



DATO: 07.10. 2014

Slutrapport

for projekter med tilskud under Netværksordningen

1. Projekttitle

Fødevareroplevelser omkring Nyborg Slot Østfyn – Kongens Fadebur

2. NaturErhvervstyrelsens j.nr.

J.nr. 32109-BV-NA-12-0065 og J.nr. 32109-GV-BS-12-0065

3. Ansøger/tilsagnshaver (titel, navn, adresse, tlf., fax. og e-mail):

Malene R. Beck, projektleder
Østfyns Museer, Nyborg Slot
Slotsgade 34
5800 Nyborg
Tlf: 24 29 87 53 / 23 96 79 71
Mail: mrb@ostfynsmuseer.dk

4. Samarbejdspartnere i forbindelse med projektet (navn, adresse, tlf. og e-mail):

Gustaf Bock, Chefkonsulent, New Business Development
Videncentret for Landbrug
Agro Food Park 15
Skejby
8200 Århus N
Tlf: 87 40 50 46 / 40 30 17 57
Mail: gub@vfl.dk

5. Kontaktpersoner (titel, navn, adresse, tlf. og e-mail, for hver deltagende institution/virksomhed er der er udpeget én kontaktperson)

Kongens Fadebur er et åbent netværk, der har deltaget langt flere virksomheder i netværket end de fire, der er nævnt i ansøgningen:

Kernedeltagere i fødevarenetværket Kongens Fadebur:

- Anker Jønsson, Ankers Honning og Sennep, Degnelodden 1C, 5874 Hesselager, tlf: 3025

4835, ankerjonsson@gmail.com

- Nicolai Rømer, Ørbæk Bryggeri/Naturfrisk A/S, Assensvej 38-40, 5853 Ørbæk, tlf: 6533 2185, nicolai@naturfrisk.dk
- Michael Pedersen, Tenax Sild a/s, Tåsingevej 10, 5800 Nyborg, tlf: 6530 1260, mp@tenax.dk
- Barbara Hall, Madværkstedet a/s, Hovedgaden 1, 5853 Ørbæk, tlf: 6014 9701, hall@os.dk
- Annegrethe Muhs, Ørbæk Bageri, Hovedgaden 7, 6853 Ørbæk, tlf. 6533 1078, muus@mail.dk
- Søren Hvenegaard Lassen, Selleberg, Kertemindevejen 23, 5290 Marslev, tlf: 4045 1128, mail@selleberg.dk
- Erik Hansen, Lystgården, Lystvej 6, Bovense, 5800 Nyborg, tlf: 6536 1188, lystgaarden@hansen.mail.dk
- Lillian Hansen, Osteboden fru Hansen, Kongegade 12, 5800 Nyborg, tlf: 6531 4580, jane@ostebodenfruhansen.dk
- Helle Jørgensen, Rosilde Højgård, Hjulbyvej 138, 5800 Nyborg, tlf: 2016 0678, rosilde_hojgaard@mail.tele.dk
- Niels Mortensen, Magerholm Aps, Tiselholtvej 21, 5882 Vejstrup, tlf: 6228 1094, niels@magerholm.dk
- Bente Rasmussen, Skaarupøre Vingaard, Skårupørevej 28, 5881 Skårup, tlf: 6126 0368, skaaruporevin@c.dk
- Rasmus Kirk Henriksen, Restaurant Teglværksskoven Aps, Strandalleen 92, 5800 Nyborg, tlf: 6531 4140, info@teglvaerksskoven.dk
- Bettina Nielsen, CFD (Center for Døve), Skaboeshusevej 107, 5800 Nyborg, tlf: 6531 0288, bjn@cfid.dk
- Ole Tyrsted Jørgensen, Nordenhuse Frugtplantage, Skalkendrupvej 4, 5800 Nyborg, tlf: 6531 1117, oletyrsted@hotmail.com
- Finn Balsby, Regstrup Møllegård, Møllegårdsvej 25, Regstrup, 5800 Nyborg, tlf: 6536 2152, finn_balsby@yahoo.dk
- Morten Christensen, Moselund Økologi, Langholmsvej 12, 5892 Gudbjerg, tlf: 6126 4102

mc@koldcollege.dk

- Per Jørgensen, Den Gode Smag, Torvet 5, 5800 Nyborg, tlf: 6531 0666, pj@den-gode-smag.dk

6. Øvrige projektmedarbejdere (internt ansatte på projektet) (titel, navn, adresse, tlf. og e-mail)

