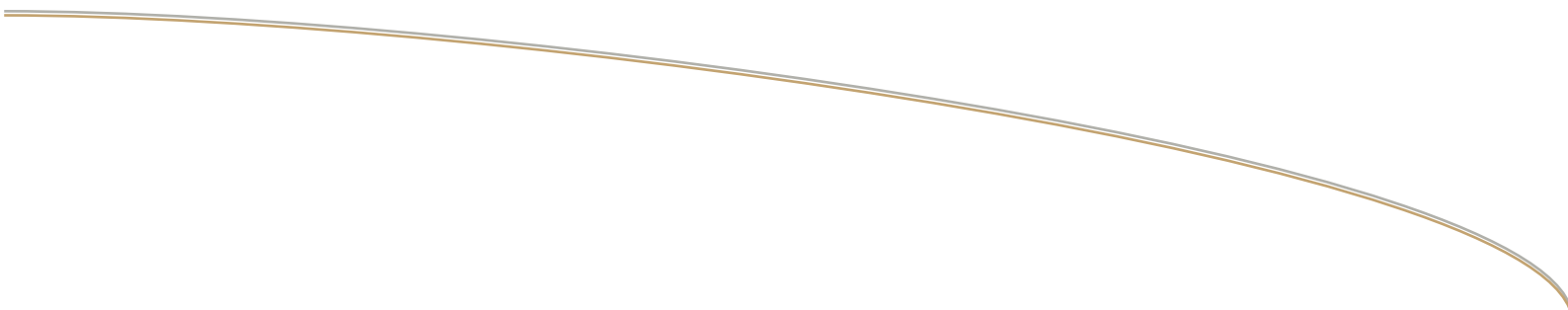


# Food Universe



# Food Universe

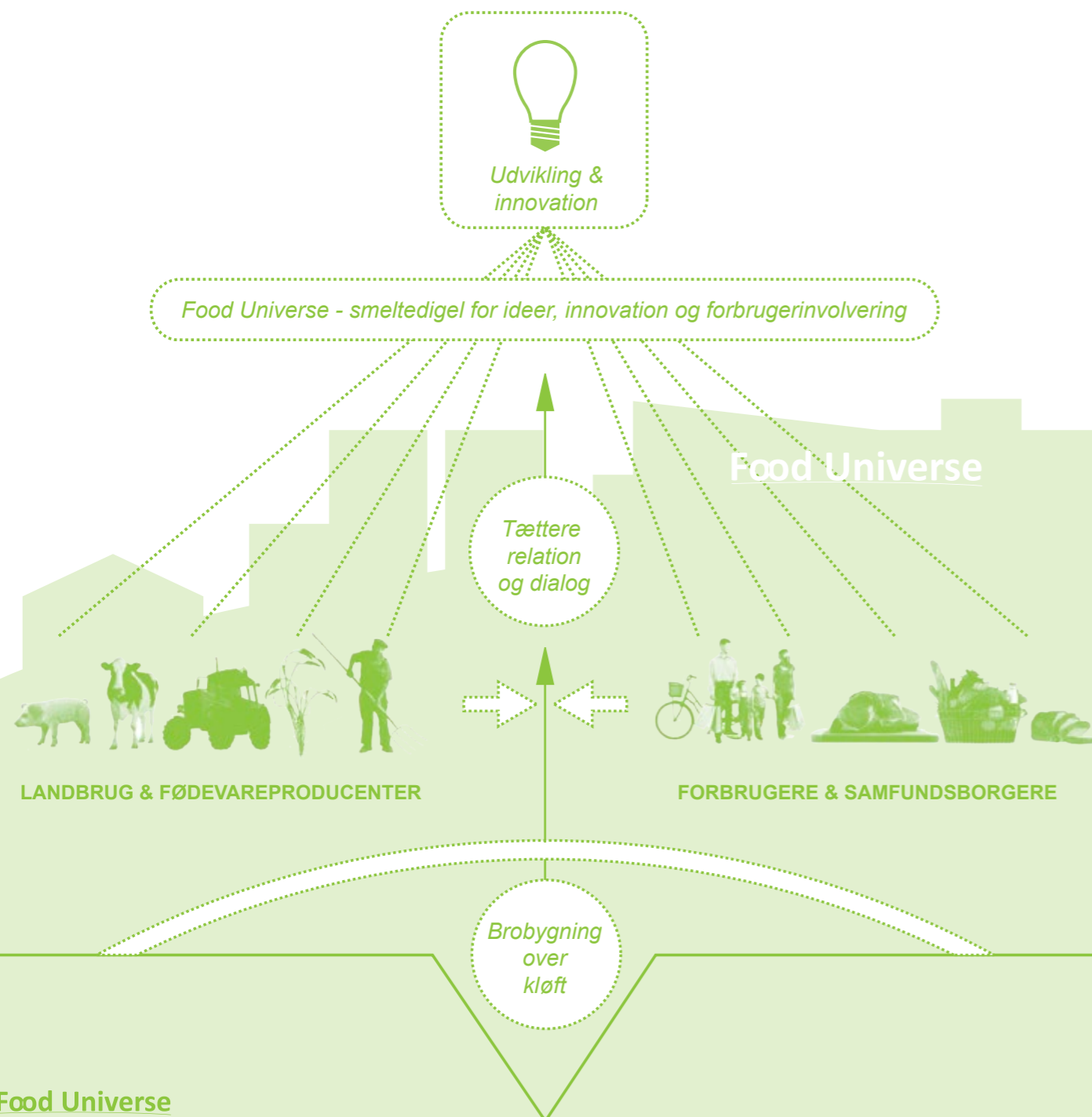
- et internationalt forum for landbrug, fødevarer og forbrugere

