



oplevelsmeden

gaarden

NORDEA
FONDEN

Vi støtter gode liv

Evaluerings af »**gaarden** - Bornholms
madkulturhus som nationalt knudepunkt i
regional maddannelse«

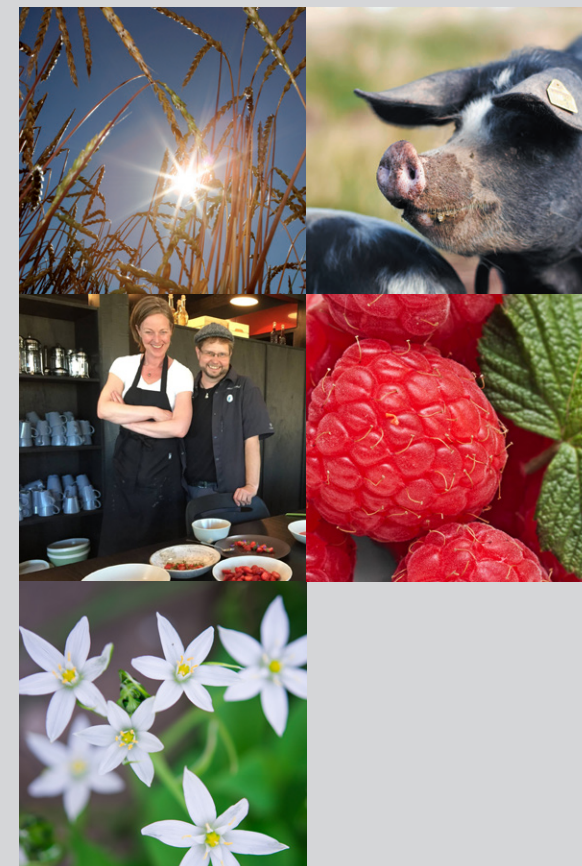
INDLEDNING

gaarden var det naturlige omdrejningspunkt for en ansøgning til Nordea-fonden i sommeren 2015. Missionen: at være scene for aktiviteter, oplevelser og processer, der gør **gaarden** til et kulinarisk mødested for fødevareerhvervet regionalt, nationalt og internationalt, for bornholmerne og øens gæster med maddannelse som den naturlige overskrift.

Et dengang helt nyt privat/offentligt partnerskab mellem Bornholms Regionskommune, Bornholms Landbrug & Fødevarer og Gourmet Bornholm funderet i en bevilling fra Erhvervs- og Vækstministeriet på kr. 5. mio. skulle danne dels det økonomiske grundlag, men især indholdet til i alt fire forskellige aktivitetsspor:

- 1) Produktudvikling og innovation med **gaarden**/Gourmet Bornholm som primær samarbejdspartner til Bornholms Landbrug & Fødevarer.
- 2) Netværksaktiviteter med fokus på salg, eksport og internationalisering.
- 3) Kompetenceudvikling.
- 4) Events & aktiviteter med fokus på madoplevelser med udgangspunkt i det nye madkulturhus **gaarden** / Bornholms Museum.

Ansøgningen tog afsæt i, at **gaarden** havde en unik mulighed for at skabe en kobling mellem borgere, turister og fødevareaktører. En unik mulighed for at skabe en kobling mellem havet, skoven, marken, maden og menneskene.



INDLEDNING

gaarden blev fra starten tænkt stort og der var store forventninger til, hvad et kombineret oplevelseshus for Bornholms madkultur til bornholmere og turister samt et branchehus for øens fødevareerhverv kunne bidrage til. Det var på denne baggrund – altså i koblingen til både borgere, turister og fødevareaktører, at vi skrev ansøgningen og tilføjede: Med sit regionale udgangspunkt – og med de åbenlyse fordele der følger med et madkulturhus, som er placeret i et fortættet fødevarelandskab på Bornholm og i direkte tilknytning til et eksisterende landbrugsmuseum med afgrøder, dyrehold, stedbundne kvaliteter og regional forankring, kan **gaarden** blive et naturligt trinbræt for ny viden og nye oplevelser for hele Danmark.

Det har været en fantastisk rejse sammen med dygtige og engagerede samarbejdspartnere både på og udenfor Bornholm gennem de sidste tre år. **gaarden** har udviklet sig med mange flere besøgende og aktiviteter, men Bornholm er fulgt med. Der er sat nye, ambitiøse mål for, hvordan Bornholm skal udvikle sig som fødevare-ø i en ny fødevarestrategi og **gaarden** bliver ved med at udfordre oplevelsen for gæsten og især det fællesskab der opstår, når mennesker bliver sat sammen i en inspirerende ramme.

Tusind tak for muligheden for lade **gaardens** potentiale udfolde sig i samvirket mellem regionale og nationale gæster og samarbejdspartnere. Vi er stolte over at kunne konstatere, at **gaarden** er blevet et knudepunkt for maddannelse, men også en katalysator for fælles aktiviteter på tværs af alder, køn, social status, nationalitet, brancher og faglighed.

