
Strategi for fødevareproduktion og fødevareturisme på Lolland Falster



Guldborgsund Kommune, Lolland Kommune, Business Lolland-Falster og GEMBA Innovation
Version oktober 2017

Indledning og formål

Nærværende strategi vedrører udviklingsmuligheder for fødevareproduktion på Lolland-Falster og er udarbejdet af Business Lolland-Falster, Lolland Kommune, Guldborgsund Kommune og GEMBA Innovation.

Formålet er at fastlægge en indsats og prioritering for, hvordan de to kommuner og Business Lolland-Falster sammen kan accelerere erhvervs- og turismeudvikling med fødevareproduktion som omdrejningspunkt.

Målet for indsatsen er:

- At skabe direkte øget beskæftigelse og omsætning med international afsætning af produkter
- At tiltrække turister fra både Danmark og udlandet med udgangspunkt i autentiske fødevarer og fødevareturisme

I forlængelse af strategien udformes et udviklingsprogram, der søges finansieret fra forskellige finansieringskilder, herunder lokal medfinansiering. Implementering forventes i perioden 2018-2020.

Baggrund og fokus

Landbrug og fødevareproduktion er en erhvervsmæssig styrkeposition på Lolland-Falster og området er også afhængig af omsætning og beskæftigelse i sektoren. En baggrundsanalyse (kilde?) viser, at industriel fødevareproduktion fylder mest; der er en underskov af små fødevareproducenter samt en turismesektor i vækst.

Analysen peger på, at der er vækstpotentialer ift. at øge omsætning og beskæftigelse inden for tre spor:

- Autentiske fødevarer
- Fødevareturisme
- Industriel fødevareproduktion.

Fokus i strategien er især på de to første spor - autentiske fødevarer og fødevareturisme – da der her er et behov for at styrke rammerne for at fødevareproducenter og -interessenter kan udvikle sig.

Inden for industriel fødevareproduktion har strategien fokus på at understøtte mindre producenter med ambition om at udvikle industriel produktion samt på samarbejder, der fremmer industriel forarbejdning. Den øvrige industrielle fødevareproduktion, herunder større jordbrug, er kendetegnet ved en betydelig indsats i anden regi, hvorfor det ikke er en del af nærværende strategi.

Fra unikke råvarer og miljøer - til autentiske produkter og oplevelser

Unikke forhold for landbrugsproduktion

Lolland-Falster er kendetegnet ved høj jordbonitet og gunstige klimaforhold for planteproduktion. Det har betydet at området gennem århundreder har haft en stor landbrugs- og råvareproduktion inden for områder som bl.a. korn, roer, ærter, frugt og bær.

En kultur for råvareproduktion

Der er opbygget en særlig kompetence og kultur omkring produktion af landbrugs- og råvarer af høj kvalitet. Det gælder eksempelvis dyrkning af sukkerroer og sukkerproduktion – en levende dansk landbrugs- og industrikultur, der ikke ses i samme omfang andre steder i Danmark. Det opleves tydeligt under roesæsonen og ses flere steder med unikke produktionsbygninger - nogle med produktion, andre er omdannet til andre aktiviteter.

Frugtavlen har historisk været fremtrædende og er mere levende end måske nogensinde før, med en underskov af mindre avlere og producenter. Der dyrkes mange forskellige æblesorter, kirsebær, hyben mm. og mange laver produkter som marmelader, most mm. af den lokale frugt. Det fremstår markant i landskabet, når frugttræerne blomstrer om foråret eller træer og buske bugner af bær om efteråret.

Udvikling af autentiske produkter

Lolland-Falster har flere hundrede landbrug og mere end 60 mindre fødevarerproducenter, som dyrker og producerer råvarene kvalitetsprodukter. Med nye produkter udviklet på lokale råvarer – øl på maltbyg, vin på kirsebær, cider på æbler, økologiske oste og charcuteri – har flere fyrtårne vist vejen for det potentiale for innovation og udvikling af autentiske produkter, som området rummer.

Det autentiske har sin rod i et samspil mellem råvarer af høj kvalitet, produkternes og producenterne historie, råvarernes og produkternes tilblivelse samt de unikke natur- og kulturmiljøer, der kendetegner Lolland-Falster. Det udgør fundamentet for fremtidens autentiske fødevarerprodukter fra området.

Potentiale for mere

Potentialet knytter sig til at styrke og udnytte det autentiske og finde de nichemarkeder, som præmierer det. De findes i både Danmark, Nordtyskland og andre nærmærkede og er rigeligt store til at være løftestang for en betydelig værditilvækst på autentiske produkter fra Lolland-Falster. Analysen viser, at der er behov for at styrke produkt- og konceptudvikling, forarbejdning af fødevarer samt afsætning og markedsføring uden for området, hvis det skal lykkes.

