

SMAG for LIVET



## EN FESTIVAL AF SMAG

SÅDAN FÅR DU NYSGERRIGE OG AKTIVE GÆSTER  
PÅ MAD- OG RÅVAREFESTIVALER

MIKAEL SCHNEIDER & EVA RYMANN

SMAG #15 2021  
skriftserie om smag



## EN FESTIVAL AF SMAG

*Sådan får du nysgerrige og aktive gæster  
på mad- og råvarefestivaler*

Af  
Mikael Schneider  
Eva Rymann

**SMAG #15 2021**  
*skriftserie om smag*

En festival af smag – Sådan får du nysgerrige og aktive gæster på mad- og råvarefestivaler. **SMAG #15** 2021

Af: Mikael Schneider og Eva Rymann

1. udgave, 1. oplag

© 2021. Smag for Livet, forfatterne

Grafik og layout: CHROMASCOPE

Foto og illustrationer: (Forside) Smag for Livet, (s. 4) Søren Svendsen, (s. 8)

Eva Rymann, (s. 12) Eva Rymann, (s. 15) Eva Rymann, (s. 24) Julia Sick,

(s. 26) Julia Sick, (s. 29) Brent Hofacker/Shutterstock, (s. 32) Christoffer

Rosenfeldt, (s. 34) Mikael Schneider, (s. 38) Signe Porsmose Clausen,

(s. 44) Mikael Schneider, (s. 47) Thomas Brahe, (s. 49) Smag for Livet,

(s. 51) Smag for Livet, (s. 52) Trine Skov Madsen, (s. 53) Trine Skov

Madsen, (s. 55) stagbird.dk, (s. 60) Thomas Brahe, (s. 62) Minni Wendy

& Rosenberg Berglund Thor, (s. 63) Minni Wendy & Rosenberg Berglund

Thor, (s. 71) Smag for Livet, (s. 73) Eva Rymann, (s. 77ø) Ditte J Ras-

mussen, (s. 77n) Smag for Livet (Colourbox), (s. 78) Eva Rymann, (s. 81)

Madkulturen

Tryk: STEP Print Power

Trykt i Danmark

ISBN (trykt): 978-87-93551-18-3

ISBN (elektronisk): 978-87-93551-19-0

Nøgleord: smagsformidling, madmarkeder, råvarefestivaler, involverende aktiviteter, workshops, smagslege.

Dette og andre numre af SMAG kan downloades fra [www.smagforlivet.dk](http://www.smagforlivet.dk).

Gengivelser og uddrag, herunder citater, er tilladt med tydelig kildeangivelse.



**NORDEA  
FONDEN**  
Vi støtter gode liv

---

# INDHOLD

---

<b>FORORD</b>	<b>5</b>
<b>HVAD ER INVOLVERENDE AKTIVITETER, OG HVAD FÅR MAN UD AF DEM?</b>	<b>9</b>
<b>SÅDAN KAN MAN GØRE</b>	<b>13</b>
Simple aktiviteter, der involverer gæsterne gennem smag og sanser	13
Tre forslag til workshops på din festival	18
Workshops i 'Det rullende madværksted'	23
<b>HVAD ER SMAG – OG HVORDAN SMAGER DINE GÆSTER?</b>	<b>25</b>
Smagssansen og grundsmagene	25
Vi smager også med alle de andre sanser	27
Alt det andet, vi smager	31
<b>HVORDAN FORMIDLER MAN MAD OG SMAGSOPLEVELSER?</b>	<b>33</b>
Værktøjer til dialog om smag	34
<b>SÅDAN KAN MAN EVALUERE</b>	<b>39</b>
<b>REFERENCER</b>	<b>43</b>
<b>APPENDIKS: DREJEBØGER</b>	<b>45</b>
Appendiks 1: Drejebøger for 'Lær din smag at kende – smagslege for alle'	45
Appendiks 2: Drejebøger for 'Vinsmageskolen (og skolen for andre drikke)'	57
Appendiks 3: Drejebog for 'Gæt en juice – smagsleg for børn og barnlige sjæle'	62
Appendiks 4: Drejebog for 'Smagsskattejagt'	65
Appendiks 5: Drejebog for 'Hotdog-laboratoriet'	73
Appendiks 6: Drejebog for 'Gulerødder og gastrofysik'	78
Appendiks 7: Drejebog for workshops i 'Det rullende madværksted'	81
<b>OM FORFATTERNE</b>	<b>87</b>



---

## FORORD

---

Dette er et inspirationskatalog til dig, der skal have gæster på besøg på madmarkeder, råvarefestivaler eller andre events med fokus på mad og drikke. Du ønsker måske flere gæster, højere kendskab til dit produkt eller at få publikums respons på forskellige udgaver af dit produkt.

Det kan du få ved at byde gæsterne på involverende, lærerige og sjove aktiviteter, der vækker gæsternes interesse for dit produkt og giver dem både viden og en ekstra oplevelse. Ideerne i dette katalog er både til dig, som er arrangør, og til dig, der er aktør og stiller op med en stand, en bod eller en aktivitet.

I kataloget finder du forslag til, hvordan du kan gøre festivalens aktiviteter vedkommende for gæsten, effektfulde for arrangøren og værdifulde for aktøren ved at tage udgangspunkt i mad- og smagsoplevelser, som rummer mere end 'bare' en smagsprøve. Smagsoplevelser vækker gæsternes egen nysgerrighed, fanger og fastholder opmærksomheden og giver mulighed for at sætte din særlige event, viden eller dine produkter i spil. Gæsterne skal aktiveres for at få det optimale ud af besøget, og involverende mad- og smagsaktiviteter er effektfulde værktøjer til netop det.

Vi præsenterer her:

1. Argumenter for, at det kan betale sig at fokusere på mad og smag og at afholde involverende aktiviteter – samt en beskrivelse af, hvad gæster, aktører og arrangører kan få ud af det.
2. En række konkrete forslag til, hvordan man kan gøre – både i form af simple, enkeltstående aktiviteter og mere overordnede koncepter.
3. Baggrundsviden om smag og madformidling – så du selv og dine medaktører og -arrangører er klædt på til det inddragende møde med gæsterne.

Inspirationskataloget er udarbejdet af Smag for Livet, et landsdækkende forsknings- og formidlingscenter med fokus på smag, i et samarbejde med Netværk for Madfestivaler ved Madkulturen. Begge er støttet af Nordea-fonden. De gode eksempler kommer fra disse organisationer og netværkets deltagere og er altså afprøvet i praksis.

Smag for Livet, Madkulturen og Netværk for Madfestivaler har stor erfaring

med at udvikle og afholde involverende madaktiviteter på festivaler, ved events og i undervisningssammenhænge. Vi har altid fokus på at inddrage gæsterne aktivt, at oplevelsen skal være sjov, og at deltagerne lærer noget om mad og smag. Se evt. mere på [www.smagforlivet.dk](http://www.smagforlivet.dk).

Ønsker du sparring, ideudvikling eller svar på spørgsmål, er du altid velkommen til at kontakte Smag for Livet på [kontakt@smagforlivet.dk](mailto:kontakt@smagforlivet.dk).







NORDEA FONDEN

HAVEN  
TIL MAVER

smag  
lær

EGEHA  
champignon  
smak

---

## HVAD ER INVOLVERENDE AKTIVITETER, OG HVAD FÅR MAN UD AF DEM?

---

Involverende aktiviteter er noget, der går udover de gængse smagsprøver. Det handler i høj grad om at få sanserne i spil og lade gæsterne ikke blot *modtage*, men også *bidrage* med noget. I stedet for at smage på en bid brød, som de tilbydes at købe, kan de selv være med til at male melet, ælte dejen, vælge ingredienserne, bage brødet, osv. I stedet for at få at vide, hvad æblet smager af, kan de selv sættes i gang med at undersøge, beskrive og sammenligne smagen af forskellige æblesorter – og måske bruge denne viden/oplevelse til at udvælge en sort, som de gerne vil bruge til at presse en most eller bage en kage.

Involverende aktiviteter er en virkningsfuld måde at skabe opmærksomhed omkring jeres produkt eller madkoncept. Hvis I med udgangspunkt i mad- og smagsoplevelser gør gæsterne aktive gennem sanser, hænder og hoved, bliver festivalens aktiviteter vedkommende for gæsten, effektfulde for arrangøren og værdifulde for aktøren. Involverende smagsoplevelser vækker gæsternes nysgerrighed, fanger og fastholder opmærksomheden og giver mulighed for at sætte afsenderens særlige event, viden eller produkter i spil.

Helt konkret handler involverende aktiviteter om at skabe mulighed for gæsterne for rent praktisk at engagere sig i det, I beskæftiger jer med – om det så er fisk, frugt og grønt eller noget helt tredje. At skabe gode involverende aktiviteter kræver også, at I planlægger, hvordan gæsterne konkret kan involveres i jeres madkoncept, og hvordan I sætter gæsterne i gang. Nærværende katalog er en hjælp til jer med netop dette formål. De helt konkrete værktøjer følger i næste kapitel; men først kommer de gode argumenter for at gøre brug af dem.

### GÆSTERNE FÅR MERVÆRDI OG MEDEJERSKAB:

- de føler sig medinddraget, når de aktiveres og involveres; det giver oplevelsen af meningsfuldhed og af, at det var 'besøget værd'
- de får mulighed for at bringe sig selv i spil, engagere sig i produktet eller processen og være en del af eventen; det giver medejerskab og tilknytning til aktøren og hendes/hans produkt eller koncept

- de får flere anvendelige 'aha-oplevelser', dvs. oplevelsen af at erkende eller lære noget nyt, som de kan bruge f.eks. hjemme i køkkenet

Når I inviterer jeres gæster til at involvere sig i det, I laver, skaber I en oplevelse for dem, som er nærværende og inspirerende, og som bidrager til at skabe dialog omkring jeres produkt. Gæsterne får fingrene i bolledejen og dermed bedre mulighed for at opleve, hvad I kan tilbyde. Det vækker deres nysgerighed, aktiverer deres sanser, får samtalen i gang og skaber tilknytning til og indsigt i jeres produkt eller budskab. Alt sammen noget, som kan generere glæde, læring og lyst til at engagere sig yderligere i dét, I beskæftiger jer med på madfestivalerne.

### **AKTØRERNE OG DERES PRODUKTER BLIVER MERE VEDKOMMENDE FOR GÆSTERNE:**

- de bliver mere synlige for gæsterne, fordi gæsterne bliver længere og inddrages
- de og deres produkter bliver mere interessante for gæsterne, som også får større fornemmelse af ejerskab til produktet, når de får mulighed for at arbejde med det – det kan føre til mere salg
- ved at indgå i aktiv dialog med gæsterne om og med deres produkt kan aktører få indblik i forbrugerens præferencer og opfattelse af produktet – og på denne baggrund kvalificere produktet og/eller markedsføringen

Involverende aktiviteter kan skabe fællesskab og samtale mellem mennesker. Det gør eventen mere levende og effektiv for alle parter. Med mere samtale får vi alle styrket vores madsprog, madmod og madglæde. Samtalen kan også understøtte det lokale sammenhold og fællesskab og give bevidsthed om lokale smage: Samsøkartofler, Ærø-salt, Læsø-jomfruhummere, grønt fra Lammefjorden, Fejø-æbler osv.

### DET VINDER ARRANGØRERNE:

- eventen får en stærkere profil med klare formål
- gæsterne tiltrækkes, bliver længere og får større ejerskab til eventen, fordi de inddrages i aktiviteter – der kommer mere energi ind i festivalen, og den kan fæstne sig i gæsternes bevidsthed og gøre det værd at komme igen næste gang
- samtalen mellem gæster og aktører (og gæster imellem) bliver levende, kvalificeres og skaber merværdi for begge parter



---

## SÅDAN KAN MAN GØRE

---

Det kræver naturligvis en særlig indsats af både arrangører og aktører at afholde involverende aktiviteter. Det kan virke ressourcekrævende og tilmed uden for ens komfortzone. Dette inspirationskatalog er en hjælpende hånd og har til formål at gøre det lettere at udvikle og gennemføre involverende aktiviteter med succes. I dette kapitel beskriver vi nogle eksempler.

Smag for Livet og Madkulturen har stor erfaring i at udvikle og afholde involverende madaktiviteter og står til rådighed for yderligere sparring, ideudvikling eller svar på spørgsmål. Kontakt Smag for Livet på [kontakt@smagforlivet.dk](mailto:kontakt@smagforlivet.dk) og se evt. mere på [www.smagforlivet.dk](http://www.smagforlivet.dk).

---

## SIMPLE AKTIVITETER, DER INVOLVERER GÆSTERNE GENNEM SMAG OG SANSER

Vil I skabe liv og involvering af gæsterne uden at sætte gang i hele workshops og uden brug af køkkenfaciliteter, så kommer her en række forslag til aktiviteter, der er lette at gå til for både arrangører, aktører og gæster.

