



## Whitepaper

For tre år siden blev fem fyrtårne og 25 frontløbere udvalgt til at bane vejen for en sund madrevolution i det danske idrætsliv - projekt "Sundere Mad i IdrætsLivet" blev dermed skudt i gang. Denne afsluttende evaluering skaber overblik over al den viden og alle de erfaringer hallerne har fået i arbejdet med at udskifte fastfood med slowfood.

Målet er sundere mad, hvor alle kan være med. Midlet er den stærke koncept-tænkning bag Jumpfood. Ved at tage afsæt i de enkelte idrætshallers situation og muligheder, har projektet udmærket sig ved at starte der hvor deltagerne er, ikke hvor de burde være. Med lokalt afsæt blev der lavet handleplaner, som skulle vise en vej til sundere mad i idrætslivet.

Kræftens Bekæmpelse har gennemført evalueringen, som ved projektets start og afslutning har undersøgt madudbuddet i idrætshallerne. Sammen med besøg og interviews i udvalgte haller og kommuner, er det muligt at sammenligne forandringen i løbet af projektets toårige periode.

Projekt "Sundere Mad i IdrætsLivet" er støttet af Nordeafonden og er et samarbejdsprojekt mellem DGI – huse og haller, Kræftens Bekæmpelse, Københavns Madhus, Fødevarestyrelsen og Halinspektørforeningen. Projektet er treårigt og løber fra 2012-2014.

[Introduktion \(s.1\)](#)

[7 visionære succeskriterier \(s.2\)](#)

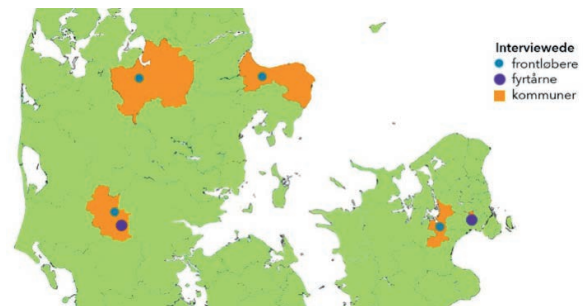
[Fokuspunkter for arbejdet med sund mad i idrætslivet \(s.10\)](#)

[Konklusion \(s. 19\)](#)

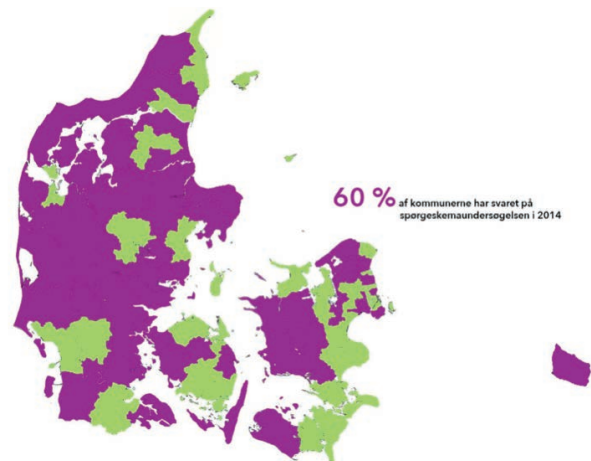
## Introduktion

Evalueringen af SMIL projektet består af en kvalitativ og kvantitativ undersøgelse, der blev gennemført fra august til september 2014. Den kvalitative evaluering består af interviews og observationer hos to fyrtårne og fire frontløbere, samt interviews med tilknyttede kontaktpersoner fra kommunen.

Den kvantitative evaluering består af to opfølgende spørgeskemaundersøgelser: én til landets 98 kommuner og én til 532 halinspektører eller andre kontaktpersoner i landets haller. Fire fyrtårne fra SMILprojektet har deltaget i spørgeskemaundersøgelsen, samt 11 ud af 23 SMIL-frontløberhaller.



For spørgeskemaerne blev der primært foretaget deskriptive analyser med frekvensanalyser og kategoriseringer af frekvenser. Interviews og observationer blev analyseret ved en tematisk gennemgang for generelle tendenser i svarmaterialet. I analysearbejde blev resultater fra spørgeskemaundersøgelser og interviews kombineret for at understøtte de generelle tendenser i datamaterialet. Desuden blev data sammenlignet med den indledende undersøgelse i 2013.



Formålet med evalueringen er at vurdere projektets succeskriterier og afledte effekter af arbejdet med at indføre sund mad i hallerne. Anbefalingerne til de vigtigste målgrupper (halbestyrere, kommuner og projektets styregruppe) indeholder projektets vigtigste erfaringer for fremadrettet udbredelse og forankring.

### Frontløbere og fyrtårne i spidsen for SMIL

Fem fyrtårne og 25 frontløbere blev udvalgt til at gå i front for at skabe en sund og attraktiv madkultur i det danske idrætsliv. Sammen skulle de vise resten af landet, at det kan lade sig gøre både at servere sund mad og drive en bæredygtig forretning. Med udgangspunkt i det udviklede koncept Jumpfood skulle fyrtårne og frontløbere sikre en positiv kobling mellem idræt og sund mad.

### Hvad gjorde fyrtårne?

Fyrtårnene skulle gå hele vejen og implementere det fulde Jumpfood-koncept. Frituren skulle ud, sunde menuer og produkter skulle indføres og usunde produkter sælges med omtanke – både i hverdagssalget og til stævner. Caféerne kunne indrettes efter design- og indretningsguides, for at få et tydeligt visuelt udtryk som Jumpfood-café.

Alle fyrtårnene afsatte selv 250.000 kr. og modtog et tilsvarende beløb fra SMIL-projektet. Dermed havde hvert fyrtårn 500.000 kr. til rådighed, som skulle dække udgifter i forbindelse med ombygning, indretning og udrulning af Jumpfood. Fyrtårnene blev klædt på til ændringerne gennem faglig sparring med partnerskabet.



## Hvad gjorde frontløbere?

Frontløberne skulle implementere de dele af Jumpfood-konceptet, som gav mening i den lokale kontekst. På projektets hjemmeside kunne frontløberne finde materialer, information om konceptet, leverandøroversigter og sunde opskrifter. Gennem processtøtte og viden kunne de inspireres til relevante ændringer i cafédriften.

## Økonomisk afsatte frontløberne

/kommunerne 60.000 kr., som skulle bidrage til at fremme en sundere madkultur i caféen. Anvendelsen af pengene blev ikke yderligere defineret fra projektets side, da behovet blandt frontløberne var meget forskelligt. Frontløberne fik løbende processtøtte og sparring af partnerskabet.

