



måltids
partnerskabet

Handlingsplan

Nemt at spise sundere – Måltidspartnerskabets virksomhed 2012-2015

FORORD

I Måltidspartnerskabet gør vi det nemt og giver flere danskere lyst til at spise sundere.

Vi har i Måltidspartnerskabet valgt at prioritere vores indsats og vil over en treårig periode (2012-15) samarbejde om at gøre det nemt at spise sundere for danskerne, med særlig fokus på den del af befolkningen, der har de største udfordringer med deres mad og måltidsvaner. Vores indsats skal medvirke til at skabe større lighed i sundhed på ernæringsområdet, så alle får de bedste forudsætninger for et godt liv, længst muligt.

Partnerskabet består af erhverv, forbruger- og sundhedsorganisationer, faglige organisationer, forskningsinstitutioner og myndigheder. Måltidspartnerskabet tæller i dag 12 organisationer, og vi vil gerne være flere.

I handlingsplanen fortæller vi om vores vision, om at gøre det nemt at spise sundere, og arbejdet for øget lighed i sundhed på ernæringsområdet. Handlingsplanen fortæller om vores indsatsområder, arenaer, igangsatte og planlagte aktiviteter.

LÆS OM

Hvem står bag partnerskabet?

Vision, mission og brand

Måltidspartnerskabets virksomhed

Fokus på lighed i sundhed

Business case for Måltidspartnerskabets fokus

Hvordan Måltidspartnerskabet gør en forskel?

Tre arenaer for partnerskabet

Kerneaktiviteter og indsatsområder

Basisaktiviteter

Læs mere om de enkelte initiativer i Måltidspartnerskabets projektkatalog

Sammen gør vi det nemt at spise sundere



Bente Stærk

Bestyrelsesformand i Måltidspartnerskabet

MÅLTIDSPARTNERSKABET

nemt at spise sundere

Måltidspartnerskabet, der er etableret i 2012, vil være igangsætter og katalysator for at gøre det nemt at spise sundere måltider i Danmark. Organisationerne bag Måltidspartnerskabet samarbejder om fælles vision og målsætninger, udnytter synergier, og ønsker samtidig at skabe merværdi for de deltagende organisationer. I denne publikation beskriver vi den overordnede strategi og handlingsplan for indsatsen frem til 2015.

Partnerskabet vil være et centralt omdrejningspunkt for udvikling, erfaringsudveksling og forankring af aktiviteter om sundere og velsmagende måltider, og udgøre et forum for en koordineret indsats på hele området.

Partnerskabet består af erhverv, forbruger- og sundhedsorganisationer, faglige organisationer, forskningsinstitutioner og myndigheder på området, der i fællesskab vil medvirke til at fremme interessen for og tilgængeligheden af sundere måltider, og som vil arbejde på at skabe øget lighed i sundhed.

MÅLTIDSPARTNERSKABET TÆLLER ORGANISATIONERNE

Danish Meat Research Institut (Teknologisk Institut)

De Samvirkende købmænd

DI Fødevarer

Coop

FOA

Foreningen af Kliniske diætister

Fødevarestyrelsen

Hjerteforeningen

HORESTA

Kost og Ernæringsforbundet

Landbrug & Fødevarer

Sundhedsstyrelsen

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.

