

Forord

Grønt Center, Østdansk Turisme samt CEUS har ved et samarbejdsprojekt "Østersø-Ret" dannet grobund for at skabe fokus og synlighed om lokal produktion og brug af lokale/regionale råvarer i regionens restauranter.

Med denne rapport har vi forsøgt, at give vores erfaringer, oplevelser samt resultater videre i en form således, at de værktøjer vi har brugt ligger til rådighed.

Rapporten består af:

- Evalueringsrapport
- Cd med drejebog for afholdelse af Østersø-Ret (symboliseret i rapporten ved ☺)
- Samt folderen Østersø-Ret 2004

Vi vil gerne takke alle de restauranter og producenter der deltog i Østersø-Ret projektet og håber at alle i fællesskab fremover vil arbejde videre med konceptet.

En stor tak til:

Restaurant:

Skovridergaarden
Hotel Kragenæs Kro
Lalandia
Park Inn Maribo Søpark
Hotel Falster
Restaurant Køllegården
Hotel Præstekilde
Restaurant Kaj Kok
First Hotel Mogenstrup Kro
Hotel Vinhuset
Menstrup Resort Hotel

Producent:

Rådhus Grønt ved Karin Fink
Tofts Røgeri
Dalbakkegaard
Ditlevsens Fiskehus
Fejø Strudsefarm
Sørup Gartneri
Bjarne Frost Vildt
Vagn P. Fisk
Jytte og Karsten Lolle
Fiskernes Fælles salg
Møn kartofler
Peter White
Hesnæs Fisk
Sommergården
Hoby Kartoffelcentral, Skovlygaard

Tillige vil vi gerne takke styregruppen: RBF ved Hans Bækkel, HORESTA ved direktør for Park Inn Maribo Søpark Allan Hansen, CEUS ved Bodil Jørgensen, Fåreproducent Annie Skaaning samt Hoteldirektør Søren Pihl.

Det er vores håb, at rapporten vil blive brugt til inspiration og grobund for det arbejde der skal gøres for Østersø-Ret skal bestå fremover.

Grønt Center
Projektleder Lis Andresen



Østdansk Turisme
Søren Sørensen



CEUS
Conny Hovmand



Indholdsfortegnelse

Evalueringsrapport for Projekt Østersø-Ret	3
Resumé	3
Baggrund for projektet	3
Projektets Formål	5
Projektets faser	5
Opstart og analyse	5
Konceptudvikling og forpligtigende samarbejde	5
Følgende restauranter deltog i konkurrencen 17. maj 2005	6
Konkurrencedagen den 17. maj 2004	8
Resultater ved gennemførelse af Østersø-Ret konceptet	10
Antal deltagende restauranter i konkurrencen.	10
Markedsføring	10
Folderen – distribution	10
Presse	11
Annoncering	12
Konklusion på pressedækning	12
Antal solgte ”Østersø-retter” i de deltagende restauranter	13
Antal deltagende primærproducenter/restauranter der har indgået en aftale om levering af produkter til restauranterne	14
Oprettelse af en Østersø-ret komite.	15
Udsagn fra evalueringsskemaerne.	16
Samarbejde Tyskerne	18
Konklusion	18
Perspektivering	19

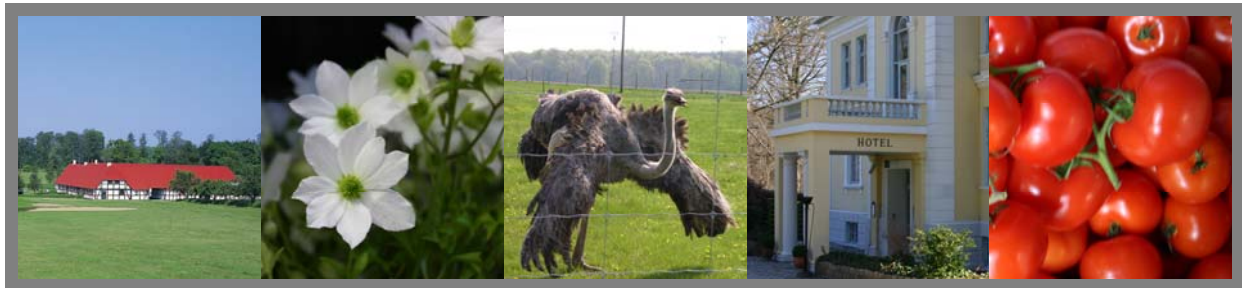
Evalueringsrapport for Projekt Østersø-Ret

Resumé

Østersø-Ret projektet har været et pilotprojekt, hvor vi har fået afprøvet nogle teorier og idéer der kan være med til at fremme en bæredygtig udvikling i landdistrikterne, ved at sætte fokus på lokal produktion og konsumering af disse produkter regionalt. Vi, er lig med de 3 organisationer der har samarbejdet intensivt under den proces som projektet har været, nemlig Grønt Center, Center for Erhverv og Uddannelse Storstrøm og Østdansk Turisme.

I vores tidligere projektsamarbejder, har vi løbende diskuteret netop idéer og tanker der til sidst ledte til Østersø-Ret projektet.

Den vigtigste konklusion på hele projektet er, at det ikke er muligt at skabe en succes på kun et år, som projektet har været. Et projekt der skal skabe innovativt samarbejde mellem erhverv der ikke er kendt for at være de mest omstillingsparate, skal i fremtiden have en mere realistisk tidshorisont. Vi må erkende, at det er bestemt er det lange seje og vedholdende træk der skal til for skabe den succes der er brug for. Først derefter er der en reel chance for at det bliver interessant nok, til at en bredere skare af virksomheder deltager.



En af de ting der er blevet meget synlige i forbindelse med evalueringen af Østersø-Ret projektet 2004, er manglen på kompetence inden for markedsføring af nye specielle regionale produkter, der relaterer sig til andet end overnatningsvirksomheder. Kun hvis alle involverede aktører er bevidste om metoder til at markedsføre disse nye produkter over for kunderne, kan et ægte mersalg og en blivende succes skabes.

I løbet af processen er vi blevet en del klogere på hvad der er brug for, hvis vi i regionen skal fastholde en fødevarerproduktion af høj kvalitet, der kan være med til skabe arbejdspladser både hos primærproducenterne og i de erhverv, der kan bruge produkterne i videre produktion/forarbejdning eller til videresalg. Kun hvis vi er gode til at skabe synergi mellem produktion og afsætning af lokale produkter, samt skabe de rammer for netværksdannelse der er så vigtige for samarbejde på tværs af erhvervene, kan vi komme tættere på at skabe en bæredygtig udvikling i landdistrikterne. Det handler i høj grad om samarbejde, synlighed og vedholdende fokus blandt aktører i regionen, der kan lede til efterspørgsel og holdnings- og adfærdændringer hos lokalbefolkningen og besøgende (turister), men så sandelig også internt blandt aktørerne.

