



## **Slutrapportering av [www.ekoweb.nu](http://www.ekoweb.nu) för perioden 29 februari 2008 till den 1 mars 2009**

---

### **Sammanfattning**

- Projekt Ekoweb har medverkat till spridning av information om den ekologiska marknaden.
- Ökad uppmärksamheten för ekologiskt i andra medier
- Givit information om marknaden till företag i/på väg in i branschen
- Förmedlat ekologiska varor från producenter
- Spridit information till 2 500 nyhetsbrevsprenumeranter varannan vecka
- Sammanställt marknaden
- Publicerat statistik
- Hållit föreläsningar för företag, producenter, organisationer, konsumenter

### **Bakgrund**

Hushållningssällskapet Skaraborg (HS) har under perioden den 29 februari 2008 till den 1 mars 2009 varit projektgenomförare och redaktör för [www.ekoweb.nu](http://www.ekoweb.nu). Syftet har varit att sammanställa, producera och vidareförmedla information om den ekologiska marknaden och på så sätt bidra till en ökad handel med ekologiska varor. Ekoweb tilldelades 440 000 av sökta medel på 830 000 kronor. Pengarna har använts för säkerställande av driften under 2008 fram till 1 mars 2009. Marknadsföring och kommersialisering har förberetts under perioden.

### **Syfte**

En högaktuell, dynamisk informationskälla för den ekologiska marknads aktörer med en unik rapportering. Underlätta till marknadsetablering och genomförande av affärer samt förmedling av produkter via marknadsplatsen.

### **Målgrupp**

- Lantbrukare
- Förädlingsföretag och detaljhandel
- Konsumenter

- Statliga tjänstemän
- Miljö- och marknadsansvariga i handeln
- Rådgivare

Syftet har uppnåtts genom en nyhetsproduktion fokuserad med tyngdpunkt på den svenska marknaden för ekologisk produktion. Dessutom har den danska, tyska, engelska och marknaden i USA bevakats. Internationella nyheter har bevakats genom prenumeration av tidningar och sökning på Internet samt besök på världens största ekologiska mässa BioFach i Nürnberg i Tyskland. Ett 100-tal företag har besökts, vilket resulterat i unika nyheter och reportage. De målgrupper som beskrivs ovan har varit mottagare av informationen, läsarna.

## Projektets mål

Kontakten och dialogen med de ekologiska företagen har upprätthållits. Marknadsföringen av ekologiska produkter samt att ge ett ökat intresse för ekologisk produktion bland producenterna har uppnåtts genom bland annat fortsatt samarbete med tidningen Jordbruksaktuellt. Ekoweb har fortsatt påverka handeln positivt. Den ekologiska försäljningen ökade med 36 procent 2008. Marknadsföringen av hemsidan har fortskridit, idag känner i stort sett alla i branschen till Ekoweb.

*-Ekoweb är oerhört betydelsefull på den ekologiska marknaden  
(Anders Lennartsson, miljöchef IKEA)*

| Projektets mål | Uppdrag enl. ansökan | Utfört tom 1 mars  |
|----------------|----------------------|--------------------|
| Nyheter        | 8-10 st per veckan   | 8-10 st per veckan |
| Nyhetsbrev     | 26 st                | 26 st              |
| Reportage      | 52 st                | 52 st              |

| Statistik Ekoweb            | dec 2007      | feb 2009      |
|-----------------------------|---------------|---------------|
| Antal besökare              | 400 besök/dag | 700 besök/dag |
| Anmälda på nyhetsbrevet     | 1900 st       | 2400 st       |
| Annonser på marknadsplatsen | 45 st         | 80 st         |

Den svenska bevakningen har skett genom att ett 100-tal företag har kontaktats per telefon eller besökts på plats i samband med de nyheter och reportage som genomförts. Ekoweb har också funnits på plats vid stora och små arrangemang där ekologin varit representerad, till exempel på BioFach. Vid dessa tillfällen har redaktionen funnit att det finns ett stort behov för företagen att diskutera den ekologiska marknaden med oss och många gånger slutar det med att vi förmedlar kontakter till producenter eller köpare.