Autentiske fødevareroplevelser

Det giver også mulighed for at skabe flere oplevelser for turister og gæster, der besøger området. Det er en markant international trend, at mange turister og gæster efterspørger autentiske fødevareroplevelser. Det kan være specialiserede fødevareturister – foodies – der rejser efter fødevarerkurser og kokkeskoler, par og selskaber der efterspørger unikke natur- og gourmetoplevelser, folk der tager på fiskeri-, jagt- og gourmetrejser, familier på gårdbesøg og events osv. Analysen viser, at hvis det skal lykkes, så er der behov

for konceptudvikling, fælles markedsføring samt for at øge overnatningskapacitet og tiltrække flere spisesteder af høj kvalitet.

Historiske herregårdsmiljøer som løftestang

Lolland-Falster er kendetegnet ved et unikt, historisk og arkitektonisk miljø omkring herregårdene, som har udviklet sig gennem århundreder i symbiose med landbrugsproduktionen. Flere herregårde tilbyder allerede gourmetoplevelser og udvikler og producerer autentiske fødevareprodukter. Kombinationen af herregårde og fødevarer kan være løftestang for at tilbyde endnu flere unikke oplevelser for danske og internationale gæster, inden for gourmetoplevelser, jagt og fiskeri, smagninger, madlavningskurser, producentbesøg mm.

Fødevarer og -oplevelser i købstæderne

På Lolland-Falster ligger flere købstæder, ofte ned til fjorde og smukke naturområder. Købstæderne er i sig selv både levende og autentiske i deres byliv, arkitektur og kulturhistorie - og de tilføjer derved fødevarer og oplevelser en yderligere dimension af nærhed, liv og historisk bymiljø. Købstæderne kan fremover danne ramme om langt flere fødevareaktiviteter, handel med autentiske fødevarer, fødevarefestivaler, fødevarekurser mm. for både lokale beboere og gæster samt indgå i fødevareruter med besøg hos producenter og på herregårde.

Vision og mål 2025

Vision 2025

Sydhavsøerne er kendt af danskerne, professionelle danske fødevarekunder samt udenlandske turister, som et område med troværdige, autentiske fødevareprodukter, -producenter og -oplevelser

Lolland-Falster har siden 2017 – på otte år – fordoblet omsætning og beskæftigelse i fødevareproduktion og fødevareturisme

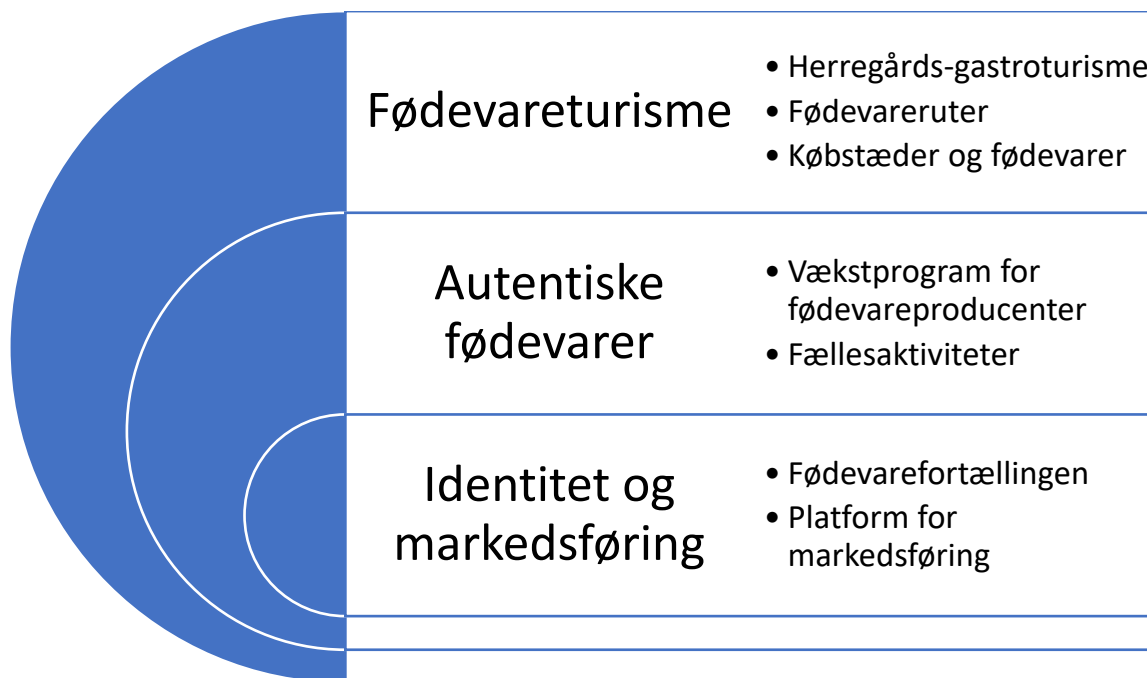
Mål for en indsats frem mod 2025

Succeskriterierne for strategi og udviklingsprogram er vækst i omsætning og øget beskæftigelse – og alle projekter og aktiviteter vurderes i forhold hertil. Derudover skal projekter og aktiviteter være økonomisk bæredygtige, eller påvise at de bliver det, for at få adgang til udviklingsprogrammet. Følgende mål opstilles:

