



måltids
partnerskabet

MÅLTIDSPARTNERSKABETS VIRKSOMHED 2016-2019

*Vi skaber projekter, der gør det lettere
at købe, tilberede og nyde sunde måltider*

FORORD

De fleste danskere interesserer sig mere for måltidet end for de enkelte ingredienser i maden. Derfor er måltider og mellemmåltider både et godt udgangspunkt for at styrke sundheden og et godt udgangspunkt for at skabe større madglæde. I Måltidspartnerskabet samarbejder vi om at udvikle og gennemføre projekter, der gør det nemmere og giver flere lyst til at spise sundere. Det gælder projekter, der fremmer udviklingen, tilgængeligheden, udbuddet og efterspørgslen af inspirerende og sunde måltider.

Gennem partnerskabet skabes projekter, som giver værdi for deltagerne og samfundet, og som det ville være svært at realisere uden Måltidspartnerskabet. Partnerskabet hjælper med match making, facilitering, ressourcer og finansiering.

Partnerskabet består af erhverv, forbruger- og sundhedsorganisationer, faglige organisationer, forskningsinstitutioner, myndigheder, hjælpeorganisationer og virksomheder. Måltidspartnerskabet tæller 17 organisationer (september 2015), og vi vil gerne være flere.

I denne handlingsplan fortæller vi om, hvordan vi samarbejder om at gøre det nemt at spise sundere måltider, om samarbejdet for at højne kompetenceniveauet for den næste generation og for øget lighed i sundhed på ernæringsområdet. Handlingsplanen fortæller om vores indsatsområder og arenaer og giver eksempler på igangsatte og planlagte projekter.

LÆS OM

Hvem står bag partnerskabet

Måltidspartnerskabets virksomhed 2016-19

Fokus på måltidskompetencer

Hvordan Måltidspartnerskabet gør en forskel

Om partnerskabets indsatsområder

Aktiviteter i Måltidspartnerskabets Sekretariat

Sammen gør vi det nemt at spise sundere



Bente Stærk

Bestyrelsesformand i Måltidspartnerskabet

MÅLTIDSPARTNERSKABET

nemt at spise sundere

Måltidspartnerskabet vil være igangsætter og katalysator for at gøre det nemt at spise sundere måltider i Danmark. Organisationerne bag partnerskabet samarbejder om fælles vision og målsætninger, udnytter synergier, og ønsker samtidig at skabe merværdi for de deltagende organisationer. Partnerskabet vil være et omdrejningspunkt for udvikling, erfaringsudveksling og forankring af aktiviteter om sundere og velsmagende måltider, og udgøre et forum for en koordineret indsats.

Partnerskabet er en ideel forening og består af erhverv, forbruger- og sundhedsorganisationer, faglige organisationer, forskningsinstitutioner, myndigheder, hjælpeorganisationer og virksomheder, der vil medvirke til at fremme interessen for og tilgængeligheden af sundere måltider. I de kommende tre år vil Måltidspartnerskabet have fokus på at højne danskernes måltidskompetencer. Det gælder især for den næste generation af børn og unge og for de faggrupper, der har betydning for måltidet for danskere, der ikke selv tilbereder deres mad, men får maden serveret.

MÅLTIDSPARTNERSKABET TÆLLER ORGANISATIONERNE (SEPTEMBER 2015)

AgroTech

Arla Foods

Børnehjælpsdagen

Coop

Danish Meat Research Institut (Teknologisk Institut)

De Samvirkende købmænd

FOA

Foreningen af Kliniske diætister

Fødevarestyrelsen

Hjerteforeningen

HORESTA

Hotel- og Restaurantskolen

Kost og Ernæringsforbundet

Landbrug & Fødevarer

Metropol

Sundhedsstyrelsen

University College Lillebælt

VIRKSOMHED 2016-19

DET SAMARBEJDER VI OM

Parterne i Måltidspartnerskabet støtter aktivt op om disse overordnede budskaber og temaer:

