

## Madlandet i vest

-udviklingsplatform for virksomheder og netværk i Vestjylland

Holstebro, Ringkøbing-Skjern, Lemvig og Struer kommuner

---

Ansøger Madlandet i vest: VIFU – Videncenter for Fødevareudvikling

CVR-nr. 27239854	P-nr. 1009968071
Kommune: Holstebro	
Navn: VIFU	
Gade/vej og nr. Nupark 51, 7500 Holstebro	
Telefon: 96 12 76 20	E-mail: ds@vifu.net
Faglig projektleder og kontaktperson: Kirsti Storinggaard, NAVIGATORS	
Telefon projektleder 28 56 56 07	E-mail projektleder: ks@navigator.dk

Videncenter for Fødevareudvikling  
  
Ansøgers underskrift  
Nupark 51  
7500 Holstebro  
Tel. +45 9612 7620  
Dato: 10. januar 2012

# Madlandet i vest

-udviklingsplatform for virksomheder og netværk i Vestjylland

Holstebro, Ringkøbing-Skjern, Lemvig og Struer kommuner

---

Ansøgningen om 'Madlandet i vest' under fødevarerindsatsen i Grøn Vækst programmet bygger videre på og løfter de erfaringer, der er gjort i Vestjyske Fødevarer og Oplevelser (herefter VFO) siden 2009 og Regional Madkultur Vestjylland (herefter RMV).

Som noget ganske unikt har de fire vestjyske kommuner Holstebro, Ringkøbing-Skjern, Lemvig og Struer samt de fem lokale aktionsgrupper; LAG Struer, LAG Holstebro, LAG Lemvig, LAG Ringkøbing-Skjern og Fiskeri-LAG Vestjylland valgt at samarbejde på tværs af kommunegrænserne og bakkes op af 30 vestjyske virksomheder.

## Vision

Visionen med 'Madlandet i vest' er at:

*Vestjylland er kendt som en kulinarisk destination, hvor både lokale samt danske og udenlandske turister nyder at smage på og opleve de mange gode fødevarer, der er tilgængelige i butikker, på restauranter og på de mange oplevelsessteder, som alle bidrager til historien om Vestjyllands kvalitetsfødevarer.*

*Fra resten af Danmark og de nære eksportområder er der en stigende efterspørgsel på de vestjyske produkter. De vestjyske producenter arbejder tæt sammen om fortsat at producere, levere og øge mangfoldigheden af de vestjyske kvalitetsprodukter, sidstnævnte bl.a. ved at tiltrække iværksættere med ideer om nye fødevarer og muligheder.*

De første skridt i retning af visionen blev allerede taget i forbindelse med opstarten af VFO tilbage i 2009. Med 'Madlandet i vest' bliver det næste store spring taget. I de kommende år skal 'Madlandet i vest' arbejde på at professionalisere alle aspekter ved småskalaproduktion af kvalitetsfødevarer i Vestjylland. Arbejdet i 'Madlandet i vest' bliver den samlede platform for tværfagligt samarbejde og udvikling hos småskalaproducenterne. Projektet vil igangsætte afprøvning af nye forretningsmodeller for samproduktion og udviklingsfællesskaber samt udvikle produktionsudstyr der passer til håndværksbaseret småskalaproduktion. 'Madlandet i vest' kan desuden understøtte Region Midtjyllands fødevarerindsatsning 'Klog hverdagsmad som sund forretning', da projektet netop har fokus på at skabe god forretning ud af de muligheder, der ligger i de vestjyske råvarer.

## Formål

- Det overordnede formål med at søge midler til 'Madlandet i vest' som et projekt under fødevareindsatsen i Grøn Vækst programmet er at få realiseret en række aktiviteter, der vil medvirke til at skabe udvikling af fødevarevirksomhederne og fødevarenetværket i Vestjylland. 'Madlandet i vest' vil bidrage til at øge omsætningen og beskæftigelsen i de vestjyske fødevare- og fødevareoplevelsesvirksomheder.
- Med et tværkommunalt netværk og i tæt samarbejde med alle relevante aktører skal der skabes en solid platform for både eksisterende og nye virksomheder og dermed for udvikling og vækst i de vestjyske fødevare- og fødevareoplevelsesvirksomheder. 'Madlandet i vest' vil desuden bidrage til at fundere de mange spirende ideer og frugtbare tiltag, der igennem de sidste par år er udsprunget fra VFO og RMV.

Formålet skal opnås ved:

- At styrke VFO som en platform, hvor alle der arbejder med fødevarer i Vestjylland kan få adgang til netværk og viden
- At øge og styrke samarbejdet mellem aktørerne på fødevare- og oplevelsesområdet i de fire kommuner
- At afprøve nye forretningsmodeller og afsætningskanaler for vestjyske kvalitetsfødevarer
- At udvikle flere og bedre fødevareoplevelser og gøre dem mere tilgængelige for lokale og turister
- At understøtte restauratører og spisesteder i at bruge lokale råvarer
- At øge fødevarenetværkets kompetencer inden for markedsføring, fødevarekendskab, lovgivning og udvikling
- At øge antallet af medlemmer af RMV
- At øge erfarings- og videndeling blandt producenter og andre aktører
- At afprøve fødevareproduktion og -udvikling i øjenhøjde
- At udvikle og afprøve forretningsmodeller og udstyr til nye produktionsfællesskaber
- At danne utraditionelle alliancer og tilføre området ny og utraditionel viden

## Ansøgere og Deltagere

Den primære målgruppe for 'Madlandet i vest' er virksomheder, der arbejder med produktion, salg og udvikling af fødevarer i Vestjylland.

Desuden er deltagerne i projektet de fire kommuner Holstebro, Ringkøbing-Skjern, Lemvig og Struer, de fem lokale aktionsgrupper; LAG Struer, LAG Holstebro, LAG Lemvig, LAG Ringkøbing-Skjern og Fiskeri-LAG Vestjylland, RMV, andre fødevarenetværk, oplevelsessteder, fødevareinitiativer, undervisningssektoren og turisterhvervet i det vestjyske.

### Ansørgervirksomheden

VIFU – Videncentret for fødevarerudvikling er en forening, der siden stiftelsen i 2003 har arbejdet for at forbedre vilkårene for lokale småskalaproducenter bl.a. som sekretariat for Smagen af Danmark og Gourmet Vest. VIFUs konsortium består af en række væsentlige nationale videninstitutioner på fødevarerområdet, hvilket giver VIFU et tæt netværk til universiteter, GTS-institutter og andre videnleverandører, der kan bidrage til de forskellige aktiviteter i projektet. VIFU er sekretariat for det nationale initiativ FoodNetwork – Fødevarersektorens Innovationsnetværk og er en meget aktiv partner i Region Midtjyllands fødevarerindsatsning 'Klog hverdagsmad som sund forretning' og hermed kan VIFU være med til at sikre at 'Madlandet i Vest' interagerer med øvrige regionale og nationale aktiviteter på fødevarerområdet.

Der indgås aftale med det private konsulentfirma Navigators om den daglige projektledelse, projektkoordinering og netværksfacilitering. Navigators har været tovholder på det foregående forløb med oprettelse af VFO og RMV, hvorfor de vil være en naturlig partner til fortsættelse af projektet. VIFU deltager i styregruppegruppemøder og bidrager derudover på lige fod med alle andre aktører til netværkets aktiviteter, og kommer desuden til at stå for nogle af aktiviteterne i turisme- og udviklingsarbejdsplanerne (se samlede projektbeskrivelse).