Fælles for disse aktiviteter er, at de ikke kræver særlige rammer og faciliteter, og at der er meget få/små udgifter forbundet med dem. Der er noget forberedelse at gøre, som fuldt beskrevet i drejebøgerne (se appendikserne bagerst i bogen); men selve afviklingen kræver ikke mange ressourcer. I princippet kan flere af aktiviteterne være selvkørende, men det er en fordel, hvis en eller flere afholder og formidler aktiviteterne for gæsterne. Formidlerne kan med fordel læse dette inspirationskatalog og besøge [www.smagforlivet.dk](http://www.smagforlivet.dk) for mere viden og for at blive bedst muligt klædt på til opgaven.

Se de fulde beskrivelser i drejebøgerne eller ved at følge de angivne links.

### Målgruppe

Alle

#### Aktivitet: Jellybean-testen

Dette enkle eksperiment giver en forståelse af, hvor stor en rolle lugtesansen spiller for smagsoplevelsen. Gæsterne skal smage på en jellybean eller noget andet, der har en kraftig duft som f.eks. krydderurter, bolsjer eller moden frugt, mens de holder sig for næsen. Når de slipper, 'kommer smagen ud af næsen', og gæsterne erkender hvor meget af smagen, der opfanges af lugtesansen.

Aktiviteten kan f.eks. bruges i forbindelse med præsentation af:

- krydderurter, krydderier, frugt, slik eller drikkevarer – for at vække gæsternes nysgerrighed og sætte fokus på produktets aromaer som en meget stor del af smagsoplevelsen.

Se fuld beskrivelse i appendiks 1.1 (s. 45).

Læs mere online: [www.smagforlivet.dk/materialer/prøv-selv-jellybean-testen](http://www.smagforlivet.dk/materialer/prøv-selv-jellybean-testen).

#### Aktivitet: Tjek på grundsmagene

Her kan gæsterne tilegne sig viden om smagssansen og de fem grundsmage, som smagsløgene kan registrere. Gæsterne smager på fem forskellige slags 'grundsmagspulvere' (citronsyre, salt, sukker, kakaopulver og glutamat/det 3. krydderi) og sætter ord på, hvad de oplever. De kan samtidig blive præsenteret for smagsprøver fra standen(e) med eksempler på mad med meget af de enkelte grundsmage.

Aktiviteten kan f.eks. bruges i forbindelse med præsentation:

- af madvarer med kraftige grundsmage, f.eks. umamiholdige pølser og spegepølser – for at vække gæsternes nysgerrighed og sætte fokus på produktets grundsmage og balancen mellem dem.
- på stande, hvor enten gæster eller aktør tilbereder mad – for at gøre gæsterne klogere på tilsmagning og brug af de ingredienser, der er fokus på.

Se fuld beskrivelse i appendiks 1.2 (s. 46).

Læs mere online: [www.smagforlivet.dk/undervisning/folkeskolen/madkundskab/smag-med-alle-sanser-oplevel-smagen/tjek-på-sanserne](http://www.smagforlivet.dk/undervisning/folkeskolen/madkundskab/smag-med-alle-sanser-oplevel-smagen/tjek-på-sanserne).





### **Aktivitet: Blå tunger**

Her får gæsterne mulighed for at se deres egen (og hinandens) smagssans. Ved at farve tungen blå med en vatpind dyppet i frugtfarve træder smagspapillerne frem som små røde prikker. Det er her, smagsløgene og dermed smagssansen sidder.

Aktiviteten kan f.eks. bruges i forbindelse med præsentation af:

- mad og smagsoplevelser til børn – for at skabe en glad og legende stemning for børnene og rette deres, og deres forældres, opmærksomhed på smagsoplevelser på festivalen.

Se fuld beskrivelse i appendiks 1.3 (s. 48).

Læs mere online: [www.smagforlivet.dk/materialer/prøv-selv-farv-tungen-blå-og-se-smagssansen](http://www.smagforlivet.dk/materialer/prøv-selv-farv-tungen-blå-og-se-smagssansen).

### **Aktivitet: Bløde chips**

Mundfølelsen skal passe til vores forventninger. Hvis mundfølelsen ændres, kan det få stor betydning for vores oplevelse af smagen. Det kan gæsterne opleve ved at smage på chips, som du har gjort bløde, og sammenligne dem med friske og sprøde chips.

Aktiviteten kan f.eks. bruges i forbindelse med præsentation af:

- mad med sprøde elementer, f.eks. frisk frugt og grønt, chips og nødder m.m. – for at vække gæsternes nysgerrighed og sætte fokus på produktets tekstur/sprødhed.

Se fuld beskrivelse i appendiks 1.4 (s. 49).

Læs mere online: [www.smagforlivet.dk/materialer/prøv-selv-tag-knaset-ud-af-chipsene-0](http://www.smagforlivet.dk/materialer/prøv-selv-tag-knaset-ud-af-chipsene-0).

### **Aktivitet: Duftmemory: Spil med lugtesansen**

Duftmemory er et huskespil lige som det velkendte Memory eller vendespil, men her skal spillerne bruge næsen og snuse sig frem. Lugtesansen kan opfatte op til en billion forskellige duftstoffer og er med sine utallige signaler afgørende for vores smagsoplevelse. Uden den ville vi f.eks. have svært ved at skelne smagen af hindbær fra brombær. Med et spil Duftmemory kan gæsterne sætte deres egen lugtesans på lidt af en prøve og dyste om, hvem der er bedst til at genkende dufte.

Aktiviteten kan f.eks. bruges i forbindelse med præsentation af:

- krydderurter, krydderier, frugt, slik eller drikkevarer – for at vække gæsternes nysgerrighed og sætte fokus på produktets aromaer som en meget stor del af smagsoplevelsen.
- mad og smagsoplevelser til både børn og voksne – for at skabe engagement og ‘holde på gæsterne’.

Se fuld beskrivelse i appendiks 1.5 (s. 52).

Læs mere online: [www.smagforlivet.dk/materialer/duftmemory-spil-med-lugtesansen](http://www.smagforlivet.dk/materialer/duftmemory-spil-med-lugtesansen).

### **Aktivitet: Smag med alle dine sanser**

Vores smagsoplevelse dannes af en lang række sanseindtryk og forventninger. Med denne simple øvelse kan du guide gæsten til at analysere og smage en smagsprøve med alle sanser og lægge mærke til alle detaljerne.

Aktiviteten kan f.eks. bruges i forbindelse med præsentation af:

- al slags mad og smagsoplevelser for både børn og voksne – for at fange og fastholde gæsternes opmærksomhed og for at kvalificere deres vurderinger af de udstillede produkter.

Se fuld beskrivelse i appendiks 1.6 (s. 55).

Læs mere online: [www.smagforlivet.dk/artikler/smag-en-pebernød-med-alle-dine-sanser](http://www.smagforlivet.dk/artikler/smag-en-pebernød-med-alle-dine-sanser).

---

## VINSMAGESKOLEN (OG SKOLEN FOR ANDRE DRIKKE)

### Målgruppe

Unge og voksne – og også børn, hvis drikke er alkoholfrie

#### Aktivitet: Lær at skelne vinens dufte

Når vi drikker vin, er det næsen og lugtesansen, der er længst fremme i smagsoplevelsen. Vin er nemlig et overflødighedshorn af duftstoffer. I denne aktivitet kan gæsterne øve sig på at genkende vinens dufte med et simpelt vinsmagningssæt, som arrangører eller aktører selv kan lave og bruge til at sætte deres produkter i spil. Aktiviteten kan også laves med andre typer drikkevarer med eller uden alkohol.

Aktiviteten kan f.eks. bruges i forbindelse med præsentation af:

- vin, øl og spiritus såvel som most, juice og saft – for at skærpe gæstens oplevelse af drikkevarernes forskellige aromaer og gøre dem kompetente til at smagsbedømme drikkevarerne.

Se fuld beskrivelse i appendiks 2.1 (s. 57).

Læs mere online: [www.smagforlivet.dk/materialer/vinsmageskolen-lær-skelne-vinens-dufte](http://www.smagforlivet.dk/materialer/vinsmageskolen-lær-skelne-vinens-dufte).

#### Aktivitet: Spil duftmemory med duftene af vin

Her får gæsterne mulighed for at træne deres evner til at genkende dufte i f.eks. vine – og for at udfordre deres venner i et spil duftmemory med fokus på vinens dufte. Duftmemory er et huskespil ligesom Memory eller 'vendespil', men her skal spillerne bruge næsen og snuse sig frem til to ens dufte. Øvelsen er børnevenlig og alkoholfri.

Aktiviteten kan f.eks. bruges i forbindelse med præsentation af:

- vin, øl og spiritus såvel som most, juice og saft – for at vække gæsternes nysgerrighed og sætte fokus på produktets aromaer som en meget stor del af smagsoplevelsen, og for at skabe engagement og 'holde på gæsterne'.

Se fuld beskrivelse i appendiks 2.2 (s. 60).

Læs mere online: [www.smagforlivet.dk/materialer/vinsmageskolen-spil-duftmemory-med-duftene-af-vin](http://www.smagforlivet.dk/materialer/vinsmageskolen-spil-duftmemory-med-duftene-af-vin).

---

## GÆT EN JUICE – SMAGSLEG FOR BØRN OG BARNLIGE SJÆLE

### Målgruppe

Mindre børn og børnefamilier

### Gæt en juice

Dette er en aktivitet, der appellerer til børns nysgerrighed og inddrager dem i øjenhøjde i et lille smagseventyr. Børnene smager forskellige juicer/saftdrikke, der er blevet farvet med blå frugtfarve, og skal så gætte på, hvad de har smagt. Det kan f.eks. være drikke fra en eller flere af aktørerne.

Formatet er simpelt og lettilgængeligt for børnene, så de kan gætte og derpå aflæse, om de har gættet rigtigt, uden at man hele tiden skal være i nærheden af dem. Aktiviteten kan også genskabes derhjemme af forældre, og den kan suppleres med en version til far/mor med andre typer drikkevarer.

Aktiviteten kan f.eks. bruges i forbindelse med præsentation af:

- mad og smagsoplevelser – for at gøre børnene nysgerrige, madmodige og dermed interesserede i standens/madfestivalens tilbud og muligheder.

Se fuld beskrivelse i appendiks 3 (s. 62).

---

## TRE FORSLAG TIL WORKSHOPS PÅ DIN FESTIVAL

Vil I folde festivalens emner ud og lade gæsterne arbejde med maden, så er egentlige workshops det rette format. Her kommer tre eksempler på større involverende aktiviteter, der kan udgøre fulde workshops på ca. ½-1 time for gæster i alle aldre. Koncepterne er gennemført og testet i deres helhed, men de kan også skæres til eller blot læses til inspiration. Find drejebøger for de fire aktiviteter i appendikset bagerst i denne bog.

---

### SMAGSSKATTEJAGT

#### Tema

Råvare-/produktkendskab og smagsoplevelser. Skattejagts tema og indhold kan tilpasses festivalen og aktørernes ønsker.

## Målgruppe

Børn og børnefamilier, men kan tilpasses indholdet af posterne på skattejagten.

## Varighed

Ca. 30 minutter pr. gæst. Aktiviteten kan køre løbende.

## Teaser

*"Smagsskattejagt.*

Kom med på en sjov og smagfuld skattejagt for alle børn og forældre. Med et skattekort i hånden får du mulighed for at gå på jagt efter festivalens råvarer. Undervejs skal du løse sjove opgaver om og med smag. Du vil lære dine sanser bedre at kende, og du vil være med til at finde ud af, hvad der gør de lokale råvarer og mad så spændende. Når du vender tilbage, er du blevet klogere på både smagen, råvarerne – og dig selv."

## Konceptbeskrivelse

Sjov og involverende skattejagt, hvor gæsterne får mulighed for at gå på opdagelse hos udvalgte aktører på festivalen. Her lærer de produkterne at kende og overraskes over, hvordan de oplever mad gennem sanserne.

Gæsterne sendes afsted fra et startsted med et 'skattekort' og en helt kort introduktion til, hvad der skal ske. Herefter skal de finde skattejagten poster, hvor de får stillet sjove opgaver (f.eks. grundsmagspulvere, chokolademagning, duftspil m.m.), der tager udgangspunkt i udvalgte aktørers stande og produkter. Når alle poster er gennemført, kan gæsterne komme tilbage til startstedet og modtage et diplom og evt. præmie for gennemført skattejagt.

## Rammer og ressourcer

Her gør man brug af aktørernes produkter og stande – det skal der således indgås aftale med aktørerne om. Alternativt kan skattejagten poster være særskilte stande eller personer, som blot er spredt ud på festivalpladsen. Derudover kræves en lille stand bemandet af festivalen (f.eks. frivillige/studerende) til at introducere gæsterne for legen, sende dem godt afsted og modtage dem igen. Der skal uddeles skattekort og diplom til alle gæsterne. Ved behov kan aktørernes stande suppleres med frivillige hjælpere.