- Måltidspartnerskabet ser på det hele måltid.
- Måltidspartnerskabets indsatser skal gøre en forskel.
- Måltidspartnerskabet arbejder på at skabe sund madglæde og understøtte det fælleskab, der knytter sig til at tilberede og spise et måltid sammen.
- Måltidspartnerskabet vil give danskerne kompetencer til at kunne planlægge og lave spændende og sunde måltider med fokus på variation og balance.
- Måltidspartnerskabet arbejder på, at de udemåltider, der ikke laves i eget hjem, er spændende og sunde – hvad enten vi taler om mad på institutioner, arbejdspladser, restaurationer, take away eller andet. Måltidspartnerskabet ønsker, at relevante uddannelser beskæftiger sig med det sunde og velsmagende måltid.
- Måltidspartnerskabet arbejder på, at de overordnede rammer og strukturer understøtter mulighederne for, at der i alle dele af samfundet kan laves og indtages sunde måltider.

FOKUS PÅ KOMPETENCER

Måltidspartnerskabet har valgt at prioritere indsatsen og vil over den næste treårige periode (2016-19) samarbejde om at højne mad- og måltidskompetencerne for den næste generation borgere og madprofessionelle. Partnerskabet vil også samarbejde med pædagoger, undervisere, plejepersonale o.a. professioner, der har betydning for vores maddannelse, sundhed og måltidskultur.

Måltidspartnerskabet fortsætter samarbejdet om at gøre det nemt at spise sundere med fokus på den del af befolkningen, der har de største udfordringer med deres spisning, eller som har mindst egen indflydelse på deres måltider, fx kortuddannede, børn og ældre. Måltidspartnerskabet vil også i årene 2016-19 arbejde for at skabe større lighed i sundhed på ernæringsområdet.

UNIKKE PROJEKTER

Måltidspartnerskabets vigtigste mål er at udvikle og gennemføre projekter, der gør det lettere for danskerne at vælge sunde og attraktive måltidsløsninger, og som samtidig skaber værdi for de deltagende partnere. Måltidspartnerskabet er et samarbejdsrum for videndeling og forankring af de dagsordener, som partnerne arbejder med.

Gennem Måltidspartnerskabet skabes projekter, der giver værdi for partnerne og samfundet, men som det ville være svært at realisere uden partnerskabet. Partnerskabet hjælper med match making, facilitering, ressourcer og finansiering. Projekter om inspirerende og sunde måltider i hjemmet, daginstitutioner, skoler, arbejdspladser, dagligvarehandlen, restauranter og i forbindelse med take away-måltider.

Måltidspartnerskabet arbejder med et bredt måltidsbegreb, der ser det at spise måltider som mere end maden og dens næringsværdi og sundhedseffekt. Måltidet er også kulturelle og sociale fællesskaber, hvor viden og kundskaber om den gode mad gives videre, hvor vi i familien og i andre fællesskaber kan få gode oplevelser og trivsel.

Måltidspartnerskabet vil over den næste treårige periode (2016-19) samarbejde om at højne mad- og måltidskompetencerne for den næste generation borgere, forbrugere og professioner, der har betydning for vores maddannelse, sundhed og måltidskultur.

I 2016-19 vil eksekvering af partnerskabets handlingsplan og projekter være centralt. Måltidspartnerskabet vil fortsat arbejde for udvikling af netværkssamarbejdet, udvide partnerkredsen og prioritere sin interne og eksterne kommunikation.

Læs mere om de enkelte initiativer i Måltidspartnerskabets projektkatalog på Maaltidspartnerskabet.dk/projekter

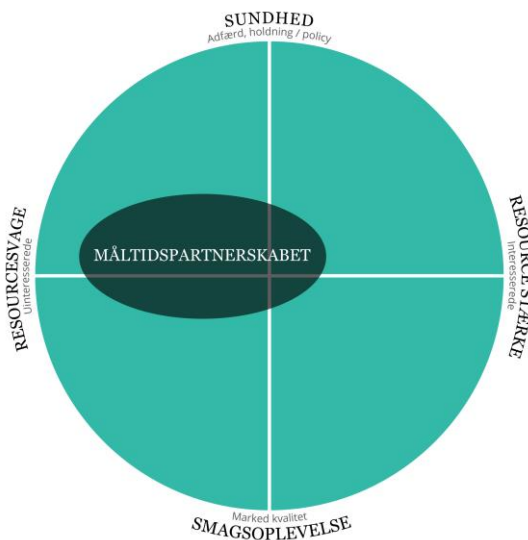
MÅLTIDSPARTNERSKABET

GØR EN FORSKEL

Måltidspartnerskabet vil arbejde med måltider og ikke enkelt fødevarergrupper og enkeltstående anbefalinger på næringsstofniveau. Rationalet er, at det er måltider og mellemmåltider, der har betydning for vores mad og måltidsvaner. Ved at gøre det nemt og attraktivt at spise sundere måltider, kan partnerskabet medvirke til at gøre en forskel for vores madvaner – og dermed folkesundheden.

