

Midtvejsevaluering af Projekt Scoremad

Baggrund for evalueringen

Projekt Scoremad har nu været i gang i et år. Udvalget Kultur og Fritid har besluttet at lade projektet fortsætte endnu et år.

Der udarbejdes en midtvejsevaluering der dels skal give et overblik over forløbne aktiviteter i 2012, en status i forhold til målopfyldelsen og en vurdering af projektets videre forløb, på baggrund af de erfaringer der er genereret i projektets første år.

Indsatserne

Der gives her et overordnet overblik over de primære indsatser i projektperioden 2012.

Inspirationsdag

I januar 2012 blev der afholdt inspirationsdag for alle haller. Arrangementet var startskuddet på projektet, og formålet var at give hallerne inspiration, viden om ernæring i en idrætssammenhæng og opmærksomhed på projektet. Alle haller var overordnet tilfredse med dagens program og fik inspiration til at foretage ændringer i eget udbud.

Inspirationskatalog

Da Fødevarestyrelsen i projektperioden udgav inspirationshæftet Sundere Mad i Idrætslivet blev det besluttet, at udarbejde et lokalt supplement til hæftet. Hæftet indeholdt opskrifter fra 1. workshop, kampagneinformation og tips til sundere vareudbud.

Konsulentbistand

Alle haller blev tilbudt et rådgivningsbesøg af konsulent fra fødevarestyrelsen og køkkenleder i Hodde-Tistrup Hallen. 5 haller tog imod tilbuddet og udviste tilfredshed med mødet.

Puljemidler

Der var afsat 250.000 kr. til en scoremadspulje, hvori alle haller kunne ansøge om midler til køkkenforbedringer og til markedsføring og events. 9 haller ansøgte og 6 haller modtog tilsagn om økonomisk støtte. De haller der fik afslag, blev henvist til Hallernes udviklingspulje.

Workshops

I foråret blev der afholdt to workshops med fokus på tilberedelse af sunde retter, hvor alle deltagere havde ”hænderne i bolledejen”. Formålet var at give inspiration til lækre retter, som nemt kunne produceres og sælges.

Derudover var der oplæg ved diætisten om næringsstoffer.

Deltagerne fra 7 forskellige idrætsfaciliteter udviste stor tilfredshed med dagen, men ingen af retterne er efterfølgende solgt i cafeterierne.

I januar 2013 blev der afholdt kursus i kundeservice, markedsføring og salg efter opfordring fra to haller. 3 haller var repræsenteret på workshoppen med både halledere, køkkenpersonale og enkelte ungarbejdere. De deltagende parter udtrykte efterfølgende, at de er inspireret til nye initiativer og motiveret til mersalg.

Kampagne

I september blev der afholdt Scoremadskampagne. Formålet var at flytte fokus til brugerne, øge opmærksomheden på kost og motion og skabe opmærksomhed om projektet.

Alle haller fik tilbud om at deltage. 6 haller tilmeldte sig og 5 haller deltog i perioden. Disse haller modtog en markedsføringspakke med blandt andet roll-up bannere, beach-flag, dækkeservietter, badges, balloner, for stykker, T-shirts mm.

Der blev indgået en aftale med de deltagende haller, der blandt andet betød, at frituren skulle slukkes i kampagneugen, at usunde fødevarer ikke stod fremme i salgsområdet og at der skulle være sunde retter i perioden.

Hallerne havde små events såsom prøvesmagning og en fællesspiseaften og udtrykte, at de modtog tilfredshed fra kunderne.

Der blev i perioden skrevet en del om projektet og hallernes udbud i de lokale medier. Denne eksponering har gjort ”brandet” mere genkendeligt og skabt forøget fokus på sund kost i hallerne.

Forsøg med drikkevandsautomat

Primo februar 2013 afsluttes forsøg med koldt vandsautomat i Ølgod Hallerne. Herefter evalueres der på forbruget i forsøgsperioden, brugernes vurdering og den eventuelle påvirkning på drikkevandssalget i cafeen.



Målopfyldelseevaluering

Der gives her en status på projektet set i forhold til de opstillede mål i projektbeskrivelsen.

Det overordnede formål med projektet er, at sikre et sundere udbud af mad og drikkevarer i Varde Kommunes idrætshaller og svømmehaller.

Overordnet set er udbuddet i en række af kommunens idrætsfaciliteter blevet sundere. Mange haller har skiftet det hvide brød ud med grovere alternativer især sandwichbrød og fransk hotdogbrød. Mange haller har ligeledes skiftet frituren ud med en ovn, der kan lave fedtreducerede pommes frites og flere har også skiftet de almindelige pølser ud med fedtreducerede pølser.