Food Universe

# Fra landbrugsland til grøn fødevarerinnovation

*"Det er ambitionen, at Food Universe skal give rum for oplevelser, interaktion og formidling. Dermed dannes en optimal ramme for udvikling indenfor landbrug og fødevarer. Food Universe bygger bro over forbehold og fordomme ved at styrke relationen mellem forbrugere og producenter.*

*En stærkere gensidig forståelse og en øget dialog giver basis for fremtidig udvikling og innovation indenfor landbrug og fødevarerinnovation"*



Den danske jordbrugs- og fødevarerinnovation er verdens tredjestørste. Klyngen stod i 2011 for 9% af den private beskæftigelse, 20% af den samlede danske eksport og 57% af overskuddet på handelsbalancen. Den spiller en vigtig nøglerolle i løsningen af akutte globale udfordringer inden for befolkningsvækst, fødevarerforsyning samt overgangen til det biobaserede og fossilfri samfund og må fremadrettet nødvendigvis være en af hjørnesteenene i den danske innovationskapacitet, som skal sikre vækst og bidrage til løsningen på de globale udfordringer.

Jordbrugs- og fødevarerinnovation er gennem en længere årrække blevet glemt som denne vigtige aktør i dansk vækst. I fremtiden vil landdistrikterne få en ny rolle som leverandør af livsvigtige ressourcer indenfor energi-, ingrediens-, plast- og medicinalindustrien. Kvalitet og effektivitet bliver afgørende. En mælkebonde i fremtiden vil ikke blot levere mælk, men producere mælk med særligt sundhedsfremmende funktionaliteter, der skyldes det, foder der anvendes. Der vil være øget fokus på den store samfundsmæssige omstilling til grøn økonomi med en holistisk og formidlende tilgang til bæredygtig ressourceudnyttelse, minimering af spild og recycling.

Det kræver, at forbrugerne i langt højere grad end i dag inddrages i udviklingen. De senere år er forbrugerne kommet længere væk fra producenterne, og deres viden om fødevarernes vej fra jord til bord er blevet dårligere.

Derfor er der et meget stort behov for at skabe et forum tæt på nationale og internationale forbrugere og vise, hvordan effektiv landbrugs- og fødevarerproduktion udvikler sig i pagt med de omgivende miljøer. Hvis vi ikke gør noget helt specielt på området i Danmark, er der andre lande, der vil gribe muligheden. Muligheden for at skabe vækst og innovation på nye måder er i den grad til stede på området for landbrug og fødevarer, men vi skal i gang så snart som muligt. Det er ligeledes vigtigt at få retail-ledet med i udviklingen på området, for de er et essentielt link mellem producenter og forbrugere.

## Visionen

Visionen er at opføre en fødevarerinnovation, hvor agro (landbrug) og food (fødevarer) er omdrejningspunkt for demonstrations-, innovations- og oplevelsesaktiviteter. Arbejdstitlen for fødevarerinnovationen er "Food Universe". Parken skal:

- styrke innovation, vækst og bæredygtighed inden for agro og food. Global indsigt, specialiserede kompetencer og beslutningskraft er nøgleord for at styrke de bæredygtige løsninger på tværs af landbrug, erhverv, forskning og forbrugere
- være et internationalt demonstratorium for verdens fremmeste fødevarerinnovation
- danne testenheder, der kan danne rammen for et omfattende samarbejde og iværksætterier mellem forskning, erhverv og videnvirksomheder inden for landbrug og fødevarer
- løfte indsigten hos forbrugerne, der på en engagerende og involverende måde skal opleve landbrug og fødevarerinnovation.

# Forestillinger om Food Universe 2017

I det følgende skitseres nogle forestillinger om, hvordan Food Universe i fremtiden bliver modtaget af omverden. Forestillingerne er beskrevet ud fra, hvordan Food Universe i åbningsåret 2017 bliver evalueret og beskrevet i rapporter og medier.

