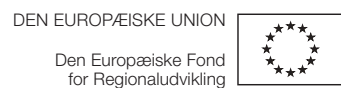


BORNHOLMS FØDEVARE STRATEGI 2017-2025

Bornholm er fyrtårnet i det danske fødevarelandskab.
Og øen skal vokse og blomstre i lyset heraf.



NOVEMBER 2017 / VERSION 1.0



Vi investerer i din fremtid



INDEKS



BORNHOLMS FØDEVARE STRATEGI 2017-2025

udgiver: Udgivet af partnerskabet Bornholms Regionskommune, Bornholms Landbrug og Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur.

oplag: 150 stk., tryk.

fotos: Martin Thaulow, Marie Louise Munkegaard, Sussi Hviid, Frederik Munch, Henrik Freek Christensen, Destination Bornholm, Vivi Gornitzka og Christian Bjørklund

grafisk design: Bergsbureau

konsulentbistand: Anders Hedetoft fra Center for Regional- og Turismeforskning (CRT), Maria Barslund og Henrik Serritslev Tvilling.

DEL 1

BORNHOLMS
FØDEVARE-
STRATEGI

- 03** | Forord
- 04** | Indledning
- 06** | Vision
- 07** | Mission
- 09** | De fire målsætninger
- 10** | Bornholm tilbyder Danmarks bedste fødevaremiljø #1
- 11** | Bornholm producerer Danmarks bedste fødevareoplevelser #2
- 12** | Bornholm vælger lokale råvarer og produktion #3
- 13** | Bornholm fremtidssikrer gennem diversitet #4
- 14** | Partnerskabet bag denne fødevarestrategi

DEL 2

BAGGRUND
OG TAL

- 16** | Fødevareudviklingen på Bornholm
- 17** | Råvaregrundlaget og eksport
- 18** | Tal, der taler
- 19** | 8 fødevaretrends 2017
- 20** | Øget fokus på gastronomi og fødevarer
- 21** | Bornholmske milepæle
- 22** | Den bornholmske fødevarekatalysator
- 23** | Danmarks fødevarefortælling



FORORD

Denne strategi er udarbejdet af Partnerskabet; Bornholms Regionskommune, Bornholms Landbrug og Gourmet Bornholm – en del af regional madkultur.

Strategien er tænkt både som et internt og eksternt værktøj. Som grundstenene i en fælles fortælling om fødevareudviklingen på Bornholm og øens fremtidsambitioner. Grundlæggende handler

det om beskæftigelse og samvirke.

Strategien skal fungere som en fælles overliggende for fremtidens fødevareudvikling på Bornholm, og dermed også som et konkret værktøj til prioritering af fremtidens indsatser og projekter.

Strategien er baseret på samtaler og input fra Bornholms Regionskommune, Gourmet Bornholm – en del af regio-

INFO

Mikkel Bach-Jensen

Gourmet Bornholm -
en del af regional madkultur
mikkel@gaarden.nu

Klaus Petersen

Bornholms Landbrug
khp@bornholmslandbrug.dk

Louise Groth-Michelsen

Bornholms Regionskommune
Louisegroth-michelsen@brk.dk



**gaarden - Gourmet Bornholm -
en del af regional madkultur**
www.gaarden.nu

Bornholms Landbrug
www.bornholmslandbrug.dk

Bornholms Regionskommune
www.brk.dk

nal madkultur, Bornholms Landbrug, Center for Regional- og Turismeforskning, Væksthus Hovedstadsregionen (Bornholm), Destination Bornholm, VisitDenmark, FOOD, LAG Bornholm, Business Center Bornholm, drøftelser i fødevareerhvervet samt på kommentarer modtaget i høringsperioden foråret 2017.

INDLEDNING



Fødevarenetværk, fødevareproducenter og især fødevareiværksættere fra hele Danmark lader sig i stigende grad inspirere af den virkekraft, som lyser ud af Bornholm. Her på øen oplever vi, at flere og flere fødevareproducenter vælger at etablere sig på øen for at blive en del af den positive energi, som fødevareudviklingen skaber. De bornholmske fødevarer er en fremragende fortælling, og vi bornholmere er stolte over historierne. Vi er gode ambassadører og sætter pris på at vise øens produkter frem til gæster - og når vi er ovre (ude at rejse). Den mest oplagte analogi - uden sammenligning i øvrigt - er, at Bornholm er fødevare-Danmarks svar på Silicon Valley. Bornholm er fyrtårnet i det danske fødevareland, og vi ønsker os, at

øen skal vokse og blomstre i lyset heraf. Den mest tydelige og mest effektive forudsætning for denne udvikling er partnerskabet mellem Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur, Bornholms Landbrug og Bornholms Regionskommune.

Partnerskabets betydning kan ikke overvurderes; der er en tydelig dynamik i samvirket mellem private og offentlige aktører, en tydelig koordinering med hele øens fødevareerhvervsfremmesystem og en tydelig styrke i det stærke mandat, som driver en fødevareudvikling på Bornholm gennem en række initiativer i form af markedsføring, produktudvikling og -innovation, eksport og kompetenceudvikling.

Bornholm er 'lille nok': Der er kort vej fra tanke til handling. Øens størrelse er ideel som fødevaretestø.