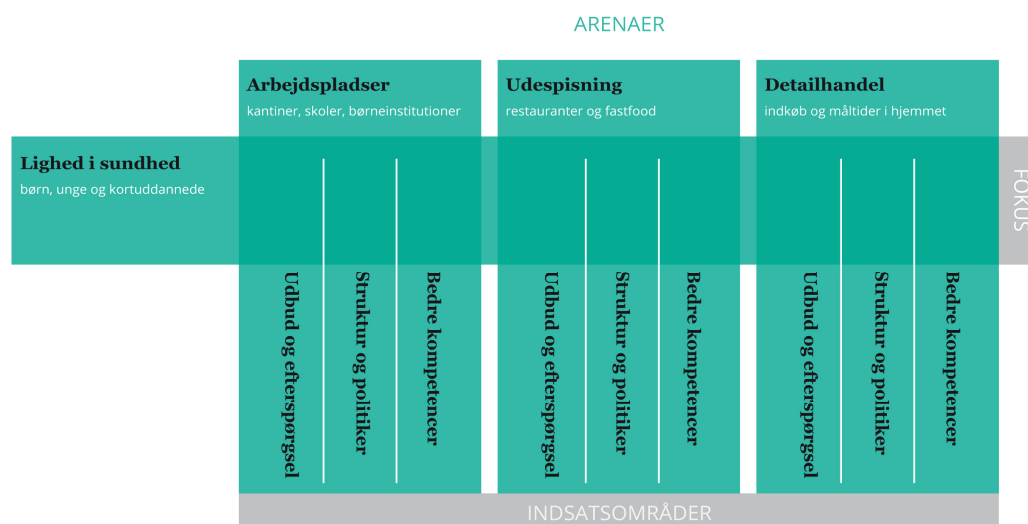
MISSION

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.

VIRKSOMHED



FOKUS

Måltidspartnerskabet har valgt at prioritere indsatsen og vil over en treårig periode (2012-15) samarbejde om at gøre det nemt at spise sundere for danskerne og sætter fokus på den del af befolkningen, der har de største udfordringer med deres spisning. Måltidspartnerskabet vil dermed arbejde for at skabe større lighed i sundhed på ernæringsområdet.

ARENAER

Måltidspartnerskabet samarbejder om initiativer og projekter, der kan gøre det nemt at spise sundere i løbet af hele dagen, og hvor det er muligt at gøre en forskel i praksis i en travl hverdag på arbejdspladsen, i daginstitutionen, i skolen, når vi spiser ude, er på farten, og når vi køber ind i detailhandelen. Partnerskabet iværksætter initiativer i forbindelse med dagens forskellige måltidssituationer, og arbejder på den måde med at gøre det nemt at spise sundere på en række forskellige arenaer og i forhold til både hoved- og mellemmåltider.

INDSATSOMRÅDER

Måltidspartnerskabets tre indsatsområder udgør de ressourcer og spidskompetencer, vi råder over, når organisationerne samarbejder om at øge udbud og efterspørgsel af sundere måltider, arbejder med strukturelle initiativer og politikker for at øge tilgængelighed af sundere måltider fx på arbejdspladser og samarbejder om bedre kompetencer til madprofessionelle og andre prioriterede målgrupper.

FOKUSOMRÅDE

LIGHED I SUNDHED

Den sociale ulighed i sundhed er desværre øget i Danmark siden midten af 1980'erne – på trods af forebyggelsesprogrammer og et sundhedspolitisk mål om længere middellevetid med færre syge år og mindre social ulighed i sundhed i Danmark.

DTU Fødevareinstituttets nationale undersøgelse af danskernes kost og fysisk aktivitet dokumenterede tilbage i 1995, at grupper af befolkningen med kort uddannelse i mindre udstrækning spiser i overensstemmelse med de officielle kostbefalinger og har en betydelig øget risiko for overvægt og fedme.

Sundhedsstyrelsen fandt tilsvarende en tydelig sammenhæng mellem sociale forhold og forekomsten af overvægt og især svær overvægt. Jo færre års uddannelse, jo højere forekomst af overvægt og svær overvægt. Forekomsten er 3-4 gange højere hos kort uddannede (<7 år) end hos længere uddannede (>12 år). Forekomsten er desuden højere blandt arbejdsløse, efterlønsmodtager og førtidspensionister end blandt beskæftigede. Fx forekommer svær overvægt dobbelt så ofte blandt førtidspensionister end blandt beskæftigede /Den Nationale Sundhedsprofil – Hvordan har du det?, Sundhedsstyrelsen 2011/.

Den sociale ulighed i sundhed ses ligeledes blandt børn og unge. Ligesom børn af anden etnicitet (tosprogede) end dansk har større risiko for at udvikle overvægt og svær overvægt /Michaelsen KF. Børn og fedme, Pfizer 2005. Fitzgibbon ML et al. Two-year follow-up results for Hip-Hop to Health. J Pediatr 2005. Krue S. Fælleskommunal sundhedsprofil for udskolings elever, Herlev Kommune 2009. Coolidge JAS et al. Overvægt og livsstil hos 5-8-årige. Ugeskr Læger 2010/.

Nye analyser fra DTU Fødevareinstituttets nationale undersøgelse af kost og fysisk aktivitet har vist, at den sociale ulighed i overvægt er øget blandt drenge, når man ser på forældrenes uddannelse.

Et særligt tydeligt mønster ses for kortuddannede mænd, der spiser længst fra de officielle kostbefalinger.