I Ølgod afsluttes et forsøg med gratis koldt drikkevand primo februar og mange haller har erstattet den almindelige sluch ice-maskine med Frutina Sluch Ice, som er et sundere alternativ uden tilsat sukker og tilsætningsstoffer.

Derudover var følgende mål opstillet i projektbeskrivelsen:

1. At sikre et sundere udbud i hallernes cafeterier, herunder:
 1. At der tilbydes mættende og sunde retter der lever op til fødevarerstyrelsens kostråd.
 2. At udbydere opnår faglig viden og inspiration.

Alle haller har i større eller mindre grad skiftet dele af sortimentet ud til sundere alternativer. Dette gælder især grovere brødvarianter, fedtreducerede pølser og fedtreducerede ovnbagte pommes frites og nye sundere snacks. Kun få haller har tænkt i hele sunde måltider, der opfylder fødevarerstyrelsens kostråd. Der er blandt andet afholdt en række fællesspiseaftener med nøglehulsmærkede opskrifter.

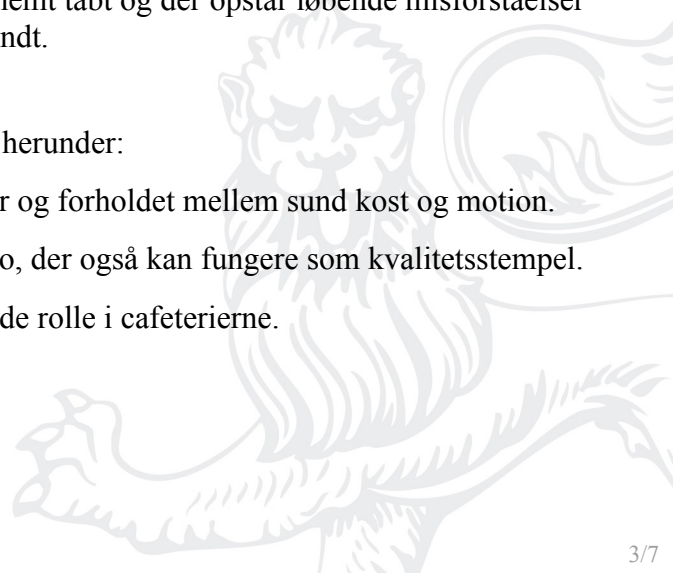
Det har fra projektets opstart været styregruppens holdning, at alle små skridt i den rigtige retning tæller. Ligeledes er det forventeligt, at enkelte haller vil udvikle sig hurtigere end andre. Styregruppens og projektgruppens forventninger til hallerne er afstemt efter hallernes egne forudsætninger og udgangspunkt ved projektstart.

Alle haller deltog i Inspirationsdagen. Evalueringen viste, at alle deltagere vurderede, at de havde fået inspiration og ny viden. Desuden deltog mange haller i forårets workshop, hvor der også blev givet viden om kost og inspiration til nye sunde retter.

Projektet har som udgangspunkt omfattet alle idrætsfaciliteterne i Varde Kommune. Enkelte haller har været passive i forhold til de fleste af projektets aktiviteter men har via dialog og rådgivning fået ny viden, taget stilling til emnet og forsøgt sig med små forandringer i udbuddet.

Projektleder erfarer, at det i forhold til viden er vigtigt, løbende at fastholde hallerne i hvad sund mad er. Den indlærte viden om kost og ernæring går nemt tabt og der opstår løbende misforståelser omkring, hvad sund mad er og hvad man må kalde sundt.

2. At synliggøre sund mad i hallernes cafeterier, herunder:
 1. Ved at markedsføre de nye sunde retter og forholdet mellem sund kost og motion.
 2. Ved at tilknytte et let genkendeligt logo, der også kan fungere som kvalitetsstempel.
 3. At give sund mad en mere fremtrædende rolle i cafeterierne.



Ved projektets opstart blev projektnavn, logo og markedsføringsmateriale udviklet. Markedsføringsmateriale er blevet uddelt til de haller der deltog i kampagnen i september 2012. Det betyder, at der ikke er udleveret markedsføringsmateriale til de haller, der efterfølgende udvikler sundere koncepter og vil have gavn af materialerne i forbindelse med markedsføring af nye sundere tiltag.

Det er stadig mere udfordrende at sikre, at logoet og materialet kun benyttes til markedsføring af sundere mad og drikkevarer. Der er flere eksempler på, at idrætshallerne har benyttet materialet til markedsføring af cafeen og at logoet fremgår på menukort med usunde retter eller at roll-up bannerne har været placeret sammen med sodavand, slik og is og uden noget synlig sund mad.

Den sunde mad er i meget lille grad blevet mere synlig for brugerne i de fleste haller. I enkelte tilfælde er det sundere alternativ nævnt på menukort eller markedsført i forbindelse med events såsom fællesspiseaftener eller fodboldskole. I Hodde Tistrup Hallen har man dog gjort de sundere valg mere synlige, begrænset det usunde udbud og trukket disse tilbage fra salgsdisken.

