

Kulinarisk Arena Lofoten

Kunnskapsgrunnlag for prosjekt



LOFOTEN MATPARK



VEST-LOFOTEN
VIDEREGÅENDE SKOLE



Innhold

1. Innledning	3
Metodisk fremgangsmåte.....	4
Bakgrunn for prosjektet.....	5
Perspektiver.....	6
2. Et mellomspill om Lofotkokkan	7
3. Utviklingen innen restaurant og matfag	8
Opinions undersøkelse om rekruttering	10
Viktig påvirkningsfaktorer for elevens studievalg	10
Betydningen av ildsjeler og samarbeid	10
4. Lofotens gastronomiske ressurser	12
Fra havets matfat.....	12
Fra jordas grøde	12
5. Rekruttering i Lofoten: Aktører og prosjekter	14
6. Gastronomiregioner og sentre	16
Ny nordisk mat.....	16
Nordiske gastronomibyer	17
Relevante prosjekter	18
Foodbiz	19
Gastronomiske sentre	19
7. Innspill fra aktørene	20
Førsteårselevne på Restaurant og Matfag	20
Utdanningsforum.....	20
Intervjuer	21
Lærlingeløp og rekruttering.....	21
Erfaringer fra Røros-regionen	23
Rekrutteringstiltak ved Strinda restaurant- og matfag.....	26
OJmat	28
Workshop 17.juni på Ballstad.....	29
8. Konklusjon: Lofoten Kulinarisk Arena <i>Of Love</i>	32
Veien videre.....	34
Referanser	34

1. Innledning

Utdanningsråden i Nordland lanserte høsten 2017 ideen om et kulinarisk senter for Lofoten med lokalitet i Vestvågøy, og med tilknytning til Vest-Lofoten videregående skole. Bakgrunnen er at elevtallet og søkningen til opplæring innen restaurant- og matfag er i nedgang, og det er behov for å gjøre en ekstra innsats for å sikre nok kompetanse for framtiden. Dette er i likhet med landet forøvrig, hvor faget har utfordringer med rekruttering av motiverte elever, frafall samt tilbud av lærlingplasser (Faglig råd restaurant- og matfag, utviklingsredegjørelse 2016).



Elever og lærer ved Vest-Lofoten videregående skole, januar 2019 ved prosjektets kickoff.

Samtidig er Lofoten en av Nordlands fremste reiselivsdestinasjoner, der fylkesstrategien for reiseliv og opplevelsesnæringer (2017-21) fremmer "Mat, kultur og natur! Nordland skal levere opplevelser i verdensklasse".

På denne bakgrunnen fikk Vestvågøy kommune, Vest-Lofoten videregående skole og LofotenMat SA midler til et forprosjekt som skal legge til rette for et kulinarisk senter i Lofoten. En faglig referansegruppe har vært rådgivende i arbeidet. Gruppen har bestått av tre representanter for hhv. kokkenæringa, Destination Lofoten og Lofoten Reiselivsfagskole.

Prosjektets problemstilling har vært å undersøke *hvilket nettverk, visjon og innhold krever utviklingen av et innovativt og bærekraftig kulinarisk senter for Lofoten.*



Prosjektgruppa presenterer seg på seminar i juni 2019. Stående f.v. er rektor på Vest-Lofoten Videregående Skole, Kim Unstad, Bjørg Elin Kärn fra LofotenMat, Heidi Bergsli i Vestvågøy kommune, og Roger Øverås ved restaurant- og matfag, Gravdal. I tillegg er Anne Karine Statle (LofotenMat), Sigve Olsen og Nora Warhuus Samuelsen (Vestvågøy kommune) med i prosjektgruppa.

Metodisk fremgangsmåte

Prosjektgruppa har samlet erfarings- og forskningsbasert kunnskap om det kulinariske feltet generelt og dets kjennetegn og potensial i Lofoten spesielt. Denne rapporten samler og konkluderer denne kunnskapen som grunnlag for videre utvikling av en kulinarisk arena for Lofoten.

Det metodiske opplegget har bestått av en innspillssamling med cirka 12 førsteårselever ved programmet Restaurant og Matfag på Vest-Lofoten Videregående skole; intervju med 17 relevante aktører som representerer matprodusentene (landsbruksforum og småbrukarlag), utdanningsfeltet og restaurantbransjen i Lofoten, samt Fellesforbundet.

Prosjektgruppa har presentert og diskutert potensial og behov for en kulinarisk arena for Lofoten i *Utdanningsforum for Vest-Lofoten* og i det politiske utvalget *Næring, Plan og Utvikling* i Vågan kommune. Referansegruppa har bidratt regelmessig i prosjektet. Prosjektgruppa hadde en studietur om matopplevelser på Røros i regi av Innovative opplevelser i april, kombinert med møter og intervju i Trondheim.

Den 17. juni ble et bredt spekter av aktører invitert til workshop der foreløpige konklusjoner ble presentert og diskutert. På workshopen kom cirka femten personer. Prosjektet fikk nyttige innspill, ikke minst fra Einar Øveraas, Opplæringskontoret i Narvik og Terje Theodorsen, direktør for Scandic Narvik. Sammen holdt de innlegg om samarbeid i Narvikregionen og de rekrutteringstiltak og lærlingeordninger som er gjennomført i denne regionen.

Bakgrunn for prosjektet

Mat har blitt en viktig del av reiselivet, og det må dermed jobbes for rekruttering til serveringsbransjen. Fra å være svært sesongbasert er bransjen i ferd med å gi helårs arbeidsplasser. For verdiskaping og stedsutvikling er dessuten matproduksjon og serveringstilbud viktig for attraktivitet og for innovasjon i andre næringer.

Lofoten har fagmiljø og bedrifter som tilbyr matopplevelser av høy kvalitet. I tillegg har regionen et sterkt nettverk av reiselivsbedrifter i destinasjonsselskapet, og en reiselivsfagskole som vektlegger utdanning for en bærekraftig og innovativ opplevelsesnæring. LofotenMat, et nettverk av bedrifter fra landbruk, sjømat og reiseliv i hele Lofoten, har i over ti år jobbet med å styrke Lofoten som matregion. I dette forprosjektet har vi vektlagt tre oppgaver som bidrag til å videreutvikle Lofoten som gastronomisk region: Rekruttering og utviklingsmuligheter til restaurant- og matfag; faglig samarbeid på tvers av sektorer slik som opplevelses-, sjømat- og landbruksnæringene; og flere koplinger mellom næringsutvikling og stedsutvikling, slik f.eks. Svolvær, Henningsvær, Ballstad og Reine har fått til. Slik ønsker vi å bidra til å utvikle Lofoten som attraktiv bo-, besøkelles- og arbeidsregion.



To sentrale personer i prosjektgruppa får seg Røroslunsj. Björg Elin Kärn (LofotenMat) og Roger Øverås (fagansvarlig ved Restaurant- og Matfag).

Perspektiver

Vi har jobbet etter særlig fire perspektiver i dette forprosjektet.

Først, og i et langsiktig perspektiv, bør kulinarisk arena for Lofoten bli en nasjonal pilot med internasjonale ambisjoner. Arenaen bør ha mål om å styrke Lofoten som matdestinasjon og renommé som kunnskaps- og opplæringsmiljø. Lofotens tilgang på ferske råvarer og lange mattradisjoner bør videreføres, men også innoveres.

I et utdanningsperspektiv vil for det andre en tydelig forankring på den videregående skolen øke arenaens betydning for rekruttering og nyskaping i og rundt restaurant- og matfaget. Elevene inspireres av å jobbe direkte med og for kunder, og kulinarisk arena vil kunne bli en møteplass som engasjerer elevene. Arenaen kan også skape en kobling mellom restaurant- og matfag og naturbruksfag, slik at tverrfaglige perspektiver viktige for næringene kan gi en ny læringskomponent.

En kulinarisk arena bør for det tredje ha en tydelig næringslivsprofil, og bidra til samarbeidet mellom landbruks-, hav- og opplevelsesnæringene. Innsatsen bør rettes mot rekruttering til restaurant- og matfag, flere lærlingeløp, og ordninger der lærlingeløp deles mellom bedrifter. Det er potensial for enda flere kulinariske steder, som bedre rekruttering kan bidra til. Samtidig blir ikke alle stjernekokker. Noen blir institusjonskokker og medarbeidere i næringsmiddelindustrien, som står sterkt i Lofoten. Hele spekteret av aktører innen mat og reiseliv må gjenspeiles i satsingen.

Til sist bør arenaen også ha et tydelig samfunnsutviklingsperspektiv, som å fremme innbyggers livskvalitet og bolyst. Ved å samarbeide med lærere i barnehage og grunnskole kan arenaen bli en plattform for å øke bevissthet, engasjement og kunnskap om ernæring, kultur og livskvalitet, som del av folkehelsearbeidet.

På denne bakgrunnen bør forprosjektet berede grunnen for et hovedprosjekt som:

- setter Lofoten på det kulinariske internasjonale kartet gjennom økt utveksling, publisitet og innovasjon blant matprodusenter og opplevelsesnæringen
- gjør restaurant- og matfagutdanningen til en «spydspiss» i nasjonal sammenheng, og dermed øker søkning og antall læreplasser
- er en møteplass og et kunnskaps- og dokumentasjonssenter for Lofotens matkultur for elever, fagfolk, næringsliv, innbyggere og besøkende
- bidrar til kvalitetsrike og nye matopplevelser og synliggjør matkultur som del av en helhetlig opplevelse basert på naturgrunnlag, tradisjon og innovasjon.

