

## Beskrivelse af aktørernes brug af MultiTrust-Redskab (MTR)

Udarbejdet som grundlag for design af redskab.

### Indhold

Generelt om MTR .....	2
Forbrugere.....	2
Udarbejder sin forbrugerprofil .....	2
Brug af MTR i butikken .....	3
Scanner produktet med sin mobiltelefon.....	3
Brug af MTR på internettet .....	4
Handelsleddet.....	4
Indkøbsansvarlig søger leverandører .....	4
Søger nye leverandører .....	4
Tjekker eksisterende leverandører.....	5
Produktansvarlig sikrer produktprofil .....	5
Lægger firmaets profil (beskrivelse af produktion) ind .....	5
Produktansvarlig vurderer produktprofil mod forbrugerprofiler.....	7
Forarbejder .....	7
Leverandøransvarlig tjekker leverandører .....	8
Søger nye leverandører .....	8
Tjekker eksisterende leverandører.....	8
Produktansvarlig sikrer produktprofil .....	9
Lægger firmaets profil (beskrivelse af produktion) ind .....	9
Produktansvarlig vurderer produktprofil mod forbrugerprofiler.....	10
Salgsansvarlig finder match i afsætningsleddene .....	10
Landmand .....	11
Sikrer produktprofil .....	11
Lægger sin egen profil (beskrivelse af produktion) ind .....	11
Beskriver sine produkter .....	12
Finder match hos aftagerne .....	12
Sammenholder egen kriterieprofil med aftageres kriterieprofil og forbrugerbedømmelser .....	13

## Generelt om MTR

Systemet består af en database opdelt i forbrugere, handelsvirksomheder inden for fødevarer, forarbejdningsvirksomheder (inden for fødevarer) og jordbrugere (landmænd, gartnere, frugtavlere).

Disse aktører tilmelder sig til MTR, ved at oprette en profil med tilhørende karakteristik af de kriterier man tilknytter til de fødevarerprodukter, man producerer eller anvender.

Databasen indeholder således oplysninger om alle aktørerne, alle de fødevarer aktørerne arbejder med og alle de kriterier de har knyttet til fødevarerne.

Hvis en fødevare eller et kriterium ikke findes i MTR kan enhver aktør foreslå den tilføjet, hvorefter en systemansvarlig lægger den ind i systemet og sender meddelelse ud til brugerne, at der er kommet nye muligheder, man kan føje til sin profil.

Kun brugeren selv kan redigere i egen profil (dog også den systemansvarlige).

Alle brugere med egen profil kan kommentere på de andre brugeres profil med tekst og likes / dislikes og på den måde skabe en tværgående dialog mellem aktørerne gennem hele produktionskæden.

Den systemansvarlige kan gribe ind, hvis tonen i kommentarerne eller i profilbeskrivelserne bliver destruktive eller på anden måde ødelæggende for systemet.

Brugerne kan gennemføre en række forskellige søgninger i MTR, som giver brugerne forskellige muligheder, som er beskrevet i det følgende.

## Forbrugere

### Udarbejder sin forbrugerprofil

Motiveret af:

- Ønske om at påvirke den økologiske produktion ved at sende signaler til produktionsleddene om, hvad man prioriterer.
- Få mulighed for at kommentere med tekst og likes/dislikes på de andre profiler i MTR.
- Få mulighed for at finde butikker (inkl. internethandel) og produkter, der matcher egen prioritering af kriterier

Profilen udfyldes ved en blanding af: a) indtastet tekst, afkrydsning af valgmuligheder (fx produkter, og kriterier, der skal kunne genfindes hos andre aktører), tilknytning af filer (fx billeder, tekster man har

skrevet andre steder), links til interessante sider, der understøtter den prioritering, man gerne vil signalere.

Profilen kan redigeres af forbrugeren.

Alle brugere med egen profil kan kommentere profilen på en slags blog (skal den være opdelt i positive og kritiske bemærkninger ligesom likes og dislikes?)