Baggrund for projektet:

En artikel i Næstved Tidende fra den 10. november 2001 omtaler i sidste nye udgave af "Den Danske Spiseguide": Det er rystende at læse, at der kun er 7 restauranter fra Storstrøms Amt, der er fundet værdige til optagelse i guiden. Der er f.eks. ingen restauranter fra Lolland, Falster og Møn repræsenteret, og det påstås, at der er langt mellem de kulinariske åndehuller i området. Redaktøren

Bent Christensen udtaler at, ”forklaringen simpelthen er at niveauet på Sydsjælland, Møn og Lolland-Falster er frygteligt lavt. Vi er jo nærmest nede på overlevelsesgrænsen.”

Dette er kredsen bag dette projekt absolut ikke enige med Bent Christensen i, da der ligger mange spændende og udmærkede kulinariske oplevelser og venter på gæsterne. Det der måske mangler er en synliggørelse af de tilbud, der eksisterer i regionen, ikke kun over for lokalbefolkningen men i høj grad over for danske og udenlandske turister. ”Østersø-Ret” projektet repræsenterer en ide, der kan fremme, synliggøre og styrke den regionale madkultur i Storstrøms Amt.

Det er et ønske fra de organisationer, der står bag idéen at styrke den lokale fødevarerproduktion, ved at sætte fokus på mulighederne for at bruge lokale råvarer i regionens restauranter. Det er specielt vigtigt overfor turisterne at vi hjælper med til at gøre de lokale tilbud tilgængelige og synlige til gavn for alle aktører på området.

Samtidig er en styrkelse af den lokale produktion og afsætning af råvarerne lokalt eller regionalt i fuld overensstemmelse med principperne for en bæredygtig udvikling.

Projektet støtter samtidig op om ”Forslag til Regionplan for Storstrøms Amt 2001-2013”, hvor et af indsatsområderne er: ”fremme af turistformer, der bringer turisten ud i alle kroge af amtet og samtidig har en positiv afsmittning på livet i landområderne”

Inspirationen til ”Østersø-Ret” kommer fra Tyskland hvor der var 20 års jubilæum på en regional gastronomisk konkurrence i 2003. Konkurrencen hedder Ostsee-Gerichte (tidl. 6-Thaler Gericht) og foregår omkring Østersøen i Schleswig-Holstein. Hver år indkaldes restauranter i området til at udvikle en speciel ret, de kan indgå i konkurrencen med. Der er en række kriterier, der skal opfyldes mht. lokal produktion af råvarerne og økonomi.

De deltagende restauranter forpligtiger sig til at have retten på menukortet i hele turistsæsonen for 11€ Herved har turisterne mulighed for at bevæge sig rundt i regionen og spise et godt lokalt baseret måltid mad til en fast pris.

Konkurrencen afvikles hvert forår, hvor de deltagende restauranter præsenterer deres ret for et indbudt publikum. Retterne bliver bedømt af fagfolk og alle deltagende restauranter får et diplom til at hænge i restauranten i enten guld eller sølv, og der bliver kåret en første, anden og tredje plads. I Schleswig-Holstein får konkurrencen stor mediebevågenhed og en masse turister besøger hvert år de restauranter der har en Ostsee-Gericht på menukortet.

Hele dette koncept kan vi se et potentiale i at overføre til vores region. Selvfølgelig skal det gøres dansk og der skal udarbejdes kriterier, der kan bruges i Storstrøms Amt.



Projektets Formål:

- At skabe en årlig tilbagevendende begivenhed, som sætter fokus på regionens restauranter og deres brug af lokalt producerede råvarer.
- At stimulere restauranterne til løbende produktudvikling, der kan medvirke til højere kvalitet og højnelse af det gastronomiske niveau.
- At inspirere elever og lærere på CEUS's gastronomiske grundforløb
- At fremme kvaliteten og afsætningen af lokalt producerede fødevarer

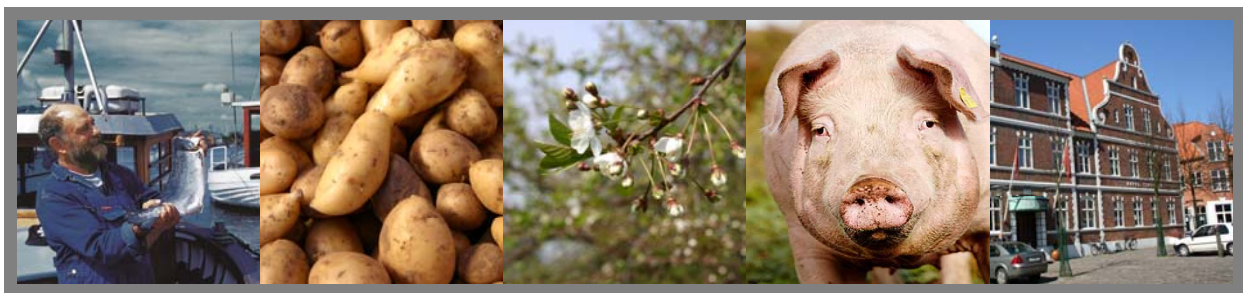
Projektets faser

Opstart og analyse

Der blev etableret en følgegruppe bestående af HORESTA, RBF, CEUS, Østdansk Turisme Mogenstrup kro, Restaurant det gule pakhuis, Artiskokken, lammeproducent Annie Skaaning samt Grønt Center. Der er indtil dags dato været afholdt 4 følgegruppemøder, 2 stormøder og udsendt 4 nyhedsbreve til interesserede såsom restauranter samt producenter i regionen.

Der er blevet udarbejdet en database over producenter i regionen. Databasen indeholder 300 producenter indenfor frugt og grønt, økologiske varer, fisk, får, geder, kaniner, kvæg, lam, svin/vildsvin, strudse, røgeri, slagtevarer, bageri, æg, slik og chokolade, vin, honning, mejeriprodukter, bryggeri, catering og læskedrikke. Alle 300 producenter har været inviteret til informationsmøde. Databasen er efterfølgende blevet sendt til interesserede restauranter. Ved afslutningen af projektet er databasen blevet reduceret til en liste på ca. 60 producenter med et bredt sortiment af regionale produkter.

I foråret 2003, blev der afholdt en studietur til Ostsee Gericht 2003. Deltagerne var Østdansk Turisme, CEUS, Mogenstrup kro, Maribo Søpark samt HORESTA. Studieturen gav en god inspiration for hvordan konkurrencen kan løbe af stabelen, samt gav et godt netværk til en evt. konkurrence mellem Danmark og Tyskland. Ved Ostsee-Gerichte 2004 konkurrencen i april måned, deltog Hotel Maribo Søpark som gæsterestaurant. Arbejdsgruppen deltog for at udbygge relationerne til et muligt kommende samarbejde, men samtidig for at få en sidste inspiration til konkurrencen i Storstrøms Amt.