## Drejbog

Se fuld beskrivelse i appendiks 4 (s. 65).

### Tema

Madlavning og bæredygtighed.

### Målgruppe

Unge, gerne skoleklasser. Kan også bredes ud til børnefamilier.

### Varighed

Ca. 1 time (kan deles op i to halve forløb á 30 minutter). Påregn tid til oprydning og klargøring mellem eventuelt flere workshops.

### Teaser

*"Hotdog-laboratoriet – Skab en alternativ og bæredygtig hotdog*

Kan du lide hotdogs? Ja, det kan vi også! Men pølsen er ikke så klimavenlig, så hvordan får vi den erstattet med noget andet, der smager lige så godt? Det kan du eksperimentere med i Hotdog-laboratoriet. Først skærper vi smagsløgene: Vi finder grundsmagene og de mange lækre teksturer i en hotdog. Så går vi i køkkenet og eksperimenterer med bl.a. små croissantbrød, tacoskaller, tang, syltede løg og koldrøgede barbecuegulerødder. Du kommer til at lave din egen hotdog med alle de velkendte smage – på en helt ny måde."

### Konceptbeskrivelse

Workshoppen giver gæsterne erfaring med nye fødevarer og kompetencerne til at bruge viden om smag til at ændre madvaner. Med evnen til at bruge smag og sanser kan de udskifte én type fødevarer med en anden uden at gå på kompromis med smagsoplevelsen – hvis man f.eks. vil skifte pølsen ud med et plantebaseret alternativ.

Først bliver gæsterne gennem simple lege og øvelser (f.eks. Jellybean-testen, grundsmagspulvere m.m.) klogere på, hvad madens smag består af, og hvordan vi bruger alle sanser, når vi smager og spiser.

Herefter smager de på elementer af den klassiske hotdog og undersøger de forskellige elementers smag, teksturer m.m. ved hjælp af et arbejdsark, der viser grundsmagene og nogle almindelige teksturer.

Endeligt skal den enkelte gæst bygge sin egen alternative hotdog med ele-

menter, som man ikke bruger i en traditionel hotdog, men som har fokus på bæredygtighed, og som tilsammen indeholder de samme smagskomponenter som den traditionelle.

Læs evt. reportagen her fra Fyens Stiftstidende: [fyens.dk/artikel/smagschoki-hotdoglaboratoriet](https://fyens.dk/artikel/smagschoki-hotdoglaboratoriet)

### Rammer og ressourcer

Simple køkkenfaciliteter (håndvask, arbejdsborde, blus og evt. ovn til tilberedning af smagsprøver), evt. [det rullende madværksted](#).

Første halvdel af workshoppen kan gennemføres uden køkkenfaciliteter for gæsterne, dog skal smagsprøverne på elementerne fra traditionelle hotdogs kunne tilberedes/varmes/snittes og anrettes i små smageskåle.

### Drejbog

Se fuld beskrivelse i appendiks 5 (s. 73).

---

## GULERØDDER OG GASTROFYSIK

### Tema

Udvalgte råvarer, teksturer og madhåndværk.

### Målgruppe

Børn, unge og voksne.

### Varighed

Ca. 1 time (kan deles op i to halve forløb á 30 minutter).

### Teaser

*"Gulerødder og gastrofysik – Sådan får du fornemmelse for smag*  
Her skal vi tilberede gulerødder på alverdens måder og smage os frem til tilberedningens effekter. For rå, kogte, revne, mosede og bagte gulerødder har forskellig smag og særligt forskellige teksturer. Her lærer du at undersøge og beskrive teksturerne – og at bruge gulerodens mange forskellige teksturer i din madlavning."

## Konceptbeskrivelse

Denne workshop er et eksempel på, hvordan man kan sætte fokus på en råvare og på gæsternes eget madhåndværk derhjemme. Samtidig skaber aktiviteten sprog om mad og smag, som kvalificerer samtalen på madmarkedet og hjemme i køkkenet.

Gæsterne skal tilberede gulerødder på forskellig vis og smage sig frem til effekten af de enkelte tilberedninger (snittede, kogte, revne, mosedede, stegte, bagte osv.). Undervejs lærer gæsterne at undersøge og sætte ord på mange forskellige teksturer – og at bruge gulerodens mange smagsmuligheder i madlavningen derhjemme.

Først skal gæsterne mærke mundfølelsen af forskellige velkendte fødevarer (gerne nogle fra festivalen, f.eks. forskellige grøntsager, syltede sager, bagværk osv.) med følesansen i munden. Ved at bruge 'teksturkort', som beskriver de forskellige måder, mad kan føles på, lærer gæsterne at sætte ord på, hvordan maden føles.

Bagefter tilbereder gæsterne (gerne i grupper) gulerødder på forskellige simple måder, f.eks. ved at snitte, rive, stege, dampe m.m. Sammen smager de nu på gulerødderne og bruger deres viden om tekstur til at undersøge og beskrive, hvordan de forskellige tilberedninger får den samme gulerod til at smage og føles vidt forskelligt.

Endeligt kan gæsterne vælge, hvilke tilberedninger de vil bruge til at lave en salat og/eller en gulerodsmuffin med topping, som de sammen kan nyde på stedet eller tage med hjem.

Har man fokus på andre råvarer, kan guleroden blot udskiftes med en af disse.

## Rammer og ressourcer

Simple køkkenfaciliteter (håndvask, arbejdsborde, blus og evt. ovn til tilberedning af smagsprøver), evt. '[det rullende madværksted](#)'.

Første halvdel af workshoppen kan gennemføres uden køkkenfaciliteter for gæsterne, dog skal smagsprøverne kunne tilberedes og anrettes i små smageskåle.

## Drejebog

Se fuld beskrivelse i appendiks 6 (s. 78).



---

## WORKSHOPS I 'DET RULLENDE MADVÆRKSTED'

'Det rullende madværksted' er en mobil kogeskole, der kan lejes hos Madkulturen og har til formål at danne ramme for gratis involverende madaktiviteter på madfestivaler og til madevents i hele landet. Med det specialdesignede mobile kursus køkken kan I tilbyde jeres gæster gratis, unikke, lærerige og involverende madoplevelser ud over det sædvanlige.

Alle madfestivaler og fødevarerrelaterede events kan leje det rullende madværksted. Find al information, tip til brug og mulighed for at booke det rullende madværksted på [www.madkulturen.dk/det-rullende-madværksted](http://www.madkulturen.dk/det-rullende-madværksted). Gå til appendiks 7 (s. 81) for at få inspiration til både små og store workshops i madværkstedet.

Det rullende madværksted er også en oplagt ramme for alle de andre aktiviteter, der er beskrevet her i kataloget.



SMAG for LIVET

---

## HVAD ER SMAG – OG HVORDAN SMAGER DINE GÆSTER?

---

Når du formidler oplevelser af mad og smag, er det en stor fordel at have grundlæggende viden om smag. Det kan du få ved at læse dette kapitel. Her får du viden om, hvordan vi smager – både grundsmage, aromaer, mundfølelse og andre sanseindtryk og betydningen af det sociale og kulturelle for vores smagsoplevelser.

Denne smagsviden skal sættes i spil på en nysgerrig, undersøgende og dialogskabende måde, hvis publikum skal inddrages. Derfor får du også gode råd om inddragende formidling af mad- og smagsoplevelser.

---

### SMAGSSANSEN OG GRUNDSMAGENE

Smagssansen sidder på tungen. Tungen har omkring 5.000 smagsløg, der opfanger smagen af det, der er i munden. Hvert smagsløg kan opfatte de fem grundsmage, sur, sød, salt, bitter og umami. Den samlede besked fra alle smagsløgene – plus signalerne fra alle vores andre sanser – fortæller hjernen, hvordan maden smager.

Tidligere troede man, at forskellige dele af tungen kunne opfange forskellige grundsmage, men det har vist sig at være forkert. Smagsløgene overalt på tungen kan opfange alle grundsmage.

En grundsmag er en unik smag, der ikke kan sammensættes af andre smage, og som fortæller hjernen noget om, hvad maden indeholder.



## SØD

Sød smag er et signal om, at der er sukker, og derfor energi, i maden. Det er vi født til at kunne lide. Slik, honning, solmodne jordbær og anden frugt indeholder **sukker** og smager derfor sødt. Sukker findes i forskellige udgaver, og nogle er sødere end andre. F.eks. er frugtsukker (**fruktose**) sødere end mælkesukker (**laktose**), og kunstige sødestoffer langt sødere end naturlige sukre.

## SALT

Salt smag er et signal om, at maden indeholder salte, som er essentielle for kroppens funktion. Smagen af salt kommer hovedsageligt fra natrium, som er en del af almindeligt bordsalt (**natriumchlorid, NaCl**). Salt forstærker smagen af de andre grundsmage. Vi kan ikke leve uden salt, og evnen til at smage salt er med til at sikre, at vi på den ene side får nok af det, og på den anden side ikke får for meget. Mad og drikke, der smager alt for salt, er vi ikke i stand til at spise.

## SUR

Fødevarer som citron, yoghurt og umodne æbler smager surt, fordi de indeholder syrer, f.eks. citronsyre, mælkesyre og eddikesyre. Med tiden vænner vi os typisk til en vis grad af sur smag og lærer at værdsætte den, også i sammenhæng med sød smag, f.eks. i appelsiner, syltede asier eller sur-sød sauce.

## BITTER

Smagen af bitter kommer fra bitterstoffer i maden og kendes fra f.eks. kakao, kaffe, valnødder og nogle grøntsager. Hjernen afviser det, der smager bittert, fordi bitterhed kan være et signal om, at maden er giftig eller fordærvet. Med tiden kan vi vænne os til at værdsætte den bitre smag, når vi oplever den sammen med ting, som kroppen reagerer positivt på, f.eks. koffein i kaffe, alkohol i øl og umami i oliven.

## UMAMI

Umami er en grundsmag ligesom sur, salt, sød og bitter og giver oplevelsen af mundfylde, kødkraft og velsmag. Umami er primært smagen af **aminosyren** glutamat og/eller frie nukleotider (byggesten til RNA og DNA), og smagen af umami tolkes af hjernen som et tegn på, at maden indeholder protein. Der er især meget umamismag i mad, som indeholder både glutamat og frie nukleotider, f.eks. lagret parmesan, makrel i tomat, ketchup, tørret, saltet og røget fisk og kød (f.eks. bacon), og retter, hvor kød og grøntsager er kogt sammen (f.eks. hønsekødssuppe).

Der forskes også i, om der findes andre grundsmage, for eksempel **fed** smag, **kokumi** og smagen af **stivelse**. Disse smage er dog ikke bredt anerkendt som grundsmage.

---

## VI SMAGER OGSÅ MED ALLE DE ANDRE SANSER

### SYNSSANSEN

Vi spiser med øjnene, siger man. Synet giver os forventninger om madens smag, allerede inden vi putter maden i munden. Ser vi et rødt og blankt æble, forventer vi, at det er sødt og sprødt. Er skindet i stedet rynket, får vi forventningen om at bide i et melet æble. Begge dele på baggrund af vores erfaringer med, hvordan faste eller rynkede æbler smager.

Synet spiller dermed en stor rolle for vores smagsoplevelse og for, om vi overhovedet vil smage på det, vi ser. Synet kan skræmme os fra at spise noget, vi ikke kender smagen af, f.eks. en ristet græshoppe. Omvendt kan synet give os lyst til at smage noget, vi forventer smager godt, men som vi ikke ved præcis hvad er, f.eks. en fyldt chokolade.

## FØLESANSEN - MUNDFØLELSE

Vores oplevelse af madens tekstur kaldes **mundfølelse**, som f.eks. kan være hård, blød, klistret, kold, varm, tør, elastisk, svampet, melet, sprød og meget mere. Tungens og læbernes **følesans** mærker madens tekstur på samme måde, som når fingrene rører ved maden.

Følesansen giver os en forventning om madens mundfølelse, inden vi tager den første bid. Tænk på at holde et æble i hånden og med fingrene mærke, om det er hårdt eller blødt og derfra formode, at æblet er enten saftigt og sprødt eller melet. Eller tænk på, hvordan det føles at skære gennem en grøntsag med en kniv, og derfra bygge en forventning op med hensyn til, om grøntsagen er sej, sprød eller blød.

Følesansen spiller også sammen med smagen, når maden rører læberne, og når vi behandler maden i munden ved at tygge den, vende den med tungen og presse den mod ganen. Mundfølelsen er ofte tydeligst for os, når den ikke er, som vi forventer: Når kødet er sejt i stedet for mørt, og når chipsene er bløde i stedet for sprøde.

## DEN KEMESTETISKE SANS OG SMAGEN AF DET STÆRKE

Selv smertesansen, den såkaldt **kemestetiske** sans, er i spil, når vi smager. **Stærk smag** er nemlig ikke en grundsmag, selvom man tydeligt kan mærke det stærke på tungen. Det er den kemestetiske sans, der er aktiveret, når vi spiser noget stærkt.

