

Slutrapport "Det Nordiska Virtuella Mathuset"

1 SAMMANFATTNING

Resultatet av projektet är lanseringen av första etappen av Det Nordiska Virtuella Mathuset med namnet Visthuset, som är ett "allt i ett" forum på nätet för mat- och måltidsaktörer.

Se www.visthuset.se.

Plan för den andra etappen har utformats och finansiering av denna söks.

Mot bakgrund av att Visthuset lanserades 2010-01-18 är det för tidigt att kunna se några effekter av det nya forumet.

2 BAKGRUND

På uppdrag av programmet Ny Nordisk Mat inom Nordiska Ministerrådet utformades under 2009 ett förslag strategi för ett virtuellt mathus. Man såg ett behov av att skapa ett samlat forum på nätet med målet att stärka varumärket och kommunikationen omkring den nordiska matkulturen. Förslaget till strategi presenterades på försommaren 2009 och efter en remissrunda slutredovisades förslaget i oktober samma år. Endast mindre ändringar gjordes mellan den första versionen och slutredovisningen. Förslaget strategi redovisas i **bilaga 1**

3 SYFTE OCH MÅLGRUPP

Syftet med projektet var att utveckla och lansera Det Nordiska Virtuella Mathuset enligt den strategi som redovisades med inriktning på Sverige.

Visthuset riktar sig till alla mat- måltidsaktörer i form av enskilda personer samt företag/organisationer inom matnätverk, enskilda matföretag, konsult- och utbildningsföretag, branschorganisationer samt myndigheter etc

Projektet genomförde utvecklingen och lanseringen enligt planen.

4 PROJEKTETS MÅL

Målet med Visthuset är att:

- ❖ Stärka varumärket och skapa engagemang omkring den nordiska matkulturen och det nordiska köket
- ❖ Marknadsföra nordisk mat och nordiska måltider till konsumenter och turister nationellt och internationellt

Effekterna av målen ska vara att:

- ❖ Öka försäljningen och produktionen av nordiska råvaror, produkter och måltider
- ❖ Öka turismen med inriktning på mat- och måltidsupplevelser på landsbygden
- ❖ Förbättra den offentliga och den enskildes matkultur

Mot bakgrund av att Visthuset lanserades i januari 2010 är det för tidigt att kunna se några effekter av det nya forumet.

Den nu lanserade första etappen är ett delmål på vägen på ovanstående mål och effekter.

Visthuset bygger på nordiska köksrörelsens och Ny Nordisk Mats värdegrund för ekologisk och hållbar utveckling. Att bidra till kompetensutveckling ingår i Visthusets verksamhet.

5 GENOMFÖRANDEPLAN OCH TIDSPLAN

Utvecklingen av Visthuset omfattade följande aktiviteter:

Projektledning

- ❖ Detaljbeskrivningar (beskrivningar av Visthusets funktioner med utgångspunkt från strategin)
- ❖ Programmering (utveckling av funktionerna baserat på detaljbeskrivningarna)
- ❖ Grafik (design av Visthusets grafiska utseende)
- ❖ Test (test av enskilda och integrerade funktioner)
- ❖ Lansering (utformning och genomförande av lanseringen av Visthuset)

Enligt den ursprungliga projektplanen skulle arbetet påbörjas 2009-05-01 och avslutas i slutet av 2009-12-31. Arbetet påbörjades i 2009-08-17 och Visthuset lanserades 2010-01-13. Projektet har genomförts under betydande tidspress.

6 SPRIDNING AV PROJEKTETS RESULTAT

Genom lanseringen av Visthuset sprids också resultatet av projektet. Spridningen baserades på en lanseringsplan. I framtagningen av denna kartlades det stora antal matnätverk som finns i Sverige. Vidare ingick att förse Visthuset med ett startinnehåll. Med utgångspunkt från lanseringsplanen har en pressrelease distribuerats till tidningar, enskilda personer och matnätverk. Se **bilaga 2**.

Vi som utvecklat Visthuset och som nu driver verksamheten ser fram emot att ett stort antal mat- och måltidsaktörer är intresserade av att medverka och bidra till målen med Visthuset.

Vi hoppas också att Visthuset ska bidra till utveckling av företag och landsbygd genom att enskilda personer och företag är aktiva medlemmar av Visthuset.

7 PROJEKTETS FINANSIERING

Nedan redovisas den ursprungliga kalkylen.

