

Slutrapport

Projektperiod: b2010-04-07 – 2010-11-30

Finansiärer: Mat & Media Kommunikation, Jordbruksverket





1. SAMMANFATTNING

Vi har skapat en mötesplats för skolmåltdspersonal på Internet, i formen av ett diskussionsforum – ett så kallat webbforum. Till forumet har vi knutit en receptbank där medlemmarna kan dela sina bästa recept. Dessa näringsberäknas automatiskt.

Syftet har varit att skapa en kanal för spridning av erfarenheter, goda idéer och recept inom skolmåltder över hela landet – ett slags hjälp till självhjälp tillgängligt dygnet runt.

Den primära målgruppen är personal som arbetar med eller på annat sätt är engagerad i skolmåltdsverksamheten i svenska skolor. Sekundärt vänder sig Skolmatsforum även till rektorer, förvaltningar, politiker, journalister och andra som är intresserade av skolmatsfrågor.

Projektets mål har varit att skapa Skolmatsforum och tillhörande Receptbank och sprida dem till målgruppen, samt att utveckla Skolmatsforumets innehåll och upplägg så att det blir attraktivt och får genomslag bland målgrupperna.

Spridning har skett via e-postutskick, nätverksmarknadsföring, sociala nätverk, via sökmotorer och genom medverka på en rad branschträffar och mässor. Sekundärt har spridning förstärkts genom medlemsvård och utveckling av innehållet i forumet.

Det är inte länge sedan skolmåltdspersonal ansågs ej digitalt nåbar (via e-post och internet). Fortfarande handlar det om en målgrupp där många har begränsad datorvana. Det känns rimligt att anta att majoriteten kommer att behöva lite tid på sig att stifta bekantskap med webbforumet Skolmatsforum och lära sig förstå hur de ska använda och ha nytta av det. Mot den bakgrunden har projektet varit en framgång. Medlemstillströmningen och trafiken ökar snabbt och alla kommentarer vi fått har varit mycket positiva. Redan har många haft mycket glädje av att följa och i många fall även delta i diskussionerna på Skolmatsforum.

2. BAKGRUND

Dagligen lagas det 1,2 miljoner grundskolemåltder i Sverige. Skolmåltdsverksamheten har under de senaste decennierna varit föremål för ständiga omorganisationer och förändringar pådrivna av sparkrav. Tillagningen har industrialiserats och marginalerna har pressats till absoluta minimum.

Vinden har börjat vända. Vi står inför en skollagsändring där det anges att skolmaten ska vara näringsriktig. Allt fler skolor och kommuner uttrycker intresse för att engagera sig i utvecklingsarbete för att lyfta

måltidsverksamhetens olika delar. Än så länge drivs dessa projekt påfallande ofta av få eldsjälar som ofta upplever sig ensamma med uppgiften. Utmaningarna är många, såsom begränsade resurser och den tunga uppgiften att visa "svarta siffror" för att vinna trovärdighet men samtidigt argumentera för mer resurser framöver. Maten genomgår en förändring på många håll, mer närlagat, klimatsmart och ekologiskt. Vikten av att känna stolthet över sitt yrke som kock i offentlig förvaltning är en annan viktig punkt som belyses allt mer.

Skolmatens Vänner (SV), som drivs av Lantbrukarnas Riksförbund, får i princip dagligen frågor från skolkökspersonal som undrar hur de ska gå tillväga, var de ska börja för att förbättra skolmaten. Det finns bra information på SVs hemsida, men att stötta enskilda skolor ligger inte inom ramen för verksamheten. Klart är dock att coaching från andra i samma sits är ovärderligt. Att få direktkontakt med andra skolkockar, att ta del av erfarenheter och tips är värdefullt för de som arbetar med bristande uppbackning lokalt. På detta sätt kan idéer och erfarenheter spridas som ringar på vattnet.

De senaste två åren har SV förmedlat goda exempel via både www.skolmatensvanner.se och hemsidan med Stjärnrestaurangerna (www.battreskolmat.nu) vilket har gett ett mycket stort gensvar. Det goda exemplet inspirerar och motiverar andra skolor att börja förändra sin egen måltidsverksamhet.

Vi vill skapa ett professionellt organiserat och administrerat Skolmatsforum i ett större format på nätet. En daglig öppen kanal där skolkockar kan söka konkreta svar, stöd och inspiration att utveckla skolmaten på sin skola eller enhet, enligt principen hjälp till självhjälp. Här kan de ställa direkta frågor till sina kollegor runt omkring i landet, dela med sig av bra recept och goda idéer i största allmänhet. Användarna skulle på så sätt med tiden bygga upp landets främsta kunskapsbank och supportsida för skolmåltider. Detta förutsätter ett kunnigt initiativ och en bra administration av forumet. Forumet bör också marknadsföras så att målgruppen blir medveten om alla de olika möjligheterna med det. I andra branscher har sådana initiativ fallit mycket väl ut. Det finns därmed goda modeller att ta efter.

