

NOTAT

MAT OG KULTURLANDSKAP 2005 – oppsummering av Streif og Matstreif i Oslo.

1. Bakgrunn:

Mat og kulturlandskap 2005 har vært landbrukets hundreårsmarkeringsprosjekt. Landbruksdepartementet tok initiativ til prosjektet i mai 2003.

I prosjektsøknaden fra Landbruks- og matdepartementet (LMD) til Hundreårsmarkeringen-Norge 2005 stod følgende:

”1905 – 2005 markeringen gir mulighet til å sette landbruket inn i en historisk sammenheng, og samtidig skape engasjement og debatt om veien videre.

Prosjektet vil kombinere mat, matglede og matkultur med aktivitet, opplevelser og alle de rikdommer og verdier landbrukets kulturlandskap har å by på. Markeringer og aktiviteter rundt i landet vil framheve det unike og særegne innenfor disse områdene innenfor hvert enkelt distrikt og region.”

1.1. Organisering av Mat og kulturlandskap 2005:

Allerede i starten ble Mat og kulturlandskap 2005 organisert som et **bredt dugnads- og samarbeidsprosjekt** innenfor landbrukets ”storfamilie”;- næringens utøvere, foredlingsindustrien, handelen, kokkene og tur- og reiselivsfolket. Underveis i prosjektet har også andre grupper/interesser kommet sterkt inn i deler av prosjektet.

I september 2003 ble det etablert en styringsgruppe for prosjektet. Styringsgruppa har bestått av:

- Inger Lise Gjörv, Fylkesmann i Nord-Trøndelag
- Øystein Dahle, WorldWatch, Den Norske Turistforening, FRIFO
- Lise Fotland Aaseng, Innovasjon Norge
- Christian Sulheim, ICA Norge
- Sigrid Hjørnegård, Norges Bondelag
- Aina Bartmann, Norsk Landbruksamvirke/ Bondens Marked
- Knut Maroni, Næringsmiddelbedriftenes Landsforening
- Torunn Nordbø, Norges Kokkemesteres Landsforening (til mars 2004)
- Turid E. Jensen, Norges Kokkemesteres Landsforening (mars 2004 – januar 2005)
- Anders Ringen, Hundreårsmarkeringen-Norge 2005
- Ottar Løvik, Landbruks- og matdepartementet

Fylkesmennene ved Fylkesmennenes landbruksavdelinger (FMLA) har koordinert arbeidet på fylkesnivå. Samtlige FMLA'er har i hele perioden hatt en ansatt som har fungert som fylkeskoordinator for Mat og kulturlandskap 2005.

FMLA'ene har også hatt fylkesvise styrings/koordinerings/samarbeidsgrupper som i hovedsak har vært sammensatt etter samme modell som den nasjonale styringsgruppen.

Kirsten Indgjerd Værdal ble ansatt i halv stilling som prosjektleder fra 15/8 2003. Fra 1.januar 2005 til 1.oktober 2005 har Værdal vært ansatt i 80 % stilling.

Prosjektleder har i perioden hatt noe bistand til sekretærarbeid i LMD. I tillegg har Mat og kulturlandskap 2005 hatt et nært samarbeid med Informasjonsavdelingen og Landbruk Pluss i LMD. Begge disse har bidratt til medfinansiering av enkelte av satsingene i Mat og kulturlandskap 2005.

1.2. Mål og strategier:

Styringsgruppa vedtok høsten 2003 følgende mål og strategier for prosjektet:

Mål:

Vi skal gi økt bevissthet om- og forsterket glede og stolthet over verdien av norsk mat og et levende kulturlandskap i hele landet

- Vi skal vise at landbruket tar vare på , utvikler og fornyer norsk matkultur
- Vi skal vise at landbruket forvalter, foredler og formidler norsk natur – gjennom aktiv og fornuftig bruk

Strategier:

- Sette bygde-Norge og landbruket inn i en historisk sammenheng
- Ha markeringer og aktiviteter i alle fylker – som trekker fram det særegne knyttet til – og viser sammenhengen mellom - MAT og KULTURLANDSKAP
- Kombinere matglede og matkultur med aktivitet og opplevelser i kulturlandskapet
- Samarbeide nært med alliansepartnere i hele matkjeden- og med reiselivet og frilufsorganisasjonene
- Skape engasjement og debatt om veien videre for bygde-Norge

Målgrupper:

Prosjektet retter seg mot folk i by og bygd, med barn og ungdom som spesiell målgruppe.

1.3. Delprosjektene i Mat og kulturlandskap 2005 :

Mat og kulturlandskap 2005 har hatt følgende delprosjekter:

- Streif
- Kortreist mat
- Mat og kulturlandskap 2005 - Stilkonkurranse for videregående skole
- Framtidsbygda 2020
- Matstreif i Oslo

2. Streif

2.1. ”Vandring 1905 – 2005”

Da LMD tok initiativ til prosjektet Mat og kulturlandskap 2005 ble det fra Departementsråd Per Harald Grue gitt muntlige føringer om at dette prosjektet skulle:

- Ha aktiviteter/markeringer knyttet til temaene mat og kulturlandskap
- Bidra til en bedre synliggjøring av sammenhengene mellom lokal matproduksjon og hvordan kulturlandskapet ser ut /framstår
- Være en bidragsyter til en tettere samhandling mellom alle aktører i matkjeden
- Gjennom synliggjøring og samhandling være en inspirasjon i arbeidet med næringsutvikling

Styringsgruppa vedtok høsten 2003 at det i alle fylker skulle arrangeres vandring som kombinerte opplevelser i kulturlandskapet med smak av lokal mat. Arbeidstittelen på denne satsingen var ”**Vandring 1905 – 2005**”.

Om innholdet i vandringene sa bl.a. Styringsgruppa:

”Det gjennomføres **vandringer i alle fylker**, - gjerne flere steder i hvert fylke. Der det er mulig kan det gjennomføres vandring i alle kommuner. Vandringene gjennomføres i et samarbeid mellom mange ulike organisasjoner: Lokale Bondelag og Bonde- og småbrukerlag, lokale FRIFO-organisasjoner (det kan være alt fra Turistforeningas lokallag til 4H-klubber), museums- og historielag. Videregående skoler i naturbruk kan også være viktige medspillere i planlegging og gjennomføring av vandringene. Folk med god kunnskap om det enkelte område ”læres opp” som guider.

Som en del av ”Vandring 1905- 2005 ” legges det også opp til gode kultur- og matopplevelser. Her er det lokal mat og kultur som må stå i sentrum.”

2.2. Streif – navn og profil

Høsten 2003 ble det tatt kontakt med Dagfinn Aanonsen i Dinamo for å få noe bistand til valg av navn på de ulike aktivitetene. Dinamo foreslo å kalle ”vandringsaktiviteten” Streif.