## 7 visionære succeskriterier

Ved projektstart for Sundere Mad i IdrætsLivet (SMIL) blev der opsat syv succeskriterier, som skulle være opfyldt ved projektafslutning. Resultaterne viser, at 4 ud af 7 succeskriterier vurderes til at være opfyldt ved projektafslutning, mens 3 er delvist opfyldt.

### 1. Ved projektafslutning findes der et gennemarbejdet SMIL-koncept med såvel visuelt brand som kulinariske, ernærings- og indretningsmæssige profiler.

I SMIL projektet blev Jumpfood udviklet som projektets brand, som er afprøvet og implementeret fuldt ud i fire fyrtårne og delvist 23 frontløberhaller.

Jumpfood-konceptet indeholder:

- Visuel identitet og markedsføring
- Udvikling af kulinarisk identitet – Jumpfood retter og opskrifter
- Indretning af SMIL faciliteterne
- Emballage
- Produkter
- Vejledning og handleplaner
- Kompetenceudvikling af personale
- Evaluering

Da konceptet blev udviklet til at kunne tilpasses lokale forhold og vilkår, blev der ikke fastlagt krav til implementeringsgraden. Hjemmesiden [jumpfood.dk](http://jumpfood.dk) indeholder inspiration og praktiske materialer, så interesserede madudsalg (cafeer, cafeteriaer og kiosker) i idrætshallerne hurtigt kan komme i gang med den sunde kulinariske madrevolution.

Første succeskriterium er opfyldt.

## **2. Ved projektafslutning er der fem velfungerende, veldrevne og meget tydelige fyrtårne, som viser vejen for fremtidens sunde madkultur i idrætslivet.**

Ved projektafslutning i september 2014 er der i alt fire fyrtårne: Albertslund Idrætsanlæg, Kalundborghallerne, Vorbasse Fritidscenter og Gigantium, som alle har deltaget i evalueringen.

De fire idrætsanlæg er alle kommunalt drevet og madudsalget foregår enten i cafeteria eller café. Der sælges mad i hverdage, i forbindelse med stævner og opvisninger og to af fyrtårnene sælger ligeledes mad i weekenderne.

Alle fire fyrtårne har foretaget ændringer for at skabe et sundere madudbud. Motivationen for at foretage ændringer i en sundere retning har været forskellig fyrtårnene imellem. Alle fyrtårne vurderer, at næsten al mad der sælges, er sund. Alle fire har implementeret Jumpfood. Dvs. at der kan købes varme måltider, salater, sandwich, mellemmåltider f.eks. frugtbægre og birkemusli og børnemenuer. Derudover tilbyder to fyrtårne dagens ret og morgenmåltider.





Fra SMIL-partnerskabet har der ikke været opsat deciderede krav og restriktioner i forhold til slik- og sodavandspolitikken, men der har været et ønske om at minimere udbuddet.

Tre fyrtårne har indrettet køkkenfaciliteterne, så der kan produceres sund mad i henhold til Jumpfood kriterierne. De har indrettet cafeteriaet/cafeen efter Jumpfoods indretningsguide og gennemført kompetenceudvikling for personalet. Et fyrtårn svarer, at implementeringen af Jumpfood har medført, at der er kommet nye målgrupper til. Alle fire fyrtårne har en positiv holdning til Jumpfood.

De fire fyrtårne, der har deltaget i SMIL projektet har implementeret Jumpfood, og har fået muligheden for at gå forrest i den sunde kulinariske revolution, få implementeret velsmagende sunde retter på menuen og indrettet deres omgivelser ud fra Jumpfoods retningslinjer. Ud fra resultaterne fra evalueringen vurderes de fire fyrtårne at være velfungerende og veldrevne.

Hvis man går hele vejen med konceptet og får økonomisk støtte til at foretage ændringerne, kan det lade sig gøre at ændre den mad der sælges i hallernes caféer og cafeteriaer til sund mad.

Andet succeskriterium vurderes til at være delvis opfyldt.

### 3. Ved projektafslutning er der 25 velfungerende og økonomisk bæredygtige SMIL-idrætsfaciliteter.

Fire fyrtårne og 11 frontløbere har svaret på det evaluerende spørgeskema, og en efterfølgende status viser, at 23 frontløbere og fire fyrtårne har arbejdet aktivt med Jumpfood på forskellig vis.

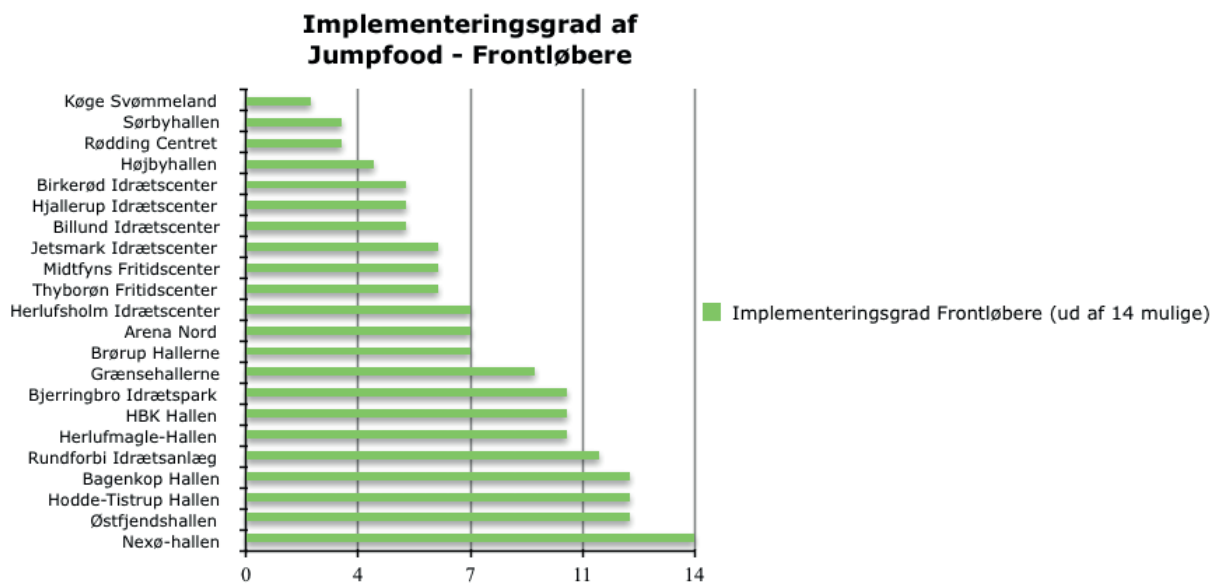
To fyrtårne fortæller, at madudsalget i høj grad er velfungerende og økonomisk bæredygtigt, mens de to øvrige fyrtårne vurderer, at omsætningen er upåvirket eller bæredygtig i lav grad. Halbestyreren uddyber bl.a. årsagerne til at være manglende brugerkendskab til Jumpfood, få aktiviteter i sommerhalvåret og at den "hurtige" mad er lettere at tage med på farten.

