

SMIL

PARTNERSKAB OG INTERVENTIONSPROJEKT TIL

SUNDERE MAD I IDRÆTSLIVET

KORT OM PROJEKTET

SMIL skal være startskuddet på en national kulinarisk og sund revolution i de danske idrætsfaciliteter. SMIL vil skabe og markedsføre et nyt og sundt koncept, som appellerer til fremtidens idrætsudøvere, og som giver genlyd i den danske idrætsverden.

SMIL gennemføres af Kræftens Bekæmpelse, DGI-huse og haller, Københavns Madhus, Halinspektørforeningen, Fødevarestyrelsen og flere danske kommuner. SMIL er et flerårigt landsdækkende interventionsprojekt, der skal fremme en sund, attraktiv og tidssvarende madkultur i idrætslivet – og skabe eksempler for fremtiden.



MOTIVATION, BAGGRUND, HISTORIK	SIDE 3
VISION	SIDE 4
FORMÅL	SIDE 5
PROJEKTMÅL OG AKTIVITETER	SIDE 6
SUCCESKRITERIER	SIDE 7
TIDSPLAN	SIDE 7
PROJEKTORGANISERING	SIDE 8
PROJEKTPLAN	SIDE 9
FASE 1	SIDE 10
FASE 2	SIDE 11
FASE 3	SIDE 13
FASE 4	SIDE 15
FASE 5	SIDE 16
BILAG	SIDE 17

Fremtidens idrætsanlæg

Idrætsanlægget skal være det sundeste sted i byen. Idrætsanlæggenes madkultur skal ændres, så den i fremtiden bliver synonym med sunde og attraktive måltider, som appellerer til børn, unge, voksne og seniorer. Der skal være sunde og velsmagende snacks og drikkevarer, som kan nydes før og efter træning. Den nye madkultur og de sunde menuer skal sikre, at der kommer flere og nye kunder i idrætsanlæggenes cafeer, der skal blive sjove sociale samlingssteder med liv, smil og sunde vaner. Visionen er klar: Idrætsanlæggenes skal være i front, når det gælder sund og livsglad madkultur!

Desværre er der stadig dækket op til friturefest i mange idrætsanlæg, hvor sodavand, pølser, pomfritter og parisertoast dominerer menuen. Dette skal ændres, og undersøgelser viser, at idrætsudøverne er klar til nye og sundere madtilbud, hvor de dyrker idræt. Det ses eksempelvis i Sundhedsprofilen fra Region H, hvor 59 % svarende til mere end 700.000 borgere, mener, at det skal være forbudt at sælge fastfood i sportshaller og idrætsklubber.



Endvidere mener henholdsvis 27 % og 33 % af regionens borgere, at der bør indføres et forbud mod henholdsvis sodavand og snack, slik og chokolade. Det er markante og hårdtslående tal, som understreger, at tiden er inde til en kulinær revolution i de danske idrætsfaciliteter. At idrætsfaciliteter er et potentielt sted for initiativer vedr. sund mad påpeges også i Breddeidrætsudvalgets rapport "Idræt for alle – konklusioner og forslag" fra 2009. Her understreges på side 39, at det her er muligt at påvirke mange forskellige målgrupper gennem såvel oplysning som strukturelle tiltag.

Idrætsfaciliteterne som arena for forebyggelse

Idrætten i Danmark er historisk set blevet begrundet på mange måder: Sundhed, oplysning, demokrati, integration, socialisering og læring. Med det markant øgede fokus på forebyggelse, folkesundhed og sundhedsfremme er det naturligt, at der fra både udøver og politisk side stilles særlige forventninger til idrættens sundhedsdimension. Dette gør sig også gældende på kostområdet, hvor idrættens faciliteter på trods af flere gennemførte projekter om sund mad, har et enormt efterslæb. Hvilket er både paradoksalt og uholdbart.

I 2005-2007 gennemførte Kræftens Bekæmpelse sammen med sundhedsmyndigheder, idrætsorganisationer og Halinspektørforeningen projektet Mad i bevægelse. Projektets fokus var idrætsforeningerne, der fik hjælp til at udarbejde og implementere sunde madpolitikker. En central erfaring fra Mad i bevægelse er, at selvom foreninger, forældre og idrætsaktive ønskede et ændret madudbud, lykkedes det kun i begrænset omfang at overvinde barriererne i forhold til idrætsfaciliteternes cafeterier. Dette understreges også i Forebyggelseskommissionens anbefalinger til en styrket forebyggende indsats fra 2009, hvor der på side 397 står "Erfaringer med udbredelse af sund mad i idrætshaller peger på behovet for at stille sundhedsmæssige krav i forpagtningsaftalerne til den mad, der serveres i cafeterierne, at indbygge økonomiske incitamenter i forpagtningsaftalerne samt stille viden om sund mad og konkret vejledning i implementeringen heraf til rådighed for kommunerne og forpagterne".