### Netværksvirksomhederne

Virksomhederne i netværket er virksomheder, der arbejder med produktion, salg og udvikling af fødevarer i Vestjylland. En del af dem er med i et eller flere af områdets fødevarer-netværk: RMV eller Kulinarisk Vestjylland og en del er medlem i VIFU og dermed også Smagen af Danmark. Virksomheder der ikke er med i nogle af de formelle netværk kan deltage i aktiviteterne i Madlandet i vest og VFO.

I Regional Madkultur er der for øjeblikket 30 medlemmer, hvoraf der er ni restauranter/spisesteder, 19 har gårdbutik og salg og de 20 har fremstilling af egne produkter. Mange af netværksdeltagerne har både primærproduktion, forarbejdning og salg. Restauranterne har typisk 5-20 ansatte. Hovedparten af de øvrige medlemmer har 0-5 fuldtidsansatte. De klarer sig som enkeltmandsvirksomheder med ansættelse af sæson- og deltidsmedarbejdere. Den største virksomhed i netværket har både fremstilling, butik og spisestue og har 20-49 ansatte. Produktionsvirksomhederne repræsenterer alle brancher fx kød, frugt & grønt, honning, fisk, iscreme, mel, olie.

I Kulinarisk Vestjylland er der 32 medlemmer hvoraf de 29 er virksomheder og de sidste tre er interesseorganisationer, netværk og skoler. Virksomhederne fordeler sig som 11 butikker, 14 fødevarerproducenter (både primær producent og videreforarbejdning) og fire restauranter. Tre af virksomhederne er ikke fra Vestjylland, men får adgang til aktiviteterne gennem deres medlemskab af Kulinarisk Vestjylland. I VIFU er der 480 medlemsvirksomheder fra Region Midtjylland. Flere af virksomhederne er medlem af et eller flere af de ovenstående fødevarer-netværk.

## Baggrund

I forbindelse med baggrund for projektet er det nødvendigt både at se på de udfordringer og behov de vestjyske fødevarer virksomheder og producenter står over for, og på det arbejde der er foregået i VFO siden 2009.

### Fødevarer virksomhedernes udfordringer og behov i Vestjylland

Vestjylland rummer mange kvalitetsfødevarer, men den enkelte virksomhed har en udfordring i at være synlig, så kunderne kan finde frem til de lokale fødevarer og også få oplevelsen omkring produktet med. Det er vigtigt at vestjyske kvalitetsfødevarer i fællesskab synliggøres både i og uden for Vestjylland, for først *der* kan omsætningen hos virksomhederne virkelig øges.

En af de største udfordringer for småskalaproducenter er at skaffe tid og kapital til at udvikle og udvide deres forretning. Det er derfor vigtigt, at viden er let tilgængelig, og det er let at komme til at vidende og samarbejde med andre igennem netværk. Aktiviteter og projekter skal være veltilrettelagte og koordinerede, således at virksomhedernes tidsforbrug i netværket er minimal, men giver maksimal gevinst.

For mange af producenterne kan det være svært at komme i gang med produktion af nye produkter, fordi der ofte kræves nyt produktionsudstyr. En investering der dels kan være stor, men også umulig fordi udstyret ikke findes i lille størrelse. Ofte vil udstyret kun skulle bruges i en bestemt sæson eller i korte perioder, hvilket gør det svært at tjene en nyinvestering ind. Der er behov for at tænke anderledes, mobilt og i produktionssamarbejder, hvis denne udfordring skal overkommes.

### Vestjyske Fødevarer og Oplevelser – en samarbejdsplatform

I Vestjylland har man en lang tradition for samarbejde imellem små fødevarerproducenter. Gourmet Vest og VIFU har siden 2007 udgivet brochuren Vestjyske Smagsoplevelser, og kommuner samt andre aktører har igennem årene hver især gjort meget for at understøtte de små fødevarerproducenter i Vestjylland.

Med VFO som et unikt samarbejde mellem Ringkøbing-Skjern, Lemvig, Struer og Holstebro kommuner, de lokale aktionsgrupper i kommunerne samt Fiskeri-LAG Vestjylland blev der i 2008 for første gang etableret et formelt samarbejde på tværs af kommunegrænser og med deltagelse af mange forskellige aktører inden for fødevarerområdet. Samarbejds- og udviklingsplatformen VFO blev dannet med et mål om at gøre Vestjylland til et fødevarer- og oplevelsesland og skabe dermed rammer for at koble oplevelsesindustrien i Vestjylland med områdets mange gode fødevarer.

VFO er en platform, der sikrer det gode netværkssamarbejde i Vestjylland og støtter op om lokale netværk og initiativer med både viden, tid og koordinering. VFO skal styrke samarbejde og udvikling imellem fødevarerproducenter, fødevarer virksomheder, spisesteder og fødevareroplevelsessteder i Vestjylland. Det overordnede formål med VFO er at øge såvel omsætningen som beskæftigelsen i fødevarer- og oplevelsesvirksomheder i Vestjylland, samt motivere og stimulere potentielle nye producenter og hermed skabe nye virksomheder og vækst.

Siden 2009 har VFO selv initieret samarbejdsaktiviteter og arrangementer samt sat initiativer i søen, der involverer netværk, producenter, restauranter og andre ildsjæle, der arbejder med fø-

devarer og oplevelser i området. Derudover har det været et af VFOs helt store indsatsområder at understøtte de projekter og aktiviteter, der spirer hos de vestjyske producenter, på områdets restauranter og på oplevelsesstederne. VFO har gennemført flere matchmaking-arrangementer og flere samarbejder vedrørende logistik, salg, produktudvikling og produktionsfællesskaber er opstået på baggrund af disse arrangementer.

VFO fik i efteråret 2010 stiftet foreningen Regional Madkultur Vestjylland (RMV), der som den første i Jylland, blev godkendt og optaget i det europæiske netværk Culinary Heritage. Culinary Heritage har et mål om at udvikle de enkelte medlemsregioner ved at promovere lokale og regionale fødevarer. RMV har efter et års levetid 30 medlemmer.

I Vestjylland findes mange forskellige aktører der understøtter, arbejder med og interesserer sig for den håndværksbaserede fødevarerproduktion og for fødevarernes indtog i oplevelsesøkonomien. I regi af VFO er der det sidste år sat fokus på at få synliggjort disse initiativer samt understøttet at de enkelte aktører og kommunerne koordinerer og samarbejder om opgaverne. Både VFO indsatsen og resultaterne strækker sig ud over det oprindelige geografiske område, hvilket indikerer både en styrke, men også at der er uudforskede muligheder og stort potentiale i at bygge videre på og løfte samarbejdet og indsatsen.

## Tidsramme

Projektet 'Madlandet i vest' har en tidsramme på to år.

1. april 2012 til 31. marts 2014.

## Indsatsområder og arbejdsplaner

I forsommeren 2011 blev der i regi af VFO afholdt en workshopdag, der satte fokus på synlighed af de tiltag og aktiviteter der allerede er i gang og idégenerering i forhold til det fremadrettede. Deltagerne kom fra de fire kommuner, de fem LAG, virksomhederne fra RMV, oplevelsessteder og fra turisterhvervet. På dagen blev der arbejdet med oplevelser i og omkring det kulinariske felt. Der er allerede i dag mange lokale tilbud, men ofte er de ikke tilstrækkeligt tilgængelige eller synlige.

På workshoppen arbejdede de mange forskellige aktører sammen om at udpege indsatsområder, der vil medvirke til at sikre et bedre og bredere netværk med samarbejde på tværs af kommunegrænser og fagskel, hvor VFO har en aktiv og tværgående rolle. Indsatsområderne kobler fødevarer med oplevelser, hvilket giver potentiale til vækst inden for begge erhverv til glæde for omsætning, image og beskæftigelse i området. Oplevelser med fødevarer er anset som en af de faktorer, der understøtter bestræbelser på at styrke vækst i landdistrikterne. De valgte indsatsområder vil desuden medvirke til at øge synligheden af de eksisterende og fremtidige udbud.

