



MADKULTUREN
bedre mad til alle

**Status
rapport
Madkulturen**

September 2012

Indhold

Madkulturens virke	3
KERNEAKTIVITETER	4
Fremtidens fødevareuddannelser	5
Vidensportal for madkultur	6
Madhistorier	7
Økologi i offentlige måltider	8
Skolehaver	9
Bedre mad til alle i kommunerne	10
Fødevarepanel	11
PARTNERSKABSPROJEKTER	12
Bedre mad til næste generation	
Kulinarisk Kørekort	13
Madkamp – DM i Hjemkundskab 2012	14
Madtropperne Spejdernes Lejr 2012	15
Food Jam Roskilde Festival 2012	16
Bedre mad med regional forankring	
Danske skaldyr på bordet	17
Vild virksomhed	18
Fødevare app – Smagen af Danmark	19
Flere ferske fisk	20
Bedre mad i en fart	
Bedre madder	21
DM i Hverdagsmad	22
Bedre pølser	23
SpisVel	24
Design af fødevareevents (Ph.D.)	25
LØFTESTANG	26
Madhuse	27

Madkulturens virke

Statusrapporten beskriver igangværende projekter og aktiviteter i Madkulturen. Projekterne er inddelt efter **tre projekttyper: kerneaktiviteter, partnerskabsprojekter og løftestangsprojekter**. Denne inddeling bruges som struktur i rapporten for at synliggøre projekternes status i Madkulturens virke.

Projekttyper

1

Kerneaktiviteter

- Løbende aktiviteter indenfor kommunikation, netværk, anerkendelsesprogrammer m.m.
- Madkulturen varetager overvejende selv projektledelse og finansiering

2

Partnerskabsprojekter

- Større enkeltstående projekter med en klar start og klar afslutning
- Kan omfatte et eller flere af Madkulturens virkefelter
- Er knyttet sammen i "fokusområder", der løfter en samlet dagsorden f.eks. "Bedre Mad i en fart"
- Madkulturen spiller en betydelig rolle vedr. projektledelse og finansiering

→ Selvstændige projekter

- Partnerskabsprojekter, der efter afslutning videreføres med Madkulturen i en tilbagetrukket rolle

→ Selvstændige projekter

→ Selvstændige projekter

3

Løftestang

- Projekter hvor Madkulturen fungerer som fødselshjælper. Madkulturen har kun en indirekte rolle og er som udgangspunkt ikke med til at finansiere projektet

1.0 Kerne- aktiviteter

Af kerneaktiviteter er der igangsat:

- Fremtidens fødevareuddannelser
- Vidensportal for madkultur
- Madhistorier
- Økologi i offentlige måltider
- Skolehaver
- Bedre mad til alle i kommunerne
- Fødevarepanel

Fremtidens fødevareuddannelser

Madkulturen vil sikre, at **godt madhåndværk, kvalitet og innovation** præger fremtidens madhåndværkere og fødevareeksperter.



Madkulturen har søsat et projekt, der skal skabe et overblik over de danske fødevareuddannelser samt inspirere til udvikling på området. Projektets primære opgave er at igangsætte en udvikling af feltet, der kan inspirere til fremtidige projekter på fødevareuddannelserne og blandt de tilknyttede aktører.

Kortlægning af økologi i uddannelserne

Der er udarbejdet en rapport, som kortlægger økologi i fødevareuddannelserne. Kortlægningen har haft til formål at tage temperaturen på, hvor meget og hvordan der undervises i økologi på alle fødevareuddannelserne fra erhvervsuddannelserne og AMU til universitetsuddannelserne. Kortlægningen viser, at det varierer meget, hvorvidt økologi/bæredygtighed er skrevet ind som en obligatorisk del, der skal undervises i. Der udover er der udarbejdet en række opmærksomhedspunkter for det videre arbejde fx efteruddannelse af undervisere, fokus på bæredygtighed og ikke kun økologi samt mulighed for bekendtgørelsesændringer.

Arbejdsgruppe om økologi i fødevareuddannelserne

I efteråret 2012 vil Madkulturen samle en arbejdsgruppe, som skal give input til anbefalinger for, hvordan økologi og bæredygtighed fremover kan indgå i fødevareuddannelserne.

Involvering af aktører

Det er essentielt, at projektet vil rodfaste sig og have et videre liv, når Madkulturen overdrager stafetten til det private fødevareerhverv, de offentlige måltiders aktører såvel som uddannelsesinstitutionerne. Derfor har der været gennemført en lang række møder med uddannelsesinstitutioner samt faglige udvalg og organisationer med det formål at etablere relationer samt opnå et tættere kendskab til fødevarebranchens og uddannelsernes udfordringer og muligheder på området.

Workshop med elever og studerende

I juni 2012 gennemførtes en workshop med elever og studerende på tværs af alle føde-

vareuddannelserne. Formålet med workshoppen var at høre elever og studerendes bud på fødevareuddannelserne samt deres input til, hvordan fødevareuddannelserne bør udvikle sig fremover. Resultatet var et stort ønske om at lære mere, at kende til de andre fødevareuddannelser, flere engagerede undervisere samt mulighed for mere praksis på de videregående uddannelser.

TIDSPLAN

Januar 2012 – marts 2013



Vidensportal for madkultur

Vidensportalen har til formål at samle og dele viden, som kan bidrage til at **udvikle madkulturen og kvalitet af måltider og fødevarer** i Danmark.

Madkulturen har taget hul på at udvikle næste version af websitet madkulturen.dk. Det er ønsket, at vidensportalen bliver en naturlig og integreret del af det nye website og Madkulturens digitale univers. Konkret skal platformen dels kunne dokumentere og dele faktuel viden, dels inspirere og give mulighed for ny og mere dialog på tværs af interessenter og målgrupper.

Projektet skal føre til:

- Udarbejdelse af en projektplan for udvikling og igangsættelse af Vidensportalen.
- Udvikling af konceptet og platformen for Vidensportalen.
- Lancering af Vidensportalen med udvalgte nedslagspunkter og kommunikation af Madkulturens øvrige projekter.
- Plan for opskalering og fremtidig drift af Vidensportalen med involvering af eksterne partnere samt ekstern finansiering.

TIDSPLAN

Der bliver udarbejdet en overordnet projektplan inden udgangen af september 2012, og herefter udvikles en implementerbar strategi i samarbejde med en ekstern rådgiver.

Det forventes, at selve implementeringen af den nye platform kan igangsættes november/december 2012. Målet er, at platformen bliver lanceret i etaper, således at første etape kan lanceres i februar/marts 2013 og sidste etape i august 2013.