2. Et mellomspill om Lofotkokkan

“Lofotkokkan” ble stiftet av seks kokker fra Lofoten på slutten av 1980-tallet og var i virke i omlag 12 år. De jobbet lokalt den første tiden, men etterhvert ble de mer og mer kjent og anerkjent og fikk en rekke oppdrag i hele Norge og også etterhvert i utlandet. Lofotkokkan hadde blant annet opptredener på riksdekkende tv, og også litt i utenlandske kanaler. I bunnen for matfilosofien lå lokale råvarer, lokale retter og lokal identitet, noe de raskt ble kjent for.

Samtidig ble det jobbet mye med å fornye gamle klassiske retter for å sette dem inn i en ny tid. I 1994 deltok Lofotkokkan i arbeidet med å promoterte lofotlam, da gastronomisk institutt i Stavanger kåret det som Norges beste lammekjøtt. I 1996 fikk de Vestvågøys kulturpris. Denne ble delt ut av daværende lagleder på det norske kokkelandslaget, Harald Osa.

Som en konsekvens av aktive lofotkokker, ble også kokkelauget for Lofoten og Vesterålen vitalisert og talte på det meste over 50 medlemmer. Lauget var med på mange arrangementer, både i inn- og utland, og arrangerte blant annet gjennom en tiårsperiode nordnorsk mesterskap i kokkekunst i Henningsvær. En av mange som deltok og vant er Roy Magne Berglund, som senere havnet på kokkelandslaget og som tok edelt metall for Norge. Han ble også kåret til årets kjøkkensjef i Norge.

På arrangementer der Lofotkokkan og lauget deltok var ofte elevene med. Dette var verdifulle erfaringer i opplæringen. I denne perioden hadde skolen en enorm søking til kokkeutdanningen, som på det mest talte fire førsteklasser og to andreklasser, mellom 60 og 70 elever. Den store søkingen til utdanningen må nok tilskrives det faktum at miljøet hele tiden var synlig i mediebildet, slik at både skolen og faget ble markedsført på en positiv måte. Samtidig var det nok gunstige nasjonale og globale trender for kokkefaget, og mange internasjonale kjendiskokker hadde høy status og internasjonal popularitet.

I dag er situasjonen en annen. Vi må tenke nytt og smart om rekruttering, og vi må være kreative når vi skal skape nye arenaer for dagens næringsliv. Men vi skal samtidig bygge på suksesskriteriene fra Lofotkokkan:

- Bygge samarbeid
- Satse på lokale ressurser
- Synliggjøre Lofoten som kulinarisk region

En kulinarisk arena skal bidra til å få fram framtidens Lofotkokka.

3. Utviklingen innen restaurant og matfag

Tall fra Utdanning.no viser at i alt 85 norske videregående skoler tilbyr restaurant- og matfag i 2019, mens tallet i Nordland er åtte. Kokkeutdanningen ved Vest-Lofoten videregående skole har historie helt tilbake til etableringen av Statens fiskarfagskole på Gravdal i 1963, med utdanning av stuerter til fiske- og utenriksflåten. På 1990-tallet var utdanningen innen kokk- og servitørfaget svært populær, trolig som følge av at yrket via lokale og internasjonale "kjendiskokker" fikk oppmerksomhet.

I dag er utdanningen innen restaurant- og matfag preget av lav søkning og lav status blant de unge. I en rapport som omhandler den yrkesfaglige opplæringen på restaurant- og matfag fremheves rekruttering som den største utfordringen til utdanningsprogrammet (Andersen og Andresen 2016). Studien fastslår at elever med for dårlig karakterer til å komme inn på andre program havner på restaurant- matfag. Denne elevgruppen er ofte preget av lav motivasjon, noe som ofte resulterer i høyt frafall fra utdanningen, enten i skolen eller fordi de ikke er kan formidles til læreplass.

I Nordland går ungdomskullene og dermed rekrutteringsgrunnlaget ned. De siste 20 årene har antall 16-åringer i Nordland gått ned med ca. 800. Dersom en regner dette over i yrkesfaglige klasser, er det cirka 50 klasser som er borte. Lofoten er en av regionene der nedgangen ikke har vært så uttalt, og som ifølge prognoseverktøyet "Indeks Nordland" vil opprettholde folketallet.

I 2019 viser tall fra Utdanningsdirektoratet at det var 1884 søkere til de 85 norske videregående skoler med tilbud om vg1 restaurant- og matfag. Da hadde søkertallet sunket med ti prosent bare i løpet av de fire siste årene. Når det gjelder lærlinger var det i 2018 i følge Utdanningsdirektoratet 1049 løpende kontrakter (første- og andreårslærlinger) for landet som helhet, og 41 i Nordland. For 2019 var det 39 søkere til nye læreplasser i fylket. Hvis alle disse får læreplass, vil det være en betydelig økning i rekrutteringen til kokk- og servitørfaget.

Økt oppmerksomhet om frafallet i videregående skole har resultert i en rekke tiltak som har medført jevn økning og gjennomføringsgrad de siste åra. Utdanningsmyndighetene er likevel ikke fornøyd. Offisiell statistikk viser at 85,7 prosent av de norske vg1-elevne fortsatte til vg2 høsten 2018 (Skoleporten.no). For yrkesfag var tallet lavere, 83,5 prosent. Tilsvarende tall for elevne på restaurant- og matfag var 79,3 prosent på landsbasis og 73,9 prosent i Nordland.

For yrkesfag innebærer overgangen fra vg2 til vg3 i hovedsak formidling til læreplass, eller i noen tilfeller vg3 i skole dersom læreplass ikke kan skaffes. Noen få skoler har imidlertid fortsatt vg3 i skole som fast ordning. 75 prosent av norske yrkesfagelever som gikk ut av vg2 våren 2018, hadde gått videre i opplæringsløpet per 1. oktober. I Nordland var tallet så lavt som 69,1 prosent, og bare vel halvparten av restaurant- og matfag-elevene (51,6) i fylket hadde progresjon i utdanningen på det tidspunktet.

For å motvirke den negative trenden i rekruttering har skolene jobbet hardt å holde elevtallet oppe. Ved Vest-Lofoten videregående skole gjennomfører Restaurant- og matfag flere tiltak som er rettet mot elever på ulike trinn i grunnskolen. I tillegg til at elever på niende og tiende trinn får hospitere på skolen og prøve seg i elevrollen der, gjennomføres det blant annet aktivitetsdager med syng av kjøttrull. Det har også vært gjennomført annonsekampanjer der tidligere elever fremheves. Det er vanskelig å vurdere hvilken effekt disse tiltakene har hatt, men en har lykket i å få nok elever til at fagtilbudet fortsatt gis ved skolen. Lærerne som legger mye innsats i rekrutteringstiltakene melder at det ikke er det praktiske arbeidet som tar mest på, men administrering og tilrettelegging. En framtidig kulinarisk arena bør ha personalressurser til å administrere og koordinere aktiviteter slik som overnevnte, og jobbe systematisk med hva slags tiltak som har høyest rekrutteringseffekt.

Restaurant- og matfag jobber også med «mobilitet Nordland». I denne ordningen utplasseres elever på vg2 nivå i Europa. Det har til nå vært samarbeid med skoler og bedrifter i Italia og Østerrike. Elevene plasseres ut i forbindelse med periodene til faget Yrkesfaglig fordypning på vg2. Denne ordningen gjelder også lærlinger (som kan være ute inntil 3 måneder).

En nødvendig forutsetning for rekrutteringen til kokk- og servitørfaget er at tilstrekkelig med Lofotbedrifter er villig til å tilby både lære- og praksisplasser mens elevene går vg1 og vg2. Nesten ingen bedrifter i Vest-Lofoten har i dag læreplasser innen kokk og servitør, mens bedriftene i Vågan er kommet adskillig lengre. Dersom ungdom i Lofoten skal satse på yrket, må de blant annet vite at det finnes læreplasser når de er ferdig på vg2, og at de kan prøve seg i disse bedriftene i faget yrkesfaglig fordypning (YFF). Bedriftene som har behov for kvalifisert arbeidskraft innen kokk- og servitørfaget kan med fordel ta inn ungdom fra ungdomsskolen av, slik at de tidlig blir kjent med bransjen. Dette kan være ett virkemiddel for å øke rekrutteringen.

Opinions undersøkelse om rekruttering

På oppdrag av Foreningen for Opplæringskontorene i Restaurant- og Matfag utførte Opinion i 2018 en undersøkelse om rekruttering, av hva som fungerer for å påvirke unges valg generelt og evaluering av rekrutteringstiltaket «Vi dekker til fest» spesielt. Her følger en oppsummering av funn og anbefalinger som handler om påvirkningsfaktorer bak studievalg og behovet for samarbeid, mens vi skriver om evalueringen av tiltaket Vi dekker til fest.

Viktig påvirkningsfaktorer for elevens studievalg

Studien konkluderer om forhold som påvirker eleven i sitt valg av studieretning at eleven selv er aller mest opptatt av hvordan skolehverdagen vil utarte seg, mens rådgiver og familie fokuserer på jobbmuligheter og karriere. Rapporten skriver at det er ekstra viktig at man forteller om skolehverdagen, at elevene blir kjent med skolen lenge før de skal søke, ikke minst fordi de gjør et annerledes valg vis-a-vis venner. Studien finner at eleven også er opptatt av tilhørighet til en fremtidig elevmasse, med andre ord spørsmål om hvem andre som søker seg til programmet. Anbefalingen er derfor at man er bevisst hvilke elever som blir Ambassadører, og at disse bør framstå som kunnskapsrike, engasjerte og utadvendte. Et siste funn er at det knyttes forventninger til Restaurant- og matfag som et fag som bare egner seg for de spesielt matinteresserte. Studien anbefaler derfor synliggjøring av det faktiske innholdet i opplæringen, ekspertisen og fagkunnskapen fremfor matinteressen. Antakelsen er da at man vil da kunne øke interessen for faget uten at elever nødvendigvis innehar en stor interesse for mat.

