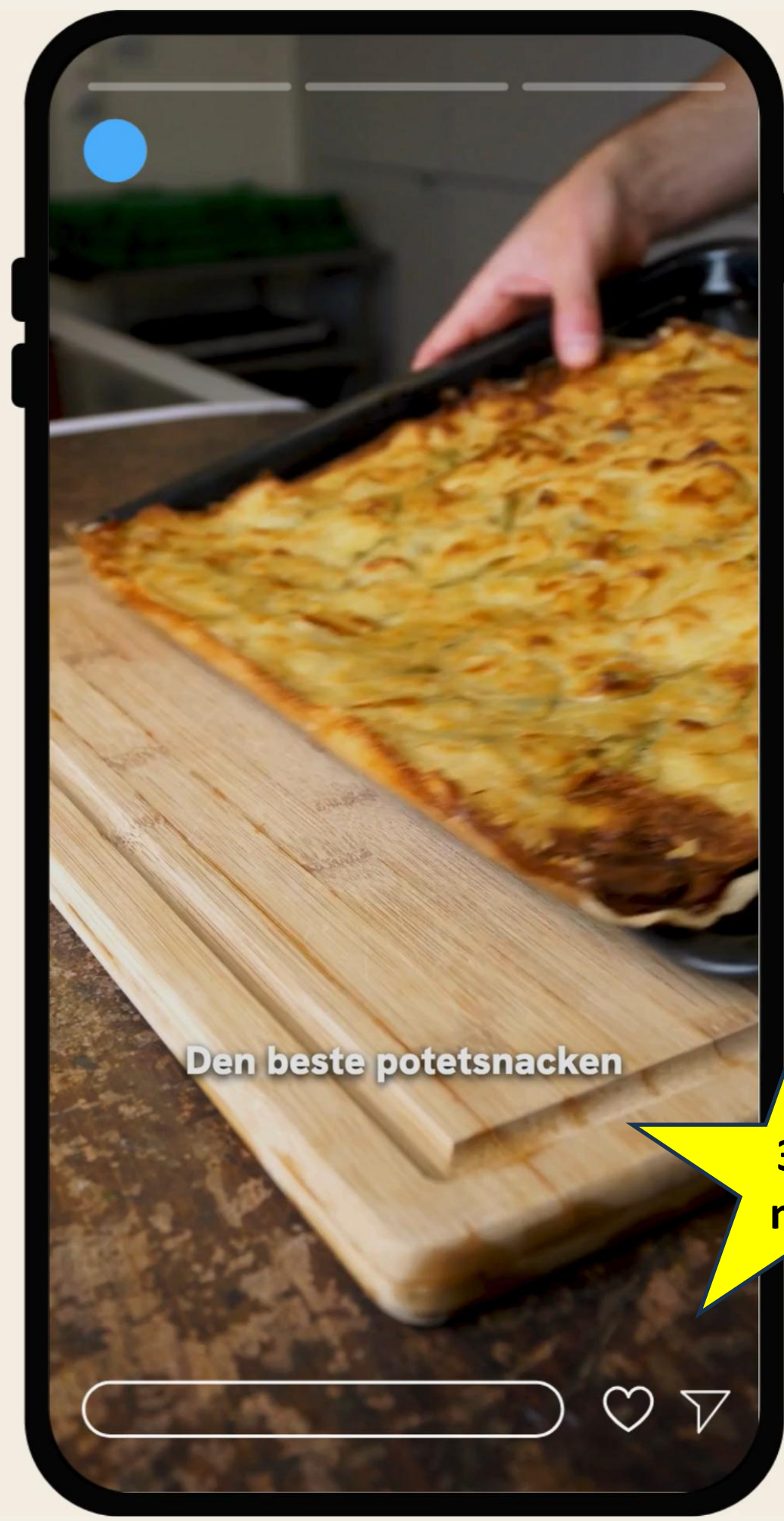
Utsagn: Man blir ikke fet av å spise ferske poteter.