Måltidspartnerskabet ønsker at samarbejde med alle aktører, der vil medvirke til at realisere visionen om at gøre det nemt og give lyst til at spise sundere. Måltidspartnerskabet vil over den næste treårig periode (2016-19) samarbejde om at højne mad- og måltidskompetencerne for den næste generation borgere, forbrugere og professioner, der har betydning for vores maddannelse, sundhed og måltidskultur.

Måltidspartnerskabet har en social profil og ønsker at gøre en forskel for de borgere, der har dårlige madvaner og deraf følgende dårlig sundhed.



Måltidspartnerskabet vil fortsat målrette aktiviteter mod de dele af befolkningen, der har store udfordringer med deres mad og måltidsvaner.

NEMT AT SPISE SUNDERE

VISION

AT ALLE DANSKERE HAR NEMT VED OG LYST
TIL AT SPISE SUNDERE

I fremtiden skal danskere have nemt ved og lyst til at træffe sundere valg og købe, tilberede og nyde sundere måltider. Der skal være et stort udvalg af sundere og velsmagende madvarer og måltider tilgængeligt.

MISSION

Måltidspartnerskabet skal gennem fælles løsninger stimulere det sundere valg og fremme lighed i sundhed. Partnerskabet skal fremme den enkeltes handlekompetence og muligheder for at vælge sundere. Dette opnås ved at fremme udvikling af konkurrencedygtige og sunde måltidsløsninger, samarbejde om at øge udbud og efterspørgsel af sunde og attraktive måltidsløsninger på markedet, og ved at arbejde for gode rammebetingelser, der øger tilgængeligheden af sundere måltider. Måltidspartnerskabet skaber og formidler målrettet, let tilgængelig og troværdig viden.

BRAND

Måltidspartnerskabet gør det nemt at spise sundere. Måltidspartnerskabet har fokus på lighed i sundhed og på den del af befolkningen, der har de største udfordringer med at spise sundere. Måltidspartnerskabet og organisationerne bag vil være kendt for i fællesskab at gøre det nemt og give flere danskere lyst til at spise sundere.

BUSINESS CASE

Måltidspartnerskabet består af en kreds af producenter, detailhandlere, erhverv-, forbruger- og sundhedsorganisationer, faglige organisationer, forskningsinstitutioner, hjælpeorganisationer, myndigheder og virksomheder, der i fællesskab samarbejder for at øge interessen for og tilgængeligheden af sundere måltider. Der skal være økonomiske incitamenter til måltidsløsninger, der ikke bare er sundere, men som i praksis kan produceres og afsættes på markedets vilkår til den del af befolkningen, der ikke har de højeste indkomster.

Gruppen af børn, unge, ledige, ufaglærte og kortuddannede udgør op mod halvdelen af befolkningen og vil derfor stå for en væsentlig del af de over 100 mia. kr. danskerne årligt bruger på mad, drikke og tobak. Det er rimeligt at antage, at denne gruppe har en præference for indkøb af dagligvarer i discountbutikker og en præference for restauranter, cafeteriaer og fastfood spisesteder, der henvender sig til mainstream forbrugerne med god kvalitet til rimelige priser. Det er i øvrigt begge dele af detail- og restaurationsbranchen i vækst.

Det er med andre ord en vigtig fælles udfordring for Måltidspartnerskabet at medvirke til at gøre det nemt at spise sundere for gruppen af voksne uden for erhverv, ufaglærte, kortuddannede samt deres børn og unge. Samtidig eksisterer der en vigtig business case i dette fokus, i forhold til fordelene ved raske og produktive medarbejdere, læringsparate børn og unge, sparede sundhedsudgifter for det offentlige og betydningen for detailsalget. Derudover vil det kunne forventes, at en stor del af befolkningen med mere uddannelse også vil være interesseret i at spise sundere og kan nås ved indsatserne.