Malene R. Beck, kulturarvskoordinator/museumsinspektør
Skolebakken 2b
5800 Nyborg
Tlf: 23 96 79 71
Mail: mrb@ostfynsmuseer.dk

Anne Marie Rasmussen, webredaktør
F.E. Cronesvej 3, 3tv
5800 Nyborg
Tlf: 24 29 87 48
Mail: amr@ostfynsmuseer.dk

Troels Malthe Borch, Kommunikationschef
Fabers Alle 32
5300 Kerteminde
Tlf. 23 96 06 07
Mail: tmb@ostfynsmuseer.dk

Nicolai Godvin, fotograf
Postkrogen 8, 5540 Ullerslev
Tlf. 26 25 83 32
Mail: nig@ostfynsmuseer.dk

Louise Harboe Bendixen, grafisk designer
Vognmandsvej 13
5800 Nyborg
Tlf. 24 29 87 55
Mail: lhb@ostfynsmuseer.dk

Lisbeth Lisberg, bogholder
Klørvænget 42
5330 Munkebo
Tlf. 24 29 87 39
Mail: lili@ostfynsmuseer.dk

7. Projektets start- og slutdato

1. august 2012 – 1. august 2014

8. Slutrapport:

A. Sammendrag af projektets formål og indhold i henhold til den godkendte projektansøgning:

Formålet med netværksprojektet Kongens Fadebur:

- At frembringe nye produkter og fødevareroplevelser med oprindelse og historie, der tager afsæt i Østfyn og historien om Nyborg Slot og by som centrum for kongemagten i middelalderen.
- At undersøge nye afsætningskanaler for fødevarerproducenter.
- At udnytte de større fødevarervirksomheders almindelige afsætningskanaler til at skubbe nye produkter frem til detailedet.
- At se nye koncepter og synergier mellem primærproducenter, fødevarervirksomheder og kulturinstitutioner.

Kongens Fadebur er et nyskabende fødevarer-netværk med hensyn til samarbejdet mellem Østfyns Museer/Nyborg Slot, der er en selvejende kulturinstitution, der udvikler kernefortællingen i netværket og en lang række større og mindre private virksomheder, der via kernefortællingen skal finde fælles fundament for forretning, udvikling og afsætning. Projektet har sat fokus på små og mellemstore virksomheders behov for hjælp til at åbne innovationsprocessen med input udefra og ved hjælp af netværksdannelsen m.h.t. udviklingen af nye produkter og blik for nye afsætningskanaler. Ved hjælp af Nyborg Slots fysiske rammer og tilhørende fortællinger er der åbnet op for at løfte lokale fødevarerproducenter ind i oplevelsesøkonomien og skabe værdi for virksomhederne på et nyt niveau. Projektet var opdelt i tre arbejdsplaner. Arbejdsplan 1: med fokus på at skabe tillid mellem netværksdeltagerne, definere rammerne omkring Kongens Fadebur, etablere retningslinjer i form af fælles logo, kvalitetskrav, formidling m.v.

Arbejdsplan 2: med fokus på deltagerens behov for læring og nye kompetencer indenfor bl.a. konceptudvikling, forretningsmodeller, udvikling og brug af events og formidling, salg og markedsføring.

Arbejdsplan 3: formidling af netværkets resultater til øvrige interessenter i Kongens Fadebur via events, sociale medier m.v.

Projektets resultater og konklusion

Projektet Kongens Fadebur har fået stor opbakning fra en række lokale virksomheder og producenter, der har grebet muligheden for, via netværket og den tilknyttede storytelling, at få inspiration til at udvikle deres produkter og virksomheder og etablere flere nye afsætningskanaler. Op til 32 østfynske virksomheder har deltaget i netværksprojektet Kongens Fadebur. De deltagende virksomheder har opnået kompetencer inden for brugerdrevet innovation, er blevet gjort bekendt med metoder til at udvikle nye produkter og ydelser i forhold til mad, fødevarer, fødevareroplevelser og historie.