SMIL vil tage afsæt i disse erfaringer, men med et nyt fokus vise, at det er muligt at overvinde disse barrierer og komme videre.

Tiden er inde til en kulinarisk revolution

I forbindelse med strukturreformen i 2007 fik kommunerne hovedansvaret for den borgerrettede forebyggelsesindsats. Kommunens idrætsanlæg er i den sammenhæng en oplagt arena i forhold til arbejdet med strukturel forebyggelse, hvor motion og i den forbindelse sund mad, gøres lettilgængeligt for borgerne. SMIL tilbyder kommunerne et partnerskab og et projektforsløb, som kan "slå hul i muren" og sætte en helt ny dagsorden i forhold til at skabe en sundere madkultur og -profil i det danske idrætsliv. Derved muliggør SMIL en realisering af nogle af Breddeidrætsudvalgets konklusioner i rapporten "Idræt for alle" (2009), hvor det under forslag 31 blandt andet hedder, "at kommunerne ved nybygninger, opgraderinger og moderniseringer af idrætsfaciliteter lægger vægt på, at disse giver mulighed for, at hele familien kan dyrke idræt samtidig og eventuelt samles om fælleskøkken eller sund cafémad efter aktiviteten". I rapporten understreges ligeledes, at de nuværende haller ofte savner plads til at "skabe attraktive sociale rammer for teenagere" en udfordring, som SMIL også tager fat om.

SMIL gruppen har allerede oplevet kommunal interesse; således deltog seks kommuner i en opstartsworkshop i efteråret 2010. Enkelte kommuner er på egen hånd gået i gang med at skabe sundere mad i idrætslivet, det gælder f.eks. Gladsaxe, Faaborg-Midtfyn og Silkeborg Kommuner.

Disse kommunale eksempler har på den ene side givet nye erfaringer og anskueliggjort flere udfordringer, og på den anden side vist, at der er kommunal interesse for at gøre noget, når det gælder sund mad i idrætsfaciliteterne.

SMIL har ambitioner om at sætte øget fart under denne udvikling og skabe lysende eksempler og så stor kritisk masse, at ingen kommune eller idrætsfacilitet længere kan sige, at "det er umuligt at sælge sund mad hos os" og herved få sund mad på menuen i mange flere af landets kommuner.

VISION

VISIONEN ER AT SKABE EN SUND, ATTRAKTIV OG TIDSSVARENDE MADKULTUR I IDRÆTSFACILITETERNE SÅLEDES, AT DET SUNDE BLIVER DET NATURLIGE I IDRÆTSLIVET.

MÅLET MED SMIL ER AT SKABE OG MARKEDSFØRE ET NYT OG SUNDT KONCEPT FOR MADKULTUREN I IDRÆTTEN, SOM APPELLERER TIL FREMTIDENS IDRÆTSUDØVERE, OG SOM GIVER GENLYD I DEN DANSKE IDRÆTSVERDEN OG HOS DE DANSKE KOMMUNER.

GENNEM EN 3-ÅRIG PROJEKTPERIODE GIVER SMIL STARTSKUDDET TIL EN NATIONAL SUND, KULINARISK REVOLUTION I IDRÆTSVERDENEN.



PROJEKTMÅL OG AKTIVITETER

SMIL består af fem faser, som tilsammen skal sikre en succesfuld sund, kulinarisk revolution i idrætsverdenen. I et flerårigt projekt skal de fem elementer sikre 1) et stærkt og veldokumenteret fundament, 2) nogle markante og tydelige fyrtårne, som viser vej for fremtiden 3), et bredere fundament via "almindelige idrætsfaciliteter med almindeligt udgangspunkt", 4) national udbredelse af koncepter, ideer og erfaringer og 5) forankring og evaluering af de opnåede resultater. SMIL's fem projektmål skitseres kort herunder:

1. Dokumentation og nulpunktsmåling

Målet er via en landsdækkende kvantitativ og kvalitativ undersøgelse at gøre status for igangværende arbejde med sund mad i idrætsfaciliteterne, samt at generere brugbar viden om best practice. Nulpunktsmåling, status og best practiceeksempler indgår som en del af platformen for SMIL's projektarbejde.

2. Fyrtårne

Målet er at sætte dagsorden og retning gennem etablering af markante, synlige og konsekvente fyrtårne, hvor arbejdet med at ændre madkulturen og udbuddet "går hele vejen". Fyrtårnene skal sætte nye standarder for arbejdet med sund mad i idrætsfaciliteterne og markere den sunde kulinariske revolution.

Der etableres fem fyrtårne fordelt jævnt over landet.

3. Det brede fundament

Målet er med udgangspunkt i elementer af SMIL-konceptet at forbedre sundheden og madudbuddet i "almindelige" idrætsfaciliteter og hermed vise, at det er muligt at overvinde de gængse barrierer og myter om sund mad i idrætslivet. Arbejdet sker gennem processtøtte, udarbejdelse af koncepter, inspirationskatalog, leverandøroversigter samt sunde opskrifter.