Indsatsområde	Succeskriterier	Effektmål
Identitet og markedsføring	Kendskab hos turister i området Kendskab hos kunder uden for området	Måling Måling
Autetiske fødevarer	Omsætning (afsæt i baseline) Beskæftigelse (afsæt i baseline)	XX øget omsætning XX flere beskæftigede
Fødevareturisme	Omsætning (afsæt i baseline) Beskæftigelse (afsæt i baseline)	XX øget omsætning XX flere beskæftigede

Indsatsområder

Strategien har tre indsatsområder, se illustration.



Identitet og markedsføring

Der er to indsatser under identitet og markedsføring:

1. Fødevarefortællingen

Der skabes en fortælling om områdets fødevarer og binde det sammen med områdets identitet og historie - herunder natur, kultur og arkitektur – der kan styrke den fælles identitet om autentiske fødevarer i området samt virke som platform for markedsføring. Fortællingen skal være enkel og second-to-none.

2. Platform for markedsføring

Der udvikles en fælles platform for markedsføring af området – Sydhavsøerne - som fødevareområde med afsæt i fødevarefortællingen. Der skabes et virtuelt univers på digitale og sociale medier, der binder områdets natur- og kulturhistorie, råvarer, fødevareprodukter og -producenter sammen med oplevelser, gastronomi, herregårde og købstæder. Der er adgang til alle producenter, herregårde, besøgsruter, fødevareoplevelser, aktuelle events og begivenheder etc.

Platformen koordineres med andre parallelle aktiviteter inden for især turismeområdet.

Der gennemføres kick-off events i og uden for området, der markedsfører autentiske fødevarer og oplevelser med fokus på events, smagninger etc. rettet mod restauranter, turister og detailkunder.

Derudover forventes det, at virksomheder og operatører anvender platformen til markedsføring inden for særlige områder og målrettet specifikke målgrupper.

Autentiske fødevarer

Der er en markant national og international efterspørgsel efter autentiske fødevarer. Trends går i retning af at lokale varer skal have kvalitet, originalitet og autenticitet, herunder høj troværdighed og dokumentation for at det er lokalt.

Det giver gode muligheder for at der med afsæt i en bred vifte af lokale fødevareproducenter i området, heraf flere fyrtårne, kan ske en vækst i flere af virksomhederne, udvikles flere produkter og tiltrækkes flere producenter til området.

Der etableres et vækstprogram for mindre fødevareproducenter og der gennemføres en række fælles aktiviteter inden for produktudvikling og skalering af produktion samt markedsføring, distribution og afsætning.

Vækstprogram for mindre fødevareproducenter

Der etableres et vækstprogram for mindre fødevareproducenter. Programmet målrettes virksomheder, der har en ambition om at udvikle og vækste deres virksomhed, men som oplever barrierer for vækst og har behov for bedre rammer og faciliteter, finansiering, viden og kontakter.

Programmet stiller fødevarespecifikke rammer og rådgivning til rådighed, som kan understøtte virksomhederne i deres vækstambition. Målet er at øge omsætning og beskæftigelse og programmet forbeholdes virksomheder, der har en begrundet vækstambition.

Indholdet falder inden for følgende temaer, hvor der er identificeret behov blandt virksomhederne:

1. Fødevareregler

Rådgivning relateret til hygiejne, mærkingsregler, fødevarespecifik lovgivning etc., dvs. virksomhedsnær rådgivning.

2. Forarbejdning og produktudvikling

Tiltrækning af samt rådgivning i forbindelse med øget forarbejdning samt skalering af lokale råvarer. Indsatsen rettes mod at styrke enkeltproducenter som har ambitioner om at etablere eller skalere eksisterende forarbejdning og mod etablering af fælles forarbejdning for mindre producenter.

Produktudvikling, herunder adgang til rådgivning, udvikling og test. Det kan eksempelvis ske ved at udnytte og tilpasse faciliteter hos Fælleskøkkenet, hvor et eksempel på projekter kan være inden for udvikling og kommercialisering af vildt som fødevareprodukt og et hub hvor producenter kan leje sig ind til produktionsfaciliteter.