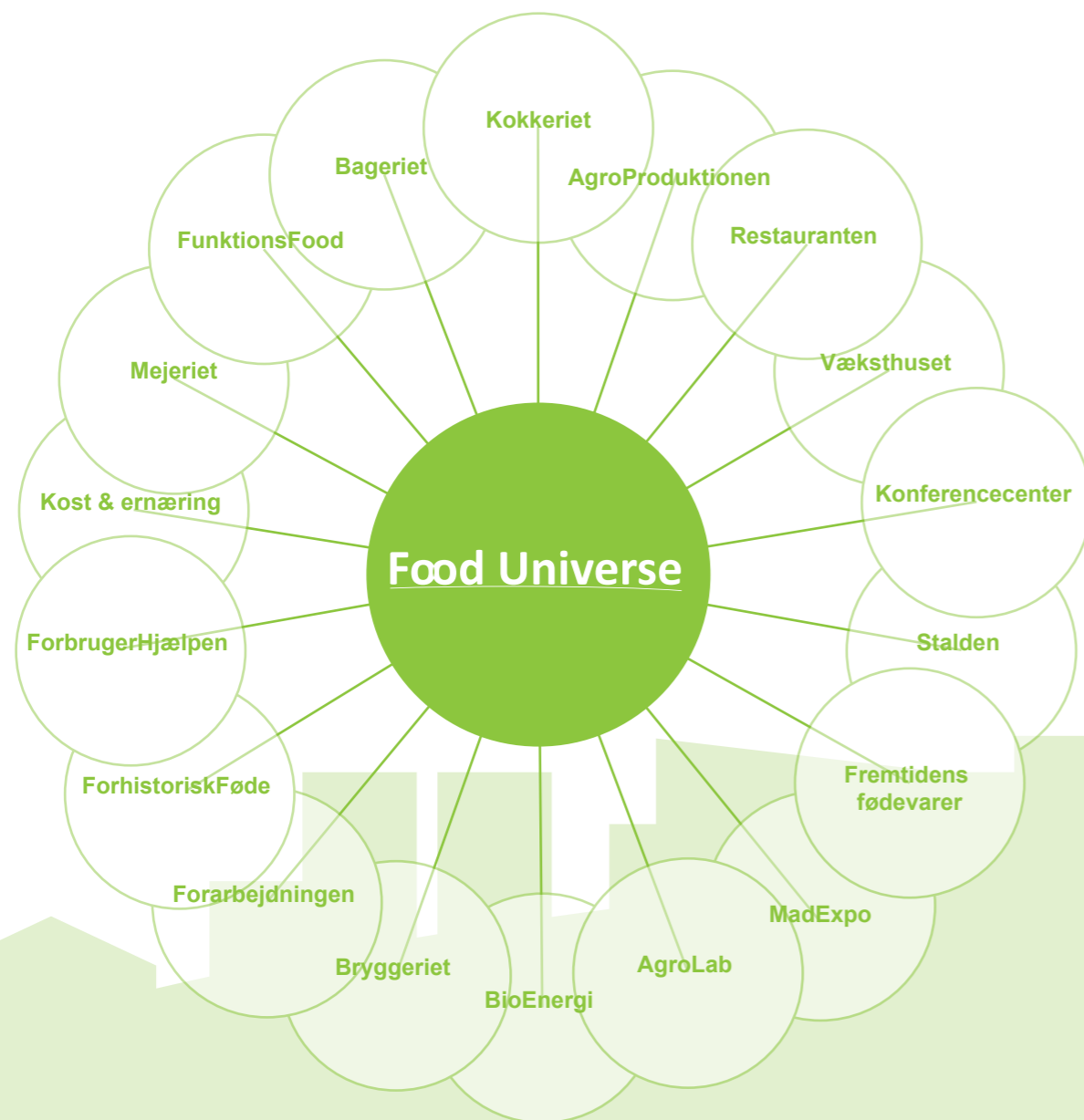
## Undersøgelse og udsnit af rapport om Food Universe, 2017 (udført af Rambøll Management Consulting)

"Food Universes åbning i sommeren 2017 har været med til at skabe fornyet opmærksomhed omkring landbrug og fødevarersektoren. Langt de fleste besøgende svarer at de 'i høj grad har ændret syn på landbruget', og at de 'har fået et mere nuanceret syn på fødevarerproduktion'. Samtidig udtrykker de involverede erhvervsvirksomheder, at den tætte kontakt til forbrugeren giver ny viden og værdifulde input til udviklingen af nye produkter.

Detailledet har fået større indsigt i de muligheder der ligger i erhvervet og har fået redskaber til at skabe bevidsthed om disse hos forbrugeren. Ved at bruge Food Universe som testcenter for smagsprøver af nye fødevarerprodukter og udføre spørgeskemaundersøgelser og interviews blandt gæsterne, kan detail-ledet i højere grad planlægge fremtidens indkøb af varer på butikernes hylder. Det giver en række first mover fordele for detail-ledet, som hurtigere kan kontakte leverandører og producenter og skubbe på for at udnytte nogle af de nye teknologiske metoder til at skabe nye produkter og dermed skærpe deres globale konkurrencekraft.