Der etableres sund mad og procesarbejde i 25 almindelige idrætshaller.

4. National udbredelse

Målet er, at sund mad i idrætslivet sættes på dagsordenen i alle landets kommuner. Der formidles og kommunikeres i hele projektperioden om aktiviteter og erfaringer. To konferencer i henholdsvis midten og slutningen af projektperioden skal udbrede kendskabet til arbejdet med og mulighederne for en sund og kulinarisk forbedret madkultur i idrætslivet.

20 kommuner skal tage konkrete initiativer til at implementere elementerne fra SMIL-projektet.

5. Forankring og evaluering

Målet er at skabe en forankring af projektets indsigter og koncepter også efter projektperiodens udløb. I slutningen af projektperioden gennemføres en undersøgelse, hvor der evalueres på effekten af SMIL-indsatserne med henblik på at formulere anbefalinger til det fremtidige arbejde i kommunerne. Projektets partnere vil i den forbindelse fortsat arbejde for at udbrede SMIL-konceptet, hvor mulighederne viser sig.

75 idrætsanlæg arbejder i 2014 målrettet med en sundere madprofil.



SUCCESKRITERIER

Aktiviteterne i SMIL skal medvirke til at opnå følgende succeskriterier:

- Ved projektafslutning findes der et gennemarbejdet SMIL-koncept med såvel visuelt brand som kulinariske, ernærings- og indretningsmæssige profiler.
- Ved projektafslutning er der fem velfungerende, veldrevne og meget tydelige fyrtårne, som viser vejen for fremtidens sunde madkultur i idrætslivet.
- Ved projektafslutning er der 25 velfungerende og økonomisk bæredygtige SMIL-idrætsfaciliteter.
- Ved udgangen af 2014 er der sat en ny national dagsorden for sund madkultur i idrætslivet.
- Ved udgangen af 2014 er SMIL og tiltagene omkring sund mad kendt og positivt vurderet i den danske idrætsverden.
- Ved udgangen af 2014 er der taget konkrete initiativer til implementering af en sund madkultur i idrætsfaciliteter i mindst 20 danske kommuner.
- Ved udgangen af 2014 er der minimum 75 danske idrætsfaciliteter, som arbejder med sund mad.

TIDSPLAN

SMIL gennemfører interventionsprojektet i en 3-årig periode. Herunder følger skematisk tidsplan for projektperiodens enkelte elementer.

TIDSPLAN – EN OVERSIGT	2012 / 2013 / 2014 Kvartaler											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Rekruttering af kommuner	x	x										
Dokumentation og evaluering	x	x	x								x	x
Udvikling af koncept, identiteter mv.		x	x	x	•							
Fyrtårne			x	x	x	x	•	•	•	•		
Bredere udbredelse			x	x	x	x	•	•	•	•		
National udbredelse	•	•	•	•	x	•	•	•	•	•	•	x

x intensiv projekt aktivitet • lavere projekt aktivitet

Projektledelse

DGI-huse og haller har den overordnede projektledelse og fungerer samtidig som sekretariat for partnerskabets aktiviteter. Projektledelsen bærer det primære administrative og budgetmæssige ansvar, herunder at varetage den løbende afrapportering til ekstern finansieringskilde. Dertil er projektledelsen ansvarlig for vedligeholdelse af projektets hjemmeside, udsendelse af nyhedsbreve samt koordinering af partnerskabets kommunikation af projektet.

Projektets øvrige parter vil i nødvendigt omfang bidrage til projektledelsens arbejde og parallelt med dette administrere egne aktiviteter i både faglig og økonomisk henseende.

Projektledelsen er ikke ansvarlig for de enkelte parter individuelle aktiviteter til støtte for partnerskabets vision og mål, men vil have en stor opgave i at sammenholde disse, så partnerskabets aktiviteter løbende koordineres og arbejder i synergi.

SMIL-arbejdsgruppe

Der etableres en primær arbejdsgruppe, der består af partnerne i SMIL. Gruppen har ansvar for at sikre projektets udvikling og fremdrift og i nødvendigt omfang rådgive projektledelsen om aktiviteter, større budgetmæssige spørgsmål samt behovet for at regulere i den overordnede projektplan.

Kommunale samarbejdspartnere

Der etableres et netværk for de kommuner, der deltager aktivt i projektet. Desuden laves skriftlige aftaler med disse kommuner. De kommunale samarbejdspartnere vil blive inddraget i forbindelse med udviklingen af SMIL-konceptet i projektets indledende fase.

Netværk

Der etableres et åbent netværk for interesserede kommuner, der ikke deltager i projektet, men gerne vil inddrages og følge med i udviklingen.