ARENAER

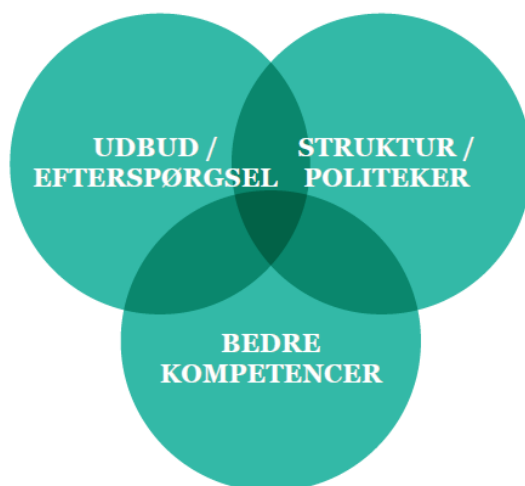
Måltidspartnerskabet ønsker at samarbejde om projekter, der kan højne danskernes og de madprofessionelles måltidskompetencer. Initiativer, der kan gøre det nemt at spise sundere i løbet af hele dagen, og hvor det er muligt at gøre en forskel på uddannelsesinstitutioner, når vi spiser ude, er på farten, og køber ind i dagligvarehandelen.

At kunne spise et sundere måltid på sin uddannelsesinstitution, i skolen, på børneinstitutionerne og på jobbet kan være en let måde for den enkelte i praksis at spise sundere måltider og få lyst til at spise måltider, der ikke er på menuen i hjemmet. Både madprofessionelle, faglærere, pædagoger og alle ansatte medarbejdere og indskrevne børn kan nås i prioritering af arenaen.

Udespisning tegner sig kun for få procent af de måltider, vi spiser i løbet af et år. For nogle kan der være tale om flere måltider og mellemmåltider. En indsats for at kunne spise sundere måltider fx for chauffører og SOSU, der ikke har mulighed for at spise i deres egen kantine i løbet af arbejdsdagen, er vigtig.

Dagligvarehandlen lægger hus til vores indkøb af fødevarer og er derfor vigtig både i forhold til, hvilke fødevarer der udbydes, hvordan de præsenteres og er tilgængelige i butikkerne samt, hvordan dagligvarehandlen anpriser og vejleder forbrugerne i deres indkøb. Dagligvarehandlen spiller en vigtig rolle for de butiksansattes varekendskab, måltidskompetencer og kundeservice. Det er i dagligvarehandlens butikker, at familierne i praksis køber mad- og drikkevarer, der udgør måltiderne i hjemmet.

INDSATSOMRÅDER



Måltidspartnerskabets kerneaktiviteter er fordelt på tre indsatsområder: udbud og efterspørgsel, struktur og politikker samt en indsats for bedre kompetencer.

Måltidspartnerskabet har sine kerneaktiviteter inden for tre strategiske indsatsområder. De er et udtryk for de ressourcer og spidskompetencer, vi råder over i samarbejdet om at gøre det nemt at spise sundere i praksis.

UDBUD OG EFTERSPØRGSEL

Måltidspartnerskabet udvikler og fremmer udbud og efterspørgsel efter sundere og konkurrencedygtige måltider og ønsker at øge tilgængeligheden af sundere mad og måltider og øge forbrugernes kendskab til disse.

Den overordnede målsætning for indsatsområdet er at arbejde for et øget udbud og efterspørgsel efter sundere mad og måltider, der både er levedygtige på markedet og som hhv. madprofessionelle og Måltidspartnerskabets prioriterede målgrupper har lyst til og mulighed for at købe, tilberede og spise i praksis.

Måltidspartnerskabet vurderer egne initiativer mod en række kriterier for at sikre deres relevans og levedygtighed.

Kriterierne omhandler forhold om:

- Tilgængelighed
- Vurdering af hvor nem en måltidsløsning er at implementere i en konkret hverdag og praksis
- Projekters konkurrencedygtighed på markedet
- Effekt i forhold til ulighed i sundhed og effekt i forhold til målgrupper
- Stimulering af nye samarbejdskonstellationer blandt fx producenter og detailhandlen
- Levedygtighed efter projektafslutning

Partnerskabet vil arbejde med initiativer, der kan øge tilgængelighed bredt af sundere og velsmagende måltider, fra produktinnovation, udbud af varer og tjenester, convenience i indkøb og tilberedning, samt andre forhold, der er vigtige for specifikke målgruppers lyst til at spise sundere måltider.