Mad-historier

Konceptet inviterer befolkningen til at afdække **madkulturen i al dens mangfoldighed – på tværs af regioner, socialklasser og etniciteter**. Det skaber mulighed for netværksdannelse, spontane forundersøgelser og kan desuden fungere som et samlende kartotek over alle Madkulturens tidligere initiativer.



Konceptet skal give Madkulturen og danskerne, i fællesskab, en forståelse af den danske madkultur. I arbejdet skal alle blive klogere på de aktuelle tendenser, nye potentialer og overraskende nuancer, gamle regionale madord, dialekter, accenter, nye ord fra andre kulturer og alt det andet, der udgør den moderne madkultur i praksis. Samtidig bliver borgerne løbende inspireret til at snakke om mad i nye sammenhænge.

Konceptet udvider markant fødevarermarkeds mulighed for løbende og uformelt at medudvikle Madkulturen. Deltagerne får mulighed for at oprette en simpel profil med billede, navn, profession, kontaktinformationer og særlige interesser, som man kan klikke på, hvis man synes, de bidrager med noget særligt interessant. På den måde vil der på sigt blive tale om et madens meritokrati.

Konceptet giver alle danskere mulighed for at byde ind med deres traditioner, egnsretter, lokalhistorier og personlige fortællinger, der kan supplere og nuancere de madprofessionelles syn på sagerne.

I forhold til Madkulturens løbende projekter kan platformen indledningsvis være med til at sætte fokus på et afgrænset område af madkulturen, afdække målgrupper og interesser og opdyrke nye områder, der kan bruges i konceptudviklingen af nye projekter – for eksempel til at udforske potentialet i "vildt" eller "madder". Når projekterne er afsluttet, kan alle dokumentationselementerne "bo" på Madhistorier, hvor det både vil være interessant at få indblik i Madtroppe, FoodJam eller Epinionundersøgelsen.

Desuden ventes konceptet at føde materiale ind i Madkulturens Facebook-strøm, der således vil blive mere indholdsrig og samtalende.

TIDSPLAN

Projektet lanceres i efteråret 2012.

Økologi i offentlige måltider

Økologiomlægning kan være løftestang for kvalitetsudvikling af offentlige måltider, og **hvis flere offentlige køkkener køber økologiske fødevarer, styrkes miljøet og det grønne fødevarerhverv**. Derfor gør Madkulturen en indsats for mere økologi i de offentlige måltider.



Regeringen har i Den økologiske Handlingsplan 2012 lanceret en målsætning om mere økologi i de offentlige køkkener. Madkulturen skal bidrage til regeringens målsætning om økologi i offentlige køkkener, ved at fungere som koblingsboks samt vidensformidler og facilitator for initiativer om økologi i offentlige måltider.

Økolysatoren – debat og viden om økologi i offentlige køkkener

Mange aktører – både private og offentlige – er på banen i den grønne omstilling af de offentlige køkkener. I efteråret igangsættes Økolysatoren, som bliver en kombineret vidensbank, inspiratorium og et mødested for de mange medarbejdere i kommuner og regioner, som skal i gang med at arbejde med at iværksætte økologiomlægning af de offentlige måltider. Økolysatoren vil blive gennemført som et koncept, der har sit omdrejningspunkt om en række temaworkshops for udvalgte målgrupper, og herudfra understøtte etablering af netværk og arbejdsgrupper.

Temaerne er:

- Økologi & kulinarisk kvalitet
- Fødevarerindkøbsaftaler
- Praksiserfaringer om udvikling af offentlige måltider

Køkkenprojektet og kvalitativ undersøgelse om økologiomlægning

Madkulturen deltager i Fødevarerministeriets indsats for målrettet økologi i offentlige køkkener – kaldet Køkkenprojektet. Madkulturen deltager i Køkkenprojektets styregruppe, som består af Fødevarerministeriets departement, Fødevarestyrelsen, NaturErhvervstyrelsen og Madkulturen. Madkulturen har sammen med NaturErhvervstyrelsen og Fødevarestyrelsen stået for at afholde to inspirationsmøder i juni målrettet offentlige beslutningstagere. Begge møder havde stor tilslutning med hhv. 100 og 125 deltagere. Madkulturen igangsætter i 2012 en større kvalitativ undersøgelse af de hidtidige erfaringer med økologiomlægning i offentlige måltider med fokus på beslutningstagerne i kommuner og regioner.

Nye partnerskaber og netværksinnovation

Madkulturen vil være vært for en partnerskabssamlende workshop/event om handlende ideer og muligheder for øget innovation og produktudvikling i den økologiske sektor. Madkulturen er ansvarlig for opsamling og den videre proces, som skal sikre, at der bliver holdt fast i initiativet og partnerskabet. Opgaven finansieres inden for Madkulturens egen ramme.

TIDSPLAN

April 2012 – ubestemt tid

SAMARBEJDSPARTNERE

Fødevarerministeriet, Fødevarestyrelsen, NaturErhvervsstyrelsen, Økologisk Landsforening, Landbrug & Fødevarer, Københavns Madhus, DTU Fødevarer-instituttet og AAU.

Skolehaver

Viden, netværk og funding



Madkulturen har en ambitionen om at sende flere danske skoleelever og daginstitutionsbørn ud i skolehaver, hvor de kan hive grøntsager op af jorden og **smage frugt af egen avl**.

Madkulturen vil styrke børns begejstring for at dyrke jorden, opleve naturen og udvikle deres maddannelse. Med udgangspunkt i et skolehavenetværk vil Madkulturen sprede viden om skolehaver og tilvejebringe ressourcer til udvikling og opbygning af skolehaver.

Læring under blå himmel

Skolehaven er et unikt læringsrum. Her foregår undervisning, leg og læring uden for de traditionelle rammer, og i stedet under åben himmel i grønne omgivelser. Skolehaven giver danske børn en unik mulighed for at opleve, hvordan råvarerne bliver til og lave måltider fra egen avl. De får tilmed en grundlæggende viden om, hvordan vi lever af og i naturen. I haverne får børn mulighed for at dyrke og styrke deres læring med hænderne dybt begravet i det praktiske skolehavearbejde.

Projektet skal føre til:

- Dannelsen af et nationalt skolehavenet. Initiativgruppe bag skolehavenetværk: Aarstiderne, KBH Madhus & KBH Skolehaver.
- Vidensplatform omkring skolehaveområdet, som bl.a. vil indgå som en del af Madkulturens Vidensportal.
- Tilvejebringelse af ressourcer, der kan understøtte, udvikle og opbygge viden omkring skolehaveområdet i Danmark.

På nuværende tidspunkt beskæftiger projektet sig med at facilitere et kommende nationalt skolehavenetværk, indsamle og formidle viden om organisering, drift og læring i skolehaver. Madkulturens engagement på skolehaveområdet er i sin opstarts/udviklingsfase.