Styringsgruppa vedtok dette navnet på møte i februar 2004.

Det ble totalt brukt 20.000 kr. til alt arbeidet med navn i tilknytning til Mat og kulturlandskap 2005.

Det ble også etter hvert satt i gang et arbeid med å utarbeide profilmateriell for Streif. Dette arbeidet foregikk i et nært og viktig samarbeid med markedsansvarlig Astrid Lødemel i Hundreårsmarkeringen-Norge 2005. Informasjonsavdelingen i LMD brukte også mye ressurser på å bistå i dette arbeidet.

Oppdraget med utforming av profil gikk til GATE Design as v/Trygve Fjæstad Andersen og Thor S. Greni.

Arbeidet resulterte i en fullstendig profil for Streif. Det ble utarbeidet logo samt maler for banner-up, beach-flagg, flagg, gatebannere, plakater og annonser. Alt dette ble samlet i en brukerveiledning som gikk til alle fylker våren 2005.

Gate Design har også hatt i oppdrag å kvalitetssikre bruk av sponsorlogoer, bilder og tekst i forbindelse med bruk av materialet. Hundreårsmarkeringen-Norge 2005 har tatt samtlige kostnader knyttet til kvalitetssikring av bruk av materialet.

Oppdraget med utforming av alt profilmaterialet i Gate Design as hadde en total kostnadsramme på 117.000 (inkl.mva).

2.3. Mål med Streif :

- Å gi forsterket glede og stolthet over kulturlandskap som kilde til aktivitet, rekreasjon og opplevelse
- Økt bevissthet om verdien av lokal matproduksjon og om sammenhengene mellom lokal mat og kulturlandskap
- Å øke kunnskapen om hvilke forandringer som har skjedd i kulturlandskapet de siste 100 år, og om hva som har ført til disse forandringene
- Bevisstgjøring omkring utfordringer knyttet til å beholde og utvikle kulturlandskapet
- Økt bevissthet omkring verdien av mat og landskap som nasjonale identitetskapere

Styringsgruppa oppnevnte en arbeidsgruppe til å bistå prosjektleder i å konkretisere innholdet i Streif. Følgende tok del i dette arbeidet:

Lise Fotland Aaseng, Innovasjon Norge

Sigrid Hjørnegård, Norges Bondelag

Steinar Sørli, FMLA i Hordaland

Oskar Puschmann, NIJOS

Knut Almquist, Reiselivsbedriftenes Landsforening

Som et grunnlag for utarbeidelse av Streif i fylkene ble det lagt bl.a. følgende føringer:

- Det gjennomføres **minst ett Streif i alle fylker**. Det kan gjennomføres flere dersom fylkene ønsker dette.
- Streif skal være et streif i **kulturlandskap, lokal mat, kultur og historie** (se mål for Streif).
- Fylkene oppfordres til å utforme Streif med tanke på at deltagerne skal oppleve **særpreg og lokale kvaliteter** knyttet til mat, kulturlandskap, historie og kultur. Fylkene må lete etter det beste i sine områder og tenke,- **Hva vil vi vise fram i vårt fylke ?**
- Fylkene oppfordres til å velge tidspunkt for Streif som gjør det mulig å "spille på" hendelser, aktiviteter, arbeidsoppgaver eller opplevelser knyttet til mat og landskap.
- Det er viktig at Streif er et arrangement **som unger liker**. Under planlegginga bør det legges spesiell vekt på å gjøre dagen til en opplevelse for barn. Det er fint om Streif ikke blir en kopi av Åpen gård. Aktuelle aktiviteter kan være: skattejakt, natursti, matlaging ved bålet i skogen, ysting på sætra osv.
- Mye program som aktiviserer og engasjerer både barn, unge og voksne i landskapet
- **KulTur**

For å gjøre Streif til noe mer enn en vandring anbefales det å alliere seg med aktører innenfor musikk, drama, dans, kunsthåndverk eller andre kulturområder. Dette vil i

mange tilfeller være overraskende samarbeidspartnere som kan gi Streif mange nye og spennende uttrykk.

2.4. Planleggingsfase

I perioden fra februar til desember 2004 planla fylkene sine Streif. Dette arbeidet ble organisert noe forskjellig, noen hadde egne arbeidsgrupper og noen brukte styringsgruppa til å planlegge. Felles for samtlige var at de foretok planleggingen sammen med en bred allianse slik beskrevet tidligere i notatet.

Fylkene fikk tidlig i planleggingsfasen oversendt en prosjektbeskrivelse som inneholdt mål med Streif, hva Streifene burde innholde og forslag til samarbeidsparter. Prosjektleder fulgte opp fylkeskoordinatorerne i hele planleggingsfasen med jevnlig telefonmøter. Ved årsskiftet 2004/2005 forelå en fullstendig plan for Streif. Denne ble presentert på en pressekonferanse i Oslo 15. desember. På dette tidspunkt forelå det planer om ca. 85 Streif.

I tillegg vedtok styringsgruppa at det skulle satses å på 2 større Streif;- et åpningsarrangement og et arrangement i eller i nærheten av Oslo.

FMLA i Oslo/Akershus ble forespurt om å ta på seg prosjektledelsen for Oslo-arrangementet. Det ble ganske raskt avklart at dette Streifet skulle arrangeres i Maridalen.

Fylkene ble utfordret til å komme med forslag til sted og opplegg for et åpningsstreif. Rogaland og Hordaland pekte seg ut med svært gode skisser til arrangementet. I september 2004 vedtok Styringsgruppa å legge dette arrangementet til Ullensvang i Hardanger. FMLA i Hordaland tok på seg prosjektledelsen for arrangementet.

2.5. Økonomi

Mat og kulturlandskap 2005 har bevilget 100.000 kroner til hvert fylke til gjennomføring av Streif, totalt 1,8 mill.kr. Det er i tillegg bevilget 200.000 kroner til Fylkesmannen i Hordaland til gjennomføring av Streif i Ullensvang. Mat og kulturlandskap 2005 har i tillegg brukt flere hundre tusen på dette arrangementet. Dette er bl.a. knyttet til seminaret "Fruktbar framtid" og til program/opplegg som hadde sammenheng med HM Dronning Sonja sin deltagelse. Fylkesmannen i Oslo/Akershus har fått en bevilgning på 300.000 kr. til gjennomføring av Streif i Maridalen.

I tillegg til disse bevilgningene har Fylkesmennene, i varierende grad brukt egne ressurser på Streif. Mange fylker har også vært svært dyktig til å hente inn sponsormidler samt finne aktuelle finansieringskilder hos samarbeidspartnere.

