



Pressemeddelelse:

Lokale lækkerier skal gøre Skive kendt

Tidligere vinder af verdens mest prestigefyldte kokkekongurrence besøger Skivemødet

Til Skivemødet deltager Madmødet og Destination Limfjorden med to foodtalks, der skal give tilhørerne en smagsprøve på, hvordan lokale fødevarer kan gavne et område som Skive. Gastronomi og fødevarer har fået en markant plads i bestræbelserne på at gøre et område attraktivt både for turister og potentielle borgere. Hvordan man så kan lykkes med det på Skiveegnen, det tages til debat lørdag d. 13. maj under Skivemødet.

Her mødes Kenneth Toft Hansen, kok, ejer af Svinkløv Badehotel og tidligere vinder af Bocuse d'Or i en samtale med Adm. direktør i Visit Denmark Jan Olsen. Kenneth Toft Hansen har på egen krop erfaret, hvad der skal til for at drive hotel og restaurant så langt væk fra København og Aarhus, som man næsten kan komme, men på trods af det, er lykkedes med at skabe stor opmærksomhed.

Største kampagne nogensinde

Hos VisitDenmark er fødevarer- og gastronomioplevelser blevet et centralt indsatsområde i markedsføringen af Danmark over for udenlandske turister. Senest med en helt ny kampagne, der har titlen: "Don't Be a Tourist, Be an Explorist", her henvises til, at man skal finde de unikke oplevelser på rejsen.

Med et mediebudget på 20 mio. kroner er den nye brandingkampagne VisitDenmarks hidtil største internationale kampagne med det største medietryk nogensinde. Aktiviteterne spænder vidt og omfatter bl.a. TV-reklamer i Tyskland, Sverige, Norge og Nederlandene.

"Vores nye kampagne, Don't Be a Tourist, Be an Explorist, tapper ind i en trend, og især efter coronapandemien har turisterne fået øjnene op for feriestedernes særkender i form af autentiske oplevelser og lokal mad, og de vil gerne selv skabe deres gode ferieliv og opdage steder, som ikke smager af turisme. Turisterne vil undgå lange køer, standardprodukter, turisttilpassede oplevelser og uinteressant mad, lavet på importerede råvarer. De vil opleve livet, som det leves på feriestedet uden de store iscenesættelser til ære for turisterne," forklarer Jan Olsen, adm.dir VisitDenmark.

Hvordan drager vi fordel af Skiveegnens unikke råvarer?

De to foodtalks styres af tv-vært Georg Julin, og særligt i samtale nummer to bliver der behov for kyndig styring, når de to lokale og meget entusiastiske gastro-folk, Rasmus Overgaard Kardyb fra Restaurant Limfjordens Hus og Svend Bonde fra GLYNGØRE SHELLFISH & ØSTERSBAR – DANISH OYSTER BAR vil komme med deres bud på, hvorfor lige præcis Skiveegnen har et stort potentiale for at tappe ind i denne dagsorden.

"Vi ligger midt i landbrugsland, forholdsvis tæt på Vesterhavet og med Limfjorden i baghaven. Det betyder, at her er adgang til et utal af interessante råvarer, som vi kan bruge i vores menuer. Det gælder alt fra lokalt producerede grøntsager, muslinger og skaldyr fra Limfjorden og nogle af verdens bedste spise fisk hives op af havet kun en times kørsel herfra. Så vi har alle forudsætninger for at give folk en oplevelse både her i restauranterne, men også ved besøg ude hos den enkelte fødevarerproducent, fisker og drikkevarerproducent," siger Rasmus Overgaard Kardyb.

Inden samtalerne starter serveres gratis smagsprøve med egnens bedste muslinger fra Glyngøre Shellfish, og dertil øl brygget på friske Limfjordsøsters.

Fakta:

Madmødet og Destination Limfjorden afholder to talks på Skivemødet lørdag d. 13. maj kl. 12.30 – 13.15

FoodTalk 1: Samtale mellem Kenneth Toft Hansen, kok, ejer af Svinkløv Badehotel og tidligere vinder af Bocuse d'Or og Adm. direktør i Visit Denmark Jan Olsen.

FoodTalk 2: Samtale mellem Rasmus Overgaard Kardyb fra Restaurant Limfjordens Hus og Svend Bonde fra GLYNGØRE SHELLFISH & ØSTERSBAR – DANISH OYSTER BAR

Moderater på begge talks er tv-vært Georg Julin

Madmødet afholdes i 2023 i dagene 22. – 29. maj 2023

Madmødet blev afholdt første gang i 2021 i de syv kommuner, der udgør Business Region MidtVest

Yderligere oplysninger kontakt:

Stine Jespersen, projektleder Madmødet, mail: stine.jespersen@brmv.dk. Tlf: 29 36 65 31.