TIDSPLAN

Februar 2012 – ubestemt tid

Bedre mad til alle i kommunerne

Et tværkommunalt projekt, der sætter **fokus på mad- og måltidsområdet** ved at etablere et netværk for videndeling og samarbejde mellem seks kommuner.



Det er en stor kommunal opgave at sikre, at alle spisende får sund og god mad, der passer til deres ønsker og behov og samtidig sikre, at alle har lyst og mulighed for at spise maden. Derfor dannes rammerne for et projekt, der skal give kommunerne værktøjerne til at sikre bedre mad- og måltidsoplevelser.

Projektets vision

Den bærende idé med projektet er at etablere fællesskaber og videndeling blandt de involverede kommuner samt partnerskaber med eksterne aktører med henblik på at skabe innovative løsninger og udfordre udviklingen af mad- og måltidsområdet i kommunerne.

Det tætte netværk tager udgangspunkt i tesen om, at vi kan lære af hinanden. Omdrejningspunktet for projektet er at bringe lysten til velsmag og madglæde tilbage i de offentlige køkkener og omkring spise-

bordene i de danske hjem. Det kræver nye måder at tænke på og nye løsningsmodeller at ændre den kulinariske dagsorden.

Lancering af kommunenetværket

Den 26. juni blev netværket lanceret ved et arrangement, hvor de involverede kommuner var repræsenteret, sammen med relevante aktører på området og fødevareminister Mette Gjerskov.

Arrangementet præsenterede aktuelle problematikker, udfordringer og løsninger, der mundede ud i en livlig debat med fødevareministeren. Undervejs blev der leget med det gode måltid, og hvordan præsentation og æstetik arbejder sammen med kvalitet og nydelse.

Projektets næste faser

Projektet skal ses som et forprojekt til et større projekt om etablering af et nationalt

netværk for mad- og måltidskommuner.

I september vil Madkulturen tage rundt til deltagerkommunerne. De enkelte kommuners fokusområder afklares og efterfølgende igangsættes og faciliteres delprojekter. Løbende foregår der en kortlægning af feltet, herunder best practice i kommunerne.

TIDSPLAN

Maj 2012 – ubestemt tid

PARTNERE

Deltagende kommuner:

Roskilde Kommune, Hjørring Kommune, Holbæk Kommune, Ringkøbing-Skjern Kommune, Hvidovre Kommune og Odense Kommune.

Fødevarepanel med fokus på fødevareinnovation

Projektet etablerer Det regionale fødevarepanel – et innovationssamarbejde mellem de regionale fødevarsatsninger og Madkulturen. Projektet sætter med sin partnerskabskreds landsdækkende **fokus på de gængse problemstillinger inden for innovation af kvalitetsfødevarer.**



Fødevarepanelet vil i samspillet mellem nationale og regionale fødevareindsatser sætte fokus på generelle problemstillinger inden for fødevareinnovation. Fødevarepanelet skal kvalificere fødevareinnovation i Danmark gennem et nationalt/regionalt samarbejds- og erfaringsudvekslingsforum. Det vil være helt centralt at bringe den tværfaglige viden i spil, som Det regionale fødevarepanel skaber omkring fødevareinnovation ved koblingen mellem regionerne og Madkulturen.

Fødevarepanelet vil eksempelvis udveksle erfaringer om fødevareinnovation, maddannelse, events og fødevareoplevelser, kompetenceudvikling og forskning. Alle elementer af stor betydning for udvikling af fødevareerhvervene.

De centrale udfordringer vil skabe rammen for møder og workshops i Det regionale

fødevarepanel under 3 hovedemner:

- Styrkelse af erhvervsudvikling baseret på kvalitetsfødevarer og regionale fødevarer
- Afsætning af kvalitetsfødevarer
- Organiseringer og strukturer som fremmer fødevareinnovation

Emnerne bearbejdes og belyses i Det regionale fødevarepanel. Afhængig af emner udfoldes de behandlede emner også i større regier i workshops, seminarer, analyser, events eller konferencer, hvor også andre relevante aktører inviteres og inddrages.

Projektet vil, som en del af vidensudviklingen, igangsætte analyser inden for kvalitetsfødevarer, som vil skabe basis for Kvalitetsfødevareinnovation i Danmark. Projektets seminarer, events og konferencer indgår i arbejdet, således at hele processen indgår som en aktiv inddragende proces i forløbet med at lave analysen.

Det endelige resultat bliver Kvalitetsfødevareinnovation i Danmark – en innovationshåndbog inden for kvalitetsfødevarer.

TIDSPLAN

Projektet er ansøgt og er under behandling i NaturErhvervsstyrelsen. Der forventes svar omkring 1. oktober 2012.

Projektet forventes at forløbe i 2012-14

PARTNERE

Projektet gennemføres sammen med regionerne og Madkulturen.

Projektet er ansøgt af Region Sjælland og Madkulturen.

2.0 Partnerskabs- projekter

Bedre mad til næste generation

- Kulinarisk kørekort
- Madkamp – DM i Hjemkundskab
- Madtropperne Spejdernes Lejr 2012
- FoodJam Roskilde Festival 2012

Bedre mad med regional forankring

- Danske skaldyr på bordet
- Vild virksomhed
- Fødevarer app – Smagen af Danmark
- Flere ferske fisk

Bedre mad i en fart

- Bedre madder
- DM i hverdagsmad
- Bedre pølser
- SpisVel
- Design af fødevarerevents (Ph.D.)



MADKULTUREN

Bedre mad til næste generation



Kulinarisk Kørekort

Det Kulinariske Kørekort har til formål at uddanne fremtidens forandringsagenter. Forandringsagenter, der i deres fremtidige professionelle virke, har mulighed for at **sætte madformidling, maddannelse og madkultur i øjenhøjde.**

Madkulturen har udviklet et kulinarisk kørekort, som er et kursustilbud til uddannelsesstederne, fagforeningerne og de frivillige organisationer.

De kulinariske vejledere

Det kulinariske kørekort har hen over sommeren uddannet 125 kulinariske vejledere. Kørekortet er opnået ved deltagelse i et to-dags kursusforløb med undervisere fra bl.a. Frugtformidlingen, University College Holstebro og Madkulturen.

Selve køreprøven var deltagelse som mad guide på Madtropperne (Spejdernes Lejr 2012) eller kulinarisk vejleder på FoodJam (Roskilde Festival 2012).

De kulinariske vejledere er hvervet fra en lang række uddannelser såsom Ernæring og Sundhed, Lærer- og Pædagoguddannelsen, Sygeplejerske m.fl. Fælles for vejlederne er deres interesse for den danske madkultur og passion for at sprede maddannelse, og sidst

men ikke mindst, har de det til fælles, at de alle efter endt uddannelse skal ud og arbejde med mennesker. Og hvor der er mennesker er der mad og måltider.