Aktiviteter	Konsulter		Program Kostnad	Resor Kostnad	Summa Kostnad
	Timmar	Kostnad			
Projektledning	100	85		20	105
Detaljbeskrivningar	150	128		5	133
Programmering	650	553	50	20	623
Test	100	85		10	95
Lansering	50	43		10	53
Summa	1 050	893	50	65	1 008

I samband med projektstart uppdaterades budgeten enligt nedan.

Aktiviteter	Konsulter		Program Kostnad	Resor Kostnad	Summa Kostnad
	Timmar	Kostnad			
Projektledning	120	58		15	73
Detaljbeskrivningar	150	128			128
Programmering	770	655	125		780
Grafik		50			50
Test	100	85		5	90
Lansering	50	24		10	34
Summa	1 190	999	125	30	1 154

Nedan redovisas kostnader och finansiering till och med 2009-12-31. Projektet har fortsatt under januari 2010.

Företag	Upparbetat/Levererat				Finansierat av SJV	Utbetalat till företagen	Finansierat av företagen
	Övriga kostnader						
	Konsulter	Program	Resor	Summa			
	Timmar						
GAZL	235	112 800		5 936	118 736	4 000	114 736
Drumedar	789	670 650	75 000		745 650	250 000	495 650
Benefit Holding	478	406 300	50 000		456 300	195 000	261 300
Formiga		51 000			51 000	51 000	
Summa	1 502	1 240 750	125 000	5 936	1 371 686	500 000	871 686

I likhet med många andra utvecklingsprojekt kan konstateras att tidsåtgång och kostnader har överstigit budget.

8 PROJEKTETS ARBETSSÄTT

Projektet har genomförts i samarbete mellan företagen GAZL AB, Drumedar AB, Benefit Holding AB och Formiga. Det förstnämnda företaget har varit ansvarigt för projektet. Samarbetet mellan de företag som genomförde utvecklingen fungerade utmärkt. Det var företagets första gemensamma projekt.

GAZL AB och Drumedar AB har beslutat att tillsammans driva Visthuset. Avsikten är att etablera ett gemensamt företag och att söka tillföra ytterligare ägare till bolaget. I dagsläget drivs Visthuset som en bifirma till GAZL AB under namnet Virtuella Visthuset.

Projektet är förankrat i den strategi som utformades på uppdrag av Ny Nordisk Mat. Strategin i sin tur bygger på synpunkter och förslag från ett stort antal personer i de olika nordiska länderna. Sådillvida är Visthuset förankrat i ett antal uttalade behov.

Många av de kontakter som etablerades under strategiarbetet har vidmakthållits och utgör ett mycket viktigt nätverk i den fortsatta framdriften och utvecklingen av Visthuset.

9 SLUTSATS OCH REKOMMENDATIONER

Vi som genomfört utvecklingen av Visthuset och nu svarar för dess fortsatta verksamhet är egna företagare och entreprenörer med vår bas inom informationsteknologi. Att kombinera branscher och att se verksamheter från nya infallsvinklar skapar ofta intressanta utvecklingsmöjligheter och nya former av nätverk. Vi är också övertygade om att entreprenörer är bäst på att förstå andra entreprenörer. Utvecklingen ska ske i nätverk av entreprenörer. Det är dessa som ska utgöra affärsprocesserna. Myndigheter ska vara stödjande men inte en del av affärsprocesserna.

Mat- och måltidsbranscherna i företagsledet karakteriseras av ett förhållandevis stort antal större företag men också av ett mycket stort och växande antal små företag. Bland dessa finns en stor potential att bygga matland. Små företag drivs av entreprenörer som måste vara självständiga. Samtidigt finns ett behov att ingå i gemenskaper för att kunna skapa varumärken och synas i våra nya och växande medier. Strategiarbetet visade på ett tydligt behov av ett matforum på nätet. Det är heller inte någon nackdel att ett sådant forum i sin tur drivs av entreprenörer i den mindre skalan.

Därtill ska läggas den dynamik och kraft som finns i den nordiska köksrörelsen och dess värdegrund. Att samla aktörerna omkring denna värdegrund har en stor nationell och internationell potential.

10 KONTAKTPERSON

Leif Lendrup, GAZL AB, Vikengatan 14, 652 26 Karlstad, leif@gazl.se, 054 771 83 51