

Ny Nordisk Mat

What does the concept Ny Nordisk Mat mean to you?

"Ny Nordisk Mat" innebär för mig att de nordiska länderna gemensamt kommunicerar ut (internt och externt) ett modernt nordiskt matkoncept. "Modernt" i det avseendet att maten utvecklas och presenteras i enlighet med dagens trender, även om råvaran och många rätter i sig är gamla och etablerade eller rent av nästan bortglömda.

1. Skolmat enligt bättre normer 2. Trendmat för "innekockar" men med lokala råvaror.

A focus on food with an identity formed by the local nature and culture.

A food cultural framework emphasizing local products, seasonal variation and biodiversity in the preparation of food.

A high profile program with few practical results.

A motive to create a new awareness internationally and nationally. It's a part of the creative industry. A greater global focus and showing what we can do, how we work and quality of products. Usability.

A new and politic way of thinking food. Ecological sections and also welfare. Rural development is into the production food. Most importantly, nordic food is delicious and healthy. Food with a lot of benefits from society.

A new approach to food very close to Slow Food ideals, good, clean and fair, with a strong connotation of origin in the Nordic countries.

A renewed focus on foods and food culture with a strong connection to the Nordic raw materials, tradition and innovation.

A sustainable and innovative way to grow and use local products.

An attempt to rethink regionalty and the way we conceive our food system in the Nordic countries.

An innovation on traditional nordic ingredients.

Anvendelse af lokale nordiske råvarer i fødevarerfremstilling.

Användning av lokala råvaror på ett annorlunda vis.

Appreciating nordic ingredients in a modern context: new cooking techniques, international range of seasonings Rediscovering food traditions and culture perhaps glossed over by a previous generation.

At en skal bruke nordiske råvarer, gjerne på nye og spennende måter.

At noen prøver å samle og bevare den nordiske tradisjonelle matvaner og produksjon som i grunn er livsnæringen for alle. Især for primærprodusenter, foredling - og dagligvaren som har et sterk påvirkning av hva som konsumeres, hvert fall i Norge. Felles prosjekter gjøres, men hva er resultatet er heller like synlig. kanskje mer for den politiske krets og ikke folkets?

At vi langt større omfang tenker på vores lokale råvarer og traditionelle madtraditioner fra norden når vi spiser - ligesom sæson og kvalitet også bør have afgørende betydning for måden vi sammensætter vores kost på.



Att använda de råvaror som traditionellt har funnits i matlagningen i Norden och ta vara på de råvaror som går att odla här, även de som inte odlats av tradition. Närproducerat.

Att föra fram lokala råvaror på ett för konsumenten attraktivt sätt.

Att försöka se på det kök som vi har i Norden samt de råvaror vi har i Norden med nya ögon. Se det positiva som finns och ta till vara på det i livsmedelsindustrin, restaurangvärlden och matturism överlag. Livsmedel och mat är en av de viktigaste frågorna för alla människor.

Att lyfta det nordiska köket, mat och måltid.

Att lyfta fram vår egen matkultur och våra egna råvaror.

Att man fokuserar på kvalitet och lokal produktion samt ekologisk produktion. Värnar om naturen, använder saker som växer i den säsongen man befinner sig. Hållbart sätt att jobba med mat.

Att man har bestämt sig för vad man menar med begreppet NNM och kommunicerar ut det i världen. Ett gemensamt intresse för rena råvaror och rena smaker. Manifestet.

Att man lyfter och utvecklar och marknadsför mat med nordiska råvaror.

Att man vill profilera Nordisk mat som naturmat med ätliga blad rötter mm.

Att sprida nordiska mattraditioner o råvaror framförallt inom offentlig verksamhet.

Att stärka kockar och andra aktörers gemenskap kring produkterna och kulturen.

Att ta vara på nordiska, genuina råvaror. Mathantverkstradition, men också nyskapande och kreativitet. Annorlunda måltidsupplevelser där mat kombineras med andra kulturella inslag.

Att vi ska använda bra, lokala produkter i vår framställning av mat som ska göra oss kända som ett matområde i världsklass.

Att vår nordiska mat äntligen är på väg att få den uppmärksamhet den förtjänar.

Authentic, Nordic, produce, natural resources, traditional cooking methods, preserving food in a modern way.

Begreppet innebär för oss att man plockar upp gamla recept från vårt matkultur arv och lägger till sin egen glans. Blandar gammalt och nytt helt enkelt. Man berättar för kunden hur rätten har uppstått och vad den har för historia. Man använder närproducerade råvaror och förklarar hur fantastiskt det är och vilka fördelar det har på maten. På ett sådant sätt får kunden en upplevelse som dom minns och gärna berättar vidare ute i världen.

Best practices in combining traditional ingredients an preparation of food with modern trends and new innovation. Promotion of healthy and sustainable food-culture in the Nordic region.

Bra mat på restaurang av lokala råvaror.

Bra råvaror, bra för miljön (kortrest mat), en gemenskap kring sund mat, råvaror vi kan vara stolta över, nätverk, stöd i ens eget arbete, en bra "magkänsla" när man märker att många strävar åt samma håll.

Brandar skandinaviska köket både inåt och utåt. Beskriver konkret vad maten är, rent, enkelt och etiskt.



Brugen af lokalt producerede råvarer. Den lokale nordiske madkultur brug af råvarer fra den nordiske vilde natur At være stolt af vores egen kultur.

Cooperation between people who work with food in the Nordic countries. Collaboration. Share knowledge.

Den offentliga fortsättningen på statusen som den nya nordiska kökkenet har skapt.

Det betyder mycket! Men framförallt att ta vara på nordiska råvaror och odling för att sedan på olika, men bra sätt kunna förädla dem till både traditionella produkter och utveckla nya. Vidare viktigt att kunna starta / vidareutveckla företag som kan leva på detta. Vi behöver olika varianter - allt från småskaliga gårdsföretag till större industrier. Gärna i samverkan. Viktigt att sätta in nordisk mat i ett samhällsperspektiv och låta många få ta del. Även hälsoperspektivet är av vikt!

Det blir också sat fokus på sunnhet og bærekraftighet. Likedes bruk av urter, grönsaker og bær som etterhvert er blitt lite brukmen som finnes i den nordiske faunaen. Ny Nordisk Mat betyr mer fokus på nordiske råvarer, mangfold, smak og miljø.

Det finns en arbetsgrupp som arbetar med offentlig mat.

Det har jag inte funderat på.

Det innebär nåt som Harriet och Michael och en del andra är inblandade i och som troligen är till nytta även för mej.

Det nordiske er: At anvende lokale råvarer efter årstiden Det nye er: At det skal være sundt.

Det nya nordiska köket och dess värdegrund som är rent, friskt, enkelt och etiskt. Potential för nordisk matdiplomati globalt och i Norden. Mat som en del av kulturnäring. Matglädje bland barn och unga.

Det særegne ved den nordiske maten og fokus på dette; råvarer, smak, tilberedningsmetoder.

Det är att finna nya intressanta bruk för att utveckla den nordiska matkulturen.

Det är en satsning för att lyfta den nordiska maten, råvaror, förädling ut till restauranger, offentliga kök och utbildningar. I min värld har Ny Nordisk Mat inspirerat till " Sverige - det nya Matlandet".

Det är ett uttryck som skapades i samband med det nordiska matmanifestet som dikterades av Claus Meyer med assistenter och skrevs under av ett antal nordiska aktörer från näringslivet och gastronomisektorn. Matmanifestet kanaliseras som ett nordiskt begrepp. Den danska regeringen var snabba på att se potentialen i begreppet ur en ekonomisk synvinkel. Här skulle man kunna lansera en region via mat och med ökad turism och export av förädlade produkter. Det är dock mest Danmark som lyckats använda sig av begreppet då Svenskar (jag kan inte tala för andra nordiska länder) är rädda för att "inte gå sin egen väg - utan "danskarnas" " istället för att utnyttja tillfället och marknadsföra regionen som en Ny nordisk mat-region. Nu har den svenska regeringen vaknat till liv och lanserade för några år sedan ett " eget " begrepp "Matlandet Sverige" istället för att ta tillvara på det som redan fanns och utnyttja de nordiska fördelarna. Vad som är den nya nordiska maten är, en helt annan sak. Att man med ett begrepp kan sälja en trend är utmärkt. Vad som sedan ingår i begreppet kan vara brett. Nordiska produkter, råvaror, ren luft, få gifter i både mark och hav, unika spannmål och grönsaker. Friheten att gå ut i skog och mark för att plocka svamp och bär. Duktiga unga matkreatörer som ser på de nordiska råvarorna som en tillgång att innovera den nordiska maten som fram till för 8 år sedan var reellt okänd förutom smörgåsbord, smörrebröd, Ikeas köttbullar, danskt öl, absolut vodka och gravad lax. En ren guldgruva med rätt talespersoner i fronten. Personer som René Redzepi (och Claus Meyer) som under tiden lyckats med att landa



världens bästa restaurang och även hamna på omslaget av Time. Claus Meyer har dessutom nu tagit med sig den nya nordiska matmanifestet till Bolivia för att lansera den nya bolivianska maten på samma sätt som den nordiska. Intressant och briljant.

Det är med utgångspunkt från nordiska råvaror som vi ser till att använda dom för att främja en bra matvana och hälsa hos den nordiska befolkningen. Gemensamma kraftansträngningar för att nå ut med kunskap och information.

EEt forsøg på at fremme anvendelsen af nordiske råvarer, og udvikle et køkken baseret på disse.

En facebook sida som visar olika nyheter och events inom mat i Norden - inte så spännande tyvärr.

En gastronomisk/kulinarisk gamechange (jag var författare på Manifest for et nyt nordisk køkken i 2004).

En gemenskap satsning på mat och att lyfta fram den regionala matkulturen.

En god idé, men allt för dyrt för almindelige mennesker. Det er luksusudgaven, som der reklameres for! Prøv at være lidt mere ydmyg!

En god indføring i nordiske råvarer og anvendelse. Heraf.

En hälsosam revolt mot en multinatonell matindustri.

En konstruktion som syftar till att marknadsföra nordiska råvaror, locka turister.

En modernisering av en nordisk matkultur. Nya koncept och samla styrkan i den nordiska matkulturen och försöka förmedla det.

En nordisk bevisstgöringsprocess om kvaliteten og mangfoldet i mat fra regionen.

En statsning på nordisk gastronomi internationellt.

En status höjning för vår gastronomiska region, Norden. Innebär även vikten av kvalitet även på vardagsmaten - att äta ur den region (Norden, lokala) som det är meningen att vi skall äta. Mot äkta vara och bort från likriktad industrimat!

Erfarenhet mellan länderna.

Et fælles nordisk program der har lykkedes med at sætte nordiske råvare på verdenskortet, nordisk gastronomi er kendt og respekteret.

Et initiativ for å løfte nordiske råvarer og skape entusiasme og stolthet rundt det nordiske kjøkkenet.

Et program fra Nordisk Ministerråd, som forsøger at fremme udvikling af et høj kvalitets Nordisk køkken.

Et samarbeid mellom de nordiske land om å promotere de fantastiske råvarene vi har i Norden.

Et seriøst forsøg på at udnytte lokale råvarer. Samtidigt er det tydeligt et forsøg på at lave reklame eller PR.

Ett bruk av nordiska råvaror, produktion anpassat till vår region. Förnuftigt produktion, frakt etc.

Ett försök att lyfta fram "vår" mat som tex medelhavsmaten.



Ett försök att uppmärksamma det nordiska köket och de nordiska råvarorna i olika sammanhang. Riktat sig till både producenter och olika grupper av konsumenter.

Ett manifest och sett att se på det unika med Nordisk gastronomi och nordiska råvaror. Förutsättningarna för de nordiska råvarorna. Vad som skiljer Norden från resten av världen. En filosofi som går att applicera även på andra ställen i världen.

Ett nytt tankesätt inom gastronomin där gurnde är nordiska råvaror som tillreds med en kombination av gamla och nya tekniker till vackra, smakliga och hälsosamma rätter.

Ett program för att lyfta det specifika i de nordiska ländernas mat, såväl i produktionen som i konsumtionen - med särskild satsning på mat producerad i storkök.

Ett program för att stärka Norden som en gastronomisk region.

Ett projekt där de nordiska länderna tillsammans vill öka intresset i världen för nordisk mat för att därmed stärka utvecklingen inom matsektorn i vid bemärkelse och öka tillväxten.

Ett projekt som främjar användningen av nordiska råvaror i måltiden kombinerat med marknadsföring av Norden som en kulinarisk region baserad på nordiska värderingar.

Ett sätt att förädla de nordiska matråvarorna på ett nytt sätt samt börja använda de produkter som kanske fallit i glömska, samt hård marknadsföring av nordisk mat o dess kultur.

Ett sätt att sprida information om bra matvanor och öka kunskap och stolthet över den nordiska matkulturen.

Explaining the benefit of eating fresh ingredients every day for health & wellbeing purposes.

Fokus på at vi spiser de madvarer, som vi dyrker. At vi genopfinder måder at behandle råvarer på, som er gået tabt i globaliseringen. At vi genopfinder råvarer som agerbrug har dømt ude - de vilde råvarer.

Fokus på friske lokale råvarer med masser af smag. Respekt for råvarer, innovation og stor alsidighed.

Fokus på kvalitet, bæredygtighed, nærmiljø - men begrebet er blevet noget udvandet over den seneste tid. Det bruges for ofte som indholdsløst modeslogan.

Food from the nordic countries which includes raw material from the area as a main ingredient, can be based on traditions but has then to have a new twist.

Food grown in the Nordic countries, as close to the consumer as possible and in harmony with the environment, prepared in such a way it brings the consumer great flavors which has a connection to a cultural heritage.

Food using Nordic Ingredients and traditions. A good hard look at what the Nordic Reason has to offer in culinary terms.

For mig handler Ny Nordisk Mad først og fremmest om: 1 at maden, måltidet og madkultur nu tages langt mere alvorligt fra politisk side. 2 at maden og måltidets identitetskabende værdier ses i en Nordisk sammenhæng og 3 at man fra officielt politisk hold anerkender sammenhængen mellem velsmag og ernæringsvidenskab samt behovet for bæredygtig udnyttelse af naturressourcerne.

Framhäva nordiska mattraditionen och göra det känt i omvärlden som ett gastronomibegrepp.

Nyttiga aspekter.

Framhävandet av den nordiska matkulturen och alla dess kvaliteter och varianser.

Frisk, näringsrik, velsmakande naturlig mat. Trendy, nyskapande, verdenskjent. Kultur. Samarbeid.

Fräscha råvaror från naturen/jordbruket används i matlagning. På olika nivåer; dagis, skola, hobbyverksamhet, personalrestauranter, restauranter, . Nordiska kända kocka berättar om sitt arbete. Norden marknadsför tillsammans "sin" matstrategi = tex nordiska unga kockar i Washington Nordiska matmanifestet Nordiska kocka utvecklar och brainstormar om nordisk mat.

Få den nordiska maten samt de nordiska råvarorna uppskattade och kända av den nordiska allmänheten och av utländska turister.

För mig handlar det om att lyfta den nordiska maten som av tradition kanske ses som något speciellt men som faktiskt sedan ganska många år utvecklats enormt. De nordiska smakerna är unika och välkända över världen nu.

För mig innebär det främst en term som skapades i danmark av claus meyer genom deras manifest där även en svensk (dahlgren) och andra icke danska kockar skrev under. Dock har bara danskarna sett potentialen och använt det. men det är även namnet på nordiska rådets "satsning" som ingen riktigt vet vad den gör utom skriver nyhetsbrev på danska, satsar på märkliga projekt och betalar lön till de anställda.

Gammal traditionell mat i ny modern tappning.

Gemnesam promotering av nordisk mat.

God mat med nordiska råvaror.

Gode lokale råvarer. Nytænkning i måltider.

Gode, rene råvarer som bearbejdes nensomt. Klare smaker.

Gode, sunde råvarer, der er produceret i et rent miljø.

Good idea for concept.

Good way to market the nordic food outside of the nordic countries.

Healthy food.

Healthy Nordic foods including fish, berries, fullkorn products, rapeseed oil, . Increased intake of unsaturated fats, limited intake of saturated fats limited sugar and salt consumption of low GI foods.

Hälsosam, lite nytänkade lokal och klimatvänlig mat.

I första hand programmet "mat så in i Norden". Satsningarna på lokalproducerad mat och träffpunkten "Bonde söker kock". På allt sätt ett försök att lyfta nordisk matkultur till ett högre turistiskt attraktionsvärde.

Important to have this programtype because it gives strength for the Scandinavian food industry and production as well as for restaurants. It's making these things known more widely.

In some ways fine restaurants that use local products. In some ways food art, local products and how



they're used and promoted.

Indicates a kind of link between some old traditions, knowledges and food cultures and redesigning or recreating into a modern way of dealing with food and production and the whole culture of food - the way we talk and think about food. It's a kind of Nordic way of saying eat local. Part of a global trend, food consciousness, awereness of seeing what is just outside your doorstep. Challenging the idea of what is food and what is not food. Broadening the idea of what you can eat. appealing concept but for very few ppl.

Information. Jag hade gärna deltagit i konferensen i höstas!

Ingen bredare betydelse för mig förutom projektet.

Ingenting att säga, ännu, känner inte till begreppet så pass mycket.

Innovation, creativeness, originality, health and nutrition.

Innovation, hälsa, smaklighet och kultur.

Introducing Nordic food to both the world and to the Nordic people. Healthy, pure, and simple food eaten at home and in restaurants.

Introducing Nordic food to both the world and to the Nordic people. How healthy it can be, pure and simple eaten at home or in restaurants.

It give me information om what is goin on.

It is a project that lifts up the original raw material/Food ingredients of the Nordic countries. With focus on freshness, simplicity and authenticity, the program makes sure that those working with food in the region understand and value the local ingredients and cooking traditions.

It is a way *to make a brand for nordic food *to discuss together what is nordic food and what should be done.

It is, to use all local raw materials when they are available and also to find new ways to use raw materials.

Its a Nordic programme that developes the Nordic culinary world and cnnects people and gives great opprtunities for people/companies to collaborate!

It's a very important part of working together between the nordic countries and promoting our food country and our food product for the rest of the world.

Ja.

Jag har varit med ända sedan starten så jag känner till manifestet och innehållet i det. Definitionerna handlar om rena, naturliga råvaror, ett naturnära kök baserat på vad som finns i säsong och med rena råvaror.

