

"Regional Madkultur"

Fødevarer-netværket på Sjælland

af Netværkskonsulent Lisbeth Færch Gjerulff.
Erhvervs- og Videncenter Vestsjælland, Slagelse

Jylland gør det, Fyn gør det, Lolland Falster gør det, Bornholm gør det, men Sjælland gør det ikke – endnu... Rundt om i Danmark er der etableret netværk af små fødevarer-virksomheder. Virksomheder der går sammen i netværk og markedsfører sig i fællesskab, og som har aktiviteter, der sætter fokus på lokalt producerede fødevarer selv ud til den yderste spids af Skagen. Sjælland er et af de sidste steder i Danmark, som endnu ikke har etableret et netværk for fødevarer-virksomheder.

Ordet fødevarer-virksomheder dækker over mere end landbrugsproduktion. De virksomheder, som derfor er med i netværkerne, er selvfølgelig landbrug, gårdbutikker men også fiskebutikker, restauranter, slagtere og bagere og mange andre. Faktisk alle virksomheder, som producerer noget lokalt med en vis brug af lokalt produceret råvarer.

Et fødevarer-netværk for sjællænderne.

På Sjælland er vi ved at starte et fødevarer-netværk op. Det kommer til at hedde „Regional Madkultur Sjælland“. Det dækker Sjælland og ikke Region Sjælland. Nordsjælland er derfor med i netværket, men ikke Lolland Falster.

Culinary Heritage – et europæisk netværk.

Regional Madkultur er en del af et europæisk fødevarer-netværk. Det kaldes Culinary Heritage. Sjælland er derfor med i et europæisk netværk ligesom Bornholm. Fordelen ved det er, at vi kan udvikle vores fødevarer-virksomheder

med inspiration fra udlandet. F.eks. har Culinary Heritage haft et Interreg III projekt, hvor der blev indsamlet viden om, hvordan små fødevarer-virksomheder i andre lande håndterer logistikken. Altså hvordan får kunden sine varer i Tyskland, Polen, Italien eller Spanien. Sammen kan vi få en systematisk vidensopsamling, som kan være til gavn for små fødevarer-virksomheder over hele Europa.

Det europæiske netværk startede egentlig i 1995 med et samarbejde imellem Österlän i Skåne og Bornholm. Begge områder er udkant-områder med mange turister om sommeren. I dag er der 20 regioner med i netværket. De fleste ligger i Sverige, som har en mere stærk tradition for gårdbutikker og vejcaféer, hvor der kan købes marmelader og hjemmelavede pølser. Yderligere er der regioner, som er medlem af netværket fra Norge, Tyskland, Letland, Litauen, Polen og Spanien. Du kan læse meget mere om Regional Madkultur på www.culinary-heritage.com.

Regional Madkultur har for Bornholms vedkommende været med til at vende en negativ udvikling til en positiv. Gennem projektmidler søgt hjem til Regional Madkultur er det lykkes Bornholmerne at få sat Bornholm på Danmarkskortet, når det gælder mad. Vi kan i dag købe bornholmsk yoghurt i Netto, rapsolie fra Lehmsgård, økologisk is fra Boissen Is og meget meget andet. Nu kan man tage til Bornholm og smage på Bornholm.

Hvorfor regional madkultur på Sjælland?

Vi kan ikke forvente at Regional Madkultur på Sjælland kan flytte lige så mange bjerge som på Bornholm. Vi er ikke udkantsområde på den måde. Alligevel har vi vores at slås med på Sjælland. Vi bor meget tæt på København. Vi bor i en region, der gennemskæres af tre motorveje. Der er meget trafik imod København, og der er ikke mange, der stopper op på vejen for at se på Sjælland. Der er mange, der arbejder i København, men bor ude på Sjælland, og som heller ikke bruger Sjælland, og det lokale



område de bor i. Der ligger en opgave i at gøre Sjælland synlig på trods af København. Vi skal vise, at Sjælland har noget at byde på. Mad er en måde at gøre det på. Igennem netværket kan vi gøre de små fødevarer virksomheder synlige, samtidig med at fødevarer virksomhederne bliver i stand til at hjælpe hinanden. Netværksdannelse skaber samarbejde og samarbejde leder til nye produktionsformer, og nye produktionsformer til nye produkter. Det betyder altså udvikling for hver enkelt virksomhed, der deltager i netværket.

For at små produktioner kan overleve, er det nødvendigt, at de har en høj kvalitet og en historie, som kan bære produktet frem til forbrugeren, hvad enten forbrugeren er i København eller kommer forbi butikken på landevejen. I dag vil forbrugeren have en oplevelse, hver gang de køber et produkt.

Regional Madkultur Halland i Sverige.