Konceptudvikling og forpligtigende samarbejde

Kriterierne for Østersø-Ret blev udarbejdet i samarbejde mellem følgegruppe og arbejdsgruppe samt de informationer, der er blevet indhentet i forbindelse med møder mellem producenter og restauranter, se ☺. Kriterierne er også sammensat efter, at de skal kunne anvendes i en evt. senere konkurrence mellem Danmark og Tyskland.

Samtlige producenter i databasen har været inviteret til informationsmøde på Grønt Center 26. juni.





Af 300 inviterede viste ca. 70 interesse enten ved at møde op eller ved kontakt. Producenterne blev inviteret skriftlig samtidig med at der blev udsendt pressemeddelelse til amtets nyhedskilder se ☺. Den 10. september blev samtlige restauranter og spisesteder i regionen inviteret til et lignende møde på Grønt Center. Efterfølgende var der møde mellem restauranter og producenter den 1. oktober, desværre var der få tilmeldinger, hvorefter man valgte at sende producentlisten til samtlige restauranter og restaurantlisten til producenterne.










Samtlige restauranter i regionen fik den første november tilsendt ”vejledning for deltagelse i konkurrencen” med deadline 1. december for indlevering af opskrift, se ☺. Ved samme lejlighed blev programmet for selve konkurrencen udsendt og der blev gjort opmærksom på konkurrencen i flere medier blandt andet artikler i fagbladet VISITOR samt erhvervsbladet CROSSWATER.

Vi modtog 15 opskrifter, hvor 2 restauranter siden hen trak deres deltagelse tilbage pga. sygdom og andre praktiske problemer. De resterende 13 restauranternes retter, inkl. CEUS og de Tyske gæster; blev der arbejdet videre med frem til konkurrencen.

På selve konkurrencedagen blev Fødevarerministeren, Amtsborgmesteren samt Formanden for Danmarks Turistråd inviteret, alle gav tilsagn om at de ville deltage.

Følgende restauranter deltog i konkurrencen 17. maj 2005

Restaurant	Ret	Det smukke resultat
Skovridergården	Variation af lam	
Hotel Kragenæs Kro	Struds Timula	
Lalandia	Lammefilet i svøb med svesker	
Park Inn Maribo Søpark	Ørredroulade med noritang og spinat	

Restaurant	Ret	Det smukke resultat
Hotel Falster	Falster mørbrad	
Restaurant Køllegården	Sesambagt laks med kørvelvelouté	
Hotel Præstekilde	Dronningestolen	
Restaurant Kaj Kok	Havets juvel	
First Mogenstrup Kro	Multe i parmarør	
Hotel Vinhuset	Østersø-lasagne	
Menstrup Resort Hotel	Pandestegt skrubbe	
Ceus elevhold	Nat og dag drøm	
Buchenhof	Sprængt svinefilet	

Fra projektets start var det tanken, at der skulle laves en Østersø-Ret pakke, med overnatning og retten i fælles pakkeløsning. Efter en diskussion af denne opgave med følgegruppen og virksomheder der har erfaring med dette, blev det vedtaget, at vi ikke skulle arbejde videre med dette pakkeprodukt. De vigtigste begrundelser for beslutningen var, at det er alt for besværligt at lave et sådan produkt, med mange virksomheder involveret.

Arbejdet med at gennemføre det i praksis vil aldrig kunne stå mål med den formodede efterfølgende indtægt. En anden vigtig grund er lovgivningen. Et sådan pakkeprodukt, med flere virksomheder involveret er på vippen til om hvorvidt man skal være medlem af Rejsegarantifonden for at udbyde produktet. Pt. koster det 250 tkr. for et sådan medlemskab, og det er urealistisk for nogen af de deltagende virksomheder. I stedet for blev det besluttet at bruge mere energi og økonomi i projektet, på at lave markedsføringsmaterialet endnu mere indbydende for kunderne.



Konkurrencedagen den 17. maj 2004

Restauranterne havde mulighed for at komme på CEUS fra kl. 12.00. Fra dette tidspunkt kunne de anrette deres skueret samt gøre klar til dommerbedømmelsen. Nogle restauranter havde valgt at lave skueret ret samt flere forberedelser hjemmefra, hvor andre havde valgt at producere det hele på CEUS. Alle restauranter skulle møde op med 2 mand og fik derudover stillet en elev fra CEUS til disposition. Eleven skulle hjælpe restauranterne på plads i køkkenerne samt sørge for at skueretten og de 3 tallerkener blev afleveret til dommerne til tiden.

Præcis kl. 14.00 blev alle skueretter afleveret til dommerpanelet. Dommerpanelet var sammensat ved 2 kokke uden for regionen, en repræsentant fra turismen, en kulturperson, en producent samt en turist.

Dommerpanel Østersø-Ret 2004	
Interessefelt	Navn
Kok	Tonny Jensen
Kok	Charlotte Fausing Kieler
Danmarks Turistråd	Geir Aasgaard Hansen
Kultur	Flemming Krøll
Bornholms fødevareambassadør	Georg Julin
Gjorslev gods	Marianne Tesdorpf

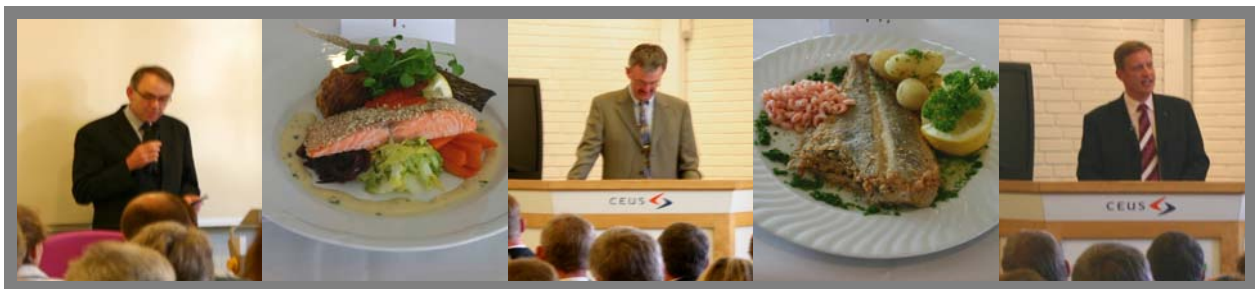
Den første ret kom ind til bedømmelse kl. 14.40. Der var afsat 10 minutter til at dommerne kunne vurdere den enkelte ret og give den karakter. Tiden passede meget fint. Alle retter var bedømt kl. ca. 17.30 og i den mellemliggende tid havde restauranterne tid til at klargøre deres smagsprøver til den efterfølgende middag.