Jag är Finlands matambassadör, därför betyder det många olika saker. Det betyder t. ex. olika evenemang, kontakter och föreläsningar i Finland och i utlandet. Det betyder utmaningar och möjligheter. Programmet började för 6 år sedan, och vi har inte uppnått hälften av de mål som vi ställt upp. Programmet är i alla fall inom vissa kretsar välkänt men inom andra helt okänt. T. ex. inom statsförvaltningen känner man till begreppet. Utmaningen är så stor att vi behöver mera tid att göra allt. Förhoppningsvis ger denna uppföljning en bra ny start för programmet i alla Nordiska

länder.

Jag är Finlands matambassadör, därför betyder det många olika saker. Det betyder t. ex. olika evenemang, kontakter och föreläsningar i Finland och i utlandet. Det betyder utmaningar och möjligheter. Programmet började för 6 år sedan, och vi har inte uppnått hälften av de mål som vi ställt upp. Programmet är i alla fall inom vissa kretsar välkänt men inom andra helt okänt. T. ex. inom statsförvaltningen känner man till begreppet. Utmaningen är så stor att vi behöver mera tid att göra allt. Förhoppningsvis ger denna uppföljning en bra ny start för programmet i alla Nordiska länder.

Jeg arbejder med dansk madkultur - kulturhistorien og det er derfor relevant.

Kommunicera ut traditionella råvaror och traditionella maträtter från Norden till en ny publik.

Kopplar det till de konferenser jag deltagit i där man med gemensamma krafter jobbar för att lyfta matkultur och måltider i Norden.

Kvalitet, Lokalproducerat.

Kvalitet, Tradition, Fødevareretik, Identitet, Sundhed.

Local and fresh food.

Lokal kortreist scandinavien mat, tradisjoner m, m.

Lokal og identificerbar fødevarerproduktion i en bred forståelse. Dvs. fra råvarer, til forarbejdning til madkulturelle oplevelser.

Lokala råvaror, sund mat, innovation. Det är en livsstil.

Lokalproducerat mat på nye måter.

Lokalt och bra.

Mad der er skabt af nordiske råvare.

Mad tilberedt med råvarer fra den nordiske region og ud fra regionale traditioner. Råvarer dyrket kommercielt i regionalt/nationalt eller/og indsamlet i naturen i Norden Gastronomi som demokratiseres og som højner madglæde Omsorg og værtskab for gæsten (herunder også turisten).

Magnus Grönroft, mail, danska.

Making food culture together with other Nordic countries and cooperate with each other.

Marknadsföring av mat gjord av nordiska råvaror på nytt och gammalt sätt.

Mat av närproducerade grödor.

Mat från Norden.

Mat gjord på lokaproducerade varor från hela Norden. Även vilda växter.

Mat med Nordiska råvaror av högsta kvalitet. Mat som smakar bra.

Mat som odlas i Norden och lagas på modernare sätt.



Maten ska vara lokal. En länk till gastronomin, sundhet och miljötänk.

Matglädje, hälsa, matkultur, stolthet, indentitetskänsla och värdeskapning, naturlighet.

Matglädje. Att vara stolt över de nordiska råvarorna och det nordiska köket.

Mathantverk baserat på nordiska närproducerade råvaror och att sammanföra producenter och matfolk.

Maträtter som har traditioner från Norden och lagas med världens alla kryddor.

Member of group Food for many. Good network for developing food services.

Modern Nordisk mat med historisk bakgrund.

Moderne mad fra Norden. Gerne lokal. Sund og bæredygtig. Primært hypet af gourmetkokke.

Moderniserad husmanskost med inhemska råvaror.

Mötesplats för många intressenter.

Noma.

Nordisk mad funderet på de forskellige madtraditioner og råvarer, der findes i de respektive lande. Lavet og fremført af nordiske kokke.

Nordisk mat - motsvarande Medelhavsmat, som ska lyftas fram i världen som sund, nyttig och fräsch. Baserad på friska råvaror från Norden. Matlandet Sverige är den svenska motsvarigheten till Ny Nordisk Mat (som gäller för hela Norden).

Nordisk mat ska inspirera nationellt och internationellt och sprida matglädje. Kännedom ska spridas om det nordiska köket och de nordiska råvarorna.

Nordiska råvaror och nordiska traditioner i mer moderna sammanhang.

Nordiske råvarer Lokale råvarer Grøntsager, frugt, urter, bær i højere grad end animalske produkter Eksperimenterende i forhold til at afprøve nye ingredienser, sammensætninger og anretninger Gastronomi er højt prioriteret.

Nordiske råvarer, der tilberedes nænsomt. Men også brug af nordisk natur: halm, hø, vilde bær etc.

Nordiske sæsoningredienser, økologiske råvarer hvis muligt, kort transport af rå- og færdigvarer.

Nordisks råvaror, tillagningsmetider, inläggning, torkning av mat.

Ny fokus på de fantastiske råvarer vi har i norden - viktig grunnverdier for bruk av mat og nordiske råvarer i både kommersiell, forsknings - og læringsøymed.

Ny Nordisk Mat = Utveklad matkultur inom de Nordiska landerna med vikt på lokalt utbud.

Ny Nordisk mat betyder allt för mig eftersom jag er en del av deras program, etik och filosofi. Jag jobbar med Ny Nordisk mat i min vardag på en ambassad och är involverad i deras program nordic food diplomacy.

Ny nordisk mat er en satsning i de nordiske landene på å få styrket nordisk mat i større grad



gjennom ulike prosjekter. Allikevel er det litt uklart hvordan dette gjøres.

Ny nordisk mat for mig är när det nordiska köket inspirerar och presenterar något nytt. Ren mat med bra råvaror och närproducerat.

Ny Nordisk Mat handlar om att sprida den nordiska maten i världen. Tänker på de fyra orden de står för, nämligen pure, fresh, simpel och ethical.

Ny Nordisk Mat om enkelhet och lätthet, att låta råvarorna tala sitt eget språk och att bearbeta dem med försiktighet. Att följa årstiderna och med inspiration från naturen och dess rika skafferier skapa innovativa kulinariska rätter som speglar det nordiska kulturarvet och de skiftande säsongerna. Ny Nordisk Mat handlar till viss del om att framhäva våra traditioner och värderingar. Genom Ny Nordisk Mat skapar vi en gemenskap, ett band mellan de nordiska länderna och blir då starkare som region. Vi nordbor vill skilja oss från övriga Europa och det uttrycker vi nu genom att profilera Norden som en ny unik matregion. Ny Nordisk Mat är också renhet, friskhet, enkelhet och etik.

Ny og spennende mat laget av nordiske råvarer, der både fagpersoner og andre kan utveksle erfaringer og få nye ideer. Kortreist mat med særpreg som gjenspeiler regionen, en kopling mellom tradisjonelle retter og nye måter å tilberede maten på. Det kan også være tradisjonell mat med nytt og uventet tilbehør.

Nye nordiske oppskrifter.

Nye råvarer, nye tilberedningsmetoder på tradisjonell bakgrunn, gjennomskuelighet, lethed, naturnærhet.

Nyskapende i forhold til å tilby den nordiske matkulturen.

Nyskapende men med tradisjon, renhet, aromatisk, eksotisk, innovativt, holdbart.

Nytænkning i forhold til det vi anvender når vi tilbereder måltider. Og nytænkning i det hele taget.

Nytt fokus og mer oppmerksomhet.

Nærodlat ekologisk og nyttig mat.

Nærodlat, lokalt. Jeg skulle gjerne se mer fokus på de ekologiske odlingarna.

Nærproducerad mat.

Nærproducerad mat.

Nærproducerat , Tryggt , gott.

Nærproducerat av nordiska råvaror i modern tappning.

Nærproducerat, nærliggende produkter som ikke transporteres langt. Lyfter fram vad man har i sitt eget land och i hela Norden.

Oj, vad svårt. Att använda nordiska och helst nærodlade råvaror. Att laga våra regioners mat.

Political concept that fit ministers and government people well to get them in to media from time to time. So in fact it does not mean a lot to me but should do more as it can be a great project for the Nordic for future promotion of the gastronomic in this area of the world. But will never happen if the people responsible will not start speaking and working with the industry from Nordic.



Projekt som främjar samarbete.

Projekter omkring traditionell nordisk mat der bliver sat i nye klæder og skal inspirere i ind- og udland.

Promoting clean, local food and healthy eating habits.

Promotion of Nordic Food.

Pure Nordic, own ingredients, food coming from Norden, food made with love and ascient knowledge but modern way, heathy and sustainable food, joy.

Pure, organic, experimental - as branded food concept. As an organiztion promoting Nordic food in a new and structured way.

Regäl mat lagat med lokala råvaror.

Rejuvenation. Taking the best of the Nordic food past, which is in danger of being gobbled up by multinational corporations and convenience food culture, and infusing it with the new impulses in food and people in the Nordic countries today. Noma Copenhagen is and will always be the best example.

Ren, etisk och lokalproducerade produkter från Norden.

Ren. Frisk. Enkel. Etisk.

Rent, etiskt, viligt, enkelt mat som man blir glad och mätt av!

Rent, friskt och äkta.

Rent, friskt, enkelt, etiskt modernt intelligent kök frontlöpare internationell genklang.

Samarbeid mellom de Nordiske landene, om mat og mat struktur(felles) for alle så lang det kan gjøres.

Samarbete i den Nordiska regionen på olika niver inom matområdet baserat på våra rena goda råvaror.

Samarbete kring mat och hälsa frågor i Norden med fokus på de nordiska råvarorna men med inriktning på innovativa koncept.

Samarbete mellan de nordiska länderna i frågora som har med mat, närmast matkultur att göra.

Samarbete mellan de olika Nordiska länderna för att stärka vår roll och vår egen mat. Stödja egna råvaror.

Samlar Nordisk matkunskap och traditioner från alla de nordiska länderna.

Samlingsnamn för den nordiska stilen.

Samordna ambitioner inom gastronomi inom nordisk nivå.

Satsning på nya områden så som hälsa, profilering, den nya trenden att få budskap ut om ny mat samt kreativitet.



Servera och lyfta fram de nordiska råvarorna i våra länder. Skapa nätverk mellan de nordiska länderna och vi som jobbar med mat och barn. Inte använda oss utav medelhavsmat utan fokusera på våra nordiska råvaror.

Skapa en gemensam bild eller front till hur vi förhåller oss till mat i Norden.

Skape en større kjennskap og identitet til nordisk mat.

Spreading the ideas behind NNM, the purity and freshness, the local ingredients and tradition. New methods, sustainable ways and democratic ways. It's about respectful ingredients, about health and tradition. Inventing and cooking for everybody. It's about kids, reaching out to all people, abroad as well. It's an open idea, about sharing.

Stolthet over egne(nordiske) råvarer, våre nordiske mattradisjoner og våre fantastiske, aromatiske og rene smaker.

Stort och brett begrepp som innebär många saker. Mångsidighet och nytänkande vad gäller matkulturen. Innebär en möjlighet att kunna kommunicera och lyfta upp mat och måltider som är ett centralt kommunikationsverktyg, men också ger möjlighet till att öppna upp nya samarbetsmöjligheter.

Sunn mat laget av lokalproducerat og bærekraftige råvarer.

Super important. For many reasons. Its about health and thus about life quality and economy. Its part of our identity. Its new priorities in the food industry. Its marketing of our region. And more.

Synliggöra möjligheter för den nordiska maten och de nordiska råvarorna.

Ta tillvara på den nordiska matkulturen vi har.

Traditional healthy natural food from clean environment and sustainable produced.

The growing of Scandinavian nutrition.

The New Nordic Food is a program to bring countries and.

The opportunity to know what the nordisk food is about: how to approach to it in the daily basis way, taste and use some food I'm not so familiar with.

To discuss and keep the talk alive that Nordic food is very important, it's a brand. Nordic food is very important for the food culture.

Together in nordic country.

Traditionella råvaror med nordiskt ursprung använda på både trad och nytänkande sätt gärna med hälsosamma förtecken och modern tillagningsteknik och nya smakkombinationer anpassad servering uppläggning presentation mm och hur detta kona användas i all matverksamhet såväl offentlig som privat.

Trying to be more close to our old/real qualities. Looking at the global situation and wanting to develop a program where you can eat local.

Typ pesto på persilja. Att man gör nya mer närproducerade versioner av mat. .

Utvikling av erfaring og kompetanse innenfor Nordiske råvarer, prosessering og kvalitet.



Very good to have focus on the nordic food and being successful on several areas.

Vi pratar om mat från närheten och närområdet. Att förbruka det vi har i området och använda oss utav det vi har i Norden.

Visa att vi kan laga god mat på våra fina nordiska råvaror !

Within the Nordic region we have good products and we should make our food around these products. High and pure quality, high quality of working with the food.

Välstrukturerat samarbete mellan mataktörer i norden och som leds under det nordiska ministerrådet. Med avsikt att heja på profilerna och kvaliteten och också förbättra miljön för matföretagande. Göra saker på ett socialt, ekonomiskt och ekologiskt bättre sätt.

Värna om det lokala.

Öka konkurrenskraften för nordiska livsmedel Hög kvalitet Upplevs nära kontakt mellan producent och konsument.

How did you come in contact with Ny Nordisk Mat?

Alle vegne.

Alternativa matrörelsen och genom NMR. (Och kanske i skogen när jag plockade svamp).

Annonsinbjudan till min branschförening.

Ansvarig för kockförbundet i Island.

Arbetar för NNM.

As a chairman of "straight; from the farm".

As a journalist.

Asked by a colleague to present a talk at the conference in Oslo.

Assigned to be Greenlandic member in a committee.

At work.

At work.

Been interested for many years, primarily found ino on the web.

Bra fråga. Nästa fråga.

By accident.

By interest.

Contacted by some of the members of NNM for the conference.

Contacted them for a film we were making.

Copenhagen Cooking samt projekter på Landbohøjskolen i DK.

De kontaktade en kollega till mig.

Det er en del af mit arbejde/gennem det Nordiske samarbejde.

Det husker jeg faktisk ikke.

Det var en som frågade om jag vill vara med i den Åländska styrgruppen.

Direktkontakt med Nordiska Ministerrådet.

Eftersom jag jobbar inom Nordiska ministerrådets kulturinstitut så var jag med när projektet lanserades i Köpenhamn 2006.

Epost.

Ett matmanifest i Tröndelag.

Ett tips från en i samma bransch. Tog reda på mer via nätet.

Fick information av kollega om konferensen i Helsingfors, Finland 2011.

Fra Nordisk Ministerråd.

From the beginning in 2004, involved in choosing the delegates from Iceland to sign the Manifesto.

Fødevareministeriet Danmark, Nordisk ministerråd.

Först och främst när vi lanserade begreppet på Årets Kock 2002. Därefter när Nordiska rådet lanserade det och det fanns projektpengar att söka runt 2007.

Gennem arbejde.

Gennem Foreningen Norden.

Gennem mit arbejde med formidling af dansk landbrug og fødevarevirksomheder.

Gennem nyhedsbrevet.

Gennem søgning på internettet for at finde ud af hvad Ny Nordisk Mat egentlig dækker over.

Genom arbetet.

Genom arbetet.

Genom att jag har kontakter som tipsade om det.

Genom att jag sökte på "allt" som hade med ämnet att göra när jag tog ansvarsområdet Lokal mat i mitt arbete.

Genom bekanta.

Genom egen satsning på mat.

Genom en hushållslärlarinna som är med i den.

Genom en kollega.

Genom informationsmaterial och evenemang.

Genom Lena Brenner.

Genom massmedierna och genom nyhetsprevet som jag preumererat på.

Genom Matlandet Sverige.

Genom media antar jag. Det är så länge sen.

Genom media. Delaktighet i projekt.

Genom mitt arbete i Nordiska Ministerrådet.

Genom mitt arbete på livsmedelsverket, konferenser och direkta kontakter med dom som arbetar i projektet. Varit med på en föreläsning på en konferens.

Genom mitt jobb på nordiska ministerrådet.

Genom mitt jobb som matjournalist.

Genom nationella matnätverk i Finland och Sverige.

Genom NNM:s ambassadörer.

Genom olika projekt.

Genom samlingar ordnade av den lokala delen.

Genom tidningar.

Genom tidningsartiklar.

Genom åländsk information.

Gjennom diverse matnettverk.

GJennom informasjon fra LMD antar jeg. Har bedt om informasjon pr epost og det er der jeg er mest oppdatert på hva som skjer.

Gjennom jobben som høskolelektor.

Gjennom media: Avisartikler og TV-programmer, og ikke minst på internet.

Gjennom min praksisuke hos Nofima og tidligere foredrag av Einar Risvik.

Gjennom mitt arbeid på Universitet.

Gjennom mitt arbeide.

Gjennom vår egen satsning på mat som reiseminner "Nordic Delights". Søkte om prosjektmidler i oppstartfasen.

Gjenom TV.

Gm vänner.

HAR arbejdet med de ideer der ligger til grund for en stor del af manifestet for Det nye nordiske køkken, siden vi på Bornholm sammen med Sydøstre Skåne etablerede Culinary Heritage Europe. Var med i Århus som oplægsholder for Nordisk Ministerråd det år hvor initiative startede op.

Har bara hört talas om det.

Har bara sett enstaka artiklar.

Har fulgt projektet fra starten ver massymposiet i Kbh. 2004.

Havde hørt om det gennem venner, og på nettet - fagligt kom jeg i kontakt gennem min chef.

Hittade ett nyhetsbrev på nätet och började prenumerera på det.

Hörde säkert dem första gången i någon matmedia eller dylikt. Var också med i årsmöte som hölls i Helsingfors för ungefär 1½ år sedan och har blivit aktiv i NNM sedan dess.

I denna undersökning.

I do not remember, honestly ;.).

I EK-livs.

I forbindelse med workshops og seminar.

I have been leading a project in the first New Nordic Food programme.

I live in Italy , my school has asked me to do the research of nutrition of more countries.

I searched on the internet trying to get in contact in relation to my own orjct.

I was asked to talk at a conference held in Helsinki.

I was member of the steering group.

I'm working with the food-issues and have known the NNM from the beginning.

In work related tasks.

Interesse for mad i al almindelighed.

Internet.

Internet.

Internet, konferencer, arbejde.

Intresse via internet och blev sedan kontaktad av referensgruppen.

Invited to come and speak at a conference.

I've been working with food cultures, school food and school education so it has been on the agenda pretty much the entire time. I've been following NNM since the beginning.