Jämte direkta utbildningsinsatser är ett väl fungerande och landstäckande skolmatsforum det enklaste och mest kostnadseffektiva sättet att bidra till en positiv utveckling i svensk skolmat just nu.

Skolmatsforum har i skrivandets stund bara funnits i två månader räknat från lansering. Den största tillväxten förväntas ske under 2011.

3. SYFTE OCH MÅLGRUPP

3.1 Syfte

Skapa en kanal för spridning av erfarenheter, goda idéer och recept inom skolmåltider över hela landet – ett slags hjälp till självhjälp tillgängligt dygnet runt.

3.2 Målgrupper

- De primära målgrupperna är skolmåltidsansvariga, arbetsledare i skolrestaurangerna och andra som är delaktiga i skolmåltidsverksamheten lokalt eller i större enheter.
- Sekundära målgrupper är engagerade rektorer, skolpersonal, politiker, föräldragrupper, journalister, livsmedelsproducenter och leverantörer

3.3 Så uppfylldes syftet

3.3.1 Grafisk profil och hemsida med diskussionsforum och receptbank

- En grafisk profil med logotyp, typsnitt och identitetsfärger togs fram för att skapa en identitet för projektet och en tydlig avsändare.



- En testgrupp med representanter från målgruppen sattes ihop för att ge synpunkter och kommentarer och värdefull input i projektet.
- Hemsidan utvecklades med webbforum-redskapet vbulletin som grund. Till denna lades en klient för att titta på och lägga in nya recept för delning.
- Forumet och receptbanken testkördes av testgruppen innan de officiellt lanserades.

4. PROJEKTETS MÅL

- Skapa Skolmatsforum (SF) och sprida det bland målgrupperna.
- Skapa en receptbanksfunktion där användarna kan dela sina bästa recept
- Utveckla Skolmatsforumets innehåll och upplägg så att det blir attraktivt och får genomslag bland målgrupperna.

5. GENOMFÖRANDEPLAN OCH TIDSPLAN

Q2-2010

Research, teknisk produktion och PR- och nätverksaktiviteter för att förbereda nyckelpersoner och organisationer för lansering.

Q3-2010

Fortsatt teknisk produktion, webbutveckling, webbmastertjänster och fortsatta PR- och nätverksaktiviteter.

Q4/2009

Lansering, fortsatt webbutvecklingsarbete, redaktionellt arbete, textproduktion och administrering av forum och receptbank och fortsatta PR- och nätverksaktiviteter. Utvärdering och rapport.

Bilaga 1 – Skärmbilder från www.skolmatsforum.se

Bilaga 2 – Exempel på diskussionsämne

6. SPRIDNING AV PROJEKTETS RESULTAT

Nyckeln till spridning av ett webbforum som SF är att fylla det med ett innehåll som är attraktivt för målgruppen. Man får gå lite balansgång mellan att locka till sig användare och att vänta med att bjuda in i stor skala till dess att forumet börjat fyllas med innehåll. Att göra kampanjer och snabbt locka stora skaror till ett webbforum med få inlägg blir lätt kontraproduktivt. Bättre då att låta forumet växa organiskt och utvecklas i takt med användandet.

6.1 Medier

Det finns några få renodlade men starka medier som riktar sig till målgruppen. Det har funnits ett nära samarbete med tidningen Restaurangvärlden som bevakat och upprepade gånger berättat om SF i tidning och på sin webb. Det som lyfts fram i artiklarna är faktumet att SF är tillgängligt för alla skolkockar och att innehållet inte styrs av livsmedelsindustrin utan kockarna själva.

Därtill har både kostchefernas tidning Näringsvärt och Mjölkspegeln med tusentals prenumeranter inom skolvärlden skrivit om SF i positiva ordalag.

6.2 Nätverk

Att gå ut och berätta om Skolmatsforum i vårt stora nätverk av branschfolk och nyckelpersoner har varit ett viktigt sätt att sprida kännedom. Under hösten har vi medverkat i ett flertal branschträffar, mässor och sammankomster där yrkesverksamma i skolmältiderna befunnit sig. I vissa fall har SF varit föremål för en hel föreläsning/längre demonstration inför publik, som till exempel på uppmärksammade nystartade Måltidscentrum i Vara.