Med den kemestetiske sans – som er beslægtet med følesansen, men alligevel helt sin egen – kan vi opfatte kemiske påvirkninger, der fører til irritation og smerte. I munden møder vi irritationen som en skarp smag, f.eks. når vi spiser chili, der indeholder stoffet capsaicin, eller sort peber, som indeholder stoffet piperin.

Det er ikke kun chili, der er stærk. Det er også f.eks. sennep, peber, peberrod, løg, hvidløg, ingefær og alle de andre 'stærke' eller 'varme' krydderier. Når vi mærker bruset i en sodavand, er det også den kemestetiske sans, der er i gang, og det er både vores mund og næse, der kan mærke det.

Følelsen af varme og temperatur opfatter vi også gennem den kemestetiske sans.



## LUGTESANSEN - AROMA

Signaler fra næsens lugtesans udgør en stor del af det, vi normalt opfatter som smag. Ofte 'fylder' lugten meget i vores samlede smagsoplevelse. Alle, der har prøvet at have næsen stoppet til af forkølelse, ved hvor kedeligt maden pludselig kan smage.

Når vi spiser, kommer madens luftbårne duftstoffer ind i næsen både udefra og inde fra mundhulen, når vi tygger maden. De lugte eller dufte, der registreres af **lugtesansen** i næsen, når duftstofferne rammer den, kaldes **aroma**.

Lugtesansen kan skelne op til en billion forskellige duftstoffer. Det betyder ikke, at vi bevidst kan skelne dem alle fra hinanden, men det siger lidt om lugtesansens store betydning for smagsoplevelsen. Lugtesansen giver derfor en langt mere varieret oplevelse af madens smag end blot tungens information om de fem grundsmage.

Vi kan hverken lugte sur, sød, salt, bitter eller umami, men derimod en lang række unikke duftstoffer, som vi nogle gange forbinder med mad med meget af en særlig grundsmag. To eksempler er, når vi oplever duften af citron som sur, og duften af honning som sød.

## HØRESANSEN

Ja, også høresansen er i spil, når vi smager og spiser. Mad giver lyd fra sig, når den tygges og flyttes rundt i munden. Lyden fra maden i munden går gennem kranietets knogler til det indre øre.

Når madens lyd ikke opfylder vores forventninger, påvirker det smagsoplevelsen. For eksempel oplever vi, at chips, der ikke knaser, smager forkert, og at et melet æble mangler lyden af et sprødt knæk, når tænderne bider et stykke af.

Lyde fra omgivelserne – musik, støj eller en samtale – kan også både forstyrre og forstærke smagsoplevelsen.



---

## ALT DET ANDET, VI SMAGER

Vi er altså alle udstyret med den samme smagssans, kan opfatte de samme fem grundsmage og de samme signaler fra de øvrige sanser om madens udseende, tekstur, duft, lyd og kemestetiske påvirkninger. Men alligevel kan vi være uenige om, hvordan noget smager – og ikke mindst, om det smager godt eller dårligt.

Det er fordi, der er meget mere på spil end sanserne. Vores egne, personlige smagsoplevelser hænger tæt sammen med minder, erfaringer og holdninger, som kun vi selv kan 'smage'. De ændrer ganske vist ikke sansernes input, men de påvirker i høj grad, hvordan vi oplever sanseindtrykkene, og hvordan vi fælder vores smagsdomme – om vi kan lide maden eller ej. Har vi gode minder om jordbær i bedstefars have og tilmed en holdning om, at det er vigtigt at spise bæredygtigt, så smager økologiske, danske jordbær i sæson ekstra godt.

På samme måde påvirker de sociale relationer og sammenhænge, vi indgår i, og den mad- og måltidskultur, vi lever i, også smagsoplevelsen. Vi har så at sige både en personlig smag og en fælles smag. Vores lyst til at danne fællesskaber og vores trang til at være sammen om måltidet og dele oplevelserne omkring mad er stærk, og vi påvirker hinandens smag mere, end vi måske umiddelbart tænker på. Nogle opfanger en trend, f.eks. at det er oppe i tiden at sanke og spise ramsløg. Det kommunikerer de videre til venner og bekendte, og snart bliver ramsløg en fælles smagsfavorit – eller det modsatte. Vi spejler os i hinanden, og der opstår et smagsfællesskab. På den måde 'smitter smag'. Og forskningen viser, at mad faktisk kan smage bedre, når vi spiser sammen med andre.

Derfor er smag ikke bare sur eller sød, god eller dårlig. Smag kan opleves og beskrives på mange forskellige måder: Nogle smage forstår vi som en personlig smagsoplevelse, for eksempel vores livretter eller minder ved en særlig smag, mens andre slags smag opstår mellem os i en fælles enighed om, at en bestemt ret eller madvare smager på en bestemt måde eller repræsenterer noget bestemt. Tænk f.eks. på nye kartofler, lakridspiber eller risalamande.

Spændende smagsprøver serveret med et smil på læben af en engageret og dygtig producent, når vi er med venner eller familie på madmarked, har derfor gode chancer for at smage godt. Men når smag er så komplekst og subjektivt, kræver det lidt ekstra at gå i dialog med sine gæster om deres smag. Det tager vi fat på i næste kapitel.



---

## HVORDAN FORMIDLER MAN MAD OG SMAGSOPLEVELSER?

---

At formidle mad og smagsoplevelser handler i høj grad om at gå i dialog med den smagende. Og vil du i dialog med dine gæster, er det en god ide at tage udgangspunkt i åbne spørgsmål og gæstens egne smagsoplevelser. Hver har sin smag, og den kan vi bruge som et stærkt og inddragende værktøj til dialog.

Du kan naturligvis kvalificere gæstens oplevelse ved at fortælle om produktet, hvordan du har forarbejdet det, hvilke smage, dufte og teksturer, du kan finde; men lad det være op til gæsten, hvad han eller hun oplever. For gæsternes oplevelse er deres egen.

Tænk også på, at gæsternes oplevelser og beskrivelser af produkternes smag er uvurderlig viden for dig. Hvis du producerer, udvikler eller tilbereder fødevarer, mad eller måltider, er det gæstens smag, du skal ramme. Dialog om smagen kan derfor skabe viden og værdi, der går begge veje.

Stil åbne spørgsmål, som undersøger smagen og gæsternes smagsoplevelse. Gå i dialog med gæsterne og udforsk smagsprøven/smagsoplevelsen sammen. Peg gæsterne i retning af, hvordan de kan bruge produkterne derhjemme. Forsøg dig f.eks. frem med denne slags spørgsmål:

- “Hvad kan du smage?” (frem for “Smager det godt?” eller “Det smager godt af hyldeblomst, ikke?”) – og fortæl gerne noget om, hvad det er, og hvad der er gjort ved det
- “Minder smagen dig om noget?” og “Ved du, hvad det er?” – og tag så en dialog om, hvad gæsten oplever, og hvad den oplevelse mon kommer af
- “Kender du de fem grundsmage?” og “Hvilken synes du, er mest tydelig i denne smagsprøve?”
- “Hvilke teksturer og konsistenser lægger du mærke til?” – og kvalificer det så med dine ord på teksturerne
- “Hvilke forskelle kan du smage på de to smagsprøver?” – og spørg først derpå ind til, hvad gæsten foretrækker
- “Hvordan ville du bruge denne råvare derhjemme?” – og fortsæt bagefter med de gode råd, f.eks. “Jeg kan selv godt lide at vende dem i æbleeddike for at give modspil til det sødlige.”



## VÆRKTØJER TIL DIALOG OM SMAG

Vil du have hjælp, eller hjælpe dine gæster, med at sætte ord på smagsoplevelser, kan du tage udgangspunkt i det forrige kapitels beskrivelse af, hvordan vi smager med alle sanser, og hvordan vores minder, erfaringer, sociale rammer og kultur påvirker smagsoplevelsen og ligger til grund for vores smagsdomme.

Vil du have et konkret værktøj til at sætte ord på noget af smagsoplevelsen, så brug f.eks. Smag for Livets [teksturkort](#). På kortene findes ord og typiske beskrivelser af madens mundfølelse forklaret med det underliggende naturvidenskabelige fænomen eller definition.

Se også denne korte film om at lære at smage efter og sætte ord på smag: [www.smagforlivet.dk/materialer/guide-sådan-lærer-du-smage-efter-og-sætte-ord-på-din-smag](http://www.smagforlivet.dk/materialer/guide-sådan-lærer-du-smage-efter-og-sætte-ord-på-din-smag).

Vil du hele vejen rundt om smagsoplevelsen, kan du tage udgangspunkt i det, vi kalder smagens dimensioner og de tilhørende [smagsdimensionskort](#). De forklarer otte forskellige måder at anskue smagen på og kan være nyttige at kende, hvis du vil spore dig ind på gæsternes tilgang til de smagsprøver, du præsenterer dem for. Forklaring kommer her:

## SMAGENS MANGE DIMENSIONER

Smagens dimensioner, beskrevet af Karen Wistoft og Lars Qvortrup, retter et systematisk blik på vores bedømmelser af smag i forskellige situationer. Oprindeligt formulerede Wistoft og Qvortrup syv smagsdimensioner på baggrund af deres forskning, og en ottende – den økonomiske dimension – er senere kommet til i Smag for Livets arbejde med at formidle dem.

Smagsdimensionerne kan bruges til at fremme samtalen om maden og gæsternes begrundelser for at kunne lide noget og ikke noget andet, ved at hjælpe med at systematisere de mange ting, der påvirker vores smagsoplevelser. Helt konkret kan du bruge [Smagsdimensionskortene](#), som folder smagens mange dimensioner ud, og som er et værktøj til os, der formidler smag. Du kan finde dem digitalt eller rekvirere dem på tryk ved at skrive til [kontakt@smagforlivet.dk](mailto:kontakt@smagforlivet.dk). I den følgende guide får du en kort beskrivelse af de otte smagsdimensioner og forslag til spørgsmål, du kan bruge i dialogen med dine gæster:

### Den sansede smag

Den sansede smagsdimension træder frem, når vi bruger vores sanser til at analysere maden og dens smag, som det blev foldet ud ovenfor. Den sansede smag bruger vi også før måltidet, når vi skal vælge de madvarer, vi vil spise – ser de friske ud, dufter de rigtigt, føles de modne – og under tilberedning af måltidet, når vi smager maden til og vurderer, om den er klar til servering. Du kan f.eks. spørge dine gæster om:

- Hvilke forventninger får du ved synet og duften af maden? Smager det som forventet, eller bliver du overrasket over noget?
- Hvordan føles madens forskellige teksturer og konsistenser? Er det f.eks. tilpas mørt, knasende, fast, cremet? (varier selv ud fra det, du præsenterer)
- Hvilke grundsmage eller aromaer kan du smage i maden? Hvordan er balancen mellem dem?

### Den skønne smag

Dimensionen *skøn smag* omfatter velsmag, nydelse og æstetik. Maden 'smager skønt' – i betydningen, at f.eks. en frisk fisk eller en sprød agurk smager godt. Når vi vurderer den skønne smag, kommer vi med en æstetisk smagsdom baseret på en personlig oplevelse af nydelse, f.eks. når vi spontant udbryster "uhm, hvor er det lækkert". Du kan f.eks. spørge dine gæster om:

- Hvad er det ved maden, der smager skønt?

- Hvad minder smagen dig om? Hvad betyder minderne for smagsoplevelsen?
- Passer smagen til en særlig anledning, stemning eller årstid?

### **Den smarte smag**

Den smarte smagsdimension afspejler de herskende madtendenser i den kultur, vi befinder os i, og både gæster og producenter værdsætter følelsen af at følge disse tendenser. Den smarte smag kan handle om at være til stede på et bestemt madevent eller spise mad af en bestemt genre – f.eks. street food, fermenterede madvarer eller frilandskød og -grønt. Bestemte råvarer kan også blive trendy – pludselig er havtorn, tang eller karse allevegne. Denne smagsdimension er tydelig, hvis du og dine gæster kommer til at tale om f.eks:

- Hvad vil du fortælle andre om det, du smager på nu? Ville du f.eks. lægge det på Instagram eller andre sociale medier?
- Hvilken kultur, trend eller fællesskab synes du, maden hører til?
- Er maden forbundet med bestemte personligheder eller restauranter?

### **Den sunde smag**

Den sunde smagsdimension handler selvsagt om sundhed og ernæring, men også om trivsel. I den sunde smagsdimension kan madens næringsindhold være mere væsentlig end dens velsmag. Omvendt bliver mad med usunde elementer, f.eks. mange kalorier, en kontrast til hverdagen og smager måske lidt syndigt eller forbudt: “Mums, der er godt med smør i den kage”. Hvis dine gæster lægger vægt på den sunde smagsdimension, kan du f.eks. spørge dem:

- Hvad gør smagsprøven sund?
- Hvad værdsætter du især ved madens sunde egenskaber? Hvorfor?
- Hvordan bidrager maden til din (og evt. din families) trivsel og fællesskab?