Betydningen av ildsjeler og samarbeid

Det andre området som vektlegges er samarbeid mellom videregående skole, ungdomsskole, bransje og opplæringskontorer. Bedre informasjonsutveksling og planlegging av tiltak vektlegges som bevissthetsgrunnlag for helhetlig strategi og hvordan ulike rekrutteringstiltak inngår, utdyping av målgrupper, og hvordan best mulig skape arenaer for utveksling av informasjon mellom foreldre, elever, bransje og skole. Ofte er det ikke tiltakene i seg selv, men praktiske utfordringer og økonomi som hindrer god utførelse. De stedene der tiltakene synes å fungere best jobber det ofte en ildsjel som motiverer for at timeplaner går opp, læreplanmål dekkes og at man får velvillighet og interesse blant rektorer, lærere og rådgivere på ungdomsskolen. Det fremstår som spesielt viktig at rådgivere og kontaktlærere har god nok kunnskap om Restaurant- og matfag, skolehverdag, lærlingeplasser og jobbmuligheter. Tilliten til rådgiver påvirker hvordan opplæringskontor og rekrutteringsansvarlig utfører tiltak. Anbefalingen er å etablere strategier for opplæring av rådgivere/lærere på ungdomsskolene. Til sist påpekes det at involvering av både bransje og lærlinger nok er en lite utnyttet mulighet i utviklinga av ulike rekrutteringstiltak.

Dagens Lunsj

Forrett

Soyamarinert laks « Lofoten »
ristede hasselnøtter, eple og små salat på frissé og spinat
sesam - vinagrette og nattstødd brød meg nylagd smør, klappe og klart

Allergener: Nøtter, Soya, Sesam, Eple, Fisk, Gluten og Laktose

Hovedrett

Kveite fra Vestfjorden
Potetpuré med mandelpoteter fra Hol på Fygle
Blåskjellsaus med dill og purreløk

Allergener: Laktose, Bløtdyr, Fisk

Dessert

Appel sin

Lille appel Jørgensin. Roter litt med din og min
Appel synes alt er hans. Klarer ikke allemanns
Appel får problemer da. Med å se hva som er hva
Er det mitt? Er det Ditt?
Kan de være Appel sitt?
Hør nå, lille Appel-min.
Dette er en mandarin. Den tilhører jøsefin.
Og her er min. Og her er din.
Og denne her er Appel sin

Dikt av Erlend Loe

Allergener: Laktose, Gluten, Egg

Krute god Kaffe

VG2 Vestvågøy
Kokk og servitør

2018



Smakfull og delikat servering av Restaurant og Matfags elever på prosjektets kickoffsamling.

4. Lofotens gastronomiske ressurser

Lofoten er en region rik på råvarer og produkter fra både sjømat og fra landbruk. I dag er det stor tilførsel og produktbredde i næringene, og med generasjonsskifter i bedriftene ser vi også nytenking og vekst.

Fra havets matfat

Råstofftilgangen er grunnlaget for at det tidlig var fast bosetting i Lofoten. Utgravninger viser at det har vært rik tilgang på sjøfugl, og fangstredskaper ble utviklet slik at det var mulig å fange fisk både på vinter og sommer. Det rike Lofotfisket, verdens største torskefiskerier, har tilført enorme mengder fisk på vinteren. Med disse rikdommene av fisk var det behov for å konservere på en enkel måte. Tørrfiskeriet er dermed blitt selve kjennetegnet på Lofoten. Vinterfisket har bidratt til et særpreget kulturlandskap med mange fiskebruk. Tørrfiskhjellene er synlige symboler på et viktig regionalt næringsgrunnlag. Fra vinteren til sensommeren er tørrfisklukta, i de ulike valører, en tydelig odør av "penger".

Mens tørrfiskeriet tradisjonelt har bidratt til lokal verdiskaping har lakseoppdrett i nyere tid blitt en viktig næringsvei flere steder, både i form av arbeidsplasser og inntekt.

Sjømatnæringen har tradisjonelt solgt det meste av fisken ut av regionen, til dels ubearbeidet som har gitt størst verdiskaping. Regionen har likevel flere foredlingsbedrifter innen sjømat, slik som tranproduksjon, filetering, bearbeiding av fersk fisk, hermetikkproduksjon, og foredlede tørrfisk- og klippfiskprodukter. I tillegg er det høsting av ny arter som snegler, skjell og krabbe, tanghøsting og foredling. Enkelte jobber dessuten inn mot nye markeder med utnytting av restråstoff.

Fra jordas grøde

I landbruket har det vært vanlig å produsere for samvirkene. Tidligere var det slakteri og salgslagskontor i Lofoten. I dag er de nærmeste samvirkene i Harstad (Tine) og Andslimoen (Nortura). Med reduksjon av regionens samvirker er det utviklet et større mangfold av lokale produsenter innen slakteri,¹ kjøttforedlere og lokale ysterier.

I dag har landbruket en stor bredde; fra små gårdsbruk med stor vilje til egenforedling til store samdrifter og robotfjøs. Det er produksjon innen storfe, småfe, gris og høner. Ville bær og hagebær høstes og foredles. Lofotpils lages lokalt.

Lofoten er en sterk matregion og en nasjonal posisjon når det gjelder kvaliteten på foredlede produkter. Regionen har to beskyttede geografiske betegnelser: Lofotlam og Tørrfisk fra Lofoten. Tørrfisk fra Lofoten fikk også Norges første (av to) europeiske geografiske beskyttede betegnelser. Betegnelsene er et kvalitetsstempel for produsentene og gir dem

¹ Nord-Norges største privateide slakteri er Horns slakteri på Leknes.

juridisk produktvern. Lofoten har også seks produkter med Spesialitetsmerke for unik smak: Lutefisk fra Glea på Røst, osten Capra fra Aalan gård, og ostene Steinfjording og Steinfjording med havsmak fra Lofoten gårdsysteri. Gjennom Halvors Tradisjonsfisk i Tromsø fikk også Boknafiskloin fra Fredvang og Tørrfiskilet fra Ballstad spesialitetsmerke (råvareopprinnelse fra Lofoten).

I løpet av det siste tiåret har reiselivet gått fra å være svært sesongbasert til å preges av helårsdrift i stadig utvikling. For ti år siden var de fleste anlegg stengt når sommersesongen var over. Bedriftene lå i dvale frem til neste vår. I dag finnes helårsåpne bedrifter i serveringsbransjen rundt om i hele Lofoten, med en bredde fra fastfood, til restauranter, til unike opplevelser som gilder, banketter og unike eventrom, home dining og fine dining. Innen opplevelsesbasert reiseliv har det også blitt en større bredde i tilbudet med fiskeopplevelser, kurs osv.

Med dette ressursgrunnlaget og denne positive utviklingen er det naturlig at prosjektet fremhever *innovasjon forankret i tradisjon* for å bidra til å utvikle Lofoten som kulinarisk region. Bærekraftighet er dessuten en bestandig ingrediens når vi snakker om framtiden. Lokale råvarer og lokal produksjon gir Lofoten arbeidsplasser, kortreiste matopplevelser, og yter verdi til opplevelsesnæringen. Samtidig må det være fagfolk til å jobbe i disse næringene i framtiden. Rekruttering er derfor et ankepunkt for at Lofoten kan være en kulinarisk arena i seg selv.

5. Rekruttering i Lofoten: Aktører og prosjekter

Det er mange organisasjoner, bedrifter og prosjekter i Lofoten som er viktige for rekruttering til reiseliv, restaurant- og matfaglige næringer, ergo til verdiskapingen i regionen. I dette kapittelet skal vi nevne de mest relevante av dem, som vil være viktige for arbeidet og samarbeidet om framtidig rekruttering.

Nordland Fylkeskommune

Aust-Lofoten videregående skole har i tillegg til allmenne yrkes- og studieprogram relevante utdanningstilbud innen service og samferdsel (vg1) og reiseliv (vg2).

Vest-Lofoten videregående skole har i tillegg til allmenne yrkes- og studieprogram relevante utdanningstilbud innen naturbruk (vg1) og fiske og fangst (vg2) i tillegg til restaurant og matfag.

OPUS Lofoten er skolens fag- og utdanningsaktør mot lokalt og regionalt arbeids- og næringsliv og voksne utdanningssøkende på videregående og fagskolenivå. Avdelingen er viktig for at Nordland fylkeskommune skal kunne oppfylle sin uttrykte skolepolitiske mål for regional utvikling.

Nordland fagskole for Opplevelsesbasert reiseliv lokalisert i Svolvær er Norges eneste offentlig godkjente fagskoletilbud som **tilbyr en yrkesrettet høyere utdanning innen reiseliv og opplevelser**.

Nordland fagskole/Lofoten Maritime er lokalisert på Gravdal, og tilbyr dekksoffiser- og maskinoffiserutdanning.

Organisasjoner

Destination Lofoten er regionens destinasjonsselskap med ansvar for markedsføring, formidling og ivaretagelse av vertskapsrolle mm. Både bedrifter og kommunene er medlemmer.

LofotenMat er matnettverket fra Lofotkommunene, med omtrent 110 andelseiere. Av næringene representert er rundt 30 prosent landbruk, sjømat og reiseliv.

Flerfaglig opplæringskontor for Lofoten jobber for å skaffe læreplaner for elever som vil ut i lære, og lærlinger til sine medlemsbedrifter.

Prosjekter/nettverk

Pilotprosjekt i besøksforvaltning er Nordland fylkeskommunes prosjekt for metodeutvikling med utgangspunkt i Lofoten, Vega og Svartisen. Hanne Lykkja er prosjektleder for Lofoten.

Bærekraftig reisemålsutvikling er navnet på Destination Lofotens arbeid for å kvalifisere Lofoten for Innovasjon Norges merke for bærekraftig reisemål innen 2019. Nordlandsforskning er prosjektleder.

Jakten på Lofoten eies av Destination Lofoten, er initiert av Lofotrådet, og har Salt Lofoten som prosjektleder.