3. At skabe sammenhæng mellem sport og sund mad, herunder:
 1. At arbejde med holdninger hos udbydere såvel som brugere gennem information, inspiration og kampagneaktiviteter.
 2. At give faglig viden om sund mad og motion.

En barriere for udviklingen af et sundere udbud og nye arbejdsgange er halpersonalets uddannelse og erfaring med sund mad. Mange personaler har desuden behov for mere viden om ernæring i en idrætssammenhæng. Der opleves dog generelt øget bevidsthed om vigtigheden af sundere mad i cafeerne,

Hallerne oplever tilfredshed blandt brugerne over de nye tiltag og flere haller fortæller, at når der er sundere mad at få, så er efterspørgslen efter almindelig ”fast food” såsom pommefrites, meget lille.

I kampagneperioden har mange brugere benyttet sig af tilbud om fællesspiseaftener, smagsprøver med videre og en stor pressedækning har også medvirket til øget opmærksomhed omkring emnet. Flere og flere brugere har hørt om projektet og samlet set har det fået flere brugere til at tage stilling til, hvad der skal serveres i hallerne i forbindelse med sport. Projektgruppen har dog haft meget lidt kontakt med brugerne og det er vanskeligt at vurdere brugernes kendskab og holdning til sammenhængen mellem sund mad og motion.

I forbindelse med kampagnen blev der oprettet en Facebookgruppe, med det formål at give brugerne viden og skabe debat om sundere mad i idrætshallerne. 80 personer følger med på siden, men det er endnu ikke lykkedes at skabe debat på siden.

4. At give udbydere økonomiske incitamentter for at sælge sund mad, herunder:
 1. Ved at give inspiration til nye sunde retter, menuer, produkter med en god fortjeneste og med et minimum af madspild som samtidigt er lette at producere.

I forbindelse med projektets workshop og inspirationsdag, har der været stor fokus på madspild. Det synes for halpersonalet at være en stor barriere for at udskifte større dele af sortimentet til sundere alternativer, at man er bekymret for at smide eksempelvis frugt og grønt ud. Derfor skelnes der meget mellem stævnedage og hverdage. I hverdagen er der i de fleste haller en meget lille

omsætning og her vurderer hallerne selv, at det ikke vil muligt, at servere andet end fødevarer fra frost. Derimod vil man gerne i forbindelse med stævner, forsøge at tilberede og sælge flere sundere retter. Personalet vil gerne på forhånd vide så meget som muligt om salgsmængden, hvorfor der eksperimenteres med forudbestillinger, klippekortsordninger og lign.

5. At gøre det attraktivt for brugere af hallernes cafeterier at købe sund mad, herunder:
 1. Ved at tilbyde sundere versioner af det gamle kendte, fx en fedtreduceret pommes frites eller pølse, samt nye spændende retter, der eksempelvis kan tages med hjem ”i farten” eller som hele familien kan indtage sammen i hallen efter sport.
 2. Ved at sænke prisen på de sunde fødevarer og hæve prisen på den usunde.
 3. Ved at understøtte skabelsen af attraktive spisemiljøer for hele målgruppen.

Flere og flere haller forsøger at lave fællesspiseaftener med eller uden tilmelding. Fælles for alle arrangementerne er, at de alle afholdes i hverdagene, er baseret på alm. mad og sælges billigt. Alle haller melder om stor succes med relativ lille markedsføring. Hodde-Tistrup Hallen ønsker herudover, at forsøge med salg af ”take away” baseret på almindelig danske retter.

6. At tiltrække nye kundegrupper, herunder sundhedsbevidste brugere der ellers ikke benytter sig udbuddet.

Erfaringer fra lignende projekter viser, at de mere sundhedsbevidste brugere ikke tiltrækkes af sundere ”fast food” – de ønsker at cafeerne får en anden profil, et andet sortiment og hyggeligere omgivelser i cafeerne der indbyder til hygge og afslapning både som enlig besøgende og som familie eller gruppe.

I forbindelse med kampagnen meldte flere haller efterfølgende, at de havde fået ros for det sundere udbud. De kan derfor ikke forstå, at de samme brugere ikke efterfølgende kommer og efterspørger den sunde mad og de tolker dette som manglende interesse for sundere mad. Det skal dog i den forbindelse nævnes, at de sundere retter, efter kampagnen, blev fjernet fra menuen i de fleste haller og erstattet med det ”gamle” menukort. I de tilfælde ønsker halpersonalet altså en øget efterspørgsel fra brugerne.