Spm: Under står noen utsagn om ferske poteter. 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. **Man blir ikke fet av å spise ferske poteter.**
Landsrepresentative undersøkelser med 1000 eller 1500 respondenter i november hvert av årene.

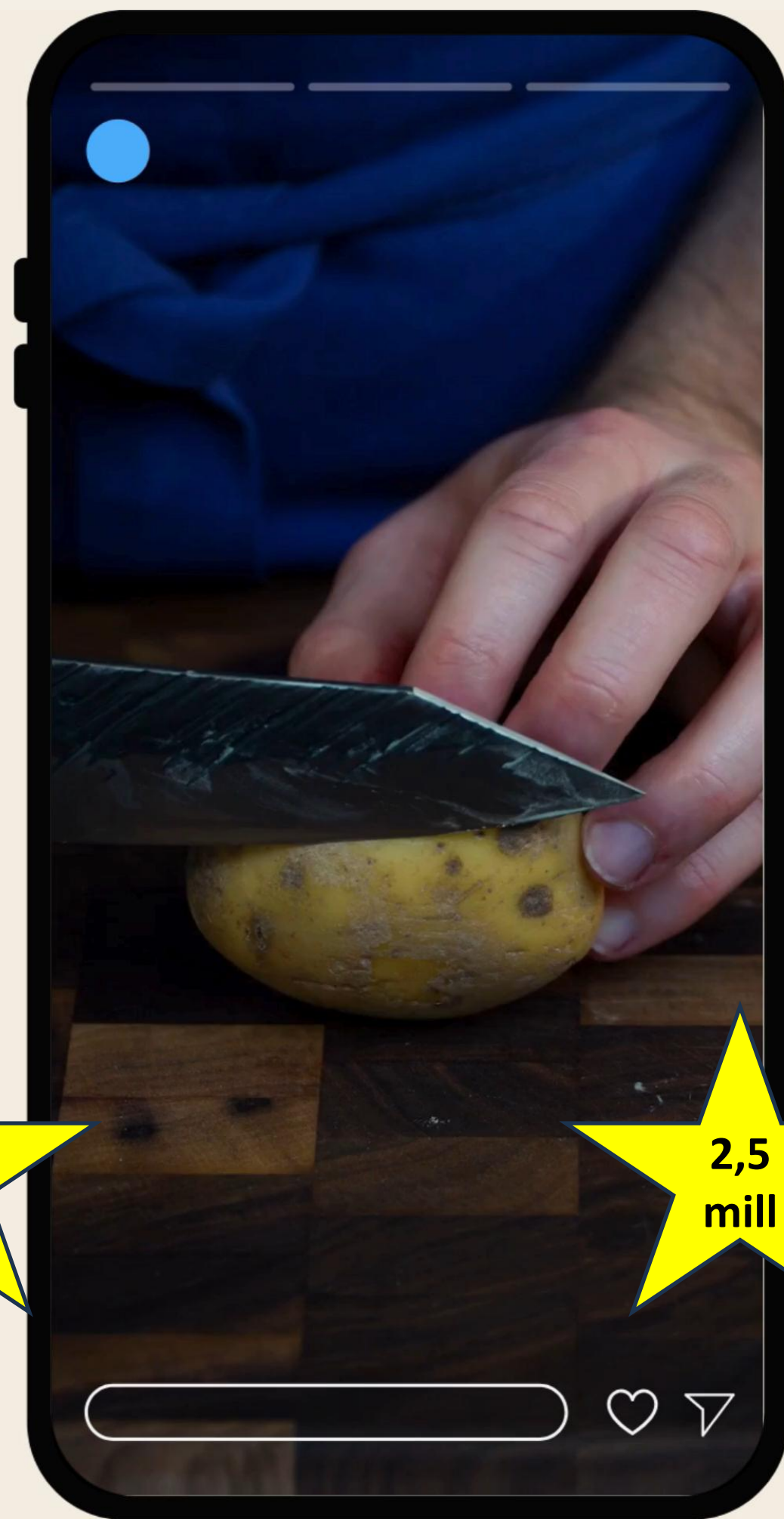
Hvor mye spiser vi?