Overordnet interesse- og opgavefordeling i projektet

SMIL's parterne repræsenterer forskellige organisatoriske niveauer og kompetencer med det fælles mål, at alle ønsker at bidrage til at fremme sundere mad i idrætslivet:

- DGI-huse og haller repræsenterer idrætten og har en interesse i, at idrætsfaciliteterne fremover kan tiltrække nye idrætsudøvere blandt andet gennem et attraktivt madtilbud. DGI leverer viden fra allerede gennemførte projekter om sund mad og medvirker til det brede fundament i de 25 involverede "almindelige idrætshaller".
- Fødevarestyrelsen repræsenterer staten og har en interesse i at fremme sunde vaner hos børn og unge. Styrelsen leverer den kostfaglige sikkerhed ved deltagelse i de lokale projekter via Alt om kostrejseholdet og gennem analyser og bidrag til materialer. Projektet vil desuden kunne trække på Fødevarestyrelsens ressourcer i forhold til kommunikation, mærknings- og anprisningsregler.
- Kræftens Bekæmpelse bidrager med viden og erfaringer fra projektet Mad i bevægelse og leder udarbejdelsen af de landsdækkende undersøgelser henholdsvis nulpunktsmålingen og evalueringen ved projektets afslutning, og leverer derfra viden om best practice ind i projektets øvrige faser.
- Københavns Madhus leverer viden og erfaringer fra arbejdet med mad- og kulturændringer i det københavnske idrætsliv og skoleliv herunder arbejdet med udvikling af identiteter og kulinariske ny-skabelser. Københavns Madhus er primært ansvarlig for etablering af fyrtårne og udviklingen af den kulinariske identitet.
- Halinspektørforeningen har den direkte kontakt til ledelsen i hallerne og har en interesse i, at hallerne følger med udviklingen og forsat er et attraktivt fritidstilbud. Foreningen leverer en central kommunikationskanal til hallerne samt viden og erfaringer om de praktiske elementer ved drift af idrætsfaciliteter og ved omlægning af fødevarerudbud.

Se endvidere bilag på s. 19 for yderligere partnerbeskrivelse



Det 3-årige projekt opdeles i følgende faser:

FASE 1 Opstart, vidensindsamling og rekruttering

FASE 2 Udarbejdelse af SMIL-koncept, brand, kulinarisk identitet og profilmateriale

FASE 3 Implementering

FASE 4 Formidling

FASE 5 Forankring og evaluering



Opstart, vidensindsamling & rekruttering

1. Nulpunktsmåling som del af effektmåling

Formålet med effektmålingen er ved gennemførelse af en nulpunktsmåling og en afsluttende evaluering af projektets resultat at måle, i hvilken grad projektet formår at ændre maden i idrætsverdenen.

Effektmålingen gennemføres som en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse til alle landets kommuner. Undersøgelsen vil i relation til kommunen spørge ind til, om der er politiske beslutninger eller iværksat konkrete projekter med henblik på at fremme sundere mad i idrætsfaciliteterne. Via Halinspektørforeningen kontaktes landets idrætsanlæg. I relation til det lokale idrætsanlæg indsamles der i undersøgelsen viden om, om der er arbejdet med sund mad, ligesom der afdækkes konkrete erfaringer med sund mad, samt hvilket udbud der findes i cafeteriaerne i dag. Nulpunktsundersøgelsen er gennemført fire måneder efter projektstart og formidles i en rapport.

2. Kvalitativ undersøgelse af hidtidige erfaringer i kommuner og haller

På baggrund af den kvantitative undersøgelse gennemføres en kvalitativ undersøgelse, som via telefoninterview afdækker erfaringer og best practice i de idrætsfaciliteter, der har arbejdet med sund mad. Der gennemføres i alt 30 interview samt besøg i 10 idrætsfaciliteter. Den kvalitative undersøgelse er gennemført 4 måneder efter projektstart og munder ud i et best practice-katalog, der kan understøtte partnerskabets videre arbejde.

3. Rekruttering af kommuner

Resultaterne fra ovennævnte undersøgelser bruges til rekruttering af kommuner til såvel fyrtårne som de 25 'almindelige haller' i det brede fundament.

4. Workshop og formidling af best practice

Den indsamlede viden præsenteres og videreudvikles i en workshop, via projektets hjemmeside og artikler målrettet projektets interessenter f.eks. i Danske kommuner, Udspil (DGI's medlemsblad) og Idræt-kultur-fritid (Halinspektørernes blad). Hermed formidles allerede på et tidligt tidspunkt erfaringer omkring arbejdet med skabelsen af en sund madkultur i idrætslivet. Dette skal løfte den samlede interesse for projektet og sund mad i idrætslivet.

Udarbejdelse af SMIL-koncept, brand, kulinarisk identitet, og profilmateriale

1. Konceptudvikling

Der udvikles et overordnet SMIL-koncept, der skal sætte den nye dagsorden for sund mad og madkultur i idrætten, og som tager højde for praktiske, økonomiske og kulturelle udfordringer. I konceptudviklingen anvendes viden og erfaring fra tidligere indsatser vedr. sund mad i idrætten. Arbejdet med SMIL-konceptets overordnede indhold og definitionen af retningen frem mod det sundere mål, sker via målgruppeanalyser ligesom, der inddrages innovative produkt- og konceptudviklere.