Merværdi for uddannelserne

Madkulturen har allerede fra start inddraget uddannelsesstederne og flere uddannelser har vist interesse. Udfordringen bliver nu at tydeliggøre merværdien for uddannelsesstederne, så de får mulighed for at indskrive kurssets indhold i en relevant sammenhæng i forhold til deres studerende og curriculum.

Tid til evaluering

Efter at have landet pilotprojekt med 125 køreklare Kulinariske Vejledere og to vellykket, afviklede events er det nu tid til evaluering. Det Kulinariske Kørekort skal optimeres og tænkes ind i nye sammenhænge. En del af evalueringen vil fx munde ud i et formidlingsmateriale som kan bruges fremadrettet med

henblik på at tilbyde Det Kulinariske Kørekort til uddannelsessteder o.a. som best-case og inspiration til at indskrive det i egen kultur og faglighed.

TIDSPLAN

Oktober 2011 – ubestemt tid

PARTNERE

Læreruddannelse, Ernæring & Sundhedsuddannelsen, Metropol, Ankerhus, University College Lillebælt, Teknisk Skole Holstebro, Slagteriskolen Roskilde, Hotel & Restaurant-skolen København.

Konsortiepartnere: Slagteriskolen Roskilde, Ankerhus

Bedre mad til næste generation

Madkamp

DM i Hjemkundskab 2012

Ved Madkamp - DM i Hjemkundskab samles læreruddannelserne i hjemkundskab på de regionale professionshøjskoler sammen med lokale grundskoler for at skabe **opmærksomhed om fagligheden i faget Hjemkundskab.**



DM i Hjemkundskab skal sætte fokus på, hvordan eleverne i hjemkundskabsundervisningen kan tilegne sig viden, færdigheder og kompetencer i et æstetisk, praktisk, eksperimenterende og teoretisk læringsforløb om en råvare i et læringsrum med plads til kreativitet.

Et stærkt netværk

Projektet tager udspring i regionale netværk bestående af repræsentanter for professionshøjskolerne, de lokale grundskoler, Hjemkundskabslærerforeningen og lokale aktører inden for gastronomi og fødevarerhverv. Fælles for alle er interessen for at styrke hjemkundskabsfagligheden. De regionale netværk skal, med udgangspunkt i DM i Hjemkundskab, sætte skolerne i gang med at gennemføre undervisningsforløb, hvor der skabes fokus omkring, hvordan børn og unge kan udfordres og arbejde undersøgende og innovativt med en råvare – i 2012 med danske æbler som omdrejningspunkt.

Udvikling i læringsprocesser

Eleverne skal tilegne sig viden om råvaren – dens smag, struktur og anvendelse

i den danske madkultur, samt indhold af næringsstoffer. I den forbindelse vil de få erfaring med råvarens mange forskellige tilberedningsteknikker og metoder. Specifikt er målet, at eleverne efter undervisningsforløbet på deres skole, udvælges til at deltage i en regional semifinal, hvor de præsenterer den nye viden de har fået i projektet samt de retter og opskrifter de har udviklet i deres undervisningsforløb med råvaren, og præsenterer retterne i et æstetisk udtryk.

Ved præsentationen på semifinalen fortæller eleverne om processen for et dommerpanel, der består af faglige personer. Eleverne tilegner sig altså ikke alene værktøjer inden for tilberedningsmetoder, sensorik, og sæson- og råvarekendskab, men også inden for æstetik, anretning og madformidling.

Næste skridt

I juli måned blev projektet tildelt midler fra Nordea-fonden. Det har gjort det muligt bl.a. at gennemføre en systematisk indsamling af viden om projektets effekt på målsætningerne om øget fokus på fagligheden. I august måned er der blevet afholdt dag-

kurser – med fokus på ny nordisk mad i alle regioner.

De regionale semifinaler afholdes i januar 2013 med deltagelse af børne- og undervisningsminister Christine Antorini samt fødevareminister Mette Gjernskov i dommerpanelet.

TIDSPLAN

Januar 2012 – februar 2013
med mulighed for videreudvikling af projektet

PARTNERE

University College Lillebælt, John Kofod, Sortebro Kro, Hjemkundskabslærerforeningen og Læreruddannelsernes Hjemkundskabs-forening.

University College Nordjylland, VIA University College, University College Syddanmark, University College Copenhagen og Professionshøjskolen Metropol.

Bedre mad til næste generation



Madtropperne spejdernes lejr 2012

På Spejdernes Lejr 2012 blev 5.900 spejdere fra ind- og udland udfordret i madhåndværk, madinnovation og værtsskab hos Madtropperne. Her kom spejderne på en **kulinarisk opdagelsesrejse, der førte dem gennem fortællingen om madens vej fra jord til bord.**

Madkulturens rejsende maddannelsesunivers Madtropperne mødte op mod 5.900 spejdere på Spejdernes Lejr 2012. Her kunne de deltagende eksperimentere, udfordre, tilberede og smage på anderledes dansk lejrmad, der blev lavet i jordovne, over bål og var fyldt med lokale råvarer og friske krydderurter fra aktivitetens gigantiske urtebed.

De kulinariske vejledere

Det essentielle for aktivitetens læringsdel var de 72 kulinariske vejledere (mad guider), der dagen igennem inddrogede, ledede og inspirerede deltagerne. En stor del af vejlederne blev rekrutteret via professionshøjskoler. Men også spejderne, samt andre interesserede, der var orienteret via Madkulturens hjemmeside og Facebook, var repræsenteret som vejledere. Forud for lejren deltog vejlederne i et to-dages kulinarisk kursus, hvor de tilegnede sig kompetencerne med henblik på aktiviteterne hos Madtropperne. Ambitionen er, at disse vejledere fremadrettet skal kunne

fungere som kulinariske vejledere i andre sammenhænge, så læringsdelen kommer til at række langt ud over selve denne lejr.

Oplevelser til videre bearbejdning

På grund af deltagernes alder, der var fra 10 til 16 år, var de kulinariske vejledere hjulpet lidt på vej i formidlingen af maden, råvarerne og teknikkerne i tilberedningerne. En vigtig læring til fremtidigt projektarbejde med børn/unge er dog, at den pædagogiske opgave, selv med så store børn/unge som her, fylder meget og kræver mange ressourcer hos de frivillige. Men med støtte fra spejderenes egne ledere, var Madtroppeteamet godt hjulpet på vej. Endvidere blev det meget tydeligt under afviklingen, at det med en aktivitet så stor som denne er alt-afgørende, at have et solidt afviklingsteam og ligeledes, at have gennemarbejdet de meget store logistiske udfordringer man står overfor.