Med venlig hilsen

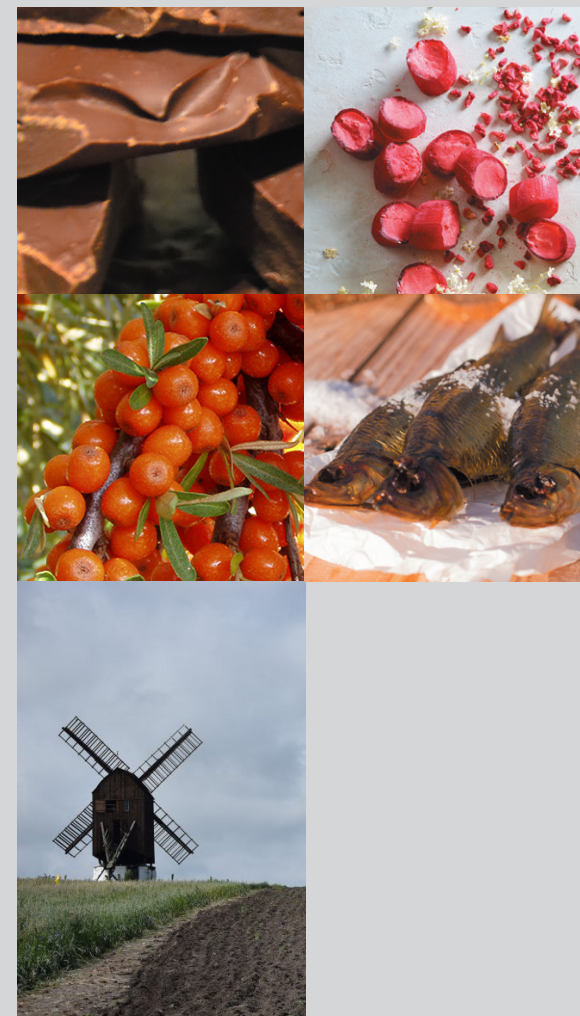
Jacob Bjerring-Hansen

Direktør, Bornholms Museum



DET HURTIGE OVERBLIK

- Stor stigning i antallet af arrangementer på **gaarden** – over 300 om året.
- Stor stigning i antallet af gæster – fra 14.000 i 2014 til næsten 30.000 i 2018.
- **gaarden** sætter en tydelig dagsorden for fødevareudvikling på Bornholm sammen med partnerskabet bag Bornholms Fødevarestrategi (bilag 1).
- **gaarden** er inspiration for en række nye og kommende madkulturhuse i Danmark og der er blevet delt grundigt ud af erfaringer til netværk og grupper fra hele landet samt til grupper fra blandt andet Sverige, Norge, Tyskland, USA, Frankrig og Polen.
- Der er etableret værdifulde samarbejder med læringsinstitutioner som fx Aalborg Universitet, Center for Regional- og Turismeforskning, Smag for Livet, Campus Bornholm, Københavns Universitet, Metropol, Madkulturen m.fl., ligesom flere af disse har medvirket ved kurser, workshops eller konferencer.
- Lejrskoler fra resten af Danmark og skoler fra Bornholm er blevet en tydelig og markant formidlingsopgave på **gaarden** med en etableret skoletjeneste som en del af projektet og aktivitetsforløb til ca. 2.000 elever eller ca. 80 skoleklasser årligt.
- **gaarden** er en integreret del af arbejdet med Bornholms Fødevareklynge, som er evalueret af COWI. 140 lokale virksomheder har deltaget i klyngeaktiviteter og størstedelen af dem har været igennem **gaarden** for hjælp til produktudvikling med udgangspunkt i oplevelser og Bornholms madkulturelle fortælling og terroir. Evaluering



DET HURTIGE OVERBLIK

af fødevareklyngeprojektet er positiv: 3,8 ud af 5. (bilag 2). COWI bemærker blandt andet potentialet for arbejdet med oplevelser.

- Madoplevelser til forskellige grupper, familier, madklubber m.m. er den næststørste gruppe efter lejrskoler/skoler med ca. 80 arrangementer i madkulturhuset årligt.
- **gaarden**TV har undervejs i projektet været en central del af formidlingen og kommunikation til gæster og besøgende. Der er lavet over 60 forskellige produktioner, små som store - herunder læringsvideoer med kendte kokke og undervisere, udsendelser med TV2/Bornholm, præsentationsfilm med Søren Gericke m.m.
- **gaarden.nu** er blevet udbygget som platform for aktiviteter, kobling til fødevareproducenter og spisesteder samt inspiration til gæster. Sammen med **gaardens** Facebook og Instagram er den en væsentlig kommunikationskilde.
- **gaarden** er eksponeret særdeles godt i Bornholms generelle markedsføringsmateriale – dels med redaktionel omtale, dels med annoncering og egne produktioner, men især gennem pressearbejde og PR.
- **gaarden** har været omdrejningspunkt for udviklingen af en lang række events og festivaler, herunder Bier & Blomster, Kulinarisk Ø – Bornholms Madfestival, Kjøsebærasønda', Grønne Fif & Fiduser, Bornholms Drikkefestival, Fars Skolekøkken, Vild Mad-events, Bornholms Kulturuge og **gaardens** madkulturfest, Æblets Dag m.fl.