Innovative Opplevelser er et samarbeid mellom næringslivet ved bedriftene i klyngen, virkemiddelapparatet, og forsknings- og utdanningsinstitusjoner. Bedriftene som deltar i næringsklyngen holder til i regionene Lofoten, Vesterålen, Ofoten, Salten og Helgeland samt Svalbard. Prosjektleder er Mimir.

Sharing Lofoten er et prosjekt ledet av Lofoten Matpark. Prosjektet ser på nye modeller for organisering av personell i små bedrifter. Ved å gå sammen om ansettelser kan bedriftene konkurrere om de beste kandidatene. Et overordnet mål er å gjøre reiselivet på små plasser mer konkurransedyktig.

6. Gastronomiregioner og sentre

Bare i Europa reiser rundt 600.000 mennesker for matopplevelser som hovedgrunn. I Europa er særlig Toscana en populær matdestinasjon, mens San Sebastian/Bilbao også er kjent for sin store tetthet av restauranter med Michelinstjerner. Attraksjonskraften er en kombinasjon av bredde på råstofftilgang, foredling av produkter, lokale tradisjoner og kokkekunst. Kokkene har gått fra å være usynlige på kjøkkenet til å bli måltidets frontfigurer. Vi snakker derfor både om gastronomiregioner og gastronomisentre som midler for kulinarisk utvikling.

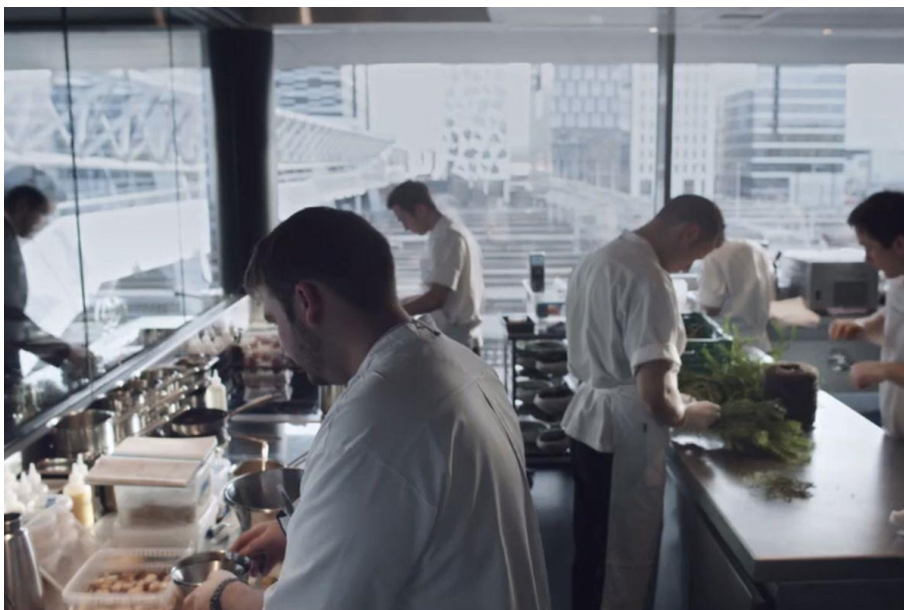
Ny nordisk mat

I Norden er det et skille ved etableringen og signeringen av Matmanifestet for Ny nordisk mat i 2004. Tolv nordiske kokker skrev et matmanifest for å få fokus på den rene nordiske smaken, på enkelhet og etikk som de ønsket å knytte til de nordiske landene. I 2005 ble dette tatt inn i Nordisk ministerråd.

Dette satte spor. Noma i København og senere Maemo i Oslo har befestet seg i Michelinguiden. Nordisk mat har blitt trendy og nordiske kokker har i en årrekke vunnet kokkenes verdensmesterskap Boucuse d'or. I 2019 var Danmark, Sverige og Norge på de tre første plassene i mesterskapet, som arrangeres i Lyon. Siden nordiske restauranter har fått Michelinstatus har det bidratt til et økt fokus på serveringsbransjen i Norden. Bare i Oslo har det skjedd en stor endring på denne fronten, og i Lofoten like så. Restaurant Paleo Arctic har for eksempel fått pallplass som beste frokostrestaurant i Norge flere år på rad, med begrunnelse i kyndige kokker og lokale produkter og råvarer.



NOMAs kjøkken. Kilde: Godt.no



Maaemos kokker. Kilde: Eater.com

Nordiske gastronomibyer

I 2004 etablerte Unesco en status for kreative byer av ulik art, hvorav en er innen gastronomi. Østersund i Sverige (2010) og Bergen (2015) i Norge er nordiske byer som har statusen. Per 2019 er det 26 slike byer i verden. Leknes søkte i 2017 og 2019 om å få en slik status, men har ikke nådd frem i den harde konkurransen så langt.

[Østersund](#) ønsker å utvikle nettverk for produsenter og spisesteder. De jobber med nasjonalt ressurscenter [Eldrimner](#) (mathåndverk), videregående skole innen landbruk og skognæring. Videre har jordbruksverket mottatt EU-midler til å utvikle Sverige som matdestinasjon.

[Bergen](#) ønsker med Unesco-statusen å bli en internasjonalt anerkjent matregion basert på lokale råvarer og produkter. Mat skal i tillegg til bærekraft og folkehelse være en byggestein for byens utvikling.

[Århus](#) er en dansk region hvor mat er en utviklingsfaktor (se [næringsforeningen](#) og Michelinutdelingen 2019). I Sverige har jordbruksverket etablert Smaka på... som er overordnet for [Sverige](#), men også ned til hver enkelt region.

I Norge må Trøndelag nevnes. I restaurantbransjen i Trondheim har produsentene jobbet sammen i flere år, og fylket har en matsatsing gjennom Oimat og drikke, som holder til i Trondheim. Røros har over mange år jobbet tett sammen innen matproduksjon og utviklet en produsentkultur med Rørosmat i spissen. På Røros har de over mange år jobbet tett med opplevelsesbasert reiseliv (med restauranter og produsentmiljø). Samtidig har de utviklet navnet Røros som kvalitetsstempel. I Stavanger finnes to viktige arrangementer, Glamatfestivalen og Finalen i Det norske måltid. Her har mange dyktige restauranter jobbet sammen over tid.

Relevante prosjekter

Oj! Trøndersk mat og drikke– har gjennomført en rekke interessante prosjekt. Prosjektgruppa fra Lofoten har vært på studiereise i regionen og hatt samtaler med OjMat. Fylkeskommunens engasjement er viktig for aktiviteten her som i Nordland.

Et trøndersk matmanifest er undertegnet av sentrale regionale aktører, som forplikter til samarbeid om å utvikle trøndersk mat-produksjon og kultur.



III.: Trøndersk matmanifest (Kilde: Ojmat! Trøndersk mat og drikke)

[Ung matglede](#) er et meget relevant prosjekt som Ojmat og Trøndelag fylkeskommune samarbeider om i perioden 2019-22. Prosjektets mål er å øke rekrutteringen til restaurant- og matfag. Her utvikles en verktøykasse for rekrutteringstiltak, hvorav mange er utviklet og/eller prøvd ut i Trøndelag. Prosjektet skal ifølge nettsiden:

- ✚ Forankre behov for økt rekruttering til restaurant- og matfag lokalt og regionalt
- ✚ Kartlegge og formidle erfaringer fra rekrutteringstiltak til RM som har fungert, og også tiltak som ikke har hatt stor effekt. Resultatet blir en helhetlig strategi og verktøykasse for rekruttering
- ✚ Jobbe sammen med de ti skolene som har restaurant- og matfag for å utvikle egnede tiltak for rekruttering
- ✚ Se på mulighet for fleksibelt studieløp for elever som ikke går på en skole med restaurant- og matfag, men som likevel ønsker å ta utdanninga. Prosjektet har definert tre pilotområder der det er mange jobber knyttet til bransjen, men ikke utdanningstilbud gjennom videregående skole: Grong/Lierne, Røros og Oppdal.

Flere andre prosjekt som Ojmat har regi på har rekruttering som hovedmål. Kulinarisk Arena Lofoten må lære av Ojmat i utviklingen av rekrutteringstiltak i vår region.

Foodbiz

Et europeisk prosjekt som er interessant er [Foodbiz](#). Prosjektet er støttet av Erasmus og EU, som har politiske og kunnskaps-organisasjoner fra Sverige, Polen, Italia og Kroatia som medlemmer. Målet med prosjektet er å øke kompetanse til matfag i lokalsamfunn, slik at fagpersoner kan rekrutteres til å jobbe i det lokale matmarkedet etter endt utdanning.

Gastronomiske sentre

Med gastronomiske sentre menes kompetansemiljøer som jobber for å utvikle gastronomien i en region.

Østersund kommune, Eldrimner, og landbruksskolen i Østersund kommune har etablert et samarbeid i Østersund.

[The Basque Culinary Centre](#) ble åpnet i Bilbao i 2011 og ledes av et styre på 7 kokker. Arbeidsområdene er forskning, utdanning, trening, selskap m.m. Målet er å være et internasjonalt referansepunkt for kokker. Dette minner kanskje mest om aktiviteten til Gastronomisk Institutt i Stavanger.

I Stavanger ble Måltidets hus påbegynt i 2007 og utviklet som begrep i 2017. Her var blant annet Tines forskningsavdeling, Nofima-forskere, samt Gastronomisk Institutt lokalisert. Huset inneholdt i tillegg sensoriske rom, forsøksrom og kontorer. Den største kokkekompetansen i Norge er samlet i [Kulinarisk Akademi](#) i Mathallen i Oslo.

Slow food ble etablert i Bra i Italia i 1986 og ble utvidet i 1989 med representanter fra 15 land. Foruten 100.000 medlemmer har Slow Food etablert seg med Terra Madre-nettverk, Urbefolkningsnettverk, Slow food for barn og unge og et [Universitet for Slow food forskning](#).