Tid til evaluering

Evalueringen vil tage sit udgangspunkt i

hvilken læring, der kan uddrages fra projektet med henblik på Madkulturens fremtidige virke. Særligt med fokus på udformning af det kulinariske kørekort, og dets anvendelse i forbindelse med afvikling af store events, og den ambassadør-rolle, det er tiltænkt. Ligeledes vil evalueringsarbejdet have fokus på at udarbejde en drejebog til brug ved fremtidige lignende aktiviteter.

TIDSPLAN

Marts – august 2012
Spejdernes Lejr fandt sted 22. juli – 28. juli 2012

PARTNERE

De grønne pigespejdere, KFUM-Spejderne, Det Danske Spejderkorps, Danske Baptisters Spejderkorps, Dansk Spejderkorps Sydslesvig, Holstebro Kommune

Bedre mad til næste generation

FoodJam Roskilde Festival 2012

I optaktsdagene for Roskilde Festival bød Madkulturen indenfor i det aktive folkekøkken FoodJam, hvor deltagerne kunne tilberede et måltid af **lokale råvarer under vejledning af de 50 Kulinariske Vejledere**, som Madkulturen stillede med.



Formålet var at tilbyde et frisklavet måltid, lavet fra bunden og til en overkommelig pris, på en aktiv og inkluderende måde. Det stemmer godt overens med Roskilde Festival's ønske om, i højere grad, at engagere deres publikum, og at festivallen har maden som sit næste store fokusområde.

De over 900 deltagere i FoodJams køkken eksperimenterede og udfordrede sig selv på både råvarerne og måden at sætte dem sammen på. Friske fisk, blåmuslinger og de mange typer danske sommerkål var for mange en udfordring, men aktiviteten afledte udelukkende positive tilbagemeldinger, en stor interesse i medierne og latter glade gæster, der ofte kom igen.

De kulinariske vejledere

Forud for lejren deltog vejlederne i et to-dages kulinarisk kursus, hvor de kunne tilegne sig kompetencerne til at undervise, inspirere og formidle mad med henblik på aktiviteten FoodJam. Afviklingen af FoodJam krævede en meget tæt mandsopdækning af de besøgende fra de Kulinariske Vejledere. Ambitionen er, at disse vejledere også fremad-

rettet skal kunne fungere som kulinariske vejledere i andre sammenhænge, så læringsdelen kommer til at række langt ud over FoodJam-aktiviteten specifikt. Mange tilkendegav efterfølgende stor interesse for at stille op til lignende aktiviteter.

Oplevelser til videre bearbejdning

Madkulturen havde tilrettelagt et tættere afviklingsforløb på aktiviteten end der viste sig muligt. Ønsket om at nå så bredt (og dog så dybt) ud gjorde, at der var planlagt hold af 25 deltagere med 1,5 times 'forløb'. Grundet den ret afslappede attitude hos festivallens publikum, blev et langt løsere system med en mere løbende afvikling nærmest øjeblikkeligt indført første dag. Omvendt var der i de sidste dage så stor en interesse, at der måtte oprettes deciderede booking-lister. Der tilløb derfor ikke det planlagte antal deltagere (1600), men der blev gjort uvurderlige erfaringer i forhold til fremtidige kulinariske aktiviteter på Roskilde Festival, og i den optimale anvendelse af de kulinariske vejlederes evner.

Tid til evaluering

Som nævnt var der positive tilbagemeldinger fra både deltagere, fra de Kulinariske Vejledere, og fra Roskilde Festival. Derfor samles parterne for at diskutere en tilpasning og udvikling af konceptet, så det på sigt kan udbredes til alle Agora'er på festivallen. Der udarbejdes en evalueringsrapport mellem Madkulturen og Roskilde Festival, og også et dokument, der viser mulighederne for et videre liv for aktiviteten.

TIDSPLAN

Marts – juli 2012

Optaktsdagene til Roskilde Festival 01. juli – 05. juli 2012

PARTNERE

Madkulturen, Roskilde Festival og
Ungdommens Røde Kors

Bedre mad med regional forankring

Danske skaldyr på bordet

Det er målet at skabe vækst og innovation i hele værdikæden omkring både **forsyning, forædling og formidling**, baseret på uudnyttede, regionale styrker inden for skaldyr.



I samarbejde med Zonen for madkultur og lokale partnere i Nordjylland har de første aktiviteter bidraget til at tegne Nordjylland som en skaldyrsdestination. Og de mange gæster på sommerens skaldyrsfestivaler har fået en oplevelse med skaldyr, der både har budt på viden og gode smagsoplevelser. Den sidste af de udadrettede aktiviteter er Østerspremieren i oktober, hvor der er aktiviteter flere steder omkring Limfjorden og i hovedstaden.

Aktiviteterne understreger den dobbelte bevægelse af at sende skaldyr ud af Nordjylland og samtidig invitere gæster til landsdelen, for at få en ekstra dimension på smagen af skaldyr.

De sidste aktiviteter i forbindelse med Østers søges etableret i samarbejde med en bred vifte af turistforeninger, restauratører og naturvejledere.

På udvalgte festivaler er der gennemført brugerundersøgelse, for at indsamle viden om forbrugernes præferencer for skaldyr. Disse resultater vil indgå som væsentlig viden når fase 2 endelig designses.

Analysen forud for fase 2 vil også have fokus på barrierer som pris, tilgængelighed i dagligvareforretninger og forbrugeroplysning.

TIDSPLAN

Fase 1: maj-oktober 2012

Regional branding og konceptudvikling
Analyse af efterspørgsels- og udbudsforhold

Fase 2: august 2012-2013

Nye veje til industrialisering og marked

PARTNERE

Fase 1

Zonen for Madkultur, DTU Aqua, Dansk Skaldyrscenter Nykøbing Mors, Design+Food Aalborg Universitet, Visit-Nordjylland, Region Nordjylland, Hirts-hals Fiskefestival, Tordenskjoldsdagene Frederikshavn, Jomfruhummerfestivalen-Læsø, Kvalitetsfødevaremesse Skagen, Muslingebyen Løgstør