Brobygning mellem videninstitutioner og projektet

HVEM Videninstitutioner og fødevarenetværk.

MÅL Mindst to tilknyttet.

RESULTAT **gaarden** har etablerede samarbejder med en lang række videninstitutioner, blandt andre Campus Bornholm, Aalborg Universitet, Københavns Universitet, projektet ”Smag for Livet”, Center for Regional- og Turismeforskning, Metropol, Suhrs Højskole, CPH Business, Madkulturen, Kbh Madhus, Bornholms Højskole m.fl. Samarbejdet omhandler fx undervisningsforløb til **gaardens** ”Smags- og Fødevareguider”, praktikforløb, paneldeltagelse på konferencer, dyrkningsprojekter, forløb med PhD-studerende, udviklingsforløb mellem studerende og fødevareproducenter m.m.

BUDGET Kr. 40.000

REALISERET i projektperioden: kr. 28.226,25

KOMMENTAR Et eksempel på en aktivitet, hvor vi har fået meget for pengene, eller rettere – den tid, vi har brugt på at udvikle samarbejdet til de forskellige videninstitutioner.



gaarden besidder en stærk viden og stor erfaring inden for formidling af viden om mad i bred forstand, der sikrer høj kvalitet i de aktiviteter, de indgår i. **gaardens** folk udstråler derudover en begejstring og et engagement i mad, smag og alt det, børn og voksne kan lære gennem dette, som smitter både samarbejdspartnere og gæster. Det har vi i Smag for Livet nydt godt af i flere forskellige samarbejdsprojekter, der alle har ført til nyskabende og inspirerende aktiviteter om at udbrede viden om smag.

MIKAEL SCHNEIDER

Projektkoordinator | Smag for Livet
Chefkonsulent | Anvendt Forskning i Pædagogik og Samfund

Brobygning mellem videninstitutioner og projektet



Tak til Thomas Guldbæk for at indvie os i ideer og tankerne bag Bornholms Madkulturhus og Melstedgård. Jeg er blevet meget inspireret af besøget og rundvisningen. Både formidlingstilgangen og de fantastiske faciliteter, har inspireret mig til at arbejde videre med min egen praksis og de omgivelser, der danner grundlag for vores formidlings- og læringsrum. Jeg glæder mig til også i fremtiden at skele til, hvad der sker på **gaarden**.

JOHNNY SKJOLDBORG KROG

Daglig Leder Skolelandbruget og Haver til Maver Furesø, Vild Mad formidler, Naturvejleder og Kursusleder på Naturvejlederuddannelsen på KU



Bornholms Madkulturhus har siden åbningen været en fast ekstern læringsplatform for vores kokkeelever på Mad & Mennesker. Hvert forløb lægger nye lag til elevernes forståelse af den bornholmske madkultur og hvordan mad kan formidles og opleves. Vores undervisere kommer også berigede hjem, for **gaardens** mange muligheder er meget anderledes end dem, vi har hjemme i undervisningskøkkenet.

OLE B. LARSEN

Uddannelsesleder, Mad og Mennesker - Campus Bornholm



Vores samarbejde med Bornholms Madkulturhus har åbnet nye veje og måder at tænke Fars køkkenskole. Blandt andet har de oprettet køkkenkurser med gourmetkokke som undervisere og udfordret fædre og børn på fortsætterhold. Kreativiteten og inspirationen fra Bornholms madkulturhus har vi kunnet give videre til vores andre medlemskommuner rundt om i hele Danmark.

JONAS VIGKILDE

Projektleder Fars Køkkenskole

Madoplevelser til familier

MÅL 60 aktiviteter årligt (inkl. weekender) i højsæsonen (fra ca 1. juli – 31. august). Besøg af 20.000 familiegæster i 2016 mod 10.000 gæster i 2014.

RESULTAT Med tæt på 100 forskellige aktiviteter og madoplevelser til familier årligt, har vi været mere aktive på dette projektmål end forventet. Antallet af familiegæster pr. år er således også lidt højere end de 20.000, som var målsætningen. Det er især til denne målgruppe, at vi med stor glæde har noteret os **gaardens** virkelige værdi, nemlig rammen omkring det sociale fællesskab der opstår, når en gruppe med samme interesse, men forskellige forudsætninger, sættes sammen.