På baggrund af arbejdet i workshoppen er indsatsområderne samlet i fire arbejdspakker:

- 1) Netværk og kompetenceudvikling
- 2) Nye produkter og procesudstyr
- 3) Nye forretningsmodeller og afsætningskanaler
- 4) Udvikling af koncepter for fødevareroplevelser

	C2.3 Netværksaktiviteter og afsætning af fødevarer	C2.4 Udvikling og Demonstration		C2.2 Turisme
Arbejdspakke	1 Netværk og kompetenceudvikling	2 Nye produkter og procesudstyr	3 Nye forretningsmodeller og afsætningskanaler	4 Udvikling af koncepter for Fødevareroplevelser
Arbejdspakke aktivitet	Udvidelse og netværkspleje - RMV og VFO Netværk Culinary Heritage Opkvalificering Madlandet.dk Nyhedsbrev	Procesvogn og samproduktion Udvikling af tangproduktion Udvikling i brancheopdelte producentnetværk Innovationscamps	Gavekasser Kvalitetsmad på menukortet Sommerhuskasser Kogebog	Fødevareroplevelsesruter 'Det totale måltid' Fødevareremarked på spejderlejr Træsksfestival Holstebro Åbent

### 1) Netværk og kompetenceudvikling

Formålet med arbejdspakken er at styrke virksomhedsnetværkene i VFO, herunder også RMV. For at sikre en god og løbende erfaringsudveksling i et netværk er det vigtigt, at deltagerne føler sig som en uundværlig del af netværket, og at de selv bidrager samtidig med at de får meget igen.

#### Styrkelse af netværkene RMV og VFO

En del af denne arbejdspakke er at gennemføre individuelle besøg hos nuværende og nye medlemmer, både for at opfange behov og ideer og for at sikre, at kriterierne for medlemskab (af RMV) overholdes.

Ejerne af de mindre fødevarer virksomheder har typisk ikke en baggrund indenfor fødevareresektoren. De individuelle besøg har til formål at øge den enkelte virksomheds kompetencer indenfor råvarekvalitet, holdbarhed, emballage og mærkning. Det enkelte besøg er afsat til at være af ca. 4 timers varighed. Under rådgivningen kan der komme spørgsmål, som der kan samles op på ved temadage og kurser for virksomhederne.

Der skal desuden laves opsøgende arbejde for at få flere medlemmer, samt sikre at de opfylder kriterierne for medlemskab og hjælpe med til, at de får de fornødne fødevarer tekniske kompetencer.

Det er vigtigt at både medlemmer af RMV og netværkskoordinatoren netværker med andre foreninger i Culinary Heritage, både fra Danmark og andre medlemslande. Det er med til bl.a. at inspirere, udvikle og styrke den enkelte virksomhed.

### **Opkvalificering**

For at styrke netværket arbejdes der med at øge professionalismen blandt de vestjyske fødevarer-virksomheder, fødevarerproducenter og spisesteder bl.a. igennem udvikling og opkvalificering i netværk inden for fx fødevaretekniske emner som:

- Råvarekvalitet
- Holdbarhed
- Fødevarer-sikkerhed
- Lovgivning
- Mærkning (især med fokus på kvalitetsmærkning)
- Fremstillingsteknologi
- Forsøgsplanlægning
- Sensoriske egenskaber og analyser

Opkvalificeringsaktiviteterne vil ske i kombination og samspil med udviklingsaktiviteterne fra de øvrige arbejdsplaner, og foregå som temadage eller kortere kurser af 3 timers varighed. Opfanges der relaterede emner ved de individuelle besøg, vil de også blive en del af temadagene og kurser.

Opkvalificeringsforløb foregår i bredt samarbejde med VFOs aktører og initiativer eller med eksperter fra aktørernes netværk og i kombination og samspil med udviklingsaktiviteterne fra de øvrige arbejdsplaner.

### **2) Nye produkter og nyt procesudstyr**

Formålet med arbejdsplan 2 er at understøtte produktudvikling og produktion af nye fødevarer hos den enkelte producent samt eksperimenter med produktionsfællesskaber via mobile produktionsanlæg. Derudover rummer arbejdsplanen konkrete arrangementer hvor der samarbejdes om udviklingen fra råvarer til færdige produkter. Udviklingsaktiviteterne vil ske i kombination og samspil med opkvalificeringsaktiviteterne fra arbejdsplan 1. Tilskud fra FØDEVAREmidt og lignende vil være et fint supplement i forhold til den enkelte producent og virksomheds udvikling og dermed give den enkelte et bedre grundlag for at deltage i udviklingsaktiviteterne.

### **Rullende procesvogn og samproduktion**

En rullende procesvogn med mikroudstyr skal udvikles så den i kortere perioder kan opstilles hos forskellige småskalaproducenter. Her skal den enkelte producent have mulighed for at afprøve og udvikle nye ideer til fødevarerproduktion samt gennemføre en egentlig sæsonproduktion. I første omgang skal der bygges en vogn med mikroudstyr til vegetabiliske produkter. Procesvognen vil være udstyret til mikroskalaproduktion, så den enkelte producent kan producere og afprøve forskellige marmelader, sennep, saft, most mm. Udstyrsniveauet i vognen skal være fleksibelt, så det kan udskiftes til forskellige typer produktion, efter behov.



I forbindelse med procesvognen skal der udvikles et samarbejde, hvor det vil være muligt at trække på faglig viden og ekspertise fra lokale uddannelsessteder som fx Uddannelsescenter Holstebro og Erhvervsakademi Midtvest. Desuden er det oplagt at udnytte synergien med de eksisterende tiltag og ordninger som eksempelvis FødevarerMidt og Videnkupon. Ligeledes skal det understøttes at de enkelte producenter og virksomheder kan indgå i samarbejder i differentieringspuljen under Region Midtjyllands fødevarerindsatsning "Klog hverdagsmad som sund forretning".

### **Udvikling af tangproduktion**

I Lemvig kommune er alle fødevareraktører gået sammen i en fødevareklynge, som både rummer aktørerne indenfor landbruget, fiskeriet, fødevarerforarbejdning, uddannelsesinstitutioner, biogas-anlæg, kommunen, turistforening mm. Fødevareklyngen har hen over de sidste måneder undersøgt muligheden for at arbejde med produktion, høst og anvendelse af tang og fundet at der er unikke muligheder for at arbejde videre med indsatsen i det vestjyske.

Det er intentionen at udvikle en tangproduktion på land, hvor man forener produktion af tang til proteinfremstilling og konsum med udnyttelse af landbrugets udvaskede næringsstoffer som en af energikilderne. Der er udført lovende forsøg, men der er endnu ikke etableret proof of concept på en metode til industriel produktion. Tang kan massefremstilles, tang er i stand til optage overskydende næringsstoffer fra landbruget og der kan laves protein af tang med højt proteinindhold. Ingen har dog formået at kombinere de tre muligheder. Derfor skal mulighederne for etablering af tangproduktion undersøges og konkretiseres. Det er målet, at udnytte teknikkerne kommercielt og derigennem skabe grundlag for vækst og nye arbejdspladser.

Det skal afklares, hvorledes denne produktion kan etableres med udgangspunkt i indtag af saltvand fra Thyborøn kanal og i tanke/bassiner og med tilførsel af udvaskede næringsstoffer fra landbruget. Erfaringer fra forskning og forsøg skal derfor indsamles og analyseres.

