Madoplevelser i hele Danmark

Pelle Øby Andersen, FOOD, Landdistriktskonferencen 2017

AGENDA

1. Kort intro til FOOD
2. Analysen helt kort
3. Konkrete indsatser
   - Kulinarisk rejsehold
   - Madevents som platform
   - Mad som turismeprodukt

1. Kort intro til FOOD

Kort introduktion til FOOD

- Et OPP organiseret som non-profit forening
  - Medlemmer: Arla, DC, TGD, Wonderful Copenhagen, Københavns Kommune, EM, MFVM
- Kontorer i Aarhus og København – aktiviteter i hele Danmark.
- Finansieret både af bidrag fra EM og medlemskontingent samt private og offentlige kunder

FOODs strategifigur

WWW.THEFOODPROJECT.DK

2. Analysen helt kort

Hvad ved vi helt kort?

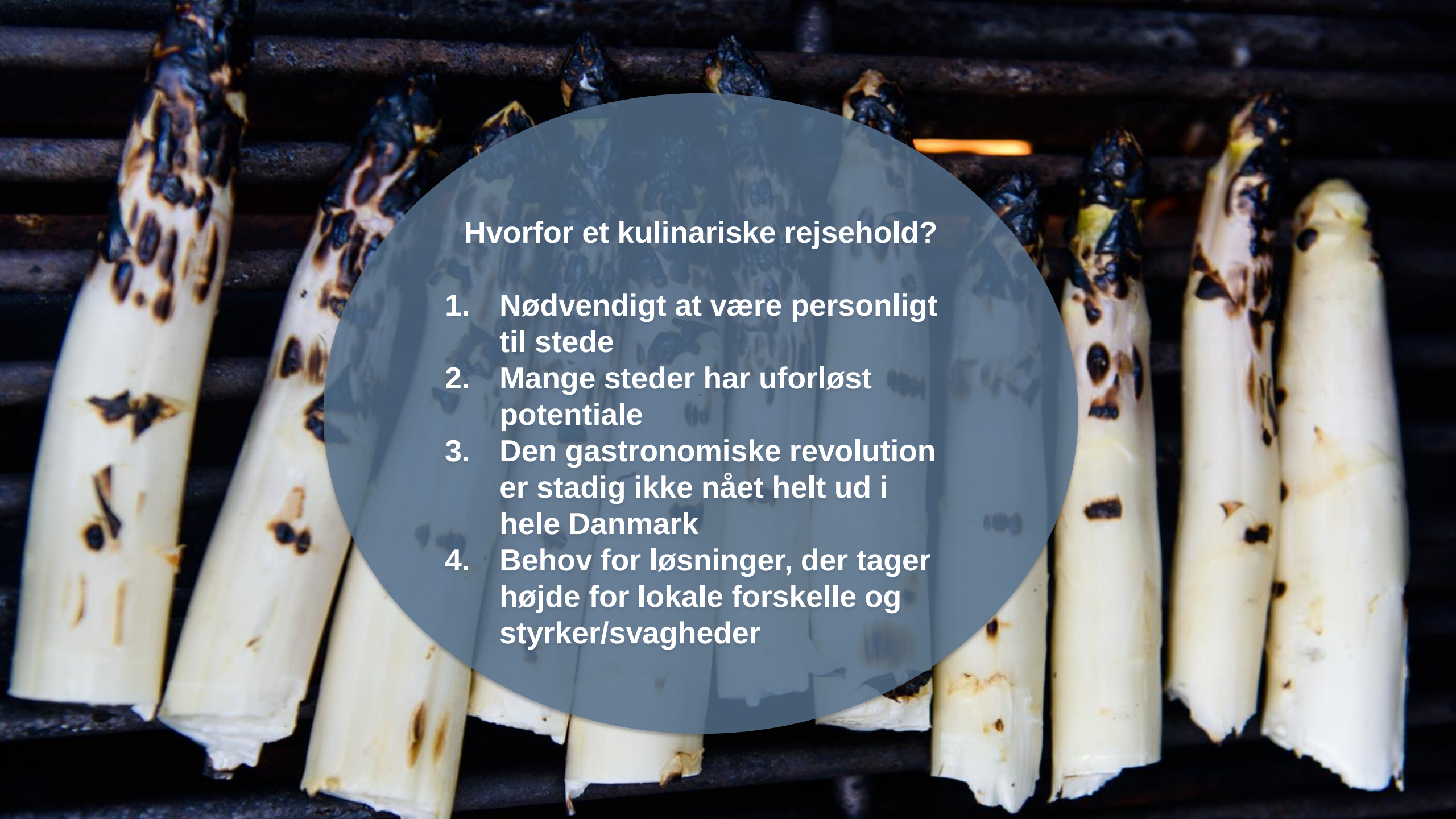
- Fødevarer og turisme er nogle af de vigtigste erhverv i landdistrikterne
- Særligt restaurantbranchen skaber mange nye arbejdspladser
- Der er stigende tilfredshed med madoplevelserne i Danmark, men særligt tyskerne mener stadig, der er en udfordring med pris/kvalitet