BUDGET Kr. 1.050.000

REALISERET i projektperioden: kr. 954.172,37



Jeg synes **gaardens** kurser er rigtig gode men også meget inspirerende. Jeg var fx på iskursus og det inspirerede mig til at ønske mig en ismaskine i julegave. Det fik jeg og så lavede jeg nogle af de opskrifter vi havde fået. De har både kurser for børn og voksne så alle kan komme til det. Jeg synes at man skal tage på kursus på **gaarden**.

IDA ELLEBY LUND, 11 ÅR

Madoplevelser til familier



På **gaarden** går sjov, leg og læring hånd i hånd. Vores familie har deltaget i en række kurser, hvor vi blandt andet har lavet is, pizza samt udfordret vores smagssanser til alles store fornøjelse. Hvert besøg har givet lyst til og mod på mere madlavning derhjemme. **gaardens** undervisere er meget kompetente og er så dygtige til at formidle deres viden også i børnehøjde.

HELLE MOGENSEN



Siden min 6-årige søn og jeg flyttede til Gudhjem for 2 år siden, har vi benyttet os af de helt enestående tiltag som **gaarden** står for. Med en kæmpe forkærlighed for Bornholm og naturen, har vi gang på gang oplevet, hvordan **gaarden** formår at omsætte tungere faglig formidling om både biologi, historie, gastronomi og Bornholmske traditioner, på et plan så alle aldre kan være med. Således har vi deltaget i ”Mad over bål” event, hvor vi var repræsenteret af hele tre generationer, som alle fik en helt unik naturoplevelse som vi stadig taler om i dag. Ligeledes benytter vi hver kærvkommen lejlighed til at komme på urtetur, da der altid er nyt at lære, og min søn fortæller med stor begejstring sine klassekammerater om, hvorfor de netop skal plukke en buket Belis med hjem til deres mor til salaten, i stedet for at træde på dem på fodboldbanen. Æblets dag er blevet fast tradition, ligesom sommeren kun bliver skudt ordentlig i gang med et iskursus, hvor vi gerne har venner med børn fra København med, der efterfølgende har været så begejstrede for alle **gaardens** kurser og events, at de nu giver kurser i gave og tilrettelægger deres ferier herefter.

NANNA LØVE CLAUSEN

Regionale madklubber

HVEM Uorganiserede private 'madklubber' (familier/ voksne) eller sociale aktiviteter med måltidet som udgangspunkt

MÅL 30 forløb á 1-3 aftener.

RESULTAT Over 50 forløb i projektperioden, men kun 4 over mere end én aften. Vi så tidligt i projektet, at der var en spændende ressource i madklubberne i form af engagerede bornholmere, som vi har brugt som frivillig hjælp til afvikling af events og festivaler. Igen er disse forløb et godt eksempel på, at det er **gaardens** rammer og platform, som kan danne udgangspunktet for et fællesskab.

BUDGET Kr. 220.000

REALISERET i projektperioden: kr. 240.160,51



Vi har ved flere lejligheder været med til forskellige aktiviteter på **gaarden**, blandt andet Bornholm Kulturge. Det har været nogle gode oplevelser, fordi de arrangementer vi har været med til, har været godt tilrettelagt og haft et spændende indhold. På trods af at vi ikke er professionelle, er vi blevet godt modtaget, både af **gaardens** ansatte samt gæsterne, hvilket har medvirket til at arrangementerne er blevet afviklet i en god ånd. Vi har desuden brugt madkulturhuset til vores madhold, og selvom vi næsten alle er født på Bornholm, er vi alligevel blevet klogere på den bornholmske madkultur undervejs.

Med venlig hilsen

**MADHOLDET FRA MELSTED
OG ØSTERLARS.**

Konkretisering af formater og metoder til formidling og aktiviteter

HVEM Deltagere i madklubber, familier samt 4-6 klasser og lejrskoler, brugere af **gaarden.tv**

HVAD Udvikling af 8 formater til afprøvelse i projektet. 2 i 2015, 4 i 2016, 2 i 2017.

RESULTAT På samme måde som ”Madoplevelser til familier” blev en større aktivitet end forventet, har udviklingen af formater og metoder været et spændende udgangspunkt for udvikling for **gaardens** madformidlere. Således er der blevet eksperimenteret med mange forskellige måder at møde målgruppen på undervejs i forløbet, og efterhånden som vi blev helt dus med madkulturhuset og hele **gaarden** som udgangspunkt for formidling, var det oplagt at lade vores gæster teste formater og metoder ved blandt andet bålpladsen, i møllen, på markerne og i bygningerne, men også gennem nye måder at interagere med grupperne, fx med gamle lege, kombinationen af gammelt og nyt, håndværk, teknik i køkkenet og meget mere. Koblingen til **gaardenTV** med hjælp fra fx skoleklasser var et godt og spændende, men meget tidskrævende redskab, som vi derfor valgte at nedtone i løbet af projektperioden.