Jag "hittade" konferensen på Fiskartorpet i Helsingfors, fick möjlighet att delta och lärde mig mera. Träffade gamla bekanta, vi hade alla samma nordiska intresse!

Jag arbetar med forskning och innovation av och kring livsmedel. Har många nordiska kontakter och vill minnas att jag fick mig tillsänd en länk!

Jag blev kontaktad av Charlotta Ranet.

Jag blev ombedd att bli matambassadör 2006. Det var första gången jag hörde om Ny Nordisk Mat. Det verkade väldigt intressant och jag tog emot jobbet.

Jag blev ombedd att bli matambassadör 2006. Det var första gången jag hörde om Ny Nordisk Mat. Det verkade väldigt intressant och jag tog emot jobbet.

Jag kom först i kontakt med det eftersom jag 2004 arbetade med Mathias Dahlgren som var en av de kockar som skrev under manifestet.

Jeg deltog i en konference og senere en work shop.

Jeg fremlagde resultaterne fra mit kandidatspeciale om sammenhængen ml mad og identitet i Det Ny Nordiske Køkken på NNM Seminar i Reykjavik i 2010.

Jobbade på Nordiska ministerrådet då man skrev och antog det här nordiska matmanifestet i Köpenhamn.

Jobbar med måltidsturism själv i Västsverige och har stött på NNM i lite olika sammanhang genom åren.

Jobbar nordiskt så jag har följt dem från första start.

Kjenner til det gjennom mitt arbeid.

Knew about it through some restaurants and some people. Also through some people working with it on a Nordic level. Conference on Island. Also lately I've been working Elizabeth Skylar.

Kollega.

Kollega.

Kommer ej ihåg.

Kommer inte ihåg.

Konferens förra året.

Kontakter.

Københavns universitet Foodlife.

Last year a conference in Helsinki, and also this year in Oslo. Involved in projects for food education of children.

Lena Brenner.

Lena Brenner.

Lena Brenner.

Lena Brenner.

Lena brenner på åland.

Lena Brenner är alltid på alerten.

Long time ago at a restaurant contribution here in denmark. Now i'm working with NNM professional.

Läser sista året på Restaurang och Hotellhögskolan i Grythyttan. Mitt intresse började där.

Läst i tidningen.

Läst om det i tidningen.

Läst om det, fått mail om det. Sett i TV om det.

Läste om programmet i Ruokatieto-sidorna i internet.

Läste upp information om dem.

Mail.

Mail från Lena.

Media, yrkeslivet.

Nettsidene.

News magazines, on the radio.

Nordisk ministeråd.

Nyhedsmedier - massiv info via medier Også Opus om skolemad.

Nyhetsbrevet, Stiftelsen Norsk Matkultur.

Nätet.

Nätet, bransjmedia, annat media, konferenser, kollegor mm.

Probably from a newsletter form the Norwegian Consulate, or from Norway Day in San Francisco.

Projektledare.

På "mässan" den 18. 4. i Naturbruksskolan.

På ett seminarie.

På internet.

På internettet og ved at tilmelde mig nyhedsbrev fra NNM.

På nettet.

Recently invited to give a speech at the conference in oslo that was held at the beginning of november. Also heard about the program before that.

Rekommendation av nyhetsbrevet samt viljan att bidra.

Samarbete med Magnus Gröntoft.

Satt i Ekofisk.

Se sp 2.

Seminarium/mässor.

Sende søknad om samarbeid mellom Regional Matkultur Norge og Sverige. Avslag. Eller nyheterer tilsendt.

Sitter i styrgruppen så kom i kontakt med NNM genom det.

Sitter med i styrgruppen.

Skolans matutskott och styrelse rekommenderade. Deltog i seminariedagar på Fiskar torpet i Helsingfors.

Sociala medier.

Surfade runt.

Surfede på Internet.

Så vidt jeg husker ved søgning på Landbohøjskolen i København, nu Københavns Universitet.

Såg begreppet genom arbetet och sökte därefter mer information på nätet.

Søkte finansiering av prosjekt.

Talking about potential joint ventures.

Through a collaboration.

Through a World Design Capital Helsinki project.

Through an organisation on Island, some kind of industry board.

Through knowledge in media first and then regular newsletter from Ny Nordisk Mat. Discussion with other people within the food industry in the Nordic.

Through Lena Brenner.

Through my profession. I was invited by the Nordic council (can't really remember what it's called) to join their work shop about 4 years ago. I work actively every day with the values of NNM and food cultures.

Through my work for Zonen for Madkultur in Denmark.

Through my work.

Through my work.

Through NORA newsletters and Noma Copenhagen, so all to do with Nord-Atlantens Brygge, I guess;-).

Through the internet, I have been following the project and subscribe to the newsletter.

Through work.

Through work for the Nordic Council of Ministers.

Through årstiderna.

Through my work.

Tidningar, mail.

Tips.

Tror via ett utskick, även via mejlen från Lena Brenner.

Träffade Magnus Gröntoft via Grythyttan.

Twitter.

Under en fortbildning för hushållslärare.

Var medlem av referensgruppen under programmets för.

Was working with home economic teachers and they have been working with NNM. Interesting in food culture and promoting these cultural ideas at their jobs. When I came to this place, somebody asked me to join the steering group.

Website.

Vi jobbar med offentliga måltider och i vård/skola/omsorg och det finns ett tydlig område inom NNM som berör de offentliga måltider vilket är vårt arbetsområde.

Via a project granted by NICE.

Via Allebarnsrätten, nedbudna till Köpenhamn förra året.

Via arbetsplatsen som har varit en del av referensgruppen inom temat barn och mat.

Via Claus Meier.

Via Claus Meyer.

Via danske forskningskolleger.

Via Facebook och föreningen Norden. Har också varit i kontakt med dem när det gäller projekt som fokuserar på barn och mat på olika sätt.

Via företaget mitt.

Via Internet.

Via jobb.

Via jobbet.

Via jobbet.

Via kollega på jobbet.

Via Landsbygdsentrum.

Via Landsbygdsnytt utskick.

Via Landsbygdsutveckling.

Via mine relationer i www. Nordicfish. org og hjemmesiden for programmet.

Via mitt yrke.

Via my job at Biomedical Nutrition, Lund University.

Via Nettsidene til Nofima mat og foodoflife. Dk.



Via Nodiske nyheder fra Nordisk Råd.

Via Nordgen och Jordbruksverket.

Via norsk matkultur.

Via någon utbildning via kollegor.

Via nätet.

Via projektledarna.

Via Skånes livsmedelsakademi.

Via Skördefestens kampanj och kontakten med Mikael Björklund, till vilken vi säljer vårt lammkött.

Via styrningsgruppen.

Via twitter.

Via utskick, dvs via nätet och mejl, men även genom det privata nätverket.

Visste om det från begynnelsen redan då köksmanifestet blev konstruerat.

Workshop.

Vårt företag blev tillfrågade om att delta i den lokala styrgruppen.

Är styrgruppsmedlem i i projektet 'mad för många'.



Ny Nordisk Mat, Program goals - Comments.

2 Kommit en bra bit på vägen. 3 Senaste året en fyra.

I vissa länder har de utvecklat konceptet mer än i andra länder.

The work related to Ny Nordisk Mat and its projects - Comments.

Activities planned by NNM are being carried out: What I have done.

Aktiviteter som genomförs av NNM blir genomförda: Talar bara för vår del. Jag har tillräckligt med tid/resurser för att kunna genomföra min del av arbetet inom NNM på ett bra sätt: Kan alltid finnas mer tid.

För dåligt insatt för att kunna besvara fråga 3 (Projektet som finansieras av NNM har tydliga uppdrag).

Resurstillgången är något helt annat än vi blev lovade.

Effects and Usefulness - Comments.

1 don't know about the full quality, don't see it in the market.

1 Tycker det kan vara mer med ekologisk mat.

1. Genom mitt nätverk med de andra matambassadörerna förstår jag att Norden är full av fina råvaror och vild natur, svamp, bär och vilt. 2. Eftersom det inte längre finns matambassadörer i de andra länderna har jag inte mera så många nordiska kontakter. 3. - Ja, jag hade under den första delen av programmet gemensamma utställningar, resor etc. men inte längre.

Använder i första hand inhemska råvaror, finns det ej att tillgå tar jag nordiska råvaror. Försöker undvika resten, utom vissa frukter vilka ej odlas här.

De märkliga reglerna för söka gör det i princip omöjligt söka eftersom man måste kvotera in medlemmar från olika nordiska länder, utan tanke på kompetens. Let´s face it, det är designat för danmark och främst claus meyer ska kunna få bidrag samt till några andra enstaka meningslösa projekt.

Det betyder utmaningar och möjligheter. Programmet började för 6 år sedan, och vi har inte uppnått hälften av de mål som vi ställt upp. Programmet är i alla fall inom vissa kretsar välkänt men inom andra helt okänt. T. ex. inom statsförvaltningen känner man till begreppet. Utmaningen är så stor att vi behöver mera tid att göra allt. Förhoppningsvis ger denna uppföljning en bra ny start för programmet i alla Nordiska länder.

Det har bidratt til å løfte frem en bevissthet om et felles kjøkken / felles matkultur fra de nordiske land.

Det här är sådant som jag har jobbat för en längre tid än vad Ny Nordisk mat har funnits, så detta har givetvis alltid varit ett intresse och självklarhet.

Det var ny nordisk mat och speciellt Magnus Gröntoft som fick oss att inse intresset och engagemanget som finns runt vårt kulturella matarv. Det är kul att se hur matintresset från Brommamamma och Mobergs tvprogram har kunnat spira från detta.

Det vil være naturligt at inddrage Brancheorganisationerne for restaurant og turisme på tværs af norden.

Fråga ett kan man väl säga att jag hade förståelse innan så det har inte ökat förståelsen för mig. De andra frågorna är väl att ambitionen varit att stärka nätverk och samarbeten men jag vet inte om det lyckats. Har inte träffat många som ens känner till Nordisk Mat.

Har full insikt sedan tidigare.

Har pga tidsbrist ej deltagit i många evenemang, dock läst om dem i pressen. Som grönsaksodlare och matintresserad vet jag hur gott det är med färska grönsaker på tallriken !

Har øget mit kendskab til aktører og parter i Norden. Samtidig har programmet givet anledning til at tage kontakt og til samarbejde med nogle disse aktører/parter.

I have been aware and been a fan of some Scandinavian products and ingredients, but this project has bring me closer to others in the Food field.

I will be more mindful of networking possibilities.



I'm not actor on the foodmarket.

Inget nytt än så länge.

Jag arbetar med media och kommunikation och jag upplever inte att projektet haft någon större betydelse för vår grupp.

Jag har aldrig hört talas om programmet.

Jag har alltid ansett att nordiska råvaror är i särklass.

Jag har besvarat utifrån vad jag känner till om Ny Nordisk Mat kopplat till Nordiska rådet. Däremot har vi på Årets Kock och på Restaurangakademien jobbat med nordiska och svenska råvaror under en lång tid med kopplingar till nordiska kockar och råvaruproducentet.

Jag har inte deltagit aktivt utan endast hållt mig orienterad om vad som händer.

Jag tror att många organisationer ökat sina kontakter till andra nordiska länder genom NNM, även om jag personligen inte utnyttjat NNM i tillräckligt hög grad.

Jag vill helst bara sköta min produktion, men måste tyvärr lite engagera mej i försäljningen också.

Jeg arbejder ikke innen et foretag, så forutsetningen for å øke samarbeidet er ikke så stor.

Jeg arbejder med et konkret utviklingsprosjekt der Ny nordisk mat har vært et viktig element.

Jeg er ikke involveret i jeres program på anden måde end den at i kraft af mit informationsarbejde prøver at følge med og sende information om det som kan gavne her i mit område i Nord-Island. Jeg arbejder på Nordisk informationskontor i Akureyri. Der findes 7 andre regionale Nordiske inforamtionskontorer i Norden som I evt. kunne bruges omkring information. Jeres netværk kender jeg ikke til her I Nord-Island. Er det ikke primært hovedstæderne der er involveret? I jeres manifest står der: 10. - invitere forbrugere, andre madhåndværkere, landbrug, fiskeri, små og store fødevarerindustrier, detail- og mellemhandlere, forskere, undervisere, politikere og myndigheder til et samarbejde om dette fælles projekt, der skal blive til gavn og glæde for alle i Norden Her mener jeg at I skulle tage kontakt med regionale informationskontorer til at sprede budskabet.

Jeg jobber selv med et matnettverk, men NNM er litt for akademisk, ikke kommunikativ og inviterende nok til at jeg har fått eierskap til prosjektet.

Känner inte till.

Lite syilig i matbildet. Jeg er matkontakt og arbeider kun med å fremme mat i eget fylke. Matkontaktene er regjeringens forlengende arm ut til fylkeskommuner, kommuner og andre landbruksaktører men er lite brukt i ny nordisk mat sammenheng.

Medveten fokusering.

Mina värderingar av mat har blivit bekräftade genom NNM.

Most people have no clue what the reason and meaning of is having Ny Nordisk Mat project.

Mycket bra rapporter. Jag har varit med på ett par konferenser.

Mycket synd att inte alla bönder vi träffa på smakbyn var intresserade av kontakter, ex pot bonde från Gottby som endast lev till större butiker, likaså en från Lemland som bara svängde ryggen till,



upplevdes som att de bara var på plats för att tryna på smakbyn.

Netværksdannelse har været noget af det vigtigste i NNM programmet både i første og anden del.

NNM is in the beginning of that work.

Ny Nordisk Mat har bidragit till att åtminstone Finländska ambassader fått större och bättre inblick i nordiska produkter och råvarornas användande, nordisk mat är en del av ambassadernas varumärke och ambassaderna är i det avseendet den nordiska matens ansikte utåt.

Ny Nordisk Mat har vært lite synlig i Norge. Det er mest et Dansk prosjekt. Markedsføringen burde vært bedre, da tiltaket er veldig bra.

Nyhedsbrevet fra NM har givet gode oplysninger om hvad der rør sig. Egne netværk er styrket - og i det hele taget har der været rigtig mange gode afledte effekter af alt omkring Nyt Nordisk Køkken. Noget af det vigtigste er dog at man fra NM har fastholdt udviklingsarbejdet, - og det vil jeg stærkt opfordre til at man bliver ved med. Det er efter min bedste overbevisning rigtig mange ikkeudnyttede potentialer i tilknytning til ideerne omkring Nyt Nordisk mad/køkken.

Programmet giver stor indsigt i emnet.

Som mjukvaruleverantör så ser vi att har medvetenheten om matens innehåll har ökt hos våra kunder. Andra krav ställs på kvaliteten på tillgänglig information från till exempel producenter.

Språkproblemet gör ett stort nckdel och problem för finnar. Information om NNM blir inte mottagen pg av detta. För det mesta har man redan hört om innehållet av nyheterna från andra håll. Nätverk och samarbete kommer till på många andra sätt.

Ulike arrangement, - seminarer, workshops, konferanser og nettbaserte møteplasser bidrar til nye nettverk og utveksling av informasjon/prosjekter etc, både på tvers av bransjer og land. Dette er alfa omega for å oppnå resultater med felles mål fra ulike ståsteder.

Universitetssamverkan är aktuellt för mig.

Vi har haft god nytta av kontakter särskilt inom media.

Vi har än så länge fullt upp med att bearbeta den lokala marknaden.

Viktigt med kontakter över våra gränser, vi är kulturellt och matmässigt sätt både lika och olika om man jämför t ex skåne/danmark med nordfinland eller island. Vi kan både lära oss av varandra och se hur våra erfarenheter kan komma till nytta.

Våra fina råvarors förträfflighet är ingen nyhet för mig.

Årstiderna has not been so active to the best of my knowledge.

**Has Ny Nordisk Mat had any other effects for you?**

Anledning til udvikling af nye madprojekter.

As a pannordic reference to our work in Denmark.

At der er andre sideordnede agendaer, fx at sætte fokus på maden til mange, altså der hvor det offentlige er ordregiveren, her er en god mulighed for at sætte kvalitet foran pris.

Att de nordiska länderna vill samverka!

Awareness that there is a market and many potential contacts.

Bidratt til en forankring av egne prosjekt i et større perspektiv og bredere nettverk/miljø.

Bland annat så har jag lärt mig nyttan av att det är inte bara maten som är viktig utan också själva berättandet, storytelling om maten, råvaran och måltiden, allt det här medverkar till att jag kan bjuda på en upplevelsefylld måltid.

Bredare nätverk överlag och motiverad till att ta reda på mer om nordisk mat och jordiska råvaror.

Broadened the perspective about the Nordic region in regards to our key customers.

Bruger flere lokale og årstidsbestemte råvarer.

Bättre förståelse för skillnader mellan länderna i Norden.

Cooperation in new fields of food between stakeholders in the region.

Dejligt at se, at programmet har medvirket til at skabe opmærksomhed om norden i den globale verden.

Deltag på konferanser.

Den arbetsgrupp som jag arbetar med har fått medel till projekt inom området "småskalighet". Jag har varit med på konferenser anordnade av NNM som har varit väldigt intressanta och informativa och gett "mervärde" till mitt eget arbete.

Den megen presseomtale har været med til at sætte sundere mad på dagsordenen i den danske befolkning en mange andre madtrends. Ny Nordisk mad opleves stadigvæk af mange som elitært. Der er mere skiltning i supermarkedet og i reklamer af lokale råvarer. Der er kommet øget fokus på råvarers forskelligheder og egenskaber.

Det har gitt innsikt i likheter og ulikheter de nordiske landene imellom, både hva gjelder mat og matkultur/historie.

Det har påverkat vårt val av råvaror och min personliga matreferanser. Jag har fått ett positivt resultat på vad jag kan odla i vår klimatzon.

Det nordiska ministerrådet är en av Nordens största diskussionsklubbar, ett forum där man diskuterar sig till gemensamma ståndpunkter. Det är inte mycket konkret. Men NNM är en konkret sak som har gjort ett avstamp i det nordiska samhället vilket är bra.

Det väldigt bra nätverkskapande, även politiska nätverk. Projektet innehåller stora möjligheter för kreativitet.



En högre status på det vi jobbar med.

En möjlighet att samordna marknadsföring och kunskaper mellan de nordiska länderna.

En større bevissthet omkring nordiske råvarer.

En type oversikt over hva som er tema i nordisk sammenheng.

Etablerat formalisering av nätverk. Skapat effekt genom en medvetenhet - maten är ett verktyg för branding.

Ett bra "program" . NNM tankesättet passar bra för min verksamhet.