## Genomförandeplan med tidsplan

De aktiviteter som bedrivits inom projektet har pågått löpande över hela året. Det är 8-10 nyhetsnotiser samt ett reportage per vecka och ett nyhetsbrev varannan vecka. Det betyder 52 reportage, ca 400 nyhetsnotiser och 26 nyhetsbrev som fördelas jämnt över året. Antalet marknadsannonser beror på läsarna, men år 2008 var intresset mycket stort och antalet

annonser mer än dubblerades till drygt 6 per månad. Det är ofta varor till stora värden som byter ägare via Ekowebbs marknadsplats, till exempel en hel kobesättning eller ett spannmålslager.

Ekoweb gör alla reportage, och även en del notiser, på plats. Detta gör att hemsidans information har mycket hög trovärdighet. Ekoweb besökte även svenska och internationella mässor och evenemang. Under 2009 besöktes BioFach i Tyskland, Restaurangmässan, Interfood och Restaurangexpo, som är de största branschmässorna i landet.

### **Spridning av projektets resultat**

Ekoweb har haft 700 läsare per dag på hemsidan, varit ständigt citerad bland annat ATL, Land Lantbruk, Jordbruksaktuellt, Fri Köpenskap, ICA Nyheter, Dagens Industri, Ekologiska Lantbrukarna, Ökologisk Jordbrug, HS tidning, Jordbiten och diverse fackpress och lokala tidningar. Ekoweb har nått 83 000 läsare var annan vecka genom reportage och nyhetsnotiser i Jordbruksaktuellt. Ekoweb har hållit ett flertal föreläsningar för företag och producenter runt om i landet.

Under januari genomförde Ekoweb för första gången ett marknadsseminarium. Detta slog mycket väl ut och rönt stort intresse. Alla landets tre största jordbrukstidningar var på plats liksom Fri Köpenskap och lokala medier.

### **Projektets finansiering**

Den totala kostnaden för [www.ekoweb.nu](http://www.ekoweb.nu) har varit 886 045 kronor under perioden.

Jordbruksverket finansierade 440 000 kronor. Resterande finansiärer har varit:

Agroidé: 353 128 kr

HS Skaraborg: 56 044 kr

Jordbruksaktuellt: 36 873 kr

### **Projektets arbetssätt**

[www.ekoweb.nu](http://www.ekoweb.nu) har drivits av en redaktör med en heltidstjänst. Redaktören har under perioden även arbetat med att på/avanmäla personer på nyhetsbrevet, rensning av ej fungerande adresser, köpt in teknisk konsulttjänster för säkrare drift av hemsidan, långsiktig finansiering och diskuterat teknisk vidareutveckling av Ekoweb.

HS Skaraborg har genomfört projektledning och ekonomihantering. Agroidé har varit ansvarig för marknadsföring och planering av kommersialisering efter 1 mars 2009.

Jordbruksaktuellt har varit en samarbetspartner för ytterligare spridning.

Under året har arbetet med kommersialiseringen med Ekoweb pågått. Genom strategiska samarbeten med flera organisationer och företag kunde kravet om medfinansiering om 440 000 kronor säkras. Sidan har även öppnats för bannerannonsering och ett 20-tal annonser kunde säljas under året. Även nyhetsbrevsprenumerationer har sålts.

## **Slutsatser**

Ekoweb planerar en fortsättning av verksamheten, om finansieringsfrågan kan lösas. Det finns ett stort informationsbehov på området.

## **Övrigt**

Kontroll av produktionen av nyheter, nyhetsbrev, reportage m.m. kan göras på [www.ekoweb.nu](http://www.ekoweb.nu).

## **Kontaktperson för projektet**

Cecilia Ryegård  
Hushållningsskapet Skaraborg /Redaktör Ekoweb  
Telefon: 0511-248 11  
E-mail: [cecilia@agroide.se](mailto:cecilia@agroide.se)