En ansvarlig for MTR (webmaster) skal kunne gå ind og slette urimelige/sårende kommentarer og evt. blokere en bruger.

### **Eksempel: Forbruger der lægger vægt på dyrevelfærd og økologi**

Kontakt-oplysninger (Navn, adresse, telefon, mail, web)

Generel beskrivelse: Prosatekst om sine interesser for mad og fødevarerproduktion, evt. biografisk med beretning om, hvordan det har udviklet sig og konkrete erfaringer.

Udtrykker sine holdninger (forhåbentlig også handlinger i form af faktiske købspræferencer) gennem kriterie-valg til de produktgrupper, man køber / interesserer sig for.

- Vælger en produktgruppe ud (evt. kan det være muligt at vælge et specifikt produkt)
- Tilknytte kriterier til produktgruppen og vælge karakterniveau for hvert kriterium (lav, middel, høj)
- Evt. tilknytte en kommentar til produktet, der uddyber de valg man har gjort.
- Hvis man vælger at gå ud fra enkeltprodukter skal man til sidst svare på, om man vil tilknytte kriterier til hele den produktgruppe, som produktet hører til i MTR.

## **Brug af MTR i butikken**

### **Scanner produktet med sin mobiltelefon**

En app på telefonen finder frem til produktets profil på MTR ved at scanne en kode på produktet, og telefonen viser:

- Produktets kriterie-profil (sammenvejet af de tilknyttede profiler fra landmand over forarbejdning og handelsled) eller foldet ud som en produktionskæde med kriterieprofiler for hvert led i kæden.
- Nøgleoplysninger om produktet
  - Produktionsland
  - Leverandør (hvis ikke blokeret af handelsled pga. "privat label")
  - Forarbejdningsvirksomhed (hvis ikke blokeret af handelsled pga. "privat label")
- Forbrugeren kan klikke sin egen favorit-kriterie-profil på for den pågældende produkttype, så man visuelt får fornemmelse for, hvor godt produktet matcher.
- Kan sende link til produktets profil til egen eller andres mailboks til senere udforskning på internettet
- Kan sende sms med link til andre for at gøre opmærksom på produktet
- Kan gemme link i favoritliste på mobiltelefonen.

- Kan sende likes / dislikes til virksomhederne bag produktet (skal forudsætte, at man selv har oprettet en profil, så virksomhederne kan vurdere tilbagemeldingen i forhold til afsenderens profil)

## Brug af MTR på internettet

Forbrugeren kan gå ind på MTR (både når man har oprettet sin egen profil og som almindelig forbruger uden profil)

- Kan som i butikken indtaste en produktkode og få oplysningerne om produktet frem
- På internetversionen kan man også klikke sig ind på virksomhedsprofilerne, der ligger bag produktet (fuld sporbarhed, der dog kan blive vanskeliggjort af handelsvirksomhedernes brug af privat label, hvor producenterne ikke er oplyst). I virksomhedsprofilerne kan man udforske andre produkter og generelle forhold om virksomheden.
- Man kan sende kommentarer til virksomhedens "kommentar-flade" som tekst og likes/dislikes. Denne facilitet er dog kun åben for brugere med egen profil, så modtagerne af kommentarerne kan se den profil, som har afsendt kommentaren.
- Man kan søge produkter eller firmaer ud, der matcher ens egen profil, eller matcher bestemte søgekriterier – fx geografisk område, størrelse i omsætning, høj score på dyrevelfærd osv.
- Man kan finde butikker, der fører produkter inden for bestemte produktgrupper og som matcher bestemte kriterier.

Når man står på firmabeskrivelsen kan man se kriterieprofilen for hele virksomheden.

Når man står på en produktgruppe kan man se kriterieprofilen for den produktgruppe.