Afledt og inspireret af projektet er der blevet udviklet 30 nye produkter med udgangspunkt i fortællingen om Nyborg og Nyborg Slot og flere er på vej. Flere af produkterne (Kongens Most og Juleøl og Påskebryg fra Kongens Fadebur) indgår nu i bl.a. Coops landsdækkende sortiment, mens andre kun kan købes lokalt hos producenterne og i flere østfynske specialbutikker. Der er etableret flere samarbejder på tværs af netværkets medlemmer. Der er i samarbejde mellem Nyborg Slot og netværksdeltagerne udviklet og etableret tre store årlige markedsevents omkring Kongens Fadebur og hertil en række mindre ad hoc events med fokus på forskellige fødevarer og de tilknyttede historier. Der er etableret en hjemmeside til projektet via Østfyns Museers platform:

<http://www.danmarksrigeshjerte.dk/kongens-fadebur/netvaerket-kongens-fadebur/>. Der har været fokus på netværket via Facebook (Facebook/Nyborg Slot) og pressemateriale udsendt af Nyborg Slot. Fyns Stiftstidende og Lokalavisen Nyborg har skrevet om netværket, historien bag netværket og flere af netværksdeltagerne, TV2Fyn har bragt flere indslag om netværk og events. Kendskabet til netværket er desuden blevet udbredt via adskillige foredrag holdt af Nyborg Slots medarbejdere, heraf flere i samarbejde med netværksdeltagere. Et nyhedsbrev har holdt netværkets medlemmer orienteret. Ved udgangen af 2013 stiftede netværkets medlemmer foreningen Kongens Fadebur for at sikre den videre fremdrift efter projektets udløb 1.8.2014. Fødevarer-netværket Kongens Fadebur er blevet en vigtig og aktiv ressource i oplevelsesøkonomien omkring Nyborg Slot og Østfyn og netværksprojektet har skabt grundlag for udvikling af de deltagende virksomheder og deres produkter med mulighed for øget omsætning og beskæftigelse.

B. Projektets faglige forløb

Gennemgang af projektets forløb samt en vurdering af resultaterne i forhold til de oprindeligt opstillede projektplaner og milepæle, hvad er opnået og hvad er ikke opnået?

Projektet Kongens Fadebur har forløbet meget intensivt med en række workshops og møder mellem netværksdeltagere og projektholder gennem 2013 og 2014. I efteråret 2012 foregik det forberedende arbejde med at opsøge netværksdeltagere og sikre deres engagement. De tre arbejdsplaner, der blev beskrevet i projektansøgningen er stort set gennemført.

Arbejdsplan 1: Nyborg Slot tilbød en historie og ramme som hurtigt etablerede et fælles ståsted og en gensidig tillid blandt netværksdeltagerne. Det var uden tvivl en fordel at Nyborg Slot som kulturinstitution ikke var en konkurrent men tværtimod blev opfattet som et fælles aktiv og stærkt brand. Nyborg Slot ejer varemærket "Kongens Fadebur" og har med input fra netværkets medlemmer udarbejdet en række retningslinjer - "Fadebursloven" - som medlemmerne forpligter sig til at følge, hvis de ønsker at bruge logoet og varemærket "Kongens Fadebur" til deres virksomhed og produkter. I forbindelse med Arbejdsplan 1 blev der ved hjælp af trykte logoer, forklæder m.v. skabt en fælles, synlig identitet for deltagerne selv og deres produkter (fælles faciliteter).

Arbejdsplan 2 havde gennem flere workshops (12) og møder fokus på konceptudvikling, forretningsmodeller, events og formidling, salg og markedsføring. Igennem disse workshops blev ideer og koncepter til flere nye produkter skabt, ligesom netværkets deltagere blev introduceret og inspireret til hvordan der kunne skabes storytelling omkring deres produkter. Flere virksomheder har efterfølgende benyttet sig af muligheden for, med hjælp fra Nyborg Slot, at få udviklet egentlig historier omkring deres produkt(er). Et egentlig idekatalog for hver enkelt virksomhed er dog ikke blevet udarbejdet. Der blev undervejs i dette forløb etableret samarbejder mellem flere netværksdeltagere bl.a. om at levere råvarer til videreforarbejdning og om at hjælpe hinanden med afsætning og markedsføring.

Med hensyn til udvikling og udnyttelse af events blev der sat fokus på hvordan to eksisterende events (Danehofmarked/Vor Frue Marked og Jul i den gamle Kongeby) kunne videreudvikles i regi af Kongens Fadebur og et tredje event blev udviklet og etableret i 2013 – Høstmarked fra Kongens Fadebur. Netværksdeltagerne har øget deres viden om hvordan de kan udvikle målrettede aktiviteter i forbindelse med events og fået fokus på hvordan samspillet mellem den historie, markedet formidler og deres egne produkter hænger sammen og kan udnyttes.

Med hensyn til formidling, salg og markedsføring er der arbejdet med hvordan produkterne sammen med den historie, Nyborg Slot formidler, kan bruges i markedsføringssammenhæng.