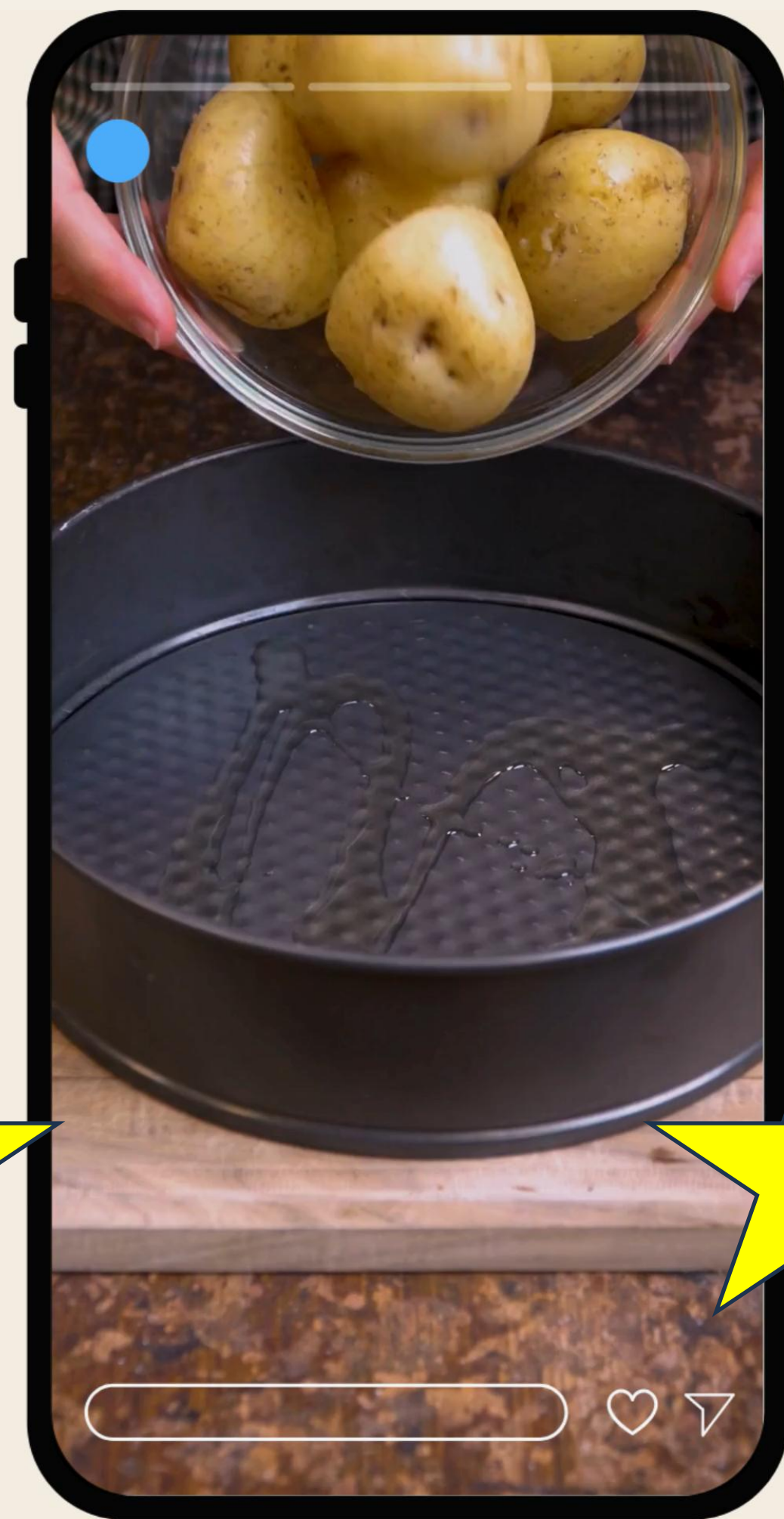


Den beste potetsnacken

3,3
mill



2,5
mill



1,6
mill

Betalte aktiviteter mot forbruker

ANNONSE



OPFG

Oppdag fordelene med potet
Derfor bør du spise potet

ANNONSE



OPFG

Les mer her!
Derfor bør du velge potet

Nypoteten er her!
Og ja, det er en
god grunn til
hypo.