Ved 18. tiden ankom gæster samt talere. Der var inviteret 200 gæster som rakte over restauratører, producenter, udvalgsmedlemmer i Amtet, Borgmestre fra Amtets kommuner med flere.

Konkurrencen blev officielt åbnet af Henrik Vestergaard, MF, Folketingets Udvalg for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri. Hvorefter Viceformand Henrik Høegh, Dansk Landbrug tog over og talte om Østersø-Ret som et regionalt initiativ til fremme af afsætning af lokalt producerede fødevarer. Inden smagsprøvningen gik løs var der praktiske informationer ved Direktør Glen Polano, Østdansk Turisme.

Efter en vellykket smagsprøvning og efterfølgende kaffe med underholdning ved Nykøbing Falsters Musikskoles MGK talte Georg Julin om dagens indtryk, hvorefter Amsrådsmedlem Henning Kamper samt Georg Julin uddelte diplomer til samtlige deltagende restauranter. Kl. ca. 22.00 bliver året vinder af Østersø-Ret 2004 kåret. Året tredjeplads gik til Mogenstrup Kro, andenpladsen til Restaurant Køllegaarden mens sejren gik til Hotel Skovridergaarden.

Dagen var en stor succes ikke mindst fordi at eleverne fra CEUS havde gjort et meget stort praktisk arbejde ved borddækning, servering, m.m. Endvidere kom der mange positive tilbagemeldinger fra gæsterne på konkurrencedagen.



Her er et par udsagn fra dagen:

”Østersø-Ret konkurrencen udstrålede et markant engagement hos alle de deltagende, og den store deltagelse i eventen, hvor udpegning og prøvesmagning fandt sted, viste også klart en opbakning fra centrale aktører i regionen. Med fokus på innovation og samspil mellem forskellige erhverv har vi her fat i et indsatsfelt, som rummer spændende perspektiver for vores region. Østersø-Ret er et fornemt koncept til fremme af bæredygtig udvikling og regional identitet.”

Bjarne Rasmussen, Lokal Agenda 21-koordinator for Storstrøms Amt

”Som jury medlem repræsenterende Danmarks Turistråd oplevede jeg dagen og projektet således – i stikord:

- Stor respekt for projektets idé, forberedelse, planlægning og gennemførelse. Selve arrangementet den 17. maj blev gennemført yderst professionelt.
- Højt gastronomisk niveau
- Stærkt produktudviklings koncept med forankring i det lokale og regionale.
- Et produkt med store afsætningsmuligheder på de udenlandske nærmarkeder, hvis ressourcer er til rådighed.
- Flere udenlandske touroperators vil være interesserede i et gastronomisk oplevelsesprodukt baseret på autencitet og regionalt tilsnit. Der er desuden god presse i produktet.”

Geir Aasgaard Hansen, Afdelingschef Danmarks Turistråd.

Resultater ved gennemførelse af Østersø-Ret konceptet

I dette afsnit vil vi gøre rede for resultater både for deltagelse, pr/markedsføring, salg samt vores konklusion for projekt Østersø-Ret.

Antal deltagende restauranter i konkurrencen.

Ved opstart af projektet blev der skrevet ud til over 100 restauranter i Storstrøms amt og en stor del af disse er endvidere blevet ringet op af projektledelsen. Dette resulterede i et foreløbigt tilsagn fra 28 restauranter der var interesserede i at høre mere om projektet og konkurrencen. Denne bruttoliste blev i løbet af projektperioden, af forskellige årsager, reduceret til det endelige deltagerantal på 11 restauranter.

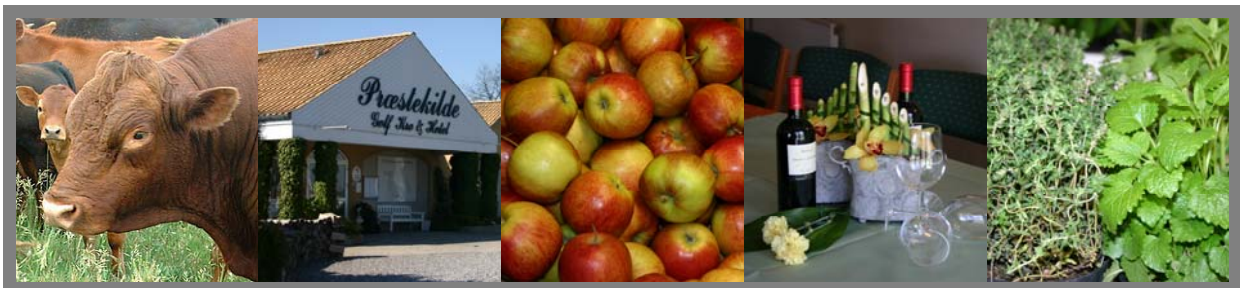
Der deltog altså slutteligt 11 restauranter i konkurrencen. Endvidere har CEUS deltaget med et elevhold og den vindende restaurant fra den tilsvarende Tyske konkurrence, Ostsee-Gericht, deltog. De deltog dog kun som gæstedeltagere, uden mulighed for at vinde konkurrencen.

Markedsføring

Markedsføringen af Østersø-Ret konceptet kan deles op i flere punkter:

Folderen – distribution

I projektet er der udarbejdet en folder der fortæller potentielle kunder om konceptet og synliggør de deltagende restauranter og primærproducenter geografisk. Der har været flere primærproducenter involveret i projektet, end dem der er opgjort i folderen. Et af kriterierne for at komme i folderen var nemlig, at der skulle være mulighed for at besøge og købe råvarer hos producenten. Folderen er vedlagt rapporten.



Folderens sprogvvalg på dansk, tysk og svensk, er bevidst valgt ud fra vores geografi og turisternes interesser. Tyskland og Sverige er, næst efter Danmark, de markeder der kommer flest besøgende fra til regionen. Endvidere har en markedsundersøgelse i Sverige vist, at svenskerne sætter restaurantbesøg som den vigtigste aktivitet på deres ferie. Der er altså stor interesse for gastronomi blandt vores svenske gæster.

Der er blevet distribueret 5000 foldere via Marielyst turistinformation i løbet af sommeren 2004. Folderne er blevet lagt i velkomstmapperne til feriehuse gæsterne i højsæsonen.

Folderen er også blevet distribueret via www.oplevelsdanmark.nu der er den regionale turismeportal. Folderen har ligget under brochure distribution og der er i løbet af sommermånederne blevet bestilt og udsendt 420 foldere via hjemmesiden.

I nedenstående er listet, hvor folderen har været distribueret via. I vedlagte ☺ findes tillige adresse på nedenstående.