Med Bornholms Regionskommunes deltagelse sikres den politiske forankring og samtidig skabes en stærk relation til hele det bornholmske samfund. Bornholms Landbrug med primærproducenterne er rygraden i fødevareværdikæden og en både fleksibel og proaktiv del af det bornholmske samfund. Endelig er Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur den samlende paraplyorganisation for de bornholmske fødevareproducenter og forpagter af Danmarks første regionale madkulturhus - gaarden. Bornholm er kort sagt godt organiseret, og øen er populært sagt »lille nok« og dermed ideel til opstart af nye projekter og som test-ø for nye initiativer. Bornholm er afhængig af en symbiose mellem små innovative



og risikovillige virksomheder og store konsolierede virksomheder med god markedsadgang. Øen er derfor ideel som fødevaretestø.

Dog oplever vi et øget pres på det bornholmske fødevarebrand. Hvornår er et produkt bornholmsk? Hvilken position har bornholmske produkter i konkurrence med andre fødevareprodukter i Danmark? Er vores fødevarefortælling robust nok? Skal vi orientere os mod nye målgrupper og markeder og i givet fald hvilke?

De seneste års hastige udvikling har skabt et behov for et strategisk redskab, som kan bevare det positive momentum og udnytte det uforløste potentiale for udvikling og afsætning af bornholmske fødevarer og dermed

skabe bæredygtig vækst og beskæftigelse. Derfor igangsatte vi en proces, som har involveret øens fødevareerhverv og erhvervsfremmesystem, men også kompetencer uden for Bornholm.

Strategien har undervejs været i høring, og de mange svar er så vidt muligt indarbejdet i den nu færdige udgave.

Med denne strategi har vi sat retning og mål for de kommende års fødevareudvikling - og den er tænkt som et værktøj for alle fødevareaktører.

Strategiens fire målsætninger fungerer som pejlemærker for initiativer og udvikling hos de aktører, som ønsker at sætte deres præg på det bornholmske fødevarelandskab.

God læse- og arbejdslyst

Lars-Ole Hjorth-Larsen

Formand, Bornholms
Landbrug

Winni Grosbøll

Borgmester, Bornholms
Regionskommune

Jens Borup

Formand, Gourmet Born-
holm - en del af regional
madkultur

Vi arbejder for at...:

1. Bornholm tilbyder Danmarks bedste fødevaremiljø
2. Bornholm producerer Danmarks bedste fødevareoplevelser
3. Bornholm vælger den lokale råvare og produktion
4. Bornholm fremtidssikrer gennem diversitet

.. og forpligter os til en årlig fælles opsamling. Vi inviterer dig til at deltage i arbejdet. På de følgende sider kan du fordybe dig i både målsætninger og indsatser. Vi ser frem til at se dem virke sammen med jeres initiativer.



VISION

Bornholm er fyrtårnet i det danske fødevarelandskab. Og øen skal vokse og blomstre i lyset heraf.



MISSION

Med forbrugeren i øjenhøjde styrker vi i fællesskab evnen, viljen og motivationen hos øens små og store fødevarevirksomheder til at udvikle, bevare og sælge Bornholms stedbundne kvaliteter, den særegne bornholmske råvare og den særlige bornholmske fødevareoplevelse.

Strategiens fokus: **Fra partnerskab til strategi til indsats**

HVORFOR

Jobskabelse gennem koordinering og samarbejde på tværs

HVEM

Fælles kommissorium
mellem Bornholms Landbrug, Bornholms Regionskommune og Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur

Samvirke og partnerskaber
med en række andre aktører i »mad-Danmark«.

HVORDAN

En fælles vision

Fire fælles målsætninger

Fødevarestrategiens fire målsætninger

01

**Bornholm tilbyder
Danmarks bedste
fødevaremiljø**

KOORDINERET ERHVERSFREMME

Erhvervsservice, rammevilkår,
uddannelse, videndeling og
produktionsfaciliteter.

02

**Bornholm
producerer
Danmarks bedste
fødevare-
oplevelser**

SMAGEN AF BORNHOLM

Turisme, branding og sted-
bundne fortællinger.

03

**Bornholm vælger
lokale råvarer og
produktion**

ØGET SELVFORSYNINGSGRAD

Tilgængelighed, fødevaresyste-
mer og forbrugeradfærd.

04

**Bornholm
fremtidssikrer
gennem diversitet**

BÆREDYGTIG, GRØN, BEGAVET

Fra muld til mund - ved en
mangfoldighed af produkter
og produktionsformer.



#1 Bornholm tilbyder Danmarks bedste fødevaremiljø

Partnerskabet fokuserer på koordineret erhvervsfremme ved at skabe rammer og udvikling inden for erhvervsservice, rammevilkår, uddannelse, vidensdeling og produktionsfaciliteter



Bornholms Landbrug
**videreudvikler
fødevarerådgivningen på
Bornholm**

Gourmet Bornholm - en del af
regional madkultur **bidrager til
iværksætteri og tiltrækning af nye
fødevareproducenter**

Bornholms Regionskommune
**sikrer fokus og kvalitet i den fælles
erhvervsservice på
fødevareområdet**

Bornholms Landbrug:

- sikrer fokus og kvalitet i øens erhvervsservice på fødevareområdet.
- faciliterer erfagrupeer for både landmænd og fødevareproducenter.
- formidler fælles produktionsfaciliteter for småskala producenter.
- tilbyder attraktive rådgivningspakker til fødevarestartups og iværksættere.
- tilbyder attraktive innovations- og produktudviklingsforløb for fødevarevirksomheder i samarbejde med øvrige vidensinstitutioner.
- varetager koordinations- og rådgivningsopgaver inden for landbrug og fiskeri.

Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur:

- forpagter madkulturhuset og sikrer høj aktivitet både her og i gårdbutikken Skafferiet.
- indgår partnerskaber med relevante aktører i hovedstadsregionen og forfølger udviklingspotentialet i samspillet mellem land og by.
- bidrager til at facilitere gode rammer til fødevareudvikling for producenter og iværksættere, eksempelvis gennem en fødevarecentral og via rådgivning i samarbejde med partnere - gerne som testø.
- arbejder for at udvikle et nationalt ressourcecenter for maddannelse og madhåndværk - en fødevareuddannelse for producenter.

Bornholms Regionskommune:

- medfinansierer fødevareklyngen.
- har udpeget fødevarer som ét af to indsatsområder i erhvervsudviklingsstrategien.
- understøtter produktinnovation og iværksætteri
- arbejder med fødevareudbud som understøttende for øget udbud og afsætning hos lokale fødevarevirksomheder
- arbejder for at sikre Bornholm en videregående fødevareuddannelse.
- understøtter erhvervets rekrutteringsbehov.
- bidrager til udviklingen af Det blå Bornholm.

#2 Bornholm producerer Danmarks bedste fødevareroplevelser

Partnerskabet fokuserer på den bornholmske smag ved sammen at skabe rammer og udvikling inden for turisme, branding og stedbundne fortællinger



Bornholms Landbrug
udbreder forståelsen af det bornholmske terroir både lokalt og globalt

Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur **arbejder for at den bornholmske fødevarerfortælling er ét af Danmarks stærkeste turismebrands**

Bornholms Regionskommune
anvender kvalitetsfødevarer, der styrker den lokale fortælling

Bornholms Landbrug:

- styrker kendskabet til »Den bornholmske smag« med udgangspunkt i de lokale virksomheder.
- udfører praktiske dyrkningsforsøg, som kan bidrage til at videreudvikle den bornholmske smag.
- styrker virksomhedernes forretningsudvikling for eksempel gennem oplevelsesøkonomien både inden for både landbrug og fiskeri.

Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur:

- markedsfører og videreudvikler fælles varemærke for foreningens medlemmer.
- udgiver regional terroirbog - Smagen af Bornholm
- udvikler et fødevarer-/smagekorps med afsæt i Smagen af Bornholm
- bruger alle relevante rammer til at forstærke fødevarerfortællingen, herunder Madkulturhuset, Bornholms Landbrug, oplevelser hos producenter (for eksempel agroturisme), men også nyudvikling af fisk som råvare.
- udvikler serviceoplevelsen for forbrugeren
- sikrer i tæt samarbejde med Destination Bornholm at den bornholmske fødevarerfortælling når ud nationalt og internationalt.

Bornholms Regionskommune:

- sikrer, at alle køkkenmedarbejdere er kvalificerede til at arbejde med de lokale råvarer.
- informerer om det bornholmske terroir og produkter til Bornholms Regionskommunes måltidsmodtagere.
- har oprettet Mad-og måltidsfunktion i Center for Sundhed, der sikrer helhedsorienteret udvikling af gode måltider.

#3 Bornholm vælger lokale råvarer og produktion

Partnerskabet fokuserer på at øge den bornholmske selvforsyningsgrad ved sammen at skabe rammer og udvikling inden for tilgængelighed, fødevarer systemer og forbrugeradfærd



Bornholms Landbrug **styrker tilgængeligheden og synligheden af lokale varer i hele værdikæden**

Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur **bidrager til at øge den indenørs omsætning af bornholmske produkter med 30% inden 2020**

Bornholms Regionskommune **anvender 40 procent lokale råvarer i Bornholms Regionskommunes gryder i 2020**

Bornholms Landbrug:

- øger selvforsyningsgraden både i produktionen og for grossist, detailhandel, samt i hotel-, restaurations- og cafeøkener.
- styrker forbrugernes motivation til at efterspørge lokale varer inden for samtlige varegrupper (kød, mejeri, mel, fisk).

Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur:

- arbejder for, at Folkemødet og andre events på Bornholm i stor udstrækning anvender lokale råvarer.
- bidrager med viden, kompetencer og koordinering til etablering af en fødevarecentral.
- understøtter udvikling af nye produktionslinjer med viden, kompetencer og koordinering.
- deltager aktivt i udviklingen af bredere produktporteføljer med særlig vægt på fiskeprodukter, men også frugt/grønt og kød.

Bornholms Regionskommune:

- monitorerer råvareindkøbet.
- arbejder med fødevareudbud som understøttende for øget udbud og afsætning hos lokale fødevarevirksomheder.
- er partner i Madfællesskabet for herigennem at udvikle fødevarer systemer, der fremmer regionale aftaler mellem producenter og aftagere.