BUDGET Kr. 150.000

REALISERET i projektperioden: kr. 175.341,10



Formater og metoder til formidling og aktiviteter



I forbindelse med opstart af Madskolerne på Bornholm har vi med stor glæde brugt Madkulturhuset **gaarden**, hvor vi af flere omgange har været med alle klasserne fra 0. til 7. årgang på Hans Rømer skole i Aakirkeby. Vores fokus for dagene har været at give eleverne historien bag den mad, vi spiser i dag med indblik i den kost vi levede af for 200 – 100 år siden og derved få forståelse for hvor maden kommer fra og samtidig se og opleve naturen som en ressource, vi kan gøre brug af i hverdagen og skal passe på. Vi har fx plukket ramsløg i foråret og lavet pesto ved bålstedet i skoven ud til marken, hvor brødet samtidig bages over gløderne og bliver nydt sammen med kammeraterne. Oplevelser hvor sanserne er aktiveret og lagring for hukommelsen er sikker. Madkulturhuset med sit formidable formidlingsrum i køkkenet har i den grad opgraderet forståelsen for hvordan samtalekøkkenet fungerer, når det er bedst. Og nogle gange med TV-kameraet som sjovt redskab for eleverne. Historien om krydderier-nes indtog, der siden sin ankomst har løftet glæden og oplevelsen af måltidet med nye og forskellige smage, dufte, historie og mystik, skabt indsigt for og rykket ved elevernes forståelse og madkundskaber. Fortællinger der sammen med smagsoplevelser skaber madmodige og nysgerrige elever, som ser muligheder og tager både nye smage og tilberedningsmetoder med hjem og overrasker mor og far i køkkenet og ved middagsbordet.

THOMAS GARFORT
HANS RØMER SKOLEN

Forløb til madkundskab 4-6. klasse og lejrskoler

HVEM 4-6 klasser i Danmark i faget madkundskab samt lejrskoler på tur på Bornholm.

HVAD Forløb á 2 dage for øens skoleklasser skal som del af madkundskab – årligt 20 i alt 60, samt årligt 40 lejrskoler i alt 120 efter først til mølle. Forløbet fungerer som regional kvalifikationsrunde til det Nordea-fonds-støttede DM i Madkundskab.

RESULTAT Vi fik etableretgaardens skoletjeneste i foråret 2016 og herefter gik det stærkt med at få besøg fra de bornholmske skoler og siden lejrskoler. Vi har haft et tæt samarbejde med de fleste af øens skoler, men også et samarbejde med Kbh Madhus om lejrskolebesøg. Med en målsætning om 60 skoleklasser pr. år er vi kommet godt i mål med ca. 80 klasser årligt, bornholmske såvel som danske. Til gengæld fik vi ikke etableret forløbene som en regional kvalifikationsrunde til ”DM i Madkundskab”.

BUDGET Kr. 490.000

REALISERET i projektperioden: kr. 448.911,09



Nysgerrig og madmodige skoleelever elsker når arbejdet i skolekøkkenet giver anledning til at komme ud og besøge vores mest yndede katedral til smag, læring og hands on. Derfor er vejen altid åben til samarbejdet med de kyndige smagsguides på Madkulturhuset ved Melsted. Det er klart det mest naturlige valg til at understøtte grundskolen i lærings -og praksisfællesskaber når vi drager til Melsted og **gaarden**.

ADAM WILLIAMSON

Lærer, Aavangskolen og Smagsambassadør, Smag for Livet

Produktion af gaarden.tv

HVEM Brugere af tv-mediet / specialiserede tema-kanaler

HVAD Optagelse af 60 udsendelser (hver 14. dag) tilrettelæggelse og konsulenter (fx kok) samt materialer. Udsendelserne skal eksponeres på min 4 forskellige platforme. Partnerskab med TV2/ Bornholm m.fl.

RESULTAT Med samarbejdspartnere som TV2/Bornholm, Bocuse d'Or Danmark og med vores egen produktioner har vi fået lavet over 60 forskellige udsendelser/videoer, som spænder fra store produktioner med TV2/Bornholm og egne formidlere til professionelt redigerede læringsvideoer med kokke samt egne og gaardens gæsters produktioner. Platformene har været TV2/Bornholm, Bocuse d'Or Danmark, gaarden.nu og gaardens YouTube kanal.

BUDGET Kr. 410.000

REALISERET i projektperioden: kr. 384.848,27



Vi har samarbejdet konkret med gaarden om TV-optagelser med Morten Falk, som i 2017 var Danmarks deltager ved VM for kokke og har i den forbindelse haft stor glæde af gaardens kompetencer og rammer for formidling med udgangspunkt i den bornholmske madkultur. Både gaarden og Bocuse d'Or Danmark har draget nytte af hinandens respektive brands og med en fælles produktion af 14 "Sådan laver du"-udsendelser, er vi kommet ud til mange interesserede brugere.

MADS MARSCHALL

Forhenværende generalsekretær, Bocuse d'Or Danmark

Formidling af viden, workshops konference

HVEM Vidensinstitutioner og fødevarenetværk

HVAD Afholdelse af min. 5 workshops, afsluttende konference, samt produktion af artikler m.v.