På baggrund af resultaterne fra analysen, skal der udarbejdes et koncept bestående af et oplæg til en forretningsplan for kommerciel produktion, med tilhørende tekniske beskrivelse resultaterne. Denne formidles til den kreds af interessenter, der skal gennemføre en produktionsopstart med henblik på at opnå proof of concept på fremkomne metode.

### **Brancheopdelte producentnetværk**

Som noget helt nyt skal der i 'Madlandet i vest' arbejdes for at etablere flere små brancheopdelte netværk, hvor der ikke er så mange medlemmer, men hvor samarbejdet bliver mere forretningsbaseret og forpligtigende. Eksempler på sådanne netværk kunne være fx produktionsfælleskab for marmeladeproducenter eller produktudviklingsnetværk for kødproducenter. Virksomhederne i netværkene går sammen om at udvikle og/eller producere et fælles produkt, hvor de benytter hinandens råvarer og kompetencer. Via 'Madlandet i Vest' sikres det, at virksomhederne får den fornødne eksperthjælp fra Innovationsnetværk og andre videnaktører, at de får mulighed for at samarbejde med Future Food Innovation, FØDEVAREmidt eller nationale tiltag. Det er målet at der

udvikles nye produkter via denne metode, og at der skabes precedens for at virksomhederne i Vestjylland udvikler i tætte netværk.

### **Innovationscamps**

Der afholdes to Innovationscamps for alle med interesse for småskalaproduktion af højkvalitetsfødevarer i Vestjylland, der forventes 40-50 deltagere. Det er på den årlige camp, der kommer input til kommende udviklingsopgaver, og det er ligeledes her, der åbnes for direkte dialog imellem alle aktører og virksomheder.

### **3) Nye forretningsmodeller og afsætningskanaler**

Formålet med denne arbejdsplan er at understøtte udvikling af nye afsætningskanaler og forretningsmodeller. Arbejdsplan 3 skal sikre, at fødevareroplevelserne i Vestjylland konstant udvikles og styrkes.

#### **Lokale kvalitetsfødevarer på menukortet**

Der udvikles et nyt produktkoncept til de lokale restauranter, baseret på kvalitetsfødevarer fra lokale fødevarerproducenter. Hensigten er at få flere lokalproducerede fødevarer på restauranternes menukort, samt at styrke RMV's indsats for at brande lokale kvalitetsfødevarer. Der vil, i dialog mellem lokale producenter af kvalitetsfødevarer og lokale restauranter, blive udviklet et koncept med nye lokale menuer og produkter.

En sidegevinst er et øget samarbejde i mellem lokale fødevarerproducenter og lokale restauranter, samt øget fokus på vigtigheden i at markedsføre det lokale islet for at øge afsætningen til turister i området. Aktiviteten vil give omsætning til et projekt under Region Midtjyllands Fødevareresatsning, der har støttet opbygning af et logistiknetværk i området (GoLocal). De to aktiviteter er vigtige forudsætninger for hinanden.

Det er også vigtigt at det kan gå den anden vej med højkvalitetsprodukter, så de mange dygtige kokke og køkkenchefer også stiller "intelligente" krav til producenterne, krav som kan være grundlag for nye produkter og produktionsmetoder.

#### **Gavekasser og sommerhuskasser**

For at øge afsætningen fra de lokale fødevarerproducenter, samt øge synlighed og kendskab til lokale fødevarerproducenter udvikles nye koncepter, hvor flere producenter sælger deres produkter i samme pakke, fx gavepakker med regionale produkter og kasser til sommerhuse med lokale kvalitetsprodukter.

Hensigten med sommerhuskasserne er at de besøgende skal have mulighed for at bestille kassen med kvalitetsfødevarer før de rejser til Vestjylland. Kasserne kan bruges både under opholdet i området, men kan også bruges til hjemtransport af vestjyske fødevarer, når opholdet er slut. Der skal udvikles emballage, med fokus på temperatur, opbevaring, lovgivning og logistik. Der vil desuden være fokus på målgruppens oplevelse af fødevarerkassen. Der gennemføres produktion og prøvesalg af de nye produkter fra relevante salgskanaler. Udviklingen og markedsføringen af disse

produkter kan ske i samarbejde med Future Food Innovation, der er operatør på Region Midtjyllands fødevarsatsning "Klog hverdagsmad som sund forretning". Når kasserne er færdigudviklede vil GoLocal kunne stå for distribution og bestilling.

#### **Kogebogen – Turen går til Madlandet i vest**

I 2013 skal der udgives en regional kogebog: 'Turen går til Madlandet i vest' i samarbejde med kokke, naturvejledere m.fl. Kogebogen kan sælges på oplevelses- og udsalgssteder, den kan indgå i gavepakker og sommerhuskasser, og den kan bruges som reklamegave når folk skal have et minde med hjem fra Vestjylland.

#### **4. Udvikling af koncepter for fødevareroplevelser**

##### **Fødevareroplevelsesruter**

Der udvikles en pakke af fødevareroplevelsesruter, der kan være guidede eller selvguidede. Fødevareroplevelsesruterne har til formål at skabe øget omsætning og kendskab til de lokale fødevarerproducenter, attraktioner, kunstnere og spisesteder. De moderne turister efterspørger unikke og autentiske oplevelser, og området rummer mange mindre fødevarerproducenter med spændende og anderledes produkter. Nogle af producenterne er dog svært tilgængelige, da det ikke er rentabelt med normal åbningstid. Den udfordring kan imødekommes ved at arrangere busture for turister, hvor de besøger fødevarerproducenter, attraktioner, kunstnere samt spisesteder med lokalt på – og i – menuen. Der skal udarbejdes et koncept for turene, der kombinerer lokale fødevarer med oplevelser, og der skal opbygges et korps af lokale turguides, der er med til at skabe en levende oplevelse.

Der udarbejdes ligeledes fem selvguidede fødevarerure, som hver især inddrager forskellige fødevareroplevelser eller -aktiviteter i det vestjyske. Turene offentliggøres på madlandet.dk, Madlandets mobilapplikation, kommunernes hjemmesider og turistforeninger. Formålet er at udbrede kendskabet til steder med fødevarer og fødevarerrelaterede oplevelser. Det er tanken at privatpersoner, skoler, foreninger og turister selv kan printe guiden og begive sig ud i det vestjyske fødevarer- og oplevelsesland på egen hånd, men samtidig lære om vestjyske råvarer og produkter, så regionale kvalitetsfødevarer efterfølgende kan blive en del af den kloge hverdagsmad.

##### **Det totale måltid – fokus på mad og sanserne**

Som en del af den årlige Sansefestival udvikles konceptet 'Det totale måltid', der sætter fokus på Limfjorden og Nordvestjylland som spisekammer og giver merværdi til de vestjyske fødevarer. Konceptet 'Det totale måltid' vil igennem brug og tilberedning af vestjyske produkter pirre alle sanser, og vil dermed være en oplagt event på Sansefestivalen, hvor områdets fødevarerproducenter og forhandlere præsenterer autentiske fødevareroplevelser for hele familien.

## **Madkultur på Holstebro Åben**

Holstebro Åben er en event der finder sted den 31. august - 1. september 2012. Deltagerne består af en bred vifte af lokale foreninger, handelslivet, kulturelle organisationer, uddannelsesinstitutionerne, Kasernen samt andre stakeholders som Holstebro Kommune, sygehuset og dagbladet. VIFU bliver tovholder på arrangementet sammen med de lokale fødevarerproducenter og leverandører.

Holstebro Åben 2012 bygges op over et klart tema - Madkultur, som går igen i de bærende arrangementer, der skal have et højt ambitionsniveau og kvalitet for brugerne/tilskuerne/kunderne.