#4 Bornholm fremtidssikrer gennem diversitet

Partnerskabet fokuserer på at skabe bæredygtig, grøn og begavet udvikling fra muld til mund ved sammen at skabe rammer for og udvikling af en mangfoldighed af produkter og produktionsformer



Bornholms Landbrug **medvirker til udvikling af bæredygtige produktionsformer**

Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur **understøtter medlemmernes produktudvikling med baggrund i markedsbehov**

Bornholms Regionskommune **arbejder tværgående med fødevarer, mad og måltider, proaktiv sundhedsindsats og Bright Green Island**

Bornholms Landbrug:

- udarbejder grønne forretningsplaner/ bæredygtighedscertificering i hele værdikæden.
- gennemfører virksomhedsprojekter, som kan afdække forretningspotentiale ved cirkulær økonomi.
- understøtter producenternes rådgivningsbehov for omlægning til alternative produktionsformer og nicheproduktion.

Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur:

- bidrager til at udvikle testmiljøer til fødevarerudvikling og fødevarerfortælling, eksempelvis gennem grønt iværksættermiljø ved Madkulturhuset.
- sætter fokus på fødevareretendenser og forbrugertrends.
- arbejder for at sikre smidig omstilling til grønne initiativer for fødevarerproducenter.
- formidler kredsløbet »energi-landbrug-fødevarer-affald« til forbrugere gennem blandt andet Food & Energy-ture.

Bornholms Regionskommune:

- har en politisk målsætning om 20 pct. økologiske dyrkede arealer.
- anvender 60 pct. økologiske varer i egne gryder.
- bæredygtighedscertificerer 10 offentlige produktionskøkkener.
- reducerer madspild (max 10 pct. i 2020)
- sætter krav om økologisk drift i sine forpagtningsaftaler.
- videreudvikler naturplejedrift af naturområder
- genanvender systematisk den organiske fraktion fra madaffald.
- arbejder strategisk med måltider og fødevarer som en del af fundamentet for et bæredygtigt samfund.

Partnerskabet bag denne fødevarestrategi

Derfor samarbejder vi tværsektorielt om gastronomi og fødevarer på Bornholm.

Overblik over aktørerne i den bornholmske fødevareklynge

■ Bornholms Regionskommune	■ Væksthus Hovedstadsregionen
■ Bornholms Landbrug	■ Business Center Bornholm
■ Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur	■ LAG Bornholm
■ Bornholms Museum	■ Bright Green Island
■ gaarden - Bornholms madkulturhus	■ HORESTA Bornholm
■ Destination Bornholm	■ Campus Bornholm
■ Center for Regional- og Turismeforskning	

Det tværsektorielle partnerskab mellem Gourmet Bornholm – en del af regional madkultur, Bornholms Landbrug og Bornholms Regionskommune, der står bag denne fødevarestrategi, blev etableret i 2014 for at styrke sammenhængskraften og etablere synergi i udviklingen af kvalitetsfødevarer med henblik på at skabe flere jobs.

De tre parter styrker og forskellige kompetencer bringes i spil, da de tilsammen kan løfte fødevareudviklingen langt mere sammen, end de vil kunne alene.

I partnerskabet tages der initiativ til at iværksætte aktiviteter, der understøtter de lokale fødevarevirksomheders kompetenceløft, innovation, produkt-

udvikling, markedsføring og øget afsætning, herunder eksport.

Partnerskabet har også til formål at prioritere og målrette den bornholmske fødevareindsats, så vi ikke involverer os i for mange initiativer og projekter, men sikrer, at Bornholm får mest muligt ud af de projekter, vi vælger ud. Partnerskabet har siden opstarten bevist, at der

er et behov for koordinering og synergi-optimering i den bornholmske fødevareindustri. Gennem den koordinerede indsats sikrer partnerskabet et fælles talerør, en optimering i forhold til indsats og en større sammenhængskraft.

En fremtidig mulighed er, at partnerskabet orienterer sig bredere med relevante og interesserede partnere.

Del 2



FØDEVARE

UDVIKLINGEN I DANMARK

OG PÅ BORNHOLM

BAGGRUND OG TAL

Bornholmere og turister på øen spiser og drikker årligt for mere end 1 mia. kr., heraf udgør forbrug af økologiske produkter ca. 5 procent.

Fødevareudviklingen på Bornholm

Bornholm har i flere årtier været associeret med gode lokale fødevarer og smagsoplevelser og er ofte omtalt som et af Danmarks bedste spisekamre.

Bornholm har i flere årtier været associeret med gode lokale fødevarer og smagsoplevelser og er ofte omtalt som ét af Danmarks bedste spisekamre.

Lokale producenter og ildsjæle har i dén grad ladet sig inspirere af manifestet for Ny Nordisk Mad (2004) og udnyttet det bornholmske terroir, de kolde vintre, de lange sommeraftener, det rene vand og naturens mange muligheder.

Dette kombineret med Bornholms unikke beliggenhed, de mange solskinstimer, øens passionerede ildsjæle, viljen til innovation og lokal stolthed har skabt grobund for en sund fødevareudvikling på øen målt i øget produktivitet og værdiskabelse.

Den primære fødevareproduktion udgøres af landbruget og fiskeriet. Beskæftigelsesmæssigt har begge sektorer mistet en stor del af fordums styrke. In-



den for fiskeriet blandt andet på grund af et restriktivt kvotesystem; inden for landbruget på grund af omfattende rationaliseringer, der gør det muligt at producere de samme (stigende) mængder med færre arbejdskraftsressourcer.