De besøgende oplever, at de kommer tættere på naturen, og fødevarersektoren oplever at komme tættere på forbrugeren. Antallet af besøgende har siden åbningen været tilstrækkeligt højt til, at flere af erhvervsvirksomhederne har kunnet afprøve produkters salgbarhed i gårdbutikken og præsentere nye retter i restauranten.

I det hele taget har Food Universes blanding af udvikling, innovation, oplevelser og formidling vist sig at være en succes. I Østjylland har parken været et stort tilløbsstykke for børnefamilier og skoleklasser. Mere end 60 skoleklasser fra østjyske folkeskoler har været på besøg i parken. Også studerende fra hele landet, samt internationale forskere og erhvervsfolk har været hyppige gæster i parken, der også anvendes af virksomhederne til repræsentation, konferencer og kundemøder."



**“The Food Universe is Europe’s most comprehensive showcase park for food and agricultural production in both farming and industry.**

**The park demonstrates the entire value chain from earth to enzymes, from feed to high tech foods and bi-products in an innovative and learning-based environment with the newest technology”**

#### Børsen, 1. juni 2017

Historien om det lille, kolde land mod nord med et indelukket folk og en "vi-er-os-selv-nok" attitude er for længst slettet fra andre landes indtryk om Danmark. Buzz word nummer 1 om Danmark er "Food"! Kickstartet af en uvurderlig præstation af nytænkning og branding af dansk fødevarerproduktion, anført af de store danske fødevarer virksomheder. "Food" er sideløbende ført til nye kroge, hvor Danmark på den internationale scene forbindes med kvalitet, innovation og bæredygtige løsninger.

Mesterkokke fra Frankrig, erhvervsledere fra fødevarer virksomheder i Kina og Indien, studerende fra Mellemøsten og familier fra USA, alle kommer de til Danmark, nærmere bestemt til Food Universe ved Aarhus, for at blive betaget og beriget af konceptet "Agro & Food".

Den strategiske indsats med at satse på Danmark som verdens førende nation for fødevarerinnovation også i 2017 har vist sig at ramme plet. Eksporten af danske fødevarer er steget med 12% i perioden 2017-2020. De vigtigste afsætningsmarkeder er Kina og USA.

#### Times Magazine, 1 June 2017

10-year old Jamie Collins from Seattle, USA, enters a virtual universe in The Food Universe, a state-of-the-art park for innovative agro products and food in Denmark, Northern Europe. Jamie walks around cows, pigs, hens and many other classic agricultural animals.

It's noisy with baah'ing and moo'ing all around him. He has some busy hours ahead of him. Together with his 15 class mates from the Bryant Elementary School in Seattle, Jamie will learn about all aspects of innovative agriculture anno 2017.

The Food Universe is Europe's most comprehensive showcase park for food and agricultural production in both farming and industry. The park demonstrates the entire value chain from earth to enzymes, from feed to high tech foods and bi-products in an innovative and learning-based environment with the newest technology.

#### Jyllands-Posten, 1. september 2017

Realiseringen af Food Universe (The Food Universe) har fasttømret Danmarks image som en af verdens førende nationer inden for fødevarerinnovation. I de første åbningsmåneder er mere end 300.000 gæster valfartet til Aarhus for at opleve den højtprofilerede park for fremtidens landbrug og fødevarer.

Alle tænkelige – og utænkelige – aspekter af landbrug og fødevarer er repræsenteret i parken, som er designet, så den appellerer til både erhvervsliv, forskning/uddannelse og familien Danmark. Parken er et enestående og nytænkende eksempel på, at det kan lykkes at forene så forskellige målgrupper under én fællesnævner, som alle kan forholde sig til: Fødevarer.

## Interessentgruppen om Food Universe:

Der er stor opbakning bag idéen om at opføre en kombineret viden- og oplevelsespark med udgangspunkt i landbrug og fødevarer. I konceptudviklingsfasen har en række initiativtagere samarbejdet om visioner og muligheder for parken. Denne gruppe er på ingen måde eksklusiv, og det er målet at styrke kredsen af interessenter betragteligt inden for nærmeste fremtid. Det er her vigtigt at understrege, at interessentkredsen i fremtiden ventes at bestå af både nationale og internationale medlemmer inden for landbrug, fødevarer, erhvervsliv, politik, uddannelse og rådgivning.

Den nuværende interessentgruppen har på en workshop delt deres individuelle visioner og ønsker for parken. Også andre vigtige interessenter udtrykker, at de bakker op om konceptet.