Andre undersøgelser har fundet, at forekomsten af overvægt for 7-årige børn var afhængig af forældrenes erhverv. Højest for ufaglærte erhverv og de, der ikke var i erhverv, og mindst for højere funktionærer. Samtidig har mange undersøgelser dokumenteret, at danskernes helbredsrelaterede livsstil, især de såkaldte KRAM faktorer, (kost, rygning, alkohol og motion) spiller en meget stor rolle for

middellevetiden og folkesundheden. / *Sociale forskelle i børns kost- og aktivitetsvaner samt voksnes kostvaner, DTU Fødevareinstituttet/.*

DTU Fødevareinstituttet har for Måltidspartnerskabet gentaget undersøgelsen om kost- og aktivitetsvaner for et repræsentativt udsnit af danskere i alderen 4-75 år. På baggrund af disse nye undersøgelser af sociale forskelle i børns og voksnes kostvaner ønsker Måltidspartnerskabet at målrette sine aktiviteter og dermed arbejde for større social lighed i sundhed på ernæringsområdet for børn, unge og den store gruppe af den voksne befolkning, der har ulighed i deres sundhed som følge af deres madvaner.

PROJEKTER 2012-15

Måltidspartnerskabet har i 2012 igangsat projekter for at tilvejebringe ny viden og et opdateret grundlag. Samtidig har Måltidspartnerskabet i 2012 arbejdet med udvikling af sin organisation, styringsdokumenter og opbygning af et sekretariat.

I 2013-14 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.

Måltidspartnerskabet vil gennem sit netværkssamarbejde og et fortsat prioriteret vidensarbejde i både 2013 og 2014 løbende identificere nye vigtige initiativer og projekter. Partnerskabets projektkatalog vil derfor blive opdateret løbende.

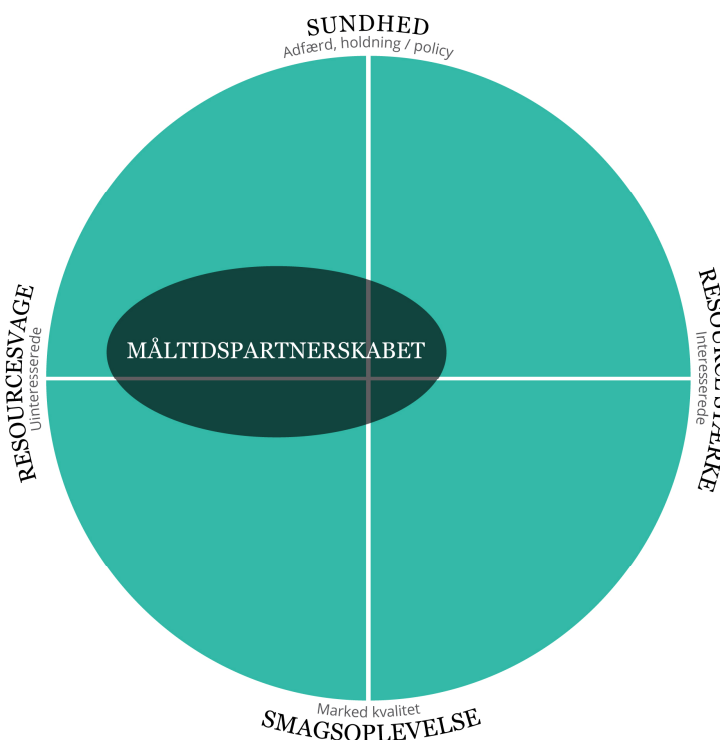
MÅLTIDSPARTNERSKABET

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.

Der findes mange aktører og initiativer for vores gode mad og måltider i disse år, og Måltidspartnerskabet vil markere sig som et stærkt partnerskab mellem de centrale organisationer, der samarbejder om at gøre det nemt at spise sundere.

Måltidspartnerskabets ønsker at samarbejde med alle aktører i MadDanmark, der vil medvirke til at realisere visionen om at gøre det nemt og give lyst til at spise sundere. Måltidspartnerskabet medvirker ligeledes til at udvikle andre aktørers indsats og virksomhed på madområdet.



Måltidspartnerskabet målretter sine aktiviteter mod de dele af befolkningen, der har store udfordringer med deres mad og måltidsvaner.