RESULTAT I projektet har vi afholdt i alt 8 workshops/konferencer/seminar/events, hvor fokus har været på vidensdeling. Folkemødet har været en naturlig platform udenfor **gaarden**, mens gaarden har været rammen for blandt andet et terroir-seminar, et uddannelsesforløb for gaardens "Smags- og Fødevareguider" og et forløb for PhD-studerende. **gaardens** medarbejdere har desuden været paneldeltagere på konferencer under blandt andet Copenhagen Cooking, **gaardens** formidlingschef er aktiv skribent for magasinet "Gastro", og gaardens ansatte har været forfattere til alt fra gamle opskrifter om julebag på Bornholm til artikler om regional madkultur i Danmark, foruden artikler i magasinet "Mad & Mennesker", en udgivelser til især turister på Bornholm (distribution i Hovedstaden og på Bornholm).

BUDGET: Kr. 200.000

REALISERET i projektperioden: kr. 173.102,90



gaarden er en skøn ramme for sanselige oplevelser og for mig er det en meget inspirerende legeplads for formidling. Sammen med gaardens dygtige folk har vi igen og igen udfordret og udforsket fællesskabet mellem **gaardens** gæster og brugere, især under gaardens madkulturfest hver sensommer. Som en del af en kursusrække for gaardens smags- og fødevareguider, har vi desuden samarbejdet om formidling på nye, og kreative måder til øens producenter, lærere, spisesteder. **gaarden** bidrager med oplevelser, som sætter sig hos gæsterne længe og det er ikke så nemt endda.

METTE MARTINUSSEN

Kok og Madkunstner

Udvikling og formidling af forretningsmodeller

HVEM Fødevarenetværk samt andre regioner i Danmark

HVAD Forretningsmodeller med fokus på videreførelse af aktiviteter efter 2017, samt generiske modeller for andre madkulturhuse på vej.

RESULTAT Madkulturhuset har siden åbningen i 2015 fået stor opmærksomhed fra fødevarenetværk, kommuner og andre nationale fødevareraktører. Således har **gaarden** hjulpet med processer til en lang række projekter med inspiration fra Bornholms Madkulturhus. I projektperioden har der været over 60 besøg/forløb hvoraf ca. 10 har været længerevarende processer med udgangspunkt i gaardens/Bornholms model med privat/offentligt partnerskab med Bornholms Regionskommune, Bornholms Landbrug & Fødevarer samt Gourmet Bornholm, men i særlig grad samarbejdet omkring **gaarden**. Vi må dog konstatere, at det ikke er en potentiel konsulentopgave, som vi har valgt at prioritere som en mulig forretningsmodel udover projektperioden. Som sådan er gaarden mere til inspiration. gaarden har desuden været med i opbygningen af et netværk for madkulturhuse i Danmark, som Madkulturen var sekretariat for frem til 2018 (herefter er netværket overgået til at omhandle madfestivaler).

BUDGET: Kr. 100.000

REALISERET i projektperioden: kr. 108.865,22



Hos Halkær Madhus, som en del af Halkær Kro og Kulturhus, opfatter vi 'gaarden' som alle madkulturhuses moder og fader. Med gaarden er sat en retning for såvel både udformning som indhold, som er til stor inspiration for alle indenfor området. Ikke mindst det brede samarbejde om etablering og den daglige drift har enorm værdi til læring for andre. Vi sætter stor pris på at kunne trække på erfaringer og viden, praktiske som organisatoriske, som velvilligt deles.

HARDY JENSEN

Halkær Madhus

Evaluering under og efter projektet samt maddannelsesregnskab

HVEM Samtlige målgrupper.

HVAD Kvalitativ vurdering af læringsindholdet i formidlingen. Løbende evaluering med brugere.

RESULTAT I forhold til større events, festivaler og arrangementer, har vi sammen med samarbejdspartnere haft en løbende evaluering af aktiviteterernes omfang og effekt. Som en del af den oprindelige ansøgning, ville vi forsøge at udvikle et maddannelsesregnskab, som skulle sikre genbesøg. I arbejdet med en metode blev det i projektforsløbet klart, at det ikke ville være muligt at frembringe et tilfredsstillende resultat. Undervejs prøvede vi metoder af med blandt andre Aalborg Universitet og Center for Regional- og Turismeforskning på Bornholm, men ikke med et tilfredsstillende resultat. Således er den del af projektet nedjusteret – også økonomisk. Til gengæld har vi arbejdet med at forfine oplevelsestilbuddet gennem fødevarerproducenter og spisesteder ved blandt andet at involvere disse i udviklingen af events og festivaler.

