



## Nordisk Gastronomisk Innovation Camp

### 1. Projektledare, e-post och telefon

Carsten Gydal Jensen – Rune Roepstorff Nissen [rrn@srts.dk](mailto:rrn@srts.dk) +45 6155 7873

### 2. Projektstart och slut samt erhållna medel från NNM

August 2007-december 2007 – der blev bevilliget 204.500, dkr.

### 3. Mål

Målet med projektet er:

- At udvikle et koncept for Nordisk gastronomisk Innovations camp<sup>1</sup>.
- At afdække muligheder, involvere aktører og skabe et fundament, der gør det muligt at afvikle en Nordisk gastronomisk Innovations camp.

I projektet er der taget de første skridt i retning af at udvikle et koncept for afviklingen af en Gastronomisk Camp. Projektet har gennemført en forundersøgelse i de nordiske lande for at afdække om der overhovedet er basis for at arbejde med Nordisk mad i storkøkkener. Konklusionen på undersøgelsen er klart at storkøkkenerne er interesseret i at arbejde videre med Nordisk Mad. Men det blev også tydeligt igennem arbejdet i projektperioden, at en væsentlig del af fundamentet for at kunne arbejde med Nordisk mad i storkøkkener er at "Manifestet" omskrives til den virkelighed som findes i de nordiske storkøkkener. På temadagen hvor ca. 25 køkkenchefer fra store køkkener i de nordiske lande – (flest fra Danmark) gav deltagerne udtryk for at de fandt Nordisk mad i storkøkkener meget interessant og relevant men at det var meget væsentligt at arbejde videre med at omskrive manifestet til storkøkkenernes virkelighed og hverdag.

På temadagen kom deltagerne med input til hvorledes en lanceringscamp af et manifest for storkøkkener kunne foregå.

Målgruppen er storkøkkenledere og deres omverden. Det er dog vores indtryk, at man skulle satse på en dansk udgave med nordiske gæster til at begynde med. Så kan de nordiske deltagere tage det bedste med hjem, og derfra udbrede NNM i deres storkøkkenvirkeligheder. Forundersøgelsen viste nemlig klart at kendskabet til "Nordisk mad" er stærkest blandt storkøkkenfolk i Danmark.

### 4. Projektbeskrivning

VIFFOS har i efteråret 2007 gennemført en forundersøgelse af betingelserne for at afvikle en Innovations camp, der kan sikre udbredelsen af principperne bag det ny nordiske køkken i storkøkkenbranchen. Formålet med nærværende projekt var at afdække muligheder, involvere aktører og skabe et fundament, der gør det muligt at afvikle NGI-camp.

Projektgruppen har arbejdet på at:

1. Identificere de kulturelle aspekter og kulturinstitutioner, der kan indgå i en NGI-camp.
2. Kortlægge de nordiske initiativer der er omkring nordisk mad, herunder de aktuelle aktører, der er på banen.
3. Identificere metoder til at afvikle NGI-camp.
4. Identificere metoder til at kortlægge muligheder og barrierer på selve campen, for at adoptere og tilpasse konceptet for NNM.

---

<sup>1</sup> Nordisk gastronomisk innovations camp er tænkt som en begivenhed, hvor man i to eller flere dage samler fagpersoner fra Norden som i køkkener og andre værksteder eksperimenterer og inspirere hinanden til at udvikle Ny Nordisk Køkken



## *Resultatet af forundersøgelsen*

Forundersøgelsen giver en indikation af, hvorledes begrebet Ny Nordisk Mad skal tolkes i den offentlige bespisning, dvs. et minimumsniveau for at det er anvendeligt. F.eks. kan begrebet Ny Nordisk Mad tolkes som bæredygtighedsbegreb, sundhedsbegreb, som "at gøre det rigtige"-begreb. At dette er en oplagt mulighed og styrke fremgår af alle forventninger til fremtidens forbrugere, der vil blive endnu mere opmærksomme på økologi, miljørigtighed og fair trade under ét (Jf. Børsen, fødevarer-sundhed p. 4-11, d. 28-02-2008).