Vordingborg Erhvervs- og Turistkontor, Faksekystens Turistinformation, FARØ Velskomstcenter, Marielyst Turistinformation, Næstved-Egnens Turistbureau, Maribo Turistbureau, Gedser Turistkontor, Erhvervs- og Turistforeningen for Nørre Alslev Kommune, Nysted Turist bureau, Præstø Turistinformation, Turistforeningen for Stubbekøbing kommune, Nakskov Turist bureau, Sakskøbing Turist bureau, Møns Turistbureau, Rødbyhavn Turistbureau, Stevns Turistinformation, Nykøbing Falster Turistinformation, Haslev Erhvervs- og Turistkontor, Skælskør Turisme, HolbækRegionens Turistbureau, Kalundborg Turistbureau, Korsør Turistbureau, Midtsjællands Erhvervs- og Turistcenter, Odsherreds Turistbureau-Nykøbing, Slagelse-Hashøj-Høng Turistbureau, Sorøegnens Erhvervs- og Turistkontor.

Endvidere er folderen blevet distribueret via Svedala-, Skurup-, Ystad-, Trelleborg- og Vellinge kommuner/turistbureauer i Sverige.

Tillige er folderen blevet distribueret via samtlige producenter og restauranter i folderen samt hos Østdansk Turisme, CEUS og på Grønt Center.



Presse

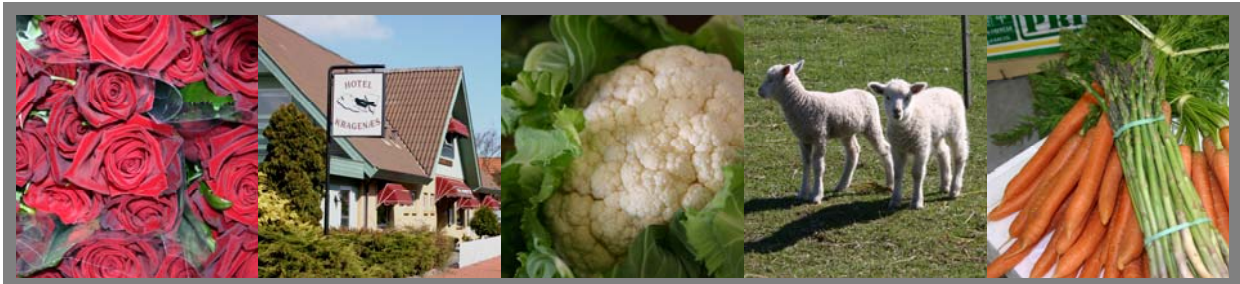
Der er løbende blevet udsendt pressemeddelelser i løbet af projektperioden. Pressemeddelelserne er blevet bragt i flere medier i løbet af projektet. Der har været omtale af konkurrencen/konceptet i regionalradioen, samt TV-Nykøbing og TV2-Øst. Nedenstående liste viser hvilke og hvornår diverse indslag i medierne er bragt. Tillige kan artiklerne ses på vedlagt ☺.

Dato	Overskrift	Medie
Juni 2003	Lokale råvarer på menukortet	Folketidende
Juni 2003	Fødevarerne skal fortælle historier	Vordingborg dagblade
November 2003	Fokus på gastronomi fra Sydsjælland og Lolland Falster	Visitor
November 2003	Konkurrence skal styrke de regionale fødevarerproducenter	Crosswater
8. marts 2004	Restaurationsmad med ca. 75 % lokale råvarer	Ekstra Posten, Nakskov
Marts 2004	Østersø-Retten med alt godt fra Storstrømmen	Dansk Landbrug
10. maj 2004	Turisterne skal spise Østersø-Ret	Ekstra Posten, Nakskov
10. maj 2004	Turisterne skal spise Østersø-Ret	LandbrugsNyt
12. maj 2004	12 restauranter i Storstrøms Amt serverer spændende retter med lokale råvarer	Sydllands Ugeavis
Maj 2004	Lokale lam med i kokkekonkurrence	Dansk Fåreavl

Dato	Overskrift	Medie
Maj 2004	Turisterne skal spise Østersø-Ret	Ugebladet for Møn
Maj 2004	Retter af Regionens egne råvarer	Folketidende
Maj 2004	Har du hørt	Næstved Tidende
Maj 2004	Nakskov bedst til Østersø-Ret	Folketidende
Maj 2004	Når råvarerne fra Østersøen kommer til deres ret	www.danskturisme.dk
Maj 2004	Østersø-Ret giver endnu bedre oplevelser for turisterne	www.turistnyt.dk
Maj 2004	Smag på regionen	Crosswater
17.-18. maj 2004	Indslag	TV2 Øst
17. maj 2004	Indslag	Regionalen
Maj 2004	Østersø-Ret	TV-Nyk
Juli 2004	Lam på førstepladsen	Dansk Fåreavl
August 2004	Falster Golf klub baner vejen for Lolland Falster	Nordfalster Avis
September 2004	Bordets lokale gæster	Folketidende

Annoncering

Budgettet i projektet til annoncering var meget begrænset. Derfor valgte vi, set i lyset af interessen fra svenskerne, at bruge annoncebudgettet på en kampagne der laves mellem Danmarks Turistråd i Sverige, Østdansk Turisme og diverse partnere. Annoncen blev bragt i 13 sydsvenske dagblade i perioden 2. til 8. august 2004. Valget blev også gjort ud fra det faktum, at vi fik distribueret folderen via 4 turistbureauer i samme sydsvenske område.



Konklusion på pressedækning

Selv om vi faktisk syntes resultatet af pressekontakten har været flot, er vi ikke helt tilfredse. Dette skyldes en specifik hændelse i projektet. På et meget tidligt tidspunkt (14. okt. 2004) fik vi accept fra Fødevarerministeren, om at hun gerne ville komme og åbne Østersø-Ret konkurrencen. Vi satte vores forhåbninger til pressedækningen af konkurrencen tilsvarende højt. Det giver altid ekstra bevågenhed fra journalister, når en minister støtter en begivenhed. Desværre meldte fødevarerministeren afbud til arrangementet i marts, hvilket resulterede i en tilsvarende begrænset interesse for at dække konkurrencen i medierne. Vi estimerer fra projektledeelse, at havde ministeren overholdt aftalen ville pressedækningen have været mindst 3 gange så stor. Et eksempel på dette er, at TV2-Øst sendte et indslag dagen efter konkurrencen om Østersø-Ret. I samme udsendelse var der et andet indslag hvor fødevarerministeren indviede et nyt institutionskøkken. Indslaget hvor ministeren deltog, havde en varighed på mindst 3 gange længden af indslaget om Østersø-Ret Konkurrencen. Den samme fordeling kan overføres til trykte medier og radio også. Altså havde vi helt sikkert fået meget mere omtale af Østersø-Ret hvis ministeren havde overholdt sin aftale og var kommet til arrangementet.