Tre uudnyttede potentialer i oplæg til Gastro 2025

- Gastronomisk løft i bredden
- Styrket markedsføring
- Hæve døgnforbruget

3. Konkrete indsatser

- Kulinarisk Rejsehold

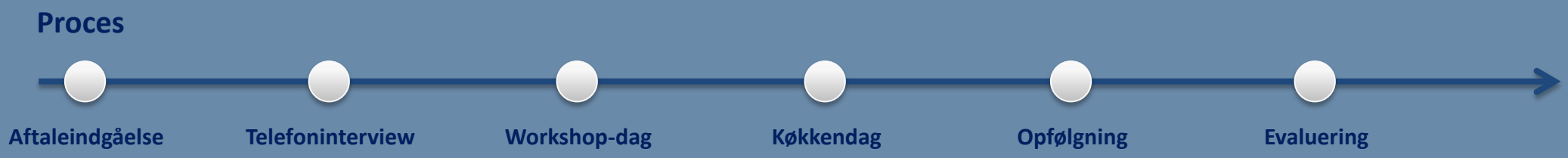


Hvorfor et kulinariske rejsehold?

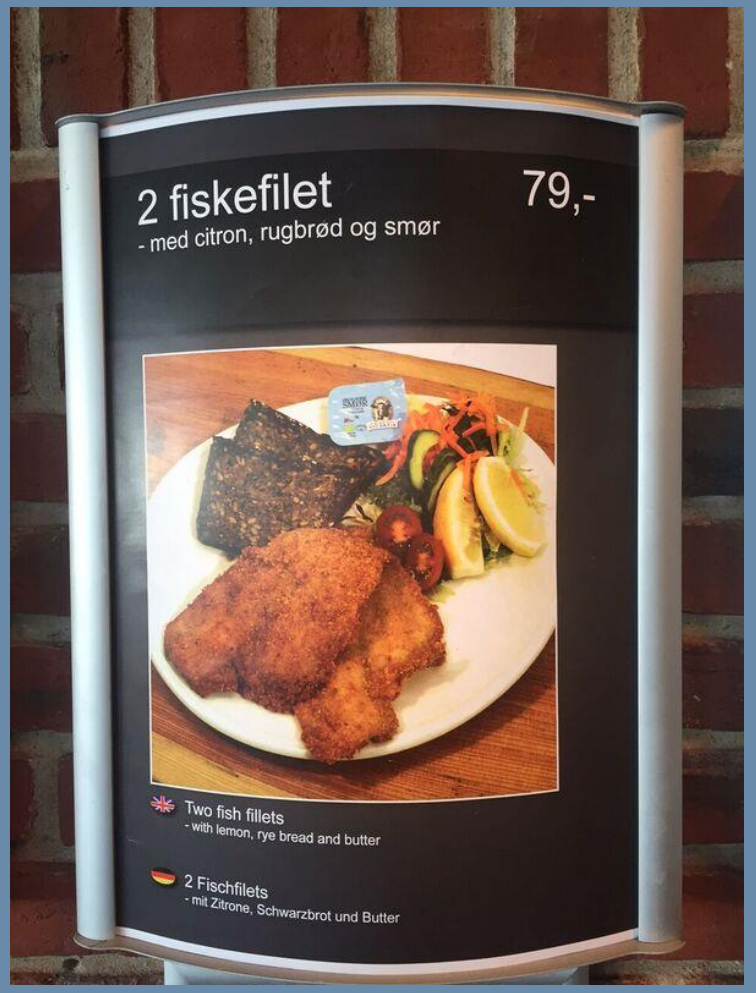
1. Nødvendigt at være personligt til stede
2. Mange steder har uforløst potentiale
3. Den gastronomiske revolution er stadig ikke nået helt ud i hele Danmark
4. Behov for løsninger, der tager højde for lokale forskelle og styrker/svagheder