Ett bredare kontaktnät än jag hade tidigare.

Ett forum för att framföra mina tankar som annars hade gått förlorat för Norden.

Ett intressant och givande nätverk i hela norden.

Ett markant ökat intresse för våra närproducerade artiklar och råvaror.

Eyeopener, inspiring, networking, educational.

Fler samarbets kanaler.

Focus on Nordic ingredients Lokal produced food.

Fokusering på ekologiskt har byt till närproducerat.

For mig som privatperson er jeg blevet inspireret af at smage på spændende nye nordiske retter.

Fått en internationell aspekt, att vi använder produkter internationellt med sikte på hållbar utveckling.

Fått kontakt med Norges Vel, men foreløpig ingen store økonomiske resultater.

Fått många nya kontakter, hittat nya vänner, fått inspiration. Haft nordisk mat som tema på jobbet, prioriterar nordiska råvaror allt mer.

Fått veldig lyst til å gå på matkurs, særlig med fokus på NNM. Og ikke minst formindre NNM til andre - fra Noma til normal.

Gemenskap/Felleskap kring frimodighet.

Genom att nordiska råvaror används, och marknadsförs, och tillreds på nya sätt uppskattar jag mer våra nordiska råvaror.

Genom mitt nätverk med de andra matambassadörerna förstår jag att Norden är full av fina råvaror och vild natur, svamp, bär och vilt. - Eftersom det inte längre finns matambassadörer i de andra länderna har jag inte mera så många nordiska kontakter. - Ja, jag hade under den första delen av programmet gemensamma utställningar, resor etc. men inte längre.

Hade önskat att jag hade haft mer kontakt med "Ny Nordisk mat" - men det kan även bero på mig att så inte har varit fallet.



Har fått se matens betydelse i nya sammanhang, särskilt då kopplat till olika kulturupplevelser av andra slag. Lär hur viktigt det är att se sig om i världen, inte bara i Norden!

Har hjälp oss att komma vidare med vårt ekologiska skolmat projekt.

Har inspirerat när det gäller att utveckla de här frågorna på nationell basis.

Har inte påverkats på något sätt av det.

Har skabt synlighed omkr nordiske råvarer i både Norden og resten af Verden + Skabt en helt ny tradition for og identitet omkr nordisk mad og nordiske råvarer som nordboere er stolte af og står sammen om.

Har øget mit kendskab til andre brancher der arbejder med mad, større kendskab til de øvrige nordiske lande - og mødet med mange spændende mennesker.

Har ökat nordisk kulturs identitet.

Has been very inspiring in many ways.

I have got ny contacts in the ministry and developers-levels.

I now see that NNM is getting more aware of the artistic side, a NNM meal being a communicator and a story that we can export.

I see more areanaes for food than I did before. I see how food can be the engine of change towards more sustainable lifestyle.

I talesat den danske gastronomi og bidraget til at sætte dansk gastronomi på dagsordnen Branding, fødevarer- og turismepolitik (erhvervspolitik).

I wrote a master thesis on new nordic food in the media.

Ideer till nya projekt.

Ikke synderligt. Der er spildt en masse tid. Programmet er for ufokuseret, og der er for mange retninger, hvorfor man ikke når tilstrækkelig langt på de enkelte områder. Man kommer ikke i dybden med problemstillingerne, og indsatserne bliver ofte for overfladiske, hvilket jeg antager vil betyde, at det ikke får varig effekt.

Increased domestic collaborations as well as Scandinavian collaborations.

Indsiget i de meget interessante kulinariske ressourcer i de andre nordiske lande.

Informationsbrevet med notiser om vad som händer på matfronten i de nordiska länderna är bra. Jag tycker det kunde breddas ytterligare; inte endast som NNM-projektinformation utan även som en nyhetsförmedlare för den nordiska matvärlden på ett bredare plan!

Informationskanal.

Inga effekter.

Ingen.

Innovationer från nätverk att applicera i vår verksamhet öppnade sinen i allmänhet.



Inspirasjon.

Inspiration.

Inte direkt.

Inte direkt.

Inte personligen, men vi har lyckats vara initiativtagare i en grundläggande förändring i det isländska samhället, det ger förstås tillfredsställelse.

It has become an argument/theme to collaborate around. It's an appealing concept.

It has broaden my horizon.

It has broaden my horizon.

It has made me think of the heritage behind preparing food, and enticed me to try new flavors and food types.

It has provided a better context to my product. Even when the main ingredient of my products is Cacao , which is not Nordic, this project has help me focus on the importance that the other ingredients in my chocolate pralines have a local connection. This has made my product more interesting to visitors and locals alike.

It has shown that the grasroot has to be involved in a stronger way in such programs.

It has strengthened my interest in so-called weeds and ways it can be used in food.

It has worked as an inspiration and source of ideas in project development and guiding of entrepreneurs and SME´ s in food production.

It is as such useful as a policy framework in other countries, where I work with agricultural development.

It seems to be an intellectually stimulating adventure for the researchers and professionals involved.

I've gotten information and found new foreign ideas and possibilities that I wouldn't have known of/learned about before.

I've met new people in the area.

I've worked with the concept on a couple of conferences on Island.

JA . Jeg har brukt nettet mer om nordisk mat relatert til yrket mitt.

Ja det har gett mig idéer till framtida samarbeten i mina projekt omkring bla doft och smak.

Ja eftersom jag haft möjlighet att resa runt i Norden så har man verkligen värdesatt den fantastiska kunskapen som finns på restauranger i Norden. Man får verkligen upp ögonen för det som är nordisk mat, där nytänk och råvaror har en viktig betydelse.

Ja vi har haft arrangemang, både i Norge och i Norden.

Ja, möjlighet att kunna förankra vårt eget projekt bättre.



Jaa, vi hamnade ju med i programmet Mat så in i Norden.

Jag har arbetat med kommunikationsinsatser för delprojektet Nordic Food Diplomacy, så för min personliga del har det inneburit en del uppdrag.

Jag har blivit en när mer inbiten nordist. Förstår det starka med Norden och jag tycker det är trist att Sverige är så självgott och inte deltar mer.

Jag har fått träffa andra producenter och sett vad de har att erbjuda. Nya kunder har det däremot inte funnits så mycket av. De flesta verkar köra på i gamla spår och det är ju ett steg att byta leverantör eller att tänka på närodlat och ekologiskt. Det är ju väldigt bekvämt för kunden att ta allt från en partiaffär oavsett var grödan kommer ifrån (man får alltid det man vill ha).

Jag har hittat min passion inom matlagning.

Jag hittar många idéer som jag kan förmedla vidare.

Jag säljer mera tack vare NNm.

Jeg arbejder med Regional Madkultur Sjælland og samarbejder med Regional Madkultur Skåne samt andre regioner af Culinary heritage Europe som arbejder med ny nordisk mad.

Jeg er blevet mere stolt af vores eget køkken og de nordiske kokkes internationale niveau. Jeg ser det også som et vigtigt grundlag for udvikling af landbruget og fødevarerhvervet - eller i hvert fald dele af det.

Jeg har forstået at der er kvaliteter i nordiske traditioner og råvarer. Men samtidig har jeg forstået at nordisk madkultur ikke er så enestående som man forsøger at gøre det til. Der er tilsvarende bevægelser i andre regioner og nordisk mad har altid været en lokal udgave af europæisk madkultur.

Jeg liker spesielt godt ernæringsforsøkene som viser at nordisk mat med riktig sammensetning kan være like helsebringende som middelhavskosten. Det er spørsmålet om de riktige næringsstoffene i riktig mengde som er avgjørende for helsa, ikke hva råvarene heter og hvor de er dyrket som betyr noe.

Jeg tænker mere over hvor mine råvarer kommer fra.

Jeg tænker økologi og bæredygtighed.

Jo, att det är roligare och se att andra också börjat bry sig om närproducerade råvaror och kvalitet. Då har man större chans att ha kvar dom bästa producenterna. Men lägg märke till att detta bara ökat lite lite!

Kanske produktkännedom om sådant jag inte visste fanns och tillfällen att få smaka på det.

Kontakter.

Kontakter med kunder.

Kontakt nät.

Kunskap om vad som görs i andra länder, inspiration till vad vi kan göra i Sverige.

Känslan och tron på att vi här uppe i Norden också kan prestera mat av hög kvalite har stärks i mitt medvetande.



Learn more about the scandinavia.

Lidt.

Lite inspiration till vad jag själv äter.

Lite ny kunskap har kommit.

Marknadsföring av Voksenåsen.

Material to write about.

Medvetenheten om regional mat. Men det har jag kamrater som arbetar med professionellt. .

Mer kännedom av de lokala producenterna.

Mkt mer intresserad av det nordiska i större sammanhang. T ex hur samhället fungerar, politik och energiförsörjning.

More influence at the area and the future. Focused more on it.

Mulighet til å gjennomføre en ide. Utvikling av Nordiske matsuvenirer!

Nei.

Nej.

Nej.

Nej.

Nej.

Nej.

Nej desværre. Jeg håber at kunne blive mere involveret.

Nej egentligen inte än men hoppas att det blir så.

Nej, inte direkt, men efterfrågan på långkokskött har ökat.

Nej, överhuvudtaget inte. Det skulle kunna och vi har sökt för ett projekt men erfarenheterna avskräcker; det är inte lönt ta sig genom processen när det int eger något. det känns som det är ett superdanskt projekt.

Nej.

Nej. Tyvärr - då jag jobbar i en svensk smoothie organisation är vi både nordiska o nya och mat - men inte varit i kontakt med Ny nordisk mat på ngt sätt tyvärr.

Networking, getting in touch with other people that's working with food in Scandinavia.

Nja, en ny kund.

No but it can, as if this was meant to be to promote and show the quality of what the Nordic can do than it would have been presented to the people working in the food industry on all levels. Not only

selected chefs or company that fit in the image people in charge like to see.

Not really. Maybe I follow more carefully the discussion around the Nordic food.

Not yet.

Nrj.

Ny Nordisk mad har forøget mit brug af gode råvarer.

Ny nordisk mat har satt fokus på de råvarene vi har tilgjengelig og gitt dem større verdi i det daglige. Det nordiske kjøkkenet er blitt eksotisk og er fullt på høyde med det franske.

Ny Nordisk mat har varit en av de bästa verktyg för att främja Norden dess värderingar och kultur. Det är mycket hands on och begripligt för alla.

Nya affärskontakter och framförallt personlig kompetensutveckling.

Nya kontakter!

Nya samarbeten inom mitt företag, personlig kompetensutveckling.

Nye oppskrifter med både gammelkendte råvarer og nye planter i naturen.

Något lite större nätverk. Fått insikt i att det är svårt att greppa det nordiska samarbetet.

Nätverk.

Nätverkande, stort brett kontaktnät. Möjlighet att besöka olika platser runt om i Norden och träffa nya spännande människor. Få en inblick i vad som sker på en nordisk nivå.

Olika nya uppdrag.

Perhaps you have helped influence the availability of Nordic products here in California; I can get Norwegian beer from Grimstad, and it brings the culture of my ancestors the attention of more people.

Planning new projects (education co working) together with Nordic education organisations.

Promotar vad vi har i Norden i matväg på annat sätt än vad man gjort tidigare. Lyfter fram det som alternativ till andra länders kulturer som smittat av sig på oss som t. ex. franska, italienska eller amerikanska köket.

Pushed us so we work even harder for increasing the use of local food.

Samarbetar på ett nordiskt plan, bygga nätverk, inspirera. Det viktigaste är att vi är denna neutrala mötesplats inom matområdet.

Samarbete över de nordiska gränserna, jag har fått kontakt med personer som arbetar med liknande frågor som jag.

Samverkan.

Se mitt svar under punkt 3.

Stolthet.

Stolthet over den nordiske maten og nyskjerrighet i å teste nye oppskrifter og råvarer.

Større bevidsthed om vore egne Pro. Dukter.

Svært lite. Tenker kanskje mer Norsk og Norske råvarer. ,.

Svår fråga då jag arbetar med media och gastronomi. Jag är en del av rörelsen.

The whole new network of Nordic food family, very good projects and excellent communication has given a lot.

There are lots of things uncommon in Finland with NNM. We're (in Finland) going in the same direction as NNM so it has helped us out in that way. We have the same problems and so on.

There is not a good cooperation between the nordic countries. Each run for it self.

To my work and personally in my old cooking.

Tyckte konferensen i Helsingfors 2011 var mycket givande och gav ny kunskap och kontakter med andra inom samma område.

Tänker mer på maten och hur vi kan vi få andra att minska på slösandet av mat.

Udbygget mit netværk.

Vi bruger "manifestet" som en form for fast holdepunkt for udviklingsarbejdet lokalt. Når der skal arbejdes med kvalitet i relation til lokal fødevarerudvikling, er det vigtigt at kunne henholde sig til en form for "alment godkendte værdier".

Vi hade en gemensam middag som sponsrades med bidrag från nordisk mat. Gav en god effekt med större uppmärksamhet kring vårt företag.

Vi har skapat flera olika rätter. Som inspirerats av lokala råvaror.

Viktigt få känna stolthet över det man producerar, kanske öppnat upp för nya grödor som vi testat !

Vissa insikter att jag kan förena det med mitt nuvarande jobb.

Vårt koncept har egentligen byggt på Ny Nordisk Mat redan innan begreppet introducerades.

Yes, i started to eat some vegetables that i never tasted before.

Är för dåligt insatt för att kunna ge ett svar.

Ökad kunskap om andra länders matspecialiteter.

Ökad kunskap om matkultur, kommunikation om mat. Innovationsperspektiv.

Ökat internt fokus på produktion.

Ökat kontaktnätverk över hela Norden.

Ökat medvetenheten om specialiteten som Norden har att göra med.



Økt bevissthet knyttet matkvalitet og produksjon av mat. Mer opptatt av hvilke forhold dyr lever under, og reduksjon av kjøttforbruk Økt forbruk av grønnsaker Jeg kjøper mindre ferdigmat og går sjeldnere på restaurant enn tidligere. Bruker mer tid på å lage mat, og kaster mindre mat enn før Jeg er blitt interessert i konserveringsteknikker.

Økt fokus på begrepet i undervisningen.

**Information and Communication - Comments.**

All info från ny nordisk mat är på danska och kan verka uteslutande för alla andra nordiska aktörer. Det går ut ett halvhjärtat mail på danska lite då då och om olika verksamheter som fått ekonomisk stöd.

Bra info på Mail, men ikke så mye å se til det i andre kanaler.

Bra? Pinsamt är ordet. Man borde skämmas att skriva nyhetsbrev på danska. hur ska en finne förstå dem?

Dele af kommunikationen er OK, adgang til presse er brugt godt. Men de grundlæggende mangler skinner ofte igennem.

Der skulle måske defineres forskellige målgrupper. Slutbrugere, køkkenpersoner, politisk etc.

Det folkelige gennembrud mangler endnu.

Det kommer löpande nyhetsbrevs information vilket är bra. Tyvärr är alla information på danska vilket har gjort att jag inte har haft tid och ork att läsa.

Dålig eftersom jag inte känner till den.

Fint nyhetsbrev.

Framstår mest som en serie konferenser och evenemang för de utvalda.

Har lite svårt med att träffarna har varit under den tid när det är som mest att göra på vårt ställe.

I see only the newsletter, and I assume you do have more activities. Please consider something like Epicerie Fine on the French network TV5 Monde: a chef explores the cultivation and culinary use and appreciation of an ingredient. I will look for webcasts.

Informasjonen har vært elendig med tanke på befolkningen generelt Budskapet er lite synlig for folk flest- nesten fraværende.

Inget vidare nyhetsbrev, bara massa text som inte inbjuder till läsning.

Jag har nyhetsbrevet så jag är informerad men jag har inte sett någon annan information.

Jag jobbar med våra kunder i hela Norden, men i Sverige har jag intryck av att Ny Nordisk Mat inte är känt alls. Stora sjukhuskök och privata aktörer har inte hört om projektet. Medan "alla" i Norge och Danmark verkar ha koll.

Jag vet ju inte vad jag eventuellt har missat av info.

Jeg er usikker på vor gode vi er til kommunikation. Så vidt jeg kan se når nyhedsbreve, you tube videoer etc kun ud til ret begrænsede og i forvejen "frelste" målgrupper. Vi burde kunne komme ud til langt større grupper fx af unge.

Jeg får eposter som jeg er glad for, men klarer ikke å engasjere meg i innholdet. Jeg er usikker på om det er prosjektene som er for akademiske eller om det er kommunikasjonen som er for akademisk.

Jeg får informasjon om programmet via mitt arbeid i det nordiske. Men jeg synes det skulle vært brukt litt mer ressurser på å nå bredere ut.

Jeg har måske ikke selv været god nok til at deltage i flere aktiviteter der er belvet tilbudt.

Jeg synes, det er en meget anonym og snæver kommunikation. Jeg er sterkt i tvivl om, hvorvidt folk, der ikke har en særlig interesse i mad, kender til programmet.

Kan finnas/informera ännu mera.

Kommunikationen har generellt varit undermålig. För det första så har man inte använt sig av de kockar som initierade projektet och var dess budbärare och det är synd eftersom de redan hade medias ögon och öron. Dessutom verkar man inte ha haft någon fortlöpande pressservice. Jag har deltagit på evenemang och konferenser som varit intressanta men som man sedan inte läser en rad om i media. Projektet har nått ut enbart på grund av att Noma varit så framgångsrikt och behållit strålkastarljuset på den nordiska maten, annars hade den nog snabbare sjunkit i glömska.

Kun via nyheter på PC. Kommer lite frem eller i media, tidsskrifter, nasjonale samlinger mm. Enkeltaktører bidrar men ikke bredden av det norske samfunn og matatasjeer.

Kunde gärna få vara lite mera pågående i sin information och/ eller så kunde de nordiska ländernas regeringar medverka till att föra fram informationen ännu mera, tex på sina egna hemsidor.

Känns som att bredden i informationen saknas. Samma aktörer syns och hörs hela tiden. Lyft gärna fram fler goda exempel, dels vad gäller spännande lösningar men också andra infallsvinklar som t. ex. finansiering och annorlunda samarbeten. Lite för mycket fokus på råvaror och kockar och för lite på nya sätt att arbeta med måltidsupplevelser. Har själv tipsat om saker som blivit bortvalda i informationsflödet.

Min erfarenhet är endast från nyhetsbrevet och det fungerar helt ok.

More public media coverage at least in Iceland is due.

Månedsbrevene er veldig bra!