7. Innspill fra aktørene

Førsteårselevene på Restaurant og Matfag

Den 15. mars 2019 hadde prosjektet en to timers samtale med cirka 12 elever på Restaurant- og matfag der prosjektet ble presentert og der elevene jobbet med skriftlige og muntlige innspill på fem spørsmål. Disse er oppsummert under.

1. Hvordan ser ditt drømmearbeidssted ut?

Her kommer hele spennet i fagets yrkesmuligheter frem: fra bakeri og sjarmerende restaurant til storkjøkken.

2. Hvordan rekruttere flere til faget?

Mer spennende kurs i grunnskole og videregående skole, spre ordet og mer informasjon og avisdekning. Et tiltak der elever serverer 9.klasse blir foreslått, i tillegg til bedre lønn og flere jobb- og lærlingetilbud.

3. Hva kan skolen gjøre for å bli bedre?

Programmet kan deles i 50 prosent skole / 50 prosent praksis. Den kan tilby flere reiser og restaurantbesøk. Faget kan knyttes bedre til naturbruk. Lage mat utenom det vanlige.

4. Hvordan bør et kulinarisk senter se ut og hva bør det tilby?

Matservering og profesjonelle kurs til et mangfold klientell i et flott lokale. Kreativ og ny lokalmat.

5. Hva slags matkultur tilbyr Lofoten om 20 år?

Fisk, men og litt (varierte) kjøtt; Spesielle spisesteder der kokkene vises bedre frem; Gjestene burde oppleve ekte råvarer/naturlige produkter; Få bedre og flere spisesteder med ordentlig god mat som ikke blir for dyrt.

Utdanningsforum

Den 11. april ble prosjektet presentert og diskutert i Vest-Lofoten Utdanningsforum, som består av ordførere og utdanningsaktører i Vest-Lofoten. Følgende konklusjoner fra diskusjonen er sentrale:

Der finnes et potensial i å kunne samarbeide om en lærling. Men der må være en koordinator, slik at det ikke blir så stort ansvar. Koordinator er også et behov for den videregående skolen, av aktiviteter rettet mot ungdommene i grunnskolen.

Tidlig innsats for å påvirke barn/unge er veldig viktig for rekrutteringens del.

En kulinarisk arena bør ha høye ambisjoner, ungdommene bør ha noen helter, og det bør være internasjonale bånd

Kulinarisk arena må kunne rekruttere fra hele Lofoten. I Moskenes må en kunne gjøre en jobb lokalt. Samtidig må restaurantverdenen i Svolvær utnyttes.

Intervjuer

Sytten aktører ble intervjuet over bordet eller telefon, fra en halvtime til halvannen time. Disse aktørene representerer matprodusenter, landbruksfora; restauranter; kokker, reiselivsorganisasjoner; opplæringskontor, fagforening, næringsforeninger.

Her oppsummerer vi de viktigste funnene fra disse intervjuene, innenfor de undertema som ble tatt opp.

Lærlingeløp og rekruttering

- + Bedriftene trenger å bevisstgjøres om hvordan de jobber med lærlinger og hva de kan gjøre for å bidra til rekruttering til faget
- + Det er noen steder for store forventninger til lærlinger
- + Ungdom ikke forberedt på turnus
- + NESO-modellen må kunne overføres til restaurant- og matfaget
- + En kulinarisk arena kunne gjerne ha ansvar for en lærlingering, der bedrifter deler en lærling
- + Noen trenger å smake på yrket. Derfor kan det være viktig å ta inn ufaglærte som deretter kan søke seg inn på skolen. Skoletrøtte kan bli ivrige kokker. Noen innvandrere ønsker ikke å gå på skole men rett i jobb

Skoler og barnehager

- + Det er viktig å gi barna veldig tidlig smak av faget (tidlig-tidlig innsats)
- + Det er bekymring for at ungene ikke har utviklet smaksløker
- + Et Newtonrom kan være en måte unger kan bli faglig nysgjerrig på
- + Lærere i videregående skole kan holde kurs i grunnskolen som går over tid

Faglig utvikling innen restaurant- og matfag

- + Det er viktig at skolen underviser i nye metoder slik som fermentering
- + Av og til kan restaurant- og matfag hyre inn gjesteforelesere, samt næringslivsaktører som kan fortelle om hva de gjør og tilbyr
- + Invitere mer aktørene for å fortelle hva de gjør og tilbyr?
- + Skolen må vise spennet av muligheter som finnes for yrkesutøvelsen
- + Med det nye skolebygget har en muligheter til å tenke nytt, for eksempel med at elevene kan lære faget på tvers – «skolen kan bruke de fargene den har»
- + Montessori-metoder kan være inspirerende for dette faget
- + Fagskole i lokalmat og fagskolebrev i reiseliv/kokk/servitør kunne vært opprettet i regionen
- + Valgfag eller lignende i næring og utvikling (gründere) vil være nyttig for elevene

Kommunenes rolle

- + Stedsutvikling
- + Boligutvikling

Matprodusentene

- ✚ Det er et generasjonsskifte der de eldre bøndene velger samvirket mens de yngre opererer mer autonomt og selvstendig når de velger driftsform.
- ✚ Flere bør påvirkes til å drive nisjeproduksjon, selv om mange har det bra nok med kjernevirksomheten sin etter tradisjonell driftsform
- ✚ Matprodusentene selger og markedsfører ikke direkte til kjøkkenene, og da vet ikke restaurantene ikke nødvendigvis om lokale produkter
- ✚ Lofoten kan være selvforsynt
- ✚ Det er mange kurs som holdes. Bøndene har ikke nødvendigvis tid til å delta på alle, samtidig som noen kurs kan samordnes slik at flere får glede av dem (fx. pølselaging).

Samarbeid kjøkken - matprodusenter

- ✚ Lokalprodusentene har god kontakt med hverandre
- ✚ Kokker kan be matprodusenter om å dyrke spesielle grønnsaker eller prøve ut ting som restauranter ønsker å bruke. Samtidig er grønnsaksavlingene uforutsigbare
- ✚ Det er behov for mer samarbeid. Kulinarisk arena bør bli et samlingspunkt for kjøkken og matprodusenter
- ✚ Nye distribusjonsløsninger må utforskes (f.eks. kunne bussruten brukes, samarbeid med Tine mv)
- ✚ Kulinarisk senter kunne stå for oversikt over råvarer, design, markedsføring
- ✚ Senteret kunne tilby kurs i bruk av lokale råvarer, å la «hva kan denne osten brukes til»?
- ✚ Senteret kunne tilby kurs/foredrag om et produkt, å la «hva er dets beste potensial»?
- ✚ Regionens kokker kan lære bort tørrfisk, skrei osv. til kokker og andre utenfor Lofoten
- ✚ Lofotprodukt ønsker samarbeid om økt sjømatkonsum

Arbeidsbetingelser

- ✚ «Kulinariske opplevelser gis best av dem som har det bra»
- ✚ Næringen bør strammes opp
- ✚ Arbeidsbetingelser (og klare betingelser) er grunnleggende for rekruttering

Innbyggere

- ✚ Restauranttilbud bør markedsføres mer mot innbyggerne
- ✚ Innbyggerne vil ikke bruke penger på mat, sunn mat
- ✚ Kokkene savner kokkefaglig miljø og noen å ta et glass med
- ✚ Noen arbeidsgivere advarer mot de små forholdene
- ✚ De beste kokkene vil til større steder

Reiseliv

- ✚ Turistinformasjonen bør bidra til at reiselivet framsnakker hverandre, og til at aktørene blir kjent og kan samarbeide
- ✚ Det er generelt vanskelig å bemanne innen reiselivet
- ✚ Lokal ungdom er vanskelig arbeidskraft i reiselivet
- ✚ Det tar to måneder å lære opp servitører. Servitør er *et yrke*
- ✚ Det er en livsstil å jobbe i bransjen
- ✚ Kulinarisk arena bør være «et trygt sted» å hente folk fra

Erfaringer fra Røros-regionen

«Det som ikke utvikles, avvikles».

Skottgården gjestegård

Vertskapet var med på et forprosjekt i desember 2018, hvor de undersøkte om andre aktører *ville* samarbeide. De fikk med seg bare Rørosaktører, selv om Destinasjonsselskapet dekker flere kommunen. Skottgårdens vert Jorid mener det er helt nødvendig å samarbeide. Hvis en turist kritiserer en annen aktørers tilbud/service kan man ta en telefon å fortelle det.

Rørosmat formidler nå mye til lokalbefolkningen. Det er veldig viktig for å skape stolthet.

For å bruke lokalmat i serveringen: Det er veldig viktig at Rørosmeieriet ringer for å ta i mot bestillinger ukentlig. Standardbestillinger på nett hos store aktører er noe helt annet.

Destination Røros

Røros kommune er lite involvert i destinasjonsselskapet. Bærekraft er nødvendig for Unesco og verdensarvstatusen.

Det unike destinasjonsselskapet ønsker å fremheve er *mangfoldet*, slik som i de fire årstider. Særlig er høst og vår vanskelige sesonger, men de har to ting som ikke er sesongsbasert: lokalmat og verdensarv. Det er også mange som ønsker å reise på årstider hvor det ikke er så mange andre besøkende. De arrangerer gjerne presseturer da. Presse er viktig for å dokumentere hva som finnes av tilbud. Men det tar gjerne minimum et år før slike pressedekninger gir resultat i besøkende.

Næringsshagen Røros

Verdensarvkoordinator, næringssjef og planlegger i kommunen er med i arbeidsgruppa for sertifisering av bærekraftig reiseliv.