Hvad er Rejseholdet?

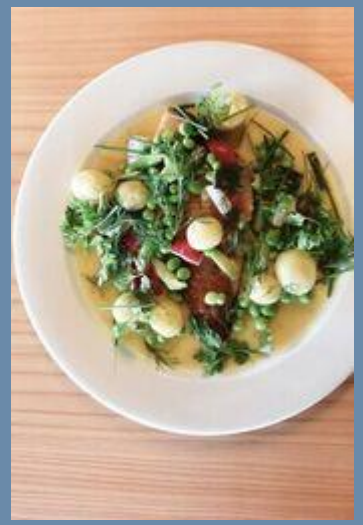
- Består af to personer. En kok med meget høj faglighed (konkret fandt vi en kok med en stjerne i Michelin) og flere års erfaring fra branchen. En person med erfaring med work-shops, markedsføring og økonomi.
- Tager ud og gennemfører forløb ude i landet. Som led i metodeudviklingen valgte vi steder som kunne betragtes som repræsentanter for de store grupper af spisesteder i dansk turisme. Vi besøgte konkret:
  - Et par traditionelle landevejskroer (Gjerrild Kro og Thunø Kro)
  - Et par lidt større steder med konferencer og større selskaber (Musholm og Fjordgården)
  - Udvalgte mindre spisesteder i turistområder (Fjordens Perle og Kommandobroen)
  - En større turistdestination (Fiskeri- og Søfartsmuseet)
- De første par steder ”følte” vi os lidt frem, men allerede efter de første par indledende møder begyndte der at tegne sig et billede af en velfungerende proces.



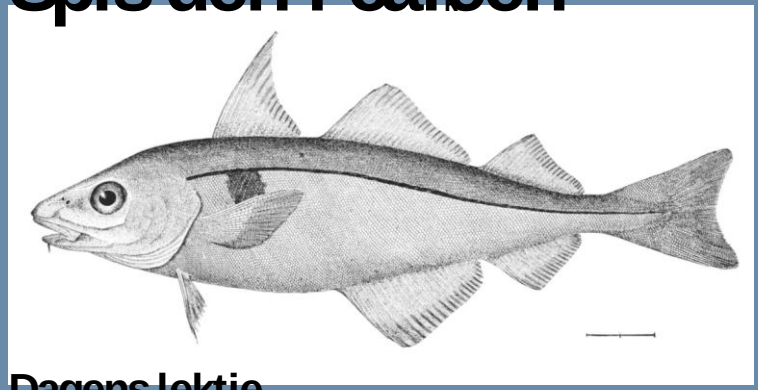
Husets salat
85,-
- med kylling, bacon, rødløg, tomat, parmigiano, croutons og cæsardressing.
Our house salad
- with chicken, bacon, red onion, tomato, Parmigiano cheese, croutons and Caesar dressing
Salat des Hauses
- mit Hähnchen, Bacon, roten Zwiebeln, Tomaten, Parmigiano, Croutons und Caesar Dressing