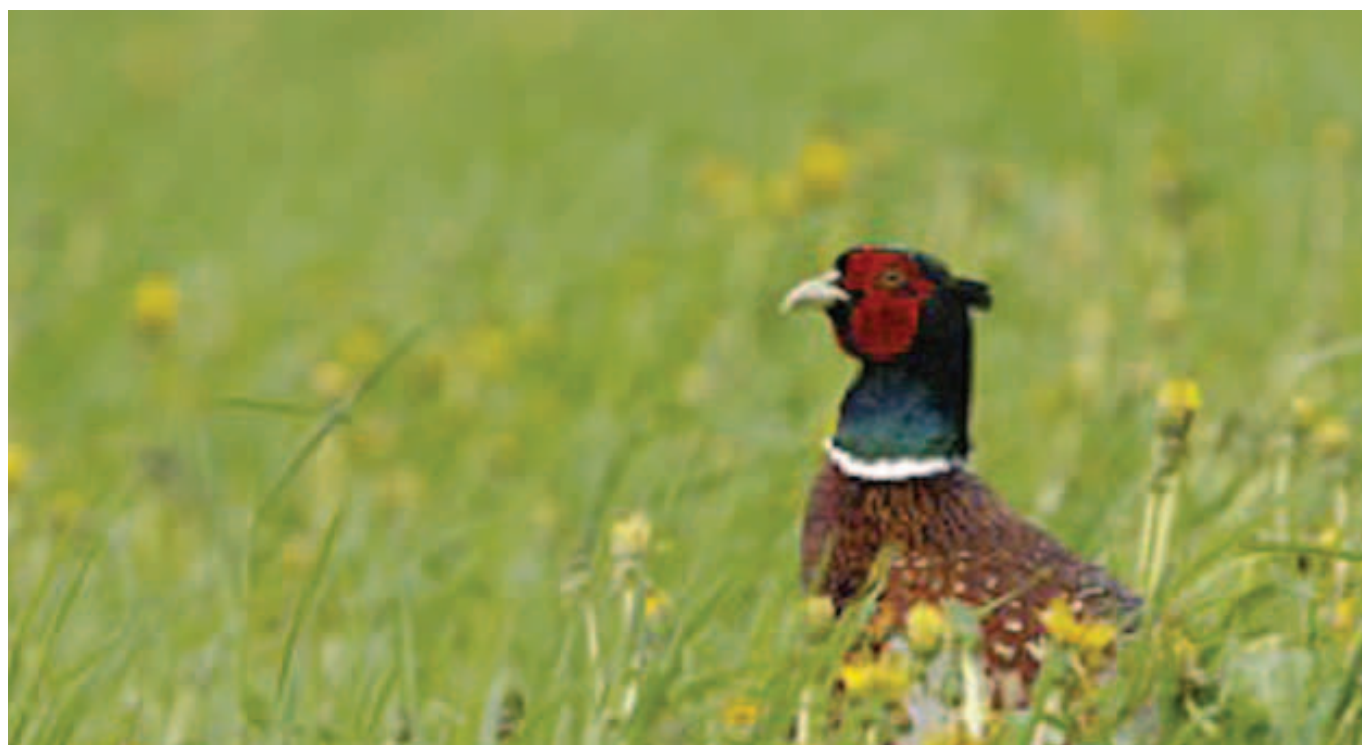
Fase 2

DTU Aqua, Dansk Skaldyrscenter Nykøbing Mors, Design+Food Aalborg Universitet, detailhandel

Bedre mad med regional forankring

Vild virksomhed

Vilde råvarer – innovation, udvikling og afprøvning af vildt som **værdifuld råvarer i Ny Nordisk Mad** til forbrugere af danske kvalitetsfødevarer.



Madkulturen udvikler en indsats om "Vilde råvarer" som tager afsæt i den stærkt stigende interesse for nye nordiske produkter. Bedre forsyningsmuligheder af de vilde råvarer, nævnes i "Grundlag for Ny Nordisk Hverdagsmad" som barrieren for at vilde råvarer som med sine ernæringsmæssige positive forhold taler for, at vilde råvarer i langt højere grad bør indgå i danskernes mad.

Udbredelsen og forbrugerens adgang til disse råvarer ses som en afgørende barriere for større anvendelse i de danske køkkener.

Under "Vild virksomhed" afholdes en kick-off konference den 26. november 2012 på Ledreborg. Konferencen stiller skarpt på muligheder og udfordringer i at styrke adgangen til, og forsyningen af vilde råvarer under bæredygtige former.

Dernæst er ansøgt et projekt "Vilde Råvarer", som er under behandling i NaturErhverv. I projektet samarbejder Region Sjælland og Madkulturen med et antal udvalgte godser, om at udvikle potentialet for vildt hos en bredere kreds af forbrugere. Godsernes unikke natur danner ramme for vildtopplevelser med fokus på madoplevelser, natur, vildt og vilde urter. Projektet sigter på at modne nye erhvervsmuligheder for vildt, madoplevelser og vilde råvarer.

Af ovenstående aktiviteter kan udspringe yderligere udviklingsaktiviteter inden for vilde, animalske og vegetabiliske produkter, hvor Madkulturen som fødselshjælper og/eller projektdeltager medvirker til at skabe nye forsyningskæder og produkter.

TIDSPLAN

Konferencen afholdes 26. november 2012
I givet fald at projektansøgningen "Vilde råvarer" imødekommes af NaturErhverv, gennemføres projektet i 2012-14

PARTNERE

Ledreborg Gods og et antal udvalgte godser, Madkulturen og Region Sjælland.

Bedre mad med regional forankring



Fødevarer app – smagen af Danmark

En applikation der gør det nemt at finde lokale fødevarerproducenter.

Rundt om i landet findes et hav af små og mindre fødevarerproducenter, der sælger deres produkter ved stalddøren. De fleste lever af mund-til-mund omtalen, andre annoncerer i de lokale medier og andre igen ved salg over nettet. Det er lidt tilfældigt, hvordan man kan finde de forskellige producenter.

En ny applikation til mobiltelefoner skal skabe en landsdækkende og samlet indgang til lokale fødevarerproducenter i Danmark. Den skal hjælpe med at skabe vækst hos de lokale fødevareraktører i hele Danmark ved at lukke deres produktion op med oplevelser for de besøgende. Det skal endvidere være muligt at planlægge en madroute gennem landet. Madkulturen er gået i samarbejde med en række stærke interessenter for at realisere app'en.

TIDSPLAN

Projektet kører som pilotprojekt i region syd i september 2012. Efterfølgende rulles app'en ud til hele landet og skal lanceres foråret 2013.

PARTNERE

Zonen for Madkultur, Vist Denmark, Smagen af Danmark samt de fem regioner.

Bedre mad med regional forankring



Flere ferske fisk

Det er målet at gøre flere ferske fisk tilgængelige for forbrugerne.

Indgangen for projektet er, at de lange kyststrækninger, der kendetegner Danmark også i højere grad bør afspejles i vores hverdagsmåltider. Det betyder dels at ferske fisk skal være tilgængelige i de butikker, forbrugerne handler i, at prisniveauet skal være attraktivt og konkurrencedygtigt i forhold til alternativerne og at forbrugerne skal føle sig trygge i håndtering og tilberedning af fisk.