BUDGET Kr. 185.000

REALISERET i projektperioden: kr. 132.055,59



Evaluering og maddannelsesregnskab



Bornholm har igennem en årrække positioneret sig som en ganske særlig destination, når det gælder udbuddet af fødevareproducenter og madoplevelser. Gennem et tæt og godt samarbejde med **gaarden**, arbejder vi på at yderligere styrke og understøtte den gode udvikling gennem destinationsudvikling og markedsføring. Det være sig gennem samarbejder omkring pressedækning, men også gennem event-tiltag som kan forlænge sæsonen. Det er tiltag som Kulinarisk Ø – Bornholms Madfestival, Bornholms Drikkefestival, Sol over Gudhjem og Bornholms Kulturuge, hvor madoplevelser indgår som et af flere spor. Når vi sammen har evalueret de arrangementer, har oplevelserne på **gaarden** fået flotte tilbagemeldinger fra turister/gæster og det er især fællesskabet omkring **gaardens** madoplevelser, som er blevet fremhævet. Derudover samarbejder vi blandt andet omkring produktionen af ”Mad og Mennesker”, et madmagasin med fokus på de mennesker der står bag produkterne. **gaarden** er en meget vigtig markør for madoplevelser til Bornholms turister. At der er aktiviteter hele året inkl. et spændende tilbud til lejrskoler, er desuden et kæmpe plus. Gaarden har i høj grad bidraget til en positiv synlighed for Bornholm.

PERNILLE LYDOLPH

Direktør, Destination Bornholm

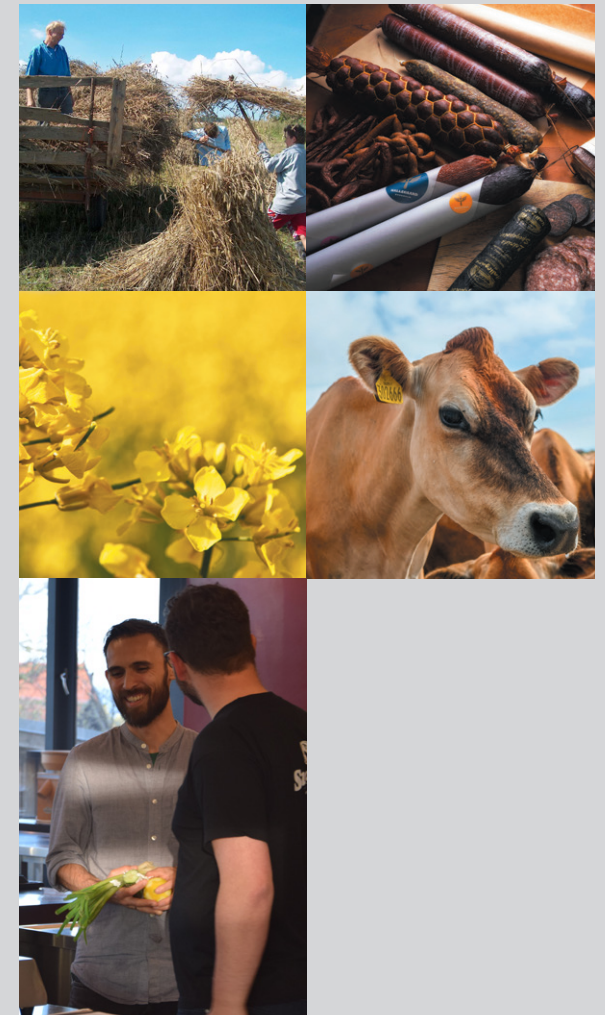
Studieture, inspiration fra internationale madkulturhuse

RESULTAT: Undervejs i projektet nåede vi at tage på studietur til Frankrig (Normandiet og Lyon) for at blive klogere på dels terroir-begrebet og dels knudepunkter (som Lyon), der kan sætte en spændende dagsorden for udviklingen af en region. Vi har desuden været på kortere studieture til Sverige af to omgange for at lade os inspirere af den sydsvenske madkultur. Vi nåede desværre ikke at besøge internationale madkulturhuse.

BUDGET Kr. 100.000

REALISERET i projektperioden: kr. 20.812,62

KOMMENTAR Kr. 20.000 udgår - den oprindelige budgetpost var kr. 120.000 (forventet ekstern medfinansiering, som ikke blev realiseret). Aktivitetsniveauet blev lavere end forventet, og vi tilbagefører ca. kr. 41.000 i uforbrugte midler for denne projektaktivitet.