2.6. Gjennomføring

Åpningsstreifet ble arrangert i Ullensvang i Hardanger den 21. april. Gjennom hele vinteren ble det gjort et svært omfattende og grundig forarbeid fra FMLA, bygdefolk og mange samarbeidende organisasjoner. FMLA var også pådriveren for at arrangementet ble profilert på en svært god måte. At HM Dronningen deltok i arrangementet var avgjørende for å gjøre dette Streifet til en helt unik opplevelse. **Med en slik åpning ble det lagt et best mulig fundament for de andre Streifene.**

Det har i perioden fra 11.februar til 10.oktober vært arrangert mellom 90 og 100 Streif. Arrangørene har blitt oppfordret til å fylle ut et enkelt rapportskjema. Pr.19.10 foreligger det rapporter fra 86 Streif. Antallet deltagere har variert mellom 5 og 8000. Totalt deltagertall ligger på knapt 65.000. 47 % av arrangørene har gitt uttrykk for at oppmøtet var mye høyere eller mye høyere enn forventet. 35 % at det var som forventet, og 18 % at det var lavere eller mye lavere enn forventet.

Så godt som samtlige arrangement har blitt markedsført på med annonser, plakater, og på web hos fylkesmannen, LMD og samarbeidende organisasjoner. Mange fylker har også laget brosjyrer som har presentert en eller flere av Streifene.

2.7. Hva innholdt Streifene?

Det ble lagt klare føringer på at Streifene skulle hvile på 4 pilarer; mat, kulturlandskap, historie og kultur. Fylkene har gitt til dels grundige rapporteringer av Streifenes innhold, og det er helt klart at de aller fleste har hatt aktiviteter og temaer knyttet til **alle** disse elementene.

Mat:

De aller fleste arrangementene har hatt stor fokus på tradisjonsmat. Mange av arrangementene har vært lagt til bygdetun eller museer. En har der benyttet seg av de mulighetene dette gir. Flere arrangement her også vært knyttet til sætrer. Disse har naturlig nok fokusert på seterkost og tradisjoner i tilknytning til dette.

Mange av arrangementene har lagt vekt på å presentere og selge en stor bredde av lokale spesialprodukter. Dette har vært gårdsysteri, små kjøttbedrifter, grønnsak-, frukt-, og honningprodusenter. På en del av arrangementene har også en eller flere aktører fra næringsmiddelindustrien deltatt. Ofte har matlagingsaktivitetene blitt kombinert med foredrag knyttet til temaene.

På mange av arrangementene har Bygdekvinnelagene hatt en svært viktig rolle. De har ofte stilt opp til en skikkelig dugnad for å vise lokale tradisjoner. Kokkene har også deltatt på mange av arrangementene. Kokkemesterlaug eller andre ”kokke-grupper” har, med utgangspunkt i lokale råvarer, tilbredt mat på mange ulike måter.

Kulturlandskap:

På de aller fleste Streifene har temaer knyttet til kulturlandskap hatt stor plass. De aller fleste arrangementene har hatt opplegg med vandring i kulturlandskapet enten langs etablerte stier, eller med guiding i et avgrenset område. Svært mange av arrangementene har i foredrag, brosjyrer, plakater eller ved annen informasjon formidlet kunnskap om kulturlandskapet både før, nå og i framtid. Ofte har også vandringen i landskapet blitt kombinert med orientering om kulturminner, beitedyr, gamle og nye høstingsmetoder el.lign.

Historie/kultur:

I så godt som samtlige Streif har historie og kultur hatt en bred plass. Allerede i planlegginga har de lokale arrangørene gått i tett samarbeid med for eksempel teatergrupper, musikklag, håndtverkere, kunstnere osv. Disse kulturinnslagene har dels hatt sin plass på ”stemne-plassen”, men i svært mange av Streifene har en i selve vandringen fått oppleve et mangfold av kunst og kultur.

Historiedimensjonen har ofte blitt ivaretatt av bygdetun, historielag eller lign. Mange av Streifene har også inneholdt utstillinger, foredrag eller aktiviteter som har omhandlet temaer knyttet til 1905. Noen har også sett nærmere på tidsbolker fra hele hundreåret.

Flere Streif har blitt arrangert i nært **samarbeid med kirka**. Ofte har søndagsgudstjenesten vært starten på disse arrangementene. På flere av gudstjenestene har prestene fulgt liturgien fra 1905. Mange steder har presten båret pipekrage og kirkegjengere vært kledd i 1905-klær.

2.8. Hvordan opplevde publikum og arrangører Streifene?

På rapportskjemaene ble det spurt om hvordan publikum og arrangører opplevde Streifene. Svarene fordeler seg som følger:

Hvordan var tilbakemeldingene fra publikum?

Dårlig	Sånn passe	Godt/positivt	Svært godt/positivt
	1 %	41 %	58 %

Hvordan vil arrangøren karakterisere dette Streifet ?

Arrangementet var dårlig	Arrangementet ble "sånn passe"	Arrangementet var "både –og"	Arrangementet var godt	Arrangementet var svært godt
	2 %	1 %	45 %	52 %

2.9. Hvem deltok på Streif ?

Styringsgruppa definerte følgende målgrupper for Mat og kulturlandskap 2005: "Prosjektet retter seg mot folk i by og bygd, med barn og ungdom som spesiell målgruppe."

For å nå denne målsettingen har det bl.a. blitt satset på skoleaktiviteter samt Matstreif i Oslo.

En var i tillegg opptatt av at Streif skulle utformes slik at det hadde appell til målgruppa. For å få et bilde av dette ble arrangørene bedt om å prøve å angi hvem som deltok på Streif (det var mulig å krysse av på så mange grupper som de ønsket). Det er åpenbart at et slikt anslag kan bli svært omtrentlig, men en liten pekepinn vil det likevel gi.

Publikum ble oppdelt i følgende "fraksjoner"; bygdefolk, folk fra nærmeste by/tettsted, ungdommer, barnefamilier, godt voksne og eldre.

Dvs. at det dels ble bedt om en vurdering om hvor folk kom fra, og dels en vurdering av fordeling i aldersgrupper.

Rapportene gir følgende fordeling i forhold til hvor folk kommer fra

Bygdefolk	76 %
Folk fra nærmeste tettsted/by	71 %

At mer enn 7 av 10 arrangører angir at de har hatt mange deltagere fra nærmeste by/tettsted viser at vi langt på vei har lyktes med å gjøre dette til arrangement som har appell til folk utenfor bygda. Så godt som samtlige arrangement har hatt svært begrenset med midler til å drive markedsføring. Det er grunn til å tro at noe mer midler til det ville gitt enda høyere besøkstall fra byer/tettsteder.