Målet er at Holstebro Åben i løbet af et år eller to manifesterer sig som et nordvestjysk tilløbsstykke, når det handler om Madkultur - herunder produktion og udnyttelse af lokalt og regionalt producerede fødevarer samt det nyeste indenfor vedligeholdelse af kroppen. Holstebro Åben skal være platformen, hvor nye ting præsenteres, hvor de nordvestjyske fødevarerproducenter brander sig. Holstebro Åben i 2012 bygges op over temaet – Madkultur og sundhed. Eventen skal have et højt ambitionsniveau og emne af kvalitet og autenticitet for såvel brugerne, tilskuerne som kunderne. Sundhed sigter bredt med fokus på kroppen og vedligeholdelse af den gennem kost, fysisk aktivitet, åndelig aktivitet og andre ting, der styrker os kropsligt og mentalt. Madkultur sigter til bredt fokus på de mange lokale og regionale fødevarerproducenter i det nordvestjyske. De skal under Holstebro Åben omdanne midtbyen til et overflødhorn af madvarer og smagsprøver, præsenteret i torvehal, på gaderne og i eksisterende butikker. Der er lagt op til, at vidt forskellige samarbejdspartnere finder hinanden i nye, overraskende partnerskaber. Hvorfor kan den økologiske landmand ikke have en stand foran eller i tøjforretningen? Et bærende element skal være præsentation og synlighed af og mulighed for at møde og købe produkter fra de mange fremragende fødevarerproducenter i det nord-vestjyske. For at øge fokus på begivenheden, vil den blive kombineret med en lokal fødevarerkasse hvoraf der skal begås en menu - den bedste vil vinde en pris og der sættes fokus på kreativitet og kvalitet i fremstillingen. Udvikling af kassen og menuen kan efterfølgende indgå i andre delprojekter ('gave- og sommerhuskasser' og 'lokale kvalitetsvarer på menuen').

### **Deltagelse i Spejderlejr 2012 og Træskibsfestival**

De Vestjyske fødevarers synlighed og tilgængelighed skal også styrkes ved deltagelse i events, som fx cykelløb, spejderlejr og festivaler, hvor det er muligt at vise omverdenen, at der er god kvalitet og gode oplevelser forbundet med vestjyske fødevarer. Områdets fødevarerproducenter inviteres til at deltage i et stort fødevaremarked i Holstebro i forbindelse med Spejdernes Lejr i uge 30 – 2012, hvor der kommer 35.000 spejdere til byen og ligeså mange besøgende. De lokale fødevarerproducenter, får her mulighed for i fællesskab at synliggøre og markedsføre deres produkter og dermed øge afsætning og omsætning. Fødevaremarkedet vil blive understøttet af kendte kokke, der vil tilberede en ret baseret på lokale fødevarer samt uddele lokale smagsprøver bl.a. fra VFOs madcirkusvogn.

Arrangementet 'Limfjorden Rundt' er Nordens største kapsejls for træskibe. Begivenheden kommer til flere Limfjordsbyer én gang årligt og tiltrækker ud over deltagerne også mange turister. Træskibsfestivalen giver dermed god mulighed for at øge synligheden af vestjyske fødevarer uden

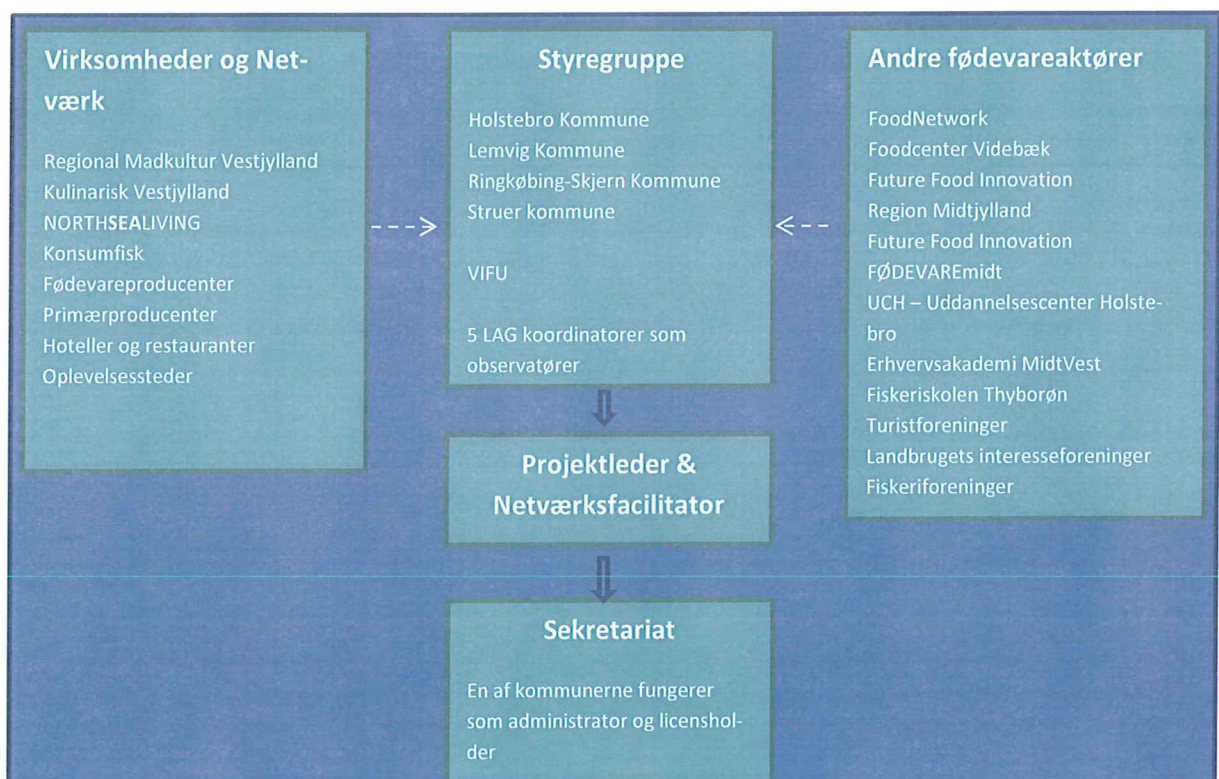
for Vestjylland. Derfor skal der i forbindelse med den næste festival sættes fokus på fødevarer. Konceptet bygger på, at havn og by bindes sammen af et fødevaremarked, så alle besøgende sejlere og turister får lejlighed til at smage og opleve de vestjyske fødevarer. Hvis kombinationen af fødevaremarked og træskibsfestival bliver en succes i Struer, der er den første by, flytter fødevaremarkedet året efter med til alle byer, der får besøg af Limfjorden Rundt.

## Organisering

'Madlandet i vest' et projekt, der organiseres med en styregruppe med en repræsentant fra hver af de fire kommuner. De fem LAG har mulighed for at deltage med hver en repræsentant som observatør i styregruppen. Der er stærkt kommitment fra LAG'erne, der alle har tilkendegivet at de deltager fremadrettet.

Projektlederen fungerer som sekretær for styregruppen og som facilitator for bestyrelsen i RMV.

Ud over projektets andre aktiviteter afholdes der fast en årlig Innovationscamp, hvor alle virksomheder, fødevarenetværk og andre fødevareaktører har mulighed for at deltage. Det er her alle har mulighed for at påvirke arbejdet i 'Madlandet i vest'. Man kan også påvirke arbejdet ved at indsende forslag til pilot- og samarbejdsprojekter til styregruppen, der vurderer muligheden for at realisere forslagene i regi af 'Madlandet i vest'.