7. At sikre adgang til frisk, koldt drikkevand for hallernes brugere, herunder:
 1. At undersøge den økonomiske effekt af frit tilgængeligt koldt drikkevand, på cafeteriets salg af drikkevarer.
 2. At undersøge efterspørgslen på frit tilgængeligt koldt drikkevand.
 3. At vurdere muligheden for opstilling af koldtvandsautomater i kommunens øvrige haller.

Primo februar afsluttes forsøg med koldt drikkevand i Ølgod Hallen. Her undersøges den tappede mængde vand, eventuelle ændringer i drikkevaresalget samt udfordringer og gevinster ved modellen.

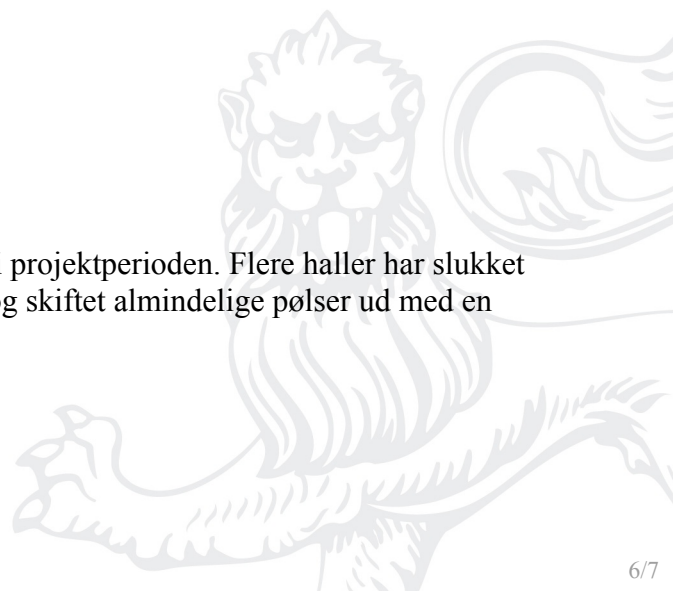
Vurdering af projektets videre forløb

Baseret på erfaringerne fra første projektperiode vurderer projektleder, at kommende projektperiode er koncentreret om følgende fokusområder:

1. Individuel rådgivning i form af konsulentbistand fra projektleder, diætist, køkkenleder ved Hodde-Tistrup Hallen og/eller konsulent ved fødevarerstyrelsens rejsehold.
2. Besøg i foråret et besøg af projektleder og en øvrig konsulent efter eget valg. Mødet tager afsæt i hallens nuværende status og behov, og består dels af en afklaring af projektets forventninger, hallens egne mål og rådgivning efter behov, med henblik på at nå disse mål.
3. Inspiration til fortsatte ændringer i udbud, opskrifter og arbejdsgange på en ny inspirationsdag. Det foreslås at Skole- og daginstitutionsområdet inviteres med på denne dag.
4. Øget dialog med projektleder, som bliver mere synlig i idrætsfaciliteterne.
5. Brugerinddragelse gennem eksempelvis digitale medier, spørgeskemaer og lokale brugergrupper.
6. Fortsat fokus på emnet ved at skabe medieopmærksomhed på projektet. Det kan eksempelvis ske gennem afholdelse af en event i én eller flere haller, hvor politikere, projektgruppe og styregruppe producerer, sælger og serverer Scoremad. Formålet er at lave interessante historier til de lokale medier og skabe debat blandt brugerne af hallerne.

Konklusion

Overordnet set er der sket mange positive ændringer i projektperioden. Flere haller har slukket frituren, skiftet hvidt brød ud med grovere varianter og skiftet almindelige pølser ud med en fedtreduceret pølse.



Der er øget opmærksomhed på sundere kost og betydningen af denne i idrætssammenhæng. Mange myter er slået ned og der er en øget bevidsthed om, at et konceptskifte er nødvendigt, for at få nye kunder. Der er også øget opmærksomhed på nationale tendenser og de forventninger der er til fremtidens idrætscenter som sundhedsarena.

En væsentlig barriere er køkkenpersonalets uddannelsesniveau og halledernes eget forhold til sund kost. Der er et behov for løbende at opdatere halpersonalets vidensniveau, og for løbende at inspirere til ”det næste skridt”.

Der er stor forskel på hallernes aktivitetsniveau i projektet og på hvor langt de enkelte haller er nået i forhold til de nye forandringer. Enkelte haller har været meget aktive, mens andre har været mere passive i forhold til aktiviteterne.

Alle haller har fået mere viden om sund kost gennem rådgivning i dialog, har eller er i gang med at forbedre eller forberede køkkenerne til at producere mere mad fra bunden og er bevidste om nødvendigheden af, at have sundere valg på hylderne.

Projektleder vurderer, at der på baggrund af erfaringerne med projektet, i den kommende projektperiode, bør fokuseres på individuel rådgivning og inspiration, øget dialog, viden om sund kost og brugerinvolvering.