EKSEMPLER PÅ INITIATIVER | PROJEKTER

ET KÆRLIGT GRØNT SKUB (2013-16)

I projektet "Et kærligt grønt skub" afprøver Måltidspartnerskabet, hvordan dagligvarehandlen kan nudge forbrugere til at vælge mere frugt og grønt, når de køber ind i dagligvarehandlen med forventning om, at der vil blive spist flere grøntsager med en generel forbedring af folkesundheden som følge.

KAMPAGNE ÅRSHJUL (2015-)

Detailhandlens parter, producenter, Food service markedet, NGO'er og Måltidspartnerskabets egne partnere får med projektet overblik over relevante forbrugerrettede kampagner for fødevarer- og bæredygtige produkter i Danmark. Samtidig etableres et samarbejdsforum for mærkeejere på fødevarer- og bæredygtighedsområdet

Læs mere på maaltidspartnerskabet.dk/projekter

STRUKTUR OG POLITIKKER

Måltidspartnerskabet identificerer og udvikler strukturelle tiltag og måltidspolitikker, der fremmer det sundere valg.

Måltidspartnerskabet ønsker at gøre det nemt at spise sundere for alle mennesker og på områder, der kræver mere end viden og kendskab til at spise sundere.

Partnerskabet vil identificere de vigtige incitamenter, der kan fremme danskernes lyst og evne til at vælge sundere måltider, og gøre det attraktivt at sælge sundere madvarer. Måltidspartnerskabet skal bl.a. inddrage eksisterende sundhedsfremmende ordninger som fx Nøglehullet og Nøglehullet på spisesteder, der har vist sig at have effekt i markedet og hos brugerne.

Incitamenter skal anvendes til at udvikle og afprøve strukturelle tiltag for at øge tilgængeligheden af sundere måltider. Måltidspartnerskabet skal også have fokus på tiltag, der kan implementeres med succes. Identifikationen af incitamenter og udviklingen af strukturelle tiltag vil tage afsæt i eksisterende viden. Hvor viden ikke er tilstrækkelig, vil partnerskabet arbejde for, at kommende forskningsprogrammer har øget fokus på strukturelle tiltag, der fremmer sundere måltider.

EKSEMPLER PÅ INITIATIVER | PROJEKTER

SUNDERE KANTINER (2015-16)

Sundere Kantiner er et nyt projekt fra Måltidspartnerskabet, der vil gøre det nemt for elever på landets erhvervsskoler at spise sundt i deres kantiner. I samarbejde med Aalborg Universitet udvikles et nudgingtiltag, der skal gøre de sunde måltider endnu mere tilgængelige.

MADDAG (2015)

Med initiativet "Maddag" sætter Måltidspartnerskabet fokus på de fælles måltider, der hver dag serveres i daginstitutioner. Børn, forældre, det pædagogiske personale og de køkkenprofessionelle fejrer det fælles måltid. Et sundt, velsmagende fælles måltid, hvor der er fokus på samtale og samvær.

Børn får dækket op til 70 % af deres daglige energibehov, når de er i daginstitutionen. Det fælles måltid er med til at give børnene maddannelse, der hjælper barnet til at træffe sundere valg i fremtiden.

Læs mere på maaltidspartnerskabet.dk/projekter

BEDRE KOMPETENCER

Partnerskabet vil imødegå behovet for kompetenceudvikling hos mad- og ernæringsprofessionelle, andre aktører involveret i måltidsløsninger samt hos brugere af dem.

Alle danskere skal udvikle deres madkundskaber, så de kan købe og lave enkel og god hverdagsmad og dermed styrke trivsel og sundhed.

Mad- og ernæringsprofessionelle har en central rolle i at sikre sunde og velsmagende mad- og måltidsløsninger. Det er derfor nødvendigt at inddrage dem i at identificere og udvikle tilbud i samarbejde med uddannelsesinstitutionerne, der kan sætte mad- og ernæringsprofessionelle i stand til at møde de nye og ændrede krav til mad- og måltidsproduktion. Derved øges samtidigt deres kompetencer for selv at spise sundere.