Det siger interessenterne om projektet:

### I øjenhøjde med forbrugerne

*"I Food Universe skal den moderne forbruger få omfattende indsigt i den levende og moderne fødevarer værdikæde gennem levende og dynamiske innovationsværksteder fra gård til butik og spisested, hvor erhverv, videninstitutioner og entreprenører løbende innoverer på morgendagens løsninger."*

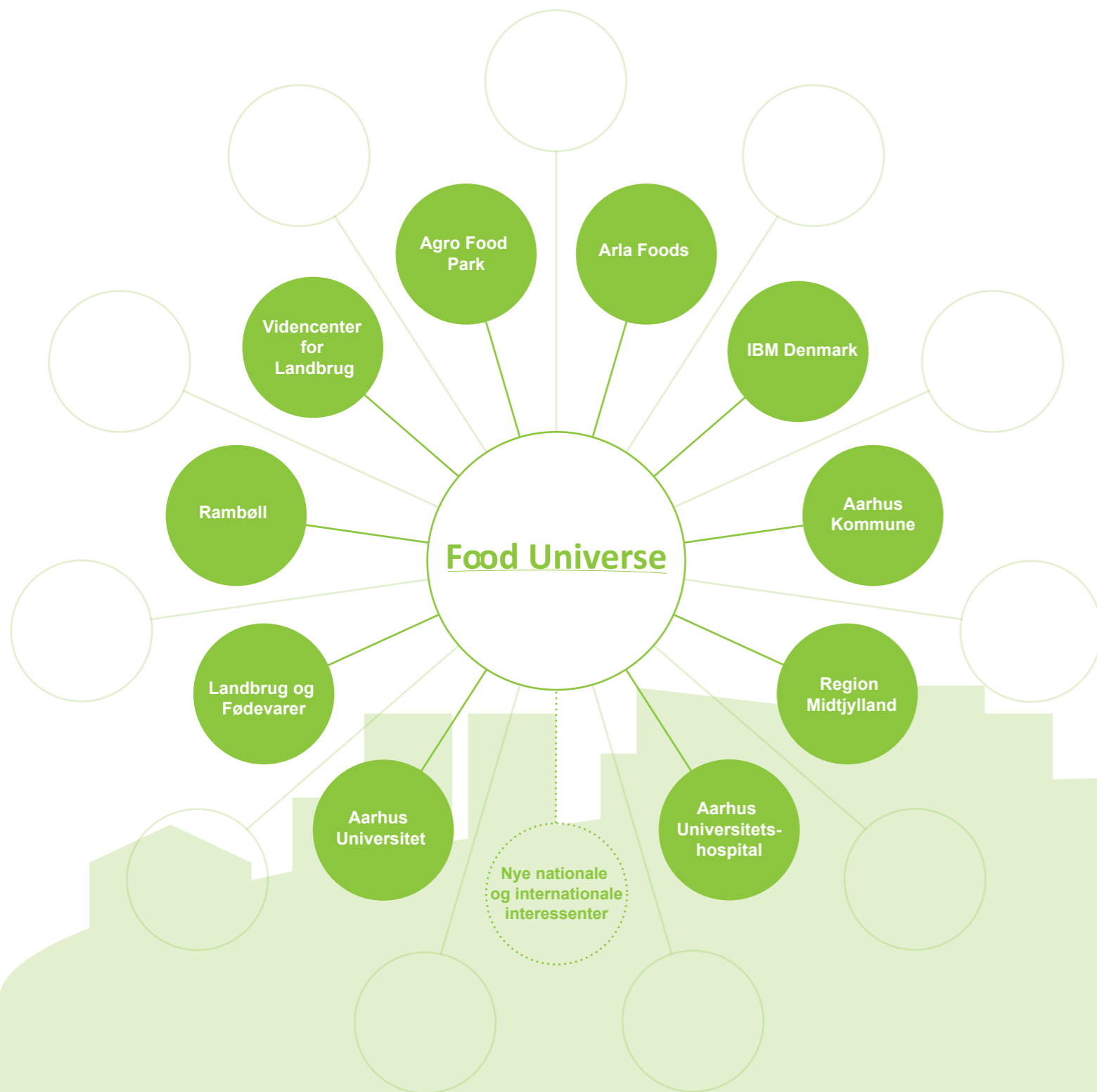
*Parken skal være i øjenhøjde med forbrugerne og tilbyde spændende faciliteter, der indbyder til læring og oplevelser for hele familien omkring dyr, mad og ressourceforbrug. Parken vil kommunikere samspillet mellem natur, teknologi og afsætning på engagerende, involverende og nyskabende måder. Parken skal samtidigt være et mødested og innovationsplatform med mulighed for uformel og gensidig inspiration og infrastruktur mellem erhvervsliv, forskning og forbrugere, hvor konceptudvikling med detailhandel, 'food service' og restaurationsbranchen ligeledes muliggøres."*

Kristian Eriknauer, Director, Arla Foods

### Rum for nye trends og tendenser

*"Food Universe skal være en smeltedigel for visioner, et sted hvor vi bevæger erhvervet et nyt sted hen. Vi har daglig kontakt til de producerende led som landmænd og fødevarer virksomheder, men vi har også brug for at møde forbrugerne. Dem, der drikker mælken og spiser kødet. Derfor ser vi også parken som et rum, hvor nye trends og tendenser udfordres og kommunikerer af både forbrugere, virksomheder og forskere."*