Undersøgelsen har identificeret fokusområder (håndtag der kan drejes på), hvor man kan starte en proces i den offentlige bespisning, så det opleves realiserbart og relevant for storkøkkenerne. Det er en forudsætning i forundersøgelsen, at Ny Nordisk Mad tager afsæt i at være et begreb for sundhed i lokale råvarer og regional udvikling (regioner i de nordiske lande). Dvs. fremhæver styrken ved de nordiske råvarer, f.eks. på grund af årsvariationer, relativt korte solperioder, kvaliteten i søerne og havet m.m.

Forundersøgelsen belyser, at der er en interesse blandt aktørerne for at afholde et arrangement, som sætter fokus på Ny Nordisk Mad. Dette dokumenteres også af den vedlagte rapport udarbejdet af RUC-studerende.

I Danmark er der især fokus på aktører som kantiner og storkøkkener, catering-somheder og råvareleverandører. I de andre nordiske lande er det en del af undersøgelsen at afdække, om det er de samme aktører som i Danmark, der er målgruppen for en Nordisk Gastronomisk Innovation Camp. Forundersøgelsen viser, at NNM ikke er nær så klart et begreb i de øvrige lande som i Danmark. For flere deltagere vedkommende var begrebet helt nyt. Generelt kan man sige, at alle landenes storkøkkener udtrykker en interesse i NNM (Som en måde at gennemføre en "nu gør vi det på den gode måde fornyelsesproces"), men at det er vanskeligere for andre nordiske lande at skelne mellem NNM og andre modebølger for at gøre det rigtige, som fx "Slow Food". Grunden til dette er, at NNM begrebet ikke er kendt i befolkningen. Desuden er den offentlige bespisning i de nordiske lande ikke helt ens. F.eks. i Finland er der mange års tradition, for at skoleelever får gratis mad i skolerne, og her har kantineledere omgået storindkøbskravene (en klar barriere for udbredelsen af NNM i storkøkkener i de andre nordiske lande) med at udvikle meget specifikke kravspecifikationer således, at det er blevet muligt at handle lokalt. I Norge er den regionale madkultur i forvejen stærk, så nyheden i NNM er måske ikke så stor der.

En stor innovation camp er beskrevet i ansøgningen<sup>2</sup>. I forundersøgelsen er denne forelagt målgruppen for campen på en workshopdag. De har forholdt sig til den og det har givet os følgende svar. Der giver indholdet til campen:

- Udarbejdelse af et idékatalog på campen – hvordan skal manifestet overføres og fortolkes i storkøkkener?
- 'Madlavningsværksteder'
- Netværksdannelse
- Hvem skal deltage udover storkøkkenlederne? - Målgruppen kan omfatte alle - leverandører, producenter, storkøkkener, de der har med den daglige drift at gøre, ledere/produktionsansvarlige, uddannelsesinstitutioner.
- Leverandører skal ikke nødvendigvis inddrages i arbejdet med at fortolke manifestet i forhold til storkøkkener

<sup>2</sup> Innovationstræning kan være metoden til at skabe en fælles referenceramme for deltagerne og facilitere processen for skabelse af et nordisk koncept. Workshops tilrettelægges som hands-on gastronomiske værksteder, hvor aktørerne inspirerer og udveksler erfaringer. Ambitionen er at formidling og videnopsamling vil være centralt på campen. Der nedsættes arbejdsgrupper til at opsamle viden fx pædagogik, nyskabelse, madoplevelser mm. Metoden er videoreportage og fremtidscafe. Workshops vil blive videofilmet og blive vist direkte på skærme i konferencosalen som hjælp til arbejdsgrupperne. Videoreportage vil samtidig blive sendt online på nettet som webTV. En redigeret version på nyhedsform vil blive sendt til nyhedsstationer i resten af Norden. Leverandører og interessenter kan mod betaling medvirke som på en fagfestival med indhold delvist styret af arrangørerne. De skal helst kunne bidrage med aktiviteter, der involverer de øvrige deltagere eller fx et foredrag eller en workshop.