2 fiskefilet
79,-
- med citron, rugbrød og smør
Two fish fillets
- with lemon, rye bread and butter
2 Fischfilets
- mit Zitrone, Schwarzbrot und Butter

- mit Zitrone, Schwarzbrot und Butter
Kyllingspyd
55,-
- med kartoffelbåde og grønsagsstave
FRIT VALG
AT YOUR OPTION
FREIE WAHL
Chicken skewers
- with potato wedges and vegetable sticks
Hähnchenspieß
- mit Kartoffelschnitzen und Gemüsesticks



Kulleren
Se den i bassin 10
Spis den i cafeen



Dagens lektie

Kulleren er en skøn fis af torskefamilien - god at dampe og bage. Det er en hvid fis med finstruktur - noget løs i lamellerne, så den skal ikke have for lang tids tilberedning. I dag er kulleren bagt og serveret med blomkål, asparges og en sky kogt på kullerben og timian.

Kuller (Melanogrammus aeglefins) kan blive en meter lang med ekstra vægt på 20 kg. Det er en bundfis, der lever på dybder fra 40 til 300 meter. Den er udbredt over hele det nordlige atlanterhav. I Island blev kuller især i gamle dage betragtet som finere end torsk.

Fiskeri- og Søfartsmuseet

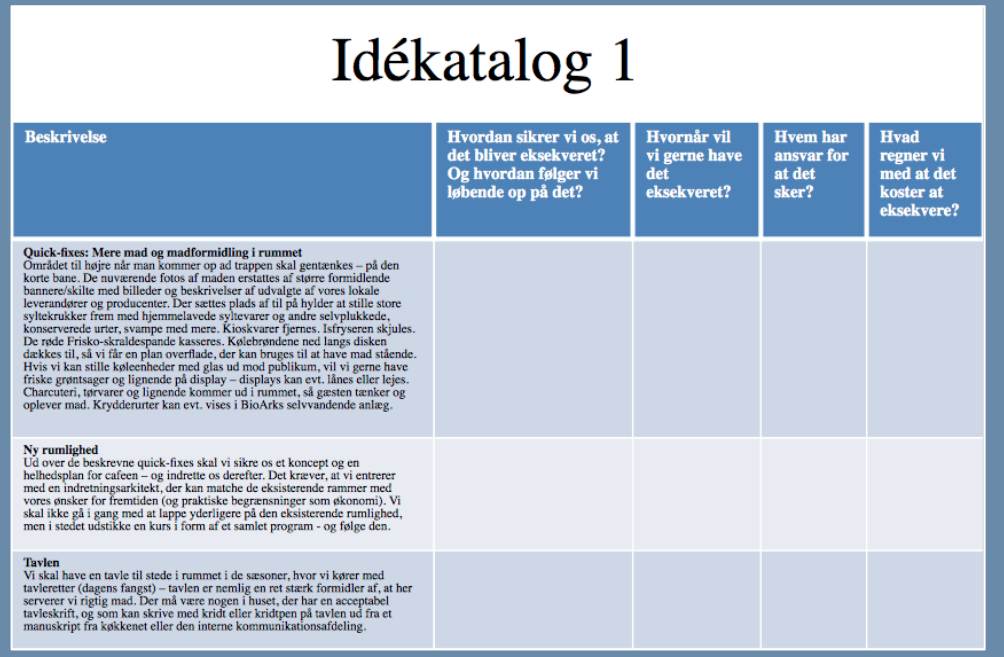
WWW.THEFOODPROJECT.DK

Idékatalog

Som afslutning på processen blev udarbejdet et katalog med de idéer, som var bragt op – og som museet skulle arbejde videre med.