Kriterieprofilen på disse niveauer er sammenvejringer af kriterieprofilen for virksomhedens produkter vægtes efter omsætningen af de respektive produkter. (Der skal findes en formel for sammenvejning, hvor fx vægt, volumen og værdi kan vejes sammen på en acceptabel måde)

## Handelsleddet

### Indkøbsansvarlig søger leverandører

Motiveret af:

- Ønske om at sikre, at leverandørernes profiler understøtter (evt. forbedrer) virksomhedens profil
- Almindelig forretningsmæssig vurdering af leverandører (hvor bæredygtige er de?)

### Søger nye leverandører

Søger producentvirksomheder ud, der matcher handelsvirksomhedens ønsker: a) geografisk område, b) har den produktion, der ønskes (fx jersey-mælk)

Får skærmbillede, der viser:

- Liste over virksomheder, der matcher søgningen .

Evt. kan der være en stikordsliste, der kommer fra virksomhedernes profiler.

To muligheder:

#### Klikker ind på en fra listen

- Kommer ind på virksomhedens profilside, og kan bl.a. se virksomhedens kriterieprofil eller kan gå ind og se selve produktionsgruppens (mælk) profil .
- Kan "tacke" virksomheden, så den vises som link på brugerens egen profilside (lukket del kun med adgang for brugeren selv)

#### Sætte flueben ved de virksomheder man ønsker at se i en oversigt over kriterieprofiler

- Der kommer et skærbillede, hvor bedrifterne vises som en liste med kriterieprofilen vist
- Brugerens egen virksomhedsprofil kan klikkes på, så man visuelt kan sammenligne
- Man kan vælge også at få vist en angivelse på hver produktionsvirksomhed med procentuel match med brugerens virksomhedsprofil. (enten hele profilen eller for hvert kriterium for sig)

#### **Tjekker eksisterende leverandører**

Åbner liste over egne leverandører på intern del af egne profil.

Kan filtrere til kun at vise leverandører til bestemt produktgruppe.

Kan gå til hver enkelt leverandørs profil og der gå igennem, om det ser ud, som man ønsker.

Kunne også udvikles til at man på leverandørlisten kan få markering af om bestemte kriterier har udviklet sig positivt eller negativt i en valgt tidsperiode.

Eller om leverandørernes kriteriematch med brugerens virksomhed er steget eller faldet.

Leverandører der har udviklet sig i en bestemt retning kan derefter kontaktes for at drøfte udvikling i samarbejdet.

## **Produktansvarlig sikrer produktprofil**

### **Lægger firmaets profil (beskrivelse af produktion) ind**

Motiveret af:

- Ønsker at firmaets produkter er synlige i MTR
- Ønske om at forbrugere men også leverandørvirksomheder kan få øje på virksomheden og blive klar over (glad for) det virksomheden gør for at have et produktsortiment, der matcher kundernes interesser og behov (med deraf følgende større salg)

Profilen udfyldes ved en blanding af: a) indtastet tekst, afkrydsning af valgmuligheder (fx produkter, og kriterier, der skal kunne genfindes hos andre aktører), tilknytning af filer (fx billeder, kvalitetsrapporter fx

virksomheds smiley, certifikater mv.)

Profilen kan redigeres af virksomheden.

Alle brugere, der har en profil, kan kommentere profilen på en slags blog (skal den være opdelt i positive og kritiske bemærkninger ligesom likes og dislikes?)

En ansvarlig for MTR (webmaster) skal kunne gå ind og slette urimelige/sårende kommentarer og evt. blokere en bruger.

### **Eksempel på firma: Supermarkeds kæde med landsdækkende butiksnæ**

Kontakt-oplysninger (Firmas navn, adresse, telefon, mail, web)

Generel beskrivelse af virksomheden: historie, ejer-forhold, ejers ønsker for virksomheden og generel indsats for at nå målene. CSR-profil. Geografisk dækning med butikker / leverance. Rapporter om hygiejne, arbejdsmiljø og evt. resultat af bæredygtighedsanalyse af virksomheden.

#### Produktgrupper (overblik over handelsvirksomhedens sortiment):

Fx:

- Mælkeprodukter
- Grønsager
- Kød
- Kolonial
- ...
- Non food produkter
- ...