Det sidste punkt i arbejdsplan 2, der omhandler internationalisering og eksport og at etablere et koncept herfor, har netværksprojektet ikke nået at realisere.

Arbejdsapakke 3: Sideløbende med workshops og kompetenceudvikling af netværksdeltagerne har Nyborg Slot stået for at formidle viden om netværket og historien bag i forskellige sammenhænge. Der har været stor interesse fra mediernes side særligt omkring netværkets samarbejde mellem et kulturhistorisk museum og private aktører og de muligheder, der lå i dette samarbejde (se bl.a. http://www.tv2fyn.dk/article/447272?autoplay=1&video_id=69924 og Erhvervssucces Østfyn årgang 2013/2014 4. udgave, Bilag 9).

I forbindelse med markedsevents, foredrag m.v. er lokalområdet blevet informeret om netværket via trykte medier (aviser, plakater, programmer), via sociale medier som Facebook og hjemmesiden <http://www.danmarksrigeshjerte.dk/kongens-fadebur/netvaerket-kongens-fadebur/> og via museets nyhedsbreve. I foråret 2014 blev der etableret et borgernetværk med udgangspunkt i Kongens Fadebur.

C. Vurdering af projektets erhvervs- og samfundsmæssige betydning

Herunder skal følgende forhold indgå i vurderingen:

- **Antal personer som har opnået en høj grad af kompetenceudvikling:** De 17 virksomheder, der nævnes i denne afrapportering, er keredeltagerne i netværket, der har deltaget i hovedparten af workshops, møder og markedsevents i netværksperioden. Det vurderes, at 19 personer har opnået en høj grad af kompetenceudvikling.
- **Antal personer som har opnået en mindre grad af kompetenceudvikling:** Ud over de 17 kernevirksomheder har yderligere 15 virksomheder deltaget i udvalgte workshops og møder. Det vurderes, at 15 personer har opnået en mindre grad af kompetenceudvikling.
- **Hvordan har projektet bidraget til, at deltagerne fremadrettet kan øge deres omsætning og udvikle deres virksomhed?** Deltagerne har via projektet fået ideer og kompetencer til at udvikle deres produkter og virksomhed og dermed øge omsætningen. Der er etableret kontakter mellem virksomheder og lokale restauranter/kokke, der også fremover kan sikre udvikling af produkter forankret i fortællingen om Nyborg Slot og i samarbejde med Nyborg Slots fagpersonale. De mellemstore virksomheder i projektet har allerede, som direkte følge af netværksprojektet Kongens Fadebur, lanceret nye produkter og flere er på vej med potentiale til at komme i landsdækkende detailkæder. De mindre virksomheder nyder godt af den generelle omtale af Kongens Fadebur og de mellemstore virksomheders afsætningsplatforme. Flere af de mindre virksomheder har øget antallet af produkter og har i løbet af projektperioden dels udvidet deres virksomhed dels øget deres omsætning i forbindelse med de markedsevents, der også er en del af projektet.
- **Beskæftigelseseffekt (direkte og indirekte).** Blandt andet p.g.a. deltagelsen i Kongens Fadebur og udviklingen af nye produkter og events har nogle af de deltagende virksomheder kunnet øge antallet af beskæftigede. Således er to af virksomhederne i projektperioden vokset fra hhv. 2 til 6 fuldtidsstillinger/15 ansatte (Madværkstedet) og fra 15 til 36 ansatte (Restaurant Teglværksskoven). Der er et stort, men endnu ikke fuldt udnyttet potentiale for øget beskæftigelse via aktiviteterne i Kongens Fadebur, dels hos de fødevarer virksomheder, der udvikler nye produkter og deltager i storytellingen og markedsføringen og dels indenfor den mere oplevelsesøkonomiske side af projektet, der handler om besøg hos producenter, besøg på Nyborg Slot, markeder og events, overnatninger og restaurantbesøg og detailhandel/souvenirhandel og omkring Nyborg.
- **Markedseffekt (nye markeder eller markedsandele, nye produkter).** Under netværket og historien Kongens Fadebur er der udviklet 30 produkter enten i form af