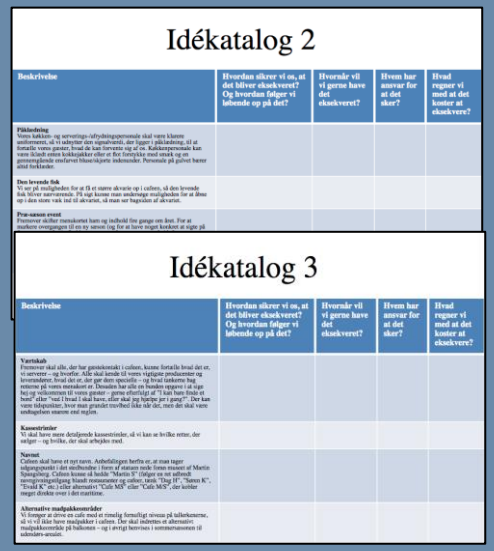
Kataloget indeholdt 18 nye tiltag, og med plads til at notere ved hvert tiltag:

- Hvordan sikrer vi os, at det bliver eksekveret? Og hvordan følger vi løbende op på det?
- Hvornår vil vi gerne have det eksekveret?
- Hvem har ansvar for at det sker?
- Hvad regner vi med at det koster at eksekvere?

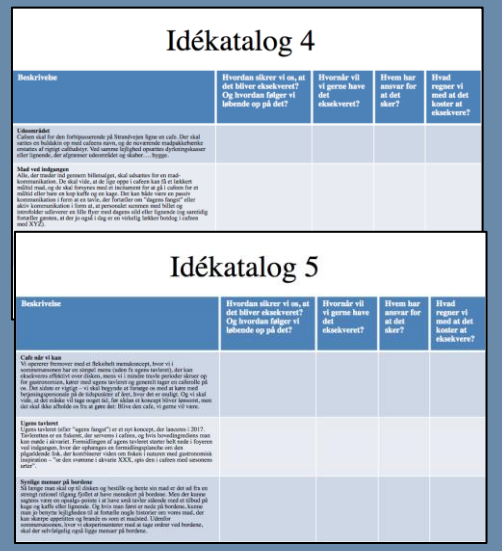


Idékatalog 1

Beskrivelse	Hvordan sikrer vi os, at det bliver eksekveret? Og hvordan følger vi løbende op på det?	Hvornår vil vi gerne have det eksekveret?	Hvem har ansvar for at det sker?	Hvad regner vi med at det koster at eksekvere?
Quick-fixes: Mere mad og madformidling i rummet Området til højre når man kommer op ad trappen skal gentænkes – på den korte bane. De nuværende fotos af maden erstattes af større formidlende bannere/skilte med billeder og beskrivelser af udvalgte af vores lokale leverandører og producenter. Der sættes plads af til på hylder at stille store syltekrukker frem med hjemmelavede syltevarer og andre selvplukkede, konserverede urter, svampe med mere. Kioskvarer fjernes. Isfryseren skjules. De røde Frisko-skraldespande kasseres. Kølebrøndene ned langs disken dækkes til, så vi får en plan overflade, der kan bruges til at have mad stående. Hvis vi kan stille køleenheder med glas ud mod publikum, vil vi gerne have friske grøntsager og lignende på display – displays kan evt. lånes eller lejes. Charcuteri, tørvarer og lignende kommer ud i rummet, så gæsten tænker og oplever mad. Krydderurter kan evt. vises i BioArks selvvandende anlæg.				
Ny rumlighed Ud over de beskrevne quick-fixes skal vi sikre os et koncept og en helhedsplan for cafeen – og indrette os derefter. Det kræver, at vi entrerer med en indretningsarkitekt, der kan matche de eksisterende rammer med vores ønsker for fremtiden (og praktiske begrænsninger som økonomi). Vi skal ikke gå i gang med at lappe yderligere på den eksisterende rumlighed, men i stedet udstikke en kurs i form af et samlet program - og følge den.				
Tavlen Vi skal have en tavle til stede i rummet i de sæsoner, hvor vi kører med tavleretter (dagens fangst) – tavlen er nemlig en ret stærk formidler af, at her serverer vi rigtig mad. Der må være nogen i huset, der har en acceptabel tavleskrift, og som kan skrive med kridt eller kridtpen på tavlen ud fra et manuskript fra køkkenet eller den interne kommunikationsafdeling.				