DET STORE NORSKE Grøntløftet



Vi skal øke forbruket og norskandelen

Vi skal utvikle mer og bedre markedsføring!



To hovedpulser på nivå 1: uke 24 -27 og uke 38-41.
Nivå 2 med fokus på produkter i sesong

Periode		Juni (uke 24-27)	Juli	August	September (uke 38-41)	Oktober
Nivå 1: 'FAKTA' Holdning	Utendørs (dagligvare) Dekning nasjonal					
	Display Premium (store formater) + standard formater					
	SnapChat Commerical - 6 sek tvungen					
	Profil/Influencer					
Nivå 2: 'FIKSE' Produkt og inspirasjon	Display Standard Kontekstuellt	Nyttål Økologisk	Blomkål/Brokkoli Salater Nypotet Jordbær	Moreller	Hodekål	Gulrot Potet Rotgrønnsaker
	Sosiale Medier	Nyttål Økologisk		Moreller	Hodekål	Gulrot Potet Rotgrønnsaker
	Online video (6 sek) Norske Mediehus			Blomkål/Brokkoli Salater Nypotet Jordbær		
	Godt.no					
	Budsjett					

Testet materiell

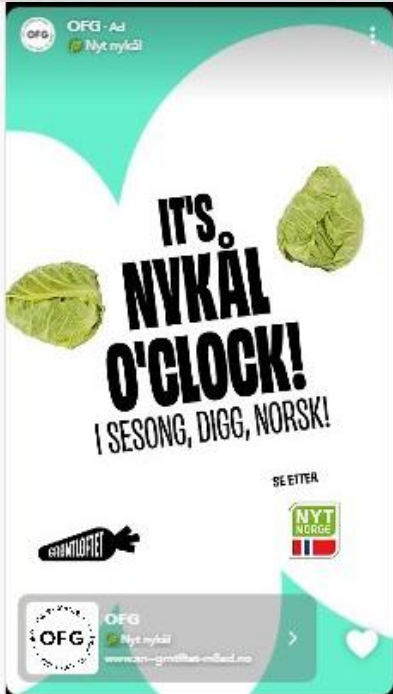
OOH



OLV



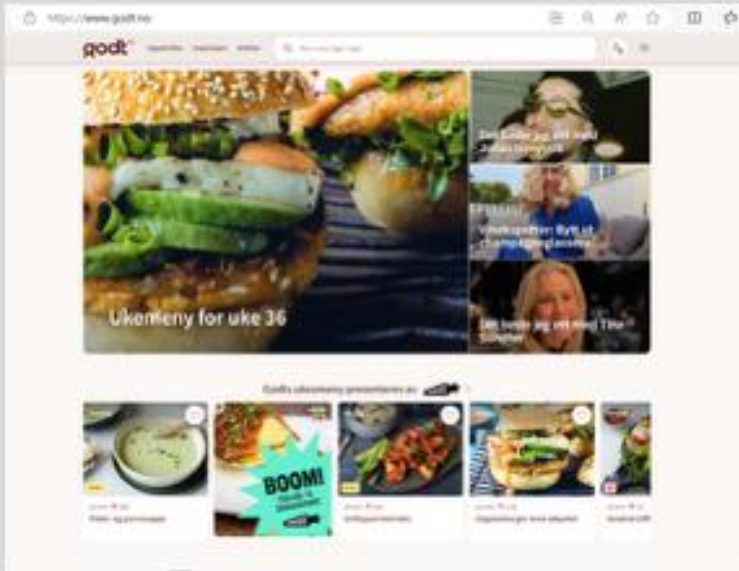
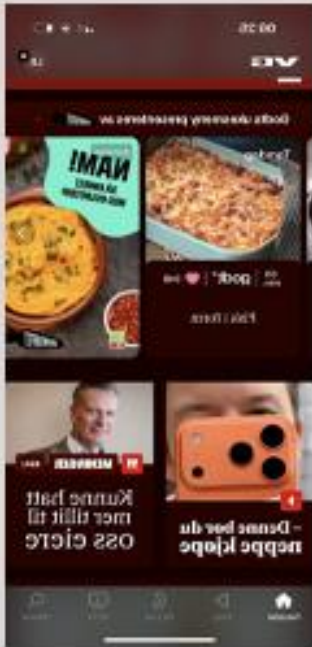
SoMe (Snapchat)