Både fyrtårne og de 25 haller i det brede fundament skal med udgangspunkt i SMIL-konceptet sikre en positiv kobling mellem idræt, aktiv livsstil, sund mad og sundhed i folks hverdag. SMIL-konceptet skal skabe rammer, der matcher det moderne menneskes behov og ønsker ud fra en betragtning om, at maden alene ikke skaber nogen ny kultur og heller ikke nødvendigvis tiltrækker nye brugere.

Fyrtårnene ventes at implementere det fulde koncept, mens de øvrige 25 idrætsfaciliteter i samarbejde med projektets konsulenter udvælger de dele af konceptet, der giver mening og mulighed for realisering og madkulturelle ændringer i den pågældende facilitet.

De væsentlige elementer i konceptet er beskrevet nedenfor som selvstændige aktiviteter

2. Udvikling af SMIL-konceptets brand

Der inddrages et eksternt reklame/markedsføringsbureau i udviklingen af en samlet identitet og et visuelt brand, der tydeligt signalerer, at der i de involverede SMIL-idrætsfaciliteter er en helt ny madkultur på spil.

En god og sund madkvalitet er en grundlæggende forudsætning, men en bevidst og gen-nemgående designlinje er også en nødvendighed for at opnå succes. Brandets identitet skal udtrykke en helhed, der f.eks. omfatter emballage, salgsmaterialer, hjemmeside, rammerne om måltidet, kampagner, menukort, beklædning m.v. I dag findes der stort set kun stærke brandes

inden for usunde produktkategorier eller spisesteder. For at sikre gennemslagskraft er det vigtigt, at der tænkes innovativt og ambitiøst i udviklingen af et tilsvarende stærkt brand målrettet et sundere alternativ. Endvidere skal brandet og hele konceptets tilhørende identitet matche de forskellige målgrupper, cafetyper, geografiske placeringer mv.

3. Udvikling af kulinarisk identitet

Maden i konceptet skal være sund, af højere kulinarisk kvalitet og mere tidsvarende end det madudvalg, der findes i idrætscafeterierne i dag. Til udvikling af SMIL-konceptets kulinariske identitet bruges derfor folk med stærke kulinariske kompetencer fra såvel Københavns Madhus som eksterne partnere.

Den kulinariske identitet bliver udtrykt i forskellige pakker, der tilsammen udgør et komplet hele. Grundpakken implementeres i alle de 25 idrætsanlæg i det brede fundament såvel som i de fem fyrtårne. Grundpakken vil ikke forudsætte store krav til salgs- og køkkenfaciliteter. Udover grundpakken udvikles en række yderligere 'pakker' f.eks. varme menuer, morgenmad, mellemmåltider, stævnepakker, drikkevarer mv. Opskrifterne i pakkerne udvikles med øje for sæson, smag og høj kulinarisk kvalitet og er tilpasset de enkelte faciliteters muligheder og målgrupper. Der udvikles opskrifter og serveringsmanualer til alle menupakkerne, ligesom der laves manualer vedr. indkøb, forhandlere mv.

Fyrtårnene skal udover grundpakken, så vidt det overhovedet er muligt, implementere alle de øvrige pakker. De 25 idrætsanlæg i det brede fundament kan udover grundpakken, vælge at implementere yderligere pakker.

4. Ernæringsmæssig profil

Med udgangspunkt i de officielle anbefalinger og retningslinjer herunder de 8 kostråd, vil der blive formuleret ernæringsmæssige retningslinjer for maden i SMIL-konceptet. Dertil laves ernæringsmæssige profiler for de udviklede produkter og menupakker.

5. Indretning

Erfaringerne fra blandt andet udviklingen af Københavns nye skolemad EAT og de her tilhørende spiseområder og lounges viser, at omgivelserne og rammerne er vigtige for en succesfuld implementering af sund mad og ny madkultur. Med involvering af såvel køkkenfaglige arkitekter samt indretningsarkitekter udvikles der, på linje med den kulinariske identitet, en indretningsmæssig profil, der skal matche og afspejle den nye madkulturelle virkelighed og SMIL-konceptets brand. Den indretningsmæssige identitet kan skrues op eller ned alt efter idrætsanlæggets type og størrelse.

Fyrtårnene udruller hele denne indretningsprofil, hvorimod anlæggene i det brede fundament bruger de elementer, der giver mening det pågældende sted. Til brug såvel i selve projektet som til efterfølgende udbredelse udarbejdes manualer, idekataloger og forhandlerlister.