### Samarbejde med andre videnaktører

'Madlandet i Vest' kan dels samarbejde og søge viden i aktørkredsen bag ansøgningen, men når det kommer til konkret faglige input indenfor fx fødevareteknologi, innovation eller oplevelsesøkonomi vil det være relevant at søge viden og samarbejde via Forsknings- og Innovationsstyrelsens innovationsnetværk. Her tænkes primært på Fødevareresektorens Innovationsnetværk, Food-Network, men også Netværk for videnbaseret oplevelsesøkonomi, Invio, og Innovationsnetværket Service Platform.

### Samarbejde med 'klog hverdagsmad som sund forretning'

De enkelte delprojekter kan alle kobles op på Region Midtjyllands fødevarsatsning 'Klog hverdagsmad som sund forretning'. Når der er tale om enkeltvirksomheder, der har behov for hjælp til udvikling vil de kunne hjælpes på vej af FØDEVAREmidt. Hvis der er tale om større og mere netværksbaserede aktiviteter vil det være relevant at samarbejde med Future Food Innovation om projekter i differentieringspuljen.

Da VIFU er aktiv deltager i både 'Madlandet i vest' og Future Food Innovation sikres de vestjyske virksomheders adgang til netværks- og innovationsaktiviteter i Future Food Innovation.

## Succeskriterier

- Inden april 2014 er der minimum 75 betalende medlemmer af RMV
- Inden april 2014 er 25 restauranter og spisesteder medlem af RMV
- Inden april 2014 er et nyt produktionskoncept til mikroproduktion udviklet og afprøvet
- I 2013 udgives en regional kogebog: 'Turen går til Madlandet i vest'
- Inden april 2014 har 'Madlandet i vest' været med i planlægning og gennemførelse af fem forskellige arrangementer til synliggørelse af Vestjyske fødevarer og i udviklingen af aktiviteter der kan forbedre kundernes muligheder for at opleve vestjyske fødevarer
- Inden april 2014 er der udviklet og afprøvet et koncept for samsalg i gavekasser og salg af vestjyske kvalitetsfødevarer i via sommerhuskasser
- Inden April 2014 er der udarbejdet en forretningsplan, og beskrevet proof of concept for kommerciel tangproduktion i Vestjylland
- Inden april 2014 er der lavet samarbejde med uddannelsesaktører i de deltagende kommuner: Erhvervsakademi MidtVest, FoodCenter Videbæk, Uddannelsescenter Holstebro, Skjern Tekniske Skole, Fiskeriskolen m.fl.
- Inden april 2014 er der lavet tre koncepter til at dygtiggøre fødevarereproducenter
- Inden april 2014 er det affødt tre nye og konkrete udviklingsaktiviteter

## Effekter

Ud over succeskriterierne, der vil kunne måles efter projektets afslutning, er der nogle forventede, langsigtede effekter af projektet.

Vestjylland er Danmarks spisekammer. Det er et faktum vestjyderne selv både mener og nyder at bryste sig af. På den lange bane vil en af effekterne af projektet 'Madlandet i vest' være at vejen til Vestjylland som et fødevarer- og oplevelsesland er banet og åben for alle. Det skal være nationalt – og gerne internationalt – kendt og anerkendt at Vestjylland *er* Danmarks spisekammer og en attraktiv kulinarisk destination. Når man som turist besøger Vestjylland vil man, ud over de storslåede naturoplevelser, også blive beriget med vestjyske fødevarer og fødevareroplevelser.

Ved at stå sammen på tværs af kommunegrænser og fagskel får de vestjyske fødevarerproducenter og fødevareroplevelsessteder et stærkere brand og bliver mere synlige. Fordi aktørerne på fødevarer- og oplevelsesområdet i de fire kommuner både i løbet af projektperioden og efterfølgende vil arbejde tættere sammen, både hvad angår erfarings- og videndeling, men også udvikling, vil de vestjyske virksomheder, producenter og spisesteder blive mere kompetente, kvalificerede og kreative. Det vil betyde et mere mangfoldigt udbud af lokale fødevarer og fødevareroplevelser. I takt med at viften af tilbud bliver bredt ud vil de vestjyske aktørers konkurrenceevne også stige.

Jo flere, både lokale og turister der kender til og benytter sig af de vestjyske tilbud inden for fødevarer og fødevareroplevelser, jo mere vækst og udvikling vil der ske i de vestjyske fødevarer- og oplevelsesvirksomheder, der vil få øget omsætning og en stigning i beskæftigelsestallet.

## Økonomi

I det følgende ses budgettet for projektet fordelt ud på ordning, indsatsområde og aktivitet samt efterfølgende opdelt på år. Sidste tabel viser finansieringsbudgettet.

		C2.3 Netværksaktiviteter og afsætning af fødevarer	C2.4 Udvikling og demonstration		C2.2 Turisme	
		1 Formidling og synlighed	2 Nye produkter og nyt procesudstyr	3 Nye forretningsmodeller og afsætningskanaler	4 Udvikling af koncepter for fødevareroplevelser	Total
1	Projektledeelse	150.000	300.000	320.000	440.000	1.210.000
2	Administration og revision	10.000	30.000	10.000	10.000	60.000
3	Kørsel og Transport	0	20.000	10.000	10.000	40.000
4	Forplejning og lokaler	40.000	30.000	10.000	10.000	90.000
5	Vidensspredning og formidling	140.000	200.000	180.000	255.000	775.000
6	Netværksdannelse, facilitering og aktiviteter	142.000	313.000	50.000	120.000	625.000
7	Temadage, kurser og kompetenceudvikling	20.000	100.000		110.000	230.000
8	Konceptudvikling		225.000	220.000	430.000	875.000
9	Udvikling og test		220.000	330.000	60.000	610.000
10	Anden ekspertbistand	30.000	100.000	100.000	70.000	300.000
11	Studieture		50.000			50.000
12	Materialer		250.000	190.000	265.000	705.000
13	Ekstern Evaluator	168.000				168.000
	I alt	700.000	1.838.000	1.420.000	1.780.000	5.738.000
	I alt på ordning	700.000	3.258.000		1.780.000	
	Projektet i alt	5.738.000				5.738.000



		April 2012- marts 2012	April 2013- marst 2014	Total
1	Projektledelse	605.000	605.000	1.210.000
2	Administration og revision	30.000	30.000	60.000
3	Kørsel og Transport	20.000	20.000	40.000
4	Forplejning og lokaler	45.000	45.000	90.000
5	Videnspredning og formidling	410.000	365.000	775.000
6	Netværksdannelse, facilitering og aktiviteter	323.000	302.000	625.000
7	Temadage, kurser og kompetenceudvikling	125.000	105.000	230.000
8	Konceptudvikling	525.000	350.000	875.000
9	Udvikling og test	345.000	265.000	610.000
10	Anden ekspertbistand	135.000	165.000	300.000
11	Studieture		50.000	50.000
12	Materialer	505.000	200.000	705.000
13	Ekstern Evaluator	50.000	118.000	168.000
<b>I alt</b>		<b>3.118.000</b>	<b>2.620.000</b>	<b>5.738.000</b>

Finansiering	April 2012- Marts 2013	April 2013 – Marts 2014	Total
NaturErhverv – Grøn Vækst	1.527.500	1.271.500	2.799.000
Region Midtjylland	763.750	635.750	1.399.500
Kommuner (Holstebro, Lemvig, Struer, Ringkøbing-Skjern)	763.750	635.750	1.399.500
Privat	63.000	77.000	140.000
<b>I alt</b>	<b>3.118.000</b>	<b>2.620.000</b>	<b>5.738.000</b>