#### Karakteristik af produkter:

Firmaet skal have mulighed for at samle produkterne i grupper (fx frisk mælk, synet mælk, ost, smør, svinekød, oksekød, fjerkrækød osv.) og tilknytte produktionsbeskrivelser og kriterier fælles for hele gruppen. Hvert enkelt produkt, der bliver sporbart i MTR, får tilknyttet beskrivelserne der gælder for produktets gruppe.

Eksempel på produkt: Minimælk – 20 % store kvægracer og 80 % jersey.

- Tilhører produktgruppen: "Frisk mælk med jersey".
- Virksomheden eller virksomhederne, der har leveret produkterne i gruppen.
- Virksomhedens politik for handle med dette produkt (fx friskhed, oprindelsesland, etc.)
- Kvalitetsbeskrivelse:
  - Krav der stilles til leverandørvirksomhederne
  - Tilknyttede kriterier der afspejler den behandling handelsvirksomheden giver produktet (vægtet: lille, middel, høj),

Når man står på firmabeskrivelsen kan man se kriterieprofilen for hele virksomheden.

Når man står på en produktgruppe kan man se kriterieprofilen for den produktgruppe.

Kriterieprofilen på disse niveauer er sammenvejringer af kriterieprofilen for virksomhedens produkter vægtet efter omsætningen af de respektive produkter. (Der skal findes en formel for sammenvejning, hvor fx vægt, volumen og værdi kan vejes sammen på en acceptabel måde)

## Produktansvarlig vurderer produktprofil mod forbrugerprofiler

Motiveret af:

- Se om der er tegn på at interessen for bestemte kriterier udvikler sig, hvilket kan få betydning for, hvilke kriterier der skal lægges vægt på hos underleverandører og i egen virksomhed.
- Undersøge om der er forbrugergrupper, der i særlig grad matcher kriterieprofilen i ens egen virksomhed og udforske disse forbrugeres profiler for at tilpasse markedsføringen til disse grupper.

Fra "Forbruger-området" i MTR søges forbruger-profiler ud, der matcher en bestemt søgning

Søgningen kunne fx filtreres efter disse kriterier:

- Har medtaget den ønskede produktgruppe (fx mælk) i sin kriterie-profil
- Kriterie-profilen har et match i forhold til virksomhedens kriterieprofil over en vis procentdel.
- Bestemt geografisk område

Søgningen munder ud i en liste over forbrugere

- Listen kan sorteres fx efter faldende match-procent.
- Brugeren kan få vist listen, så forbrugernes kriterieprofil bliver synlig til visuel vurdering og udvælgelse
- Brugeren kan klikke sig ind på hver enkelt forbruger og udforske dennes profil.

Der kunne parallelt søges produktionsvirksomheder ud, der leverer produkter i den pågældende produktgruppe.

- Kriterie-profilerne for udvalgte produktionsvirksomheder kan sammenholdes med udvalgte forbrugeres kriterie-profiler for at vurdere matchet visuelt eller i form af en match-procent.

## Forarbejder

## Leverandøransvarlig tjekker leverandører

Motiveret af:

- Ønske om at sikre, at leverandørernes profiler understøtter (evt. forbedrer) virksomhedens profil
- Almindelig forretningsmæssig vurdering af leverandører (hvor bæredygtige er de?)

### Søger nye leverandører

Søger producenter ud, der matcher virksomhedens ønsker: a) geografisk område, b) har den produktion, der ønskes (fx mælk fra jersey køer)

Får skærmbillede, der viser:

- Liste over landbrug, der matcher søgning .  
Evt. kan der være en stikordsliste, der kommer fra landmændenes profiler.