Blandt de 11 frontløbere vurderer to, at deres madudbud i høj grad er velfungerende og økonomisk bæredygtig, fem svarer hverken/eller og fire svarer i lav grad. Som uddybende kommentar nævnes udfordringer på personale- og ledelsessiden og ringe økonomi.



*”Fordele har vi nok ikke haft så mange af, men vi prøver da og prøver hele tiden med lidt nyt, men vi er stadig en lille landsby og hvis vi kun skulle leve af det sunde, kunne vi lige så godt lukke. Men en god mellemting så der er lidt for enhver”*  
(Halbestyrer, frontløber)

En intern vurdering af de 23 frontløbere hos Fødevarestyrelsens rejseholdsmedarbejdere viser en lignende tendens. I flere haller er forandrings-processen gennemført med succes og størstedelen af hallerne forventer at arbejde videre med Jumpfood fremadrettet.



Figur 3.1: Intern vurdering af processen for implementering af Jumpfood. Figuren viser at processen er gennemført i forskellig grad.

De fleste haller har været udfordret af samarbejdsvanskeligheder, som har forsinket processen. Bl.a. på grund af udskiftning i hallens personale, sygemeldinger, samt stridigheder mellem forpagtere, følgegruppe, bestyrelse eller kommune. Kun med et stærkt samarbejde og en fælles retning for caféens profil, kan det lade sig gøre at udvikle hallernes cafeteriaer i en sundere retning.

Hallerne og rejseholdsmedarbejderne har svært ved at vurdere, om Jumpfood har påvirket omsætningen. Flere caféer har indført én eller to Jumpfood-retter og beholdt det sædvanlige sortiment af slik, fast-food og sodavand. I omsætningen kan det derfor ikke ses om Jumpfood-konceptet har forbedret indkomsten eller ej, da udbuddet af Jumpfood er for småt. Derudover er flere madudbud stadig i opstartsfasen. De fleste frontløbere har dog pt. den samme eller endda en større omsætning, efter de er begyndt at tilbyde sundere alternativer.

Kun 15 SMIL faciliteter har deltaget i den evaluerende spørgeskemaundersøgelse. Derfor er det ikke muligt at afgøre, om det fjerde succeskriterium er opfyldt. Blandt de 23 frontløbere har flere udfordringer spændt ben for arbejdet med Jumpfood. Flere haller er lykkedes med at implementere et sundere madudbud, men ikke nødvendigvis selve Jumpfood-konceptet.

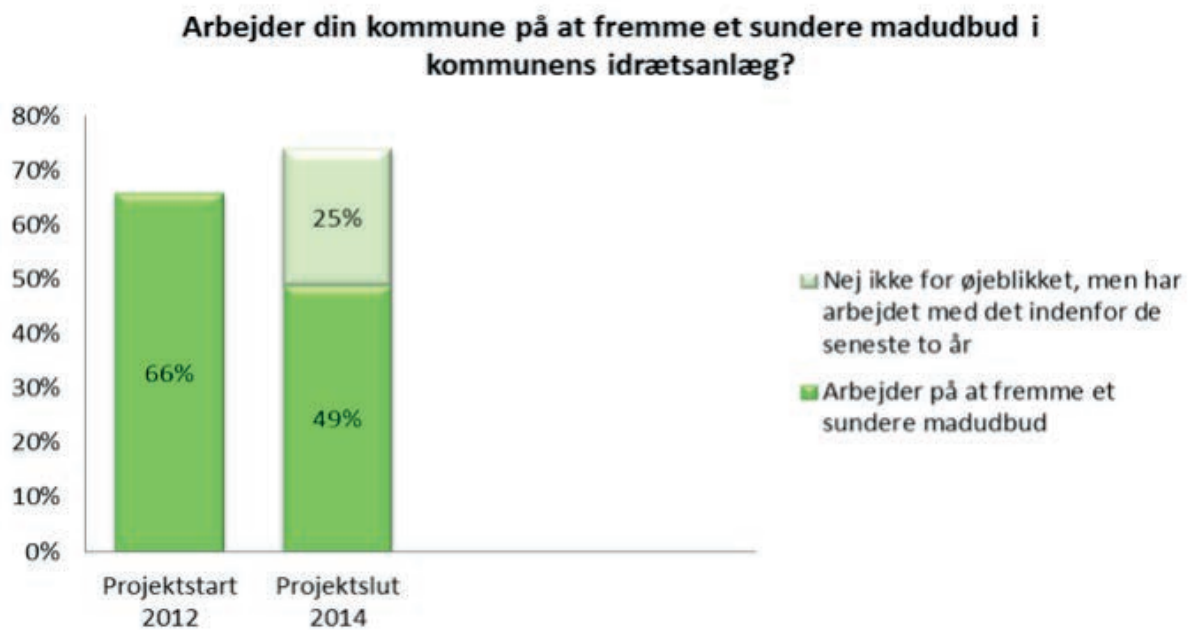
Mange er godt på vej og er overvejende glade for at kunne tilbyde sund mad, men der er stadig et stykke vej før alle SMIL faciliteter kan betegnes som velfungerende og økonomisk bæredygtige. Evalueringen viser, at det tager lang tid før sund mad bliver en del af den nye madkultur i idrætslivet.

Tredje succeskriterium vurderes på baggrund heraf delvist at være opfyldt.

#### 4. Ved udgangen af 2014 er der sat en ny national dagsorden for sund madkultur i idrætslivet.

En stor del af de kommuner som har deltaget i evalueringen, har sat sund mad i idrætslivet på dagsordenen. Halbestyrerne vurderer dog, at usunde varer stadig sælger bedst ude i hallerne og at lokale udfordringer spænder ben for ildsjælene.