Måltidspartnerskabet har en social profil og ønsker at gøre en forskel for de borgere, der lever med ulighed i deres og deres børns sundhed og madvaner. Det er med andre ord en vigtig fælles udfordring for Måltidspartnerskabet at medvirke til at gøre det nemt at spise sundere for voksne uden for erhverv, ufaglærte, kortuddannede samt for deres børn og unge. Samtidig eksisterer det en vigtig business case i dette fokus.

BUSINESS CASE

Måltidspartnerskabet fokuserer sin indsats i 2012-15 på den del af befolkningen, der har de største udfordringer med at spise sundere. Statistisk set tæller denne gruppe mange voksne uden for erhverv, ufaglærte, kortuddannede samt deres børn og unge. Dermed ikke sagt, at alle borgere med denne uddannelses- og familiebaggrund spiser usundt, eller at andre med mere uddannelse alle spiser sundere, men udfordringerne med sundere spising og lighed i sundhed er størst for gruppen med mindst uddannelse.

Gruppen af børn og unge er særlig vigtig at få i tale, da det er tidligt i livet, at spise- og måltidsvaner grundlægges, ligesom børn og unge har den længste forventede restlevetid, og vil derfor have meget at vinde ved at spise sundere i forhold til at undgå livsstilssygdomme senere i livet. Gruppen af børn og unge repræsenterer i sig selv en stor og købedygtig forbrugergruppe, der har en vigtig rolle i kraft af deres eget forbrug og som medbestemmende i deres familiers købsbeslutninger og forbrug.

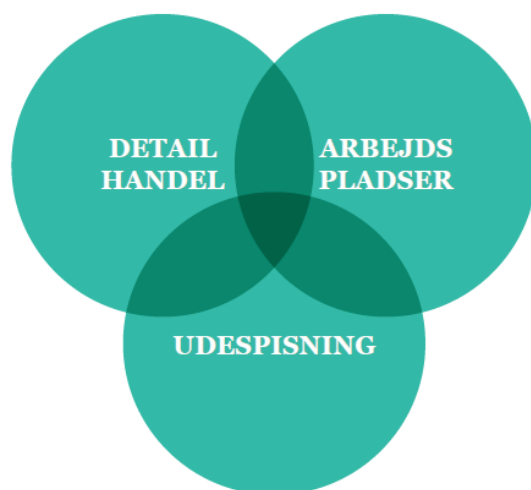
Måltidspartnerskabet består af en kreds af producenter, detailhandlere, erhverv-, forbruger- og sundhedsorganisationer, faglige organisationer, forskningsinstitutioner og myndigheder, der i fællesskab samarbejder for at øge interessen for og tilgængeligheden af sundere måltider. Der skal være økonomiske 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 ufaglærte og kortuddannede tæller 58 pct. af danskere i den erhvervsaktive alder. Børn og unge i Danmark udgør ca. 13,5 pct. af befolkningen (2011) ifølge Danmarks Statistik, Danmark i tal 2012. Og ledighedstallet har siden 2010 ligget på ca. 6 pct. af arbejdsstyrken (Shultz Information 2012). Gruppen af børn, unge, ledige, ufaglærte og kortuddannede udgør med andre ord 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.

I en periode med stigende ledighed i samfundet, stigende fødevarerpriser og faldende realløn er det rimeligt at antage, at gruppen af voksne uden for erhverv, ufaglærte, kortuddannede samt deres børn og unge har en præference for indkøb af dagligvarer i discountbutikker og en præference for restauranter, cafeterier 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, der vokser i disse år.

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, 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.

ARENAER



Måltidspartnerskabets tre arenaer er arbejdspladser, udespisning og detailhandelen

Måltidspartnerskabet ønsker at samarbejde om initiativer og projekter, der kan gøre det nemt at spise sundere i løbet af hele dagen, og hvor det er muligt at gøre en forskel i praksis i en travl hverdag på arbejdspladsen, når vi spiser ude, er på farten, og køber ind i detailhandelen.

Prioriteringen af de udvalgte arenaer og de tilknyttede måltider er et udtryk for, hvor de deltagende organisationer i Måltidspartnerskabet kan bidrage til samarbejdet om at gøre det nemt at spise sundere. Når kokke, kantinedarbejder, ernæringsassistenter, økonomaer og andre madprofessionelle tilbereder vores mad, kan det blive nemt at spise sundere for alle.

