

Evaluering af Lokal Madfest i Dagli` Brugsen i Harbøre d. 3. juli 2015

- Fra forsøg til koncept

Koncept:

De lokale producenter, der leverer til den lokale Dagli` Brugs stabler i samarbejde med brugsen og eventuelle andre interessenter en årlig event på benene i brugsen. Eventen er bygget op af et marked / ”mød de lokale producenter og smag og køb deres produkter i eller udenfor brugsen” og et måltid af de lokale produkter.

En lokal måltidsproducent er driver og tovholder på udvikling af måltid (I Harbøre var det Harbøre Hotel) og serveringen af det.

Måltidet markedsføres med plakat i brugsen, hos producenterne, hos andre lokale interessenter og i lokale medier.

Billetter til måltidet sælges i brugsen.



Tekst fra Visit Lemvigs arrangementskalender:

Lokale leverandører til Dagli` Brugsen holder fest, og du er inviteret!

Mød dine lokale madproducenter – smag og køb deres produkter – og få en hyggelig eftermiddag i selskab med familie, venner og dem du ikke kender.

Der vil være marked, middag, hygge og hoppeborg...

Køb en plads i madteltet i Dagli` Brugsen i Harbøre for 100 kr. og oplev hvordan Harbøre Hotel forvandler de lokale produkter til et lokalt måltid.

Billetterne kan købes frem til d. 29. juni. Hvis du ikke får sikret dig en billet til middagen, så kom og oplev markedet og stemningen!

Evalueringen er baseret på samtale med 3 af de producenter, der deltog aktivt i eventen, samt Harbøre Hotel og brugsuddeleren, som var tovholdere på eventen lokalt. Evalueringen baserer sig desuden på egne observationer (projektkoordinator Randi Friis Hansen, SEGES)

Hvad fungerede?

Eventen i butikken:

I stedet for at lave et ”marked” udenfor butikken havde producenterne og brugsen valgt at lave mere traditionelle demonstrationer inde i butikken.

Der var fire lokale producenter, som præsenterede deres varer i butikken fra 14-16: Kræmmergård, Vesterhavssøksen, Harbøre Hotel, Fiskehallen Thyborøn.

Producenterne var tilfredse med denne del af eventen. Det fungerede for dem, at de bare kunne ”plugge in” i butikken uden for meget arbejde, og at denne del af arrangementet var tidsbegrænset til 2 timer.



Måltidet:

Der var 200 billetter sat til salg, hvoraf ca. 170 blev solgt. Der kunne godt have været solgt flere, hvis der ikke var blevet lukket for tilmeldinger 5 dage før eventen. Brugsuddeler Amy gav udtryk for, at denne måde at gøre det på fungerede, at kunderne bare måtte komme "lidt hurtigere ud af starthullerne" en anden gang. Det var en god model, at folk skulle købe billitterne på forhånd, da det skabte god forhåndsinteresse og med kundernes forudbetaling, var der på forhånd sikret et godt antal gæster ved eventen.

Prissætningen – 100 kr. for en tre-retters buffet-menu – sikrede kostpris til leverandørerne og et relativt billigt måltid til kunderne. Der blev solgt drikkevarer fra bar ved siden af, herunder lokal øl.

Menuen blev præsenteret inden måltidet af Harbøre Hotel og producenterne nævnt i den forbindelse. Der lå plakater, hvor menuen og producenterne fremgik, på alle bordene. Det fungerede godt, da flere af samtalerne ved bordene kom til at dreje sig om de pågældende producenter.



Der var god stemning under måltidet. Det var mest lokale der deltog, men et par turister havde også fundet vej til måltidet. Det havde været en stor og meget "lokal" oplevelse for dem. Deltagerne tilkendegav i det hele taget en meget stor tilfredshed med arrangementet, såvel initiativet, som maden og den gode stemning. Der var rigtig meget "hygge". Til børnene var der opsat en hoppeborg udenfor telte, som blev taget godt i brug.

Helt overordnet var der stor tilfredshed med arrangementet fra alle sider. Nedenfor er skitseret nogle af de mulige forbedringpunktyer, som er blevet foreslået af såvel producenter, Harbøre Hotel og Dagli` Brugsen, Harbøre.

Forslag til forbedringer

Producenterne efterlyser en bedre ramme i butikken for markedsføring af deres produkter – både ifm. eventen og til daglig. Bedre og mere ens skiltning, standardrammer, de kan placere deres egen markedsføringsmateriale i mm. Desuden kunne det "lokale" godt være tydeligere i butikken. Producenterne kunne desuden godt tænke sig, at der var mulighed for at tage lidt andre varer med til demonstrationen, end dem der nødvendigvis bliver solgt i butikken.

I forhold til eventen manglede der en synlig sammenhæng mellem det der skete i butikken og det der skete udenfor i teltet. Man kunne godt være i tvivl om, hvad der egentligt skete, vis man ikke viste det på forhånd. Sammenhængen kunne evt. bestå mere og bedre skiltning i butikken og visuel præsentation af producenterne i teltet og en samlet konceptfortælling.

Harbøre Hotel, som var ansvarlig for afvikling af måltidet, efterlyste deltagelse fra de andre producenter under og efter måltidet. Der var meget arbejde og travlhed. Det ville desuden være oplagt, at producenterne agerede værter overfor gæsterne, for på den måde at blive synlige og fortælle deres historie. Det vil også være oplagt, at man fremadrettet kunne trække på flere frivillige kræfter i eksekveringen af måltidet og oprydning efterfølgende.

Måltidet blev gennemført á 2 gange i to forskellige tidsrum. Dette fungerede ikke optimalt, da man blev nød til at "smide" det første hold ud, da hyggen var på sidst højeste. Til næste år, vil man i Harbøre have én servering i stedet for to og i et større telt.

Harbøre Hotel har givet udtryk for at økonomien hang sammen, men at det fremadrettet vil være godt med helt klare retningslinjer for prissætning på råvarer internt.

Harbøre Hotel foreslår som afsluttende bemærkning, at man måske kunne lave en frokostudgave til pensionister til næste år.