Fordeling på aldersgrupper

Ungdommer	20 %
Barnefamilier	55 %

Godt voksne	76 %
Eldre	45 %

Fordelingen viser at Streif først og fremst har vært arrangement for barnefamilier og godt voksne. En god del av Streifene har vært lagt til bygdetun eller museer. På disse arrangementene har andelen eldre vært langt høyere enn 45 %.

20 % av Streifene har hatt stor deltagelse fra ungdommer. Dette er i all hovedsak arrangement som har hatt ungdommene som spesiell målgruppe. De fleste av disse Streifene har blitt arrangert i et samarbeid med skolene. Eksempel på dette er 4200 ungdommer på Streif på Norsk Skogmuseum på Elverum, en stor del ungdommer (av i alt 2000 besøkende) på Streif på Kongsvinger festning og Streif under 4H sin fylkesleir i Nord-Trøndelag. Andelen ungdommer på de ordinære Streifene har vært svært lav.

2.10. Vurdering

En vurdering av Streif bør ta utgangspunkt i de vedtatte målene for Streif. Disse var i all hovedsak kvalitative, og det følger ikke enkelt å gi en entydig vurdering av måloppnåelsen.

Det er grunn til å gi stor honnør til fylkene for at de både har brukt mye egne ressurser og at det er lagt ned et meget stort arbeid for å gjennomføre Mat og kulturlandskap 2005 på en grundig og skikkelig måte. Mange av fylkeskoordinatorene har vært inne i arbeidet med å utvikle og gjennomføre hvert enkelt Streif, og det er lagt mye arbeid i å følge opp føringer fra prosjektledelsen. Mange av FMLA'ene har også brukt Streif svært aktivt til å understøtte andre strategiske satsinger;- næringsutvikling, arbeid med regionale miljøprogram osv.

Samtlige fylker har etablert arbeidsgrupper med mange alliansepartner for å planlegge og gjennomføre Streif. Lokale Bondelag, Bygdekvinnelag, Kokkelaug, Bygdelag og Historielag har lagt ned et utrolig arbeid for å gjøre Streif til en suksess. En del fylker har hatt et tett samarbeid med lokale turlag og andre friluftslivsorganisasjoner i arbeidet med Streif.

Styringsgruppens krav til fylkene var i utgangspunktet at det skulle arrangeres minst ett Streif i hvert fylke. Resultatet har blitt bortimot 90 Streif. Dette er langt høyere enn hva en kunne forvente eller håpe på. Det ble ikke laget noe mål for deltagelse. En samlet deltagelse på nærmere 70.000 var det ingen som var i nærheten av å drømme om.

Mye tyder på at publikumsoppslutningen har vært høyest på de arrangementene der Streif ble lagt til godt etablerte arrangementssteder med faste årlige publikumsdager, eks. Norsk Skogmuseum, Jærmuseet, Dømmesmoen. Men det er også mange eksempler på svært høy publikumsoppslutning også der Streif er lagt til "nye" arrangementssteder. Det kan også være at budskapet i Streif har kommet vel så godt frem der arrangementet har foregått på steder og i miljø som ikke har faste årlige arrangement.

Som vist over har Streif hatt størst appell til barnefamilier og godt voksne både på bygda og i byer/tettsteder. Det er også helt klart at ungdom ikke har oppsøkt de "vanlige" Streifene. Det

kommer også klart til uttrykk i rapportene at de Streifene som har vært laget spesielt for barn/unge har blitt svært godt mottatt. Kortreist Mat er en annen av prosjektene i Mat og kulturlandskap 2005. Kortreist Mat har hatt ungdomsskolene som målgruppe. Innholdet i Kortreist Mat er også bygd rundt lokal matproduksjon og sammenhenger med hvordan kulturlandskapet framstår. Kortreist Mat har blitt godt mottatt av skolene, og det er samlet bevilget vel 1 mill kr til denne aktiviteten.

Mat og kulturlandskap 2005 har også arrangert stilkonkurransen i videregående skole. Temaet for konkurransen var knyttet til matproduksjon både lokalt og globalt. Oppslutningen om stilkonkurransen var svært variabel, og det kan se ut som det er vanskelig å motivere skolene til å delta på denne type aktiviteter. Dette på tross av at mange av fylkene markedsførte stilkonkurransen godt i bl.a. regionale medier. Prosjektleder vil ikke anbefale denne formen for skoleaktivitet .

En av hovedhensiktene med Mat og kulturlandskap 2005 var at en skulle bruke prosjektet til å ”vise sammenhengen mellom MAT OG KULTURLANDSKAP”(en av strategiene),- ”vi spiser det vi ser og ser det vi spiser”. Min oppfatning er at dette kun har vært starten på en lang vei i så måte. Arrangementene har på en flott måte synliggjort kulturlandskapets funksjon som matprodusent. **Det kan se ut som en i noe mindre grad har maktet er å fokusere på er at maten og produktene som har blitt tilberedt og solgt har sin opprinnelse i dette landskapet.**

Om Streif har bidratt til at flere produsenter har begynt å fokusere på kulturlandskapet som basis for sine produkter er det ikke mulig å svare på.

Flere har imidlertid gitt uttrykk for at arbeidet med Streif har ført til en bevisstgjøring om muligheter knyttet til mer aktiv bruk av kulturlandskapet i arbeidet med å utvikle nye produkter.

Mat har vært en sentral del i så godt som samtlige Streif. Bygdekvinnelag og Kokkelaug har ofte bidratt til å gi denne delen av arrangementene høy kvalitet.

Det kan se ut som at det har vært langt større fokus på tradisjonsmat enn på nye oppskrifter, tilberedningsmåter og råvarer.

Det ser også ut som at en stor andel av Streifene har hatt svært høy faglig kvalitet på formidlingen av temaer knyttet til kulturlandskap, og det har ofte vært fokus på endringer i landskap, kulturminner, gamle og nye arbeidsmetoder osv. Rapportene synliggjør til fulle at en stor andel av Streifene er vandringene i landskapet er lagt til områder som er rike på kulturminner.

Elementene historie og kultur er også svært godt ivaretatt i Streifene.

Streifene har blitt arrangert over hele sesongen. Streif har hatt et innhold som har vært interessant for mediene. Det har derfor vært svært mye ”Streif-stoff” gjennom dette halvåret i lokale og regionale medier. Det er laget en rapport fra Mat og kulturlandskap 2005. Denne rapporten gir et bilde av hvor omfattende dette har vært. Det er mye som tyder på at Streif allerede er blitt et innarbeidet begrep hos svært mange mennesker rundt omkring i landet.

2.11. Skal Streif ”leve videre”?

Utvikling av Streif ble gjort med tanke på at dette skulle bli en sentral del av landbrukets hundreårsmarkeringprosjekt.