Nej. Jeg mener at f. eks. at de regionale informationskontorer skulle ha' lidt mere information om aktuelle emner som f. eks omkring skolemad. De kunne ved det tage fat i deres områder og muligvis vække opmærksomhed omkring NNM.

Nyhetsbrev.

Nyhetsbrevene er veldig gode. Linkene på websiden, som linker til blogg, kan forbedres.

Nyhetsbrevet är ett guldkorn och samtalen jag har med mina kollegor samt era representanter runt dessa ger framtidförhoppningar.

Ofta kommer informationsbrevet försent (i relation till oliak events).

On many ways has elitism been very present in the program.

Programmets information är bra och efectiva. T. ex.

Se frågorna på sidan C.

Skulle vært mer synlig i mediebildet. Jeg fant bare informasjon om NNM gjennom nettsiden deres.

Snälla, jag är ju inte intresserad!

Synes mailene som kommer ut er interessant og masse spennende samarbeide på ulike plan.

The communication has improved a lot under past few years. There are very competent people doing communication (project manager & comm officers).

The information I get about it is through the Newsletter from the Nordic Ministers.

The informationaction has been very strong in the year 2012.

The newsletter make me uninterested. It doesn't seem to be written for ordinary people.

Utmärkta nyhetsbrev, överhuvud taget från Nordiska Rådet.

Vet egentligen inte hur det är uppbyggt.

Vet inte hur de ekonomiska möjligheterna är, reklam typ; den resande tomaten var ngt. Som slog igenom bra!

Vet inte vem som dom ska informera, om jag ska bli informerad så är jag inte det.

Väldigt bra men många som inte får informationen.

Øger interessen for emnet på en forståelig måde.

The information on NNM's website - Comments.

Börjar bli mer djupgående.

Could put some more effort in to translating in to english.

Den virker litt tilfeldig lagt opp. Noe informasjon er dårlig lagt opp mht til lenker til videre informasjon.

Den är för kompakt, mycket text. Inget fel på informationen men formen är inte så insäljande.

Den är så bra den går att få, vet ej om den behöver göras bättre. All nyttig information finns ju där tillgänglig.

Det er mye informasjon på hjemmesiden. For min del er den ikke attraktiv å bruke.

För lite på engelska - viktig när jag vill informera mina europeiska kollegor.

Good be better and more in English.

Hemsidan innehåller rapporter och returinformation men är inte kommunikativ.

Hjemmesiden fungerer bra.

[Http://newnordicfood.Org/projects/new-nordic-every-food/](http://newnordicfood.Org/projects/new-nordic-every-food/) this page has no content.

Hvad angår Island kunne jeg godt tænke mig at se billeder og lidt mere om deltagere fra Island. Kampagner og projekter har jeg hørt om i forbindelse med nordisk mad i Norden hus i Reykjavík, noget stort omkring nordisk mad i udlandet og i forbindelse med skoler.

Infon om evenemangen kan ibland vara lite kort och verka riktad bara till de som redan vet om vad det gäller inte för nyfikna "nya".

Informationen er fin men jeg kunne ønske at hjemmesiden lagde mere op til kritik og debat. Tonen er ofte for positiv og selvrosende.

Informationen är ofta bra, men hemsidan är inte alls överskådligt, utan ger snarare ett ganska rörigt intryck.

Inte helt lätt att surfa inom. Man hamnar lätt tillbaka till utgångspunkten.

Inte så lättläst.

It is not spread widely enough. You are not using the opportunities well.

It's a bit complicated, not a very clear website.

Jag har besökt sidan men kommer inte ihåg infon eller utformningen.

JEg har ikke haft overskud til at fordybe mig nok i de tilgængelige informationer.

Kunde gärna finnas på svenska.

Kunde vara mer inriktad mot specialintressen och en samlingsplats.

Linker, som til bloggene, kan forbedres. Kalenderen også.

Lite svært att hitta information.

Luddigt.

Länge sedan sist. Men säkert bra.

NNM`s websidan är jätte informativ och bra. På sidan ligger alla informationen vad kan tänk på. Jag är glad att NNM har egna sidor och vi har bra kompetenser hålla sidor på.

Nogle ting kan være lidt svære at finde.

Not enough updates.

Ok, men lite tråkig.

Samme problem, de grundläggende mangler.

Skulle gjerne hatt fler norske innslag. Kan til tider være vanskelig å forstå dansk og svensk. Ellers er layouten fin og det er lett å finne frem.

Svårt att hitta.

Svårt med språket, danska o norska, ibland, lätt att man bara hoppar över.

The website is somewhat confusing and information often not easy to find - links to other webpages unfortunately frequently broken.

Tillfredsställande.

Viste ikke dere hadde hjemme side!

Informational letters/information e-mails - Comments.

Brevet er informativt, men mangler udadvendthed og energi til at gøre andet og mere en fortælle om, hvad der sker.

Den burde vært tilgængelig for mange fler - mer synlig.

Der bør gøres en større indsats for at få informationen fra yderområderne som fx Vestnorden med.

En gång i månaden. Alldeles lagom.

I have received 4 in the past year; I would prefer monthly. Perhaps include some (small) pictures, too.

I nuvarande form kommer de lagom ofta. Ifall informationsbrevet skulle utvecklas till ett _nyhetsbrev_ som speglar den nordiska matvärlden, så borde det komma oftare.

Igen, mangel på basal og grundig viden hæmmer programmet. Nyhedsbrevene kommer med OK intervaller som det er nu, - der er ikke mere at informere om;- hvis man tog mere og dybere fat om enkelte temaer, f. ex. fødevarekvalitet eller fødevarehistorie, så kunne det gerne komme oftere.

Just so the website now, so you see that information can't be so very much existed if we only look at his from time to time, or year to year. Maybe Iceland is missing out in the Nordic?

Men konkrete eksempler skal findes andre steder f. Eks i Brugsforeningernes kokebog.

Nyhedsbreven er meget lange og sikkert gode for dem der arbejder indenfor madbranchen.

Nyhetsbrevet är säkert intressant men jag läser det inte eftersom det har varit på danska och det har tagit mig lång tid att läsa.

Prøv dog at lave et informationsbrev, som kan interessere den almindelige nordiske forening. Vi holder NORDISK MIDDAG hvert år for vore medlemmer, men det kniber alvorligt med støtte fra Ny Nordisk Mad.

Se tidigare svar.

Som alla nyhestbrev från Nordiska ministerrådet är det utmärkta.

Som jag nämnde tidigare läser jag dem inte för de är dåligt utformade.

Som nævnt: Har ikke haft helt nok tid til at fordybe mig i informationerne pga. At dette interessefelt kun er en mindre del af mit daglige ansvarsområde.

The activities and hence information tends to focus on the Nordic Region alone. In my view, the strength of the "New Nordic Food" Brand lies in its possibilities to brand and promote the Nordic Region abroad. Hence, there should be far more activities and resources put into spreading the word and doing events OUTSIDE the Nordic Region. Embassies and local tourist offices, etc can be a helpful partner in this. On strategic important and large markets



(I. e. Japan, the US) one or two people could even be hired to work full time on promoting New Nordic Food in that country.



Information about Ny Nordisk Mat on Facebook - Comments.

Eftersom jag använder FB, lätt att dela / ta del av nyheter och idéer.

For those who cannot read Scandinavian I think it would be a good idea to have an English Facebook also.

Gärna mer bilder.

Har aldrig sett det.

Har inte sett allt för mycket!

I don´t Facebook.

Ingen FB för mej.

Jag följer inte Facebooksidan så mycket att jag kan kommentera den.

Så otroligt många som besöker Facebook!

Visste inte att den fanns.



Are you missing any type of information or activities related to Ny Nordisk Mat on Facebook? - Comments.

:kanske temastunder och "lektioner" i vad man kan göra med udda råvaror.

Ett aktuellt recept för säsongens gröda !

För att finnas måste man hela tiden synas, så man behöver hela tiden berätta om sina aktiviteter. Aktiviteter riktade till allmänheten behövs också.

För lite på den sidan för att uttala mig.

Gjerne legge opp tli flere eksempler på aktiviteter eller prosjekter som drives rundt i de nordiske landene.

Har fått förfrågningar om var man kan söka understöd för projekt kring Ny Nordisk Mat och det har jag saknat.

Har inte kollat på den sidan.

Kan inte komma på något just nu.

Kan inte svara på det.

Känner ej till er.

Nej. (7).

Orkar inte följa allt på Facebook så jag är tyvärr inte uppdaterad med vad som händer med Ny Nordisk Mat där.

Svårt och säga!

Vet ej.

**What do you think are the most important strenghts regarding the Nordic collaboration concerning Ny Nordisk Mat?**

Der er komme tmange produkter på markedet med et nordisk image, det er flot. Men der må være et stort potentiale for at gøre reklame for de nordiske landes fødevarer i vores eksportlande, som man kunne bruge bedre.

- dyktige og dedikerte mennesker i både programledelse/sekretariat, prosjektledelse og i styrings-og arbeidsgrupper - god og forståelig struktur i prosjektene - rød tråd - resultatorientert - god gjennomføring og oppfølging.

"Tillsammans är vi starkare".

1. The political commitments between Nordic countries/ministries to Nordic food issua 2. Discussion about nordic food culture.

Alltför högtravande. Borde vara mer på gräsrotsnivå!

Ambitionen att vara ett nätverk över de nordiska gränserna och att föra ut nya ideer. Ambitionen kanske dock inte lyckats helt och hållet . Men seminarier mm har intressanta innehåll och projektet bör få en fortsättning.

At de ulike aktørene kan komme i kontakt med hverandre.

At der skabes positiv opmærksomhed om gammelt og nyt i madkultur.

At det fokuseres på det nordiske, og ikke bare på eget land.

At det giver en bedre viden om hvad vi har af mad, madvaner mm i egne lande såvel som i nabolandene, og bidrager til øget fællesskabsfølelse.

At fødevarerbranchen har udnyttet ideerne i programmet - den virksomhedsdrevne del er helt afgørende.

At gammel nordisk viden om lokale råvarer og lokal tilberedning bliver opdateret og tilgængelig for nye generationer i hele Norden. Det styrker fællesskabet.

At vi her oppe i Norden står på vår egen tro på et nøkternt jordbruk med BONDEN og næringsmiddelindustrien. Vi burde dog satse mer på å ruste opp smavirkene slik at de blir mottaksdykrige nok til å ta imot bønde som vil annet enn hva samvirkene ønsker. Datterselskaper hvor den regionale - og okale maten får egne muligheter fremfor å bli en flaskehals for produksentene.

Att alla jobbar för samma sak och att man får ut det i världen att det här är en produkt värld att titta på. Men man behöver jobba mycket hårt för att uppnå målet och sen skall man också veta att det bara är ett fåtal som verkligen brinner för det här ännu. Men man hoppas att folk får upp ögonen snart och inser vad som funkar och inte funkar!

Att Danmark har lyckats med att lansera begreppet till världen via René Redzepi.

Att den nordiska matlagningen får högre status och kan konkurrera med t. Ex asiatisk mat



här på hemma plan.

Att det blir större fokus när man är fler som samarbetar.

Att det ger nordiska råvaror och kockar en tydlig identitet.

Att det just är nordisk och kan på så sett, i högre grad, bortse från de nationella ramar, strukturer och konkurrens och i stället fokusera på synergier, erfarenhetsutbyte, gemensam internationell konkurrenskraft och skapa effektiva nätverk.

Att det nordiska lyfts fram.

Att det nordiska samarbetet ger möjlighet stärka och öka fokus på hälsa.

Att det skapas många gemensamma forum som innehåller såväl producenter och konsumenter.

Att det är ett område som har stor betydelse och stor utvecklingspotential för alla nordiska länder. Det finns olikheter kring matkulturen i de nordiska länderna, men likheterna är ändå större än olikheterna.

Att det är nyskapande och inspirerande.

Att det är viktigt att bevara gemensamma värden kring Nordisk matkultur.

Att fokusera på gemensamma problemställningar och att hjälpas åt att lösa dessa. Dock med infallsvinklar från olika håll - som ofta kan vara mkt givande. Tvärvetenskapligheten är också viktig.

Att få synlighet för den goda maten och att det blir nätverk och samarbetsprojekt.

Att hitta en gemensam nämnare för utveckling utav matvanor och utveckling utav gastronomi överhuvudtaget, offentligt och inom restaurangnämnden.

Att jag får inblick i vem som sysslar med vad inom de olika länderna.

Att just Norden är hett, intressant, varierat och unikt. Att vi står för värderingar som är heta. Rotman skriver i sitt senaste nummer om the Nordic Compass, det som vägleder framgångsrika ledare i dag. Vildhet, renhet, den nordiska modellen.

Att man lyter fram fångfal Att alla medlemsstater jobbar på flera olika nivåer, mot restauranger, privata och skolor. Det är ett brett spektrum och en stor mångfald.

Att man använder lokala råvaror och på de sättet stöder den lokala producenten.

Att man fokuserar på dom lokala råvarorna och smakerna, som står sig väl i jämförelse med det mesta av de importerade . Höjer statusen på vårt lokala matarv!

Att man får dela erfarenheter mellan länderna.

Att man försöker sätta den nordiska maten på kartan och berätta att det är faktiskt något att räkna med.

Att man har ett gemensamt koncept som kan illustrera de nordiska länderna både enskilt och gemensamt.

Att man har kunnat enas om att vi har en egen matkultur i Norden samt att vi har olika råvaror i Lappland och Norrland som man t. Ex. inte hittar i Danmark.

Att man kan bygga nätverk och växla erfarenheter.

Att Norden har en gemenskap. Speciellt för Norge är detta bra då de inte är med i EU.

Att ny nordisk mat fått genomslag i hela Norden. På många restauranger i Norden görs maten nu enligt konceptet "ny nordisk mat". Märks väldigt tydligt på Färöarna och Island, som tidigare hade "trist" och "stampig" mat på varje restaurang - nu finns där restauranger som serverar verkligt god "ny nordisk mat".

Att samarbeten skapas som ger mervärden jämfört med om varje land gör en akvitet ensamt.

Att satsa på även offentliga måltider.

Att se Norden som en region.

Att synliggöra Norden som en region på en global nivå.

Att vi har fått upp diskussionen kring mat för barn och institutioner och dess betydelse för välfärd.

Att vi profilerar Norden som en stark matregion. Att kockar, råvaror och tankesättet (manifestet) blir synligt i diverse olika internationella tävlingar.

Att vi är ganska små men ändå stora. Behöver ett forum där vi träffas.

Bra personer som jobbar med det.

Connecting the actors in the Nordic countries. Creating enthusiasm and give inspiration.

De bure være mer synlig i media. Flinkere til å bevis og synliggjøre at det er et felles nordisk samarbeid med enhetlig informasjon til alle landene i Norden. I dag er budskapet anonymt.

De nordiska länderna har mycket gemensamt när det gäller råvaror och syn på kvalitet. Bra att gemensamt agera för att få ökad uppmärksamhet. Bra också att inom Norden få ökad kunskap om de andra länderna.

Den främsta styrken er samarbeid over grensene, som er satt i system.

Den främsta styrkan på Åland har varit att ha driftiga medarbetare i referensgruppen. Under de år jag varit med har referensgruppen varit väldigt aktiv och många evenemang har ordnats för olika målgrupper.

Den främsta styrkan är själva samarbetet, erfarenhets- och idéutbyte.



Den fällesnordiske dimension er vigtig;- det er ofte samme problemer (tekniske, markedsadgang, distribution) som innovative små fødevareproducenter står overfor, og man kan ofte lære meget af hinanden. Og landene har haft samme snobberi overfor sydeuropäisk mad, og har derfor samme udfordring med at se på egen/nordisk kvalitet. Og så er den fälles / samfaldende kulturhistorie väsentlig.

Den nordiska förankringen, gemensam syn på riktlinjer, fokus.

Den största effekten inom det nordiska samarbetet är att här är ett succes-projekt med hemvist i nordisk samarbete, vilket inte är helt vanligt. Effekten har blivit att man ser på hela det övriga samarbeten lite genom "NNM-glasögon",.

Der er masser af vidunderlige tiltag og dygtige mennesker, men generelt synes jeg desværre, det, som nævnt, er lidt en hemmelighed for andre end de særligt interesserede, hvad der sker. Mere udadvendthed, mere engagement og personlighed vil måske løfte programmet en del.

Det borde vara flere fellesprojekter.

Det breda greppet - att engagera både näringsliv, kultursektor, offentliga aktörer, media.

Det er positivt at man får satt et toppfokus (politisk ledelse etc) på Ny nordisk mat.

Det er vigtigt at have det nordiske samarbejde indenfor Ny Nordisk Mat. Det giver mulighed for udvikling af fødevarevirksomheder lokalt.

Det har bidragit till att synliggöra kockyrket och en satsning på nordiska råvaror och traditioner.

Det nordiske samarbeidet kan nok utvikles i retning av mer konkrete produkter, gjerne i form av konkurranser i samarbeid med TV.

Det skulle kunna vara fantastiskt men är det inte i sin nuvarande form. De som styr nu är byråkrater som mest är intresserade av få lön och inte av reella effekter.

Det stärker matfrågorna inom offentlig sektor. Bra att Livsmedelsverket har startat projektgruppen som arbetar med den offentliga måltiden. Viktigt!

Det tværnordiske samarbejde.

Det virker som om det er drevet av mennesker som har stor kunnskap om nordisk mat og matkultur.

Det är ett helt nödvändigt samarbete för framtidens utveckling.

En fælles platform, der giver styrke og gennemslagskraft internationalt. Faren er dog, at de enkelte lande samtidigt satser på at markedsføre sin madkultur nationalt og regionalt ("Smagen af Danmark", Gotland osv.). Gensidig inspiration. Er der en egentlig NORDISK fødevarefestival?

En genoplivning af "Den Nordiske Sag". Et fokus på kvalitet af råvarerne. Den nordiske



langsommelighed - også i væksterne.

Engagerade kockar och andra aktörer.

Enighet ur internationellt perspektiv, viktigt och stärkande att dela på kompetens, länderna har mycket gemensamt men måste sammanföras / länkas ihop och det kan programmet hjälpa till med. Politiskt och ekonomisk tyngd i uttalanden som görs gemensamt.

Ett nätverk mellan de nordiska länderna som stärker och sprider kunskap om nordisk mat. Och framförallt att man inspirerar att lyfta fram den nordiska maten i olika sammanhang - allt från hemma-maten, den offentliga måltiden och i nya sammanhang, samarbete med de kreativa näringarna.