Rørosmartnan og julemarkedet

Handelsmannen er en utdøende rase. Det er nødvendig med en opplevelse i tillegg. På Røros har de hatt uthusprosjektet, som peker mot lasskjøring, og forbøndene, som var grunnleggende for martnan. Forankring i generasjoner er viktig for å holde på tradisjonen med ferdagårder i byen. Blant kuskene rekrutteres i dag også unge jenter, ikke bare gutter. Men de læres opp av de gamle menn. I dag har de også funnet frem til gamle ferdaveier.

Rørosmeieriet

Da Tine la ned drift på Røros måtte meieriet bli så unikt at de ikke kunne legges ned. I dag har de 36 ansatte samt sommervikarer. Visjonen er «I takt med naturen», og *Sanse- føle- forstå*, der meieriet bruker gamle oppskriftene. Deres største utfordring er kunnskapen om naturbruk. De ønsker å stimulere lokalbefolkningen, som er deres mest kritiske masse.

Rørosmat

Bonden som vil selge sine egne produkter og ikke fra kollektivene har gått fra å være skurk til helt.

Lokalmat 2.0; 1980: kjededannelse, 1990: gårdsmat blir et begrep.

Fjellandbruksprosjektet 2012-15: Hedmark, Oppland, Buskerud: handlet om osteproduksjon og om å få opp antall lokalmatprodusenter. Men det var en diffus bestilling overfor medlemmene. Det manglet også en tydelig forventningsavklaring og oppgaver.

Best lokalt - bedriftsnettverk: Rørosmat skal være et faglig sterkt bedriftsnettverk og stimulere til lokalmatproduksjon.

Etter oppstarten av samarbeidet innunder Rørosmat i 1990 har antall årsverk og omsetning økt. (2018: lokalmatsalget har stagnert litt). Status i løpet av denne tiden er at forbrukerne har blitt bevisste og kravstore.

Det er også en ny befolkning en skal tenke på. Med endrede hushold/familiestørrelse, større andel eldre, og en større andel med flerkulturell bakgrunn. Næringstett mat er for eksempel viktig for eldre.

I dag er det snakk om økt foredlingsgrad - lokale råvarer i ny drakt (man må ikke tenke tradisjonskost slik som 'surpølse')

For Rørosmat er det viktig å delta på nasjonale arrangement. Huset er også en arena.

Røros bryggerier

Bryggeriet byttet design nettopp fra stedsspesifikt til nøytralt.

Rørosmuseet

Røros er på listen over Unesco verdensarv. Tydalen ville ikke være med i Verdensarvprosjektet (i 2010) pga. vernefrykt. Cirkumferensen var større, og gikk også inn i Sverige. Museet har et opplegg for hvert skoletrinn på ti skoler i cirkumferensen.

Møte med Røros Næringshage om utvikling av fagskolen

Fagskoletilbudet er en kopling mellom lokalt reiseliv og lokalmat for å øke rekrutteringen. Tilbudet er fullfinansiert ut 2020. Skolen hadde åtte søkere, men fire falt av. Manglende godkjenning fra NOKUT gjorde at oppstarten ble utsatt til oktober, og da var det elever som søkte andre fag. Det blir nytt kull høsten 2019. Av de fire som begynte på fagskolen er to fra Galavolden gård (neste generasjons drivere), en kokk som vil starte for seg selv, og en som nettopp hadde tatt Restaurant og matfag. Studiet er gratis for studentene foruten betaling for kost/losji under samlinger.

Fagskolen er eid av Trondheim fagskole. En arbeidsgruppe arbeidet med fagplanen i 2015-16, og det ble mange runder med NOKUT. Fagplanen ble godkjent i 2018. Realkompetanse holder for å komme inn, selv om de vel ikke er helt fornøyd med det. Å kommunisere programmet er vanskelig. Koordinatoren sitter på Røros, men ellers er alt i Trondheim.

Målgruppa av søkere er f.eks. sykepleieren som er gift med odelskaren, som kan omskolere seg til å være med på å utvikle gården.

Fagskolen Trondheim er vant til at bedriftsbehov styrer fagtilbudet, men det er ikke enkelt på Røros. De vil utnytte mulighetene i Rørosmat, men de har også mål om ekstern rekruttering.

Kurset tilbyr merkantil, råvare/matteknikk (fra NTNU), noe om Rørosmat, historie...

Tre prosjektdeler: Rørosmat; Rørosressurs og Destination Røros.

Geografisk ramme på 2 kommuner, som de er eid av. Vanskelig mht. mobilitet her og.

Hordalands tilbud retter seg mer mot reiseliv. På Røros retter man seg mot å rekruttere bønder, å styrke primærleddet.

Det hadde vært enklere om restaurant- og matfag fortsatt var på Røros (nå er det på Tynset). Da hadde Røros vært kompetanse-nav, og konkurransedyktig.

Strinda Videregående skole ved avdelingsleder Restaurant- og matfag

Trondheim mangler 40-50 lærlinger. Lederen mener at rekrutteringstiltakene har bidratt med 40 prosent av rekrutteringen til faget. Uten dem hadde de lagt ned.

Programmet har tre viktige veier:

AMO-kurs for de som er 25 år + - de har praksis fire dager i uka, med en teoridag. Et års kurs, men som gir 18 måneders uttelling. Elevene skal ha gjort ferdig fellesfagene før de tar kurset, men det har ikke alle. Alle som vil får likevel læreplass. Det er noen utfordringer med språk og økonomi. Det er et problem at NAV lokalt ikke alltid støtter læreperioden.

EVU-kurs Praktisk kurs, med fokus på norskopplæring. Fredager med kantinearbeid på skolen. To dagers opplæring, ellers er elevene i kommunene.

Den 3. vei: elever i fare for å avbryte opplæringa. Lærekandidater. Tett oppfølging.

De har seks moduler som elevene må gjennom to ganger. Pluss to perioder med fordypning. Modulene er kjøtt, fisk, baker/konditor, industriell produksjon el.l. Ordningen innebærer at de beste lærerne underviser 'sin' modul. På kjøtt er det for eksempel fagansvarlig fra Nortura som kommer. Bransjen(e) er mye inne i opplegget. Det betyr at bedriftene kan finsikte mot elevene, og elevene på sin side blir tryggere på utplassering når de har møtt de ansvarlige. 2/3 velger kokk, 1/3 matfag.

Strinda har generelt tett samarbeid med bedriftene og opplæringskontor, som har tett oppfølging. Det er en gulrot å komme seg ut på mobilitetsprogram.

Elevene gjør et besøk på Skjetlein VGS på Klett som har økologisk storfeproduksjon. Skolen skal også ha politisk påtrykk. På skolekantina skal de servere 20-30 prosent økologisk, uten å få mer penger for det. Det er mer tidkrevende å bestille økologisk enn fra Nortura. Ti skoler i Trøndelag har Restaurant og matfag.

Rekrutteringstiltak ved Strinda restaurant- og matfag

Vi dekker til fest

Tiltaket er gjennomført i ti år nå, og er et tilbud til 25 skoler i Trondheim om et seks timer praktisk matlagingsopplegg med 9. trinn på ungdomsskolen, som er «sulteforet» på praktisk arbeid. Suksessfaktoren er at de har med seg fem elever på vg1 eller vg2 nivå, hvor videregående-elevene er lærere til ungdomsskoleelevene. Elevene er gode rollemodeller som læres opp på forhånd, videregående-elevene er 2-3 år eldre og kan kommunisere på ungdommens vis i forhold til erfaring og utdanningsvalg. RM-lærere har med råvarene og utstyret. Tiltaket subsidieres, det er veldig viktig med langsiktig investering. Fylkeskommunen er inne med midler.

Restaurant og matfags personell er mye ute på skolene, det er bedre enn å invitere elever i grunnskolen inn til dem. Det er også viktig for omdømmet. Rektor og lærere investerer i dette. De er også åpne for hospitering hele året. Ved å gå inn i 9. klasse er de mindre avhengig av å tenke på opptaksfrist 1.mars.

Opinion evaluerte dette tiltaket i 2018, og konkluderer med at det er et godt rekrutteringstiltak, men at det preges av store variasjoner og lokale tilpasninger. Oppfatningen er at tiltaket preges av økonomi, praktiske forhold og relasjon til ungdomsskolen mer enn hva som er strategisk hensiktsmessig for å vekke engasjement og interesse for faget både blant elever og lærere. *Vi dekker til fest* passer best på mindre og mer motiverte elevgrupper gir bedre resultat.

Noen lager festen på ungdomsskolen, andre på videregående skole. Fordelen med å holde det på videregående skole er at det gir elevene innblikk i skolehverdagen på Restaurant- og matfag og er mer praktisk for videregåendeorganisatorene. Gjennomføring på ungdomsskole gir mulighet for å skape gode relasjoner og nettverk med lærere og rådgivere i tillegg til å skape blest blant en større elevmasse. Flere mener «Vi dekker til fest» kan være en god døråpner for å få gjennomslag for andre tiltak rettet mot ungdomsskolen dersom de gjennomføres riktig.

Mat og matglede fremheves ulikt blant de skolene/opplæringskontorene som gjennomfører tiltaket. Noen steder er det mer fokus på mestring fremfor å lage «gourmetmat». For å gi inspirasjon og skape matinteresse, samt vise profesjonalitet og fagkunnskap, mener Opinion at det må tas i bruk spennende ingredienser, som gjerne krever maskiner/teknikker for å produseres. Maten burde også presenteres på en måte som er annerledes og skiller seg fra «hverdagsmat». For å oppnå mest engasjement fungerer det best om unge snakker med unge. Bruk av læringer framstår som en underutnyttet ressurs.

Ung Restaurant

Seks tiendeklassinger på seks restauranter konkurrerer. De bruker lokalmat og skal dekke bord. Rundt 300, lærere, politikere, sponsorer og foreldre samles på Royal garden. Politikernes rolle er å holde takk for maten-tale, der de tar ansvar for å snakke om faget med tanke på rekruttering. De presenterer restaurant- og matfag på premieutdelingen.