I tillegg til målene for Mat og kulturlandskap og for Streif var 2 føringer fra oppdragsgiver sentrale. For det første skulle prosjektene bidra til et tettere samarbeid mellom alliansepartnere i matkjeden, samt med reiselivet og med friluftslivets organisasjoner. Prosjektene skulle også indirekte bidra til en sterkere fokus på muligheter knyttet til lokal næringsutvikling med utgangspunkt i mat og landskap. I en vurdering av om, og i tilfelle hvordan Streif skal videreføres må dette stå sentralt.

En kan tenke seg flere alternativer:

1. Streif videreføres slik som i dag med fokus på mat, kulturlandskap, historie og kultur, og med støtte til et forholdsvis høyt antall arrangement.

Vurdering: Det er prosjektleders vurdering at dette ganske raskt vil føre til at Streif blir et nytt navn på arrangement som har lange tradisjoner i bygdene av typen, museumsdager, bygdedager osv. En slik utvikling kan gjøre Streif til gode arenaer for synliggjøring av historie og tradisjoner, men det er god grunn til å anta at dette er aktiviteter som går videre uten medvirkning fra Streif. Det kan også være grunn til å tro at en videreføring langs ei slik linje ganske raskt vil føre til at det **kun** blir samarbeidspartnere som har lange tradisjoner i å lage arrangement sammen som vil stå som arrangører.

2. Streif videreføres, men med en klarere profil på næringsutvikling enn det som preget Streifene i 2005.

Vurdering: Dersom Streif skal videreføres kan det utvikles til å bli et nyttig bidrag/verktøy i næringsutviklingsarbeidet. Det er 2 dimensjoner som det da er viktig å legge vekt på:

- For det første er forberedelse og utvikling av Streif viktig med hensyn på å styrke samhandlinga mellom partnerne som vanligvis ikke jobber sammen. At kokker, bønder, industri friluftslivsfolk og reiselivsaktører sammen skaper arrangement er i seg selv viktig med tanke på tettere samarbeid også i andre sammenhenger. Det er også grunn til å tro at denne samhandlingen i en del tilfeller fører til at en oppdager nye muligheter til å skape produkter og satsinger innenfor mat, reiseliv og opplevelser.
- I 2005 var det å se på utvikling fra 1905 til 2005 en av hensiktene. At historie ble sentralt var derfor tilsiktet. Framover må Streif gis en langt klarere profil i retning av nyskaping/utvikling. En mulighet kan være å **temarette** Streif for hvert enkelt år. Eksempler på dette kan være; ”Streif i nye lokale smaker”, seterstreif, kulturminnestreif.. En kan også sette krav om samhandling mellom aktørene over tid, og at dette har i seg elementer av konkrete planer for nærings-satsinger hos en eller flere av aktørene. **Dette vil i så fall innebære at Streif blir et tiltak som vil være en kombinasjon mellom mobilisering og presentasjon/synliggjøring av lokale satsinger.**

3. Streif videreføres med skolene som målgruppe.

Som tidligere omtalt har en del fylker arrangert Streif som har vært spesielt tilrettelagt for skolene. Planlegging av disse arrangementene er gjort i nært samarbeid med de aktuelle skolene. Rapportene tyder på at disse Streifene har blitt svært godt mottatt.

Disse arrangementene har hatt mye til felles med Kortreist mat. Opplegget har ofte vært en skoledag ute i landskapet. Et mangfold av aktiviteter har bidratt til å formidle kunnskap om kulturlandskap og lokalmiljø. Elevene har så brukt lokale råvarer til å lage mat. Mange skoler har brukt lokale ressurspersoner i gjennomføring av aktivitetene.

Det er prosjektleders oppfatning at dersom LMD har til hensikt å bruke ressurser på satsinger i skolene er det elementer i både Kortreist Mat og Streif som det er verdt å bygge på i utvikling av nye opplegg.

Konklusjon: Det er lite som tilsier at det er riktig å bruke ressurser på å videreføre Streif etter nøyaktig samme mal som i 2005. Svært mye taler imidlertid for videreføring i en noe endret form. Prosjektleder vil foreslå at en satser både på alternativ 2 og 3.

3.0. Matstreif i Oslo

3.1. Bakgrunn

Allerede svært tidlig i planleggingsfasen startet Styringsgruppa for Mat og kulturlandskap 2005 en diskusjon om å arrangere en Matfest i Oslo. Hundreårsmarkeringen – Norge 2005 planla festuker i mange byer, og de ønsket at mat skulle være en viktig del av satsingen på flest mulig av disse.

Prosjektleder hadde også tidlig kontakt med følgende for å diskutere forhold omkring en mulig Matfest i Oslo:

- Innovasjon Norge, spesielt Verdiskapingsprogrammet for Mat
- Mange forskjellige aktører i foredlingsindustrien
- Norges Bondelag og Norsk Bonde- og småbrukerlag
- Kokkemiljøet med bl.a. Norges Kokkemestres Landsforening og Det norske kjøkken
- Kjøttbransjens Elitelag og Konditorenes Landslag
- Dagligvarehandelen
- Norsk Bygdeturisme og gårdsmat
- Bondens Marked
- Norge 2005
- Oslo Arrangement (datterselskap av Oslo Handelsstands Forening)
- Gjensidige Nor Forsikring, Landkreditt, Yara

En vurdering av de totale ressursene Mat og kulturlandskap 2005 rådte over gjorde at Styringsgruppa ganske raskt besluttet å satse på en matfest,- i Oslo under festuka.

Våren 2004 startet det en dialog med Eivind Hålien, ansatt på Fylkesmannens Landbruksavdeling i Rogaland, samt med Landbruksdirektøren i Rogaland med tanke på å engasjere Hålien som prosjektleder for Matfesten i Oslo. Like etter dialogen startet skiftet imidlertid Hålien jobb, og ble daglig leder i Fagforum for mat og drikke i Rogaland. Dette gjorde at Mat og Kulturlandskap 2005 inngikk en avtale med Fagforum om prosjektledelse av Matfesten i Oslo. Den totale rammen for avtalen var kr.625.000,- inkl.mva. I tillegg til dette har Mat og kulturlandskap dekket reisekostnader.

Fagforum for mat og drikke inngikk så et tett samarbeid med Gladmat i Stavanger for å gjennomføre arrangementet. Tove Ramstad (ansatt i Gladmat) kom dermed inn som teknisk koordinator i arrangementet.

Styringsgruppa for Mat og kulturlandskap 2005 oppnevnte følgende arbeidsgruppe til å bistå prosjektledelsen i planleggings- og gjennomføringsfasen:

- Arne Rød, Innovasjon Norge
- Gjermund Stormoen, Tine
- Ola Dahl Andersen, Norges Kokkemestres Landsforening
- Sunni Grøndahl Aamodt, Norsk Bygdeturisme- og gardsmat
- Randi Kvissel Haugen, Matmerk
- Aina Bartman, Bondens Marked
- Knut Maroni, Næringsmiddelbedriftenes Landsforening

3.2. Planlegging:

3.2.1. Mål:

Følgende målsetting ble satt for arrangementet:

Synliggjøre norsk matmangfold og kvalitet.