To muligheder:

#### Klikker ind på en fra listen

- Kommer ind på landmandens profilside, og kan bl.a. se bedriftens kriterieprofil eller kan gå ind og se selve produktionsgrenens (mælk) profil .
- Kan "tacke" bedriften, så den vises som link på brugerens egen profilside (lukket del kun med adgang for brugeren selv)

#### Sætte flueben ved de bedrifter man ønsker at se i en oversigt over kriterieprofiler

- Der kommer et skærmbillede, hvor bedrifterne vises som en liste med kriterieprofilen vist
- Brugerens egen virksomhedsprofil kan klikkes på, så man visuelt kan sammenligne
- Man kan vælge også at få vist en angivelse på hver bedrift med procentuel match med brugerens profil. (enten hele profilen eller for hvert kriterium for sig)

### Tjekker eksisterende leverandører

Åbner liste over egne leverandører på intern del af egne profil.

Kan evt. filtrere til kun at vise leverandører til bestemt produktgruppe.

Kan gå til hver enkelt leverandørs profil og der gå igennem, om det ser ud, som man ønsker.

Kunne også udvikles til at man på leverandørlisten kan få markering af om bestemte kriterier har udviklet sig positivt eller negativt i en valgt tidsperiode.

Eller om leverandørernes kriteriematch med brugerens virksomhed er steget eller faldet.

Leverandører der har udviklet sig i en bestemt retning kan derefter kontaktes for at drøfte udvikling i samarbejdet.



## Produktansvarlig sikrer produktprofil

### Lægger firmaets profil (beskrivelse af produktion) ind

Motiveret af:

- Ønsker at firmaets produkter er synlige i MTR
- Ønske om at forbrugere og afsætningsled kan få øje på virksomhedens produktion og blive klar over (glad for) det virksomheden gør for at lave nogle gode produkter (der berettiger til en ordentlig pris).

Profilen udfyldes ved en blanding af: a) indtastet tekst, afkrydsning af valgmuligheder (fx produkter, og kriterier, der skal kunne genfindes hos andre aktører), tilknytning af filer (fx billeder, kvalitetsrapporter, certifikater mv.)

Profilen kan redigeres af virksomheden.

Alle brugere, der selv har en profil, kan kommentere profilen på en slags blog (skal den være opdelt i positive og kritiske bemærkninger ligesom likes og dislikes?)

En ansvarlig for MTR (webmaster) skal kunne gå ind og slette urimelige/sårende kommentarer og evt. blokere en bruger.

### Eksempel på firma: Mejeri der forarbejder bl.a. jersey-mælk

Kontakt-oplysninger (Firmas navn, adresse, telefon, mail, web)

Generel beskrivelse af virksomheden: historie, ejer-forhold, ejers ønsker for virksomheden og generel indsats for at nå målene. CSR-profil. Rapporter om hygiejne, arbejdsmiljø og evt. resultat af bæredygtighedsanalyse af virksomheden.

### Produktionsgrene (beskrivelse af produktionens indretning):

- Konsummælk (herunder hygiejne og andre kvalitetsanalyser)
- Ost (herunder hygiejne og andre kvalitetsanalyser)
- Mælkepulver (herunder hygiejne og andre kvalitetsanalyser)
- Valleekstrakt til medicinalindustrien (*indgår ikke i fødevare-værdikæde, men kunne kobles på, hvis platformen viser sig at være attraktiv til at markedsføre ydelser i netværket*)
- Biogas (*indgår ikke i fødevare-værdikæde, men kunne kobles på, hvis platformen viser sig at være attraktiv til at markedsføre ydelser i netværket*)

### Karakteristik af produkter:

Firmaet skal have mulighed for at samle produkterne i grupper (fx frisk mælk, synet mælk, frisk ost, lagret ost, skimmelost osv.) og tilknytte produktionsbeskrivelser og kriterier fælles for hele gruppen. Hvert enkelt produkt, der bliver sporbart i MTR, får tilknyttet beskrivelserne der gælder for produktets gruppe.

Eksempel på produkt: Minimælk – 20 % store kvægracer og 80 % jersey.

