

## Hvor langt er vi kommet med Den nye fortælling?

Af: Sofie Kofoed, Landbrug & Fødevarer

Til januar vil det være et år siden, at Landbrug & Fødevarer søsatte Den nye fortælling. Men hvordan er den blevet modtaget, og flytter den på danskernes opfattelse af erhvervet?

Det er blevet tid til at gøre status.

"Der er et yndigt land på 4,3 mio. hektar". Sådan har man i snart et år kunnet høre Jørgen Leth sige til danskerne hjemme i deres stuer, og diverse annoncer har også gjort opmærksomme på, at landbrugs- og fødevarerindustrien bidrager til vækst i Danmark. Og det lader til at virke.

Spørger man danskerne, hvordan deres syn er på dansk landbrug, så viser en ny undersøgelse foretaget af analyseinstituttet Carat Deep Blue for Landbrug & Fødevarer, at 45 pct. af befolkningen ser positivt på både primærproduktionen og fødevarer virksomheder. Der er hermed sket en stigning på fire pct. på knap et år.

Derudover er to af L&F's annoncer blevet kåret til månedens annonce af Jyllands-Postens læsere, og sidst, men ikke mindst har "Lorte-annoncen" netop vundet den eftertragtede Aurorapris inden for kategorien "Årets publikumspris".



Landbrug & Fødevars "lorteannonce" vinder Auroraprisen: "Årets publikumspris".

”Vi er stolte og beærede over, at læserne har valgt netop den annonce blandt de flotte nominerede annoncer,” siger kommunikationsdirektør Susanne Hegelund, Landbrug & Fødevarer. ”Den fortæller med et glimt i øjet, at erhvervet kan bidrage med andet til samfundshusholdningen end sunde fødevarer, arbejdspladser og eksportindtægter, nemlig genbrugsenergi.”

Formanden for L&F, Niels Jørgen Pedersen, tror, at Den nye fortællings succes skyldes en fælles og målrettet indsats, som hviler på tre ben:

”Kampagnen har selvfølgelig været med til at rykke tallene i den rigtige retning. Også Landbrug & Fødevarers samlede, løbende kommunikationsindsats og strategi er afgørende for resultatet. Ligeledes har det betydning, at mange landmænd sætter handling bag ord på kampagnen og i deres dagligdag synliggør de mange gode ting, vi allerede gør inden for dyrevelfærd, innovation og grønne løsninger”.

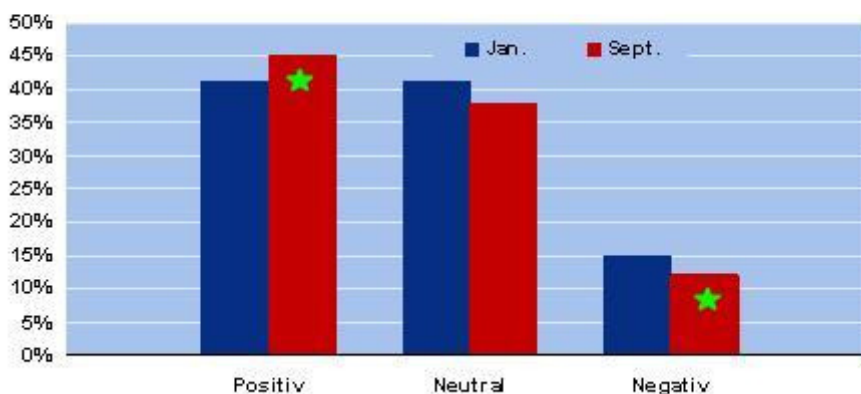
## Vi er godt på vej

Status efter næsten et år må derfor være, at Den nye fortælling har fået den bedst tænkelige start, og at danskerne er ved at få øjnene op for erhvervets betydning nu og i fremtiden.

Formanden pointerer dog, at arbejdet ikke er gjort her, da de positive resultater skal bruges som et afsæt til videre arbejde:

”Det vigtigste er nemlig måden, vi landmænd agerer på ude i samfundet - hvordan vi snakker med vores nabo, behandler vores dyr osv. Kun hvis vi alle er med på i den virkelige verden at vise vejen mod fremtidens landbrug, rykker det for alvor noget på den lange bane!” konkluderer Niels Jørgen Pedersen, formand for Landbrug & Fødevarer.

## Hvad er din overordnede holdning til dansk landbrug?



**Kampagnen rykker danskernes holdning i en mere positiv retning**