Inspiration fra internationale madkulturhuse



gaarden er en berigelse for Bornholm. gaarden har bibragt Bornholm en ramme, hvor fødevarer både som emne og medie formidler kultur, historie, gastronomi og forædlingen af Bornholms fødevarer. Fx har Bornholms Landbrug & Fødevarer anvendt **gaarden** som det naturlige sted at gennemføre Bogudgivelsen ”De Frie Bønders Land”. For Bornholms Landbrug & Fødevarer er fødevareproduktionen det centrale og her spiller gaarden med på fortrinlig vis, som stedet hvor viden formidles med fødevarerne som omdrejningspunkt. Blandt andet har vi lavet dyrkningsforsøg med forskellige gamle sorter og formidlet det til gæster. Vi har også udforsket smagen af Bornholm sammen – øens terroir, om man vil. Konkret var vi sammen på studietur til Frankrig for at blive klogere på netop begrebet terroir samt for at lade os inspirere af andre knudepunkter, der, som gaarden, kan samle kræfterne og fokusere indsatsen. Bornholms Landbrug & Fødevarer har haft, og har stadigvæk, et godt samarbejde med **gaarden** og Gourmet Bornholm, som eksempelvis har resulteret i etableringen af Bornholms Madfestival, Bornholms Drikkefestival og andre events. Bornholms Landbrug & Fødevarer samarbejder i øvrigt med **gaarden** og Gourmet Bornholm i et partnerskab omkring Bornholms Fødevareklynge som primært har et sigte på at skabe flere fødevareproducenter og få eksisterende fødevareproducenter til at vækste. Etableringen af **gaarden** har været en succes.

THOMAS BAY JENSEN

Direktør, Bornholms Landbrug & Fødevarer

Øvrige budgetposter

Udstyr, materialer

BUDGET 450.000

REALISERET 486.117,92

Inventar/faciliteter

BUDGET: 460.800

REALISERET: 562.365,58

KOMMENTAR Yderligere medfinansiering fra Friluftsrådet til etablering af bålplads. Midler fra lokal fond på kr. 300.000 udgår. Etablering af masseovn, porte og TV-udstyr.

Større anskaffelser

BUDGET 50.000

REALISERET 38.195,28

Kommunikation

BUDGET 360.000

REALISERET 576.579,75

KOMMENTAR Særligt fokus på kommunikation/formidling i 2018 samt højere forbrug pga. projektforlængelse til udgangen af 2018.

Projektledelse

BUDGET 750.000

REALISERET 723.276,65

Kontorhold / lokaleomkostninger

BUDGET 180.000

REALISERET 132.831,41

Rejser, kost og logi

BUDGET 100.000

REALISERET 132.831,41

KOMMENTAR Højere forbrug end budgetteret pga. af projektforlængelse til udgangen af 2018.

Revision

BUDGET 10.000

REALISERET 16.500



K O N K L U S I O N

Det er altid en spændende proces at starte nye ting op. Og selvom vi allerede under de første ide-møder om **gaarden**, helt tilbage i 2012, satte os nogle ambitiøse mål og gjorde os nogle drømmende tanker, var vi alligevel ikke helt klar over, hvad vi stod med, da vi åbnede Bornholms Madkulturhus i maj måned, 2015. Vi vidste dog, at vi havde brug for at finde den eller de rigtige samarbejdspartnere, som ville hjælpe med den økonomiske kraft, som skulle til for at opdage og udvikle **gaardens** potentiale som knudepunkt for maddannelse.

Da vi sendte ansøgningen til Nordea-fonden i starten af august måned 2015, havde vi fået et indblik i, hvad **gaarden** kunne blive til. Og vi var i stand til at opsætte nogle metoder og processer for en udvikling, selvom den kun var baseret på få måneders drift. Vi fandt blandt andet på **gaardenTV**, som skulle vise sig at være en god, men meget tidskrævende formidlingsaktivitet. Og vi opfandt ”Den værdifulde oplevelse – på vej mod et (mad)dannelsesregnskab”, som skulle hjælpe os med relationen tilgaardens gæster samt sikre genbesøg. Især maddannelsesregnskabet viste sig vanskeligt at realisere, men det var heller ikke uden udfordringer at bede en skoleklasse om at lave en tv-produktion, mens vi fodrede dem med viden, fortællinger og ikke mindst bornholmske retter.

Mange andre ting har dog lykkedes, som vi beskrev dem i sommeren 2015. Bornholm er ”lille nok” til, at vi kan få samarbejder og i særlig grad samvirke til at eksistere mellem organisationer og virksomheder. **gaarden** har på kort tid skabt et stærkt netværk til både det offentlige og det private Bornholm, men også til relationer udenfor øen. Det er vi både glade for og stolte over. Og så har det været særligt tilfredsstillende at se, hvordan **gaardens** rammer har været en solid formidlings- og dannelsesplatform for en lang række grupper, og hvordan disse grupper har etableret sociale fællesskaber på tværs. Det er i høj grad disse relationer, som vi ønsker at

bringe i spil for **gaarden** og samarbejdspartnere fremadrettet.

Vi er dybt taknemmelige for, at Nordea-fonden og Erhvervs- og Vækstministeriet valgte at satse på fødevareudviklingen på Bornholm med udgangspunkt i Bornholms Madkulturhus, og vi håber at I – ligesom vi – kan se de tydelige resultater, som **gaarden** har skabt. Og at I – ligesom vi – er nysgerrige for at finde ud af, hvad **gaarden** også kan være for bornholmere og turister med interesse for bornholmsk mad og madkultur i fremtiden.

Tak for samarbejdet.