Målgrupper:

I arbejdet med udvikling af koncept, brand, kulinarisk identitet, profilmateriale mv. vil der blive fokuseret på udvalgte målgrupper. Det gælder:

- Familier der vil have mulighed for i fællesskab at spise sund aften mad i hyggelige rammer på de træningsaftener, der ellers kunne ende i fastfoodløsninger pga. manglende tid til indkøb og madlavning.
- Forældre der opholder sig i faciliteterne i weekenden, hvor børnene er til stævne. De skal kunne sætte sig i et hyggeligt cafemiljø, drikke en god kop kaffe og få et sundt måltid mad, mens de læser avisen og har mindre søskende underholdt i cafeteriets legehjørne.
- Børn alene til stævne, der skal kunne få et sundt måltid uden det svære valg mellem det usunde og det sunde f.eks. i form af en stævnepakke, der bestilles over nettet og leveres i idrætsanlægget.
- Unge der samles efter træning til 'tredje halvleg' skal have noget sundt og godt at spise, mens de ser en kamp på storskærm eller slutter aftenen med et spil bordfodbold i hyggeligt loungeområde.
- Ældre borgere, der mødes over dejlig sund morgenmad, brunch eller formiddagens mellemmåltid efter at have svedt til morgengymnastik, yoga, badminton ol.



Implementering

Det er en forudsætning for udvælgelse af såvel de fem fyrtårne som de 25 idrætsanlæg i det brede fundament, at der er såvel lokal motivation og medejerskab som kommunal opbakning. Dette skal blandt andet manifesteres i en kommunal økonomisk understøttelse samt medvirken af kommunale fritids- eller sundhedskonsulenter.

Arbejdet med implementering af henholdsvis fyrtårne og det brede fundament hviler på følgende grundpiller:

Fyrtårnene

Der etableres fem fyrtårne. For hvert fyrtårn gennemføres følgende:

- **Aftaleindgåelse og forankring**
For hvert fyrtårn samles en følgegruppe af interessenter fra henholdsvis kommunen, idrætsfaciliteten, cafeen, de tilknyttede foreninger og evt. brugere. Dertil udpeges kontaktpersoner mv.
- **Ombygning og indretning**
Med udgangspunkt i de enkelte fyrtårne udarbejdes plan for eventuelle ombygninger og indretninger i køkken, salgs- og serveringsområde.
- **Kompetenceudvikling af personalet**
I forhold til den nye kulinariske linje afholdes der kurser for de ansatte i køkkener og cafeer. Personalet uddannes i ernæring, madkvalitet og -fremstilling. Der afholdes kurser i salg og mersalg og tiltrækning af nye kunder. Der udvikles foredrag henvendt til trænere, forældre og andre frivillige, som skal klædes på til at være ambassadører for det nye SMIL-fyrtårnkoncept.
- **Lancering**
I forbindelse med opstart/lancering af det nye koncept afholdes der opstartskampagner, hvor der blandt andet uddeles plakater, foldere, T-shirts og smagsprøver.

- **Opsøgende salgsarbejde**
I forhold til de i nogle tilfælde nye målgrupper, som projektet vil have til at bruge det nye koncept laves der opsøgende salgsarbejde og -kampagner via forældre, trænere, bestyrelser, lokale foreninger osv. også uden for idrætsfaciliteten.
- **Erfaringsopsamling**
På baggrund af de praktiske erfaringer med de fem fyrtårne samles de vigtigste erfaringer og anbefalinger til brug i fase 4.



Det brede fundament – de almindelige idrætsfaciliteter

Der skabes 25 SMIL-idrætsfaciliteter med udgangspunkt i såkaldte almindelige idrætsfaciliteter og deres indoptagelse af elementer af SMIL-konceptet. Modsat fyrtårnene drives de i højere grad af idrætsfacilitetens eget engagement og kommunernes interesse, men SMIL tilfører projektledelse og sparring i de deltagende idrætsfaciliteter, således at der fra start til slut er god styring på processen. Det er afgørende, at de lokale ildsjæle oplever opbakning både mht. til proceshjælp, men også fra den pågældende kommune.

De 25 idrætsfaciliteter skabes via følgende:

- **Aftaleindgåelse og forankring**
Der etableres en følgegruppe som understøtter SMIL i den lokale idrætsfacilitet. Her medvirker repræsentanter for brugergrupperne: Foreninger, skoler, institutioner, selvorganiserede, kommunen m.v.
- **Tilpasning af koncept**
I dialog mellem brugerrepræsentanter, driftsansvarlige og SMIL-repræsentanter udvælges de pakker i SMIL-konceptet, som bedst matcher de lokale forhold og brugergrupper. Det er afgørende, at der fokuseres på de 'pakker' foruden grundpakken, som der er mest interesse for.
- **Indretning, kompetenceudvikling og klargøring**
Der arbejdes med cafeindretning, eventuel udbygning af maskinerne bag disken og den visuelle profil. Der tilbydes undervisning for ansatte og frivillige cafemedhjælpere i ernæring og det nye koncept.
- **Lancering**
SMIL konceptet lanceres med kampagner, opmærksomhedsskaben de aktiviteter og omtale.
- **Opsøgende salgsarbejde**
I forhold til de i nogle tilfælde også nye målgrupper, laves opsøgende salgsarbejde og -kampagner via forældre, trænere, bestyrelser, lokale foreninger også uden for idrætsfaciliteten.