### **Den moralske smag**

Her skelnes mellem, hvad vi mener, er rigtigt og forkert. Fokus er det gode og ansvarlige liv, hensyn til bæredygtighed og klima, om en råvare er i sæson eller fragtet den halve klode rundt, gode produktionsvilkår, at mindske madspild osv. Den moralske smag afhænger i høj grad af de normer og den sociale sammenhæng, vi befinder os i. Måske kan din familie lide, at grøntsagerne er dyrket i egen have eller købt på det lokale, økologiske madmarked. Den moralske smagsdimension handler om holdninger til det, vi spiser. Du kan f.eks. gå i dialog med dine gæster om:

- Kommer råvarerne fra lokalområdet, eller er de transporteret langt?
- Har dyr eller natur/miljø/klima været unødigt belastet af produktionen?
- Vil du spise mindre kød eller måske helt plantebaseret?

### Den kærlige smag

Denne smagsdimension handler om, at måltidet er tilberedt og serveret med kærlighed og/eller omsorg for den, der skal spise det. Hvad enten maden laves af en familiefar eller -mor, et barn, en kæreste eller f.eks. en kok eller producent på madmarkedet, er der en relation mellem den, der laver maden, og dem, der skal spise den. Lyt efter, hvis dine gæster taler om relationer, omsorg, hygge eller passion i forbindelse med dine smagsprøver. 'Kærlig smag' høres i f.eks. bedsteforældres samtaler med børnebørn om noget, der smager ekstra godt, eller når to veninder vil hygge sig med et glas glögg eller mikrobryg. Prøv at spørge:

- Kan du smage, at producenten har lagt stor kærlighed i vinen her? Hvordan?
- Kan du smage, at dejen er æltet i hånden?
- Opskriften er gået i arv i familien, for vi elskede alle sammen oldemors marmelade. Kender du det?

### Den økonomiske smag

Den økonomiske smag har fokus på produktets pris, mængde eller eksklusivitet. En lav pris og stor mængde kan opfattes positivt – man får virkelig meget for pengene – og omvendt kan en høj pris og eksklusivitet også forstærke opmærksomheden på den oplevede smag. Du kan f.eks. spørge dine gæster:

- Du kan få mængderabat – hvilken forskel gør det?
- Producenten har kun lavet 100 glas af denne særlige honning. Gør det en forskel for dig?

### Den religiøse smag

I denne dimension af smag lægger vi vægt på madens religiøse symbolværdi, f.eks. ved et rituelt måltid. Religiøs smag kan også forstås sådan, at måltidet ikke 'bare' smager godt, eller at fællesskabet er hyggeligt, men at smagen nærmer sig det himmelske eller guddommelige og bliver større, end vi umiddelbart kan beskrive. Gæsternes opmærksomhed på religiøs smag er i høj grad individuel, men hvis du fornemmer, at de lægger vægt på det, kan du f.eks. spørge:

- Er der en særlig højtid eller fejring, du forbinder med smagen?



NERI  
EGAARD

CHILI

SKAP



---

## SÅDAN KAN MAN EVALUERE

---

Evalueringer bruges som redskab til at lære gæster, kunder og udstillere endnu bedre at kende. Med det rette design kan evalueringen bidrage til udvikling af festivalens aktiviteter, til at tage gode beslutninger på baggrund af konkret viden og til at få fortalt succeshistorierne til omverdenen.

Her følger Madkulturens forslag til, hvordan man kan evaluere sine aktiviteter.

Aktørerne og gæsterne kan f.eks. give svar på:

- Hvor tilfredse var gæsterne?
- Hvor mange penge brugte gæsterne?
- Hvor mange gæster kom der?
- Hvor populære var aktiviteterne?
- Kunne gæsterne finde rundt i programmet?

Med de svar kan evalueringen hjælpe til at udvikle jeres involverende festivalaktiviteter, få godt fat i relevante målgrupper, prøve noget af og lære af succeser og fiaskoer og tilsammen bidrage til succes og indtjening for festivalen.

Evaluering er en systematisk undersøgelse, som danner grundlag for vurdering og handling. Men der er ikke én opskrift på god evaluering. Som tommelfingerregel kan man sige, at I ikke skal skyde gråspurve med kanoner – evalueringen skal med andre ord afpasses i omfang og metode.

Tænk på evaluering som et læringsredskab for jer og stil skarpt på hvad evalueringens formål er. Afstem så metoderne til formålet.

For at gennemføre evaluering af jeres event og aktiviteter kan I fokusere på de fire faser af evalueringsarbejdet, som beskrives nedenfor. Der er meget mere viden og inspiration at hente i Nordea-fondens evalueringsguide på [www.nordeafonden.dk/evaluering](http://www.nordeafonden.dk/evaluering).

## FASE 1: EVALUERINGSDESIGN

### Definer formålet

Først skal evalueringens formål fastlægges. Vil I f.eks. vide, om I når jeres mål, og om eventen virker? Eller vil I vide mere om jeres målgrupper? Og hvem er egentlig evalueringens modtagere? Forbered jer på opgaven ved at afklare, hvad I ved og ikke ved, og hvad jeres mål er. Det er vigtigt at afklare, hvad evalueringens brugere har behov for af viden. Involver gerne dem, som evalueringen berører, og afdæk hvad de lægger vægt på.

### Vælg intern eller ekstern evaluering

Hvis I selv har tid og kompetencer til det, kan I gennemføre en intern evaluering. Hvis I derimod ikke har det, men derimod en sum penge, kan I vælge en ekstern evaluering. Den eksterne evaluering har den fordel, at det giver legitimitet, når det er andre end jer selv, der vurderer jeres aktiviteter. Husk dog, at det også kræver tid og energi at finde den rette evaluator og at tilrettelægge den evaluering, I har mest gavn af, sammen med dem.

## FASE 2: DATAINDSAMLING OG ANALYSE

Først er det vigtigt at afklare, hvilken evalueringsmetode der bedst matcher evalueringens formål – er det tal eller tale, I har brug for? Med andre ord skal I vurdere, om der er brug for kvantitative og/eller kvalitative metoder.

### Kvantitative metoder

Med kvantitative metoder kan I basere undersøgelserne på mange deltagere, f.eks. ved brug af spørgeskemaer om deres holdning til eventen, aktiviteten eller madvarerne, eller ved at indhente tal for billetsalg, hvor mange der kommer (til festivalen eller specifikke aktiviteter) og hvor ofte de deltager.

#### *Tips til gode spørgeskemaer*

For at få brugbar viden ud af spørgeskemaer skal de være præcise og konkrete. Forestil dig den graf eller pointen med det tal, du gerne vil stå med bagefter. Hvad skal du spørge gæsterne om for at nå dertil?

Spørgsmålene skal være

- enkle: de skal være nemme at forstå og have en enkel ordlyd
- præcise: spørg ikke om flere ting på én gang
- konkrete: spørg om noget man kan huske og nemt forholde sig til

De rigtige svarkategorier er lige så vigtige som de rigtige spørgsmål: neutrale, balancerede og udtømmende. Test gerne spørgeskemaet: Forstår andre jeres spørgsmål, og svarer de på samme måde, som I forventer?

*Tips til at få gæster til at deltage i undersøgelsen*

Det kan være svært at få svar ind fra gæsterne, og det kan være nødvendigt med lidt smarte 'tricks':

- Send link til spørgeskema ud gennem billetsystemet eller brug jeres nyhedsbrev
- Saml mailadresser ind under festivalen, brug evt. de frivillige til det (husk GDPR, man skal altid bede om lov til at kontakte folk på deres e-mail)
- Uddel flyers med en QR-kode, der henviser til skemaet

Brug 'lokkemad': Udlov en gave til deltagerne; brug én stor gave i stedet for flere små gaver til mange deltagere

### **Kvalitative metoder**

Kvalitative metoder er gode til at gå i dybden. De kræver metoder som observation, interviews eller uformelle samtaler, hvor gæsterne spørges om, hvordan de oplever at deltage i f.eks. en af jeres involverende aktiviteter.

*Tips til gode interviews*

Når du interviewer, er det en god ide at stille færre spørgsmål og i stedet bruge tiden til at lytte til svarene, spørge ind og bede om uddybning.

- Bed interviewpersonen om at beskrive aktiviteten
- Lyt og spørg ind
- Bed om uddybninger og forklaringer
- Husk at komme omkring dine særlige interesseområder

### *Tips til gode observationer*

Med observationer kan man få indblik i, hvad der sker i en aktivitet, og hvordan gæsterne tager del i den. Husk at sætte lige så lang tid af til at notere dine observationer, som det tager at observere.

- Deltag i aktiviteten; du kan samtidig føre uformelle samtaler
- Læg mærke til deltagernes reaktioner
- Skriv noter umiddelbart bagefter

## **FASE 3: RESULTATER OG ANVENDELSE AF DEM**

Evalueringen bliver først værdifuld, når den sættes i spil. Analyser jeres resultater og find frem til, hvad I har lært.

Og hvad gør I så nu? Er der noget, der træder tydeligt frem, som I kan lave om på og forbedre i næste udgave af eventen? Og hvad med jeres samarbejdspartnere? Tænk på den afsluttede evaluering som en oplagt kilde til videndeling både internt og eksternt.

## **FASE 4: FORMIDLING OG VIDENDELING**

Bring resultaterne ud til samarbejdspartnere, beslutningstagere, offentligheden eller hvem I har sat jer som mål at nå. Brug evalueringen som anledning til at dele viden og skabe synlighed om projektet. Vær realistisk omkring, hvem I kan og vil nå ud til med jeres viden. Overvej at kommunikere dele af evalueringen, eventuelt til udvalgte målgrupper, frem for det hele.

Gør brug af jeres egne platforme og kanaler: hjemmeside, Facebookside, Instagram, Twitter, LinkedIn, nyhedsbreve, fagblade, intranet, netværksgrupper osv.

---

## REFERENCER

---

- Det rullende madværksted, Netværk for madfestivaler, Madkulturen, 2021. <https://www.madkulturen.dk/det-rullende-madvaerksted/>
- Fornemmelse for smag. Ole G. Mouritsen og Klavs Styrbæk, Nyt Nordisk Forlag, 2015.
- Nordea-fondens evalueringsguide, 2021. [https://nordeafonden.dk/sites/nordeafonden.dk/files/media/document/Evalueringsguide-2020\\_interaktiv.pdf](https://nordeafonden.dk/sites/nordeafonden.dk/files/media/document/Evalueringsguide-2020_interaktiv.pdf)
- Smag. Tænkepauser 40. Susanne Højlund, Aarhus Universitetsforlag, 2016.
- SMAG #10: Smag og læring. Liselotte Hedegaard, Morten Christensen og Majbritt Pless. Smag for Livet Forlag, 2019. [www.smagforlivet.dk/artikler/smag-10-smag-og-laering](http://www.smagforlivet.dk/artikler/smag-10-smag-og-laering)
- SMAG #14: Smagsdidaktik i fag og formidling - Effektivitetsundersøgelser af undervisning og events med smag som omdrejningspunkt. Mikkel Stovgaard, Jacob H. Christensen, Aske Clark og Karen Wistoft, Smag for Livet Forlag, 2021. [www.smagforlivet.dk/artikler/smag-14-smagsdidaktik-i-fag-og-formidling](http://www.smagforlivet.dk/artikler/smag-14-smagsdidaktik-i-fag-og-formidling)
- Smag for Livet, 2021. [www.smagforlivet.dk](http://www.smagforlivet.dk)
- Smagens didaktik. Karen Wistoft og Lars Qvortrup, Akademisk Forlag, 2018.
- Sådan smager børn. Den videnskabelige forklaring på, hvad dit barn vælger at spise – og hvorfor. Mikael Schneider og Eva Rymann, Gyldendal, 2018.



---

# APPENDIKS: DREJEBØGER

---

---

## APPENDIKS 1: DREJEBØGER FOR 'LÆR DIN SMAG AT KENDE – SMAGSLEGE FOR ALLE'

---

### 1.1 JELLYBEAN-TESTEN

#### Formål

At give dine gæster en forståelse af, hvor stor en rolle lugtesansen spiller for smagsoplevelsen.

#### Det skal du bruge

Jellybeans eller bolsjer med frugtsmag, moden frugt eller en krydderurt.

#### Sådan introducerer du aktiviteten for dine gæster

I kender sikkert alle det, at næsen kan være stoppet til af en forkølelse, og maden smager anderledes. Men det er ikke maden, som har ændret smag – det er lugtesansen, som er påvirket.

I behøver dog ikke at være forkølede for at opleve, hvor meget lugt betyder for smagsoplevelsen. Det kan I opleve ved f.eks. at smage på en Jellybean (eller hvad du vælger at benytte i denne aktivitet).