ARBEJDSPLADSER

At kunne spise et sundere måltid på sin arbejdsplads, herunder på uddannelsen, i skolen eller børneinstitutionen 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, faglærer, pædagoger og alle ansatte medarbejdere og indskrevne børn kan nås i prioritering af arenaen "arbejdspladser". Både dem, der i forvejen spiser sundt og også ønsker at kunne gøre det på arbejdspladsen, og alle dem, der har de største

udfordringer med ulighed i sundhed og deres madvaner. Arenaen arbejdspladser gør det også muligt at henvende sig til en stor del af Måltidspartnerskabets prioriterede målgrupper.

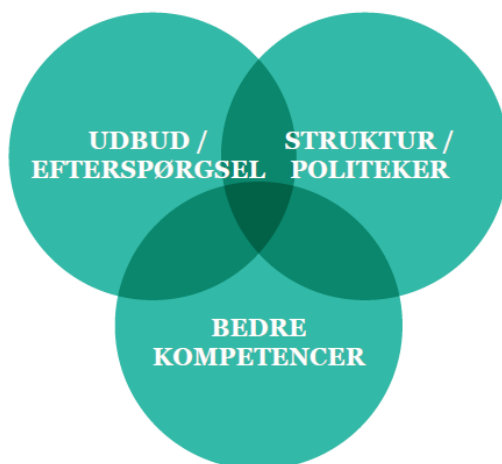
UDESPISNING

Udespisning tegner sig som en gennemsnitsbetragtning 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. Så en indsats for at kunne spise sundere måltider fx for chauffører, SOSU medarbejdere og andre, der ikke har mulighed for at spise i deres egen kantine i løbet af arbejdsdagen, er udespisning en vigtig arena. Dette gælder også for børn og unge, der spiser ude i løbet af skoledagen, når de går til sport, eller blot får et mellemmåltid jævnlige.

DETAILHANDELEN

De færreste spiser i detailhandelen, selvom en række kædebutikker serverer måltider og mad to go i deres cafeterier og delikatesseafdelinger. Detailhandelen lægger hus til vores indkøb af dagligvarer og er derfor vigtig både i forhold til, hvilke varer der udbydes, hvordan de præsenteres og er tilgængelige i butikkerne, og hvordan detailhandelen anpriser og vejleder forbrugerne i deres indkøb. Detailhandelen spiller en vigtig rolle for, hvad familierne i praksis vælger og har råd til at købe af 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, der samtidig er et udtryk for de ressourcer og spidskompetencer vi råder over, når partnerskabet i fællesskab handler på erkendte behov og udfordringer med at gøre det nemt at spise sundere.

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 konkurrencedygtige 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 forhold som kvalitet, pris og livretter, der er vigtige for specifikke målgruppers lyst til at spise sundere måltider.

Partnerskabet vil selv igangsætte initiativer for større udbud og efterspørgsel af sundere måltider, og vil samarbejde med andre aktører om udvikling af nye produkter, tjenesteydelser eller fremme interessen for sundere måltider.

EKSEMPLER PÅ INITIATIVER | PROJEKTER

FIBERPØLSE SOM BUSINESS CASE (2013-15)

Ved at tilbyde en sundere variant af et fastfoodprodukt – i denne case pølser – er målet at stimulere det sundere valg hos en bred gruppe af forbrugere, også dem, der ikke altid tænker sundhed først. Det overordnede formål med projektet er at øge udbud og efterspørgsel af sunde måltider gennem et konkret samarbejde om produktion og markedsintroduktion.

NUDGING I DETAILBUTIKKER OG SPISESTEDER (2013-14)

Initiativets overordnede formål er at gøre det nemt for forbrugerne og på andre måder nudge dem til at vælge varer, så de kan sammensætte velsmagende og sundere måltid hjemme. På spisestederne er det omdrejningspunktet at undgå overspisning, fx for store portioner fra buffeter, og at man vælger og sammensætter sit måltid sundere.

Læs mere på maaltidspartnerskabet.dk

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

NØGLEHULLER PÅ MELLEMMÅLTIDER (2013-14)

For at kunne bruge Nøglehulsmærket på de ikke-færdigpakkede fødevarer kræves en ændring i bekendtgørelsen om anvendelsen af Nøglehulsmærket. Formålet med projektet Nøglehuller på mellemmåltider er at afdække, hvilken type af præfabrikerede ikke-færdigpakkede fødevarer, der kan omfattes af en kommende udvidelse af ordningen samt den praktiske håndtering heraf.