Bilag 1: Udspecificeret budget på udgiftsposter

	C2.3 Netværks- aktiviteter og afsætning af fødevarer	C2.4 Udvikling og demonstration		C2.2 Turisme	
	1 Formidling og synlighed	2 Nye produkter og nyt procesudstyr	3 Nye forretningsmodeller og afsætningskanaler	4 Udvikling af koncepter for fødevareroplevelser	
<b>1 Projektledelse</b>	<b>150.000</b>	<b>300.000</b>	<b>320.000</b>	<b>440.000</b>	<b>1.210.000</b>
Vejen til madlandet i Vest (navigators)	150.000	150.000	150.000	150.000	600.000
Tang (ikke udvalgt aktør)		150.000			150.000
Kvalitetsmad på menukortet (ikke udvalgt aktør)			50.000		50.000
Sommerhuskasser (ikke udvalgt aktør)			120.000		120.000
Træskestevens/Limfjorden Rundt (ikke udvalgt aktør)				140.000	140.000
Fødevareroplevelsesture (ikke udvalgt aktør)				150.000	150.000
<b>2 Administration og revision</b>	<b>10.000</b>	<b>30.000</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>	<b>60.000</b>
<b>3 Kørsel og Transport</b>	<b>0</b>	<b>20.000</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>	<b>40.000</b>
<b>4 Forplejning og lokaler</b>	<b>40.000</b>	<b>30.000</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>	<b>90.000</b>
<b>5 Vidensspredning og formidling</b>	<b>140.000</b>	<b>200.000</b>	<b>180.000</b>	<b>255.000</b>	<b>775.000</b>
Redigere hjemmeside og udgive nyhedsbreve (Navigators)	140.000				140.000
Tang (ikke udvalgt aktør)		200.000			200.000
Kvalitetsmad på menukortet (ikke udvalgt aktør)			80.000		80.000
Sommerhuskasser - online & papir			100.000		100.000
Træskestevens/Limfjorden Rundt (ikke udvalgt aktør)				30.000	30.000
Fødevareroplevelsesruter - Udvikling af hjemmeside, apps, geo-caching, booking mv. (ikke udvalgt aktør)				60.000	60.000
Fødevareroplevelsesruter - infotavler, skiltning mv. (ikke udvalgt aktør)				40.000	40.000
Holstebro Åbent				25.000	25.000
Det totale måltid				100.000	100.000
<b>6 Netværksdannelse, facilitering og aktiviteter</b>	<b>142.000</b>	<b>313.000</b>	<b>50.000</b>	<b>120.000</b>	<b>625.000</b>
Facilitering af RMV (navigators)	142.000				142.000
Udvikling i Brancheopdelte netværk - oprettelse af netværk		90.000			90.000
Procesvogn - udvikling af vogn og support til virksomheder		223.000			223.000
Cirkusvogn - Implementering og vedligehold			50.000		50.000
Det totale måltid - netværksaktiviteter				120.000	120.000
<b>7 Temadage, kurser og kompetenceudvikling</b>	<b>20.000</b>	<b>100.000</b>	<b>0</b>	<b>110.000</b>	<b>230.000</b>
Kompetenceudvikling og opkvalificering	20.000				20.000
Innovationscamps - Planlægning og facilitering		100.000			100.000
Fødevareroplevelsesture i Holstebro - Guide uddannelse				60.000	60.000
Det totale måltid - Videndingsworkshop				50.000	50.000
<b>8 Konceptudvikling</b>		<b>225.000</b>	<b>220.000</b>	<b>430.000</b>	<b>875.000</b>
Tang (ikke udvalgt aktør)		200.000			200.000
InnovationsCamp (Navigators)		25.000			25.000
Gavekasser (ikke udvalgt aktør)			40.000		40.000
Kogebog (ikke udvalgt aktør)			40.000		40.000
Kvalitetsmad på menukortet (ikke udvalgt aktør)			60.000		60.000
Sommerhuskasser (ikke udvalgt aktør)			80.000		80.000
Træskestevens / Limfjorden rundt - Udvikling af aktiviteter mellem by og havn (ikke udvalgt aktør)				50.000	50.000
Fødevareroplevelsesruter				90.000	90.000
Spejdernes lejr				60.000	60.000
Holstebro Åbent madkultur				100.000	100.000
Det totale måltid				130.000	130.000
<b>9 Udvikling og test</b>		<b>220.000</b>	<b>330.000</b>	<b>60.000</b>	<b>610.000</b>
Udvikling af brancheopdelte netværk - analyser og produktudvikling (ikke udvalgt leverandør)		20.000			20.000
Tang (ikke udvalgt aktør)		200.000			200.000
Gavekasser - Udvikling af gavepakker indhold, emballage, pakning mm (ikke udvalgt aktør)			150.000		150.000
Sommerhuskasser - Emballageudvikling			80.000		80.000
Kvalitetsmad på menukortet - Udvikling sammen med Reataurantører og producenter (ikke udvalgt aktør)			100.000		100.000
Fødevareroplevelsesture - Gennemførelse af testtur og afprøvning af koncept (ikke udvalgt aktør)				60.000	60.000
<b>10 Anden ekspertbistand</b>	<b>30.000</b>	<b>100.000</b>	<b>100.000</b>	<b>70.000</b>	<b>300.000</b>
Kompetenceudvikling og opkvalificering - Anden ekspertbistand (ekspert ikke udvalgt)	30.000				30.000
Udvikling i Brancheopdelte netværk (ekspert ikke udvalgt)		50.000			50.000
Innovationscamps (Ekspert ikke udvalgt)		50.000			50.000
Kogebog - Kokke og grafikere udarbejder indhold, billeder og tekst			100.000		100.000
Fødevareremarked i forbindelse med Spejdernes Lejr i uge 30 - 2012 Oplægsholdere - kendte kokke - musik				70.000	70.000
<b>11 Studieture - Tang</b>		<b>50.000</b>			<b>50.000</b>
<b>12 Materialer</b>		<b>250.000</b>	<b>190.000</b>	<b>265.000</b>	<b>705.000</b>
Udvikling af brancheopdelte netværk		40.000			40.000
Procesvogn Indkøb		120.000			120.000
Procesvogn - Indkøb af materialer og udstyr		65.000			65.000
Innovationscamps		25.000			25.000
Kogebog - Trykning			60.000		60.000
Kvalitetsmad på menukortet - Materialer, events, give-aways			50.000		50.000
Sommerhuskasser - Smagsprøver, trykning af materialer			80.000		80.000
Fødevareroplevelsesruter i Struer - beskrivelse af naturperler og steder af kultur- eller erhvervshistorisk interesse				40.000	40.000
Spejdernes lejr - smagsprøver				90.000	90.000
Spejdernes lejr - leje af telte + cirkusvogn				60.000	60.000
Holstebro Åbent madkultur - materialer				75.000	75.000
<b>13 Ekstern Evaluator</b>	<b>168.000</b>				<b>168.000</b>
<b>i alt</b>	<b>700.000</b>	<b>1.838.000</b>	<b>1.420.000</b>	<b>1.780.000</b>	<b>5.738.000</b>
<b>i alt på ordning</b>	<b>700.000</b>	<b>3.258.000</b>		<b>1.780.000</b>	