Eller:

Spørg gæsterne: "Hvad smager man med?", og lad dem komme med så mange svar som muligt, som nok vil inkludere svar som *tungen*, *smagssansen* m.fl. Snak lidt om deres svar (f.eks. at det er rigtigt, at man smager med smagssansen på tungen, men at den kun kan smage de fem grundsmage) og sig så: "Men nu skal I prøve en lille leg med mig, som vil gøre jer klogere på, hvordan man smager."

### Sådan udføres aktiviteten

1. Hold dig for næsen og anbring slikket, frugten eller krydderurten i munden, tyg på det og undgå at ånde ud.
2. Slip så grebet om næsen, ånd ud gennem næsen og forbered dig på en overraskelse.

### Spørgsmål til diskussion og refleksion:

- Hvad smagte slikket (eller frugten eller krydderurten) af, mens I holdt jer for næsen?
- Hvorfor tror I, at det smagte sådan?
- Hvordan smagte det, da I slap grebet om næsen?
- Hvorfor tror I, at smagen ændrede sig?

### Uddybende forklaring

Vi smager med flere sanser end smagssansen på tungen. Inden man slipper næsen, vil man typisk opleve slikket eller frugtens søde eller sure smag, fordi sur og sød er grundsmage, som man kan smage på tungen. Når man slipper grebet om næsen, vil man efterfølgende opleve duftene fra aromastofferne via lugtesansen, eksempelvis kan man opleve duften af jordbær. Grundsmagene opfanges på tungen, og duft opfanges i næsen, og normalt oplever vi alle sansendeindringerne som én samlet smagsoplevelse.

## 1.2 TJEK PÅ GRUNDSMAGENE

### Formål

At dine gæster tilegner sig viden om smagssansen og de fem grundsmage, som smagsløgene kan registrere.

### Det skal du bruge

- Almindeligt sukker (grundsmagen sød)
- Citronsyre (grundsmagen sur)
- Almindeligt salt (grundsmagen salt)
- Det 3. krydderi (glutamat; grundsmagen umami)
- Kakaopulver (grundsmagen bitter)
- Rørepinde i træ, små skeer eller andet 'tag-tøj'





### **Sådan forbereder du aktiviteten**

De fire hvide pulvere (dvs. alle undtagen kakao) indfarves med en ganske lille smule konditorfarve, én farve pr. pulver, så man kan se forskel. Prøv dig lidt frem, men det drejer sig blot om at dryppe et par dråber frugtfarve ned i det givne pulver og røre rundt, til det hele har taget farve, men ikke er vådt. Det kan hjælpe at lade det stå lidt og trække.

Stil de fem pulvere og rørepinde klar til gæsterne.

### **Sådan introducerer du aktiviteten for dine gæster**

Vi skal nu teste, om I kan udpege de fem grundsmage ved at smage på dette pulver. Hvert pulver har en grundsmag, men vi ved ikke, hvilket pulver der smager af hvad.

### **Sådan udføres aktiviteten**

1. Øs en knivspids pulver op med en rørepind eller lille ske. Det er vigtigt kun at tage en lille mængde pulver.
2. Læg pulveret på håndryggen og slik det af med tungen. Hvilken grundsmag kan du smage?

### **Spørgsmål til diskussion og refleksion:**

- Hvilke grundsmage kan I udpege?
- Er der et eller flere pulvere, I har svært ved at beskrive? Hvilke?
- Hvilket pulver kan I bedst lide? Og hvilket pulver kan I mindst lide?
- Minder nogle af pulverne jer om bestemte fødevarer eller retter? Hvilke?

## Uddybende forklaring

De fleste har let ved at udpege det pulver, der smager sødt, men meget svært ved at sætte ord på det, der smager umami. Salt, bittert og især surt kan være meget overvældende at smage på i så ren form, som der her er tale om, så pas på ikke at tage for meget.

Disse oplevelser – og de udbrud det medfører fra gæsterne – er gode oplæg til dialog om, hvad vi smager, og hvad vi kan lide. Det er også et godt afsæt for at tale om og arbejde med grundsmagene i efterfølgende aktiviteter. Nu ved vi, hvordan de fem grundsmage smager i sig selv.

## 1.3 FARV TUNGEN BLÅ OG SE SMAGSSANSEN

### Formål

At dine gæster får mulighed for at se deres egen (og hinandens) smagssans ved at farve tungen blå.

### Det skal du bruge

- Blå konditorfarve
- Vand
- Et lille glas til at blande farven i
- Vatpinde
- Spejl
- Evt. dit kamera

### Sådan forbereder du aktiviteten

Bland konditorfarven op med vand i forholdet 1:1. Stil blandingen og vatpinde frem til gæsterne.

### Sådan introducerer du aktiviteten for dine gæster

Nu skal vi se vores smagsløg på tungen. Vi kan se smagsløgene som små røde prikker, når vi farver tungen blå.

### Sådan udføres aktiviteten

1. Dyp en vatpind i frugtfarveblandingen.
2. Farv tungen blå med vatpinden.
3. Kig på tungen i et spejl – eller tag et billede af den – og find de røde prikker på tungen: De er tungsens papiller, og dér sidder dine smagsløg.



### Spørgsmål til diskussion og refleksion:

- Ved I, hvor mange smagsløg vi har?
- Tror I, at vi har smagsløg andre steder end på tungen? Hvor?
- Tror I, at der er forskel på, hvilke smagsløg der kan opfange de forskellige grundsmage?

### Uddybende forklaring

Vi har ca. 5.000 smagsløg fordelt i munden, og hvert af dem består af ca. 100 celler. Langt de fleste af smagsløgene sidder på tungen, men der findes også smagsløg andre steder i munden, f.eks. i ganen.

Man har tidligere troet, at de fem grundsmage – sur, sød, salt, bitter og umami – blev opfanget forskellige steder på tungen, men nu ved vi, at det er en myte. Faktum er, at alle tungenes smagsløg kan opfange alle grundsmagene.

## 1.4 BLØDE CHIPS (ELLER BLENDET HOTDOG)

### Formål

At dine gæster oplever, hvordan mundfølelsen og vores forventninger til den har betydning for vores oplevelse af det, vi spiser.

### Det skal du bruge

- En pose chips
- Vand

Hvis du har en gammel pose chips liggende, kan du også bruge den til dette eksperiment. Som alternativ til chips kan du bruge mariekiks.

*Tip! Hvis du vil lave 'den modige version', skal du bruge to hotdogs og en blender i stedet for chips.*

### Sådan forbereder du aktiviteten

Tag halvdelen af chipsene ud af posen – de skal gøres bløde. Det kan du gøre på flere måder, her er tre muligheder at vælge imellem:

- Du kan lægge dem på et vådt viskestykke og lægge et andet vådt viskestykke over.
- Du kan lægge dem i en plasticpose, hvori du også lægger et stort stykke gennemvædet køkkenrulle. Luk så posen tæt til og lad det stå natten over.
- Du kan spraye dem med vand med en forstøverflaske.

Når chipsene er blevet bløde, hælder du dem i en skål. Fyld så en anden skål med de sprøde chips.

*Tip! Eksperimentet her er sjovest, hvis du prøver det sammen med nogle, der ikke ved, hvad du har gjort ved chipsene.*

### Sådan introducerer du aktiviteten for dine gæster

Tilbyd gæsterne en af de blødgjorte chips, men fortæl dem ikke, hvad det er; sig f.eks. blot “Tag en chips og vent med at spise den, til jeg siger til.” Når alle har fået, giver du dem lov til at smage samtidigt. Når den værste skuffelse har lagt sig, undskylder du og serverer nu en sprød chips; igen får du alle til at smage samtidigt – og bemærke lyden, smagen og mundfølelsen. Tal nu med gæsterne om, hvilke forskelle de oplevede.

### Sådan udføres aktiviteten

1. Smag på de bløde chips
2. Smag så på de sprøde chips

### Spørgsmål til diskussion og refleksion:

- Hvordan smager de bløde chips?
- Hvordan føles de i munden?
- Hvad bemærker du, når du spiser dem? Hvordan lyder de f.eks.?
- Gentag spørgsmålene med de sprøde chips.
- Hvilke chips kan du bedst lide? Hvorfor?



*En version for de modige:*

Hvis du vil prøve et lidt mere avanceret eksperiment med mundfølelse, kan du tage to hotdogs og blende den ene til mos. Smag og sammenlign! Den blendede hotdog har nu kun én tekstur (konsistens) til forskel fra den oprindelige hotdog, som har mange forskellige teksturer.

### **Uddybende forklaring**

Vores oplevelse af madens tekstur kaldes *mundfølelsen*. Den kan f.eks. være sprød, hård, blød, klistret, kold, varm, tør, elastisk, svampet, melet og meget mere. Tongen og læberne mærker madens tekstur på samme måde, som når fingrene rører ved maden.

Følesansen giver os en forventning om madens mundfølelse, inden vi tager den i munden. Mundfølelsen bemærker vi ofte tydeligst, når den ikke er, som vi forventer. Når vi ser en skål med chips, forventer vi, at de er sprøde, men hvis vi så bider i dem og mærker, at de er bløde, bliver vi skuffede – også selv om chipsenes øvrige smag er som forventet.

Sprødhed er noget, som de fleste sætter pris på, især som kontrast til noget cremet, f.eks. chips med dip, yoghurt med mysli osv. Det forstærker vores oplevelse af sprødhed, at vi kan høre knas og knitren, både når vi selv spiser chips, måske endda fra en knitrende pose, og når andre gør.

## 1.5 DUFTMEMORY: SPIL MED LUGTESANSEN

### Formål

At dine gæster sætter lugtesansen på prøve, øver sig i at bemærke madens lugte og oplever, hvor afgørende lugtesansen er for vores smagsoplevelse.

### Det skal du bruge

Vælg selv, hvor mange og hvilke fødevarer du vil bruge, men start f.eks. med disse ti:

- Ingefær
- Løg
- Appelsin
- Hvidløg
- Dild
- Citron
- Basilikum
- Kaffe
- Vanilje
- Ost

Vælger du at spille med ti fødevarer, skal du bruge 20 glas, så der er to ens af hver slags. Glassene skal være omkring 10-50 ml store og med skruelåg. Du kan også bruge bøtter i plast eller blot bruge, hvad du har tilgængeligt.

Udover 10 fødevarer, skal du bruge følgende:

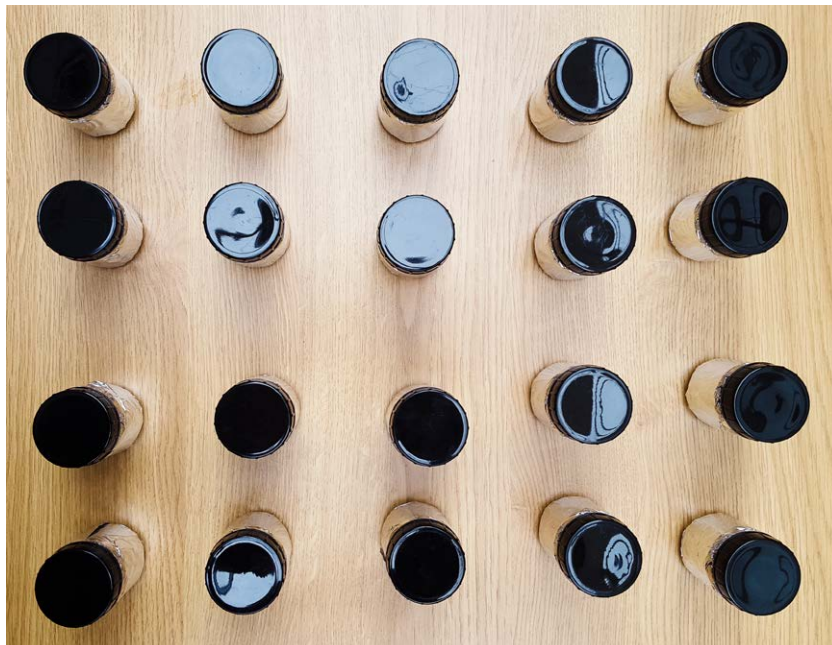


### Sådan forbereder du aktiviteten

Glassene skal gøres klar. Det tager 30-45 minutter. Se hvordan I gør på:

[www.smagforlivet.dk/materialer/duftmemory-spil-med-lugtesansen](http://www.smagforlivet.dk/materialer/duftmemory-spil-med-lugtesansen)

Stil glassene op således:



Tegn evt. 20 felter på et stykke papir og brug det som en spilleplade.

### Sådan introducerer du aktiviteten for dine gæster

Duftmemory er et huskespil lige som det velkendte Memory eller vendespil, men her skal I bruge næsen og snuse jer frem.

Lugtesansen kan skelne op til en billion forskellige duftstoffer og er med sine utallige signaler afgørende for vores smagsoplevelse. Uden lugtesansen ville vi have svært ved at skelne smagen af f.eks. hindbær fra brombær.