Lisbeth Olsgaard, Brandchef, Landbrug og Fødevarer



**"I Food Universe skal den moderne forbruger få omfattende indsigt i den levende og moderne fødevareværdikæde gennem levende og dynamiske innovationsværksteder"**

**Showcase for internationalt samarbejde indenfor sundhed og fremtidsforskning**

*"Food Universe skal være en showcase for internationalt samarbejde inden for innovation, sundhed og fremtidsforskning på fødevareområdet. Food Universe skal kunne noget nyt, bringe værdi til at nytænke fremtidens fødevarer og forholde sig til ressourceknaphed gennem tekniske løsninger og innovation.*

*Vi ser parken som et sted, hvor fødevarer kan "opleves" og på den måde kan parken medvirke til at inddrage forbrugerne i fødevareinnovation. Vi ser frem til et spændende udviklingsforløb og samarbejde hvor universitetets forskning og viden på fødevare- og jordbrugsområdet kommer i spil i dialog med forbrugere, erhverv, virksomheder og organisationer og dermed bidrager til udvikling af fremtidens fødevarer."*

Jørgen B. Jespersen, Direktør, DCA  
Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug, Aarhus Universitet.

**Udvikling af nye bæredygtige kostprodukter og fødevarer**

*"Fødevarer, kost og sundhed hænger uløseligt sammen. Agro Food Park og Aarhus Universitets-hospital har oplagte fælles interesser i innovation og forskning med henblik på udvikling af nye bæredygtige kostprodukter og fødevarer, der kan bidrage til en sundere levevis generelt og en mere optimal ernæring for syge mennesker.*

*Naboskabet mellem hospitalet og Agro Food Park faciliterer naturligt dette samarbejde, og etablering af Food Universe udgør ydermere en fantastisk spændende vidensplatform, der med mange forskellige virkemidler kan forene forskere, erhvervsfolk, medarbejdere og studerende fra de omkringliggende videns- og uddannelsesinstitutioner i en fælles bestræbelse med at formidle budskabet om, at det betyder noget for vores sundhed, hvad vi putter i munden."*

Kristjar Skajaa, Institut for Klinisk Medicin, Aarhus Universitet og Aarhus Universitetshospital

**"Parken skal være i øjenhøjde med forbrugerne og tilbyde spændende faciliteter, der indbyder til læring og oplevelser for hele familien omkring dyr, mad og ressourceforbrug"**

#### **Uddannelse og tværfaglige indsatser**

*"Food Universe giver mulighed for et fælles mødested for udvikling og afprøvning af nye opskrifter, produkter og koncepter. Besøgende kan fungere som fokusgruppe og der kan laves tværfaglige indsatser, som har fokus på kost og sundhed kombineret med smag og oplevelse.*

*Vi ser de agrotekniske og gastronomiske uddannelser som en naturlig og integreret del af Food Universe. Uddannelse sikrer kvalificerede medarbejdere, videnmæssigt forspring samt udvikling og eksponering af fremtidens job på fødevareområdet. Feltet er således et af omdrejningspunkterne for fortsat innovation og udvikling i fødevarebranchen.*

*Det er oplagt at trække uddannelser på eliteniveau til Food Universe. Dels fordi de gastronomiske uddannelser befinder sig i dag i spændingsfeltet mellem viden, oplevelse, innovation og netværk. Dels fordi undervisning i sig selv tiltrækker mennesker og aktivitet, der vil kunne gøre Food Universe til et mødested mellem landbrug, fødevareproduktion og forbrugere."*

Peter Kristoffersen, Direktør, Teknisk Skole Silkeborg

#### **Internationalt eksperimentarium**

*"Food Universe skal være et internationalt eksperimentarium for fødevarer. Danmark skal i fremtiden ses som verdens førende nation i fødevareinnovation og sundhed, og Food Universe skal være stedet, hvor man får syn for sagen.*

*Parken skal samle de mest innovative kræfter på fødevareområdet, så der skabes en park med forskning og vidensamarbejde i fokus. Både erhvervsliv, forskere og forbrugere skal være aktører i parken."*

Erik Sejersen, Afdelingschef, Region Midtjylland og  
Jan Beyer Smidt-Sørensen, Erhvervschef, Aarhus Kommune



## Placering

Udgangspunktet er, at Food Universe etableres i Aarhus i umiddelbar fysisk nærhed til den eksisterende erhvervspark Agro Food Park (AFP) – alternativt som en del af AFP. Begrundelsen for dette er, at en sådan placering opfylder de centrale succeskritiske faktorer i forhold til parkens placering. Det er følgende faktorer – hvor afsættet er, at parken skal rumme og omfatte alle tre indholdselementer: erhvervspark, videnpark og oplevelsespark (men ikke nødvendigvis med lige stor vægt og volumen):

### Nærhed til erhvervslivet og erhvervslivets innovationsaktiviteter

Skal parken indfri ambitionen om at blive en integreret del af den danske fødevarerektors "innovationsmaskine" bør og skal parken være en del af et stærkt erhvervs- og innovationsmiljø.