- Tilhører produktgruppen: "Frisk mælk med jersey".
- Procesbeskrivelse: Produktionsforløb og anvendt teknologi, mængde.
- Kvalitetsbeskrivelse:
  - Tiltag, der gennemføres for at sikre høj kvalitet
  - Tilknyttede kriterier, der afspejler hvordan virksomheden behandler produktet (vægtet: lille, middel, høj)
  - Kvalitetsrapporter fra friskmælksproduktionen.

Når man står på firmabeskrivelsen kan man se kriterieprofilen for hele virksomheden.

Når man står på en produktionsgren kan man se kriterieprofilen for den produktionsgren.

Kriterieprofilen på disse niveauer er sammenvejringer af kriterieprofilen for virksomhedens produkter vægtet efter mængden af de respektive produktioner. (Der skal findes en formel for sammenvejning, hvor fx vægt, volumen og værdi kan vejes sammen på en acceptabel måde)

## Produktansvarlig vurderer produktprofil mod forbrugerprofiler

Motiveret af:

- Se om der er tegn på at interessen for bestemte kriterier udvikler sig, hvilket kan få betydning for, hvilke kriterier der skal lægges vægt på hos underleverandører og i egen produktion.
- Undersøge om der er forbrugergrupper, der i særlig grad matcher kriterieprofilen i ens egen produktion og udforske disse forbrugeres profiler for at tilpasse markedsføringen til disse grupper.

Fra "Forbruger-området" i MTR søges forbruger-profiler ud, der matcher en bestemt søgning

Søgningen kunne fx filtreres efter disse kriterier:

- Har medtaget den ønskede produktgruppe (fx mælk) i sin kriterie-profil
- Kriterie-profilen har et match i forhold til virksomhedens kriterieprofil over en vis procentdel.
- Bestemt geografisk område

Søgningen munder ud i en liste over forbrugere

- Listen kan sorteres fx efter faldende match-procent.
- Brugeren kan få vist listen, så forbrugernes kriterieprofil bliver synlig til visuel vurdering og udvælgelse
- Brugeren kan klikke sig ind på hver enkelt forbruger og udforske dennes profil.

## Salgsansvarlig finder match i afsætningsleddene

Motiveret af:

---

- Finde de virksomheder, der har en matchende profil til de produkter man ønsker at sælge. Hvilket forventes at give et godt udgangspunkt for gode aftaler og priser.
- Holde øje med om der er en udvikling i kriterie-profilerne på markedet, som gør det relevant at overveje sin egen produktion.

Fra "handelsområdet" i MTR søges en liste ud med virksomheder, der matcher bestemte søgekriterier:

- Handler med den ønskede produktgruppe (fx mælk)
- Andre forretningsmæssige kriterier (fx omsætningen størrelse, geografiske placering osv)
- Kriterie-profilen har et match i forhold til bruger-virksomhedens kriterieprofil, der ligger over en vis procentdel.

Søgningen munder ud i en liste over virksomheder.

- Listen kan sorteres fx efter faldende match-procent.
- Brugeren kan få vist listen, så virksomhedernes kriterieprofil bliver synlig til visuel vurdering og udvælgelse
- Brugeren kan klikke sig ind på hver enkelt virksomhed og udforske dennes profil.

## Landmand

### Sikrer produktprofil

#### Lægger sin egen profil (beskrivelse af produktion) ind

Motiveret af:

- Aftagerfirmaer (fx mejeri) kræver det for at mejeriprodukterne kan indgå i MTR
- Ønske om at forbrugere og afsætningsled kan få øje på ens produktion og blive klar over (glad for) det man gør for at lave nogle gode produkter (der berettiger til en ordentlig pris).

Profilen udfyldes ved en blanding af: a) indtastet tekst, afkrydsning af valgmuligheder (fx produkter, og kriterier, der skal kunne genfindes hos andre aktører), tilknytning af filer (fx billeder, kvalitetsrapporter, certifikater mv)

Profilen kan redigeres af landmanden.