Espersen A/S, Danish Crown, Bornholms Andelsmejeri, Bornholms A/S og Bornholms Valsemølle A/S er eksempler på lokale fødevarevirksomheder med stor eksport.

Dertil kommer en lang række små og mellemstore lokale fødevareproducenter, som bidrager til den øgede fokus på bornholmske kvalitetsprodukter og det fødevarebrand, som Bornholm har skabt. Langt hovedparten af disse virksomheder har mellem 1 og 9 beskæftigede.

Bornholm har gennem et bredt samarbejde allerede igangsat en række indsatser på fødevareområdet – både

offentlige og private. Eksempelvis vil Væksthus Hovedstadsregionen med initiativet »Bornholm ud i Verden« udvælge potentielle bornholmske fødevarevirksomheder, som skal øge internationaliseringen og salget uden for Bornholm.

Bright Green Island-visionen fra 2007 har lagt kimen til et samfund hvor alle bidrager, hvor vi tænker i selvforsyningsgrad både i forhold til arbejdskraft, fødevarer, energi og hvor vi arbejder for en ren infrastruktur og stor biodiversitet.

Visionen står som et naturligt pejlemærke for fødevarerelaterede initiativer, der med fokus på bæredygtighed og ressourceeffektivitet bærer udviklingen af det bioøkonomiske aspekt i fødevareproduktionen.

Råvaregrundlaget og eksport

Det bornholmske samfund, øens landmænd, øens fiskere og fødevareproducenterne er samlet set dybt afhængige af gode eksportmuligheder.

Det dyrkede areal på Bornholm udgjorde i alt 33.000 hektar (2016). Det svarer til 56 procent af arealet på Bornholm.

I 2016 omsatte det bornholmske landbrug for 1,235 mia. kr.

Produktionen af slagtesvin udgjorde 830 mio. kr., og den bornholmske produktion af slagtesvin har en størrelse, der kan forsyne 1 mio. danskere.

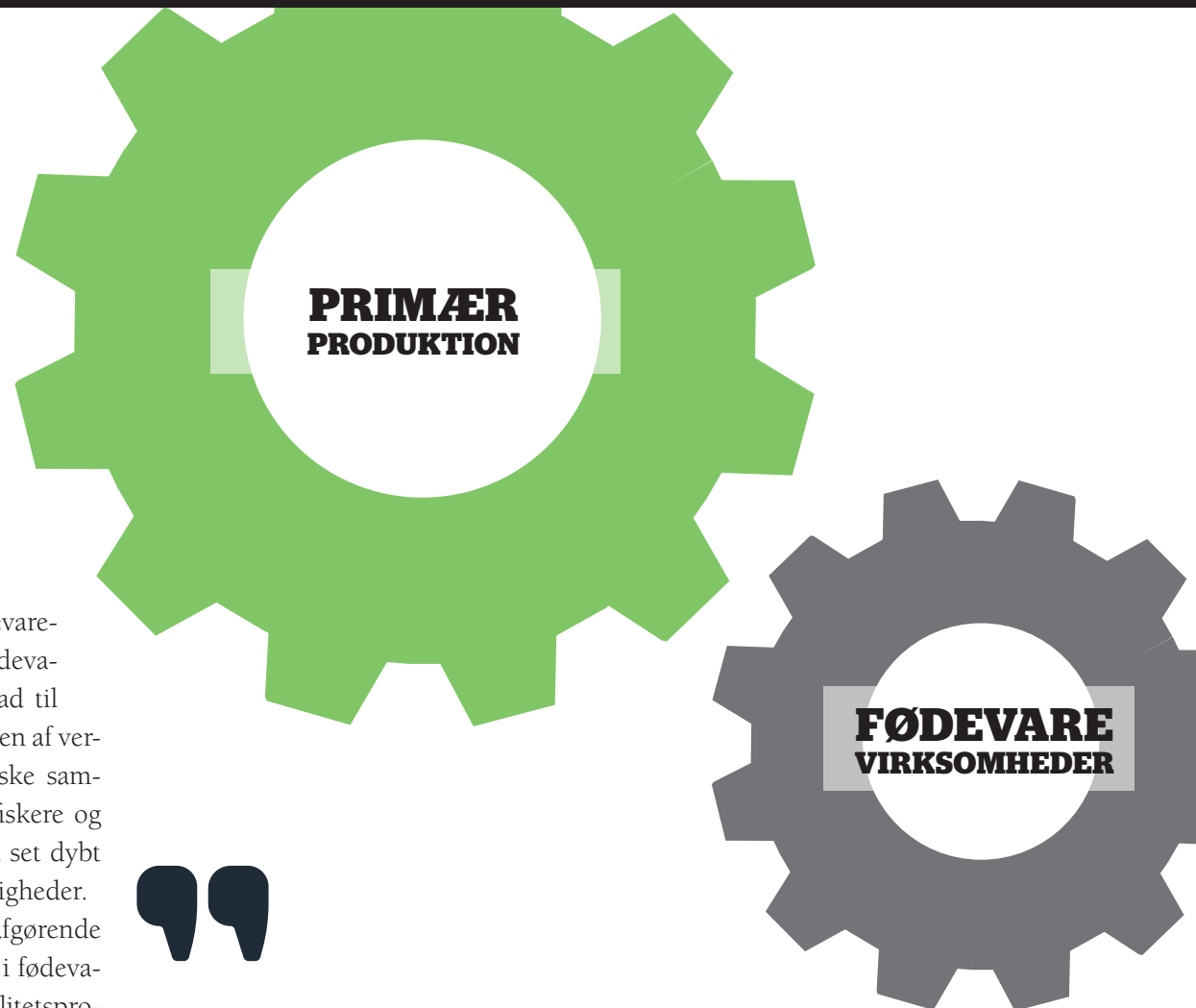
I 2016 producerede 5.000 bornholmske malkekøer i alt 57.000 ton mælk. Langt størstedelen af mælkeproduktionen ender som ost på eksportmarkedet. Samlet set bidrager malkekøerne med en omsætning på op mod 285 mio. kr.

