

Økologiske æg fra  
**Niels &  
Grete**



**Når man kan og vil selv 😊**



Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri

Den Europæiske  
Landbrugsfond for Udvikling  
af Landdistrikterne

**Naturerhverv.dk**

Danmark og Europa investerer i landdistrikterne

Se 'European Agricultural Fund for Rural Development' (EAFRD)

## Baggrund

- Køb fritidsbrug 1989
- Omlagt til økologi i 1995
- 24.000 høns og 36.000 hønniker
- 180 Ha foderproduktion til eget forbrug
  - Hønsegårde, grovfoder, korn, overdrev og naturarealer



Økologiske æg fra  
Niels &  
Grete



## Hvad

- Vi producerer økologiske æg, som håndsorteres og håndpakkes direkte fra staldene.
- Æggene sorteres, pakkes og leveres hver dag til butikkernes hylder
- Læggedatoen angives i stedet for pakkedato
- Med æggebakkerne leveres information til forbrugeren i form af tekster på bakkerne og indlægsedler

## Konceptet bygger på 4 ben

- Oprindelse
- Friskhed
- Bæredygtighed
- Sundhed



## Fokus

- Hønsene skal have mulighed for at udfolde deres naturlige adfærd
- Engagement – Medarbejdere, ejere, kunder og forbrugere
- Kvalitet
- Forbrugeroplysning
- Bæredygtighed
  - Miljø
  - Velfærd
  - Madspild



## Hvorfor ????

- Udfordringen
- Engageret del i hele værdikæden
- Formidle fortællingen om økologisk ægproduktion
- Skeptiske overfor øget økologisk industrialisering
- Nej til "BILLIG, BILLIG, BILLIG....."



## Når man presser prisen er der 3 til at betale

- Landmanden
- Dyrene
- Miljøet



## Hvordan har vi gjort

- Udarbejde koncept – flerårig proces. Sammen med Økologisk Landsforening.
- Kalkulationer på investeringer og kostpriser
- Fastlægge logistikken
- SÆLG, SÆLG, SÆLG.....
- Fortsæt udviklingen af konceptet og forretningen. NYT, NYT, NYT.....



## Udarbejde koncept – flerårig proces. Sammen med Økologisk Landsforening.

- Indledende møder med ØL markeds konsulent, Cathrine Esmann
- Designer og Tekstforfatter kobles på. Yummi Design og Kathrine Pedersen
- Vurderinger af markeder, kunder, afsætningsmuligheder, afsætningskanaler .....
- Udarbejdelse af koncept og markedsstrategi
- Udarbejdelse af prototyper og præsentationer
- Salgsprocessen går i gang efter ca. 1 år efter første møder

## Udarbejdelse af koncept og markedsstrategi

- Definere hvem vi henvender os til
  - ØL har gode forbrugeranalyser
- Hvad er forbrugergruppen interesseret i
- Budskaber til forbrugergruppen udarbejdes
  - Korte og klare budskaber
- Design, budskaber og produkt skal målrettes forbrugergruppen
- Kommunikationsform til forbrugergruppen fastlægges



## Sortiment og kalkulationer

- Definere hvad vi kan
  - Hvilke vare kan vi levere
  - Distribution (lokalt, landsdækkende, detail, catering.....)
- Kalkulationer.
  - Varens produktionspris
  - Opbevaring, spild (overskud), køl ....
  - Emballage
  - Distribution
  - Fortjeneste
- Igangsætning
  - Likviditet. Det tager tid før salget kommer i gang
  - Lagerbinding - emballage, færdigvarer, hjælpemidler .....
- Myndighedskrav – kan være omfattende



## Hvordan for vi fat i forbrugeren

- Dialog til forbrugeren – alt det der er muligt. WEB, Facebook, Instagram, messer, udstillinger, events, presse ....
- Salg koster mange penge. Budskaberne skal være meget enkle og klare
- Forbrugerinformation på emballagen. Fortælle hvad vi gør
- Åbenhed, Ærlighed (landbruget har i årevis været tillukket)

Økologiske æg fra  
Niels &  
Grete



## SÆLG, SÆLG, SÆLG.....

- Udarbejde salgsplan
  - Salg er ikke kun gennem supermarked
- Kontakte kundeemner
- Salg er svært – nogen kan, andre kan ikke – få hjælp
- Husk at varen er IKKE solgt fordi den er på hylderne i supermarkedet



## Erfaringer/oplevelser

- ”nej, hvor er er jeres hjemmeside dejlig, både fotos og beskrivelser er simpelthen SKØNNE - jeg købte jeres æg hos Føtex i dag, blev glædeligt overrasket over at finde andet end Hede og Danæg som jeg aldrig ville købe, (heller ikke deres økoæg).”
- Hej med jer. Er det muligt at komme på besøg hos jer og se jeres produktion? Det kunne min mand og jeg nemlig godt tænke os

## Fortsæt udviklingen af konceptet og forretningen. NYT, NYT, NYT.....

- Stilstand er tilbagegang
- Videreudvikling af markedsstrategi, salgsplaner, koncepter, nye produkter osv.
- Nye kundemuligheder
- Nye markeder
- Nye fortællinger
- Når forretningen er i gang opstår masser af nye muligheder

## Vores erfaringer

- Vær grundig i konceptets opbygning
- Fastlæg strategi – produkt, produktion og marked
- Sikre likviditet
- Fasthold konceptet
- Stol på dig selv. Ingen andre kan drive din forretning
- Du skal være åben og klar på at profilere dig selv og din forretning
- Vedholdende



Økologiske æg fra  
Niels &  
Grete



## Hvad kom først – hønen eller ægget ???



Indkøbsdirektør DS:

”Normalt overlever et produkt som jeres max 1 år. Det er meget imponerende som jeres produkt sælger”