3. Forretningsudvikling og afsætning

Rådgivning ifm forretningsplan, salg og markedsføring, samarbejde/kontakter til finansiering, partnere og kunder. Det sker allerede via Business Lolland-Falster, men anbefales styrket og målrettet yderligere mod fødevareproducenter.

Vækstprogrammet forankres lokalt og varetages af en enhed med fødevarespecifik kompetence.

Endvidere afdækkes muligheden for etablering af en udviklingfond for risikovillig kapital, idet mange af virksomhederne vurderes at falde uden for nuværende kilder til risikovillig kapital (innovationsmiljøer, innovationsfonde).

Fælles aktiviteter

Der gennemføres fælles aktiviteter, der har til formål at skabe fundamentet for at mange fødevareproducenter kan styrke deres udvikling og vækst. Der er identificeret behov for fælles aktiviteter inden for følgende temer:

1. Fælles mærke

Der kan etableres et fælles mærke for fødevarer fra området med bred lokal opbakning og som er en garanti for forbrugerne for lokal råvare/fremstilling, autencitet og kvalitet og med plads til producenternes egne mærker. Det gøres på baggrund af en fælles fortælling og identitet for fødevarer fra området, herunder med bred involvering af relevante fødevareproducenter. Det bør have fokus på at øge kendskabsgraden af autentiske produkter fra området og have opbakning fra eksisterende fyrtårne.

2. Distribution og afsætning

Mulighederne for at etablere lager og distribution for afsætning af lokale fødevarer ud af området, herunder pakning, lager, distribution eksempelvis i aftale med privat operatør. Andre indsatsområder der ønskes fremmet inden for distribution og afsætning er:

- Lokale partnerskaber mhp. distribution af autentiske fødevarer i området, fx husholdninger, detailhandel, institutioner, turistdestinationer og turister i ferieboliger
- Markedsførings- og afsætningsfællesskab for flere producenter, herunder partnerskaber med afsætningskanaler uden for området

3. Eksport / internationalisering

Etablere / øge afsætning af lokale produkter uden for Danmark, herunder i Nordtyskland og andre nærmarkeder. Enkelte producenter er allerede klar til eksport på nærmarkederne, mens en større gruppe producenter har potentiale til eksport. Det tilstræbes at internationalisering sker som en fælles indsats blandt en gruppe af producenter, for at øge produktudbud og effekten af en indsats.

Det forventes, at der over en årrække etableres løsninger inden for ovenstående temaer ved projekter, der drives og medfinansieres af relevante private aktører og understøttes via Udviklingsprogrammet.

Fødeveturisme

Området rummer store muligheder for at udvikle fødeveturismen, både som primær attraktion og som en blandt flere attraktioner, der gør det attraktivt for turister at blive længere og forbruge mere.

Strategien indeholder tre indsatsområder inden for fødeveturisme:

1. Herregårds-gastro-turisme

Udvikling af et turismekoncept for herregårds-gastronomi i et samarbejde mellem flere herregårde og restauranter med fokus på kvalitetsgastronomi, mad- og fødevetoplevelser, jagt/fiskeri og evt. kulturhistorie. Der vurderes at være behov for konceptudvikling, etablering af samarbejdsplatform, facilitering og igangsættelse samt markedsføring med henlik på at etablere et kommercielt bæredygtigt koncept.

2. Fødevetruter

Etablering af besøgsruter og -ture for fødeveturister, herunder med digitale oversigter over producenter, besøgsinfo, placering på besøgsruter etc. Endvidere samarbejder med destinationer som Lalandia, Knuthenborg og Marielyst om besøgsture/færdige pakker, eksempelvis oplevelsespakker, som går på tværs af fødevet og events. Der er behov for konceptudvikling, etablering af samarbejder og markedsføring.

3. Købstæder og fødevet

Udvikle købstadsmiljøet i Sakskøbing som det bærende fysiske fødevetmiljø i området, som destination for fødeveturister, producenter og iværksættere samt omdrejningspunkt for større events. Der gøres en særlig for at skabe Gastronomisk Folkemøde på Lolland-Falster. Der er i en indsats fokus på at sikre lokal involvering samt økonomisk og aktørmæssig bæredygtighed i forhold til indsats og effekt.

Understøtte fødeveturisme som et blandt flere ben for at styrke turismen på Vestlolland med fokus på købstaden Nakskov, området Nakskov Fjord samt de vestlollandske fødevetproducenter. Behov for destinations- og konceptudvikling.

Forskønnelse af bygninger og områder i og omkring købstæderne Sakskøbing og Nakskov, samt skabe bedre adgang til kultur- og naturområderne, herunder i forbindelse med herregårde og fjordene omkring Nakskov og Sakskøbing. Det bør i dette regi kun fremmes såfremt det sker i sammenhæng med at øge fødevetaktiviteterne i områderne – så det bliver bygninger og områder med liv og aktivitet.