Fiskeriet landede fisk for ca. 33 mio. kroner på Bornholm i 2016. Tæller man de udenøslandinger med, så ligger tallet på cirka 67 mio. kr.

Landmænd, fiskere, fødevareindustri og de mange små fødevareproducenter producerer mad til Bornholm, til Danmark og resten af verden. Derfor er det bornholmske samfund, øens landmænd, øens fiskere og fødevareproducenterne samlet set dybt afhængige af gode eksportmuligheder.

Bornholmske råvarer er afgørende for, at bagere, kokke og andre i fødevarebranchen kan levere et kvalitetsprodukt med en spændende og troværdig historie. Primærproducenterne har en betydelig rolle i den bornholmske samfundsudvikling og er et stort tandhjul i fødevareproduktionens værdikæde - også hvad angår beskæftigelse.

I 2015 beskæftigede 449 bornholmske landbrugsbedrifter i alt 754 mennesker.



Råvareproducenterne står for det ofte usynlige forarbejde med råvaregrundlaget, der spiller en afgørende rolle for, at fødevareproducenten, bageren og kokken kan levere et troværdigt produkt og en autentisk historie, inden de forarbejdede varer havner på forbrugers tallerken.

Skønsmæssigt arbejder der i 2017 mellem 650 og 700 mennesker i de fødevareforarbejdende erhverv: slagteri, fiskeindustri, mejeri, bageri og anden industri og forarbejdning. Hertil skal så lægges et større antal arbejdspladser inden for rådgivning, transport og byggeri som er direkte afledt af den bornholmske fødevareproduktion.

Tal, der taler

Gastronomi og fødevarer på Bornholm.

Den bornholmske fødevarersekter står for 7-8 procent af den samlede bornholmske værdiskabelse.

Inkluderer man den fødevarerrelaterede omsætning fra hoteller og restauranter i beregningen, så stopper lommeregneren på 1.055 mio. kr. (2015). Det svarer til 12 procent af den samlede værdiskabelse på Bornholm.

Bornholm har i dag over 80 fødevarerforarbejdende virksomheder. Halvdelen sælger deres varer i hele Danmark, og tæt på 20 eksporterer til udlandet.

Samtidig er der (august 2017) over 40 nye fødevareriværksættere i gang med produkt- og forretningsudvikling.

Et stigende antal fødevareriværksættere er ikke uddannet inden for fødevarerindustrien, hvilket er en stor styrke med hensyn til nytænkning og innovation.

Denne udvikling skaber også et stigende rådgivningsbehov.

I 2016 var 60 procent af maden i Bornholms Regionskommunes offentli-



ge institutioner økologisk med brug af flest mulige lokale fødevarer.

Det samlede forbrug af økologiske fødevarer på Bornholm (husholdninger og turister) skønnes at udgøre 52 mio. kr. Det svarer til 5 procent af det samlede forbrug af føde- og drikkevarer på Bornholm.

Bornholms Regionskommune indgik i 2016 en ny fødevarerindkøbsaftale, der giver mulighed for, at kommunens køkkener kan indkøbe lokale sæsonvarer hos bornholmske producenter uden for aftalen. Regionskommunen samarbejder med leverandøren om, at flere bornholmske fødevarer optages i sortimentet.

I 2015 udgjorde det økologiske dyrkningsareal 1453 hektar inklusiv jord under omlægning.

Det svarer til 4,4 procent af Bornholms samlede dyrkningsareal. (6,7 procent på landsplan). Ambitionen er, at fødevarerstrategien skal bidrage til at løfte det økologisk

dyrkede areal til 20 % inden udgangen af 2025.

Gaarden - Bornholms madkulturhus gennemfører mere end 220 arrangementer om året fordelt på workshops, gruppearrangemeter, netværksarrangemeter, festivaler, skoleklasser m.m.

Kokkekonkurrencen Sol Over Gudhjem (hvert år sidst i juni måned) tiltrækker mere end 10.000 besøgende og vises direkte på TV2.

Bornholm har én Michelinrestaurant (Kadeau, 2017). 10 restauranter er med i Whiteguide 2016/2017 (6 nye restauranter i forhold til 2015). Derudover er der 3 restauranter i Whiteguide Nordic.

Over 60 restauranter og fødevarerproducenter er medlem af Gourmet Bornholm – en del af regional madkultur.