Alle brugere, der selv har en profil, kan kommentere profilen på en slags blog (skal den være opdelt i positive og kritiske bemærkninger ligesom likes og dislikes?)

En ansvarlig for MTR (webmaster) skal kunne gå ind og slette urimelige/sårrende kommentarer og evt. blokere en bruger.

### Eksempel på landmand: Mælkeproducent med jersey-køer

Kontakt-oplysninger (Ejer navn, Gårdens navn, adresse, telefon, mail, web)

Generel beskrivelse af bedriften: historie, ejer-familien, ejers ønsker for bedriften og generel indsats for at nå målene. Evt. resultat af bæredygtighedsanalyse af bedriften.

Produktionsgrene (beskrivelse af produktionens indretning):

- Kvæghold (herunder sundhedsstatus /rapporter)
- Planteprodukter til salg (herunder kvalitetsstandarder / evt. certifikater, økologirapport mv.)
- Andet til salg

Beskrivelse af produktionsgrene:

- Antal køer, leveret mængde mælk, leveret mængde slagtedyr, antal solgte levedyr, tiltag for at sikre god kvalitet
- Plantearter der sælges, mængder, tiltag for at sikre god kvalitet
- Maskinstationsydelse

Når man står på bedriftsbeskrivelsen kan man se kriterieprofilen for hele bedriften

Når man står på en produktionsgren kan man se kriterieprofilen for den produktionsgren.

Kriterieprofilen på disse niveauer er sammenvejninger af kriterieprofilen for bedriftens produkter vægtet efter mængden af de respektive produktioner. (Der skal findes en formel for sammenvejning, hvor fx vægt, volumen og værdi kan vejes sammen på en acceptabel måde)

### Beskriver sine produkter

Karakteristik af produkter:

- Mælk: mængde, kvalitetsrapporter (protein%, fedt %, bakterier, celler), produktionsstandarder (fx Arla-gården), tiltag til sikring af god kvalitet, tilknyttede kriterier (vægtet: lille, middel, høj)
- Kød: mængde (slagtedyr), kvalitetsrapporter (fra slagteri), produktionsstandarder (fx Arla-gården), tiltag til sikring af god kvalitet, tilknyttede kriterier (vægtet: lille, middel, høj)
- Kartofler: mængde, kvalitetsrapporter (fra aftager – fx frasortering), produktionsstandarder , tiltag til sikring af god kvalitet, tilknyttede kriterier (vægtet: lille, middel, høj)
- *Frøgræs (indgår ikke i fødevare-værdikæde, men kunne kobles på, hvis handelsfirmaer for frø er interesserede)*
- *Mejetærskning (for andre) (indgår ikke i fødevare-værdikæde, men kunne kobles på, hvis platformen viser sig at være attraktiv til at markedsføre ydelser i netværket)*

### Finder match hos aftagerne

Motiveret af:

---

- Mulighed for at få bedre afsætningsvilkår (især pris) ved at levere til firmaer, der lægger vægt på de forhold, som landmanden gør noget ud af / kan levere via sine produkter.
- Mulighed for bedre status hos forbrugerne (synlighed / likes) ved at afsætte via firmaer, der har høj anerkendelse hos forbrugerne.

### Sammenholder egen kriterieprofil med aftageres kriterieprofil og forbrugerbedømmelser

Vælger fx mælk ud og får opslag, der viser:

- Kriterieprofil af egen mælkeproduktion (produkt-niveau)
- Kriterieprofil af mejeri (firma-niveau) (valgt fra mejeri-liste)
- Kriterieprofil for a) mælk fra b) forbrugersegment (valgt fra liste med forbrugersegmenter)

Sammenligningen kan være ren visuel eller suppleret med procentberegninger af match for hvert kriterium og evt. en procentberegning på matchet for alle kriterier under et.

Sammenligningerne kan gemmes som dokumenter, der kan udskrives.

Fra sammenligningssiden kan åbnes nye sider ved at klikke på link til mejeri eller forbrugersegment, så man kan få uddybende info om disse.