6.3 Hemsida och sökbarhet

Skolmältidspersonal vet själva bäst vad som intresserar kollegorna. Genom att göra inlägg om saker de tycker är relevanta fylls SF med innehåll som indexerats av sökmotorerna och dyker upp när målgruppen söker efter det. Så hittar de flesta fram till ett webbforum. Det är så att säga självspridande till sin natur.

6.4 E-post-kampanj

Till en början användes massutskick av e-post som strategi, men ändrades efter hand då effekten inte kom snabbt nog. Istället valdes en selektiv strategi, riktad mot skolor och rektorsområden eller hela kommuner med en tydligt uttalad ambition att arbeta med sin skolmältidsverksamhet. Dessa hittades via uppsökande verksamhet – nätverkande och genomgång av pressklipp om skolmatsnyheter från hela landet.

6.5 Sociala medier

Vid lansering skapades Facebook-sidan Skolmatsforum där vi tog upp ett intressant ämne med pågående diskussion en gång varje vecka. Det är ett enkelt och effektivt sätt att marknadsföra sig på. Flera mycket aktiva medlemmar har tillkommit den vägen.



6.6 Medlemsvård

Att välkomna och ta väl hand om nya medlemmar har varit högt prioriterat redan från början. Det kan kännas lite nervöst att göra sitt första inlägg. Vi har

haft som policy att se till att alla får svar och uppmuntran, kanske i form av en fråga eller lite bifall. Medlemmarna drivs av olika saker, en del vill ha svar på en direkt fråga medan andra kanske vill dela med sig av en erfarenhet och få en bekräftelse på att det hjälpte någon annan.

6.7 Framtida spridning

Det hade varit trevligt att få fylla på den här rapporten i framtiden. Ett forum byggs inte på en dag. Det tar tid att bygga en helt ny branschtjänst på nätet och därtill ett varumärke. I skrivande stund kan vi konstatera att vi är på god väg men att det kommer att dröja en bra bit in på nästa år innan SF har etablerat sig på allvar i skolmatsvärlden.

Möjligheterna med SF är till synes nästan oändliga. 2011 kommer vi att satsa vidare på att bredda medlemsbasen inte bara till antalet utan också med tanke på yrkeskategorier. Inget skolmatsforum är komplett om inte de som bestämmer finns representerade. Vi planerar därför en kampanj mot rektorer, utbildningsförvaltningar och ansvariga kommunalpolitiker.

Med större medlemsbas kan vi göra statistiskt relevanta undersökningar bland medlemmarna, med resultat som kommer att intressera pressen. Vi kan erbjuda färsk statistik och ta tempen på skolmatssverige. På så sätt kan vi skapa värdefull uppmärksamhet och nå ut till ännu fler potentiella medlemmar.

7. PROJEKTETS FINANSIERING

Den totala slutkostnaden för projektet blev 1.000.488 kr.

Finansiärer: Mat & Media Kommunikation M&M, och Jordbruksverket SJV, med vardera 50 procent.

Kommentar

Kostnaderna för receptbanken blev större än väntat. På grund av missförstånd saknas post för utveckling av själva webbklienten, den undersida medlemmarna använder för att titta på och lägga in recept. Dessa oförutsedda kostnader har till största delen kunnat täckas av buffertposten "Övriga kostnader" (i projektplanen). Resten har lyfts från posten "Reskostnader".

8. PROJEKTETS ARBETSSÄTT

Projektledare Annika Unt Widell, Mat & Media Kommunikation

Projektledning, PR-arbete, textproduktion

Anders Widell, Mat & Media Kommunikation

Teknik, webbutveckling, grafisk produktion, webbmastring, och webbmastertjänster.

Samarbetspartners

- Den som ansvarat för driften och utvecklat receptbanken som är kopplad till Skolmatsforum är Mashie AB. Mashie är också namnet på företagets kostdataprogram för restaurang och storhushåll som funnits på marknaden sedan 1993.
- Tidningen RestaurangVärlden, både i pappersformat och på nätet, har följt projektet med artiklar och notiser. Journalistik är ju alltid fristående och kan inte räknas som samarbete. Men då tidningen RestaurangVärlden är representerad i testgruppen för projektet har tidningen haft nära till nyhetskällan.
- Paul Svensson är stjärnkock och för allmänheten känd från skolmatsserien Matakuten i TV4 . Paul Svensson har varit aktiv medlem i testgruppen för Skolmatsforum.
- Michael Bäckman, prisbelönt skolmatskock och flitigt anlitad föreläsare har också suttit med i testgruppen och talar varmt om Skolmatsforum när han är ute på sina utbildningsuppdrag i flertal olika kommuner i landet.
- Ulrika Eichler är ytterligare en prisbelönt kock och kostchef som utvecklat forumet via sitt deltagande i testgruppen.