Gastronomi er et centralt tema i Destination Bornholms pressearbejde. I 2015 blev der skabt gastronomimtaler til en værdi af 4,6 mio. kr., som nåede ud til mere end 4,2 mio. læsere, lyttere og seere.

8 fødevaretrends 2017

Kilde: 8 Fødevaretrends 2017, Landbrug & Fødevarer dec. 2016

01

Gennemsigtighed

Tilbage til kilden.

02

Ren mad

Så naturligt og ægte som muligt.

03

Fri for

Når "renheden" udfordrer det naturlige.*

04

Alt med måde

En mere holistisk sundhed på vej.

05

Ansvarligt forbrug

Giver god samvittighed.

06

Bæredygtighed

Balance i regnskabet.

07

Flexitaren i front

En udfordret kødkultur.

08

Foodies længe leve

Madoplevelser og -nørder.**

* Produkter, der er "fri for" forskellige ingredienser, som råvaren ellers indeholder i sin naturlige oprindelse. Det betyder, at produkterne skal gennemgå yderligere industriel forarbejdning, hvilket er i modstrid med øvrige tendenser. ** De såkaldte foodies rejser næsten udelukkende for at få en specifik madoplevelse f.eks. et besøg på en kendt restaurant eller smage en bestemt råvare.

Øget fokus på gastronomi og fødevarer

1990erne

Maden som udtryksform

- Kokkefaget får prestige.
- Tv-madprogrammer er populære.
- Alverdens køkkener bliver afprøvet, men mange kokke vender tilbage til »fra jord til bord-tankegangen« med fokus på gode danske og lokale råvarer.

Fødevareministeriet oprettes

- I 1996 bliver Landbrugs- og Fiskeriministeriet omdannet til Fødevareministeriet (Miljø – og Fødevareministeriet, 2016).

2004

Ny Nordisk Mad manifesteres

- En stor succes i hele Norden.
- Konceptet er demokratisk snare end elitært.
- Landmænd, fødevareproducenter, politikere, hjemkundskabslærere, tjenestemænd, fødevareforskere, gourmetkokke og forbrugere er med til at udforme det nordiske køkken.
- (2005) Stafetten gives videre til Nordisk Ministerråd, som sætter Ny Nordisk Mad på den politiske dagsorden.

00erne

Mad bliver til oplevelser

- (2007) »Smagen af Danmark« med Claus Meyer vises i mere end 60 lande til over 100 mio. potentielle seere.
- Turisterhvervet får for alvor øjnene op for et nyt oplevelsesprodukt med »fra jord til bord«, gård- eller bryggeribesøg.
- Eventen Sol over Gudhjem afholdes første gang i 2009.
- (2007) NOMA får to Michelin-stjerner og kåres som verdens bedste restaurant i 2010, 2011, 2013 og 2014.

10erne

Fokus på lokale varer

- Fokus på smag, det gode måltid og flere lokale varer på hylderne.
- Flere supermarkeds kæder sætter fokus på lokale varer.
- (2011) Rasmus Kofoed vinder EM for kokke og Bocusé d'Or.
- COOP lancerer madmanifest, der blandt andet har fokus på lokale varer.
- (2015) Aarhus får sine første Michelinstjerner.
- (2016) Michelinstjerner udbreddes i hele Danmark - blandt andet til Kadeau på Bornholm.
- Danmark får sin første trestjernede Michelinrestaurant.

Bornholmske milepæle

1995

- Culinary Heritage lanceres af EU. I 2001 etableres foreningen Regional Madkultur Bornholm,

00erne

- Fødevareambassadør ansættes.
- Gudhjem Mølle indvies som regionalt fødevarefyrtårn af Prins Henrik.
- Kadeau etablerer sig på Bornholms sydkyst.
- Sol over Gudhjem afholdes for første gang med 5-600 besøgende.

10erne

- gaarden - Bornholms madkulturhus indvies.
- Sol over Gudhjem: 10.000 besøgende og TV2 direkte.
- Partnerskab mellem Gourmet Bornholm – en del af regional madkultur, Bornholms Landbrug og Bornholms Regionskommune etableres.
- Bornholms fødevareklynge etableres med Bornholms Landbrug som operatør. Bornholm får en fødevarekatalysator, der organiserer de lokale erhvervsfremmetører til gavn for virksomheder og iværksættere.
- Partnerskab mellem COOP og Gourmet Bornholm – en del af regional madkultur etableres.
- Borgmestrene i Lejre, København og Bornholm etablerer Madfællesskabet, der er et nyt og gensidigt udbytteigt samarbejde mellem by og land.
- Økologiandelen i Bornholms Regionskommunes køkener er 60% i 2016. (5% i 2013).
- Partnerskabet tager initiativ til en fælles fødevarestrategi for Bornholm.
- Regionskommunen indgår ny fleksibel fødevareindkøbsaftale med mulighed for indkøb af lokale varer.
- FOOD+ENERGY-tours etableres.
- Magasinet »Mad & Mennesker« udkommer.