AFP har allerede i dag et stærkt erhvervs- og videncenter – og vil i de kommende år udvikle sig hastigt videre frem mod visionen om, at der i 2020 er 3000 videnmedarbejdere med daglig gang i AFP. Fysisk nærhed højner sandsynligheden for (gør det lettere), at erhvervslivet vil bruge parken til udvikling, test og demonstration af nye løsninger – produkter og services – og langt den største koncentrationen af danske fødevarer virksomheder findes i Vestdanmark.

### Nærhed til dansk fødevarerforskning

Parken skal placeres i nærhed til offentlig og privat fødevarerforskning og viden. En placering af parken ved AFP vil betyde, at parken ligger midt i den største koncentration af dansk forskningsbaseret viden – herunder med de tungeste private og offentlige R&D aktører i landet – bl.a. Arla Foods, Danish Crown, Dupont (Danisco), AarhusKarlshavn, Aarhus Universitet, Videncenteret for Landbrug og flere af GTS-systemets medlemmer med aktiviteter rettet mod landbrugs- og fødevarerektoren bl.a. AgroTech, Teknologisk Institut, Delta og Alexandra Instituttet.

### Nærhed til by og land

Beliggenheden i Danmarks næststørste by vil kunne sikre tilstrækkelig volumen af målgruppe i forhold til oplevelsesparken – herunder såvel privatturisme som erhvervsturisme i forhold til en ambition om inden for tre år at nå over 500.000 besøgende årligt.

Nærhed og adgang til åbent land - forsøgsmarker, landbrugsbedrifter, mm – er en nødvendig parameter for infrastrukturen i forhold til såvel innovation/demonstration/vidensamarbejde som parken som oplevelsespark.



***"Parken skal placeres i nærhed til offentlig og privat fødevareforskning og viden, med en optimal tilgang til parken for byen, oplandet, turister og virksomheder fra ind- og udland"***

***"Beliggenheden i Danmarks næststørste by vil kunne sikre tilstrækkelig volumen af målgruppe i forhold til oplevelsesparken"***

#### **Tilgængelighed – god infrastruktur**

Parken skal placeres, så der er en optimal tilgang til parken for byen, oplandet, turister og virksomheder fra ind- og udland.

Beliggenheden i Skejby, Aarhus N, sikrer nærheden til det overordnede motorvejsnet inkl. forbindelse til Aarhus og Billund lufthavne.

Den nye letbane (1. etape indvies i 2015) udgør rygraden i de kommende års byudvikling, og vil binde byen, innovationsmiljøer og universitet på "Vidensaksen" sammen. På længere sigt binder letbanen større dele af Østjylland sammen.

#### **Synergi med og nærhed til andre sektorer/videnmiljøer**

Fødevarsundhed skal være et centralt tema - og bære et indholdsmæssigt perspektiv for parken. Dette understøttes optimalt i form af naboskabet til det, der i de kommende år udvikler sig til et af de væsentlige videnmiljøer i Norden inden for det sundheds- og velfærds-teknologiske felt.

Det Nye Universitetshospital bliver en af Nordeuropas største hospitalsbyer med 300.000 m<sup>2</sup> og 9.000 medarbejdere. Rundt om hospitalet er et miljø med incubatorer, rådgivning ift. virksomhedsudvikling, forskning og uddannelse under kraftig udvikling. Det forventes, at Aarhus N i 2020 vil være base for over 15.000 mennesker inden for det sundhedsfaglige felt - forskere, undervisere, studerende og medarbejde ved private og offentlige virksomheder.

Bæredygtig energi (med afsæt i fødevarer) skal også være et vigtigt tema- og bære et indholdsmæssigt perspektiv for parken, hvilket understøttes af Aarhus' og Midtjyllands stærke kompetencebase inden for dette felt.

Ovenstående er interessentgruppens grundlag for at anbefale placeringen af Food Universe i Aarhus N. Spørgsmålet om placering vil indgå i det videre analyse - og konceptudviklingsarbejde - herunder med sigte på at få trykprøvet argumentationen for at placere parken i Aarhus.

# Realisering af projektet

## Visionsfase

Virksomheder og institutioner bag Food Universe er indledningsvist organiseret som et uformelt partnerskab, der er drevet af initiativtagernes ønske om at realisere et visionært og ambitiøst projekt, der kan skabe en markant værdi for fødevarerhvervet.

I denne fase, visionsfasen, er der arbejdet med de indledende tanker om konceptet, og der er skabt enighed blandt partnerne om at indgå et tæt samarbejde om at realisere projektet.

Endvidere er kredsen af interessenter enige om, at området omkring Agro Food Park i Skejby er den ideelle placering, men også at initiativet skal være et nationalt center, hvor en ministeriel opbakning er essentiel.