Fremtidsplanerne for at bidrage til en sund madkultur i kommuner og haller bekræfter tendensen mod en ny national dagsorden.



Figur 4.1: Arbejder kommunerne på at fremme et sundere madudbud i kommunens idrætsanlæg ved projektstart og ved projektafslutning

52 kommuner arbejder i 2014 på at fremme et sund mad i kommunens haller i dag eller indenfor de seneste to år. Ved projektstart i 2012 arbejdede 48 kommuner på at fremme et sundere madudbud i kommunens idrætsanlæg.

De kommuner, som ikke arbejder med at fremme sundere madudbud angiver, at det ikke er et (politisk) prioriteret område. Derfor er ressourcerne knappe til at arbejde målrettet mod en sundere madkultur. I de kommuner hvor hallerne er selvejede har kommunen heller ikke større indflydelse på lokale tiltag og initiativer i hallerne. En del udskiftning blandt forpagterne i idrætsanlæggene vanskeliggør også implementering af sundere mad.

De sidste to år har 84 % af halinspektører og forpagtere foretaget ændringer i deres madudsalg for at skabe et sundere udbud af madvarer. Både ved projektets start og afslutning vurderer halbestyrerne at sodavand, juice og saft sammen med kold og varm mad tilberedt på stedet (inkl. frugt i 2014) bidrager til den største del af omsætningen.

Selvom mange idrætsanlæg og kommuner arbejder for at indføre et sundere madudbud, tyder resultaterne fra evalueringen på, at det stadig er de usunde varer, der sælger bedst.

Det er derfor nødvendigt med en særlig indsats fremadrettet for at gøre de sunde mad- og drikkevarer tilgængelige. F.eks. bør kunderne først se de sunde tilbud og de usunde sager bør være tilgængelige men i holdes i baggrunden.



Figur 4.2: Omsætning af solgte varer i madudbuddene

Resultaterne peger på en ny trend i kommunerne og idrætsanlæggene, hvor mange allerede har sat sund mad i idrætslivet på dagsordenen og arbejder aktivt med det. De kommuner der ikke har fokus på sund mad i idrætslivet, er positive over for at arbejde med det i fremtiden. Men det kræver, at det prioriteres og at der afsættes ressourcer, så sund mad i idrætslivet for alvor kan blive sat på dagsordenen og udbredes.

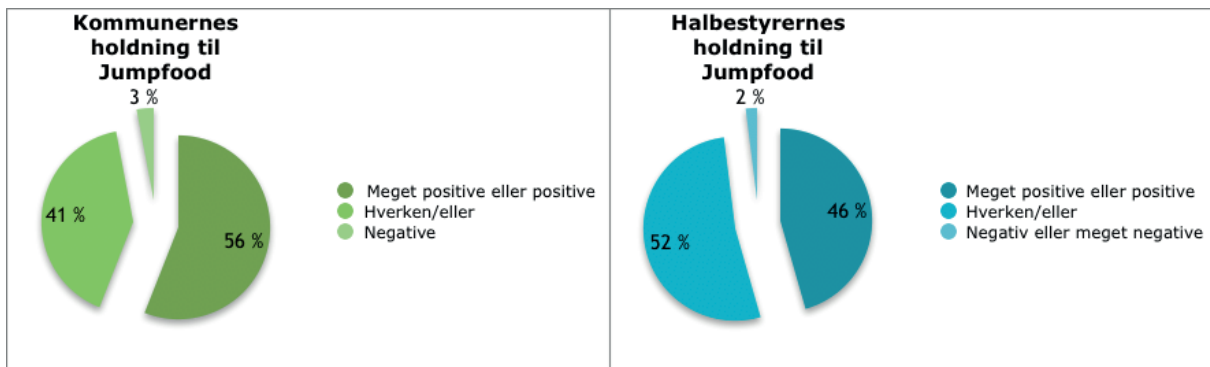
Fjerde succeskriterium vurderes til at være delvist opfyldt.





## 5. Ved udgangen af 2014 er SMIL og tiltagene omkring sund mad kendt og positivt vurderet i den danske idrætsverden.

Kommuner og halbestyrerne i idrætsanlæggene er generelt positive over for Jumpfood og SMIL projektet. Holdningen er, at konceptet er godt, inspirerende og brugbart. Resultaterne fra den kvantitative del af evalueringen viser, at 56 % af alle halbestyrerne og 62 % af kommunerne kender til Jumpfood eller SMIL projektet. Holdningen til Jumpfood er overvejende positiv.

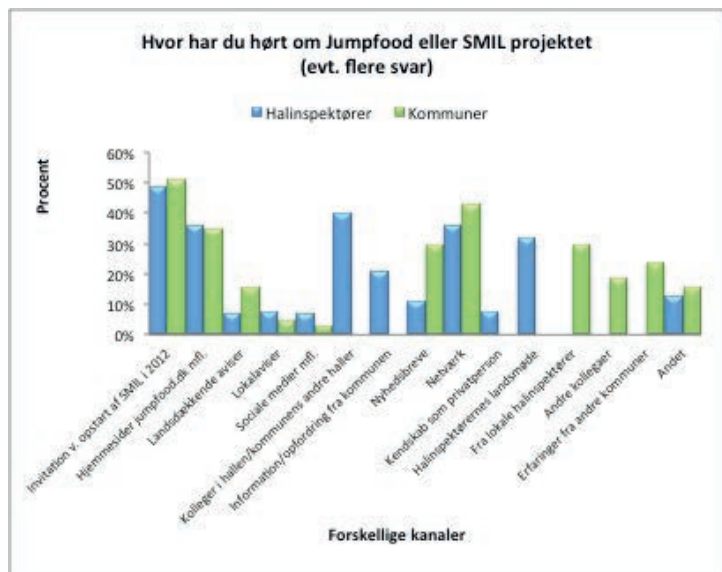


Figur 5.1: Kommuner og halbestyreres holdning til Jumpfood

Kendskabet til Jumpfood kommer gennem projektets opstart i 2012 og projektets egne kanaler.

Mange halinspektører har opnået kendskab via kollegaer i hallen eller fra kommunens andre haller. Flere kommuner har hørt om Jumpfood og SMIL via netværk og gennem lokale halbestyrere.

Selvom Jumpfood og SMIL projektet generelt vurderes positivt, er der også en række udfordringer og barrierer, som skal nedbrydes før en del halinspektører tør kaste sig ud i at implementere Jumpfood.