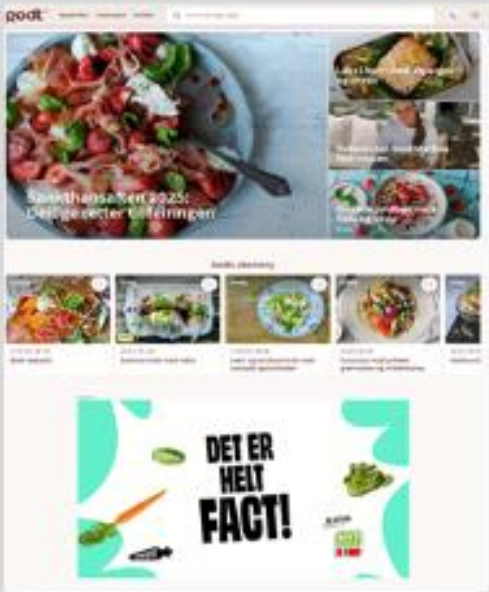
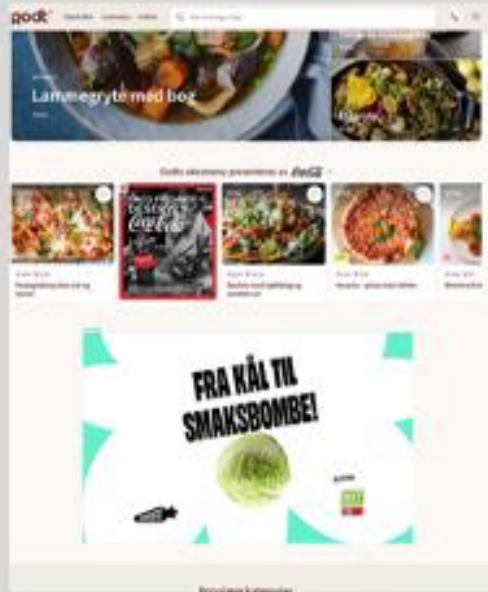
Samarbeid med Martin Lepperød