- **Erfaringsopsamling**
På baggrund af de praktiske erfaringer i de 25 almindelige idrætsfaciliteter samles de vigtigste erfaringer og anbefalinger.



Formidling

Partnerskabet vil udbrede kendskabet til SMIL gennem formidling af de vellykkede praktiske erfaringer og de dertilhørende manualer, inspirere til løsninger og sætte en dagsorden i medierne.

Formidling af SMIL-budskabet får stor indflydelse på projektets gennemslagskraft, og formidling af viden og erfaringer vil både stå centralt i projektperioden og efter 2014. Nedenfor beskrives de planlagte formidlingsaktiviteter.

Nationale konferencer

Partnerskabets arbejde og resultater vil blive formidlet på konferencer i 2012 og 2014, hvor interessenter fra kommuner, forpagtere, halinspektører, sundhedsprofessionelle m.fl. tænkes som primære aftagere. Sekundært relevante erhvervsparter, producenter, grossister, detailhandel mv. Konferencernes fokus vil afspejle SMIL-projektets status med gode eksempler og løsninger, foreløbige resultater og nye aktivitetsområder samt evaluering og resultatformidling.

- 2012: Formidling af nulpunktsmåling og best practice, præsentation af ideerne med SMIL. Med det mål at give inspiration til andre, der gerne vil arbejde med sundere mad i idrætshallen. Primærmålgruppe: Personale i idrætsanlæggene, idrætsforening og kommunale konsulenter på sundheds- og fritidsområdet.
- 2014: Formidling af projektets resultater og anbefalinger til kommuner, der vil i gang med SMIL-konceptet. Primærmålgruppe: Kommunale beslutningstagere.

Hjemmeside og kommunikation

Projektet får fra projektstart sin egen hjemmeside som platform for information, kvartalsvise nyhedsbreve, informationsmaterialer mv. Det er også via denne hjemmeside, at rapporter, materialer mv. formidles.

På hjemmesiden etableres et åbent netværk af kommuner, idrætsanlæg, foreninger og andre aktører med interesse for SMIL. Deltagerne rekrutteres

via nulpunktsanalysen, partnerskabets egne netværk samt det e-mail-baserede netværk, der blev etableret i forlængelse af Fødevarestyrelsens workshop i 2010. Netværket kan medvirke til at skabe en brugerdriven udvikling af SMIL-konceptet. Netværket vil bl.a. give deltagerne mulighed for at tilkendegive deres mening samt søge råd og vejledning hos øvrige netværksmedlemmer eller partnerskab.

Udover hjemmesiden har brugen af sociale medier, viral markedsføring, applikationer til mobile enheder mv. potentiale til at indgå i profileringen af SMIL-konceptet og skabe både kendskab, kundskab og synlighed om initiativet.

Partnerskabets medlemmer vil desuden bruge egne nyhedsbreve og kommunikationskanaler til kommunikation af nyheder vedr. SMIL.

Materialer

På baggrund af de i fase 3 udviklede koncepter, identitet og profiler udarbejdes og samles manualer mv. til frit download via projektets hjemmeside.



Evaluering, forankring og udbredelse af SMIL

Som afslutning på projektet og led i udbredelse og forankring gennemføres en evaluering og effektmåling af projektets opnåede aktiviteter, herunder mulighederne og begrænsningerne i partnerskabet. Evalueringen foregår efter samme skabelon som nulpunktsmålingen i fase 1 og vil være direkte sammenlignelig med denne. Evalueringen skal ligeledes give anbefalinger til arbejdet i kommunerne og partnerskabets fortsatte samarbejde.

SMIL-aktiviteterne er et nationalt startskud til at igangsætte flere tiltag, der fremmer sundere mad og madkultur i landets idrætsfaciliteter. Ikke kun for dem, der direkte er involveret i SMIL-partnerskabet, men også i landets øvrige kommuner. Forventningen er, at aktiviteterne i de involverede idrætsanlæg vil give inspiration til at andre kommuner selvstændigt vil gå i gang med forandring af madkulturen. Succeskriteriet om 75 idrætsanlæg med fokus på sundere madkultur i 2014 afspejler denne tro på spredningseffekt.

Med udgangspunkt i evalueringen skal følgende aktiviteter i årene efter SMIL, medvirke til en national udbredelse og fremtidssikring af SMIL:

- Fødevarestyrelsens Alt om kost-rejsehold tilbyder i forlængelse af projektperioden fortsat alle kommuner gratis rådgivning i processen med at fremme sundere mad i idrætshaller.
- DGI-huse og haller tilbyder fortsat proceshjælp til idrætshaller, der ønsker et sundere udbud af føde- og drikkevarer. Dette koordineres med Fødevarestyrelsens indsats.
- Fødevarestyrelsen opretter under projektperioden regionale netværk med kommunale interessenter. Disse netværk tjener blandt andet til at udbrede erfaringerne fra SMIL-projektet.
- SMIL-partnerskabet vil undersøge muligheden for at afholde endnu en national konference i 2016. En gentagelse af den landsdækkende undersøgelse af udbredelsen af sundere mad i idrætslivet bør, så fremt ressourcer tilvejebringes, indgå som et naturligt element i tilknytning til konferencen.