produkter udviklet helt fra bunden eller eksisterende produkter, der har fået udviklet en historie i tilknytning til Kongens Fadebur. Hertil kommer ideer og oplæg til yderligere 15-20 produkter, der ville kunne udvikles og sælges af de forskellige netværksdeltagere inden for en kort årrække. Nye afsætnings- og markedsføringsplatforme er skabt i form af de tre store events: Danehofmarked, Høstmarked og Jul i den Gamle Kongeby. Medlemmerne sælger hinandens produkter og flere af netværksmedlemmerne får solgt deres produkter via lokale specialbutikker (fire butikker i Nyborg, tre i Ørbæk). Tre virksomheder har fået deres produkter afsat til Coop og Dansk Supermarked. Nyborgs konferencehoteller (med en fælles årlig omsætning på knapt 1 mia.) er aftager nu produkter fra Kongens Fadebur og markedsfører sig over for deres kunder med brugen af lokale fødevarer. To af områdets top-restauranter (Restaurant Teglværksskoven og Hotel Hesselet) benytter leverandørerne fra Kongens Fadebur og giver mulighed for at spise en middag eller frokost fra Kongens Fadebur.

- Kongens Fadebur har bidraget positivt til den generelle branding af ikke blot Nyborg men hele Østfyn. Nyborg Kommune, VisitNyborg og UdviklingFyn benytter i stor stil netværket, den tilknyttede fortælling og de tilhørende events i den overordnede markedsføring af Nyborg og Østfyn. Kongens Fadebur har dermed en konkret markedsføringsmæssig værdi for netværksdeltagerne og regionen.
- Kongens Fadebur har via netværksdannelsen og involveringen af og samarbejdet med producenter og detailhandel haft den positive effekt, at netværket har været med til at etablere en tydelig og stærk fælles identitet og sikret lokal forankring og stolthed hos både netværksdeltagere og kommunens indbyggere.

I den proces og sammenhæng har Nyborg Slot som kulturinstitution spillet en positiv rolle, da museet har kunnet fungere både som katalysator og neutralt samlingspunkt for alle interessenterne uanset deres størrelse og mål. Andre projekter kan med fordel overveje at benytte en alternativ medspiller som f.eks. en kulturinstitution i udviklingen af fødevarer-netværk og fortællinger.

D. Økonomiske afvigelser

Projektet er afviklet indenfor det godkendte tilsagnsbudget og udnytter ikke rammen fuldt ud. Der er undervejs (13. 3. 2014) søgt om en budgetændring på J.nr. 32109-GV-NA-12-0065, da udgifterne til ekstern bistand 1 blev en smule højere end oprindeligt budgetteret, samtidig med at udgifterne til ekstern bistand 2 var tilsvarende lavere end budgetteret. Desuden blev der søgt om at øge udgiften til interne lønmidler, da der var behov for mere sparring med netværksmedlemmerne. Budgetændringen blev godkendt af Center for Projekttilskud 10.7. 2014.

I forbindelse med fælles faciliteter J.nr. 32109-GV-BS-12-0065 ændredes timetallet for nogle af de internt projektansatte, men indenfor budgetrammen. Center for Erhvervstilskud blev orienteret herom 18.11. 2013.

E. Evt. uddybende beskrivelse af projektets forløb og opnåede resultater:

Underskrifter og dato (suppleret med navn, titel og institution/virksomhed i blokbogstaver)

BARBARA HALL, MADVÆRKSTEDET  den 26/9-14


Anneette Mechs Oleck Boger den 26/9-14


SELLEBERG, Søren Hvenegaard Lassen  den 28/9-14

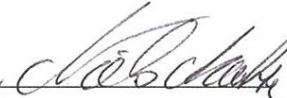
LYSTGÅRDEN v/ Erik Hansen den 26/9-14


LILLIAN HANSEN v/ Olebedefugt Hansen den 29/9-14

MICHAEL PEDERSEN, TENAX Silo, michael Pedersen den 30/9-14

HELLE JØRGENSEN, ROSILDE HADGÅRD  den 30-9-14

NICOLAI RØMER, Ørbæk Bryggeri,  den 30/9/14


Niels Mortensen, Magerholm,  den 30/9/14


BENTE RASMUSSEN 
SKAARUPØRE VINGAARD den 30/9 14

Rasmus Kirk Henriksen
Restaurant Teglværksskoven  den 30.10.14


Bittina Juhl Nilsen
CFD - NYBORG  den 30.10.14

OLE TYRSTED JØRGENSEN
NORDENHUSE FRUGTPLANTAGE  den 02.10.2014

FINN BALSØY
REGSTRUP MØLLEGÅRD  den 02.10.2014

Per Søjgensen
Den Gode Smag  den 6/10 - 2014

ANKER JØNSSON
ANKERS HONNING & SENNEP  den 1/10 2014

adr. Langholmsvej 12
5892 Gudbjerg
Morten Christensen
Moselund Økologi  den 4/10 2014