Det er ligeledes relevant at opbygge måltidskompetencer hos andre aktører, der fx er involveret i undervisning, vejledning, planlægning, rådgivning, produktion, salg, indkøb og servering af velsmagende og sund mad og måltider. Socialpædagoger, plejepersonale o.a. der har kontakt med særligt udsatte borgere spiller en vigtig rolle som måltidsguider og rollemodeller. Måltidspartnerskabet vil derfor samarbejde med sådanne professioner i forhold til at højne deres kompetencer på måltidsområdet.

Den næste generation danskere har også brug for uddannelse og færdigheder i at købe, vurdere, sammensætte og tilberede mad og måltider. Det er et særligt fokusområde for Måltidspartnerskabet at samarbejde om at vores børn lærer at tilberede sunde måltider – og at de kan lære det fra sig. Ambitionen er, at børnene bliver bedre til at lave mad, end deres forældre er i dag.

EKSEMPLER PÅ INITIATIVER | PROJEKTER

SUNDERE INDKØBSMULIGHEDER I DETAILHANDLEN

Detailhandelen har i en årrække arbejdet med, hvordan butiksyndretning og butikspersonalet kan hjælpe forbrugeren til at træffe sundere valg i indkøbssituationen. Da hovedparten af danskernes måltider tilberedes i hjemmet, er det for Måltidspartnerskabet et vigtigt indsatsområde at se på, hvordan detailhandlen kan medvirke til at fremme forbrugernes valg af sundere måltider. Projektet vil tage afsæt i best practice og arbejde videre med de redskaber og den viden, der allerede idag indgår i butikkernes indsats.

MADLEG (2015-16)

Projektet har til formål at videreudvikle strukturer, der fremmer børns mad- og måltidsvaner i positiv retning. Målet er via en professionalisering af personalet i daginstitutionerne at fremme børns madmod og madglæde for derved at bidrage positivt til udviklingen af børnenes mad- og måltidsvaner. Dette skal ske ved at skabe rammer, der støtter børn i at udvikle kompetencer, som de bringer i spil, når det kommer til mad og måltider. Sunde valg handler, som vi ved, ikke kun om rationelle beslutninger. Madvalg handler også om farver/udseende, genkendelighed, velsmag mm. Derfor er madmod, madglæde og handlekompetence tre centrale begreber, som indsatsen tager afsæt i.

Læs mere på maaltidspartnerskabet.dk/projekter

BASISAKTIVITETER

Måltidspartnerskabet har udover sine kerneaktiviteter en række basisaktiviteter, der udgør et vigtigt grundlag for at kunne gennemføre de prioriterede initiativer og fortsat udvikle det gode samarbejde i partnerskabet. Basisaktiviteterne vedrører udvikling og drift af Måltidspartnerskabet, videndeling, projektudvikling, fundraising, samt intern og eksternt kommunikation om Måltidspartnerskabet og dets resultater.

UDVIKLING AF PARTNERSKABET

Måltidspartnerskabet udvikler og stimulerer et dynamisk netværkssamarbejde, der skaber fælles forståelser og løsninger på tværs af interesser og aktører. Engagement, stolthed og gensidig respekt for hinandens interesser i partnerskabet fremmes ved jævnligt at forholde sig til partnerskabets udvikling, ved at sætte fokus på gennemførte initiativer, opfyldelse af succeskriterier, og gennem en løbende konstruktiv dialog. Den interne og eksterne kommunikation skal understøtte samarbejdet og udviklingen af partnerskabet.

Måltidspartnerskabet er et offentligt/privat partnerskab, et netværkssamarbejde, hvor de enkelte partnere på tværs af interesser og sektorer, gennem et fælles forpligtende og indholdsmæssigt samarbejde bidrager til, at alle danskere får nemt ved og lyst til at spise sundere. Herved opnår partnere i Måltidspartnerskabet at realisere samarbejdets vision og fælles målsætninger, og samtidig at skabe merværdi for de deltagende organisationer.