Yderligere var det vort indtryk, at man ikke vil få held med en flere dage lang camp i en meget travl branche, hvorfor en camp må være forholdsvis kortvarig fx 1 – 2 dage.

Forundersøgelsen opstiller skitserne til et koncept for afviklingen af en Innovation Camp.

Det pædagogiske koncept skal guide de faglige deltagere igennem en proces, der leder til en beslutning om et fælles sæt spilleregler for indførsel af Ny Nordisk Mad i den offentlige bespisning i Danmark. Andre nordiske lande inviteres for at bidrage til denne proces, fremvise deres madkultur i den offentlige bespisning og lade sig inspirere af arrangementet. Det er hensigten at sprede ideen om afholdelse af tilsvarende arrangementer i de andre nordiske lande. Endelig opstiller forundersøgelsen et koncept for, hvordan man skaber opmærksomhed omkring arrangementet, via den rette kampagnestrategi.

Forundersøgelsen har benyttet proces-værktøjet ZING

## 5. Aktiviteter

### Fase 1

Definition af opgaver	22.08	Introbrev til partnere om mødet den 8.10	1. Spørgsmål til deres forudsætninger 2. Opgaver til partnerne inden den 8.10: Skitsere initiativer i eget land og skitsere aktører 3. Filmklip fra Claus Meyer
	23.08	RUC-studerende	RRN kontakter med ide 1. 2 opgavebeskrivelser CGJ 2. RRN holder kontakt og projektet i live med RUC
Møde m. Claus Meyer	30.08 kl.9-11	Forberedende møde inden	Dagsorden - Input fra PEH til møde
	14.09	Konsulent	CGJ kontakter GEMBA - møde m. konsulent CGJ
	26.09	Aftale med Claus Meyer	2 oplæg på møder den 8.10 og ZING seancen samt involvering med sit brand og markedsføring
Identificering	25.09 startdato	Identificering af aktører	Identificere interessenter i storkøkken branchen
Involvering af aktører	25.09 startdato	Kontakt til storkøkkenfolk (deltagere på Symposiet), Kost- og Ernæringsforbundet	1. Overveje/motivere hvem der skal deltage i ZING seancen 2. Finde markedsførende aktører til ZING dag
	26.09	Udsendelse af invitationer	til Kick-off
	26.09	Kontakt til aktører	Invitationer til struktureret brainstorm ZING - fremsendelse til partnere til oversættelse inden - kort beskrivelse af seancen
	05.10	Kontakt til andre aktører	Kontakt til: 1. øvrige nordiske projekter a la Skolemad 3. mulige ambassadører 4. andre skoler for at finde ambassadører i deres områder
Kick-off møde	02.10 08.10 kl.9-13	Forberedende møde m. konsulent	
		Forberedelse	Dagsorden - Mødeindkaldelse - Oplæg v. Claus Meyer
			ZING struktur - Skabeloner til partnerne til afrapportering
		Afholdelse	Mødeledelse - Præsentation af forundersøgelse - Referent CGJ - Partnere får hjemmearbejde indtil mødet ultimo Nov.



*Fase 2*

ZING i DK	26.11	Afholdelse	
		Efterbearbejdning	delrapport
ZING i NO, SE, FI og ISL	26.11	Afholdelse	Partnere inviteres til DK. Partnere fremlægger aktiviteter i NO, SE, FI og ISL
		Efterbearbejdning	delrapport på DA, NO eller SE
Kortlægning af NNM initiativer i DK	30.11	Researche på interessenter siden symposiet	Listning af eksisterende og fremtidige aktiviteter og aktører - Identificere kulturelle aspekter og institutioner i DK - identificere mulige sponsorer i DK - delrapport
Kortlægning af NNM initiativer i NO, SE, FI og ISL	30.11	Researche på interessenter siden symposiet	Listning af eksisterende og fremtidige aktiviteter og aktører - Identificere kulturelle aspekter og institutioner i NO, SE, FI og ISL - identificere mulige sponsorer i NO, SE, FI og ISL - delrapport
Markedsføring	30.11	Researche	Forretningsplan (hvordan får vi bedst muligt økonomi i afholdelse og evt. følgeprodukter)
Identificere mulige koncepter i DK	30.11	Researche	Idekatalog - delrapport - kontakt til RUC-stud
Identificere praktiske muligheder i DK	30.11	Researche	UNICON-hallen - internet - udstilling - lyd/lys oa. - scene