Idékatalog 2



Idékatalog 4

Idékatalog 3

Idékatalog 5

KYSTENS SPISESTEDER FÅR ET KÆRLIGT PUF

Dansk gastronomi ligger i top, men på en række af de spisesteder, der har flest turister, er der plads til forbedring, viser en analyse. Det positive er, at den kan opnås med få ændringer og uden større budget. Det siger det 'rejsehold', der blandt andet har besøgt Hotel Fjordgården i Ringkøbing som led i projektet **'Bedre spiseoplevelser langs de danske kyster'.**

TEKST: SANDRA MEERSOHN MEINECKE / FOTO: MARTIN SAM KRISTENSEN

Rasmus Grønbech (nr. to fra højre) og køkkenchef Nicklas Nielsen ved siden af arbejder på forretten til Hotel Fjordgårdens gæster.

Der er skruet op for gassen, og alt syder og bobler. Michelin-kok Rasmus Grønbech smager på saucen, mens køkkenchef Nicklas Nielsen sirligt anretter de lokalt dyrkede rabarber, som netop har været bagt i ovnen i en lage af lakridsrod. Rabarberne skal bruges til en dessert, som de to kokke sammen har udviklet.

I to dage har køkkenchefen på Hotel Fjordgården i Ringkøbing haft besøg af Rasmus Grønbech i sit køkken for at få sparring og rådgivning, så det delikate menukort kan blive endnu bedre.

»Det var lidt uvant til at starte med,« fortæller Nicklas Nielsen. »Men de nye øjne på maden betyder, at man selv begynder at betragte nogle ting anderledes, og man får også en anden viden.«

Rasmus Grønbechs visit i Hotel Fjordgårdens køkken fandt sted som en del af pilotprojektet 'Bedre spiseoplevelser langs de danske kyster'.

FLERE FRISKE RÅVARER

Danmark er kendt for gastronomi i verdensklasse, men en analyse har vist, at der på mange af de spisesteder, som tager imod de fleste udenlandske turister – nemlig langs de danske kyster – stadig er et stykke vej fra kulinarisk snilde til White Guide-anmeldelser og Michelinstjerner.

Og det er en skam, mener Food Organisation of Denmark (FOOD), der med støtte fra HORESTA står bag projektet.

Formålet er at rådgive restauranterne, så de selv kan løfte kvaliteten. I første omgang rejste den gastronomiske minitaskforce i foråret til den jyske vestkyst med gode råd og kærlige puf. Syv restauranter har haft Rasmus Grønbech med i køkkenet. Og i dette efterår får yderligere seks spisesteder besøg.

»Hjælpen skal ses som et kvalificeret blik udefra. Vi giver enkelte råd og tips til køkkenet, mere skal der faktisk ikke til,« siger Pelle Øby Andersen, managing director i FOOD, og tilføjer, at de er gået efter steder, hvor 'der er noget at bygge videre på'. Med andre ord har de udvalgt spisesteder, som allerede var godt på vej med den gode kvalitet.

Han siger, at de på Fjordgården har fat i det helt rigtige og derfor med små skub kan komme tættere på deres drøm om at komme i White Guide.

> **DET ER KUNSTIGT BILLIGT. FORBRUGEREN HAR ALT FOR MEGET MAGT OVER, HVORDAN PRISEN BLIVER SAT.**
>
> Rasmus Grønbech, Michelin-kok

FEM GODE RÅD

FRA REJSEHOLDETS MICHELIN-KOK RASMUS GRØNBECH:

- Pris og kvalitet skal gå hånd i hånd – så hæv prisen, hvis råvarerne kræver det.
- Køb dine råvarer lokalt, og gå efter sæsonens grøntsager.
- Vær tro mod dine gæster – men vov lidt mere.
- Skab et menukort med få retter frem for mange – det skaber større sammenhæng.
- Et stjerneskud kan gå fra kedeligt til virkeligt lækkert, hvis du panerer fisken selv og rører din egen mayonnaise. Det samme gælder remouladen til fiskefrikadellen.