SUNDHED PÅ ERHVERVSSKOLER (2013-15)

Elever på erhvervsskoler er unge voksne, der er tæt på at flytte hjemmefra og dermed have det fulde ansvar for deres liv. Nøglehulcertificering af kantiner på erhvervsskoler vil øge tilgængeligheden af sund mad for skolernes elever, og bidrager dermed til at gøre det nemt at spise sundere og kan give eleverne lyst til at tage sundere måltidsvaner med ind i voksenlivet.

Læs mere på maaltidspartnerskabet.dk

BEDRE KOMPETENCER

Partnerskabet opbygger kompetencer blandt specifikke målgruppe. I forbindelse med udviklingen af nye og sundere måltidsløsninger og praksisser, vil partnerskabet imødegå behovet for kompetenceudvikling hos mad- og ernæringsprofessionelle, andre aktører involveret i måltidsløsninger samt hos brugere af dem.

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 kursustilbud 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 kompetencer hos aktører, der er involveret i rådgivning, vejledning, undervisning, planlægning, produktion, salg, indkøb og servering af mad og måltider. Forbrugere, borgere og brugere kan også have behov for uddannelse og færdigheder i at købe, vurdere, sammensætte og tilberede mad og måltider. Behov kan også opstå i forbindelse med nye måltidsløsninger.

EKSEMPLER PÅ INITIATIVER | PROJEKTER

SUNDERE INDKØBSMULIGHEDER I DETAILHANDLEN (2013-14)

Detailhandelen har i adskillige år 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 naturligt indsatsområde at se på, hvordan detailhandlen kan komme videre i deres arbejde med initiativer, der kan 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.

SUND MADGLÆDE – EN PROFESSIONEL PÆDAGOGISK TILGANG TIL MAD OG MÅLTIDER (2012-16)

Sund madglæde og madmod i daginstitutioner – en professionalisering af pædagogisk og køkkenfagligt personale” er et samarbejdsprojekt med en række centrale aktører fra daginstitutionens arena. 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.

Læs mere på maaltidspartnerskabet.dk

BASISAKTIVITETER

Måltidspartnerskabet har udover sine kerneaktiviteter en række basisaktiviteter, der udgør et vigtigt grundlag for at kunne gennemføre de prioriterede initiativer og projekter i indsatsen for at gøre det nemt at spise sundere. Basisaktiviteterne vedrører udvikling og drift af Måltidspartnerskabet, opbygning af et vidensgrundlag og sprog for sundere måltider samt intern og eksternt kommunikation om Måltidspartnerskabet og dets resultater.

UDVIKLING AF ET DYNAMISK PARTNERSKAB

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 jævnlige at forholde sig til partnerskabets udvikling, ved at sætte fokus på gennemførte initiativer, opfyldelse af succeskriterier, og gennem en løbende konstruktiv dialog.

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.

EKSEMPLER PÅ INITIATIVER | PROJEKTER

UDVIKLING AF ORGANISATION OG UDVIDELSE AF PARTNERKREDSEN
(2012-)

ETABLERING OG DRIFT AF MÅLTIDSPARTNERSKABETS SEKRETARIAT
(2012-)

VISION, STRATEGI, HANDLINGSPLAN O.A. STYRINGSKORT FOR
MPS (2012)

GENNEMFØRE PARTNERSKABSMØDER (2012-)

SEKRETARIATSBETJENING AF MÅLTIDSPARTNERSKABETS BESTYRELSE OG
ARBEJDSGRUPPER (2012-)

VIDENSGRUNDLAG FOR MÅLTIDSPARTNERSKABET

Partnerskabet samler, udvikler og deler et vidensgrundlag og et fælles sprog omkring sundere måltider.

Vidensgrundlaget skal bidrage til at skabe et fælles evidensbaseret fundament for partnerskabet og dets aktører. Formålet er at kunne prioritere målgrupper og arenaer for partnerskabets arbejde, samt være med til at identificere, hvilke konkrete aktiviteter partnerskabet skal iværksætte.

Partnerskabet vil bygge på den eksisterende evidensbaserede viden og retningslinjer, herunder de nationale kostråd og på erfaringer fra gennemførte projekter. Derfor skal eksisterende baggrundsdata for danskernes måltidsvaner og viden om strukturelle tiltag og konkrete projekter omkring måltidsløsninger indsamles. Alle i partnerskabet bidrager aktivt med egen specifik viden til det fælles vidensgrundlag.

