

# Regional Madkultur Limfjorden

## Strategi 2024-2028

### 1. Vision og mission – hvorfor er vi her

Strategien udtrykker for foreningens visioner og mål for de kommende år. Strategien bidrager til at udvikle Regional Madkultur Limfjorden til et stærkt netværk og fællesskab, der viser vejen for fremtidens produktion og anvendelse af lokale fødevarer.

Foreningens formål er at *arbejde aktivt for en positiv udvikling af og kendskab til madkulturen i regionen gennem netværk, fællesskab og samarbejde. Vi arbejder for at de råvarer, vi dyrker lokalt, også spises lokalt.*

Det stærke netværk er omdrejningspunkt for strategien. Gennem et stærk netværk øger vi kendskabet til de lokale fødevarer blandt medlemmerne og i lokalsamfundet generelt. Et stærkt netværk giver nye muligheder og samarbejder, og derfor er netværket et centralt element i vores vision og mission.

**Vision:** Netværket er kendt i Danmark og understøtter samarbejde og fællesskab blandt medlemsvirksomhederne, der arbejder med lokale fødevarer, og derigennem skaber nye produkter, arbejdspladser, gastro-turisme og liv i området.

**Mission:** Med Regional Madkultur som omdrejningspunkt skaber vi netværk og fællesskab, der understøtter og inspirerer til virksomhedernes individuelle udvikling.

### 2. Medlemmer og netværk – Hvem er vi her for

Strategien fokuserer på tre medlemstyper – virksomheder, støtte-medlemmer og ambassadører. Virksomhederne, der producerer, forarbejder og anvender de lokale fødevarer, er kernen i at indfri den fælles vision og mission. Virksomhederne skaber de fysiske produkter og gastro-oplevelser, der er med til at øge kendskabet til lokal madkultur. Derfor er virksomhederne et naturligt omdrejningspunkt og udgangspunkt for strategien.

Virksomhederne ønsker et stærkere netværk, der bidrager til mere samarbejde blandt medlemmerne og derigennem udvikling af virksomhederne og den lokale madkultur. Som forening skaber vi et mødested og et netværksforum, der inspirerer til og understøtter virksomhedernes fremtidige samarbejde.

### 3. Økonomi, partnerskaber og organisering – hvordan eksisterer vi

Vi er en økonomisk bæredygtig forening, der har økonomi og råderum til at handle selvstændigt og uafhængigt.

#### Økonomi

Kontingenter er den primære indtægtskilde for foreningen, og derfor er medlemmerne vores rygrad. Vi udvider løbende medlemsantallet for at styrke netværket.

Vi søger tilskud fra fonde, puljer m.m., når det giver mening. Det er et mål, at vi altid arbejder med realistiske budgetter, der ikke beror på tilskud men udelukkende på faste indtægter.

#### Partnerskaber

Vi indgår i værdiskabende samarbejder og partnerskaber med kommunale, regionale og lokale partnere omkring tiltag, der giver værdi til medlemmerne og vores område.

Vi arbejder for lokal udvikling og støtter op om relevante tiltag fra de lokale erhvervsråd, destinationsselskaber og turistforeninger.

### **Organisering**

Bestyrelsen er en arbejdende bestyrelse, der varetager administrative og praktiske opgaver i foreningen. Bestyrelsen er bredt repræsenteret geografisk blandt medlemmerne. Ambassadørerne fungerer som frivilligkorps og hjælper ved udvalgte arrangementer.

## **4. Strategiske fokusområder – hvordan skaber vi værdi**

Strategien eksekveres med udgangspunkt i 3 fokusområder, der tegner rammen for foreningens aktiviteter og værdiskabelse for medlemmerne.

### **Netværksmøder**

Vi arrangerer gode og værdiskabende netværksmøder for medlemmerne. Netværksmøder er et mødested og et samlingspunkt, hvor vi faciliterer vidensdeling, inspiration og dialog blandt medlemmerne.

Netværksmøderne er rygraden i foreningens aktivitetsplan for året. Derudover laver vi fortsat udvalgte arrangementer, der giver værdi for medlemmerne og bidrager til at markedsføre den lokale madkultur, f.eks. Høstmarked, Kulturmøde, kokkekurser mv.

### **Kommunikation og synlighed**

Vi øger foreningens synlighed og kommunikation. Vi fokuserer på at fortælle de gode historier om de lokale fødevarer virksomheder, den lokale madkultur og de mange gastro-oplevelser. Vores kanaler er sociale medier, hjemmeside og PR.

Vi skaber et stærkt brand omkring den lokale madkultur ved at være synlige i lokalsamfundet og medierne. Som forening skaber vi en samlet fortælling med en fælles stemme, der står stærkere end medlemmerne gør hver for sig.

### **Bæredygtighed**

Fokus på bæredygtighed kan udmønte sig på mange måder. Uanset om vi arbejder med FN's verdensmål, Cirkulær økonomi, ESG eller fremtidens produktionsformer, så handler det om bæredygtighed. Det er en uundgåelig del af vores nutid og fremtid.

Som forening dikterer vi ikke bestemte krav om bæredygtighed. Vi opfordrer til og støtter op om medlemmernes udvikling af bæredygtige produkter, og rejsen hen imod 'fremtidens fødevarerproduktion'. Som forening har vi en ambition om at tage et fælles samfundsansvar. Herfra er det op til medlemmerne at vurdere, hvilke bæredygtige tiltag der er væsentlige og meningsfulde for netop deres virksomhed.

## **5. Handlingsplan og eksekvering**

Det er den fungerende bestyrelses opgave at udarbejde en årlig handlingsplan med konkrete aktiviteter og initiativer, der understøtter eksekveringen af den nærværende strategi.

Strategien er en overordnet ambition for foreningen, der sætter rammen og retningen for foreningens arbejde for og sammen med medlemmerne. Handlingsplanen er bestyrelsens mulighed for at få indflydelse på de konkrete aktiviteter, der skal forme og udvikle netværket.

*Strategien er udarbejdet af bestyrelsen for Regional Madkultur Thy-Mors i perioden august 2023 – februar 2024.*

*Grundlaget for strategien er en anonym medlemsundersøgelse foretaget i foråret 2023. Strategien er præsenteret og godkendt på generalforsamlingen i marts 2024.*