## Bilag 2: Aktivitetsbudget

Budget	2012	2013	Total	AP
Projektledelse - Vejen til madlandet i Vest	75.000	75.000	150.000	1.1
Administration og revision m.m.	5.000	5.000	10.000	1.2
Kørsel og transport	0	0	0	1.3
Lokaler og forplejning	20.000	20.000	40.000	1.4
Redigere hjemmeside og udgive nyhedsbreve	70.000	70.000	140.000	1.5
Facilitering af RMV	70.000	72.000	142.000	1.6
Kompetenceudvikling og opkvalificering	10.000	10.000	20.000	1.7
Kompetenceudvikling og opkvalificering - Anden ekspertbistand	15.000	15.000	30.000	1.10
Ekstern evaluator	50.000	118.000	168.000	1.13
<b>Arbejdspakke 1 Totalt</b>	<b>315.000</b>	<b>385.000</b>	<b>700.000</b>	
Projektledelse - Vejen til madlandet i Vest	75.000	75.000	150.000	2.1
Administration og revision m.m.	15.000	15.000	30.000	2.2
Kørsel og transport	10.000	10.000	20.000	2.3
Lokaler og forplejning	15.000	15.000	30.000	2.4
Udvikling i Brancheopdelte netværk - oprettelse af netværk	45.000	45.000	90.000	2.6
Udvikling af branche opdelte netværk - produktudvikling og analyser	10.000	10.000	20.000	2.9
Udvikling af brancheopdelte netværk - Andre eksperter	25.000	25.000	50.000	2.10
Udvikling af brancheopdelte netværk - materialer	20.000	20.000	40.000	2.12
Procesvogn - Indkøb	120.000		120.000	2.12
Procesvogn - Indkøb af procesudstyr og materialer	50.000	15.000	65.000	2.12
Procesvogn- Drift og udvikling af vogn og support til virksomheder	123.000	100.000	223.000	2.6
Tang - Projektledelse	75.000	75.000	150.000	2.1
Tang- vidensspredning og formidling	100.000	100.000	200.000	2.5
Tang - Studietur		50.000	50.000	2.11
Tang- Konceptudvikling	100.000	100.000	200.000	2.8
Tang - Analyser og undersøgelser	100.000	100.000	200.000	2.9
Innovationscamps- Planlægning og facilitering	50.000	50.000	100.000	2.7
Innovationscamps- Faglige eksperter	25.000	25.000	50.000	2.10
Innovationscamps - Materialer	5.000	20.000	25.000	2.12
Innovationscamp - Konceptudvikling	25.000		25.000	2.8
<b>Arbejdspakke 2 totalt</b>	<b>988.000</b>	<b>850.000</b>	<b>1.838.000</b>	
Projektledelse "Vejen til Madlandet i vest"	75.000	75.000	150.000	3.1
Administration og revision m.m.	5.000	5.000	10.000	3.2
Kørsel og transport	5.000	5.000	10.000	3.3
Lokaler og forplejning	5.000	5.000	10.000	3.4
Cirkusvogn - Implementering og vedligehold	25.000	25.000	50.000	3.6
Gavekasser - Udvikling af gavepakker indhold, emballage, pakning mm	75.000	75.000	150.000	3.9
Gavekasser - Udvikling af koncepter	20.000	20.000	40.000	3.8
Kogebog - Udarbejdelse af opskrifter og indhold		40.000	40.000	3.8
Kogebog - Kokke og grafikere udarbejder indhold, billeder og tekst		100.000	100.000	3.10
Kogebog - Trykning		60.000	60.000	3.12
Kvalitetsmad på menukortet - Projektledelse	25.000	25.000	50.000	3.1
Kvalitetsmad på menukortet - Konceptudvikling	40.000	20.000	60.000	3.8
Kvalitetsmad på menukortet - Udvikling sammen med Reataurantører og producenter	50.000	50.000	100.000	3.9
Kvalitetsmad på menukortet - Vidensspredning	40.000	40.000	80.000	3.5
Kvalitetsmad på menukortet - Materialer, events, give-aways	25.000	25.000	50.000	3.12
Sommerhuskasser - Projektledelse	60.000	60.000	120.000	3.1
Sommerhuskasser -Konceptudvikling	40.000	40.000	80.000	3.8
Sommerhuskasser - Emballageudvikling	80.000	0	80.000	3.9
Sommerhuskasser - Vidensspredning - online og papir	50.000	50.000	100.000	3.5
Sommerhuskasser - Smagsprøver, trykning af materialer mm	40.000	40.000	80.000	3.12
<b>Arbejdspakke 3 totalt</b>	<b>660.000</b>	<b>760.000</b>	<b>1.420.000</b>	
Projektledelse "Vejen til Madlandet i vest"	75.000	75.000	150.000	4.1
Administration og revision m.m.	5.000	5.000	10.000	4.2
Kørsel og transport	5.000	5.000	10.000	4.3
Lokaler og forplejning	5.000	5.000	10.000	4.4
Træsrebsfestival / Limfjorden rundt - Projektledelse	70.000	70.000	140.000	4.1
Træsrebsfestival / Limfjorden rundt - Udvikling af aktiviteter mellem by og havn	25.000	25.000	50.000	4.8
Træsrebsfestival / Limfjorden rundt - Vidensspredning	15.000	15.000	30.000	4.5
Fødevareroplevelsesruter i Struer - Konceptudvikling	20.000	20.000	40.000	4.8
Fødevareroplevelsesruter i Struer - Udvikling af hjemmeside, apps, geo-caching, booking mv.	40.000	20.000	60.000	4.5
Fødevareroplevelsesruter i Struer -beskrivelse af naturperler og steder af kultur- eller erhvervshistorisk interesse	20.000	20.000	40.000	4.12
Fødevareroplevelsesruter i Struer infotavler, skiltning mv. til formidling	20.000	20.000	40.000	4.5
Fødevareroplevelsesture i Holstebro- Projektledelse	75.000	75.000	150.000	4.1
Fødevareroplevelsesture i Holstebro - Udvikling af koncept i samarbejde med busoperatør	40.000	10.000	50.000	4.8
Fødevareroplevelsesture i Holstebro - Guide uddannelse (kompetenceudvikling)	40.000	20.000	60.000	4.7
Fødevareroplevelsesture i Holstebro - Gennemførelse af testtur og afprøvning af koncept	30.000	30.000	60.000	4.9
Fødevareremarked i forbindelse med Spejdernes Lejr i uge 30 – 2012 - konceptudvikling	50.000		50.000	4.8
Fødevareremarked i forbindelse med Spejdernes Lejr i uge 30 – 2012 Smagsprøver	90.000		90.000	4.12
Fødevareremarked i forbindelse med Spejdernes Lejr i uge 30 – 2012 Leje af telte + madcirkusvogn	60.000		60.000	4.12
Fødevareremarked i forbindelse med Spejdernes Lejr i uge 30 – 2012 Oplægsholdere - kendte kokke - musik	70.000		70.000	4.10
Fødevareremarked i forbindelse med Spejdernes Lejr i uge 30 – 2012 Implementering af resultater		10.000	10.000	4.8
Holstebro Åben madkultur - konceptudvikling	100.000		100.000	4.8
Holstebro Åben madkultur - Vidensspredning	25.000		25.000	4.5
Holstebro Åben madkultur - Materialer	75.000		75.000	4.12
Det totale måltid - Koneptudvikling	40.000	40.000	80.000	4.8
Det totale Måltid - Vidensspredning	50.000	50.000	100.000	4.5
Det totale måltid - netværksaktiviteter	60.000	60.000	120.000	4.6
Det totale måltid - Vidensdelingsworkshop	25.000	25.000	50.000	4.7
Det totale måltid - Børneaktiviteter	15.000	15.000	30.000	4.8
Det totale måltid - Lyden som en del af maden	10.000	10.000	20.000	4.8
<b>Arbejdspakke 4 totalt</b>	<b>1.155.000</b>	<b>625.000</b>	<b>1.780.000</b>	
<b>Nedskrivning for scrapværdi (procesvogn)</b>			<b>48.000</b>	
<b>Projekt i alt</b>	<b>3.118.000</b>	<b>2.620.000</b>	<b>5.690.000</b>	
Netværkspuljen	315.000	385.000	700.000	
Udviklingspuljen	1.648.000	1.610.000	3.258.000	
Turisme puljen	1.155.000	625.000	1.780.000	