Exchange of information.

Fokus på kvalitet, opbygge nye netværk, sikre politisk opmærksomhed.

Fokus på mat.

Fungerer bra.

För kunskap inom området.

Föreningar och utvecklare.

Förstärker på privata sidan mat som företagsverksamhet och även kompetenshöjande på Nordisk nivå. Ett framgångsrikt nordiskt land överför sin kompetens till övriga nordiska länder. Programmet lyfter länderna tillsammans.

Gemenskap ger starkare effekt, och stärker vår kultur.

Getting new people together and starting discussions.

Har ingen kunskap.

Har ingen åsikt.

Har økt fokuset på lokalproduceret mat i regionen.

Harriets "Mat och barn i Norden" sidan på FB är ett bra exempel hur man kan samla personer som jobbar med samma saker. Årliga konferanser/ nätverksträffar är bra så att man också har möjlighet att träffas. Kanske mer info i pressen så att t. ex fler personer som jobbar inom offentlig måltid får vetskap om NNM. Alla kanske inte rör sig på nätet. Kanske fler politiker borde "bjudas in"/ lockas till olika NNM-evangemang.

High skilled professionals at the catering sector, good input to the information services, public interest to the clean and safe food.

Höjda matpriser, få bort allt det dåliga, öka kvalitetstänket bland vanligt folk. Mamma scans köttbullar är ett hån mot den ensamstående dubbelarbetande mamman som borde få tillgång bättre halvfabrikat i sin stressade vardag. Inte något dom både är dyrt och dåligt.



I don't know.

Important to share knowledge about welfare and food.

Ingen spesielle.

Innovation and diversification with high quality products in a market otherwise dominated with bulk products of low quality.

Inspirasjon og se hvad andra håller på med i Norden.

Internet.

It has increased people awareness of the quality of Nordic and locally grown food. It has brought new gastronomic experiences to consumers and made inhabitants proud of their heritage.

It's always good to have activities going on in several countries, a group power with people from different countries.

I've just recently entered the program you can say so I don't really know.

Jag har absolut inte förstått varför vissa får pengar och andra inte.

Jag hoppas att projektet kan hjälpa det kustnära fisket att överleva, branschen är hårt trängd från flera håll så att lyfta upp de fina lokalfångade råvarorna som alternativ till den importerade norska laxen vore bra!

Jag hoppas ju att vi små ska få sälja och kunna överleva som små.

Jag tycker att Ny Nordisk Mat ska koncentrera sig på några få frågor och göra en ordentlig handlings-och kommunikationsplan för dessa. Det är svårt att se styrkorna just nu eftersom utvärderingen inte är klar.

Jeg kunne godt tænke mig flere lokale samarbejder udbygget.

Jeg kunne ønske mig flere relationer og inddragelse af os med forskellige kompetancer indenfor nordisk madkultur. Mere netværk.

Jeg mener at værdigrundlag og ide er fundamentale og klare. Jeg kunne dog godt tænke mig at der havde været et meget kraftigere samarbejde fra især de danske myndigheder indenfor fødevareministeriet med de respektive nordiske kollega-ministeriet. F. eks. kunne det være rigtig fint hvis man påbegyndte et samarbejde omkring mærkning af lokale fødevarer - noget a la svanemærket. Den norske model med "Norske specialiteter" kunne evt. være model Vi arbejder regionalt på Bornholm med at etablere et Madkulturhus - en form for et regionalt "madlaboratorium" hvor råvareproducenter skal mødes med forarbejdere og oplevelsesvirksomheder (restauranter, røgeriet med flere) for at udvikle nye produkter/oplevelser. Jeg kunne forestille mig et helt nordisk netværk af regionale madkulturhuse. F. eks. henter vi meget inspiration fra Eldrimner, Sverige.

Jeg synes ideen med at arbejde sammen på tværs af grænser er meget udviklende og frugtbar. Derimod er det min oplevelse, at det er meget svært at komme i betragtning med



nye projektet, hvis ikke man næsten er en del af programmet på en eller anden måde. Programmet har satset meget på enkelte ambassadører (eks. Meyer), og ikke i tilstrækkelig grad indfanget alle de andre tiltag og aktører som kan bidrage til at løfte hele området.

Just att det är ett samarbete och att så många olika projekt och idéer verkar få plats i programmet.

Just samarbetet mellan kockar o producenter.

Kontaktskapande och marknadsföringen mot konsument.

Kontaktskapandet och informations utbyttet.

Kunskapsdelning, information, inspiration , nätverket och att vi är en neutral part.

Lets do the things together. I do understand, that every country have ehi own ambitions but by dividing our knowledge and kompetences we can make more. See also my previous opinions.

Likheterna mellan länderna kommer fram.

Lyfta varumärket Nordisk Matt.

Man får bra koll.

Manifestet.

Marknadsföring, främjar ett hälsosamt liv samt innovation och matkultur - det fungerar bra.

Mat för barn.

Mer fokus på nordiske råvarer, på samarbeid mellom de nordiske land, restauranter som fokuserer mer på nordisk mat tradisjoner som gi et godt inntrykk av nordisk mat.

Muligheden for netværksdannelse og økonomisk støtte.

Namnet marknadsföringsmässigt men inget som hittills setts på ön i verklig handling så tydligt.

Nettverksbygging Markedsføring av konseptet Kunnskapstilførsel og utvikling Bidrar til økt fokus på lokalprodusert og bærekraftig mat Bidrar til forbedring og bevissthet knyttet til matkvalitet Bedre marked for små produsenter.

Networking.

NNM borde koncentrera sig på konkreta saker. Man borde ses på tv, i internet, i mattidningar. Man borde provocera diskussion och debatt kring akuta problem i möjligheter, framtidsvisioner osv. Man borde bygga upp nätverk mellankökschefer, matredaktörer, blogister i samma anda som man började i kösjmästarmanifesten för 10 (?) år sedan. Framtiden är redan här och vi kommer sent i många saker – missar stora möjligheter, förstör urgamla traditioner och står passiva framför dystra framtidbilder. NNM kunde



finansiera REVOLT inom matkultur, inte rogram som slött fäjer med i utvecklingen.

NNM har skabt nye samarbejder og fødevarerenetværk samt synlighed omkr potentialerne i nordiske råvarer både lokalt og globalt.

Nordisk mad er kun for de rige - ikke for almindelige mennesker.

Nordisk mad ser ud til at være spændende projekt som åbenbart har fået stor opmærksomhed omkring nordisk mad igennem internationale arrangementer og NOMA i København. For mig at se mangler der større kontakt til provinsen. Hvis den er til stede er det forbigået mig helt.

Nordisk, att sammanslagna är vi starka. Det stöttar hälsa, matkultur och ökad medvetenhet kring vår hälsa med tanke på nästa generation.

Ny Nordisk Mat åbner op for faglige og interessenetværk, som involvere de engagerede Konferencen i Oslo var en succes - både fagligt og netværksmæssigt.

Nya samarbetskontakter.

När vi slår oss samman blir vi större och starkare och lättare att få uppmärksamhet och nå ut till folk.

Nätverk ökad kunskap det bästa för matgästen innovationer.

Nätverkandet, yrkeskunniga projektledare/nyckelpersoner. Engagemang i NNM. Publiciteten vi börjar få. Genom NNM skapa möjligheter för olika nyckelpersoner och projekt. Att det finns plats för dem och fungerar som inspirationsspruta. Visa mat i Norden och vad för potential det har.

Nätverken.

Overall positive and working together with all kinds of people with different skills and different levels. Gastronomic cheese has taken forward.

Please see my previous comments.

Positiva synen på mat och måltider och fokus på samverkan.

Probably the original manifestive that was written about 10-12 years ago. The thinking of regionalty and food having connection with history, culture and future and it has huge potential.

Profilering/Branding af Norden i turisme Synergi med sundhedsdagsordnen fælles nordiske tiltag og anbefalinger på ernæringsområdet.

Promotion.

Samarbeidet som ser ut til å etablere seg rundt tem nordisk mat, må være veldig positiv for mange bransjer. Konferansene er møtesteder, fokus på disse fra media er også positivt. Jeg håper politikere også lar seg påvirke og satse videre på en grunnleggende viktig oppgave (alle må vi ha mat!). Det at fokus rettes mot å profilere nordisk mat utad, fokus på helse, og



fokus på bransjer (opplæring og arbeidsplasser) er viktig. Selv er jeg opptatt av smak og matkultur/mathistorie og setter pris på det jeg lærer om dette.

Samarbete kring mat, måltider är alltid positiv! Känner att jag vet för lite och borde veta mer! Kanske kunde marknadsföringen vara bättre!

Samarbete över gränserna och att man lär sig av varandra.

Samarbete över gränserna.

Samarbetet mellan länderna, men också samarbetet över verksamhetsgränserna.

Samarbetet och koordinasjonen.

Samarbetet över gränserna, jobbar gemensamt med att lyfta de här frågorna.

Samnordisk samverkan - Norden på kartan tillsammans-samordningsvinster-nätverk-utveckling.

Savner koordinering av de enkelte prosjekt som jobber/jobbetm innenfor praktisk talt samme område. Her kunne man fått til mye mer!

Se svaret på fråga 4.

Shared vision and collaboration among diverse partners.

Sharing information and inspiration.

Sharing of ideas.

Since Ny Nordisk Mad was focusing on small producers and innovation within the frame of nordic characteristics of the program, the grasroot should have been more active. It is surprising that the competence centers working on a daily basis dis not even know about the program. It turned into a strong civil servants project, some results were good, some were disappointing.

Skapa nätverk med andra personer som gör ett liknande jobb i de nordiska länderna.

Snabbt sprida information och använda sig utav varandras kunskap.

Spreading the good ideas across the nordic countries and putting every countries food policy into perspective.

Strategies, networking, sharing knowledge, business, health, innovation, and a better world.

Strengthening the Nordic identity.

Stronger voice for each individual cuisine; will you be represented at Norway Day/.

Styrkan hos Ny Nordisk Mat är i allra högsta grad deras köksmanifest, men det jag saknar eller ser att saknas är att de nordiska länderna är dåliga på att sedan när det gäller samarbete och göra någonting gemensamt, det är ju trots allt det nordiska ministerrådet som tillhandahåller verksamheten och därigenom borde ju också de olika regeringarna



kunna komma till gemensamma beslut som kunde gälla över hela norden.

Styrken er det fællesnordiske og netværksdannelse. Svagheden er at de enkelte nationalstater stadig står meget stærkt og de nationale aktører stadig kan have svært ved at se værdien af at træde i baggrunden til fordel for det fællesnordiske.

Styrker forbruget af sunde, nordiske råvarer på en naturlig måde.

Stödjer näringsproducerade.

Största styrkan är att det är ett nordiskt samarbete - samlar små länder till en större region. Erfarenhetsutbyte.

Svar finns redan i mina tidigare kommentarer, Lycka till!

That we're doing something together and the combination of ideas we get when we have people from different levels in different countries.

The "ground work" = NNM has put together different players in the Norden, the new ideas spread more intensively via this kind of network,.

The branding and the networking.

The common understanding about New Nordic Food and the quality of food. Also very important aspect at our food inspection at our countries.

The ideas and inspiration for cooking. Hospitality.

The ideas need to be communicated to small entrepreneurs in the hotel and catering business in such a way that it becomes standard and not something exotic.

The increased awareness and solidarity between the nations - healthy competition an healthy sense of local identity combined with a strong sense of belonging to a larger group/society.

The news latter could perhaps be structured in a theme-related way.

The possibility to work as a region instead of as individual stakeholders.

The strength in the project is the collaboration and the focus on being Nordic. It makes me proud to be Nordic and it has a stronger impact abroad to be Nordic than to be from one of the nordic countries. I don't know what could be improved.

The strength must lie in getting people with in the food industry in the Nordic to understand and be part of the program before you try to take over the world. As well focus on the next generation through the education system in all the Nordic Countries, would think this should be easy through Nordic Ministers, they should be focusing more on they're own region instead East Europe and they should be doing more promoting NORDIC out there as one unite.

The sustainable food products and thinking local and about local products. Also in a wide context to make food healthier and make healthy food affordable for everyone.



There is no doubt in my mind, that some brilliant people are involved in this project and that keeps it interesting.

Through NNM we are breaking down barriers between industries and creating new products and values . It helps us to rethink and be able to work more openly.

Tillsammans blir vi starkare!

To me the strongest part of the project is that it has brought together the people of the food industry, clearly identifying us as producers or consumers (restaurants, shops, etc), and prompting both groups to interact with each other. Of course, it has also given a lift to the subject of local produced food, which certainly goes with the times.

Together we stand stronger and we improve the quality and promote the region.

Traditioner och kulturen.

Tycker det verkar bra att lyfta det närproducerade, hur man än gör det.

Tydlig strategi med mål och uppdrag som gynnar det nordiska samarbetet.

Unified effort must result in better and more varied food dishes and food products. It also strenghtens everyone who is involved in the collaboration.

Unified effort must result in better and more varied food products and food dishes and strengthens all who are involved.

Upprättandet av nätverk inom Norden på olika områden. Bra inspirationskälla.

Utbytet och att man ser att det finns mycket som är gemensamt för länderna som kan stärka det nationella gemenskapet. Det Nordiska är en bra utgångspunkt för nationell marknadsföring.

Utökar nätverk hos mataktörer och sprider till flera olika länder som har en gemensam nämnare och intresse.

We are a small region, with low numbers and smallish markets, so all cooperation is good. However, you should focus on improving market access and producer convenience, especially as regards compliance with regulations made for major players. Use the possibilities inherent in the regional specialities marking, with the possibilities for exeptions to rules here.

Vet ej.

Vet inte hur det fungerar, så kan inte kommentera.

Vet inte tillräckligt för att svara.

Vi har en gemensam matkultur och samma tillgång till unika råvaror. Klart vi ska samarbeta och utveckla allt som hör till den. Användning av råvaror, spridning av information, m. m.



Vi jobbar så gott tillsammans i Norden och vi blir uppmärksamma på vad vi gör i vårt eget land vad gäller mat. Ökar samarbete mellan de nordiska länderna.

Vi tænker mad en som en del af de kulturelle projekter.

Vi tänker mycket lika om maten i hela norden. Våra råvaror är fina och smakrika.

Vi är för små för att synas / höras som en liten enhet. Dessutom tror jag samarbete är inspirerande för alla parter. Lite nya idéer som dock i viss mån bygger på samma grund med korta somrar och långa ljusa nätter, och den kärvhet som är så typiskt nordisk.

Vinna-vinna situation. Alla höjer varandras kunskap, vetenskap och ribba genom att göra tillsammans, och gemensamt är man större än ensam. nätverk skapas och trender och idéer sprids mellan våra länder. mer att den vanliga "svensson" fick ta del av projektet. mässor riktade till "vanliga människor", mattävlingar, matprogram mm kanske för att få gemene man att känna att det är har betydelse vad jag gör/väljer, och känna sig stolta över det som produceras i våra länder?

Working, inspires and stuff.

Välorganiserat och en stark plattform som ändå lämnar viss plats för spontana möten. Kan spontant utveckla så det inte är fastspikat, att det också kan leva i tiden.

Åpner for "mat-turisme, - en gastronomisk reise gjennom Norden. At vi, til tross for vårt klima, produserer deilig mat som i tillegg er helsefrembringende.

Ökad marknadsföring för norden som matregion.

**Do you have any tips for the leadership of the Ny Nordisk Mat program?**

- att få med de stora aktörerna i matproduktion/distribution på ett mer aktivt sätt - att samverka med krafter som önskar införa skolmat i Norge och Danmark.

- Kør på! Vi skal udvikle og fortsætte massivt!

Again, see me previous comments. Also, the relation between The Nordic Council of Ministers, Nordic Innovation, Ny Nordisk Mad is very unclear. If one of the goals are to make more information available outside the Nordic Region, it is also important that the 5 Nordic Foreign Ministries are fully on board and supports this idea.

At styrke samarbejde med allerede eksisterende aktører i de respektive lande.

Att man fortsätter delta i internationella sammanhang och satsar på det. Att föra fram det samtidigt som man försöker nå den breda publiken samtidigt som man försöker stödja tv-produktionen.

Barnen saknas, barn och ungdomars mat och hälsovanor. Mer utav den vanliga vardagsmaten för barn ska vara med.

Behandle mad anderledes i uddannelsessystemet fra folkeskole og opefter.

Better focus on training and seminars for people in the food business.

Bliv ved med at lave nyhedsbreve og dyrke netværket.

Bra att jobba med nordisk mat men tycker att det ska vara mer med det ekologiska. Det faller helt mellan båsen.

Bra om det blev ännu mera spritt hos allmänheten.

Bättre marknadsföring. Gemensamma aktiviteter för aktörer inom branschen.

Communication of the ideas could be clearer, in either Swedish or English. Articles on website are to abstract.

Consider New Nordic Food as a framework for political dialogue with other countries, for example the Baltic countries within NB8, but also and maybe more relevant as part of cooperation with the Balkan countries.

Continue the good work and don't fall into concepts and phrases that might "taste" discriminating. Even when the whole point is to lift the local stuff, some margin should be given to that which comes from outside. I speak for myself; the first time I read the principles and visions, I was not sure if my product and me would be welcome at all. After the 1st meeting, I realized that I was welcome and treated very warmly, but I could have stayed outside if I had only read the material and not met the people behind it.

Der mangler fokus på de vilde råvarer, herunder især vilde planter. Stor potentiale i de mere end 300 glemte, spiselige planter og bær.

Desværre ved jeg ikke om der er nogen fra den islandske provins der deltager aktivt i jeres

netværk. Nordic Bistro er en restaurant som er placeret i Hof, vores nye fantastiske kulturhus, i Akureyri. Kokken der har før deltaget i jeres projekter. Dette kunne måske være en mulig positiv forbindelse omkring noget spændende projekt her i Nord-Island? Eyjafjörður har til flere år været betegnet som et af Islands største mad regioner.

Det er særdeles vigtig at programmet får videre finansiering for å fortsette det viktige og gode arbeidet med å koble Norden sammen via det nordiske mat-fokuset. Nok ressurser til kunne opprettholde viktige stillinger (og kanskje etablere flere stillinger) som arbeider dedikert på et overordnet/nøytralt plan for å knytte prosjekter, aktører, nettverk og bransjer sammen via nordisk mat. NNM er dyktig på nettbasert informasjon, og man kunne kanskje se for seg at det opprettes lukkede temabaserte forum (f eks FB), for utveksling av informasjon, prosjekter, ytringer, kompetanseutveksling etc. De åpne forum blir kanskje FOR overordnet i noen sammenhenger. Dette kunne kanskje bidra til enda tettere kontakt mellom aktører i ulike land/nettverk, og redusere barriereren med å delta til tross for lange avstander. Det kan muligens koble på personer/grupper som ellers er utilgjengelige.

