



Det Nye Nordiske Køkken

– en håndsrækning til dansk økologi



Økologi Kongres 2009
Henriette Winther, Økologisk Fødevarerådgivning



Økologisk Fødevarerådgivning

styrker kvalitet og mangfoldighed i økologiske fødevarer



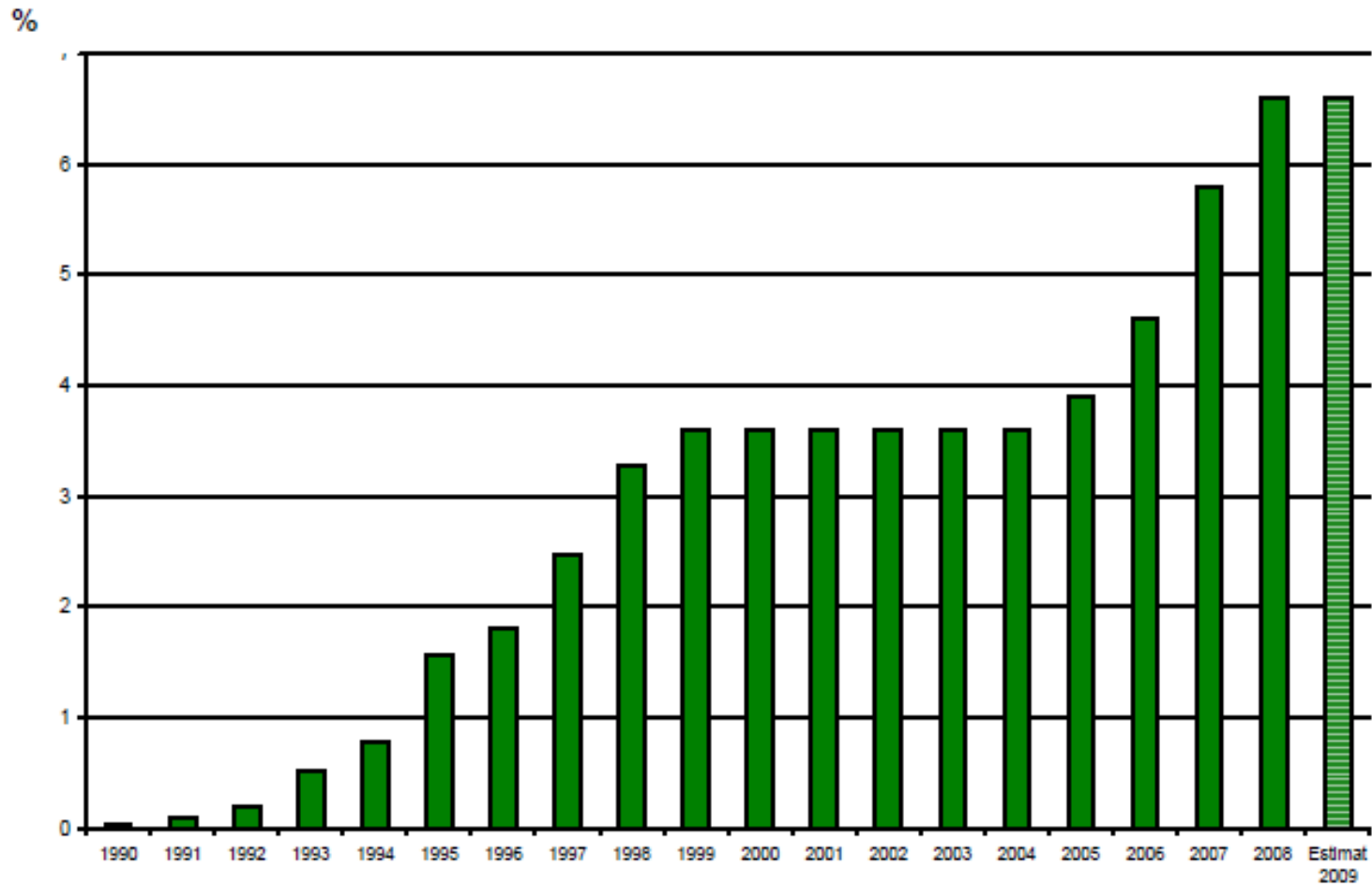
**Råvareudvikling
mod mangfoldighed** →

**Forædling mod
bedre smag** →

**Emballage og
markedsføring** →

**Indsalg til
detailhandlen**

Udviklingen i den økologiske markedsandel 1990 - 2009



Kilde: 1990-2002 Beregnet på baggrund af tal fra GfK
2003-2008 Beregnet på baggrund af tal fra Danmarks Statistik
2009 Beregnet på baggrund af tilbagemeldinger fra dagligvarehandlen

Markedssituationen

- a) Økologien er i vækst
- b) Større afsætning i alle fødevarekategorier
- c) Flere udbydere, hårdere konkurrence, lavere afregning
- d) "Survival of the fittest"

Hvad gør vi?

- 1. **PRISKONKURRENCE** (= omkostningsminimering)
- 2. **DIFFERENTIERING** 😊 (= et produkt som skiller sig ud)

Det Nye Nordiske Køkken = Differentiering

Det nye Nordiske Køkken er et redskab til at sikre en differentieret produktion, som gør producenten mindre konkurrencefølsom.

NNK rammer i ❤️ af den økologiske produktion

NNK bygger på den rene og uforfalskede fødevareproduktion, som en grundlæggende forudsætning for at kunne sætte Norden på det gastronomiske verdenskort og styrke dansk madkultur.

Herunder :

Bæredygtighed

- Sæsonproduktion
- Mangfoldighed
- Dyrevelfærd
- Fravalg af GMO og vækstfremmere
- Højt ambitionsniveau
- Sundhed
- Fravær af kunstige ingredienser



Økologisk Landsforening



Manifest for det Nordiske Køkken

Det Ny Nordiske Køkken skal:

1. udtrykke den renhed, friskhed, enkelhed og etik, som vi gerne vil forbinde med vores region
2. afspejle de skiftende årstider i sine måltider
3. bygge på råvarer, som bliver særligt fremragende i vores klimaer, landskaber og vande
4. forene kravet om velsmag med moderne viden om sundhed og velvære
5. fremme de nordiske produkters og producenters mangfoldighed og udbrede
6. kendskabet til kulturerne bag dem
7. fremme dyrenes trivsel og en bæredygtig produktion i havet og i de dyrkede og vilde landskaber
8. udvikle nye anvendelser af traditionelle nordiske fødevarer
9. forene de bedste nordiske tilberedningsmetoder og kulinariske traditioner med impulser udefra
10. kombinere lokal selvforsyning med regional udveksling af varer af høj kvalitet
11. invitere forbrugere, andre madhåndværkere, landbrug, fiskeri, små og store fødevarerindustrier, detail- og mellemandlere, forskere, undervisere, politikere og myndigheder til et samarbejde om dette fælles projekt, der skal blive til gavn og glæde for alle i Norden.



Økologisk Landsforening



NNKs Interessante fokuspunkter

1. Terroir og de særegne danske/nordiske råvarer
2. Råvaremangfoldighed
3. Rodfæstede fødevarer

Særlige Nordiske råvarer

”en række bær, frugter, kornsorter ... har særligt fine vækstbetingelser i Norden... Råvarerne fra skove, strande .. Bør spille en mere fremtrædende rolle i vores madkultur”





Knuthenlund Gods på Lolland

Susanne Hovmand har i sommeren 2009 fået registreret alle vildtvoksende urter og bær på ejendommens 1000 ha med det formål at kunne opformere planterne til brug for foder og godsets egen fødevareproduktion – og herigennem skabe kvalitetsfødevarer med en stærk lokal forankring.