Antal solgte ”Østersø-retter” i de deltagende restauranter

Restauranterne har fra den 17. maj og frem til den 3. august 2004 noteret, hvor mange Østersø-Retter der er blevet solgt. Det totale antal solgte Østersø-Retter løber op i 1.265 stk. svarende til en omsætning på 157.875 kr. Salgstallet er dog sikkert steget siden der blev talt sammen. Der er nemlig flere af restauranterne der stadig sælger retterne.

Tallene varierer meget, hvilket kan have flere årsager såsom restaurantstørrelse samt rettens art, hvor nogle retter bestod af råvarer som ikke primært vælges af kunden. I nedenstående skema er der forsøgt at belyse, hvor meget der er blevet solgt og hvor tilfredse restauranten var med sine salgstal.

Restaurant	Hoved- ingrediens	Antal solgte kuverter	Tilfreds med salget	Kommentarer
Skovridergaarden	Lam	150	Ja	En langsom opstart, men for vores elever er det en god oplevelse og dermed løfter det hele miljøet.
Hotel Kragenæs Kro	Struds	0	Nej	En vigtig årsag til intet salg er at a la carten var lukket og at kunden var henvist til anden restaurant
Lalandia	Lam	75	Rimelig	Der var her valgt en råvare som normalt ikke sælger flere kuv.
Park Inn Maribo Søpark	Ørred	271 (25 solgt i efteråret)	Ja	Havde en opstart med næsten intet salg. Valgte at anvende flyers på bordene, hvilket satte gang i salget
Hotel Falster	Svinemørbrad	260	Ja	Prisen er i underkanten og derfor gøres der ikke nok for at få den solgt. Konceptet godt nok.
Rest. Køllegården	Laks	60	Nej	Forventet større salg
Hotel Præstekilde	Torsk	110 (60 solgt i efteråret)	Rimelig	Har ikke gjort nok. Ideen skal sælges i køkkenet og der skal opnå lidt prestige ved at vinde
Rest. Kaj Kok	Torsk	75	Ja	Stor interesse, men nok større salg ved valg af ret med kød
Menstrup Kro	Skrubbe	42	Ikke helt	Havde ventet en større succes med konceptet, men man kan ikke forvente succes med sådan et tiltag allerede i år et. Kræver længere tids fokus.
First Mogenstrup Kro	Multe	65 (solgt i efteråret)	Nej	Haft travl og turbulent sommerperiode og fik aldrig gang i salget/reklamen
Hotel Vinhuset	Laks/kalv	70	Nej	Ser det som et stort arbejde i forhold til omsætning

Antal deltagende primærproducenter/restauranter der har indgået en aftale om levering af produkter til restauranterne

Restauranterne valgte ud fra tidligere nævnte leverandørliste, hvilke producenter, der var relevante for deres retter. Alle producenter, der blev markedsført i folderen, var alle producenter med butik eller hjemmesalg, som også var interesseret i besøg af turister/slutbruger.

Enkelte restauranter fik råvaren fra producenter der ikke havde detailsalg, men fik enten råvarerne direkte fra producenten eller via grossistled.

Disse producenter kunne der desværre ikke sættes fokus på i markedsføringsmaterialet, da der var lagt op til at turisten/slutbrugeren skulle kunne besøge producenterne.



Listen med de 300 producenter er i dag reduceret til en liste med 60 producenter, hvor der i forbindelse med projekt Kulinarisk Netværk (Måltidets Udhus) arbejdes på at lave en fælles markedsføring med henblik på øget salg samt markedsføring af regionens gode produkter.

Nedenfor er listet hvilke producenter der har været med til at levere nogle af råvarerne til restauranternes Østersø-Retter 2004.

Producent	Produkt	Leverance til	Distributør
Frederiksværk Åle import	Skalø Ørred	Park Inn Maribo Søpark	Frederiksværk Åle import
Peter White	Honning	Park Inn Maribo Søpark	Peter White
Fællesudsalget Klintholm Havn	Torsk	Restaurant Kaj Kok	Fællesudsalget Klintholm Havn
Møn Kartoffler	Kartofler	Restaurant Kaj Kok	Møn Kartoffler
Vagn P fisk	Torsk, multe, laks	Hotel Præstekilde, First Mogenstrup Kro Hotel Vinhuset	Vagn P Fisk
Karsten Lolle	Rødbeder, Æbler	Hotel Præstekilde	Leif Jacobsens Eftf
Trane	Kartofler	Hotel Præstekilde	Leif Jacobsens Eftf
Bjarne Frost Vildt	Lam	Lalandia Skovridergaarden	BC-Catering
Leif Jacobsens Eftf.	Grønsager	Skovridergaarden	Leif Jacobsens Eftf
Fejø Strudsefarm	Struds	Hotel Kragenæs Kro	Fejø Strudsefarm
Knuthenborg	Grønsager	Hotel Kragenæs Kro	

Producent	Produkt	Leverance til	Distributør
Sørup gartneri	Grønsager	Hotel Kragenæs Kro	
Maribo Bryghus	Øl	Hotel Kragenæs Kro	
Tofts Røgeri	Parmaskinke, svinemørbrad	First Hotel Mogenstrup Kro Hotel Falster	BC-Catering
Ditlevsens Fisk	Skrubber, fjordrejer	Menstrup Resort Hotel	
Menstrup gård	Kartofler	Menstrup Resort Hotel	
Lolland Falsters Kartoffelcentral	Kartofler	Hotel Falster Restaurant Køllegården	Gartnervejens grønt
Arne Buxbom	Savoykål	Hotel Falster Restaurant Køllegården	Gartnervejens grønt
Erik Christensen	Gulerødder	Restaurant Køllegården	Gartnervejens grønt
Dalbakkegård	Rødløg, asparges	Hotel Falster	Gartnervejens grønt
Hoby Kartoffelcentral	Kartofler	Lalandia	Hoby Kartoffelcentral
Palm Madsen	Porrer	Lalandia	Leif Jacobsens Eftf
Tom Ellerød Hansen	Kalvekød	Hotel Vinhuset	BC-Catering
Tvedemose Champignon	Svampe	CEUS	Leif Jacobsens Eftf
Hesnæs Fisk	Laks	Restaurant Køllegården	
Annes Fisk	Hornfisk, Fjordrejer	CEUS	

Oprettelse af en Østersø-ret komite.

Der er nedsat en komite til at videreføre konceptet. Komiteen består af en primærproducent, en restauratør, CEUS, RBF, HORESTA, Østdansk Turisme og Grønt Center.