2017

- Hallegaard etablerer multislagtehus.
- Dronning Margrethe den 2. besøger gaarden.
- Bornholms Landbrug og Bornholms og Christiansøs Fiskeriforening sætter gang i en særlig indsats, der skal reetablere og udvikle det kystnære fiskeri.
- Gourmet Bornholm - en del af regional madkultur finder smagen af Bornholm. Det særlige bornholmske terroir bliver defineret.
- Historier om de bornholmske fødevarer rammer blandt andet New York Times, New York Post, Vogue, Condé Nast Traveller og Yam.
- Bornholms Landbrug og Bornholms Regionskommune sætter fart på den økologiske dagsorden med flere forskellige initiativer.

Den bornholmske fødevarekatalysator

Alle erhvervsfremme-aktører deltager i den bornholmske fødevarekatalysator

Til det bornholmske fødevare-erhverv og kommende fødevareiværksættere er der etableret en fødevarekatalysator, som stiller viden til rådighed for at hjælpe virksomhedernes forretningsudvikling til vækst.

Den bornholmske fødevarekatalysator består af et samarbejde mellem Business Center Bornholm, Center for Regional- og Turismeforskning, Væksthus Hovedstadsregionen, Bornholms Landbrug og Gourmet Bornholm – en del af regional madkultur.

Det vil sige fem åbne døre, der gør det lettere, smidigere og hurtigere at komme fra jord til bord.

Den bornholmske fødevarekatalysator er **dit** værktøj



Den bornholmske fødevarekatalysator vejleder, skaffer viden, finder pengetanke og tilskudsmuligheder, graver løsninger frem, tilbyder (kom-mende) virksomheder genveje, erfaringer, ny viden og netværk – alt sammen med henblik på at styrke forretningsudviklin-gen.

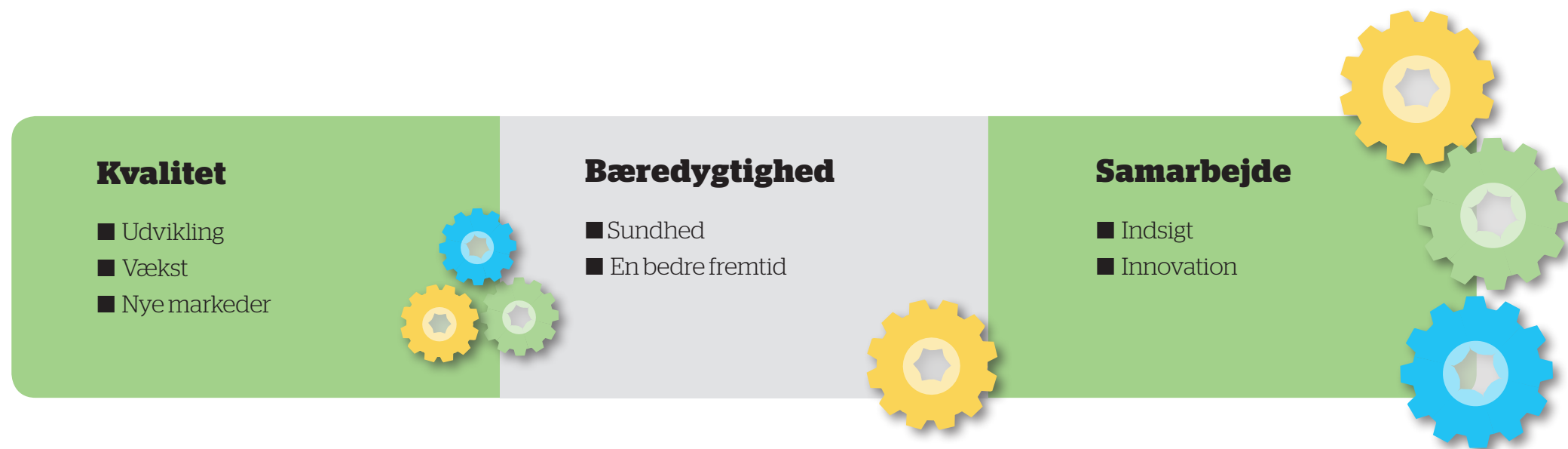
Download pjece om Bornholms fødevarekatalysator på gardens hjemmeside.

Direkte link:

<https://www.gaarden.nu/foedevarekatalysator/>

Danmarks fødevarefortælling

»Med rødder i en stolt fødevaretradition sælger Danmark sunde, bæredygtige og velsmagende kvalitetsfødevarer og løsninger på fremtidens udfordringer.«



Ligesom vi på Bornholm har indgået et tværsektorielt partnerskab omkring fødevareudviklingen, er der på nationalt plan i regi af bl.a. Miljø- og Fødevareministeriet, FOOD og private fødevareproducenter udarbejdet en national fødevarefortælling, som danner grundlag for en mere ensartet fortælling mellem de mange aktører inden for fødevare-



branchen og den brede oplevelsesøkonomi.

Fødevarefortællingen er skabt ud fra følgende vision:

Med rødder i en stolt fødevaretradition sælger Danmark sunde, bæredygtige og velsmagende kvalitetsfødevarer og løsninger på fremtidens udfordringer.

Essensen i fødevarefortællingen er kvalitet, bæredygtighed og samarbejde, og ligger fint i tråd med ambitionerne for den bornholmske fødevareudvikling.

Se mere på www.foedevarefortaellingen.dk



BORNHOLMS FØDEVARE STRATEGI 2017-2025