Det er et selvstændigt mål at udvide partnerkredsen, dels for at komplettere samarbejdet med yderligere kompetencer, dels for at øge partnerskabets kapacitet og muligheder for at gennemføre projekter. I denne strategiperiode tilstræbes en årlig vækst i partnerkredsen på 20 pct.

PROJEKTUDVIKLING

Måltidspartnerskabet baserer sig på det engagement, som de enkelte parter kaster ind i fællesskabet. Sekretariatet bistår efter behov med at facilitere og understøtte udviklingen af konkrete projekter, hvor der opstår muligheder. En ny samarbejds mulighed opstår typisk hos en eller få partnere. Sekretariatet mødes med disse partnere og medvirker til at skrive et idéoplæg og forankre denne i MPS bestyrelse. Herefter indbydes alle deltagere i Måltidspartnerskabet til at medvirke og bidrage til et samarbejdsprojekt. Sekretariatet medvirker i opstart af projektet, i de første møder i projektgruppen og følger projekter efter behov. Sekretariatet medvirker til udvikling af projektbeskrivelse, evt. ansøgninger om finansiering fra MPS projektmidler og/eller fonde. Projekterne opstår i dag, hvor og når der findes interesse og behov hos de respektive partnere. I fremtiden skal dette suppleres med en mere strategisk styret indsats sådan, at der i fællesskab formuleres, finansieres og eksekveres ét eller flere store signaturprojekter. Sådanne projekter er karakteriseret ved deres synlighed, eksemplariske karakter og deres evne til at skabe konkrete forandringer i samfundet. I fremtiden skal parterne i større grad inviteres til at deltage i videndeling, projekter mv. Samtidig skal partnerne i større grad invitere andre til at deltage.

FÆLLES FUNDRAISING

Måltidspartnerskabet skal styrke samarbejdet med fælles fundraising. Det er lykkedes Måltidspartnerskabet at igangsætte mere en 20 projekter i løbet af den første treårige strategiperiode, og flere nye projekter er på vej. Der er tale om mange forskellige initiativer, der på hver deres måde bidrager til at gøre det nemt at spise sundere måltider i Danmark. Initiativerne tæller videns- og udviklingsprojekter, samt interventionsprojekter, der søger at skabe varige forandringer i praksis. Bl.a. for at styrke arbejdet med interventionsindsatsen, er det nødvendigt, at Måltidspartnerskabet i fællesskab kan tiltrække ekstern finansiering.

Det er et selvstændigt mål i strategiperioden 2016-19 at igangsætte 2 større projekter i samarbejde med eksterne fonde.

EKSEMPLER PÅ INITIATIVER | PROJEKTER

VIDEREUDVIKLE MPS PROJEKTSAMARBEJDE (2016-)

UDVIKLE PARTNERSKABETS FÆLLES FUNDRAISING (2016-)

DRIFT AF MÅLTIDSPARTNERSKABETS SEKRETARIAT (2016-)

MPS HANDLINGSPLAN 2016-19 FOR MPS (2015-)

GENNEMFØRE PARTNERSKABSMØDER (2016-)

SEKRETARIATSBETJENING AF BESTYRELSE OG ARBEJDSGRUPPER (2016-)

VIDENDELING OG VIDENUDVIKLING

Måltidspartnerskabets succes skal ikke alene måles på størrelse og antallet af projekter. Det skaber også værdi, at partnerskabet er et "samarbejdsrum", der sikrer videndeling og en bredere forankring af de dagsordener, som partnerne arbejder med.

De første år med Måltidspartnerskabet har vist, at det ikke er fuldt værdiskabende med de videnskabelige projekter. Der findes mange aktører, der skaber viden på området, og Måltidspartnerskabet vil i perioden 2016-19 prioritere at skabe projekter, der bringer den eksisterende viden i spil, frem for at igangsætte nye vidensprojekter. Vi ønsker at medvirke til at skabe forandringer på fx uddannelserne, i udespisninger og i dagligvarehandlen ved at bruge den eksisterende viden. I forbindelse med sådanne interventionsprojekter ønsker partnerskabet at dokumentere og bidrage med ny viden bl.a. om indsatsernes virkninger og effekt.

Partnerskabet bygger på den eksisterende evidensbaserede viden og retningslinjer, herunder de nationale kostråd og på erfaringer fra gennemførte projekter. Alle i partnerskabet bidrager aktivt med egen specifik viden til det fælles vidensgrundlag.