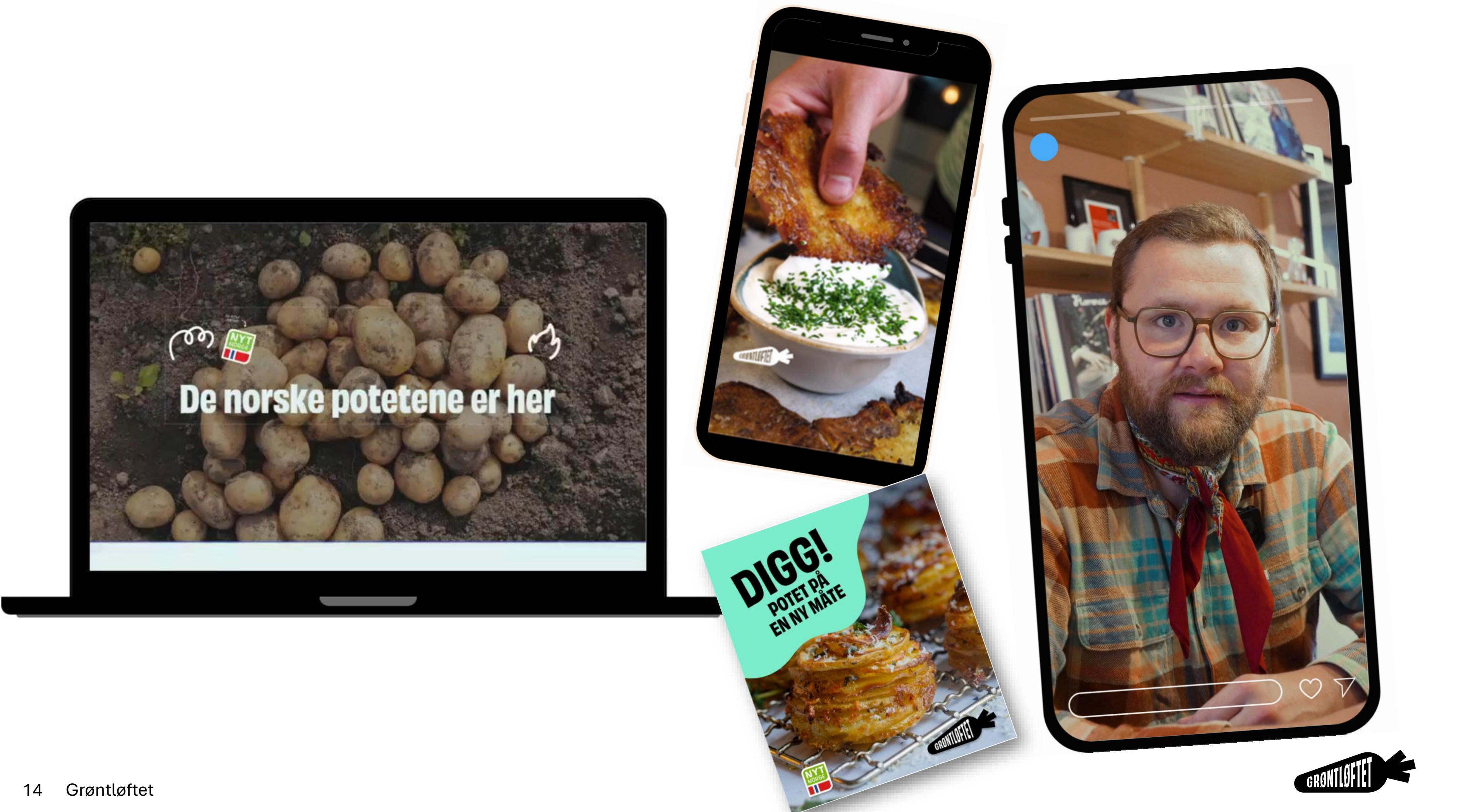


Godt.no

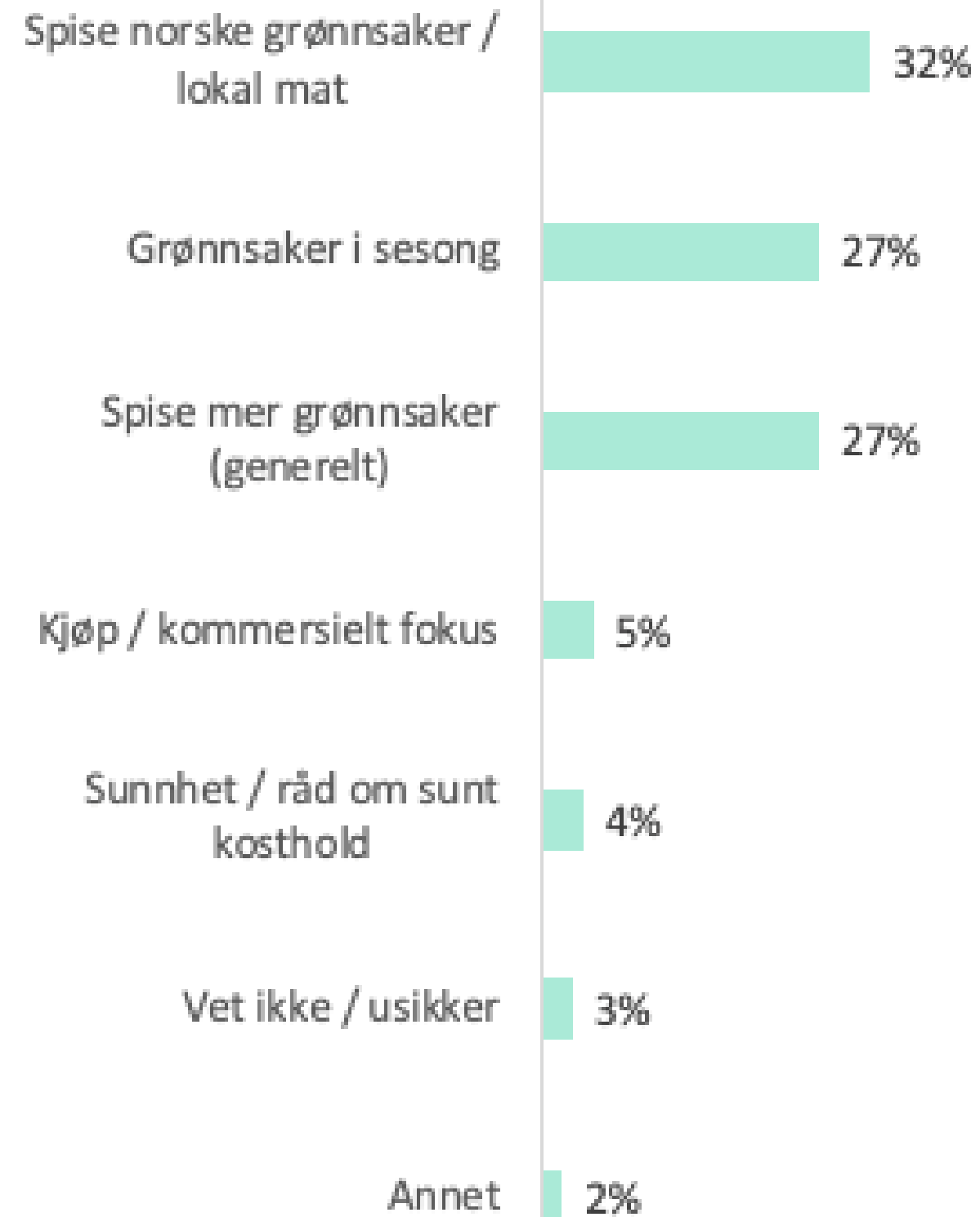


Display





Tydelig budskap!





13%

...har aktivt valgt å inkludere flere grønnsaker i kostholdet sitt

22%



7%

...har prøvd nye oppskrifter med grønnsaker etter inspirasjon fra kampanjen

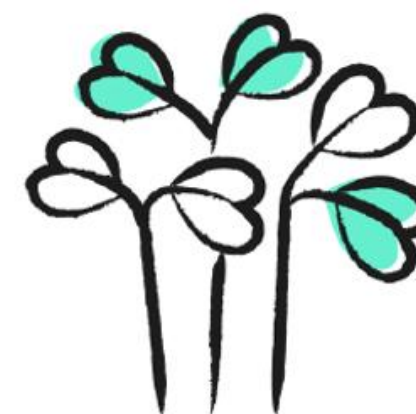
12%



25%

...har blitt mer bevisst på å velge norske grønnsaker

37%



21%

...har fått nye ideer til måltider med grønnsaker

Størst forskjell mellom befolkningen generelt og de som husker kampanjen!

40%



12%

...er enig i at kampanjen har hjulpet med å introdusere barna flere og ulike typer grønnsaker

17%

Blant de som husker å ha sett kampanjen

TAKK FOR OSS :]