Skabe råvaremangfoldighed

*”De nordiske råvarers
kvaliteter og
mangfoldighed er
ukendte for de fleste....*

*Der er mindst 50
forskellige spiselige
bær i de finske skove....*

*og 150 forskellige
peberrodssorter i
Nordisk Genbank”*

Frukt och bär på NGBs mandatlista

Corylus avellana	Hazel
Juglans regia	Walnut
Vaccinium myrtillus	Bilberry
Vaccinium vitis-idaea	cowberry, lingonberry
Ribes nigrum	Black Currant
Ribes rubrum	Red Currant
Ribes uva-crispa	Gooseberry
Fragaria moschata	Hautbois Strawberry
Fragaria vesca	Wild Strawberry
Fragaria viridis	Green Strawberry
Fragaria x ananassa	Garden Strawberry
Malus	Apples
Malus domestica	Apple Tree
Malus sylvestris	Crab Apple
Prunus avium	Sweet Cherry
Prunus cerasifera	Cherry plum, Purple leaf plum
Prunus cerasus	Sour Cherry



Arctic Bramble

*a single sea buckthorn berry --
the size of a small cherry --
has 50 times the vitamin C of
entire orange*



Artisk havtorn (arctic sea buckthorn)



KRÆGER



Stone berries

*The fine flavour of arctic
bramble can best be
preserved as juice. Even a
small amount of this juice can
give a drink a smooth, full
taste. The leaves of arctic
bramble can be dried to make
herbal tea.*



Blåbær

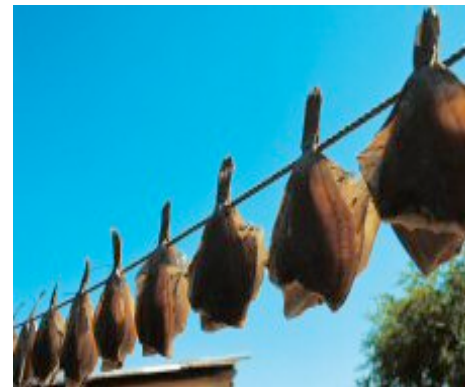


Mørdrupgård i Nordsjælland

Landmand Per Grupe er i gang med opformering af flere hundrede forskellige gamle kornsorter hentet i Nordisk Genbank. Deltager sammen med de øvrige små danske økologiske melproducenter i netværksprojektet "Nordisk Domesticeret Korn" som er erfaringsudveksling mellem avlere i hele norden.

Skabe rodfæstede fødevarer

*”udforske og forny de traditionelle nordiske opskrifter og tilberednings-metoder
...saltning, røgning, tørring og syltning”*





Kragebjerggård på Midtsjælland

Blev i weekenden hædret med POLITIKENS ØKOLOGISK GULD 2009 for deres Mælkesyregærede grøntsager. Mælkesyregæring er en gammel naturlig konserverings metode som sker under iltfri forhold i glasset. Produktet smager godt og er befordrende for sundheden. Grøntsagerne stammer fra egen avl, kålen fra Kiselgården. Markedsføres i samarbejde med Dansk Helios.



Guide til NNK for primære producenter:

1. Undersøg din egns **historie** og dyrkningsmæssige traditioner
2. Producér det der bedst **egner sig** til stedets vækstbetingelser
3. **Søg tilbage** i tiden for at finde afgrøder, racer eller sorter som gennem tiden har været knyttet særligt til stedet
4. Find inspiration i det **vildt voksende**, noget (ikke alt) kan tæmmes og kultiveres uden at miste sin særegenhed
5. Find **samarbejdspartnere** som vil være interesseret i din høst
6. Gå så i gang

Guide til NNK for fødevareproducenter

1. Se på hvad vi spiste for ”**100 år siden**” og før og siden – søg viden hos mad historikkerne, gamle bøger, lokale arkiver, kogekoner på egnen (hvis der er flere?) og kokke.
2. Anvend primært **nationale/lokale råvarer**
3. Producér gerne selv dine råvarer
4. Undersøg mulighederne i nye/gamle konserveringsmetoder: tørre, salte, sylte, røge.
5. Benyt dig af professionelle **sparringspartnere**, kokke, madhåndværkere, m.m.
6. Sæt produktionen i gang og test smag, konsistens og udseende inden det lanceres

NNK er kommercielt interessant!