3.2.2. Lokalisering:

Stands og aktiviteter på Karl Johans gate fra Paleet og oppover mot Slottet, samt formidlingsaktiviteter på Universitetsplassen.

3.2.3. Innhold:

Fylkesvise stand:

Arbeidstittel for denne delen av Matstreifet ble; **Smak deg gjennom Norge!** Fylkesmannens landbruksavdeling (FMLA), Innovasjon Norges distriktskontor, det lokale Kokkelauguet samt Norsk Bygdeturisme og Gardsmat ble bedt om sammen å ta ansvaret for den fylkesvise organiseringen av deltagelse på Matstreif.

FMLA ble oppfordret til å koordinere arbeidet. Hvert fylke ble så bedt om å plukke ut minst 4 lokale spesialprodusenter, og som kunne bidra til å synliggjøre bredden i norsk landbruk.

Alternativt fikk hvert fylke tildelt en stand som de selv kunne fylle med innhold i henhold til følgende produktkriterier:

- Produsert i fylket (hele fylket bør representeres, ikke bare en region)
- Har særpreg og er med på å vise et mangfold
- Har en spesielt høy kvalitet
- Har et kommersielt potensiale

I tillegg fikk hovedkontoret i Innovasjon Norge mulighet til å velge ut inntil 10 bedrifter som kunne vise kvalitet, muligheter og mangfold.

Følgende føringer ble lagt på fylkenes deltagelse for å sikre en helhetlig profil:

- Produktene skal være i fokus.

- Det skal selges småretter av produktene, gjerne i kombinasjon med flere produkter fra samme fylke (Fylkesretten!).
- Prisen skal være lav (10- 40 kroner per rett).
- Kvalitet foran volum.
- Produkter i seg selv skal kunne selges som på Bondens Marked.
- Formidling skal stå sentralt.

De store næringsmiddel aktørene:

De store næringsmiddelaktørene ble invitert til å delta med tanke på å presentere noen av sine spesialprodukter. Disse aktørene ble også oppfordret til å vise functional food og convenience produkter. Dagligvarekjedene og dagligvare butikker ble oppfordret til å delta og synliggjøre satsingen på lokale, regionale og nasjonale spesialprodukter.

Sponsorene Landkreditt, Yara og Gjensidige Forsikring fikk også få tilbud om å delta.

Universitetsplassen:

På Universitetsplassen ble det planlagt å presentere organisasjoner og aktører innenfor forskning og formidling. I tillegg ønsket en å presentere en del organisasjoner.

Følgende ble invitert til å delta:

- Gastronomisk Institutt
- Matforsk
- Kompetansenettverket for småskalamatproduksjon
- TINE med Gapetitt
- Opplysningskontora for grønt, melk, egg og hvit kjøtt og kjøtt
- Matmerk
- Innovasjon Norge
- Mattilsynet
- Norges Bondelag
- Norges Bonde- og småbrukarlag
- Norsk Bygdeturisme og gardsmat
- Bondens Marked
- Norges Kokkemesteres Landsforening
- Kjøttbransjens elitelag
- Opplæringskontora for Næringsmiddelfag
- Oikos - Økologisk Landslag
- Slow Food
- Kaupa
- Gladmat
- Den Norske Matfestivalen
- Bønder i byen
- Matfest Trondheim
- Kokkekonkurransen Kokk og Bonde 2005

Allerede svært tidlig i planleggingsfasen ble det etablert et tett samarbeid mellom Mat og kulturlandskap 2005 og Oslo Arrangement. Datoene for Matstreif i Oslo ble satt slik at arrangementet kunne være en del av Oslo Sommerfestival. **Oslo Arrangement har i hele planleggingsfasen vært en helt uvurderlig samarbeidspart med tanke på å gi Mat og**

kulturlandskap 2005 lett adgang til kontakter vi var avhengig av for å kunne gjennomføre Matstreif i Oslo. Oslo Arrangement stilte også egne lokaler til rådighet for oss under arrangementet. Dette gjorde gjennomføringen av arrangementet svært mye enklere.

3.3. Økonomi:

Det endelige budsjettet (etter justering av antall deltagere) for Matstreif i Oslo ble som flg.:

Kostnader (inkl.mva)

Prosjektledelse	625 000
Reiser, møter, overnatting, diett (prosjektledelsen/arbeidsmøter etc)	185 000
Markedsføring/ informasjon/underholdning/tilrettelegging Oslo/premiering	244 000
Kostnader frivillige	65 000
Drift, telefon, kontor, rekv., tidsskr. etc	35 000
Telt, toalett, griller, benker, vasker, brannslukningsapparater, utstyr	450 000
Strøm, vann, teknisk sjef	413 000
Renhold/renovasjon	70 000
Vakthold/sikkerhet/førstehjelp/Walkie Talkie	105 000
Reise, overnatting fylkene	324 000
Fylkesbannere/teltfront/lokal jury	54 000
Uforutsette kostnader	200 000
Sum kostnader	2 770 000

I disse rammene ligger en kostnadsdekning for reise og opphold for fylkene innenfor flg.rammer:

- Hvert fylke får inntil 3 hotelrom til disposisjon fra fredag til søndag
- Dekning av reisekostnader for inntil 5 personer ved billigste reisemåte

Fylkene har også brukt en god del ressurser i forbindelse med Matstreif i Oslo, dette gjelder både til planlegging og på selve arrangementet. Å kvantifisere disse er svært vanskelig.

Finansieringen ble lagt opp slik:

Inntekter

Fra Mat og kulturlandskap	1 400 000
Standleie (utstillere med unntak av fylkene)	400 000
Innovasjon Norge	970 000
Sum inntekter	2 770 000

Styret i Innovasjon Norge vedtok i mai 2005 en bevilgning på 970.000,-

3.4. Arrangementet:

3.4.1 Utstillere:

Matstreif i Oslo gikk som planlagt 11. og 12.juni. Følgende utstillere hadde stand;

Østfold	Gilde
Oslo og Akershus	Norgesmøllene
Buskerud	Bakers AS
Vestfold	Yara
Telemark	Kjøttbransjens elitelag
Aust-Agder	Opplysningskontorene
Rogaland	Gapetitt
Hordaland	Norges Bondelag
Sogn og Fjordane	Norges Bygdeturisme- og gårdsmat
Møre og Romsdal	Bondens Marked
Finnmark	Kokkemesterlauget i Oslo
Troms	Matforsk
Nordland	Gastronomisk Institutt
Nord-Trøndelag	Baker - og konditorlandslaget
Sør-Trøndelag	Innovasjon Norge
Hedmark	Norgesgruppen med Meny og Spar
Oppland	Godt Brød