Profesjonelle kokker/ Popup restauranter på skolen

Tiendeklassinger får invitere to venner hver til et måltid de lager selv. Målet er å vise fram og øke status til faget. De må ha det litt i seg som kokk.

Undersøkelsene deres viser at rekrutteringstiltakene har vært viktig blant ungdommen som valgte restaurant- og matfag. Lederens råd er at når man velger rekrutteringstiltak bør man velge ett som fungerer bra, og begynne der.

Ung matglede, et prosjekt støttet av fylket

Prosjektet får to millioner kroner over to år. Prosjektet kom i gang under VM i fjor, det var leder for restaurant- og matfag Strinda som var primus motor. Strinda er ledende på rekrutteringstiltak, så hva de kan lære er kanskje usikkert. Men de andre skolene og kommunene kan lære og utvikle egne tiltak.

Fokus på samarbeid, og å få med næringsliv og kommune. Viktig å få en Vi -holdning. Lederen sier at det er det samme hvilke metoder en bruker så lenge de er lokalt tilpasset.

Suksesskriterier ifølge leder for restaurant og matfag på Strinda videregående skole:

- Tenke helhetlig og strategisk
- Må være en stayer
- Bygge sten på sten
- Må ha rektor med (arbeidsavtaler)
- *Avhengig av ildsjelene, dessverre... men det er opp til flere å engasjere seg*

OJmat

OJmat jobber mye med omdømme og for å få folk til å bli stående i faget. Hotelldirektører og rektorer med kokkefaglig bakgrunn er veldig viktig for fagets utvikling.

I prosjektet har de kontakt med alle de ti skolene i Trøndelag som har restaurant- og matfag og deres rektorer. Diskusjon om hvordan de jobber med programmet. Gjennom tiltakene som er gjort diskuterer de hva en kan gjøre bedre og mer av (evaluering).

De fleste skolene har gjort tiltak, men ikke alle valg er heldige, for eksempel økonomisk sett. Rapporten til Opinion hjelper i vurderingen.

Prosjektet jobber mot 13 områder, de kommunene som har restaurant og matfag, og tre kommunen som trenger kompetansen. Røros, Oppdal og Lierne har ikke restaurant- og matfag, men de trenger fagfolk. Det jobbes med hvordan de kan rekruttere elever og lage et fleksibelt opplegg, f.eks. med yrkesfaglige helgesamlinger på Strinda og basisfag på andre skoler. Erfaringen er jo at de unge ikke er så villige til å flytte på seg.

Noen vil jo også rett ut i læra. Det er derfor viktig å passe på at fleksible ordninger finnes. Det skal også være teknisk mulig å velge restaurant- og matfag på for eksempel Røros.

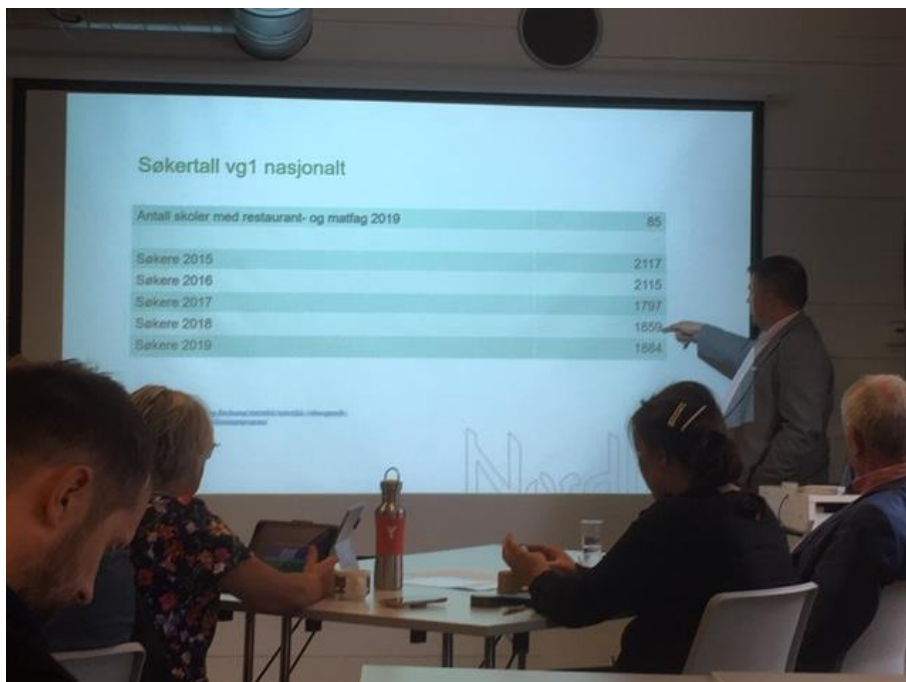
De lager promoteringsmateriale for skolene, der de jobber med opplæringskontor. [*Skaff deg en fremtid*](#) (nettside).

Prosjektet retter seg mot potensielle elever, men også foreldre, lærere, venner. Det er viktig å gjøre et helhetlig arbeid, og å rette oppmerksomhet mot kommuner som ikke har restaurant- og matfag, rådgiverapparatet på ungdomsskole, og skoleeier. Bevisstgjøring er viktig for hele regionen. Administrasjonen i kommunen skal vite hva som skjer.

OJmat påpeker at vi må jobbe med matkulturen i Norge. Det finnes som et godt eksempel barnehager med egen kokk, der mange mål fra læreplan er lagt inn i måltidet som sosial arena.

Det er i følge OJmat best å begynne rekruttering på ungdomsskolen, i 9./ 10.klasse. Ungdommene blir tidlig inspirert.

Workshop 17.juni på Ballstad



Prosjektmedarbeider og rektor ved Vest-Lofoten videregående skole Kim Unstad presenterer utviklinga i søkertall til restaurant- og matfag.

På workshopen stilte vi noen spørsmål til deltakerne. Her oppsummerer vi innspillene.

1. Lofoten kan styrkes ytterligere som matregion/destinasjon. Hvordan bør aktører og aktiviteter koordineres for å styrke rekrutteringen?

Å tenke Lofoten blir for snevert. En kulinarisk arena i Lofoten kan gagne i større utstrekning, og vi kan her ta med oss Innovasjonsstrategi for Nordland.

Vi får også innspill om å bruke begrepet "Kulinarisk arena", og være et pilotprosjekt for Nordre Nordland med kjerne Leknes, Melbu og Narvik. Prosjektet kan bestå av videregående skole, fagskole, næringsliv og forskningsinstitusjoner.

Deltakerne mener også at koordinering er viktig. Kokkene som kommer hit må få lokalkunnskap. Vi kunne vurdere å holde kokke-kick-off på våren, når de nye kokkene og servitørene kommer? De må bli kjent med kulturen.

Vi kan også tilby 10.-klassinger å få bruke de siste dagene før ferien til kurs i å lage hybelmat.

Vi bør også inkludere oppvekstetaten for å kunne jobbe mer systematisk mot barnehage og grunnskole.

1. For å skape tidlig interesse for matkultur, hva bør være senterets hovedfokus og hovedtiltak?

Fjern barnemenyer, selg halv porsjon av voksenmat. Hvordan dyrke fram de kokkene som liker å stå på "scenen" inne i restauranten? Dra i dem!

Griseknoen barnehage som selger potet på matfestivalen er et godt grep.

I videregående skolealder er sosiale medier viktig. Bruk kjendiser, vær hot og frempå.

Barnehage og barneskole er viktig. Det er også forskning, og miljøet i Stavanger må kanskje på banen.

Kortsiktig sett når det gjelder økt rekruttering er 7.-10.klasse målgruppa. De som er lærere i mat- og helsefaget må bli bedre rustet. Bruke kjendiskokker og videregående elever/lærere.

Vi kunne også prøve å få til et nytt valgfag i mat. Plukk ut de som vi ser er interesserte og gi dem det lille dyttet.

Langsiktig sett når det gjelder økt rekruttering må vi tenke barnehage og grunnskole. Fokus på formidling, folkehelse og lokal mat. Skap kultur tidlig.

3. Lokale mattradisjoner og råvaretilgang ligger i bunnen for matopplevelsen uansett hvor du er i verden. Bør/ Skal kulinarisk senter i Lofoten ha rollen med å dokumentere kulinarisk historie og tradisjon? Hvis ja, hva slags kunnskaps-delning og spredning vil være viktigst?

Vi kan se til studiet i Mosjøen (fagskole). Fra jord og fjord til bord. Vi kan forankre dette gjennom digitale kanaler. Vi trenger ikke finne opp kruttet på nytt.

Dokumentasjon av kul historie og tradisjon bør ikke være en hovedfunksjon for en kulinarisk arena. Kursing innenfor grunnleggende kunnskaper kan være viktig, spesielt når det gjelder arbeidstakere fra andre land.

Kulinarisk arena kan være et nav, der de ulike tema og sektorer går inn mot navet. Vi må tilpasse utdanninga til restaurantenes behov.

4. Bør vi se på flere måter opplæringen i restaurant- og matfag kan utøves på? For eksempel mentorordninger, lærlingordninger, utplassering, samling til teoribolker

Fagbrev på jobb/modulbasert opplæring. Vi bør få en dedikert person til å jobbe med Erasmus+ for lærlinger. Samarbeide (spleise) om en person som er god på dette.

I tillegg til det kursiverte: Større grad av utveksling mellom lokale, nasjonale og internasjonale bedrifter for lærlingene. Muligheter for hospitering og utvikling av systemer for at dette skal være enkelt/sømløst.