Det er tilfredsisslende.

Det er viktig å fokusere både på matglede og det helsebringende ved maten, og det synes jeg programledningen hittil har vært gode på og burde fortsette med. Råvarer er særdeles viktig, og da de nordiske råvarene som er tilpasset det nordiske klimaet, og kan i tillegg utgjøre mest mulig kortreist mat. Mangfold i de nordiske råvarene burde settes opp mot de få råvarene som mer og mer tar over verdensmarkedet, mais, soya og hvete, og på samme tid være buffer mot all "industrimaten". En smaksrik, sunn og kortreist nordisk mat og vektlegging av nordiske mattradisjoner ville være mitt fokus, d. v. s et mangfold av innfallsvinkler på den nordiske maten.

Det kunnw legge på flere hender.

Det skulle vara intressant med en ännu tydligare koppling till hur jag på lokal nivå kan nyttja programmet; kunna söka medel för att göra studieresor till intressanta verksamheter som beskrivs inom Ny Nordisk Mat.

Det som tidigare kom fram att man kan informera vidare om någon önskar information om det överhuvudtaget finns möjlighet för stöd kring projekt som gäller Ny nordisk mat.

Det ville være dejligt med kort over nordiske mad produkter - hvad findes hvor?

Disseminate more efficiently by using social media.

Disseminate more efficiently by using social media.

En gemensam "smakens dag" i hela Norden. Då även skolor/daghem som inte sysslat med Saper skulle få stöd och info innan. När det är NNM-konferanser kanske man borde få press att skriva mer om NNM i alla nordiska länder. Positiva matnyheter och olika NNMprojekt borde få ännu större synlighet i media.

Ett tips kunde vara att samla alla kockar innanför offentlig måltid till en egen gemenskap i organisationen och där dessa innovativa kockar kunde utbyta erfarenheter, det är ju trots allt vi kökschefer, kockar och gastronomer som är motorn i maskineriet, och ute i världen vet jag det finns en hel del kockar som brinner för den Nordiska maten och det som Ny

Nordisk Mat står för. Här kanske man har en uppgift i att förverkliga deras mål genom att samla dem under samma paraply så att säga.

Fler konkreta events, mer handling än kommunikation.

Focus more on organic, small scale farms and home growing.

Focus on gathering the right access and spreading right knowledge to the access. Make sure that the right persons get information, so we can achieve more and be more ambitious.

Focus on the regional pluralisme within the nordic countries Focus on the creative part in the food cultural landscape (urban farming, pop up restaurants, food theatres, food events, culinary flee markets, coops etc.) Focus on the common nordic strenghts in reaching out to the world.

Fokuser, fokuser, fokuser. Og arbejd mere grundlæggende. Og så må dele af netværket arbejde selv; f. eks er turisme en underlig ting at blande ind i dette, det kunne være selvfinansieret. Er de gode, lödige og ärlige produkter på plads følger det andet med automatisk (nästen). Man må have den grundlæggende kulturhistorie med, den grundlæggende födevarevidenskab med, ellers fremmer man (også) useriöse aktörer, som i det lange perspektiv skader sagen mere end den gavner. Et stort element er kommunikation, men det bör aldrig være for kommunikationens egen skyld, og det sker iblandt. Produkterne som fremmes MÅ have en korrekt kulturhistorisk information, undersögt og dokumenteret af fagfolk (hvis det er dét som er hovedelementet i produktet), de må være sunde og korrekt videnskabeligt undersögt for sundhedsfremmende egenskaber (hvis det er dét som er hovedbudskabet), og de må have de egenskaber iövrigt, undersögt og dokumenteret med state-of-the-art metoder, som de skal sälges på. Ved stort set kun at fokusere på kommunikation uden dokumentation ender man med kun at hvirvle en masse stöv op, som ikke har reel betydning for en virkelig omstilling af både produktion og forbrugermönstre.

Fokusera/prioritera och våga välja bort när vi har begränsade resurser.

For mye kameraderi og for lite fokus på å få med flere.

Forbedringer er svære at foreslå.

Fortfarande för mycket inriktning på 'gourmet' mat - gärna detta kombinerad med inriktning på mat producerat i storkök.

Fortsätta att lyfta fram det nordiska köket med nordiska råvaror, närodlat och lokalproducerat. Att även få in sådan mat på "institutioner" - skola, sjukhus, personalrestauranger med mera.

Få har en aning om vad ny nordisk mat är. Tvprogram kanske? Att det pratas mer i tidningar och tv om ny nordisk mat. att event uppmärksammas.

Få in mera läromateria som kan användas i huslig ekonomi undervisningen.

Förankra hos de som har ansvar för ett tema, snabbare förankring.



Försök få Sverige att vara med mer och inte pinka revir med Matlandet. Vi behöver fakta om de unika råvaror vi har. nu är det illa belagt. Engegera entreprenörerna mer.

Försöka få restauranger att tro på närodlat och att det kan vara en marknadsföringsfördel för dem att framhålla när regionens produkter i stället för importerade produkter. Att de ska göra meny efter säsong i stället för att ta produkter långt bort i från under tex vintern. Att närodlat livsmedel kan vara något som lockar turister, att vi har något unikt som tex havtorn, svartbröd mm. Rune Kalf-Hansen är en "kändiskock" som jobbar mycket med säsongens nordiska råvaror . Det skulle vara intressant att höra en föreläsning med honom.

Förvånad över att man inte efterfrågat högre kompetens i arbetsgrupperna utan valt att använda sig av mindre enskilda konsulter. Det ena behöver inte utesluta det andra.

Go to the grasroot!

Ha med fler aspekter, ett friskliv.

Hade varit bra med bara en dag med NNM för barn.

Har ingen åsikt för dåligt insatt.

Hur behålla nätverken i framtiden?

Hur vi arbetar tillsammans med det här på Island, vi har inte myndigheten med oss så bra här.

Important to try to get the schools and school systems and education systems to work together with Ny Nordisk Mat.

Informationstillgängligheten i Norden vad gäller livsmedel. Man kräver och önskar information om maten, men man ser inte till att den är tillgänglig för de som ska tillaga och servera maten. Grundkompetens - hur ska den höjas hos de som tillagar och serverar mat?

Ingen konkrete forslag.

Inget.

Introduce two newsletters, one for professionals and one for us more ordinary people.

Involve Greenland and Iceland a little bit more.

Ja, et koncept, som ikke blot henvender sig til de rigeste i samfundet.

Ja, lokala nätverksträffar där man informerar mer levande om vad som är på G och där man sätter intresserade personer i kontakt med varandra. En översikt av branchområden där idéer kan förankras och där personer kan kontakta varandra för ev samarbeten. för mig gäller tex utveckling av måltider i vardags- och arbetsmiljöer.

Jag ansker att det är viktigt att verkligen satsa på innehållet i projekten. Under förra omgången upplevde jag att alltför mkt "krut" lades på kommunikation (som är mkt viktigt!), men det är av än större betydelse att ha ett bra material att kommunicera om och kring. Så min önskan är att satsa på bägge delar denna gång och gärna något mer på själva



projektet och dess kvalitet. I nästa steg kan man gå vidare med den viktiga kommunikationen.

Jag gillar egentligen inte jipon av olika slag men ibland kanske det behövs. En turné genom de nordiska länderna med olika marknader seminarier ets med någon form av media med sig kanske kan leda till att fler vet vad det är och därigenom kan det få ringar på vattnet.

Jag som arbetar inom sjukhussektorn vill ha mer gällande mat på sjukhus.

Jag tycker man jobbar i rätt riktning, men det kommer att ta lite tid innan man når målet!

Jeg er usikker på arrangementene/konferansene. Jeg skulle ønske at arrangementer ble kommunisert slik at det var tydelig at "alle" er velkommen. Jeg ønsker meg en konferanse/studietur for matnettverk i norden.

Jeg synes vi bør være lidt mere kritiske omkring hvilke aktiviteter der sættes igang . FX. mener jeg Stokkøya seminariet var dårligt funderet og blev gennemført på trods af kritik. Det er vigtigt at aktiviteterne er bredt funderet fra starten. Det fællesnordiske bør styrkes og de fællesnordiske aktører som Nordgen, Nordic innovationscenter o. lign bør styrkes i programmet.

Jobba mer med att prioritera målgrupper utanför det offentliga, regionala och nationella tjänstemännen. Ännu skarpare på att nå de som jobbar med produkterna eller lagar dom. Nå ut till fältet.

Jobba mycket mer tillsammans. Göra gemensamma insatser internationellt.

Kanske ett långsiktigt mål och långsiktig strategi för det nordiska samarbetet vad gäller matsektorn. Näringsrekommendationer är redan etablerade men det samarbetet skulle kunna ökas, att det inte gäller bara näring och hälsa utan det är matsektorn i större perspektiv.

Kanske involvera företag lite mera.

Kanske se hur man kan koppla ihop de nationella projekten med den nordiska maten.

Kanske skaffa bredare kontakter och sprida budskapen.

Keep the joy of the work!

Keep up the good work.

Klare målsättningar, mere konkrete og iøjefaldende "aktioner", større lokal forankring.

Koble opp dette med Nordisk mat mot bevilgende myndigheter of prosjektmidler er viktig for å få til konkret samarbeid siden alt sytes av penger særlig hvis forskning og utvikling skal realiseres.

Kommunicera mer med folket och inte bara med interna aktörer. Man behöver ha frontfigurer.

Koncentration och kommunikation!

Konferenserna kan ha annan inriktning, ändra sektionerna och bredda perspektiven.

Kontakta nya och små/medelstora bolag i branschen mat för att nätverka både vad gäller kompetenser och annat.

Kopplingen till administrationen i Köpenhamn ska bli bättre och större involvering mot regeringarna. Större ekonomisk stöd gentemot de egentliga planerna.

Liera er med rätt personer i Sverige. Jag har inte sett några projekt som har drivits från Sverige.

Listen more to the grassroots, be more open to ideas from other than the institutional partners.

Look at public food system. More offensive and progressive in pursuing higher standards for what public food can be. Today they're more focused on private food.

Looks like current organisation does not work as it should. Nordic council of ministers and nordic council are best home places but there suppose to kind of board which follows the conclusions which other countries organizations are done. In one word; in each countrys food ministry should have own organization which works closely with other country same oragaziations. This organization decides what to do and when. This resolutions will be send to Kopenhagen where Ny Nordisk Mat board makes necessary action to realize conclutions. I do mean that by now, it seems like there is not enough common interests. Out sourcing does not make these things easier. Actions and decicions has to make by ministries not by third part operators.

Låt cirka 20% av de nationella satsningarna gå till NNM. Plocka ut administrationen från NMRs sekretariat. Bygg arbetet på lust. Inse att den internationella highlight projektet har inte varar längre än runt nästa gathörn. Fokusera på hållbarhet i distributionen också. Vi skall inte slänga halva vår matproduktion, i detta finns en framtid för nordisk livsmedelsindustri och livsmedelsdistribution.

Magnus har en förmåga att hålla ihop och driva frammåt som är ojämförbar. Det är den attityden som behövs. Det är sådana förmågor som behövs för att driva det nordiska samarbetet frammåt.

Make it fun, beautiful and interactive. . get out onto twitter, pinterest & facebook. . that is where the consumers are.

Man behöver marknadsföra detta ännu hårdare och speciellt till restaurangerna och bönderna för det är dom som skall samarbeta på en mycket högre nivå än vad som nu sker.

Man burde i højere grad overveje, hvordan hvorfor og til hvem man ønsker at brande NNM for fremtiden - NNM har stadig alle muligheder foran sig, men man skal være skarpere på følgende: - hvordan man ønsker at brande NNM (- fokus på forskning, gourmetrestauranter, hverdagsmad, fødevarerindustri, ernæringsvidenskab etc)? - hvorfor man ønsker at brande NNM (- fokus på etik, sundhed, tradition, klima, identitet, eksport, turisme, gastronomi etc)? - hvem man ønsker at brande NNM for (- fokus på den almindelige borger, kultureliten, børn&unge, ældre, familier, turister, indbyggere i Norden, tredjeverdenslande etc)? Hvis NNM skal kunne det hele hele tiden er der risiko for, at



konceptet ender med at fremstå utroværdigt.

Man kunde arrangera ett stormöte i stort sal och videokontakter till alla medlemsläder för att formulera en Manifest II med massor av passion, etik, moral, kreativitet, barnlikshet och fighting spirit. Något som cheferna kring första manifesten skulle vara stolta över.

Man måste nå ut till den vanliga restaurangen inte bara de fina restaurangerna.

Mer aktiviteter gentemot konsument.

Mer gemensam marknadsföring och PR mot målgruppen stora och medelstora företag och organisationer. Lyft fram möjligheterna med att använda måltidsupplevelser för att stärka varumärke. Mat vid olika arrangemang är inte bara till för att mätta magen utan kan i hög grad också lyfta fram viktiga budskap och skapa positiva attityder. En motpol mot höstens mediadebatt kring företags och organisationers festande. Visa på nyttan.

Mer mindre träffar för matmänniskor, möjlighet att träffas och skapa nya kontakter. Kanske bara genom enklare resor till olika regioner så man får se hur de gör och skapa nya kontakter.

Mer omfattande nyhetsförmedling. Jobba hårdare och ännu bättre.

More specific collaborations, it's been hard to get into a collaboration with Ny Nordisk Mat. They should have a team or a pointperson.

Næ.

Nei det har jeg ikke. Synes det fokuseres godt også på barna.

Nej.

Nej.

Nice to have a founding of all project. Do something with the project. People could be more active.

No.

No - that information has not trickled down to me so I have no idea of the current structure. Get the industry involved if they aren't - and I do not mean only Claus Mayer and Andreas Viestad.

Not at this moment of time.

Ny Nordisk Mad er stadig for de veluddannede og madnørderne. Nu må tiden være til at der udtænkes en strategi for at udbrede madglæde til den del af befolkningen der har mest brug for at ændre madvaner - af hensyn til både deres fysiske og psykiske sundhed.

Nå ut till konsumenter.

Någon person skulle kunna åka runt till små restauranger och diskutera hur de skulle kunna implementera mer nordiska råvaror. Samt få de lokala producenterna att



marknadsföra sig direkt till restauranger, även små ställen.

Også sikre arrangementer, viden til almindelige mennesker - det må ikke blive for elitært.

Opskrifter på skandinavisk, dvs svensk, norsk eller dansk uden 'oversættelser'. (evt. kun enkelte ord).

Organisationen är otydlig, svårt att greppa. Hemsidan, kommunikationen, organisationen och informationen utåt är otydlig.

Pekpinnar har aldrig bra effekt.

Programmet borde få en framtidsvision, kontinutet.

Samarbeide om felles prosjekter med enhetlig informasjon i Tv og media forøvrig. Sørge for at de som trenger informasjonen mest - den vanlig forbruker får den i en form de kan forstå og ha nytte av. Gjerne visuelt og prktisk.

Samarbeide tettere med media, gjerne gjennom flere reportasjer i forbindelse med spesialiteter fra ulike regioner etc. Informative programmer som underviser foket om tilberedelser av mat, med oppskrifter på hjemmesider. Presentasjoner av nye produkter etc.

Samverkan med olika grupper inom ländernas mat och måltidsfält.

Satsningar som gjordes 2012 var den rätta vägen och vi kommer att fortsätta med det vi startade 2012. Hitta goda samarbetspartner både nationellt och internationellt. Göra satsningar på kommunikationen inom projekten. Gäller också för år 2013 att hitta större nationella nyhetskretsar i de nationella medierna och att hitta och utnyttja projektpersoner som talar för programmet. Vara tillgänglig och öppen när det gäller kommunikation och samtidigt visa på resultat som vi har gjort för att locka till större och bredare publik, och intressenter.

Se forrige!

Se forrige svar.

Se tidligere svar.

See earlier comments - hope to see you at Norway Day - perhaps you were also at Fancy Foods in SF (which I missed) - tv/webcast (also like Andreas Viestad show) - perhaps another survey later this year Tusen takk!

Ser gjerne at det utlyses flere frie prosjektmidler slik at bevisstheten om den nordiske maten kan spre seg enda mer i befolkningen.

Seriösare deltagare. Det är väldigt många oseriösa privatpersoner som går in och tar för sig.

Skole og utdanning - fra primaæprodusnene, matfagene og reiseliv samles og får samme plattform og forståelse av at mat et et av nordenes viktigste arbeid å gjøre levelig for produsentene, serveringsbransjen, næringsmiddelbransje og ikke minst reiseliv. Sats mer på barn - vi har tre generasjoner i norge som IKKE kan lage mat. - Derfor heller lite sansynlig at mattradisjoner blir ivaretatt. økene plining - generasjon. Få tilbake

skolekjøkken i de tre øverste trinne på grunnskolen! Barn er med på å endre mammas og pappas matvaner. Flere kulturskoler for familiene for å øke kompetanse og kunnskap om råstoffer og hva som kan brukes til alt. uten grunnkunnskap skaper ikke maten fra bunn av. Ta tilbake makten fra dagligvarekjedene - øke forståelsen blant folk at folket har makt - om de gidder å benytte seg av den. lage et folkeopprør?

Skriv inte på danska välj engelska tänk på Finland och Island. Tillåt att nya projekt inte måste innehålla en representant från alla nordiska länder så att det händer något som är mindre akademisk och mer progressivt modernt. Underlätta import och export. Se över hur bankärenden och att enkla saker som kontokortsbetalningar hanteras utan avgifter inom de nordiska länderna för att underlätta handel.

Skulle gärna se att det skulle finnas mera samarbete inom Norden för lärare som undervisar hemkunnskap/huslig ekonomi. Anser det fungerar bristfälligt. Gemensamma kurser skulle vara ett steg framåt. Även möjlighet till lärarutbyte kunde vara mycket givande.

Som sagt utveckla nyhetsbrevet.

Sometimes it's difficult for us Finnish to be included and take part in the program because of the language differences. Really bad timing of the conference held at the beginning of november, it's held at the same time as the European public health conference. Move the NNM conference so it's held perhaps a week earlier.