*Fase 3*

Dataopsamling	30.11	Efterbearbejdning	Samling af delrapporter fra NO, SE, FI og ISL
Opsamlingsmøde	04.12 kl.9-13	Forberedende møde m. konsulent	
		Forberedelse	Dagsorden - Mødeindkaldelse
		Afholdelse	Mødeledelse - Konklusioner fra undersøgelsen - Referent CGJ
Færdigbehandling	31.12	Rapport	Samskrivning - Udkast til prospekt

**6. Deadlines during the project period - August to December 2007**

Se ovenfor

**7. Hur har NNM's värden ingått och förmedlats?**

NNM har været det centrale omdrejningspunkt for hele projektet. Vi har specifikt arbejdet med udgangspunkt i manifestet. Manifestet har været oplæg til køkkenledere og til partnerne. Claus Meyer har også selv stået for en del af formidlingen. Vi



har undervejs arbejdet specifikt med mulighederne for at 'oversætte' manifestet til storkøkkenverden. Det er det centrale omdrejningspunkt for projektarbejdet.

## 8. Information, artiklar, etc

Via vores hjemmeside og vort nyhedsbrev. August, november og januar 2007-8. Artiklerne er også sendt med en pressemeddelelse til landsdækkende aviser i februar 2008.

Medieoversigt for NNM:

Produkt	Medie	Tidspunkt (Udfører)
Pressemeddelelse om projektbevillingen (CGJ)	<a href="http://ucr.dk">ucr.dk</a> og lokale medier	01.10.2007 (CGJ)
Artikel om stormødet d. 26.11. 2007. (RRN)	<a href="http://ucr.dk">ucr.dk</a>	27.11.2007 (RRN)
Afslutningsartikel, kort (RRN)	Sendt til presseliste, Nordisk Ministerråd, Samarbejdspartnerne og Roskilde Kommune.	31.1.2008 (RRN)
Zing rapport, lang (Gemba)	Sendt til presseliste	30.4.2008 (RRN)
Zing rapport, kort (Gemba)	Sendt til presseliste	30.4.2008 (RRN)
Artikel, lang (RUC-stud.)	Sendt til presseliste og RUC-Nyt	30.4.2008 (RRN)
Artikel, kort (RUC-stud.)	Sendt til presseliste og RUC-Nyt	30.4.2008 (RRN)
Afslutningsrapport (RRN)	<a href="http://www.viffos.dk">www.viffos.dk</a>	? (GG)
Afslutningsrapport	Papir - sendt til deltagerne på workshopen	? (GG)

Presseliste for NNM:

DAGBLADET/Frederiksborg Amts Avis [red@sjmedier.dk](mailto:red@sjmedier.dk)

Fjordbyerne [cf@fjordbyerne.dk](mailto:cf@fjordbyerne.dk)

Roskilde Avis [redaktion@roskildeavis.dk](mailto:redaktion@roskildeavis.dk)

Politiken [presse@pol.dk](mailto:presse@pol.dk)

Berlingske Tidende [redaktionen@berlingske.dk](mailto:redaktionen@berlingske.dk)

TV2 [plan@tv2.dk](mailto:plan@tv2.dk)

## 9. Målgrupp

Vi har nået målgruppen for projektet gennem den involverende kontakt. Vi har dog vanskeligt ved at vurdere om vores brede folkelige målgruppe er nået, da informationen er foregået gennem hjemmesiden. Der vedhæftes en fil med kontakttinformation til alle erhvervsskoler og relevant fagforbund. Desuden vedhæftes en fil med pressekontakt til hele landet.



**10. Deltagere och partners** – vilka har delaktigt och hur? Ev. ändringar från ansökan?

Alle partnerene har deltaget i det omfang de blev bedt om. Der er ingen ændringer fra ansøgningen.