Figur 5.2: Kanaler der har ført til kendskab til Jumpfood og SMIL

Det femte succeskriterium er således opfyldt.

## 6. Ved udgangen af 2014 er der taget konkrete initiativer til implementering af en sund madkultur i idrætsfaciliteter i mindst 20 danske kommuner.

31 kommuner arbejder ved projektafslutning med forskellige konkrete initiativer og har sat sund mad i idrætslivet på dagsordenen.

Af de kommuner, der arbejder med at fremme et sundere madudbud, har 52 % vedtaget politik i kommunalbestyrelsen og 22 % vil gerne. 42 % har indskrevet specifikke krav om sundere mad i forpagtningsaftalerne og 42 % yder økonomisk støtte til forpagtere/foreninger, der ønsker at indføre et sundere udbud. 32 % svarer, at de har implementeret Jumpfood og 14 % af kommunerne vil gerne. 39 % svarer, at implementering af SMIL ikke er prioriteret. Af øvrige tiltag har 41 % opstillet vandkølere til koldt vand i idrætsanlæggene, 27 % har fjernet automater med sodavand og slik/chokolade og 35 % vil gerne gøre det.

Blandt de kommuner der ikke arbejder med at fremme et sundere madudbud, er de gennemgående årsager bl.a. dårlig økonomi, manglende ressourcer og manglende politisk prioritering. Andre årsager er forpagteres modvilje mod at ændre udbuddet i en sundere retning og hyppig udskiftning af forpagtere. Mange haller er selvejende og det er derfor begrænset, hvilke krav kommunerne kan stille i disse haller.

*”Vores haller er selvejende institutioner og derfor har kommunen ikke mulighed for at lave restriktioner i forhold til forpagter. Men kan kun henstille og motivere”*  
(kommunal ansat)

Sjette succeskriterium vurderes som opfyldt.

## 7. Ved udgangen af 2014 er der minimum 75 danske idrætsfaciliteter, som arbejder med sund mad.

Forpagtere og halinspektører fra 113 idrætsfaciliteter (84 %) har i det evaluerende spørgeskema svaret, at der er foretaget ændringer for at skabe et sundere udbud af madvarer inden for de seneste to år. 13 % svarer at der ikke er foretaget ændringer og 2 % svarer at de ikke ved det.

Halvdelen af halinspektørerne har foretaget disse ændringer, fordi forpagterne ønsker et sundere madudbud. 44 % for at tiltrække nye målgrupper og 30 % fordi det har været et ønske fra kunderne. Af andre årsager svarer 24 % fordi det er vedtaget i kommunalbestyrelsen og 18 % fordi de har deltaget i SMIL projektet.

Resultaterne fra evalueringen viser, at mindst 113 idrætsfaciliteter har foretaget



ændringer for at skabe et sundere udbud af madvarer inden for de seneste to år, og at der er en række forskellige årsager til hvorfor de har foretaget ændringerne. Det er ikke muligt ud fra evalueringen at konkretisere i hvilken grad ændringerne er foretaget.

Syvende succeskriterium er opfyldt.

## Fokuspunkter for arbejdet med sundere mad i idrætslivet

Analysen sætter fokus på syv fokuspunkter, der tilsammen giver et mere nuanceret billede af arbejdet med sund mad i idrætsfaciliteter. Evalueringen peger på, at ildsjæle i haller, foreninger og kommuner er afgørende for at skabe en sundere madkultur i det danske idrætsliv. Der er både fordele og ulemper ved at indføre sund mad i idrætshaller, hvor et stærkt samspil mellem aktører er afgørende for succes.

*"Det tager jo lang tid at få det til at køre. Det er jo ikke bare noget der sker over en nat. Der er rigtig mange faktorer for at sådan et projekt skal lykkes."*  
(Halinspektør, Fyrtårn)

Det kræver en indsats at ændre madudbuddet i det danske idrætsliv. Ingen kommer sovende til at ændre madkulturen i det danske idrætsliv, som har overlevet gennem mange generationer. Det kræver både en indsats fra cafébestyrerne og fra kommunen at lykkes med at ændre madudbuddet. Evalueringen viser, at hvor der er vilje, er der vej.



## Ildsjælene i idrætsanlæggene baner vejen

Resultaterne viser, at Jumpfood har størst chance for at blive implementeret i de idrætsanlæg, hvor en ildsjæl har interesse for og lyst til at ændre madudbudet i en sundere retning. Cafébestyrerens engagement og lyst til at implementere sundere mad, er drivkraften bag forandringen i de enkelte idrætsanlægs madudsalg. Det er tydeligt, at et idrætsanlæg uden en passioneret medarbejder i madudsalget har sværere ved at skifte pomfritterne og pølserne ud med sundere alternativer.

*”De to haller der nu selv har meldt sig til projektet har nemmere ved det end de andre (at implementere sundere madudbud i idrætsanlægget red.) (...) de har selv meldt sig, og så har de måske en anden interesse. De haller, der synes det er svært, har nok heller ikke interesse for det (...) Når jeg kigger på dem vi har tilbage, så vil det kræve en større indsats fra vores side.”*

(Kommunal ansat)

## Behov for faglig sparring, støtte og opbakning udefra

Gennem SMIL projektet har cafébestyrerne fået faglig sparring og støtte fra Københavns Madhus og Fødevarestyrelsen. Modet til forandring skal bakkes op – særlig i de perioder, hvor caféen bliver udfordret, f.eks. ved meget spild og dermed økonomiske tab.

Det er vigtigt at styrke medarbejdernes kompetencer i at producere mad fra bunden, i stedet for at friturestege fritterne. Faglig sparring og opbakning udefra kan have afgørende betydning for, at caféerne lykkedes med at gøre madudbudet i det danske idrætsliv sundere.

*”Vi var nok kommet i gang (med sundere mad red.) på en eller anden måde, men vi var ikke kommet dertil, hvor vi er i dag. Så var det blevet sådan noget vi skulle prøve lidt af efterhånden og se om det gik. (...) Det ville jo også være nemmere at falde tilbage, hvis der ikke var den opbakning ude fra. Fordi hvis vi har prøvet nogle ting – jamen det går ikke, så er det nemmere at falde tilbage til pomfritter igen.”*

(Cafémedarbejder, Fyrtårn)

De cafébestyrere som er lykkedes med at ændre deres madudbud i en sundere retning, har haft lysten og engagementet til at gå ind i projektet.

