



Fødevarerinitiativer i Lolland Kommune

Udvalget for Landdistrikter og Øer

Analysen peger på – spor 1

Analysen peger på, at der er vækstpoterentialer ift. at øge omsætning og beskæftigelse inden for tre spor med en række anbefalinger til indsatser:

- **Autentiske fødevarer/lokale fødevarer**

- Lokale fødevarer 2,0: fælles fortælling, mærkningsordning, bedre rammer for samarbejder og udvikling af ny produkter, vildt, organisere indsatsen
- Styrket markedsføring og afsætning: events (frugtfestival, dining-week, Madens Folkemøde) nyt marked i Tyskland, nye partnerskaber f.eks. inden for turismen



Analysen peger på – spor 2

- **Fødevareturisme**

- Besøgsruter a la Naturlandet, Herregårdsgastronomi og jagt/fiskeri samt kulturhistorie,
- Tydelig og skarp markedsføring relateret til fødevarerprodukter, natur, oplevelser og kultur.
- Understøtte købstadsmiljøerne i f.eks. Sakskøbing og Nakskov; som destination for fødevareturister, kobling til naturparker, iværksættere, nye aktiviteter for turister relateret til fødevarer, gourmetoplevelser, madkurser og uddannelse, events
- Madens Folkemøde
- Rammer: forskønnelse, overnatning, spisning, kvalitet



Analysen peger på – spor 3

- **Industriel fødevareproduktion**

- Nye afgrøder, mere økologi og tiltrækning af forarbejdning /forædling råvarer
- Mere samarbejde med vidensinstitutioner, flere forsøgs-, udviklings- og innovationsprojekter (quinoa, purløg, karse, blomsterfrø, Kinesisk kål, oregano (Vikima-seed i Holeby)
- Fødevareklynge evt. med Vordingborg/Møn

Fiskeri

- Produktion af Havørred; samarbejde med producenter som Musholm ell. lign.
- slagteri og klækkeri, forædlede produkter af havørred (røget mv.)
- Iværksættereri og nye arbejdspladser inden for kommercialisering af uudnyttede og/eller invasive arter

LOCAL NATURAL FOODS

Strategi – hvad skal vi på Lolland-Falster?

Fra unikke råvarer og miljøer til autentiske produkter og oplevelser

Vi har;

- Landbrug og råvareproduktion, frugtavl,
- Få fyrtårne men mange små og mellemstore fødevareproducenter,
- Potentiale for mere (København, Tyskland, jagt/fiskeri, herregårde)
- Turismen vokser (fra 2015-2016 med 125.944 flere overnatninger)

Strategi – hvad skal vi på Lolland-Falster?

Indsatsområder:

- 1) Fødeveturisme; med herregårdsgastronomi, fødevareruter og købstæder og fødevarer
- 2) Autentiske fødevarer; vækstprogram for fødevareproducenter samt fællesaktiviteter
- 3) Identitet og markedsføring; fødevarefortællingen samt en fælles platform for markedsføring