5. Om ti år fungerer Kulinarisk 'senter' som tenkt, og det er jævnt å utdanne seg til å bli og å være kokk. Hva er *suksessfaktorene*? Hvordan oppleves senteret blant hhv. unge, næringsliv, innbyggerne, kokkenæringa, reiselivet? *Ta gjerne utgangspunkt i ambisjonsnivå, form, innhold, oppgaver.*

Langsiktig finansiering er en suksessfaktor. Det trengs en god daglig leder som kan skape nettverk.

Nettverk tre regioner. Lokale styrker. Samisk i Ofoten, Vesterålen har styrke på landbruk og Lofoten på Skrei.

6. Hvordan er senteret organisert (finansiering, drift, ressurser, uformelle og formelle samarbeidsformer osv.)

Det nye skolebygget brukes til å lage mat og skape ekstra innhold. Utviklingskjøkken og testkjøkken er etterlyst av næringa, dette bør det nye skolebygget romme. Vi må passe på at dette ikke blir en ren skolesak, men en fin blanding av næring og skole. Det skal hovedprosjektet jobbe med.

7. Hva skal 'senteret' hete?

Lofoten kulinariske avdeling. Husk også servitørfaget. Andre kan komme hit og møte oss her. Ikke kalle oss Nordland, alle vet hva/hvor Lofoten er. Fallgrube: Bli for smal. Nord-Norsk kjøkkenakademi. Kulinarisk Arena Nord (Undertekst Ofoten - Vesterålen - Lofoten) **Of LoVe...**

Det er dumt å henge dette på kulinaria/gastronomi, finne noe mer jordnært. Behov for kompetansen i hele Nord-Norge. Skreiprosjektet i Kabelvåg kan være greit å koble seg på. SKREI skal ha en matkomponent. Stat og fylkeskommune vil bort fra småprosjektene.



Kulinarisk avslutning av seminaret på Berglund Studio.

8. Konklusjon: Lofoten Kulinarisk Arena *Of LoVe*

The European Regions of Gastronomy Platform and Award, som fokuserer på tema "Food and gastronomy as innovation drivers for more resilient regions", var utgangspunkt for en [EU-workshop](#) i 2017 som er relevant for prosjektet i Lofoten. Deres utgangspunkt var fokus på regional utvikling, bærekraft, og innovasjon bygd på tradisjon, ikke ulikt de foreslåtte komponentene i en kulinarisk arena for Lofoten. Konklusjonene var:

- ✚ Utviklingsmuligheter oppstår når det finnes tverrsektoriell dialog
- ✚ Å bygge en bred og sterk aktørgruppe som inkluderer folk fra landbruk, utdanning og opplevelsessektoren vil bidra til regional innovasjonsevne
- ✚ Samskaping - offentlig, privat, frivillig og akademisk samarbeid – gir langsiktig forankring
- ✚ Regioner må kjempe for miljømessig, sosial, kulturell og økonomisk ansvarlig matproduksjon og forbruksmønstre
- ✚ Regioner som prioriterer forvaltning og arbeid med bærekraftige matsystemer får flere muligheter
- ✚ Tradisjon er en kilde til innovasjon, men først må man skape stolthet om mattradisjonene i lokalsamfunnene
- ✚ Å dele kunnskap, redskaper og ideer og å ha kontinuerlig dialog er et positivt steg for å trygge sterk og positiv samhørighet i europeiske regioner.

LofotenMat er en aktør som i et tiår har jobbet systematisk med å fremme samarbeid, nyskaping og lokal stolthet for Lofoten som matregion. Dette prosjektet bygger på LofotenMats nettverk og arbeid, og har på det grunnlaget aktivert aktører med nye problemstillinger. Den største utfordringen for å konsolidere et nettverk for et kulinarisk senter er at bedriftene i hovedsak er små med få menneskelige og økonomiske ressurser. Dermed blir det desto viktigere med ekstern støtte til tilrettelegging for samskaping mellom offentlige institusjoner, sivilsamfunnet og bedriftene.

Prosjektgruppa har kunnet bygge på en bred aktørgruppe fra landbruk, kommuner, utdanninga og opplevelsessektoren, som et sterkt grunnlag for samskaping i et utviklingsprosjekt, der kulinarisk arena svarer på behov definert i dette forprosjektet.

Sentrale funn i forprosjektet

- ✚ *En kulinarisk arena med en administrativ, faglig ressursperson*

Det finnes mange og sterke nettverk i og mellom sentrale sektorer som matprodusenter, restaurant og kjøkken, opplevelsesindustri for øvrig, og offentlige myndigheter. Å jobbe

systematisk med rekruttering til faget og yrket krever imidlertid ressurser til å koordinere de mange tiltakene som bør samvirke for å styrke en kulinarisk regional utvikling. Her er en kulinarisk arena med en fagressurs til å koordinere – en plattform og nøkkel til samordning og samhandling innen og mellom sektorer og bransjer, og for koordinering av tjenester, tilbud og aktiviteter.

Forankring er en nøkkel, ikke mindre så i hovedprosjekt

I forprosjektet har vi søkt å gå bredt ut for så å snevre inn et nettverk av personer og institusjoner som kan ankre en kulinarisk arena for Lofoten. Det er gjennomgående interesse, entusiasme og energi til å løfte Lofoten som kulinarisk region, men som gjenkjennelig er, er det lite tid og overskudd til å gå aktivt og helhjertet inn i nye prosjekter med komplekse problemstillinger, når hverdagen krever ens tid og oppmerksomhet. Forprosjektet har fått uvurderlig hjelp av interessante og spennende personer som har gitt innspill til hva en Kulinarisk arena kan være. Et hovedprosjekt må finne ut hvordan en kulinarisk arena skal kunne favne helhetlig, og hvorvidt eller hvor langt det skal spisse seg mot enkelte aktører.

Vi må balansere mellom tradisjon og innovasjon

En kulinarisk arena må kunne spille på våre naturressurser, men Lofoten som kulinarisk opplevelseregion trenger ikke være fast i det historiske og tradisjonelle matfatet. Den kan også gi nye opplevelser basert på råvaren: fisken, sauene, grønnsakene, og alt annet som trivs og vokser i nord. Kokker fra andre matkulturer kan bidra i nyskaping i regionen basert på våre naturlige og kulturelle ressurser. Et større nordisk/nord-atlantisk samarbeid kan også bidra til å utforske denne muligheten.

Organisering og ambisjonsnivå må kanskje være både traust og dristig

I forprosjektet har vi fått mange spennende og gode ideer til måter å etablere Kulinarisk arena på som er fristende. Men gitt at det overordnede målet er rekruttering, som krever stor innsats fra de offentlige myndighetene, må det også edruelighet til om hva som kan gjøres. Det krever tid og pengeressurser å koordinere aktører til å trekke i samme retning og samordne lærlingeordninger, samarbeide om lønnsomme avtaler om bruk av lokalmat på serveringssteder og samarbeid derom, og lokaler som kan være mer symbolbygg for en kulinarisk arena i Lofoten.

Referansegruppa i prosjektet har kommet med følgende overordnede innspill:

- Det er ikke bare innen restaurant- og matfag vi trenger å øke rekrutteringen: Lofoten som ellers rekrutterer også dårlig til reiseliv og til landbruk
- Et samarbeid mellom Vest-Lofoten videregående skole, Aust-Lofoten og reiselivsfagskolen er gunstig
- Vi må øke attraktiviteten og dermed bedre arbeidsbetingelsene i yrket gjennom en kulinarisk arena
- Økte ressurser og flere skoletimer i Mat og helse i grunnskolen er en viktig betingelse for interesse for matkultur og faget
- Kunnskapsheving er etterspurt og viktig for kulinarisk arena, som må samle og treffe et bredt spekter av aktører

Veien videre

En rød tråd gjennom prosjektet og workshopen var enigheten om at en kulinarisk arena i Lofoten bør ha som hovedgeskjeft å *koordinere* aktiviteter og styrke *samarbeid* på tvers av sektorer, bransjer og regionen. I tillegg har vi fått en stor verktøykasse for hvordan vi kan jobbe med barnehager, grunnskolen, med lærlingordninger og kurstilbud til fagfolk og innbyggere med tema mat fra folkehelse til gastronomi.

Det er fordelaktig at et hovedprosjekt innebærer samarbeid i Nord-Norge, og med internasjonale partnere, fortrinnsvis i det nord-atlantiske kystområde. Målet vil være å dele erfaringer og løsninger knyttet til å styrke attraktive matregioner og rekruttering.

Eksperimentering med rekrutteringsmetoder og samarbeidsformer vil være fordelaktig, der vi i Lofoten kan initiere Kulinarisk arena og prøve ut driftsformer i løpet av hovedprosjektet. Samarbeidspartnere kan komplementere ved å prøve ut andre metoder.

Det nye bygget til Vest-Lofoten videregående skole på Leknes med gode fasiliteter kan tas i bruk for å promotere opplæring i restaurant- og matfag uavhengig av et hovedprosjektet, for å benytte momentum som åpningen av bygget gir til å manifestere skolens rolle i lokalsamfunnet. Et Newtonrom er en metode vi ønsker å prøve ut i et pilotprosjekt, for å inspirere til tidlig matinteresse blant barn og unge. Kurs til elever som skal bo på hybel og lignende tiltak foreslått i dette forprosjektet kan også vurderes innen et hovedprosjekt er igangsatt.

Kommunenes rolle være viktig i hovedprosjektet, siden rekruttering til restaurant- og matfag må innebære tidlig innsats.

Videre samarbeid med Vesterålen og Ofoten er fordelaktig, og kan bygge på det påbegynte samarbeidet med Narvik-miljøet i forprosjektet. En større satsing i nordlige Nordland med internasjonal utveksling vil i et hovedprosjekt kunne bidra til at kulinarisk arena Of LoVe bidrar til regional samhørighet og utvikling.

Referanser

Andersen, R.K. & S. Andresen 2016. Rekruttering, frafall og overgang til læreplass på restaurant- og matfag. Fafo-rapport 2016:09. Oslo: FAFO.