Mange af de cafébestyrere, som ikke er interesserede i at implementere sund mad, efterspørger mere målrettet sparring, støtte og opbakning, før de kan ændre deres madudbud i en sundere retning.





## Kommunal opbakning og forankring

Også i kommunerne har deltagelsen i SMIL projektet overvejende været medarbejderdrevet. Sundere mad i idrætslivet er i de fleste kommuner ikke politisk prioriteret og forankret. Det betyder, at der ikke er afsat ressourcer til indsatsen. Mangel på ressourcer og ledelsesmæssig opbakning i kommunen været et benspænd for de kommunalt ansatte, som ønskede at gå helhjertet ind i processen.

Grundlæggende viser evalueringen, at en kommunal opbakning og prioritering er nødvendig, hvis et sundere madudbud fremover skal udbredes i det danske idrætsliv.

*"Mine chefer har haft forståelse for, at det var noget jeg gerne ville prioritere. Men måske er det en forkert indgangsvinkel. De skulle jo også have haft lyst til at prioritere det. De har beholdt projektet, fordi de vidste, at jeg som medarbejder var interesseret i det. (...) Dét, at man brugte 60.000 og gik med ind i projektet, havde man måske ikke gjort, hvis jeg ikke havde siddet her." (Kommunal ansat)*

Begrænsede ressourcer er en realitet for den kommunale ildsjæl. For at sikre en succesfuld indsats, kan arbejdet med at forandre madudbuddet i hallerne med fordel knyttes op på en kommunal sundhedspolitik.

Også cafébestyrerne efterlyser mere kommunal opbakning til bl.a. støtte og faglig sparring, og til at sikre udbredelsen af en sund madkultur i kommunens øvrige idrætsanlæg.



Resultaterne viser, at mange kommuner gerne vil prioritere arbejdet med at udbrede den sunde madkultur til alle anlæg i deres kommune. I spørgeskemaet angiver kun tre kommuner, at de ikke vil prioritere området.

Kommunernes greb til at sikre, at caféerne implementerer et sundere madudbud er forskellige. Langt de fleste vil tilbyde faglig opbakning og/eller sundhedsfaglig viden til de anlæg, som ønsker at implementere sundere mad.

Andre kommuner ønsker at arbejde mere aktivt for at implementere Jumpfood eller indskrive en sundere madkultur som krav i nye forpagtningsaftaler. Ca. en femtedel ønsker at yde økonomisk støtte til de anlæg, som ønsker at implementere et sundere madudbud.

Der ligger et potentiale i, at kommunen bidrager til at påvirke og sikre, at de øvrige anlæg i deres kommune ændrer deres madudbud i en sundere retning.

## At gå fra fastfood til slow food - et spørgsmål om ressourcer

Både kommunerne og cafébestyrerne peger på samme udfordringer ved at udskifte madudbuddet i en sundere retning.

*"Det har været mere bøvet (at ændre madudbuddet i caféen red.). Det har taget lang tid, for der var jo meget fra starten, som skulle laves fra bunden af. Indtil vi ligesom kom ind i processen, så tog det rigtig lang tid. Der var rigtig mange ting vi skulle finde ud af – hvordan gør vi? Hvor lang tid kan det holde sig? Hvor store portioner skal vi lave? Osv. Jo det har ændret rigtig meget (...)"*  
(Cafémedarbejder, Fyrtårn)

Resultaterne fra evalueringen viser, at der er flere forskellige udfordringer forbundet med at udskifte madudbuddet til mere Jumpfood:

### Spild på friske råvarer.

Caféerne i idrætslivet kan aldrig rigtig vide sig sikre på, hvor mange gæster de vil have i løbet af én dag eller én uge. Friske råvarer har ikke samme holdbarhed som frostvarer. Hvis caféen ikke får maden solgt og ikke kan genanvende råvarerne, er det lig med et økonomisk tab.

### Ressourcer i form af tid.

Dels kræver skiftet af madudbuddet længere tid i forberedelse af maden og dels kræver det tid til at planlægge og implementere det nye koncept. Særligt de små idrætsanlæg er udfordret, da de oftest ikke har mange ansatte til at klare både madudsalg og daglig drift.

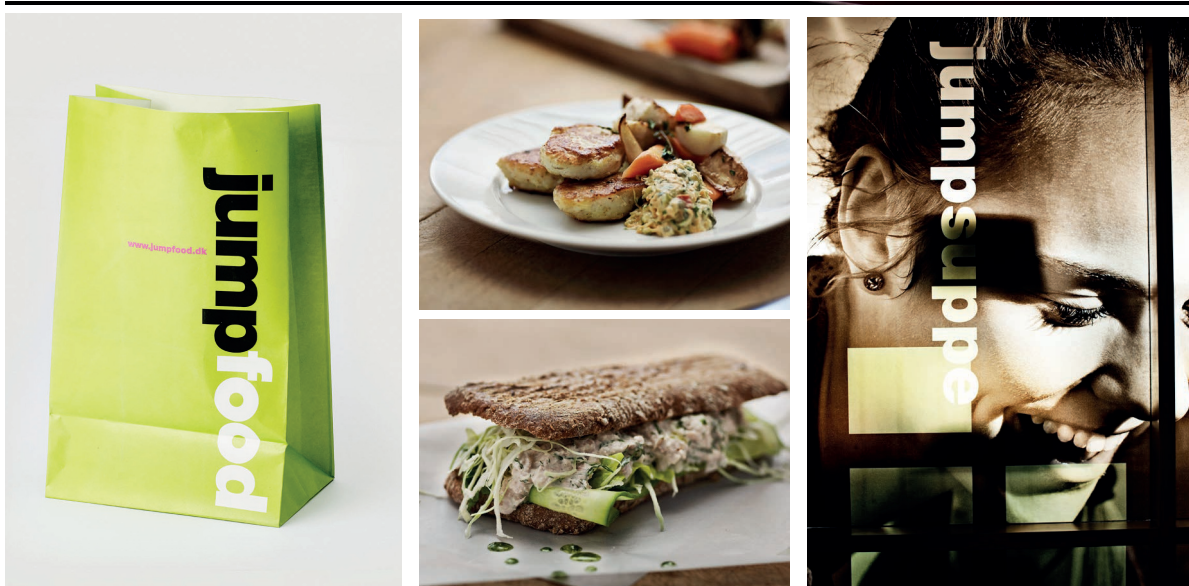
### Nye tilberedningsmetoder kræver andre kompetencer blandt de ansatte.