Målgruppe

Målgruppen for den nationale udbredelse er bred:

- Beslutningstagerne f.eks. de kommunale topembedsmænd og politikere
- Kommunale facilitatorer f.eks. den kommunale konsulent på sundheds/fritidsområdet
- Den udførende part f.eks. forpagteren af idrætslivets spisefaciliteter
- Halinspektøren
- Idrætsforeningerne
- Mad- og sundhedsprofessionelle
- Borgeren/ brugeren af idrætsfaciliteter
- Producenter og leverandører til idrætsfaciliteter



Partnere

Kræftens Bekæmpelse

Kræftens Bekæmpelse var hovedansvarlig for Mad i Bevægelseprojektet (2004-2007). Mad i Bevægelse fokuserede primært på at ændre madkulturen i børneidrætten. Det centrale i projektet var at få idrætsforeninger til at vedtage en madpolitik og efterfølgende implementere den. Projektet viste, at foreninger og forældre havde svært ved at få de ansvarlige i cafeteriet til at ændre på sortimentet. Projektet var overvejende finansieret af Indenrigs- og Sundhedsministeriet og Fødevareministeriet.

DGI-huse og haller

DGI-huse og haller arbejder målrettet på at udvikle og forbedre idrættens faciliteter. Som et naturligt og integreret element fokuseres på cafeterierne og sund mad. Konkret er igangsat pilotprojekter i tre danske kommuner. Der gøres erfaringer med forskellige indsatser: Økonomisk støtte, leverandørlister, temamøder, proces- & projektstyring, prisdifferentiering, foreningspolitikker, kombisalgs af motion & sund mad, profilmaterialer o.m.m. Sund mad er et fast og integreret perspektiv, der konsekvent berøres i alle oplæg, kontakter og samarbejder, som DGI-huse og haller gennemfører med kommuner og idrætsfaciliteter. Endvidere drives en række idrætsfaciliteter i regi af DGI-huse og haller eksempelvis DGI-byen i København samt DGI-husene i Ålborg, Herning, Århus og Vejle.

Fødevarestyrelsen

Fødevarestyrelsen arbejder for at fremme sunde mad- og bevægelsesvaner for børn og unge på de arenaer, hvor de færdes. Fødevarestyrelsen deltog i og støttede projekt Mad i Bevægelse både fagligt og økonomisk. Fødevarestyrelsen har med det regionalt forankrede Alt om kost-rejsehold, siden 2003 formidlet kostfaglig viden og assistance til politikformulering. Rejseholdet opererer på det kommunale niveau og har fra 2010 haft idræts-hallen som prioriteret fokusområde. Styrelsen fik i 2009 udarbejdet en rapport ved Fødevareøkonomisk Institut om de økonomiske perspektiver ved omlægning til et sundere fødevareudbud i de danske idrætshaller. Fødevarestyrelsen vil bruge de tilbagevendende kampagner for Nøglehulsmærket til også at skabe fokus på sundere mad i idrætsanlæggene.

Københavns Madhus

Københavns Madhus er et projekt-/forandringsagentur, der har til opgave at forbedre mad og måltidskvaliteten i de offentlige institutioner med hovedsigte på København. Københavns Madhus har solide erfaringer med udvikling af skolemad og koncept, indretning, spisemiljøer, brand mv. på omkring 50 skoler samt med omskrivninger af forpagtningsaftaler for kommunens idrætsanlæg i forhold til økologi og sund mad. Desuden har Madhuset praktiske erfaring med udvikling af koncepter til kiosksalg og cafesalg på sportsanlæg. Københavns Madhus har kontakter til samtlige sportsanlæg i Københavns Kommune og praktisk erfaring i at rådgive og vejlede disse med hensyn til mad og sundhed/økologi.

Halinspektørforeningen

HI-Organisationen for ledere inden for idræts-, kultur- og fritidssektoren fungerer ud over at være en fagforening for ledere i idrætsfaciliteterne, også som en faglig forening for lederne. HI er det eneste sted i Danmark, hvor lederne kan hente faglig viden på drift af idrætsanlæg, byggende på de erfaringer og de innovative kræfter, der er blandt lederne, og hvor inspirationen og samarbejdet blandt disse har høj prioritet. HI har de sidste år deltaget i en række projekter for at fremme de sundhedsmæssige tilbud i idrætsfaciliteterne og specielt ved at sætte fokus på det sunde valg i cafeterierne. HI har afholdt en række temadage og i HI's blad sat fokus på det sunde madvalg.