Gæsterne på Hotel Fjordgården er vilde med den ny rabarberdessert, som er et produkt af samarbejdet med Rasmus Grønbech.

De små skub kan være, at kystrestauranterne køber deres fisk lokalt og i tilberedningen husker at skrue ned for frituren og op for de friske råvarer. Et andet generelt råd fra rejseholdet er altid at panere eller marinere fisken selv, så smagen bliver en unik og mere personlig oplevelse.

»Der er intet 'Med kniven for struben' eller Gordon Ramsey over projektet. Vi kommer udelukkende med en faglig viden, som vi ønsker at drysse ud over de her steder, så de kan få mest muligt ud af deres forretning«, forklarer Pelle Øby Andersen.

LAVE KARAKTERER

Turisterne i Danmark er villige til at betale for kvalitet, viste den forudgående analyse, men tilfredsheden med restauranterne og spisestederne langs kysten scorede ikke mange point.

»Derfor tyder alt på, at der er et uudnyttet potentiale både med hensyn til økonomien og når det gælder tilfredse gæster,« siger Pelle Øby Andersen.

Tilbage i køkkenet på Hotel Fjordgården har køkkenchef Nicklas Nielsen nu i lidt over en måned arbejdet med den menu, som han i samarbejde med Rasmus Grønbech fik sat sammen.

»Vi går nu mere målrettet efter sæsonvarer«, fortæller Nicklas Nielsen og forklarer, at han netop har sammensat et nyt menukort for resten af sommeren, hvor han har benyttet sig af de tips, han

WWW.THEFOODPROJECT.DK

3. Konkrete indsatser

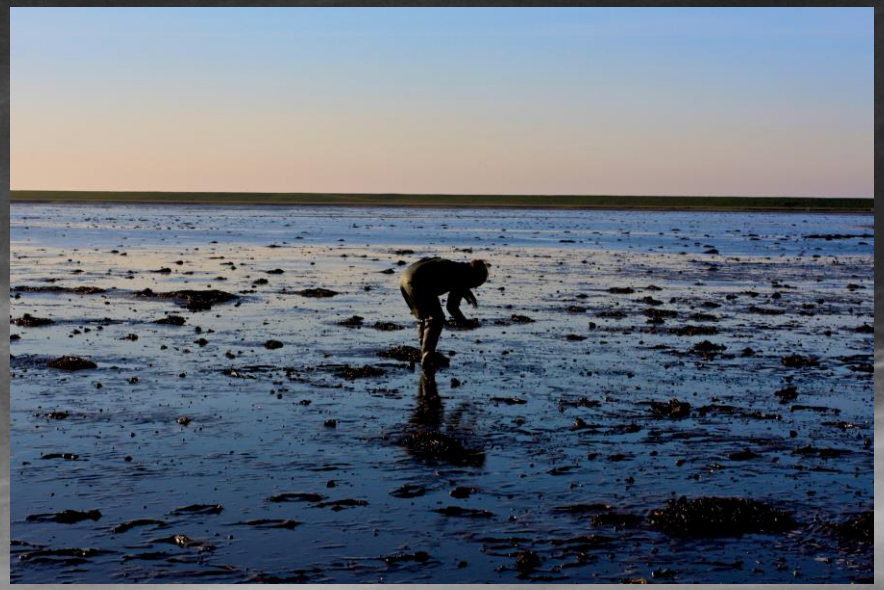
- Madevents som platform

Eksempel på promovering: Djursland

Sammenhold: Bornholm

3. Konkrete indsatser

- Mad som turismeprodukt



WWW.THEFOODPROJECT.DK

LOCAL COOKING

WWW.THEFOODPROJECT.DK

Gram Slot – en turistdestination, der laver mad

TAK FOR OPMÆRKSOMHEDEN!

Kontakt:
Pelle Øby Andersen
pelle@thefoodproject.dk