## Koncept- og selskabsudvikling

Overgangen fra visionsfasen til en egentlig konceptudvikling og etableringsfase betyder, at projektet som overgang organiseres i en projektorganisation. I den kommende projektfase varetages ledelsen projektet af en styregruppe.

Gruppens formand udpeges af den fremtidige interessentkreds for Food Universe. Projektet koordineres af en koordinator, der ligeledes fungerer som sekretær for styregruppen.

I tilknytning til projektet etableres en formidlingsenhed med ansvar for de kommunikationsmæssige aspekter. Virksomhederne vil være ansvarlige for udvikling af en kommunikationsplatform. Her placeres kimen til det kommunikationsmateriale, projektet vil levere i forbindelse med offentliggørelsen.

## Projektfasen kommer til at behandle:

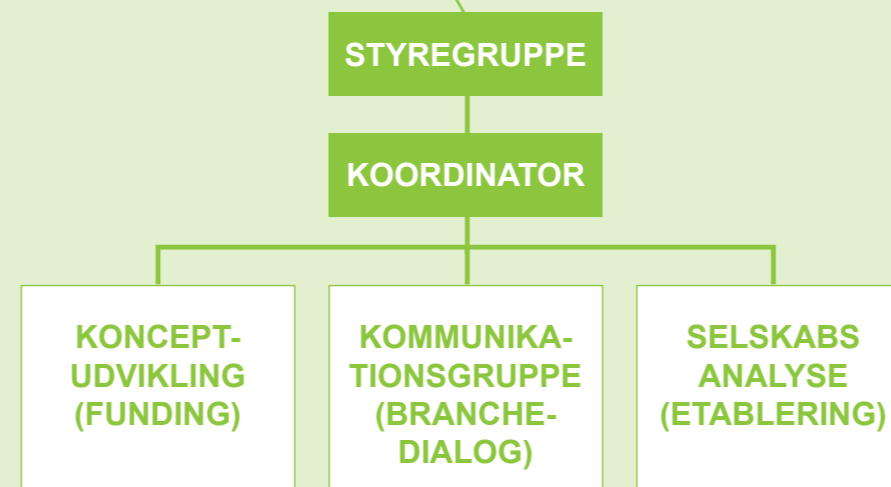
- Konceptudvikling
- Selskabsdannelse – analyse af konstruktion
- Funding
- Kommunikationsplatform

## Overgang til selskab

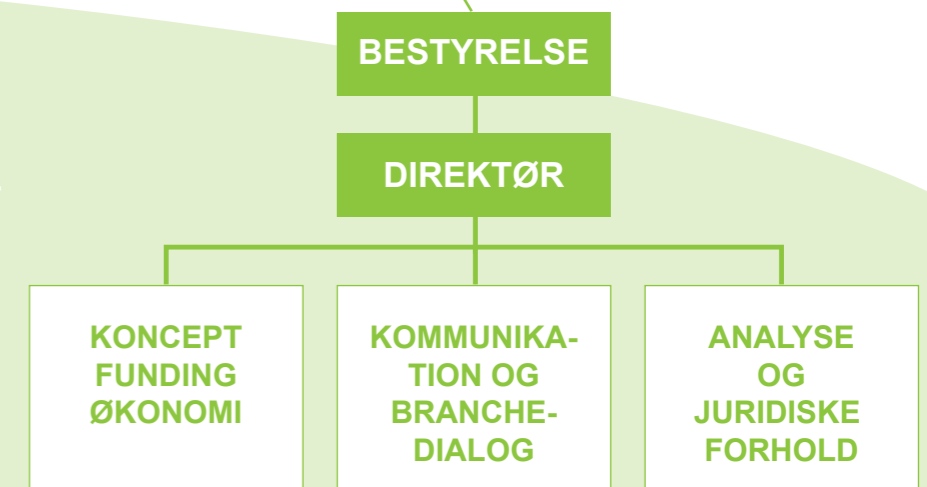
Fra årsskiftet 2012/2013 overgår organisationen til et egentligt juridisk selskab, der kan rumme både aktiver/passiver i form af både investeret kapital og jord, men også en konstruktion, hvori en fremadrettet selvstændig organisation kan opbygges. Der ansættes en leder til at drive etableringsfasen. Ministeriel involvering og projektstyring er afgørende for projektets realisering, da det skal være et nationalt initiativ.



VISIONSFASE: JANUAR - JULI 2012



KONCEPTUDVIKLINGSFASE: AUGUST - DECEMBER 2012



SELSKABSFASE: JANUAR - MARTS 2013

# Afsendere

Borgmester Jacob Bundsgaard, Aarhus Kommune

Direktør Søren Gade, Landbrug og Fødevarer

Prorektor Søren E. Frandsen, Aarhus Universitet

Direktør Lars Mikkelaard-Jensen, IBM Denmark

Direktør Peder Tuborgh, Arla Foods

Regionsrådsformand Bent Hansen, Region Midtjylland