I 2006 har Erhvervs - og Videncenter Vestsjælland fået midler fra Artikel 33 og Vestsjællands Amt til at starte et netværk op under Regional Madkultur. Igennem projektet har Erhvervs - og Videncenter Vestsjælland i juni måned inviteret fødevarer virksomheder på bustur til Halland i Sverige. Målet var at se og smage på, hvad Regional Madkultur er for noget. Her besøgte vi et kurhotel, som havde fokus på velfærd og sundhed, og som gerne vil kæde sunde fødevarer sammen med noget, der er produceret lokalt. Vi spiste på en restaurant, hvor der på dele af menukortet var anført hvilke retter, der var lavet med lokalt producerede råvarer. Frokosten blev indtaget på et landbrug med 350 moderfår, eget slagteri og 10 ansatte. Alt kødet blev solgt i gårdens butik eller i gårdens restaurant. Vi så en grønsagsproducent, som



dyrkede over 1000 forskellige slags grønsager og urter. De arbejdede meget tæt sammen med restauranterne, hvorfor de også kunne levere de sidste nye krydderurter til et kræsent marked. Halland har 40 fødevarer virksomheder i netværket og har indenfor de sidste to år kørt et efteruddannelsesprogram for medlemsvirksomhederne. Emnerne har været vidt forskellige, men tilpasset virksomhedernes behov. I Halland har man således mærket en markant bedre udvikling hos de fødevarer virksomheder, som har valgt at være med i netværket end hos dem som ikke er med. Busturen blev fulgt op af en konference om Regional Madkultur på Gerlev Idrætshøjskole d. 5. september 2006. Der var 55 deltagere som smagte på fremragende mad produceret af råvarer fra lokale leverandører på Sjælland.

Vi skal sælge oplevelser med marmeladen.

I Sverige har de mange små butikker der sælger hjemmelavet marmelade og pølser. Dem kunne vi godt bruge nogle flere af på Sjælland. Vi har mange gårdbutikker, men der kunne godt sælges flere forarbejdede fødevarer. Hvad med olie med krydderurter i, forskellige marmelader og chutney. Det er bare med at få idéerne. Deltagelse i netværk har flere steder vist sig at øge graden af forarbejdning af råvarerne.

Vi har en masse potentiale på Sjælland.

Der findes mange gode innovative fødevarer virksomheder.

Hvad vil der ikke ske, hvis de mødes i et netværk? Vil vi så ikke få et større udbud af spændende kvalitetsfødevarer og smagsoplevelser på Sjælland?

Hvad skal der til for at være medlem af Regional Madkultur Sjælland?

Regional Madkultur Sjælland er et fødevarer-netværk, som etablerer sig på Sjælland. I løbet af efteråret 2006 afholdes de første møder. For at være medlem af netværket skal fødevarer-virksomheden opfylde nogle kriterier. Disse kriterier er udstukket primært fra det Europæiske netværk, men der er også mulighed for at sætte egne kriterier op i netværket.

For det første skal virksomheden være en god ambassadør for kvalitetsfødevarer, og dernæst skal virksomheden have en interesse i at være lokalt forankret på Sjælland. Have en sjællandsk identitet. Virksomheden skal være placeret et sted på Sjælland og anvende lokalt producerede råvarer eller lave et produkt, som knytter sig specielt til Sjælland. En restaurant kan f.eks. have én ret på menukortet, som er lavet af lokale råvarer. Retten markeres med logoet for Regional Madkultur Sjælland. Et andet eksempel kan være bageren, der bager et „Sjællandsk brød“ med mel produceret af sjællandske kornproducenter. Supermarkeder kan ikke umiddelbart få lov til at anvende logoet, men på Bornholm er der en lille købmand, der producerer Bornholmsk sennep, og de er medlem af netværket.

Økologi eller ej!!!!

Hvad så? Er det et økologisk netværk? Nej, det er det egentlig ikke, men tanken om at anvende lokalt producerede råvarer ligger ikke langt fra den økologiske tankegang. Mange økologiske fødevarer-virksomheder opfylder allerede kriterierne for at være med i netværket. Når netværket består af en blandet forsamling,



hvad enten det handler om økologi, eller om virksomhedstype, så kan alle lære noget af hinanden og inspirere hinanden. Det handler om at bevare og udvikle de fødevarer-virksomheder, der er tilbage i landdistrikterne.

Deltagelse i netværket er en proces. Sammen sætter vi de mål, vi gerne vil nå. Hvad der er kvalitetsfødevarer i dag, er ikke nødvendigvis kvalitetsfødevarer i morgen. Det er netværket, der undervejs sætter kriterierne op.

Hvor skal vi hen med netværket?

Målet er at skabe udvikling for små fødevarer-virksomheder i landdistrikterne på Sjælland. At gøre virksomhederne synlige for forbrugeren og for turisten.

Første tiltag i netværket er at få beskrevet medlemmerne og at markedsføre medlemmerne med en pjece, der viser, hvor forbrugeren kan finde restauranten, slagteren, gårdbutikken og svineproducenten. Næste mål er at få en stand inde på Roskilde Dyrskue med mulighed for at vise den Sjællandske Madkultur frem for mere end 80.000 gæster.