I dette spil sætter vi vores lugtesans på prøve. Nu skal vi forsøge at matche forskellige dufte, uden at vi kan se, hvad vi dufter til.

### **Sådan udføres aktiviteten**

1. En spiller ad gangen – den yngste begynder – vælger to glas at lugte til. Spilleren tager ét glas ad gangen, åbner det og lugter til indholdet og siger højt, hvad han/hun tror, det er. Derefter sender spilleren glasset rundt til de andre spillere, så alle kan prøve at lugte til det – men de andre må ikke sige, hvad de tror, det er.
2. Hvis spilleren finder to ens dufte, har han/hun et stik og må fortsætte sin tur.
3. Når en spiller lugter sig frem til et stik, får han/hun 1 point, og hvis spilleren derudover kan gætte glassets indhold rigtigt, får han/hun 2 point.
4. Hvis spilleren tager to forskellige dufte, skal glassene sættes tilbage, hvor de stod, og det er nu den næste spillers tur.
5. Spillet fortsætter sådan, indtil der ikke er flere glas tilbage. Den, der har flest point, har vundet.

#### *For begyndere/børn*

De generelle regler gælder stadig, men ved siden af spillet lægges et ark med en liste og billeder af, hvad glassene indeholder.

#### *For øvede/voksne*

De generelle regler gælder stadig, men her må ingen spillere vide, hvad der er i glassene.

#### *Mulige variationer af spillet*

I kan selv lave en lang række variationer af spillet. Her er et par forslag:

- I stedet for at skulle parre to glas med fødevarer, kan det ene glas skiftes ud med et billede af den pågældende fødevare. Billederne lægges på spillepladen med billedet nedad.
- I kan aftale, at I godt må sige, hvad I kan lugte, når glasset går på tur. Så bliver det måske mere et spørgsmål om samarbejde end om at vinde spillet.
- I kan gøre spillet sværere ved udelukkende at bruge fødevarer med dufte, der minder om hinanden, f.eks. ti forskellige slags krydderurter.

### **Uddybende forklaring**

Signaler fra næsens lugtesans udgør en stor del af det, vi normalt opfatter som smag, og ofte 'fylder' lugten meget i vores samlede smagsoplevelse. Når vi spiser, kommer madens luftbårne duftstoffer ind i næsen både udefra og inde fra mundhulen, når vi tygger maden. De lugte eller dufte, der registreres af lugtesansen i næsen, kaldes aroma.



Lugtesansen kan registrere op til en billion forskellige duftstoffer. Det betyder ikke, at vi bevidst kan skelne dem alle fra hinanden, men det siger lidt om lugtesansens store betydning for smagsoplevelsen. Lugtesansen giver derfor en langt mere varieret oplevelse af madens smag end blot tungens og smagssansens information om de fem grundsmage i maden.

Lugtesansen er koblet til hjernens centre for erindringer og følelser, og dufte kan derfor hurtigt vække minder – gode såvel som dårlige. Vi kan ofte let genkende en duft og associere den til en oplevelse, men det kan være svært at sætte ord på, hvad det præcis dufter af.

Vi kan ikke lugte grundsmagene sur, sød, salt, bitter eller umami, men derimod en lang række unikke duftstoffer, som vi nogle gange forbinder med mad med meget af en bestemt grundsmag. To eksempler er, når vi oplever duften af citron som sur, og duften af honning som sød.

## 1.6 SMAG MED ALLE DINE SANSER

### Formål

At dine gæster analyserer og smager en smagsprøve med alle sanser og lægger mærke til alle detaljer for dermed at kunne lave kvalificerede vurderinger af smagen.



### Det skal du bruge

Smagsprøver på en fødevarer efter eget valg, f.eks. et æble.

### Sådan forbereder du aktiviteten

Denne aktivitet kan laves i større eller mindre grupper, eller dine gæster kan lave den individuelt. Hvis gæsterne laver aktiviteten individuelt, kan du evt. lægge papir og blyanter frem, så de kan notere deres smagsoplevelser.

Læg den valgte fødevarer frem til gæsterne.

### Sådan introducerer du aktiviteten for dine gæster

Smagssansen på tungen afslører langt fra alt, hvad maden smager af. Når vi smager, bruger vi alle vores sanser, også allerede inden maden rammer munden. Det vil du opleve med denne lille smageøvelse.

### Sådan udføres aktiviteten

1. Tag en smagsprøve
2. Brug synssansen og beskriv, hvilke forventninger synet af fødevarer giver dig (f.eks. "æblet er rødt, så det er nok modent og smager sødt og lidt syrligt").
3. Brug følesansen i fingrene og sæt ord på, hvad du kan mærke.
4. Brug lugtesansen og forsøg at beskrive duften og de forskellige aromaer.
5. Brug høresansen, når du sætter tænderne i fødevarer og tygger den, og bemærk hvilke lyde, du hører.
6. Brug smagssansen på tungen og smag efter grundsmagene.
7. Brug følesansen i munden til at mærke fødevarerens tekstur (f.eks. sprød, blød, cremet, hård, grynet, melet, sej, mør, knasende, saftig mv.).
8. Brug lugtesansen igen og læg mærke til, hvordan duften slipper fra mundhulen og bagom op gennem næsen og ud.

Ved hvert trin kan du spørge, hvad gæsterne oplever, så I kan dele smagsoplevelserne med hinanden. Bemærk, at to personer kan have forskellige oplevelser af den samme fødevarer.

### Uddybende forklaring

Vi smager ikke kun med tungen og smagssansen. Vi bruger alle fem primære sanser, når vi smager: smagssansen, lugtesansen, følesansen, synet og hørelsen. Tilsammen danner hjernen en *smagsoplevelse*, som er det, vi normalt vil beskrive som den samlede smag af det, vi spiser eller drikker. Med denne øvelse fokuserer vi på de enkelte sansers bidrag til den samlede smagsoplevelse ved at identificere de forskellige sanseinput.

---

## APPENDIKS 2: DREJEBØGER FOR 'VINSMAGESKOLEN (OG SKOLEN FOR ANDRE DRIKKE)'

### 2.1 LÆR AT SKELNE VINENS DUFTE

#### Formål

At dine gæster får skærpet deres oplevelse af drikkevarers forskellige aromaer og bliver kompetente til at smagsbedømme drikkevarerne. Her med udgangspunkt i vin.

#### Det skal du bruge

- En flaske neutral 'hverdagsrødvin', f.eks. på merlot-druen
- Ti glas - eller så mange glas som det antal dufte, du vil teste
- Forskellige fødevarer, som er gode eksempler på dufte i vin. F.eks. kan du bruge:
  - Jordbær
  - Hindbær
  - Brombær
  - Solbær
  - Kirsebær
  - Violer (her kan kandiserede violer gå an)
  - Grøn peber
  - Trøffel (f.eks. i form af trøffelolie)
  - Lakrids (gerne som sirup for at fremme duften)
  - Vanilje
  - Peber
  - Røg (kan købes som flydende røgaroma)

**|** *Tip! Hvis bærrerne ikke er i sæson, kan du bruge frosne, optøede bær.*

#### Sådan forbereder du aktiviteten

1. Hæld ½ dl vin i hvert glas.
2. Tilføj en lille mængde af én type fødevarer til hver af glassene, f.eks. et knust frossent jordbær, en skefuld hakket grøn peber, en dråbe vaniljeekstrakt, osv.
3. Lad det trække ca. en time og fjern så eventuelle faste bestanddele i glassene.

#### Sådan introducerer du aktiviteten for dine gæster

I vin gemmer sig en lang række flygtige duftstoffer, som vores lugtesans kan opfatte. Vin pirrer derfor vores lugtesans og udfordrer vores evne til at skelne og sætte ord på duftene.

Ordene kommer vi tilbage til, for her skal det først handle om kategorierne af duft: Bær, frugt og blomster. Lakrids, tobak og chokolade. Stald, flint og urter, og utallige andre nuancer.

Dertil kommer følelsen på tungen af den snerpende garvesyre, den fyrige alkohol og naturligvis grundsmagene, hvor sur, bitter og sød er de dominerende i vin.

Det kan være svært for almindelige vindrikkere at forstå, når vinanmeldere giver den gas med ord på vinenes duftstoffer: Vanilje, fad og kirsebær. Mineralsk, medicinsk og mudret. Babyble, hestestald og dyrisk vildskab. Ordene kan virke vanvittige, men der er mening bag galskaben. For producenter, anmeldere og indkøbere er ordene et professionelt værktøj til at holde styr på smagene og skelne vinene fra hinanden.

I denne aktivitet tager vi udfordringen op, smager og sætter ord på vinens dufte og smage.

Duftoplevelsen afhænger af, hvad du oplever de enkelte duftstoffer sammen med, og den mekanisme benytter vi os af i dette hjemmelavede vinduftsæt. Det består ganske simpelt af små glas vin tilsat forskellige dufte, som vi så kan øve os på at genkende i vinen.

### **Sådan udføres aktiviteten**

Du kan gennemføre øvelsen i en form, hvor gæsten ved, hvad der er i de enkelte glas, eller i en form, hvor du har blændet glassenes indhold, så gæsten skal gætte, hvad der er i.

1. Lad gæsten dufte til glassene og sammenligne duftene.
2. Spørg gæsten, hvad der træder frem af dufte – og om gæsten kan gætte, hvilke dufte der er tilsat vinen i de forskellige glas.

### **Spørgsmål til diskussion og refleksion:**

- Hvordan vil du beskrive, hvad du dufter?

### **Uddybende forklaring**

Lugtesansen kan skelne op til en billion forskellige duftstoffer. Det er ikke det samme som, at vi kan genkende og skelne imellem duftene, kun at lugtesansen har evnen til at opfatte dem. Signalerne fra lugtesansen udgør en stor del af det, vi normalt opfatter som smag. Når vi drikker eller spiser, kommer flygtige

stoffer fra drikken og maden ind i næsen både udefra og inde fra mundhulen, og når disse stoffer stimulerer vores lugtreceptorer øverst i næsen, oplever vi en lugt eller en duft.

### **Dufterne kommer fra druerne, gæren og fadene**

De vigtigste duftstoffer i vin kommer her med beskrivelse af, hvor de kommer fra, og hvad de dufter af:

- **Estre:** Dannes, når vinens alkohol reagerer med vinsyre og frugtsyrer. Giver dufte af frugt, f.eks. hindbær, jordbær, æble, pære og banan.
- **Pyraziner:** Stammer fra druerne. Giver dufte af grønne planter og urter, f.eks. peberfrugt, ærter og græs, samt kaffe og chokolade.
- **Terpener:** Stammer fra druerne, særligt skindet. Kan dufte af alt fra frugt- og blomsteragtigt til harpiks- og urteagtigt, f.eks. af rose, lavendel og appelsin.
- **Flygtige svovlforbindelser:** Dannes under fermenteringen (gæringen), altså når gær omsætter druernes frugtsukker til alkohol. Er synderen, når en vin lugter grimt og forkert af rådne æg og hvidløg, men er også ophav til duft af jord, solbær og 'mineralitet' som f.eks. flint.
- **Vanillin:** Kommer fra egetræet i de fade, som vinen ofte er lagret på. Dufter af vanilje.

### **Præcision eller ordflom**

Skal vinordene virke godt, skal de være præcise og genkendelige for andre. Når du siger vanilje, skal din borddame/-herre vide, hvad vanilje dufter af, og kunne opfatte duften af vanilje i vinen.

Som regel er der derfor gode forklaringer bag både ordene og duftenes ophav. Som nævnt stammer duften af vanilje fra de egetræsfade, som vinen er lagret på. Duften af hestestald fremkommer, når en særlig vildgær, *Brettanomyces*, har været aktiv i vinfremstillingen. Særlige bakterier kan stå bag den medicinske smag (à la menthol og hostesaft). Og så fremdeles med flere af de mere almindelige dufte.



## 2.2 SPIL DUFTMEMORY MED DUFTENE AF VIN

### Formål

At dine gæster sætter lugtesansen på prøve og oplever, hvor afgørende lugtesansen er for vores smagsoplevelse. Denne aktivitet er magen til aktivitet 1.5 *Duftmemory: Spil med lugtesansen* med den forskel, at der her tages udgangspunkt i duftene af rødvin.

| *Obs: Selvom aktiviteten omhandler vin, er den alkoholfri.*

### Det skal du bruge

Vælg dufte, der er typiske for rødvin, f.eks.:

- Jordbær
- Hindbær
- Brombær
- Solbær
- Kirsebær
- Violer (her kan kandiserede violer gå an)
- Røg (kan købes som flydende røgaroma)
- Grøn peber
- Trøffel (f.eks. i form af trøffelolie)
- Lakrids (gerne som sirup for at fremme duften)
- Vanilje
- Peber

| *Tip! Hvis bærrerne ikke er i sæson, kan du bruge frosne, optøede bær.*

Se aktivitet 1.5 *Duftmemory: Spil med lugtesansen* for eventuelle yderligere indkøb (s. 52).