Sparka de som styr projektet och anställ människor som har rätt kompetens och förstår vad som behövs. Slut med svågerpolitik och att se till egna intressen. se till hela nordens intressen och inte bara danmarks. se över ansökningsprocessen och gör det möjligt för projekt som verkligen skulle kunna göra skillnad få stöd.

Speak to Chefs in this industry, speak to opinion leaders and people that can have influence to help you and work with you. Don't be locked in your own box. Open up. And dont call you X in survey like this, call you with a name. With culinary regards Gissur Gudmundsson President of the World Association of Chefs Societies with over 10. million members in 93 countries. www.worldchefs.org.

Strategisk kommunikation, tydliggör målgruppen- vem vill ni må?

Større fokus på forretningspotentialer og på kommunikation med producenter go forbrugere.

Større fokus på hälsa.

Større fokus på producenter og branding af norden overfor udlandet.

Svårt att förstå vad ny nordisk mat är rent konkret, ni borde bättre beskriva er verksamhet - och inte bara de olika projekten ni arbetar med.

Svårt att svara på , har för lite kunskap.

Sättet vi kommunicerar på borde vara mer mänskligt och modernt, och som ska tilltala en större mängd aktörer. Finns en fara när det kommer från en ministernivå att det aldrig når

markytan där massan finns.

Ta kontakt med de äldre ålänningarna som har ett matkunnande och kolla upp deras tillvägagångssätt att tillreda klassiska ålänska rätter. Gör sedan en modifiering enligt dagens synsätt på råvara och tillredningsteknik.

Ta med endast de bönder som verkligen vill leverera till restauranger och ett mångsidigare utbud de måste förstå att leveranser sker oftare och i mindre kvantiteter samt mera jippon för allmänheten som kanske lockar dem till inköp av närproducerat mer o på d sätt styra ner priset för idag är det priset som styr mestadels.

Ta ner det på gräsrotsnivå och engagera de lokala matlagarna mera, inte enbart kändisar och tv-kockar!

The potential for cross national networks and collaboration, work more with this. Not enough to share experiences, you have to share actions. Create a network and act together.

The programme should address opportunities for creating more openness for Nordic foods, embracing inputs from ethnic groups in innovation, looking at how to improve the flavour of Nordic Foods by incorporating some foreign influences. Further to consider how to bring New Nordic Foods closer to the mainstream consumers in the Nordic countries and abroad.

The project or the issues it's promoting don't really have any visibility at the media sector at least in Finland. Maybe you should try to reach the finnish journalist more active? Or maybe you do so already :) Also the finnish version of the web site is quite "short". I think you should put more information there in finnish. People in Finland don't really want to read skandinaviska even if they'd be able to do that, and unfortunately not so many can. I don't see many video or multimedia at your web site. Short and interesting videos would be nice and easy way to get some attention in social media too.

The structure is now good (main secretary, project leaders, informant, steering and working groups). But the preparation of the issues should be better so that working group should work together more often and really prepare issues to the steering group.

Try to spread the information as much as possible to all kind of people, especially families (they are the nucleus for a further spread of the information and habits).

Tydligare kommunikation mot nya målgrupper. Behöver sprida nordisk mats budskap utanför den här främsta kresten, att komma ut och berätta om allt det fantastiska vi gör.

Tydligare kommunikation, även på Engelska. Och tydligare fokus i projekten.

Tydlighet inför allmänheten. En satsning på ännu starkare projekt med genomslagskraft.

Undervisa oss i långkok.

Undervisning i madlavning burde indgå i undervisningen i skolerne. Det gør det ikke mere i Danmark. Der er for tiden en meget forenklet opfattelse af hvordan man lærer at læse og regne. Fysiske aktiviteter som madlavning kan integreres i skolernes arbejde.

Vad är planen med NNM, efter avslutad programperiod? Finns NNM mat med / borde



prioriteras på nationell nivå, med gemensam profil?

Very important to also have the normal/general people interested in this. Do something so that the people can get and buy the different products and so on.

Vet ej.

Vet inte tillräckligt för att svara.

Work more with reaching out to the public.

Would love to see that in this program we could use medias possibilities much more because it's ok that professionals in food sector are aware of this project but there are huge possibilities to raise the awareness of average people. Could also use schools, teachers and professional training to provide NNM project/projects.

Ännu tydligare prioriteringar och förmedling av nyheter, succéhistorier, personligheter, produkter och näringar som arbetar med NNM, samt de som har en effekt av dessa olika initiativ.

Øget puljer til udvikling af Nordisk gastronomi og madkultur med afsæt i de måltider, som spises udenfor hjemmet både offentlig bespisning men især kommercielt (udespisebranchen - restaruanter, catering, turistattraktioner).

Öka kännedom om programmet i allmänheten.

Öka synligheten!

Is there any type of activity you would like Ny Nordisk Mat to focus more on?

Aktiviter der ser NNM i sammenhæng med Miljø, bæredygtighed og social velfærd bør efter min mening veje tungere i sidste periode af programmet. Fx aktiviteter omkring madspild.

Att gamla traditionella rätter skulle tas till heders, Att barnen skulle få bli mer delaktiga och att smaskola (sapere) skulle bli allmänna.

Barn och ungdomars matvanor.

Be a mediator for activities that enable us to show worldwide what we do, more showcasing.

Betydligt mer incoming och image arbete mot utlandet för den nordiska maten och informera PR mässigt och via nyhetsbrev om allt som görs. Just nu känns det som det är väldigt mycket kopplingar/engagemang till olika tjänstemän och inte de som faktiskt bygger den nordiska maten som kockar, journalister, bönder. I alla fall i Sverige.

Bidrage til udviklingen af 'madrejser' rundt i de forskellige regioner/lande mm.

Bring in the public more.

Building networks, being a platform for different organizations working with food. Form visions for what can be done in the future with public health and issues.

Børn og unge fokus.

Collaborations between food and culture areas such as film, music etc.

Consumer oriented development of new fos.

Consumer to be more aware of it. People go to restaurants and found out that the nordic food are interesting. Now you need to go further so that the usual consumer found out nordic food too. Also that they can buy the products and also help the monetary system so you can help the industry.

Consumptions. Every day that food is important.

Creating networks across nordic countries that will live after Ny Nordisk Mat before the program is over.

Det kanske skulle vara en idé att göra en matmässa? På stockholmsmässan? Allmänheten behöver få se, höra och smaka på norden för att förstå vad ny nordisk mat innebär. Vill gärna vara med att utveckla Ny Nordisk Mat, jobba med event osv. Börjar skriva min c-uppsats nu till våren om Ny Nordisk Mat finns det något intresse från ert håll? maila i så fall petterssonanna@live.se.

En samlende fælles aktivitet det binder landenes fælles nordiske madkultur sammen i en stor fortælling.

Et projekt der kunne få den almene borger til at interessere sig for Ny Nordisk Mad. Konkurrence om nye retter eller andet.



Evenemang som för matkultur konkret närmare människor.

Everything that has with food to do. Small as well big, everyone matters and think long term.

Focus more on small-scale products.

Focus more on trying to make healthy food available for everyone. Help people think healthy about food.

Fokus på andre målgrupper end de i forvejen madinteresserede. Især de kortuddannede. Tænke nudging Madpakker - både til skolebørn og arbejdspladser. Dvs. ideer og oplysning der trænger ind til den madpakkesmørrende i hjemmet. Og til den spisende.

Food and Travel Foodies Our great nature and wild mushrooms and berries, our nature New Nordic Food in restaurants and in food travel.

Food education for children.

Food for many is something that we are in nordic countries, especially in Finland, very skilled so there are many possibilities to introduce it international than we have done.

For min del er det greit å få vite om aktivitetene er for folket eller det politiske før en går ut å spør. Er hensikten å få flere til å bruke og kunne mer om nordiks mat eller er et selskap for å diskutere politikk og samkjøre saker i WTO? Ganske stor forskjell det? !

Forskning og utvikling innenfor kvalitet fra jord til bord.

Fortbilda, ordna seminarier, gemensamma kurser inom Norden för lärare som undervisar elever i hemkunskap/ huslig ekonomi samt vill grunda skolträdgård eller starta city-odling.

Fortsätt.

Främjande av kontakte och samarbete.

Försöka samla de nationella projekten och se till vad som finns i dem. Det finns några saker i de nationella projekten som man ligger långt framme med och som man kan fånga upp och utveckla. Utvecklingsprojekt kring mat och stärka livsmedelsindustrin och matturismen.

Försöla utveckla kontakter med andra europeiska nätverks om arbetar med liknande frågor.

Gastronom-, kokkelever og unge køkkenchefer trainies på de nordiske repræsentationer, ambassader. De unge kokke får et ophold på ambassaderne og laver ny nordisk i forbindelse med repræsentationer og arrangementer for ambassaden og i forbindelse med erhvervsfremstød i de pågældende lande. Udvikling af unikke lokale fødevarer ved lokal samarbejde mellem gastronomer/restauranter og lokale fødevarerproducenter. Nordisk guide for Ny nordisk mad restauranter til turister (en rejse værd) Øget samarbejde og symposier mellem de nordiske Madhuse (Grythyttan, Madkulturen, Måltidets hus osv.) med fokus på udespisebranchen.



Gatumaten och möjligheterna som finns där. Man talar lätt om fine dining och vad som händer i skolkök, men vad som händer i street food och fast food som är stora aktörer är däremot rätt främmande.

Gemensamma projekt.

Give tilskud til almindelige foreninger til arrangementer med nordisk mad.

Ha konsert, lite som idrottsengagemang och kulturengagemang. Utbreda det mer för matsektorn.

Har fullt upp med att hinna utveckla den egna gården.

Homegrown food and urbanfarming.

How to conserve food in the best way.

I grun ikke.

I think one interesting issue would be "Nordic superfoods". At least in Finland there's quite big debate about superfoods (maca, acai, goji, spirulina etc. + also a finnish "pakuri"). I guess you're already talking about nordic super berries, for example, but could you put more emphasis on different foods which can be defined as "super foods". Personally, I got interested in the one of your bloggers title "Nordic detox".

I would like to see the same kind of evens that have been carried out in Åland, on a more extended Nordic level, with participants from other areas/countries.

I ännu högre grad skapa plattformar för möten inom de olika områdena. Förankra ytterligare på ministerrådet - tydligare synergi med dem samt med privata aktörer.

If the program goes on after 2014 (which is improbable), it should focus a lot on reinforcing the production and the networking on all levels with the one making the Ny Nordisk Mad.

Ifrågasätt distributionsystemen, och vinstintressets makt. Fokusera på alternativ till snabbmat. Lär kommande generationer att laga mat.

Important to get to know actors in Nordic countries, more networking.

Info till icke invigda :-).

Information om nordiska råvaror och mat mot restaurang eller människor, både offentlig och privat måltid.

Innovation.

Internationell branding.

Intet specielt.

I've mentioned webcasts, and promoting wieder availability of nordic items I am sorry to be so brief in my comments but I was late in replying to previous survey and so wanted to be

sure to get this one done!

Jag anser att Ny Nordisk Mat är mkt bra som det är, med ett mkt bra fokus.

Jag vill se att vi satsar mer på barnen och gå in i skolundervisningen.

Jeg skulle ønske at stoffet og innholdet i NNM var mer tilgjengelig og i tettere dialog med produsenter/matnettverk/serveringsbransje.

Jeg skulle ønske en sterkere kopling mellom forskningsmiljøene og de matfaglige miljøene, slik at ernæring og kosthold ble mer sentrale elementer.

Jo absolut, den offentliga måltiden med allt vad det innebär. På det området har vi stora utfordringar att ta tag i.

Jobba mer mot konsument, ge mer åt konsument.

Just more of the same, conferences etc.

Kommer inte på något just nu.

Kommunikation.

Kommunisere mer til en bredere del av befolkningen.

Konsumentupplysning?

Local food production and marketing of them.

Local food production and marketing of them.

Lokala mässor! Provsmaikingstillfällen.

Lyfta fram även ekologiskt producerade råvaror.

Lyser upp leverantörer och sånt.

Läromaterial/foton/skolsamarbete.

Marknadsföring.

Marknadsföring via hotell/restaurant.

Mat för sjuka.

Maybe the program has been promoting the high class things a bit too much and should focus more on normal/everyday things.

Media. Political/policy work.

Meetings for families and children.

Mer mediamedverkan!



Mer om smakens betydning, nordisk matkultur og mathistorie. Og de viktige råvarene.

Mer profilering mot Hotell och resturanger.

Mer resurser till gemensamma arbeten, inte bara nätverk och kommunikation.

Mera mat för den vanliga människan!

Mera möten med restauranger och producenter om vad som skall göras för att detta skall funka på lång sikt.

Mere for de almindelige forbrugere.

Mere grundlæggende arbejde;- ikke forsøet som grundvidenskabelig, det er andres opgave, men at f. Eks. produkter som man arbejder med virkelig har undersøgte og dokumenterede egenskaber/historie/sundhed etc. Så kan det være indenfor mange forskellige aktiviteter. Et generelt kvalitetsløft.

More dishes scandinavia, more health information.

More educational, more informative.

Næ.

Nej.

Nej.

Nej inte vad jag kan komma på.

Networking across nordic borders + international press.

No.

Nordisk portal, arena för crowdsourcing.

Not that familiar with them but to continue this presentation of the nordic food. Quality.

Ny Nordisk Mat for studenter! Hvordan lage "GHB"; God, helseriktig og billig mat særlig rettet mot studenter som ofte har både dårlig råd og dårlige matvaner.

Någon typ av aktivitet för barn och ungdomar, dom är ju trots allt framtiden!

Politikerna ska vara mera uppmärksamma på tungmetaller och bekämpningsmedel.
Nordisk mat ska vara så ren som möjligt.

Politiske tiltag til forbedring for producenter.

Pop upp restauranger och försäljningsställen på Åland också!

Rikta er mer mot industri, restaurang och hotell, bli mer bransch-orienterade. Jobba mer mot marknaden, de måste förstå vilken potential det finns i ny nordisk mat.

Riktad kommunikation samt analys och förmedling av de goda resultaten.



Samla de nordiska myndigheterna ännu mer, de olika funktionerna.

Samma här för dåligt insatt.

Se foregående. Vægt på skolekøkkener fremfor Nomarestauranter.

Se forrige svar (NORDISK fødevarefestival). En nordisk tv-serie om PRODUKTION af Ny Nordisk Mat kunne være en ide for at inspirere flere producenter til at lave særlige, nordiske råvarer. For eksempel på den danske tv-kanal LandTV, som både har kontakter til producenter, forbrugere og udlandet.

Se förgående fråga.

Se ovenfor.

Se sammanhangen mellan politik och effekt i förhållande till matproduktion.

Se tidigare svar!

See my earlier comments.

Seminarier.

Skapa forum typ nätverk som ger inspiration och kunskap om 'ny nordisk mat' och vänder sig till vardagsverkligheten.

Skolmaten i Norden. Mat på dagis och att man kunde ge pengar för de projekten då de är väldigt viktiga. Också mat för äldre personer då Norden är en åldrande befolkning.

Small and medium enterprizes.

SME.

SME's and tourism.

Som jag sa i förra frågan gärna föreläsning. Eller studibesök till något ställe som lyckats bra med marknadsföring av sina egna lokala produkter. Även påverka konsumenterna att fråga mer efter lokala produkter både på restauranger o i butiker genom olika informationskampanjer. Och i slutändan handla mer åländskt. Om man frågar var tex köttet el fisken kommer i från på en åländsk restaurang i dag vet ofta inte servitrisen det vilket är väldigt dåligt. Jag har en bekant som frågade var fisken kom i från på en känd åländsk restaurang servitrisen gick till köket o frågade och kom ut och svarade: Från Chipsters! Hela restaurangen borde genomsyras av kvaliteten på maten och var den kommer i från. Pub Stallhagen är ett lysande exempel på en restaurang som verkligen lyckats där. Servetrisen prestenterar maten, var den kommer i från och hur den är tillagad på ett informativt och trevligt sätt!

Som lokal identitetsskaber + globalt brand.

Som sagt mere inddragelse - det giver også et større perspektiv.

Stödja mediala projekt som sätter regionen på världskartan. MAD foodcamp, tv-produktioner och magasin. Men även mediaträna och språkträna potentiella talespersoner



så att de internationellt kan framföra sina idéer på ett begripligt sätt.

Stötta projekt som betyder något och människor som bevisat att de kan göra något. Förstå vad som verkligen betyder något, komma in in 2013 vad gäller kommunikation och mat. Carl-Jan är igår och René Redzepi är idag. Det är av honom vi ska lära oss av, inte en överklassstött.

Sätta mera tid på att finnas i olika sammanhang. Nå vardagsnivå vad gäller nyhetsförmedlingen och nyhetskretsar.

Ta fram material och jobba med massmedia och kampanjer.

The link from the creative small scale to the large conventional industries Hospitality.

The potential of education - change the educational paradigm. Work with the food culture of children and young people. Defining/describing programs that can test and compare food gardening and school food. A food education project, a model program - how can this food topic be a recourse for collaboration.

To have more focus on media, journalists and bloggers.

Turismsatsning och då ingrediensen mat och måltid som turismnäring. Lyft fram utbildning inom matsektorn och det är allra viktigast med tanke på framtiden (att öka kompetens och kunskap).

Udviklingsarbejde omkring de vilde planter.

Utbildning inom mat på olika nivåer.

Var strategisk, gastronomi hade för dålig synlighet från ny nordisk mat.

Vardagsmat av nordiska råvaror. Hur får man ekonomi hur lyckas man som en stressad småbarnsförälder att kombinera detta med bra råvaror med -nordisk ursprung. Visa att laga mat från råvaror kan bli billigare och säkrare (man vet vad det innehåller) trots att råvarorna ser dyrare ut.

Vet ej.

Vet ej.

Vet ikke.

Vet inte tillräckligt för att svara.

Vi behöver den där saluhallen, dvs samordnad försäljning av åländska småproducenters produkter. Inte vet jag om det är NNMs område.

Vise mangfoldet i Norden ved informative program for folk flest. Ikke super kokker bare lager selskapsmat. Få hverdagsmaten/ humannskosten i fokus. Kokeboken Ny Nordisk Hverdagsmat er en bok med oppskrifter som ikke er hverdagsmat. Hverken i Danmark eller Norge. Viktig å kjenne matkulturene godt før en lager en slik bok. Mye fint faktastoff, men oppskriftene er ikke relevante.

Ännu bättre på att skapa samarbete mellan de olika nordiska länderna.