Tilberedning af slowfood kræver en anden viden, andre kompetencer mv. end tilberedelsen af fastfood. F.eks. påpeges det, at man ikke bare kan sætte en ung pige til det, når hun har været vant til at vende pølser.

# Jumpfood

Udfordringerne hænger sammen med, at det kræver økonomi og flere ressourcer at ændre madudbuddet i en sundere retning, sammenlignet med at bevare den traditionelle fastfood. Ikke alle idrætsanlæg og kommuner har mulighed for at afsætte de fornødne ressourcer til at gå hele vejen, som fyrtårnene i projekt SMIL havde mulighed for.

Evalueringen viser dog også, at det kan lykkes at implementere et sundere madudbud ved at afsætte de rette ressourcer i form af tid og økonomi. Forandringen kræver mod, risikovillighed og is i maven, da ændringerne ikke sker fra den ene dag til den anden.



Cafébestyrere, som lykkedes med sundere madudbud, gjorde en særlig indsats for at tiltrække flere kunder, for at undgå for meget spild og en ugunstig effekt på økonomien. Disse cafébestyrere har tænkt 'ud af boksen', og mange kreative idéer er blevet udviklet: Jumpfood som børnehavemad og/eller skolemad, tilbud til ældre, dagens ret, børnefødselsdage, sundhedsklippekort, familietilbud m.v. Disse nye menuer har været med til at skabe et bedre flow i anvendelsen af råvarer og begrænset madspild.

For at fange målgrupperne og fortælle om nye tiltag har cafébestyrerne også ydet en aktiv indsats i forhold til PR. Her har bl.a. Facebook, idrætsanlæggets hjemmeside, skiltning og ambassadører været brugbare kanaler. Flere oplever stor succes og en stigende efterspørgsel ved disse tiltag.

## Økonomi som benspænd

Samlet set fremhæves økonomien som den største barriere, for at implementere et sundere madudbud.

*"Ja, økonomien. Det er yderst vigtigt at projektet kan påvise, at indførelsen af sundere mad kan skabe positiv drift, da stort set alle idrætsanlæg er presset på økonomien."*

Størstedelen af idrætsanlæggene har et besøgstal på under 50.000 kunder årligt og en årlig omsætning under 800.000 kr. Den lille økonomi kan i sig selv være en barriere for at satse på forandringer til sundere mad, da cafébestyrerne står med en forretning som skal løbe rundt.

Mange cafébestyrere har en meget lille omsætning og er i forvejen afhængig af kommunens tilskud for at kunne holde caféen åben.

Satsningen på et nyt madtilbud virker for mange urealistisk og uoverskuelig i en i forvejen presset dagligdag.

Hvis madkulturen i danske idrætsliv skal ændres i en sundere retning, er der behov for en holdningsændring til mere risikovillighed blandt mange cafébestyrere. Helst ved at vise, at det betaler sig at satse på sund mad.



Forandring kræver en vis risikovillighed, vilje og et vist overskud i økonomi og ressourcer både i kommuner og idrætsanlæg. Nogle kommuner oplever, at der ikke kan stilles særlige krav til idrætsanlæggene i kommunen, da sundere mad i idrætshaller ikke er et prioriteret indsatsområde.

Med begrænsede budgetter, er det ikke muligt for alle kommuner at støtte ildsjæle i hallerne økonomisk. Det er dog et ønske blandt en femtedel af de kommuner, som deltog i evalueringen. Projektet har vist at det kan lade sig gøre, at tjene penge på sund mad i idrætscaféerne. Det kræver udvikling af et professionelt kulinarisk koncept, som er konkurrencedygtig overfor fastfood-tilbuddene.

Fyrtårnene, som fra start havde et økonomisk råderum på 500.000 kr., kunne gå hele vejen og forandre caféens udseende, menukort og madlavningsprocedurer.

For frontløbere, som har implementeret store dele af Jumpfood, er omsætningen kommet i balance efter implementeringen af Jumpfood. Nogle cafébestyrere mener, at den nye sunde profil har forbedret deres omsætning eller vil gøre det på sigt.

Evalueringen har identificeret et behov for en økonomisk model eller best practice, som kan bidrage til at overbevise halinspektørerne om, at sund mad kan blive en rentabel forretning. Hvis Jumpfood-konceptet og sund mad skal sælges ind til alle idrætshaller, er cafébestyrerne nødt til at kende de økonomiske fordele og konkrete udgifter ved implementering af konceptet.



## Kan alle idrætsanlæg gå hele vejen?

Evalueringen viser, at idrætsanlæggene og kommuner står overfor forskellige udfordringer og muligheder.

Lokale forhold som anlæggets størrelse, antal kunder, geografisk beliggenhed og økonomisk råderum har afgørende betydning.

Mange af de mindre idrætsanlæg har ikke mulighed for at gå hele vejen som fyrtårnene. Mindre anlæg står overfor udfordringer med et spinkelt kundegrundlag, færre økonomiske ressourcer og afhængighed af frivillige hjælpere og foreninger i lokalområdet.

Lokale forskelle i leverandørmuligheder, kundegrupper, manglende kompetencer hos personalet og andre praktiske forhold gør, at ikke alle idrætsanlæg har en realistisk mulighed for at ændre på det eksisterende madudbud.

Jumpfood er særligt en udfordring i haller som har den primære indtægt i weekenderne og til stævner, da konceptet bliver opfattet som et madudbud til hverdagen.

Resultaterne viser, at mindre idrætsanlæg efterspørger et Jumpfood-koncept, som er tilpasset netop disse hallers muligheder og behov.

*"Brugerne bliver mere bevidste om hvad de spiser, men det skal være en overgang der tager tid og også giver økonomiske udfordringer fordi man uvilkårligt taber penge ved nogle af de sunde alternativer, pga. mere spild, dyrere indkøb og også en nedgang i salget - i hvert fald i en periode"*  
(Halinspektør, frontløber)

Men selv for de mindre anlæg kan det lykkes at byde ind med et sundere madudbud. Flere frontløbere har i SMIL projektet vist, at hvor der er vilje, er der vej. I modsætning til fyrtårnene, har frontløberne taget mindre skridt ad gangen og har implementeret initiativer, som passer til deres forretning og ressourcer.

Ud fra målsætningen om, at kunderne skulle have mulighed for at vælge et sundt alternativ til pølser og friter, arbejder cafébestyrerne trinvis på at sætte nødvendige forandringer i gang.