Partnerskabet vil også arbejde for inddragelse af eksisterende viden om måltidskultur, ligesom viden om, holdninger til og adfærd omkring måltider inddrages. Partnerskabet vil arbejde for, at kommende forskningsprogrammer har øget fokus på måltidskultur og adfærd.

EKSEMPLER PÅ INITIATIVER | PROJEKTER

MÅLTIDSTÆNKETANK

Måltidspartnerskabet deltog i Fødevareministerens Måltidstænk tank om formulering af måltidsråd, der skal italesætte det at spise måltider, som mere end maden og dens næringsværdi og sundhedseffekt. Måltidet er også kulturelle og sociale fællesskaber, hvor viden og kundskaber om den gode mad gives videre, hvor vi i familien og i andre fællesskaber kan få gode oplevelser og trivsel.

Deltagelse i Måltidstænk tanken er en del af partnerskabets indsats for at kommunikere måltider. Partnerskabet vil i perioden 2015-16 samarbejde om at få måltidsrådene "ud at leve" og bidrage til relevante opfølgingsinitiativer.

Læs mere på maaltidspartnerskabet.dk/projekter

MÅLTIDSPARTNERSKABETS KOMMUNIKATION

Måltidspartnerskabet er en ideel forening stiftet i 2013, og har i dag 17 medlemsorganisationer, der på frivillig basis deltager i forpligtende samarbejder om at gøre det nemt at spise sundere måltider.

Foreningens aktiviteter er baseret på aktiv deltagelse fra medlemsorganisationer, på de personer der konkret indgår i samarbejdet, på medlemsorganisationernes partnerbidrag samt interesse for at bringe projektsamarbejder i spil i partnerskabet og bidrage til finansiering og eksekvering af projekter. Måltidspartnerskabet har derfor en række vigtige kommunikationsbehov der retter sig mod foreningens eksisterende medlemmer: At kommunikere stake holder value af partnerskabets og de enkelte partners indsats, samt understøtte videndeling, dialog og samarbejdsinitiativer på tværs af partnerkredsen.

Måltidspartnerskabet har behov for at kommunikere om partnerskabet og resultater til eksterne, for at øge kendskabet til partnerskabet, øge legitimiteten af Måltidspartnerskabet i samfundet generelt og herunder tiltrække nye partnere.

At kommunikere om partnerskabet, netværkssamarbejdet, dets relevans og resultater er også nødvendig for at fastholde vores aktive partnere og kunne fremstå som den stærke og attraktive samarbejdsplatform vi er. Dette gælder bl.a. også overfor fonde og andre finansieringskilder, for hvem en indsats for sundere måltider og øget lighed i danskernes sundhed er vigtig.

Endelig har Måltidspartnerskabet et behov for at kommunikere om sundere måltider til borgere i Danmark, især til den del af befolkningen, der har de største udfordringer hermed. Op mod halvdelen af befolkningen har en måltidskultur, hvor andre hensyn end madens kvalitet og egen sundhed er vigtige. Måltidspartnerskabet er helt bevidste om, at en øget indsats for denne gruppe skal tage afsæt i målgruppernes behov og interesser. Måltidspartnerskabets borgerrettede kommunikation er blandt andet derfor ofte målrettet til smalle og mindre målgrupper og relateret til konkrete partnerskabsprojekter.

EKSEMPLER PÅ INITIATIVER | PROJEKTER

VIDEREUDVIKLING AF MPS KOMMUNIKATIONSPLATFORME (2015-17)

EKSEKVERING AF MPS KOMMUNIKATIONSSTRATEGI (2015-)

MEDIEOVERVÅGNING AF MÅLTIDSOMRÅDET | INFOMEDIA (2015-)

KAMPAGNE ÅRSJUL OG FORUM FOR MÆRKEEJERE (2015-)

MÅLTIDSPARTNERSKABETS PROJEKTBØRS TIL STUDERENDE (2016 -)

MÅLTIDSPARTNERSKABET PÅ FOLKEMØDET (2016-)



Måltidspartnerskabet
Stationsparken 31
2600 Glostrup

Tlf. +45 2877 4100
info@maaltidspartnerskabet.dk

CVR-nr. 34 77 11 62