3.4.2. Program:

Lørdag 11. juni

Åpningstider 10.00-20.00

11.00 Start semifinaler "Go`biten 2005"

- Nasjonal kokkekonkurranse for unge kokker basert på norske råvarer og spesialiteter

12.45 Oslo Jazzfestivals parade

13.00 Åpning av landbruks- og matminister Lars Sponheim, varaordfører i Oslo Svenn Kristiansen

og programsjef i Hundreårsmarkeringen-Norge 1905-2005 Anders Ringen

Premieutdeling:

- Stilkonkurranse Mat og kulturlandskap 2005
- Drikk deg til vett-aksjonen
- Grønt kort-aksjonen

14.30 Kaptein Sabeltanns menn kommer

Semifinaler "Go`biten 2005" hele dagen

17.30 Resultater og offentliggjøring av finalistene

Søndag 12. juni

Åpningstider 10.00-18.00

11.00 Finale "Go`biten 2005"

- Nasjonal kokkekonkurranse for unge kokker basert på norske råvarer og spesialiteter

12.45 Kjøkkenteater med Det Norske Kokkelandslaget

13.30 Premieutdeling "Go`biten 2005" og beste fylkesstand Matstreif i Oslo ved adm.dir. i Innovasjon Norge, Gunn Ovesen

14.30 Kjøkkenteater med Det Norske Kokkelandslaget

3.4.3. Fra LMD's webside:

Matstreif: Ganefart på Karl Johan

Matstreif: Med en aning honningskum i munnvikene, slottet i øyekroken og duft av Rakfiskmousse i lefse under vidåpne nesebor, fikk tusenvis av matstreifende på Karl Johan i dag en fornemmelse av stolthet.

- Det er fest over landet og Oslo, sa landbruks- og matminister Lars Sponheim da han åpnet Matstreif på Karl Johan i dag. Tusenvis av nordmenn og en rekke turister fikk oppleve både tradisjonsmat og nyskapende retter fra hele landet og kokker som kreerte tallerkenkunst på høyeste nivå.

Stille revolusjon

- Det foregår en stille revolusjon i Bygde-Norge. Vi har i dag omtrent 140 lokale ysterier som lager til sammen 500 spennende oster. Mye av dette kan du smake deg gjennom her på Karl Johan, sa Sponheim, som mente borgerne i langt større grad burde bruke sin forbrukermakt.

- Finner du spennende og velsmakende mat som du gjerne vil ha mer av, ja så gå til din lokale kjøpmann og si at du vil ha det i butikkhyllene. Mat dreier seg ikke bare om å bli mett. Mat er opplevelse, sier landbruks- og matminister Lars Sponheim.

Ganefart på Karl Johan

Hva med Grill-lam/kjekjøtt marinert i urteolje og urtesalt eller Bataviasalat, økologisk dyrket til hovedrett. Kanskje Fjellfrisk i lefse (ferskost m/urter lagt i lefsetull) eller Fjellgeit med gelé (hvitmuggost av geitmjølk) til ettersmak. Eller hør på dette forslaget til dessert: Byggrynskrem med kirsebærsaus, Heidalsost med gelé (brun formost), Huldreost med gelé (brunost med einerbær, kvannefrø og akevitt). Dette og flere menyer finner du i fylkesteltene som er plassert på begge sider øverst i hovedstadsgaten.

- Det er bare helt fantastisk. Her får vi virkelig vist frem noe av det som skapes i norsk landbruk, sier Kirsten Indgjerd Værdal. Jeg er virkelig stolt over å være hovedansvarlig for "Mat- og kulturlandskap 2005". Hun smilte om kapp med Eivind Hålien, prosjektleder for Matstreifet på Karl Johan, som fikk mer enn ett klapp på skulderen for arrangementet i hovedstaden.

Franskmenn med appetitt

"Well done", sa japaneren til en av kokkene i Gilde-teltet. Med "milelange" køer bak seg ville han ha spesialbestilt en tallerken med kjøttet godt stekt. Det kostet noen svetteperler ekstra for kokken i steikosen, men japaneren fikk som bestilt.

Et fransk reisefølge skulle på restaurant etter rundturen i Oslo, men da Guiden fortalte om Matstreifet på Karl Johan, og heller foreslo Matstreif ville alle heller "spise seg gjennom landets fylker" på Karl Johan.

Aud Kligen Sjøvik i Bondebladet, med lang erfaring fra landbruksjournalistikken mente presentasjonen på Karl Johan er en opplevelse for både utlendinger og nordmenn. Hun oppsummerte sitt streif-besøk på følgende måte:

- Når en rekke land og hovedsteder klarer å gjennomføre noe tilsvarende en gang hver helg, må vi da kunne klare et Mat-streif mer enn hvert 100-år. Slike arrangement må bare hovedstaden ha, sier Sjøvik.



Matstreif 2005: Tusenvis av nordmenn og en rekke turister fikk oppleve både tradisjonsmat og nyskapende retter fra hele landet på Matstreif på Karl Johan i dag. Foto: LMD.

Mat: Over 40.000 besøkte Matstreif

Mat: Mellom 40.000- og 50.000 personer var innom Matstreif på Karl Johan i helgen, og matbodene omsatte for rundt en million kroner.

Mellom 40.000- og 50.000 personer var innom Matstreif på Karl Johan i helgen, og matbodene omsatte for rundt en million kroner. Prosjektledelsen regner med at det gikk med vel 40.000 ulike matporsjoner.

3.5. Vurdering:

Samtlige som hadde stand på Matstreif ble bedt om å fylle ut et rapportskjema. 11 av fylkene og 4 av de øvrige utstillerne har returnert dette. Tilbakemelding fra utstillerne er basert på disse 15 rapportene. Samtlige utstillere ble bedt om å rangere en del påstander som karakteriserte viktigheten av å delta på Matstreif. 1er uttrykk for lite viktig/nyttig og 5 for svært viktig/nyttig.

Påstand:	Fylkene	Øvrige
Markedsføring av produkt/produsenter	4,6	4,3
Å presentere produkter for "Oslo-folk"	4,2	3,8
Markedsføring av fylke	4,0	
Arbeidet med å tilrettelegge for deltagelse	3,9	3,3
Få erfaring med å delta på et slikt arrangement	3,9	3,3
Salg av varer	3,6	3,0
Arbeidet med fylkesrettene	3,4	
Oppmerksomhet i media	3,4	3,3
Å presentere produkter for utlendinger	3,0	2,5

Rapportene viser at markedsføring av produkter og produsenter anses å være aller viktigst både for fylkene og for de øvrige utstillere. Begge gruppene rangerer også påstanden ” Å presentere produkter for ”Oslo-folk” som den nest viktigste. Begge gruppene rangerer også det å presentere produkter for utlendinger som det minst viktige med å delta på Matstreif i Oslo.