## Fordele ved Jumpfood

*"Det er nemt, tilgængeligt og inspirerende. Det kan lette overgangen for dem, som ikke selv har let ved at finde på et sundt alternativ. Jo flere der deltager, jo mere naturligt bliver det, at man får sund mad i sportshaller"*  
(Halbestyrer, fyrtårn)

Fordelene ved at arbejde med Jumpfood som samlet nationalt koncept fremhæves af flere cafébestyrere:

- Man kan plukke elementer ud fra konceptet som passer til den lokale forretning. Det er altså lettere for den enkelte cafébestyrer at starte processen med et færdigt koncept, i stedet for selv at skulle opfinde noget nyt.
- Muligheden for at sætte fokus på sund mad og at kunne tilbyde det til forskellige målgrupper. Kombinerer sund mad og idræt som i sig selv kan være et salgsargument.
- Konceptets genkendelighed giver caféer en tydelig profil. Brugere genkender caféer, der sælger Jumpfood og ved at de kan få et sundt måltid mad.
- Kan skabe grundlag for flere kunder samt merslag, da det ikke udelukkende handler om sund mad. Muligheden for et sted at mødes er med til at værne om det fællesskab, der kan få foreningsmedlemmer til at blive hængende efter træning.
- Materialer, hjælp og inspiration er tilgængelig online, som gør det nemt at komme i gang. Faglig sparring fra Madhuset og Fødevarerstyrelsens rejsehold under processen vurderes som særligt brugbart.

## Udfordringer ved Jumpfood

*"Som mange andre steder er det særligt det økonomiske incitament for forpagteren, som er en udfordring. Det er ikke lige så nemt at få brugerne til at handle det sunde som det usunde."*  
(kommunal ansat)

Arbejdet med Jumpfood som kulinarisk madkoncept har også givet udfordringer:

- Forandringer der fører til et sundere madudbud i hallerne kræver et stærkt samarbejde mellem kommune og forpagter.
- Manglende køkkenfaciliteter og et spinkelt kundegrundlag kan særligt i mindre haller gøre det til en udfordring at ændre på det eksisterende madudbud.
- Blandt mange forpagtere kræver det en holdningsændring, for at udvide det kendte og sikre madudbud: pommefrites, franske hotdogs, sodavand og slik.
- Lokale udfordringer i at leverandører ikke kan levere de madvarer, som skal anvendes til Jumpfoods opskrifter. Flere cafébestyrere har løst udfordringen ved at samarbejde med deres leverandør, som på deres opfordring er begyndt at sælge det givne produkt. Andre har i samarbejde med partnerskabet fundet andre alternative produkter.
- Manglende økonomi og ressourcer i flere kommuner og haller gør det svært at ændre madudbuddet i en sundere retning. Særligt caféer med en lille omsætning tør ikke altid satse på noget nyt.
- Forandring er afhængig af ildsjæle. Hvis der er en ildsjæl enten i kommunen eller lokalt i den enkelte hal, der ønsker at arbejde med sundere mad, kan der ske meget.

## Samarbejde – samspil

Overordnet peger evalueringen på, at det kræver en samlet indsats fra flere forskellige aktører, hvis madudbuddet i det danske idrætsliv skal ændres. En kulinarisk madrevolution kan ikke alene ske i et sammenspil mellem cafébestyrer, kommuner og eksterne fagpersoner.

*"Du skal altså inddrage de besøgende. Det bliver du simpelthen nødt til"*  
(Halinspektør, Fyrtårn)

Ændring af madudbuddet i det danske idrætsliv kræver flere interessenter på banen: idrætsanlæggets ledelse og/eller bestyrelse, idrætsforeningerne og kunderne.

Resultaterne fra evalueringen peger på, at det er vigtigt at etablere et bredt samarbejde, hvor alle interessenter tænkes ind i processen og tager ejerskab for caféens fremtid.

Opbakning fra anlæggets ledelse, foreninger og daglige brugere er helt essentielt, hvis caféerne skal opnå succes med at ændre madudbuddet i en sundere retning. Brugere med tæt tilknytning til idrætsanlægget kan være særligt følsomme overfor ændringen i madudsalget. Deres reaktion og respons herpå kan være af afgørende betydning for, om caféen lykkes på sigt.

Frontløbere og fyrtårne med succes har tænkt både foreningerne og brugerne ind som vigtige medspillere i ændringen af madudsalget. Flere har f.eks. gennemført brugerundersøgelser som gav mulighed for få indblik i, hvad kunderne synes caféen skulle sælge. Prøvesmagninger på de nye menuer og/eller inddragelse repræsentanter fra brugerne og fra idrætsforeningerne har også været gode strategier i ændringsprocessen.

Resultaterne fra evalueringen viser, at brugerinddragelsen har skabt en følelse af medejerskab blandt brugerne, hvilket har affødt en god opbakning og positiv respons fra dem. At ændre virkeligheden i hallernes madudbud, kræver et stærkt samarbejde på tværs.



## Konklusion

*”Jumpfood giver en samlet profil på det sunde tilbud og er dermed med til at se det sunde tilbud som et alternativ til de gængse tilbud. Vi undgår at skulle markedsføre selvstændige produkter hver for sig, men kan hele tiden udvikle indhold og koncept” (Cafébestyrer, frontløber)*

Projektet SMIL har vist at det er muligt at forandre madkulturen i idrætshaller, hvis man går hele vejen. Det kræver hårdt arbejde, en tydelig kommunal prioritering og at der afsættes nok ressourcer til at foretage ændringer i madudbudet. Mod, risikovillighed og stærkt samarbejde mellem foreninger, kommuner, haller og lokale ildsjæle har været afgørende for, om det er lykkedes at udskifte fritterne og slushice med Jumpfood.

Jumpfood vurderes som et brugbart koncept mod en sundere madrevolution i hallerne. Der arbejdes med sundere madudbud på forskellig vis i de danske idrætshaller, da efterspørgslen stadig bliver større

4 ud af 7 visionære succeskriterier vurderes at være opfyldt efter projektets afslutning, mens 3 er delvist opfyldt.

Virkeligheden viser dog også at der stadig er lang vej igen, hvis alle danske idrætshaller skal sætte en ny national dagsorden for madudbudet. Lavpraktiske forhold såsom mangel på ressourcer og økonomi udfordrer til stadighed de ildsjæle, som ønsker at gøre en forskel.

