



KLYNGEUDVIKLING I UDKANTSOMRÅDER



ET 3-ÅRIGT PROJEKT
MED BORNHOLM SOM UDGANGSPUNKT

Fødevareruniverset 'Det bornholmske køkken'

Hans Jørgen Jensen, LAG Bornholm beskrev den nuværende situation således:

- Bornholm er berømt for sine gode fødevarer, men er ved at blive overhalet af andre regioner.
- Vi har mange producenter – store som små og flere sammenslutninger : Gourmet Bornholm og Regional Madkultur.
- Landbruget er en vigtig medspiller/leverandør.
- Mange restauranter.
- 1 uddannelsesinstitution/Bornholms Erhvervsskole.
- Der er ikke meget koordinering og samkøring mellem alle parter lige nu.
- Meget fokus og mange midler – LAG, Vækstforum, Klyngeudvikling i udkantsområder, fødevarerinnovationsprojekt mv.
- 75 % af de bornholmske produkter produceres af nye producenter, der er stadig stort potentiale.
- Mad er et trækplaster på Bornholm, også for turister.
- Spørgsmålet er: kan vi tjene penge indenfor branchen??
- Vi skal blive bedre til produktudvikling og at bruge ny viden.



Drømmen / hvor vil vi gerne være om 10 år:

- Bornholm er kendt som "Food Island".
- Det primære erhverv på Bornholm.
- Smag, dufte og øvrige sanser i centrum.
- Høj kvalitet.
- Autensitet (vi spiser selv lokale produkter, færgen og restauranterne har dem på menu kortet).
- Mange lokalt producerede produkter/råvarer (90 % er måske et højt sat mål).
- Mere økologi (mere økologi contra god økonomi hos jordbrugere og producenter kan blive en udfordring)

Skridt vi gjorde for at nå drømmen:

- Food University (mad, egnsretter, salg, samarbejde/klynger, m.m. Unikke uddannelser, hvor studerende kommer tilrejsende).
- Mad Experimentarium – med aktiviteter (kurser, oplevelser mv.) året rundt.
- Vi brander hinanden – alle er repræsentanter for Bornholm og bornholmske produkter.
- Fælles afsætningssted for bornholmske råvarer/produkter/retter.
- Udvikle det specielle køkken med nye egnsretter/-smag.



De lavthængende frugterne/hvad gør vi på mandag for at nå drømmen

- Storytelling – udvikle de gode historier.
- Produktkendskabstur for elever fra Bornholms Erhvervsskole, producenter, restauratører, caféejere, borgerne på Bornholm (øge lokalpatriotismen).
- Altid repræsentation fra Bornholm, når der er nationale fødevarerarrangementer.
- Råvare dating.
- Bringe råvareproducenter sammen med lokale aftagere, fx grøntsagsavlere sammen med kokke; hvad efterspørger kokkene, og hvad skal der dermed produceres?
- Bruge den fødevarerviden som CRT ligger inde med (fx i produktudvikling).