I forbindelse med evalueringen af projektet er deltagerne blevet spurgt om de ønskede at deltage i konkurrencen igen i år 2005. Styregruppen har besluttet at svarene fra evalueringsskemaerne sammen med en rundspørge blandt andre potentielle deltagende restauranter skal danne baggrund for komiteens endelige beslutning om videreførelse af konceptet. Det er essentielt for en videreførelse af konkurrencen/konceptet, at der er opbakning og engagement fra en gruppe af restauranter. Hvis ikke der er engagement fra restauranterne bliver hele videreførelsen en lang vej op af bakke, som der ikke findes ressourcer til at skubbe op.



Er opbakningen til stede hos restauranterne, vil komiteen tage initiativ til at forsøge at skaffe økonomi til endnu et år med konceptet. Økonomien er lige så essentiel som engagementet i forhold til en videreførelse. Desværre er der for de fleste deltageres tilfælde ikke vilje til at støtte en videreførelse økonomisk. Denne udmelding skal selvfølgelig ses i lyset af de forholdsvis små salgstal der er indrapporteret. I forvejen har deltagerne investeret ressourcer både til udvikling af retten og til konkurrencen. Ikke kun i form af timeforbrug, men også i form af råvarer til smagsprøver på selve konkurrencedagen. Derfor ser de fleste nok ikke nogen umiddelbar økonomisk gevinst i at deltage, og er det så rimeligt at skal betales yderligere for at deltage?

På den anden side, mener vi fra projektledelsens side, at der kunne være gjort meget mere i flere af de deltagende restauranter for aktivt at markedsføre og sælge retten, og derved kunne der have været opnået et større salg.

Vi tror desværre ikke fra projektledelsens side, at det helt er gået op for alle restauranterne hvordan et materiale, som den udarbejdede folder, kan bruges overfor gæsterne. Selv om der gentagne gange er blevet fortalt om muligheden for at bruge folderen som basis for en god historie overfor gæsten, er det de færreste restauranter der aktivt har benyttet sig af dette, kan vi se af de indleverede evalueringsskemaer. Der er nok flere grunde til at det forholder sig sådan og dem kan vi kun gisne om. Alligevel vil vi dog nævne et par af de mulige grunde herunder:

- Nogle steder er tjenerne ansat på % vis provision. Det vil sige at jo større omsætning, jo mere tjener de. Det faktum kan resultere i at tjenerne er mere interesserede i sælge andre og mere pristunge retter, end den mere prisbillige Østersø-Ret.
- Mangel på information til medarbejderne om restaurantens deltagelse i Østersø-Ret projektet. Tjenerne kan som udgangspunkt ikke sælge et produkt som de ikke ved eksistere.
- Det er en meget travl branche



Hvis komiteen finder, at der er opbakning og vilje til at fortsætte, er komiteen også villig til at gå langt for at tilvejebringe de nødvendige ressourcer. Styregruppen har allerede drøftet flere forskellige muligheder for at videreføre Østersø-Ret konceptet. En videreførelse kræver dog at der bliver sat større fokus på at skabe et netværk af engagerede restauranter, fødevareproducenter samt turistinformationer som i fællesskab kan løfte deres erhverv ved hjælp af Østersø-Ret Netværket skal modtage uddannelse og rådgivning inden for markedsføring, der sætter dem i stand til at formidle deres produkt så der skabes merværdi for produktet og potentielt gensalg. For at skabe større synergi i regionen skal der skabes et informationsmateriale samt en event der ved at tage udgangspunkt i Østersø-Retterne og deres producenter fortæller historien om regionens oprindelse, natur, kultur, kvalitet og smag. De deltagende engagerede virksomheder i netværket kan efterfølgende agere som forgangsvirksomheder for andre virksomheder i regionen. Et eksempel der kan følges!

Udsagn fra evalueringsskemaerne.

Samtlige restauranter samt producenter der deltog i konkurrence og figurer i folderen har fået tilsendt et evalueringsskema til vurdering af forløbet.

Spørgsmålene i evalueringsskemaet berørte nedenstående punkter, hvor der i skemaet er forsøgt at samle relevante udsagn:

Spørgsmål	Udsagn fra Restaurant/producent
Har I været tilfredse med forløbet og konkurrencen?	<ul style="list-style-type: none"> • Sjovt, men der manglede et konkurrencemoment • Ok, forvirrende • Svært at skaffe leverandører, generelt et meget stort apparat for meget lidt • Sjovt, sat tankerne i gang omkring brugen af råvarer • Rimelig tilfreds, konkurrencen var god og spændende, gav god motivation • Der var ikke nogen konkurrencestemning, ellers flot arrangement.
Hvordan vurderer I turisternes interesse for Østersø-Ret?	<ul style="list-style-type: none"> • Ikke stor interesse • Meget begrænset, kun interesse fordi vi har henvist
Hvad har I gjort for at markedsføre Østersø-Ret?	<ul style="list-style-type: none"> • Skrevet på stor tavle, ophængt diplom, samt artikler i lokal avis • Intet • Store tekster hængende, anbefaling af retten • Aktiv skiltning, Info-tv, flyers på bordene • Intet vi har haft for travlt med andre ting • Reklameret i min gårdbutik
Hvordan er samarbejdet gået mellem restauratør og producenter?	<ul style="list-style-type: none"> • God kontakt, godt gennem BC-Catering • Dårligt, leverandørerne syntes først og fremmest interesseret i at kapre nye kunder • Perfekt • Begrænset engagement fra producenter, dog har en enkelt skilt sig ud • Ingen direkte kontakt til restauranter gået gennem grossist
Hvordan får vi en Østersø-Ret 2005 med succes?	<ul style="list-style-type: none"> • Vil gerne være med, men mere producenterne i fokus • Vi tror ikke på projektet • Bruge logoet noget mere • Mere markedsføring det tager tid at få folk til at huske • Bredere og kraftigere markedsføring, den gode historie • Finde restauratører med større interesse • Mere offentlig omtale
Hvor meget vil I være med til at betale til en fælles markedsføring af Østersø-Ret 2005	<ul style="list-style-type: none"> • Vil ikke komme med et bidrag • Det skal være gratis, vil ikke betale for at deltage • Vi er ikke interesseret • Svært at svare på, er vi få eller mange • 5-10.000 kr. afhængig af målsætningen • Ønsker ikke at deltage • Vi har ikke haft noget mersalg p.g.a. Østersø-Ret, så vil ikke være interesseret i at støtte den.

Samarbejde Tyskerne

På sigt er der absolut mulighed for at etablere et tættere samarbejde med kollegaerne fra Tyskland, der har arbejdet med denne form for konkurrence i over 20 år. De er meget interesserede i at indgå et samarbejde med os, så det er muligt at lave en transnational event, der kan medvirke til en videre konsolidering og udvikling af konceptet. De store hurdler der skal overkommes for at lave et sådan samarbejde er foruden økonomi også selve tilgangen til konceptet.

I Tyskland har de en lavere moms på fødevarer, anden lønpolitik for ansatte og ikke mindst større tradition for at hente sponsorater til sådanne events. Forskellene gør at det er svært at holde en fælles øvre grænse for indkøbspris på råvarer og at sælge retterne for den samme pris på begge sider af vandet.