9. SLUTSATS OCH REKOMMENDATIONER

- Så här cirka två månader efter lansering känner vi oss än mer övertygade om att Skolmatsforum är ett uppskattat sätt för skolmåltidspersonal att träffas och utväxla erfarenheter. Vi har följt många nya medlemmars väg från att först varit inne och läst och lagt någon enstaka kommentar till att bli aktiva och drivande i diskussioner. Det man ser av dialogen är att de "synliga" medlemmarna blivit hjälpta. Det man inte ser är alla de "osynliga" som blivit hjälpta av att läsa diskussionen av ämnet. Bifogar exempel på ämne. Bilaga 3.
- Att receptbanker är högintressant för målgruppen blev tydligt ganska tidigt i kontakterna med branschfolk. Utmaningen är att motivera medlemmarna

att lägga in sina recept när detta i de flestas vardag måste ske utanför arbetstid. Oavsett detta har receptbanken fått en flygande start.

- Att ta ett färdigt webbforum- och CMS-redskap (CMS = Content Management System) kan tyckas enkelt men det innebär mycket arbete när man ska implementera en grafisk profil och anpassa efter målgruppen. Det är ett tidsödande arbete, men ändå att föredra mot att bygga allt från grunden. I ett befintligt redskap som funnits på marknaden länge är buggarna och problemen kända. Funktioner och gränssnitt har också utvecklats efter önskemål från användare.
- Det går inte att överskatta värdet av seriösa, aktiva och kunniga medlemmar som startar ämnen och deltar i diskussioner på ett konstruktivt sätt. Det är viktigt i ett projekt som Skolmatsforum att snabbt skaffa sig sådana "ambassadörer" som anger tonen och visar vägen. Det är viktigt att man försöker ge dem erkännande och uppmuntran för den tid och möda de lägger på detta.
- Man måste också vara förberedd på att det kommer medlemmar som är det rakt motsatta. Det kan handla om personer som vill agitera eller bara röra om i grytan. De skapar oordning och sprider dåliga vibbar. Som administratör och moderator gäller det att vara uppmärksam. Det gäller att balansera åsiktsfriheten mot snabba åtgärder vid övertramp. I vissa fall hinner andra forummedlemmar själva korrigera dem som trampar över, vilket alltid är det bästa och mest effektiva. I andra fall måste moderatören agera och då kommer vi till nästa punkt – forumreglerna.
- Forumreglerna är det enda vapen man egentligen har som administratör och moderator. Det gäller att dessa är väl genomtänkta och utformade. Ingen medlem kan varnas, modereras eller stängas av om de inte bryter mot forumets regler. I huvudsak är reglerna tydliga men vissa delar lämnar utrymme för tolkning - och det är bra. Det ger möjligheter. I slutändan är det alltid administratören som har sista ordet i egenskap av ansvarig för forumet.
- Att sprida ett webbforum digitalt är förmodligen det mest kostnadseffektiva sättet. E-post-utskick till utvalda, sociala medier, webbtidningar och banners om budgetutrymme finns har den fördelen att genom direktlänk kommer omedelbart in i forumet. Ett bra sätt är att använda sig ämnen från forumet. Att skicka ett mail till en person med en länk till ett ämne som är intressant för denne, är en bra metod att locka till sig användare. Punktinsatser ska inte underskattas.
- Att vistas på webbforum passar inte alla. Och man måste vara ödmjuk inför faktumet att inte alla är intresserade av att "prata skolmat". Dessvärre är inte heller alla ännu intresserade att utveckla eller förbättra sin måltidsverksamhet. Inledningsvis bör man fokusera spridningsinsatserna

mot dem som är mottagliga och kan tänkas vara positiva till mediet. De kommer att bidra till att fylla forumet med ett bra innehåll vilket i slutändan kommer att locka till sig övriga.

- Vad gäller receptbanken har det största problemet varit näringsberäkningen eller rättare sagt kopplingen med Livsmedelsverkets databas över näringsberäknade livsmedel. Nomenklaturen är besvärlig. Benämningarna som hämtas direkt från databasen, kan ibland uppfattas främmande och svåra att förstå för målgruppen. Men så är de ju heller inte ursprungligen tänkta för att användas i receptbanker utan snarare för att näringsberäkna individers mat över hela dagen inkl färdiglagade rätter och produkter. I nuläget finns ingen annan rimlig lösning annat än att hämta uppgifterna kontinuerligt från databasen så att de ständigt är uppdaterade.

10. KONTAKTPERSON

Annika Unt Widell

Projektledare Skolmatsforum

annika@matomedia.se

0702-37 99 29