Nordiske deltagere	Aktivitet i projektet
Claus Meyer, Meyers Madhus, Nørrebrogade 52C, 2200 Kbh	Har deltaget i møde med projektgruppen og har givet oplæg på temadagen
Astrid Bjorkan og Martin Flå Torgar Näringshage AS Toftsundet, 8900 Brønnøysund, Norge	Har deltaget i møde i projektgruppen og deltaget på temadagen
Jan-Ole Karlson og Barbro Åkesson Storumans Lärcentrum Skolgatan 23, 923 81 Storuman, Sverige	Har deltaget i møde i projektgruppen og deltaget på temadagen. Har afholdt møde i Sverige med interessenter.
Kerstin Strøm og Asa Tynkkynen Optima/Optima Samkommun, Trädgårdsgatan 30, 68600 Jakobstad, Finland	Har deltaget i møde i projektgruppen og deltaget på temadagen
Heida Hilmirdotti, Universitetshospitalet i Reykjavik	Har deltaget i møde i projektgruppen og deltaget på temadagen. Har udarbejdet rapport fra Island
5 studerende fra RUC ( Roskilde universitetscenter)	Har udarbejdet rapport, deltaget på temadagen og fortaget undersøgelse om Nordisk mad i danske storkøkkener.

**11. Förslag till fortsatta aktiviteter, för att utveckla NNM.**

På baggrund af anbefalingerne fra temadagen d. 26. november vil VIFFOS udarbejde en ny ansøgning med det formål at samle toneangivende køkkenchefer fra de nordiske lande og sammen udarbejde et manifest for storkøkkener. På baggrund af dette projekt vurderer vi ligeledes at det vil være hensigtsmæssigt at udarbejde klare eksempler og opsamle erfaringer i storkøkkenerne på hvorledes manifestet kan omsættes til brug i storkøkkener.

På nuærende tidspunkt dec. 2008 har VIFFOS fået bevilliget projekt nr. 2 og er i fuld gang med arbejdet.



**12. Ekonomisk rapport** – hur har projektmedlen använts? Kan bifogas i Excel.

	<b>ANSÖKAN</b>	<b>BETALD AV NNM</b>	<b>ANNAN FINANSIÄR</b>
<b>Tid och kostnader</b>	<b>Tim / DKK</b>		
Tidsåtgång i timmar	400		
Lönekostnad, betalas ej av NNM			
Externa tjänster	64.500	65020	
Material	40.000	30000	
Resor & möten	80.000	98913,71	
Information	20.000	250	
<b>SUMMA:</b>	<b>204.500</b>		
<b>Finansiering</b>	<b>DKK</b>		
Egen finansiering	138.000		125580
Annan finansiering	67.000		128055
Offentlig finansiering			
Finansiering från NNM	204.500	194183,7	
<b>SUMMA:</b>	<b>409.500</b>		

Datum och ansvarig person

fredag den 13 juni 2008

Rune Roepstorff Nissen

**REGNSKAB med rejseudgifter + budgeteret rejsepenge og 25 timer**

	Budgeteret egenfinansiering	Egenfinansiering		DKR	Projektudgifter
	DKR	timesats	antal timer		
DK Uddannelsescenter Roskilde	34500	345	364	125580	
Konsulent (Claus Meyer)					10520
SE Storuman/AkademiNorr	13800	345	60	20700	25265
NO Torgar	13800	345	119	41055	29056
FI Optimaedu	13800	345	11	3795	37115
ISL IDAN/Landspitali	13800	345	29	10005	27979
Virksomhedsmøder	120000	500	105	52500	
ISL IDAN					2415
GEMBA					30000
Konferenceudgifter/møder					10669,71
Ole Hoff Sørensen Rejseudg.					914
Internt Trykkeri					250
Konsulentbistand					20000
<b>Subtotal</b>					194183,71
Bevilling					204500
<b>Rest</b>					10316,29
<b>Egenfinansiering i alt</b>	209700			253635	