Endvidere har de i Tyskland slet ikke fokus på regionale råvarer, som vi har forsøgt at sætte her i regionen. Tyskerne har altså kun fokus på et koncept der er prisbilligt, hvor vi i meget højere grad tænker på brugen af regionale råvarer og de deraf følgende positive effekter på miljø, beskæftigelse m.v. Det vil sige at der skal laves en kompromisløsning, hvis vi i fremtiden skal lave en fælles konkurrence/samarbejde med vores tyske kollegaer. For at konkurrere skal forudsætningen være ens for deltagere.



Konklusion

Den vigtigste konklusion på hele projektet er, at det ikke er muligt at skabe en succes på kun et år, som projektet har været. Et projekt der skal skabe innovativt samarbejde mellem erhverv der ikke er kendt for at være de mest omstillingsparate, skal i fremtiden have en mere realistisk tidshorisont. Vi må erkende at det er bestemt er det lange seje og vedholdende træk der skal til for skabe den succes der er brug for. Først derefter er der en reel chance for at det bliver interessant nok, til at en bredere skare af virksomheder deltager.

En af de ting der er blevet meget synlige i forbindelse med evalueringen af Østersø-Ret projektet 2004, er manglen på kompetence inden for markedsføring af nye specielle regionale produkter, der relaterer sig til andet end overnatningsvirksomheder. Kun hvis alle involverede aktører er bevidste om metoder til at markedsføre disse nye produkter over for kunderne, kan et ægte mersalg og en blivende succes skabes.

I løbet af processen er vi blevet en del klogere på hvad der er brug for, hvis vi i regionen skal fastholde en fødevarerproduktion af høj kvalitet, der kan være med til skabe arbejdspladser både hos primærproducenterne og i de erhverv der kan bruge produkterne i videre produktion/forarbejdning eller til videresalg. Kun hvis vi er gode til at skabe synergi mellem produktion og afsætning af lokale produkter, samt skabe de rammer for netværksdannelse der er så vigtige for samarbejde på

tværs af erhvervene, kan vi komme tættere på at skabe en bæredygtig udvikling i landdistrikterne. Det handler i høj grad om samarbejde, synlighed og vedholdende fokus blandt aktører i regionen, der kan lede til efterspørgsel og holdnings- og adfærdsændringer hos lokalbefolkningen og besøgende (turister), men så sandelig også internt blandt aktørerne.

Vi har spurgt nogle enkelte af gæsterne, hvordan de så selve konkurrencedagen samt hvilket perspektiv de ser i Østersø-Ret:

”Østersø-Ret konkurrencen udstrålede et markant engagement hos alle de deltagende, og den store deltagelse i event en, hvor udpegning og prøvesmagning fandt sted, viste også klart en opbakning fra centrale aktører regionen. Med fokus på innovation og samspil mellem forskellige erhverv har vi her fat i et indsatsfelt, som rummer spændende perspektiver for vores region. Østersø-Ret er et fornemt koncept til fremme af bæredygtig udvikling og regional identitet.”

Bjarne Rasmussen, Lokal Agenda 21-koordinator for Storstrøms Amt

”Som jury medlem repræsenterende Danmarks Turistråd oplevede jeg dagen og projektet således – i stikord:

- Stor respekt for projektets idé, forberedelse, planlægning og gennemførelse. Selve arrangementet den 17. maj blev gennemført yderst professionelt.
- Højt gastronomisk niveau
- Stærkt produktudviklings koncept med forankring i det lokale og regionale.
- Et produkt med store afsætningsmuligheder på de udenlandske nærmarkeder, hvis ressourcer er til rådighed.
- Flere udenlandske touroperators vil være interesserede i et gastronomisk oplevelsesprodukt baseret på autencitet og regionalt tilsnit. Der er desuden god presse i produktet.”

Geir Aasgaard Hansen, Afdelingschef Danmarks Turistråd.



Perspektivering

Nordisk Køkken symposium den 18. til 19. november 2004

Nordisk Køkken Symposium er et ambitiøst initiativ til at udvikle det nordiske køkken som et vitalt og attraktivt køkken. Et køkken, der udnytter de mangfoldige lokale muligheder og tager smag, råvarer, menneskeligt velbefindende, traditioner og nye eksperimenter alvorligt.

Over to intensive dage samles en stribe af Nordens bedste kokke, nordiske ministre og opinionsdannere inden for gastronomi, nordisk fødevarerproduktion og forskning. De præsenterer og diskuterer potentialet i et nyt Nordisk Køkken.

Initiativet blev afsluttet med en vedtagelse af et manifest for Ny Nordisk Køkken. Her hedder det

blandt andet:

”Vi nordiske kokke finder tiden moden til at skabe et Nyt Nordisk Køkken, der i kraft af sin velsmag og egenart kan måle sig med de største køkkener i verden”

Det Ny Nordiske Køkken skal:

1. Udtrykke den renhed, friskhed, enkelhed og etik, som vi gerne vil forbinde med vores region
2. Afspejle de skiftende årstider i sine måltider
3. Bygge på råvarer, som bliver særligt fremragende i vores klimaer, landskaber og vande
4. Forene kravet om velsmag med moderne viden om sundhed og velvære
5. Fremme de nordiske produkters og producenters mangfoldighed og udbrede kendskabet til kulturerne bag dem
6. Fremme dyrenes trivsel og en bæredygtig produktion i havet og i de dyrkede og vilde landskaber
7. Udvikle nye anvendelser af traditionelle nordiske fødevarer
8. Forene de bedste nordiske tilberedningsmetoder og kulinariske traditioner med impulser udefra
9. Kombinere lokal selvforsyning med regional udveksling af varer af høj kvalitet
10. Invitere forbrugere, andre madhåndværkere, landbrug, fiskeri, små og store fødevareindustrier, detail- og mellemhandlere, forskere, undervisere, politikere og myndigheder til et samarbejde om dette fælles projekt, der skal blive til gavn og glæde for alle i Norden.

I manifestet er det specielt pkt. 3,5,9 der er spændende i forbindelse med Østersø-Ret konceptet. Østersø-Ret er netop bygget på råvarer der er særligt fremragende i vores region, fremme af produkters/producenters mangfoldighed og kulturen bag samt at kombinere lokal selvforsyning med regional udveksling af varer af høj kvalitet.

Der er altså fokus på de samme elementer i Norden blandt de professionelle som vi har forsøgt at skabe i projekt Østersø-Ret. Der er ingen tvivl om at fremtiden byder på endnu større fokus på lokal produktion af unikke råvarer af høj kvalitet med en historie. I denne fremtid passer et koncept som Østersø-Ret flot ind i sammenhængen.