Der er ansøgt midler hos NaturErhverv i puljen fælles initiativer. Forventes svar ultimo oktober 2012 til øjeblikkelig iværksættelse.

TIDSPLAN

Fase 1: oktober 2012 – juni 2013

Analyse og valg af fokus

Innovation og valg af indsatsområder

Inddragelse af relevante aktører fra værdikæden

Fase 2: juni 2013 – marts 2014

Arbejds møder og udarbejdelse af konkrete handleplaner

Dokumentation og videndeling

PARTNERE

Projektets indledende analyse vil søges gennemført i samarbejde med Aalborg Universitet og Teknologisk Institut.

Projektets problemstilling afspejles i opbygningen, hvor relevante samarbejdspartnere fra hele værdikæden søges involveret efter analysefasen.

Bedre mad i en fart / Bedre mad til næste generation



Bedre madder

Analyser viser, at danskerne spiser store mængder kold mad. Smørrebrød/madder er en bredt anvendt convenience-løsning for mange, og således et oplagt tema at **udvikle og udbrede velsmagende og sunde madløsninger i en fart.**

Smørrebrød er sandsynligvis det mad-koncept, som både i og uden for landets grænser, forbindes stærkest med Danmark, og interessen er stigende. En oplagt udviklingsmulighed for fødevarer- og madoplevelsesindustrien. Madder er den madform, som flest børn og unge indtager til frokost. Derfor er det også et yderst relevant tema til at nå denne målgruppe.

Formålet er at sætte madder i fokus både på tallerkenen og i madpakken/on-the go. Med konceptet ønskes at skabe en trendbølge, der giver inspiration, viser variation og sikrer at danske madder fortsat er højt prioriteret i alle måltidssituationer som et reelt, attraktivt og sundt måltid.

Bedre Madder er et partnerskabsprojekt/tema, som vil involvere flere delaktiviteter:

- På Spejdernes Lejr indgik udvikling af Bedre Madder, som en af aktiviteterne på

Madtrupperne. Spejderne tog godt imod konceptet og udviste generelt stor kreativitet og begejstring for variationen og smagsretninger.

- 12. oktober afholdes der, i forbindelse med kulturnatten, en seance omkring Bedre Madder. Formålet bliver her at sætte fokus på madpakken. Rugbrødet er et godt udgangspunkt for en sund, varieret og velsmagende madpakke. Med udgangspunkt i sæsonens råvarer gives bud på variation med fisk, kød og grønt som pålæg. Smørrebrød er en del af den danske madkultur og projektet sætter fokus på denne unikke spise, som rummer et utal af muligheder.

- I samarbejde med virksomheder med interesse i smørrebrød/madder (f.eks. pålægs- og brødproducenter), planlægges udviklingsseance(r), hvor industrien mø-

der madhåndværkere omkring innovation og udvikling af smørrebrødskoncepter og bedre madder.

- Et antal formidlingsaktiviteter, som medvirker til, at ovenstående udviklingsresultater omkring smørrebrød/Bedre madder får et liv blandt forbrugere, madhåndværkere og virksomheder.

TIDSPLAN

2. halvår 2012 og fortsætter i 2013

PARTNERE

Fødevarerproducenter, detail, madhåndværkere/fagfolk mv.

Bedre mad i en fart

DM i Hverdagsmad

Madkulturen har et ønske om at **skabe en bred alliance, for at få sat hverdagsmaden på agendaen på tværs af brancher og kategorier.**

Udover madskribenter, vil alliancen omkring hverdagsmaden omfatte bloggere, fødevarereproducenter, medier og andre aktører med interesse for danskernes hverdagsmad.



DM i Hverdagsmad opfordrer danskerne til at indsende deres bedste opskrifter på hverdagsretter til konkurrencen. 392 danskere har valgt at dele deres hverdagsmad, og der udvælges 50 opskrifter inden for fem kategorier:

- mad til familien
- mad til par
- mad til unge
- mad til mange
- mad til sig selv

Idéen er at forankre den danske hverdagsmadskultur, og lade danskerne selv bidrage med opskrifter, og hylde de bedste retter.

Konkurrencen er skudt i gang og lever på madsiderne i aviser, magasiner og på nettet. En dommerkomite skal blandt de 392 indsendte forslag udvælge 50 retter, der 'peppes op' af skribenterne efter en række hverdagsmadsprincipper.

Retterne produceres, styles, fotograferes og publiceres. To finalister fra hver af fem kategorier vælges ved en åben afstemning. Konkurrencen formidles og debatteres på Facebook og på nettet.

DM i Hverdagsmad skal være en anerkendt pris, der hylder det velsmagende, sunde og veltillavede hverdagsmåltid, og derved medvirke til, at endnu flere danskere bliver stolte over deres hverdagsmad.

Der er indgået en aftale med et forlag om at udgive de 50 opskrifter i en kogebog. Den udkommer januar 2013.

TIDSPLAN

Konkurrencen kører på sit højeste i august måned og opskrifterne vælter ind. De styles og sendes til afstemning i oktober og finalen er i november.

PARTNERE

Danske Madpublicister, Mad+medier, Arla, Danish Crown og FDB.

Bedre mad i en fart



Bedre pølser

Pølser er bredt **accepteret som convenience-mad**, men opleves af mange, som en lidt kedelig og usund løsning, i sin traditionelle form.

Pølser og pølsevogne er et af de få mad-koncepter, der opleves, som særligt danske. Det er derfor et oplagt udviklingsområde for dansk fødevarer- og madoplevelsesindustri, også internationalt.

Madkulturen har, i samarbejde med Københavns Madhus samt Landbrug og Fødevarer, taget temperaturen på nutidens og fremtidens pølsevogn. En konklusion fra arbejdet var et behov for at genopdage og reaktivere pølsevognens kerne, og ikke mindst selve pølsen som måltid.

- Pølsevognscamp 2011 blev afholdt i december 2011, og analysen ligger nu klar med overordnede anbefalinger inden for: pølsekvalitet og variation, redesign, serviceløft, samt pølsevognen som udstillingsvindue.

- Madkulturen har sammen med Danske Slagtermestre fundet kandidater til årets grillpølse. Det skete ved en pølseevent i København i samarbejde med Aftenshowet på DR. Kåring af årets grillpølse fra Danske Slagtermestre skete i forbindelse med Roskilde Dyrskue 2012.

- På Roskilde Dyrskue højnede Madkulturen, i samarbejde med de nævnte partnere, den kulinariske kvalitet af de hotdogs, der blev solgt på Dyrskuet. Nye koncepter fra industri og detailslagtere blev testet og evalueret. Overordnet med det resultat, at de nye tiltag blev taget rigtig godt imod. Der er motivation for mere udvikling indenfor kategorien.