Partnerskabet vil iværksætte forskellige undersøgelser af, hvad danskerne spiser til de enkelte måltider – samt hvor og hvornår. Herved fås en mere præcis viden om, hvordan måltiderne er sammensat. Og vil gøre det muligt at vurdere udviklingen og specificere problemerne. Partnerskabet vil også arbejde for inddragelse af eksisterende viden om måltidskulturer samt viden om holdninger og adfærd omkring måltider inddrages. Ligesom partnerskabet kan arbejde for, at kommende forskningsprogrammer har øget fokus på måltidskultur og adfærd.

EKSEMPLER PÅ INITIATIVER | PROJEKTER

DANSKERNES KOST OG OPLEVELSE AF KOSTVANER

Gennemføres af DTU Fødevareinstituttet. Undersøgelsen skal sammenholde danskernes opfattelse af hvor sundt de spiser med information om deres faktiske spisning, igangsat af Landbrug og Fødevarer i samarbejde med Fødevarestyrelsen. (2013)

MÅLTIDSVANER I DANMARK

Gennemføres af DTU Fødevareinstituttet. Undersøgelsen skal opdatere og styrke viden om danske børn, unge og voksnes indtag af fødevarer i forhold til de enkelte måltider, igangsat af Fødevarestyrelsen og Måltidspartnerskabet. (ultimo 2012)

Sociale forskelle i børns kost- og aktivitetsvaner samt voksnes kostvaner
Gennemføres af DTU Fødevareinstituttet. Undersøgelsen skal analysere de sociale forskelle i børns og voksnes kostvaner samt børns aktivitetsvaner og udviklingen heri. Desuden undersøges udviklingen i overvægt for børn. Projektet er igangsat af Fødevarestyrelsen og Måltidspartnerskabet. (2013)

Læs mere på maaltidspartnerskabet.dk

MÅLTIDSPARTNERSKABETS KOMMUNIKATION

Partnerskabet kommunikerer målrettet, troværdig og handlingsanvisende samt ønsker at fremstå og agere som en central kommunikator indenfor sundere og velsmagende måltider med eksempler på, hvordan man kan leve sundere på en nem og attraktiv måde.

De fælles budskaber identificeres, hvorefter de formidles eksternt af såvel partnerskabet som af de enkelte partnere i overensstemmelse med en koordineret kommunikationsplan.

Partnerskabet har en fælles kommunikationsplatform med bl.a. egen hjemmeside, der synliggør partnerskabets aktiviteter og resultater og gør viden om sundere måltider tilgængelig for offentligheden gennem linksamarbejder.

Måltidspartnerskabet er en netværksorganisation, der samarbejder, videndeler og kommunikerer på tværs. For at understøtte det opbygges et virtuelt netværk via LinkedIn.

En forudsætning for troværdig og sammenhængende formidling af måltider er, at partnerne i Måltidspartnerskabet internt har let adgang til informationsudveksling og vidensdeling. Dette sikres fx via møder og interne værktøjer som aktivitetskalender og nyhedsbrev.

Måltidspartnerskabet skal udarbejde og vedligeholde en kommunikationsplan, ligesom effekten af Måltidspartnerskabets kommunikation måles.

I den interne kommunikation synliggøres stakeholder value for og med partnerne. I den eksterne kommunikation fokuseres bl.a. på at føre en meningsfuld dialog med offentligheden. Ligesom gensidig respekt for hinandens forskellige interesser tænkes ind i Måltidspartnerskabets eksterne kommunikation.

EKSEMPLER PÅ INITIATIVER | PROJEKTER

ETABLERING AF KOMMUNIKATIONSPLATFORME FOR MPS (2012-13)

UDVIKLING AF VISUEL IDENTITET OG DESIGNLINJE FOR MPS (2012-13)

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI (2013)

FÆLLES FORTÆLLING OM MPS OG MÅLTIDER (2013)

KOMMUNIKATION AF NYE KOSTRÅD SOM MÅLTIDER (2013-14)

MÅLTIDSPARTNERSKABETS KALENDER (2013 -)



måltids
partnerskabet

Måltidspartnerskabet
Stationsparken 31
2600 Glostrup

Tlf. +45 2877 4100
info@maaltidspartnerskabet.dk

CVR-nr. 34 77 11 62