Hvordan var Matstreif i Oslo i forhold til forventningene?

	Mye dårligere enn forventet	Dårligere enn forventet	Som forventet	Bedre enn forventet	Mye bedre enn forventet
Fylkene		16 %	33 %	50 %	
Øvrige				75 %	25 %

Samtlige utstillere ble også bedt å svare på hva som fungerte best og dårligst på hver enkelt stand. Fylkene trakk frem følgende forhold som de mest positive (rangert med de viktigste øverst):

- Samarbeid mellom alle aktørene på standen
- Godt tilrettelagt teknisk
- Kontakt mellom produsent og kunder
- Salg av produkter og fylkesrett

De øvrige trakk frem meny/opplegg som tiltrakk publikum som det aller viktigste.

På spørsmålet om **hva som fungerte dårligst på standen** trakk 4 fylker frem liten plass/for mange produsenter i forhold til plassen. 3 fylker syntes fylkesretten fungerte dårligst. Av de øvrige var det ingen påstander som samlet sett pekte seg ut som negativt.

10 av deltagerne (samtlige rapporter) har svart at de opplevde arrangementet som godt/profesjonelt gjennomført praktisk/teknisk. 6 har svart at de var misfornøyd med at fargene på teltene var annerledes enn hva de hadde fått opplyst i forkant.

På spørsmål om **hva som var de viktigste tilbakemeldingene fra publikum** er det følgende påstander som peker seg ut (hver deltager kunne angi flere påstander):

- ”Spennende og annerledes mat- gode produkt” – 6 av deltagerne
- ”Får vi /hvor får vi kjøpt dette i Oslo?” – 4 av deltagerne
- ”Dette er bra!!!” – 3 av deltagerne
- ”Dette må dere ha flere ganger” – 3 av deltagerne

Salg:

Det ble også gjort forsøk på å skaffe oversikt over totalomsetningen på Matstreif i Oslo. Disse tallene er noe usikre, men de peker i retning av at salgshallene samlet var mellom 1,2 og 1,4 mill. Mye av salget var i form av matretter som ble spist på stedet. De fleste aktørene holdt forholdsvis lav pris på disse. Det kan også se ut som at sterk fokusering på fylkesrettene har gjort at salgsproduktene kom mer i bakgrunnen enn hva som ville vært tilfelle ved en ren salgsutstilling. Det er helt på det rene at svært mange av produsentene hadde langt lavere salg enn det de har på en del slike arrangement andre steder i landet.

Bør Matstreif i Oslo arrangeres på nytt?

	Nei	Hvertfall ikke ofte	Vet ikke	Ja	Ja,- absolutt!
Fylkene		27 %	9 %	37 %	27 %
Øvrige				50 %	50 %

Av fylkene er det 7 av 11 som svarer bekreftende på at Matstreif i Oslo bør arrangeres på nytt. En av begrunnelsene er; ”Vise fram norsk landbruk, matmangfold, kontakt mellom produsent og forbruker”. Et av de andre mer reserverte fylkene har svart; ”Ikke ofte,- kun ved spesielle markeringer , tror også det er kostbart i forhold til det en oppnår.”

Samtlige fra gruppen øvrige svarte bekreftende. En av begrunnelsene fra disse er ”Oslo trenger et marked der folk kan bli kjent med norske matspesialiteter”.

Som et siste kontrollspørsmål ble det spurt om ”**Hva var det aller beste med Matstreif i Oslo?**”

Her pekte følgende påstander seg ut:

Nasjonal torgplass/utstillingsvindu for norsk mat/matkultur	5 av deltagerne
Samle produsenter fra hele landet - matmangfold	5 av deltagerne
Folk liv og røre. God stemning.Pos.tilb.meld.	3 av deltagerne
Produsenter med stor stolthet over produktene	2 av deltagerne

Mange av rapportene nevner spesielt at teknisk gjennomføringen av Matstreif var svært god, og det vanker mye berettiget ros til Eivind Hålien og Tove Ramstad.

Matstreif i Oslo,- kommet for å bli ?

Om Matstreif i Oslo skal videreføres er en vurdering som bør gjøres i fellesskap av den alliansen som økonomisk og praktisk har gjort arrangementet mulig. Det er etter prosjektleders oppfatning mange gode grunner som taler for en videreføring. De viktigste summerer seg opp i de tre påstandene som fikk høyest score hos utstillerne; ”Markedsføring av produkt/produsenter”, ”å presentere produkter for ”Oslo-folk”” og ”markedsføring av fylke”. Dette er alt sammen påstander som uttrykker at en ser mer på et slikt arrangement som et utstillingsvindu for det som skjer i det norske matmarkedet, enn som en viktig arena for salg.

Matstreif i Oslo har en grunnfinansiering på ca.2,4 mill. I tillegg kommer til dels store ressurser fra hvert enkelt fylke for å gjøre deltagelsen mulig. De aller fleste av denne typen arrangement som foregår rundt i landet har en grunnfinansiering på flere millioner. De vanligste bidragsyterne er Innovasjon Norge, FMLA’ene, samvirkeorganisasjonene, øvrig næringsmiddelindustri og andre regionale samarbeidsparter. **Det er etter prosjektleders oppfatning heller ikke mulig å se for seg en satsing i Oslo uten en solid grunnfinansiering.**

Rapportene viser at det er større reservasjon hos fylkene enn hos øvrige utstillere når det gjelder spørsmålet om Matstreif i Oslo bør arrangeres på nytt. Årsaken til dette er ikke åpenbar, men mye tilsier at fylkene har brukt mye ressurser for å gjøre deltagelsen mulig. I mange av regionene er det flere større arrangementer der produsenter og kokker deltar. Dette gjør at mange kanskje opplevde at Matstreif i Oslo kom på toppen av mye annet.

Disse forholdene gjør at dersom en beslutter å arrangere Matstreif i Oslo i 2006 må en regne med noe ressurser til å motivere og legge til rette for deltagelse fra fylkene.

Dersom Matstreif i Oslo skal videreføres vil prosjektleder også anbefale at det organiseres på en slik måte (det er mulig å velge mange ulike org.former) at det får eget organisasjonsnummer. Dette for å gjøre det mulig å bli avgiftsregistrert. I og med at Matstreif i Oslo var en del av Mat og kulturlandskap 2005, som igjen hadde LMD som prosjekteier, ble mva en kostnad. Dette fordyret arrangementet med flere hundre tusen kroner.

Oslo 19.oktober 2004.

Kirsten Indgjerd Værdal
Prosjektleder
Mat og kulturlandskap 2005