- Efteråret vil bringe opsamlingsmøder med de involverede partnere med henblik på udvikling af nye koncepter mm.

TIDSPLAN

1. halvår 2012

PARTNERE

Danske Slagtermestre, Steff Houlberg, DLG Foods, Lantmännen Unibake, Johns hotdog deli, restaurant Nose2Tail, Københavns Madhus, Landbrug & Fødevarer

Konsortiepartnere:

Roskilde Dyrskue

Bedre mad i en fart

SpisVel

Dette projekt vil skabe et bredere udbud samt **større tilgængelighed af nøglehulsmærkede, velsmagende fastfood-retter** i den hverdagsprægede udespisning.



Nøglehulsmærket findes i dag på mange færdigpakkede fødevarer. Fremover kan mærket også sættes på små og store måltider på spisesteder. Udvikling af nye produkter og koncepter skal hjælpe spisestederne med at indfri de mange nye krav og skabe sunde produkter, der også appellerer smagsmæssigt til de kundegrupper, som ikke er særligt optagede af sundhed. Mærket stiller krav om mere fuldkorn, frugt, grønt, kartofler og mindre salt, ligesom det adresserer aspekter, som portionsstørrelser, mindre spild og brug af årstidens råvarer. Kravene udfordrer spisestederne teknisk og kulinarisk, men rummer samtidigt et stort sundhedsmæssigt, miljømæssigt og økonomisk potentiale.

Madkulturen deltager i et GUDP udviklings- og dokumentationsprojekt. Madkulturen er ansvarlig for gennemførelsen af projektets første arbejdsplan, som er et innovationsforløb for projektets deltagere, med det formål at udvikle sundere, mere miljørigtige, og mere velsmagende måltidsløsninger. Forløbet indledes i efteråret 2012 med individuelle møder med de deltagende fastfoodoperatører/råvareproducenter. I den efterfølgende periode, som vil løbe over 12 måneder, vil der være fokus på udvikling af nye produkter og koncepter til de deltagende fastfood-operatører i projektet. Arbejdsplanen vil resultere i nye fødevarer-koncepter og -produkter, som lever op til Nøglehulsmærkets kriterier.

Projektet sikrer tilgængelighed og bredt udbud af sundere alternativer til alle på farten.

TIDSPLAN

2. halvår 2012 (fortsætter til 31/7 2014)

PARTNERE

DTU Fødevareinstituttet (projektejer), DTU Management, DLG Food, Rose Poultry, Lantmännen Unibake DK, Schulstad, Arla, Statoil, Q8, DSB, Mc Donalds, Sunset Boulevard

Bedre mad til næste generation/Bedre mad i en fart /
Bedre mad med regional forankring



PH.d.- Design af fødevareevents

Madkulturen, Roskilde Dyrskue og Roskilde Kommune har sammen søsat et PH.d projekt på Aalborg Universitet, der skal bidrage til **kvalitetsudvikling af fødevareudstillinger.**

Gennem PH.d. projektet undersøges fødevareudstillingsaktiviteter. Fødevareudstillingerne er en formidlingsform midt i en spændende forandringsproces fra at være landbrugs- og fødevarerhvervets udstillingsvindue til de særligt interesserede målgrupper, til i dag også at blive et rum for oplevelse og maddannelse for den bredere befolkning. Formålet er således at analysere og skabe en sammenhængende teoretisk forståelsesramme for tendenser og barrierer i denne udvikling.

Projektets faser

Projektet vil medvirke til design af nye udstillingselementer og artefakter på Roskilde Dyrskues Fødevare og økologiudstilling samt i Madkulturens fødevareevents, som er under planlægning. Disse designs vil efterfølgende blive evalueret med henblik på effekten i forhold til målgrupper, brands/profiler og tilfredshed blandt deltagende virksomheder.

Afgørende for projektet vil være at undersøge, hvad design af udstillinger og fødevareevents kan gøre for at påvirke maddannelsen i den brede befolkning. Projektet vil samtidig undersøge, hvorledes udstillinger, med gæsterne som med-udviklere, kan anvendes som basis for innovation og udvikling af de deltagende virksomheders produkter, services og markedsføring.

Erfaringer for Roskilde Dyrskue 2012 og det videre samarbejde

På baggrund er erfaringerne fra Roskilde Dyrskue 2012 er der udarbejdet en evaluering med ideer til fremtidigt samarbejde. Det vil i efteråret blive undersøgt nærmere, hvordan erfaringer fra Madtropperne, FoodJam og Madkamp vil kunne komme i spil i forhold til videreudvikling og fremtidigt samarbejde. Der vil også blive arbejdet i forhold til projektet Bedre mad til alle i kommunerne, hvor Roskilde Dyrskue er en interessant case i forhold til place branding og et mødested mellem lokale forbrugere

og fødevarerhvervet og landbruget. Et samarbejde hvor Roskilde Kommune spiller en central rolle.

Et bredt samarbejde

Projektet er tilknyttet Forskningsgruppen Foodscapes, Innovation og Netværk (FINE), som er et tværfagligt forskningsmiljø på AAU, der arbejder med forskningsbaseret og anvendelsesorienteret innovation inden for mad, måltider og fødevarenetværk.

TIDSPLAN

PH.d. projektet løber fra april 2012-april 2015

PARTNERE

Aalborg Universitet - Forskningsgruppen, "Foodscapes, Innovation og Netværk", Roskilde Dyrskue og Roskilde Kommune.

3.0 Løftestang

-
- Madhuse

Madhuse

Kortlægning af lokale initiativer for etablering af decentrale, lokalt forankrede "centre" for fødevareproducenter og -håndværkere.



Madkulturen er blevet mødt med ønsket om at agere løftestang for eksisterende, planlagte og delvist strandede initiativer, hvis fællesnævner er behovet for decentrale, lokalt forankrede "centre", hvor producenter og madhåndværkere kan udvikle deres kompetencer og aktiviteter.

Idet Madkulturen anerkender behovet, herunder madhusenes betydning for udvikling og innovation af regionale kvalitetsfødevarer, bør der først gennemføres en analyse af dette, samt skitseres potentielle forretningsmodeller.

Madkulturen er i dialog med forskellige aktører med henblik på at afdække erfaringer og holdninger om konkrete udfordringer og behov som "Madhuse" skal dække. Allerede nu tegner der sig forskellige elementer; Madhuse og Maddannelse samt Madhusets betydning for forretningsudvikling og innovation af regionale kvalitetsfødevarer.

TIDSPLAN

Analyse 2. halvår 2012



MADKULTUREN
bedre mad til alle