Men NNK er IKKE et varemærke – og skal ikke bruges sådan...
Det nordiske budskab skal derimod kommunikeres gennem fortællinger om oprindelse, råvarens karakter, forædlingen, smag og sundhed.



”Sejerø er et godt sted for gæs. Først og fremmest fordi deres ærke-fjende, ræven, ikke findes på øen. Det betyder, at gæssene kan gå frit i de indhegnede græsmarker uden at blive truet af sultne rovdyr”

Sådan skal det ikke gøres...



NNK er kommercielt interessant,

Som paradigme og underliggende budskab...

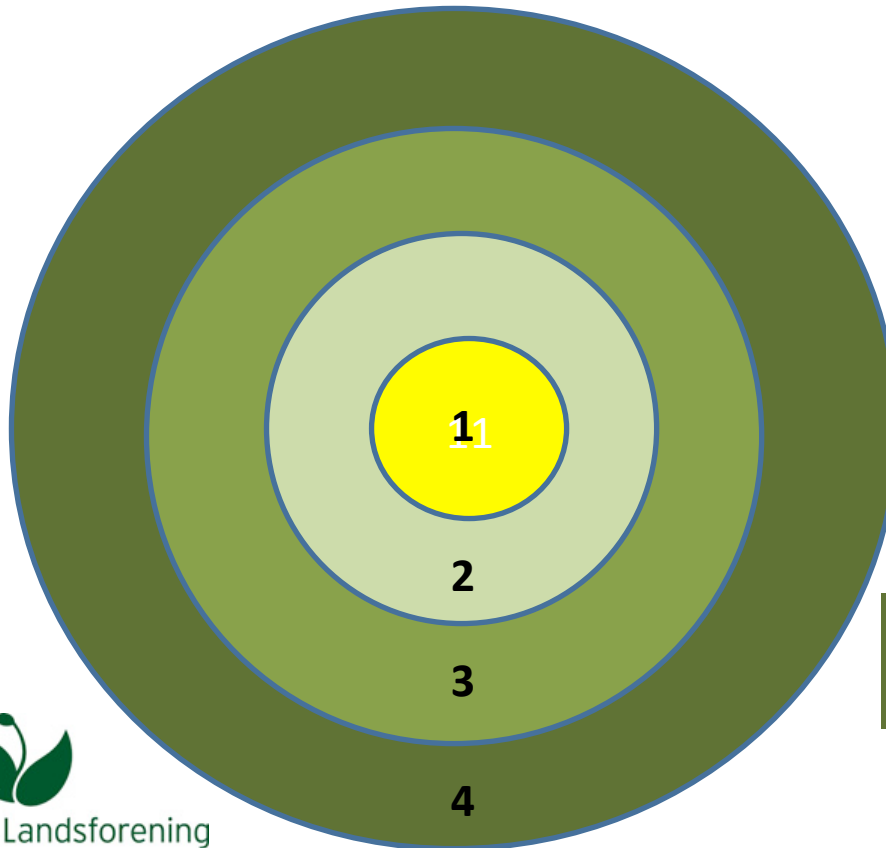
Fuldkornsgrød i 5 varianter

- Udviklet i samarbejde mellem Aurion, Rasmus Kofoed og ØFR.
- Lancering november 2008
- 1.250.000 portioner grød solgt på et år
- Årlig omsætningsvækst som følge af grødsalg hos Aurion på godt 20%
- Stor glæde hos IRMA



Tingene skal hænge sammen !

Husk at skabe overensstemmelse i produktparametrene – så varen opfattes som sammenhængende og troværdig af forbrugerne!



1. PRODUKTET

(råvarer, forædling, smag, tekstur, udseende)

2. EMBALLAGE

(stil, tone og budskab)

3. LANCERING

(markedsføring & PR)

4. DISTRIBUTION

(hvor og hvordan)