### **Sådan forbereder du aktiviteten**

Se aktivitet *1.5 Duftmemory: Spil med lugtesansen* (s. 52).

### **Sådan introducerer du aktiviteten for dine gæster**

Duftmemory er et huskespil lige som det velkendte Memory eller vendespil, men her skal I bruge næsen og snuse jer frem til rødvinens forskellige dufte.

Lugtesansen kan skelne op til en billion forskellige duftstoffer og er med sine utallige signaler afgørende for vores smagsoplevelse. Uden den ville vi have svært ved at skelne smagen af f.eks. hindbær fra brombær eller mellem forskellige typer vin.

Smagen af vin handler allermest om de duftstoffer, den indeholder. Så når en vinsmager taler om, at en vin smager af f.eks. solbær, læder eller lakrids, er det i virkeligheden duftene, hun taler om.

I dette spil sætter vi vores lugtesans på prøve og træner vores evne i at genkende duftene i vin. Nu skal vi forsøge at matche forskellige dufte af rødvin, uden at vi kan se, hvad vi dufter til.

### **Sådan udføres aktiviteten**

Se aktivitet *1.5 Duftmemory: Spil med lugtesansen* (s. 52).

### **Uddybende forklaring**

Se den uddybende forklaring til *2.1 Lav din egen test af vindufte* (s. 57).



### APPENDIKS 3: DREJEBOG FOR 'GÆT EN JUICE – SMAGSLEG FOR BØRN OG BARNLIGE SJÆLE'

Denne smagsleg er udviklet og afprøvet af designstuderende Minni Wendy Rosenberg Berglund Thor og Smag for Livet.

#### Formål

Dette er en aktivitet, der appellerer til børns nysgerrighed og inddrager dem i øjenhøjde i et lille smagseventyr. Det går ud på, at dine unge gæster, eller voksne gæster med barnlige sjæle, smager forskellige væsker, der er blevet farvet med blå konditorfarve, og så skal gætte på, hvad de har smagt. Formålet er at rette gæsternes opmærksomhed mod det, de smager, og ikke hvad synet af drikken får dem til at forvente om smagen.

Formatet er simpelt og lettilgængeligt for børnene, så de kan gætte og aflæse, om de har gættet rigtigt, uden at man som arrangør hele tiden skal være i nærheden af dem. Ideen er enkel og kan også genskabes derhjemme af forældre.

#### Det skal du bruge

Vælg fire forskellige drikke, f.eks.:

- Hyldeblomstsaft
- Æblejuice
- Tomatjuice
- Citronsaft

Vælg evt. både nogle drikke som er velkendte for børn, og nogle som er mindre velkendte for børn.



### Sådan forbereder du aktiviteten

Stil de fire forskellige drikke ud for hver deres nummer fra 1-4. På et bord ved siden af lægger du seks cirkler med tegninger af følgende ingredienser:

- Jordbær
- Hyldeblomst
- Æble
- Tomat
- Citron
- Appelsin

Fire af tegningerne skal stemme overens med indholdet af glassene.



Hyldeblomst



Tomat



Citron

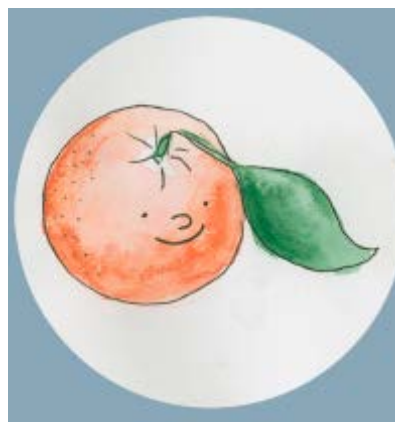


Æble

For enden af bordet stiller du fire kasser, der ligesom drikkerne er forsynet med numre fra 1-4. På siden af kasserne skærer du et kighul, så man kan kigge ind og se en tegning, der stemmer overens med indholdet i f.eks. glas 1.



Jordbær



Appelsin

### Sådan introducerer du aktiviteten for dine gæster

Nu skal vi smage på forskellige drikke og finde ud af, om vi kan gætte, hvad det er, vi smager på.

### **Sådan udføres aktiviteten**

1. Børnene kan starte med at smage på indholdet i glas 1. Bed dem tænke over, hvad de smager.
2. Børnene gætter på en smag ved at sætte deres glas på dén cirkel, som har en tegning af den smag, de gætter på, f.eks. hyldeblomst.
3. Børnene kigger ind i kasse nr. 1 og ser, om de har gættet rigtigt.
4. Fortsæt på samme måde med glas nr. 2, 3 og 4.

### **Spørgsmål til diskussion og refleksion:**

Når børnene har smagt et glas, kan du bede dem beskrive, hvad de smager.

### **Uddybende forklaring**

Børn er ofte gode og modige til at smage og til spontant at sige, hvad de oplever. De er drevet af nysgerrighed og vil gerne gætte på, hvad de smager – især vil de gerne gætte rigtigt. I denne simple leg øver børnene sig i at smage efter.

---

## APPENDIKS 4: DREJEBOG FOR 'SMAGSSKATTEJAGT'

### Formål

Smagsskattejagten henvender sig til alle aldersgrupper, men den primære målgruppe er børn på 6-13 år og deres forældre. Formålet er, at dine unge gæster lærer om de fem grundsmage (sød, sur, salt, bitter og umami), duft, farve og smagsstyrke gennem en smagsskattejagt med fem poster. Børnene kan gennemføre opgaverne alene, med forældre eller i små grupper (2-3 børn).

Smagsskattejagten bør tilpasses standene på din festival, så fremgangsmåden præsenteret her er kun vejledende. Du kan ændre de fem poster alt efter hvilke stande, der er på din festival.

### Det skal du bruge

#### *Post 1 (Alle grundsmagene):*

- Grundsmagspulvere (se *Appendix 1.2 Tjek på grundsmagene, s. 46*)
- Skeer

#### *Post 2 (Grundsmagen sød samt duft):*

- Bolsjer

#### *Post 3 (Grundsmagen sur):*

- Saft, f.eks. hyldeblomstsaft
- Rød frugtfarve
- Små glas til smagning

#### *Post 4 (Grundsmagen bitter):*

- Kål
- Chokolade i fem forskellige udgaver med varierende kakaoindhold

#### *Post 5 (Grundsmagen umami):*

- Pølser
- Forskellige fødevarer/produkter (ca. 10 slags) med masser af umami (f.eks. lagret ost, parmesanost, tørrede kødprodukter, soltørrede tomater/ketchup, fermenterede saucer m.m.)

Derudover:

- Handouts til deltagerne inkl. Smagsskattekort (se s. 71)
- Klistermærker i forskellige farver
- Diplomer (se s. 72)

De ovennævnte råvarer kan udskiftes med andre råvarer, som har samme grundsmage, således at de matcher de stande, der er på din festival.

### **Sådan forbereder du aktiviteten**

Forud for aktiviteten skal du gøre de fem poster klar og sørge for, at hver post har en postansvarlig.

#### *Klargøring af post 1*

- Gør grundsmagspulvere klar (se Appendix 1.2 Tjek på grundsmagene, s. 46) og læg skeer frem til deltagerne.

#### *Klargøring af post 2*

- Stil bolsjer frem i en skål.

#### *Klargøring af post 3*

- Bland hyldeblomstsaft og rød farve.
- Stil små smageglas frem.

#### *Klargøring af post 4*

- Skær kålen i små stykker. Stil den klar på et fad/i en skål.
- Skær de fem slags chokolade i små stykker. Sæt chokoladen op i tilfældig rækkefølge i fem skåle, men notér hvilken der har højest og lavest kakao-procent.

#### *Klargøring af post 5*

- Skær pølser i små stykker. Stil dem klar på et fad/i en skål.
- Klargør en bakke med produkter, der alle indeholder umami. Læg et viskestykke over bakken. Når du viser bakken til børnene, skal du vise den i 60 sekunder og derefter tildække den med viskestykket igen. Du kan tage tid på din mobil.
- Læs teksten om umami under 'Uddybende forklaring', så du kan forklare børnene, hvad umami er.
- Ved alle poster lægges klistermærker (eller hvad du vælger at bruge) klar til børnenes skattekort, så klistermærket kan sættes på, når de har gennem-

- ført posten.
- Hav diplomer klar til børnene, når de har gennemført alle posterne.

### **Sådan introducerer du aktiviteten for dine gæster**

Nu skal I på en smagsskattejagt og lære om de fem grundsmage. I får udleveret et skattekort med fem poster. Når I har gennemført en post, skal I huske at få et klistermærke. Når I har gennemført alle posterne, kommer I tilbage til mig og modtager et diplom.

### **Sådan udføres aktiviteten**

#### *Post 1*

1. Smag på et af de fem pulvere.
2. Skriv nummeret på det pulver, du synes, smager hhv. sødt, salt, surt, bittert og umami.
3. Få et klistermærke til dit skattekort.

#### *Den postansvarlige spørger børnene:*

- Hvilket pulver smager salt? Er det 1, 2, 3, 4 eller 5? Hvilket pulver smager sødt? Osv.

#### *Post 2*

1. Smag på et bolsje, mens du holder dig for næsen.
2. Tænk over, hvilke grundsmage du kan smage.
3. Slip næsen – hvad kan du smage nu?
4. Tænk over, hvilken sans du brugte til at sanse det, du oplevede.
5. Få et klistermærke til dit skattekort.

#### *Den postansvarlige spørger børnene:*

- Hvilke grundsmage kan du smage?
- Hvad skete der, da I slap næsen?
- Hvilken sans brugte I til at sanse det, I oplevede?

#### *Post 3*

1. Smag på saften.
2. Notér hvilken grundsmag, der er mest fremtrædende.
3. Få et klistermærke til dit skattekort.

*Den postansvarlige spørger børnene:*

- Hvilken grundsmag kan I smage mest tydeligt?
- Hvilken slags frugt/bær tror I, der er brugt til at lave denne saft?

*Post 4*

1. Smag på kålen.
2. Notér hvilken grundsmag, der er mest fremtrædende.
3. Smag på de fem stykker chokolade.
4. Læg chokoladen i rækkefølge. Begynd med den, der er mindst bitter, og slut med den, der er mest bitter.
5. Få et klistermærke til dit skattekort.

*Den postansvarlige spørger børnene:*

- Hvilken grundsmag kan I smage mest tydeligt i kålen?

*Post 5*

1. Smag på et stykke pølse.
2. Hvilken grundsmag er mest tydelig? Sæt kryds i dit skattekort.
3. Se på bakken med madvarer i 60 sekunder og prøv at huske så mange, du kan.
4. Nævn alle de madvarer, du kan huske.
5. Få et klistermærke til dit skattekort.

*Den postansvarlige spørger børnene:*

- Hvilken grundsmag kan I smage mest af i pølsen?
- (Efter at have forklaret hvad umami er:) Hvilke madvarer kan I huske fra bakken?

## **Uddybende forklaring**

*Post 1*

De fleste har let ved at udpege det pulver, der smager sødt, men meget svært ved at sætte ord på det, der smager umami. Salt, bittert og især surt kan være meget overvældende at smage på i så ren form, som der her er tale om, så vær opmærksom på, at dine gæster kun smager små mængder ad gangen.

Disse oplevelser – og de udbrud det medfører fra børnene – er rigtig gode oplæg til dialog om, hvad vi smager, og hvad de fem grundsmage er for noget.

### Post 2

Man vil typisk opleve sød smag, inden man slipper næsen, fordi bolsjer er lavet af sukker, og sød er en grundsmag, som man kan smage på tungen. Når man slipper for næsen, vil man efterfølgende opleve duftene fra bolsjets aromastoffer via lugtesansen. Grundsmagene opleves på tungen, og duft opleves i næsen. Her kan vi tale med børnene om, at vi smager med andre sanser end smagssansen på tungen.

### Post 3

Synet giver os forventninger til smagen. Når vi ser en rød saft, forventer vi måske, at det er jordbærsaft eller en blandet sød saft. Farven rød plejer vi også at forbinde med noget, der smager sødt. På den måde 'snyder' farven vores sanser, og det kan være svært at gætte, hvad saften i virkeligheden smager af.

### Post 4

Både kål og chokolade indeholder stoffer, der smager bittert. Bitter er en grundsmag, som vi instinktivt tolker som et faresignal, men med tiden lærer at værdsætte.

Bitterstoffer forekommer naturligt i kakaobønner, og den bitre smag er en af de mest markante i chokolade. Jo højere kakaoinhold, jo mere bitterhed vil der være. Det er imidlertid meget forskelligt, hvor følsomme vi mennesker er over for bitter smag, og i hvilken grad vi værdsætter den. Derfor vil du sandsynligvis opleve ret store forskelle på, hvilken chokolade deltagerne bedst kan lide. Men kan de placere dem i rækkefølge efter indhold af kakao?

### Post 5

Umami er en grundsmag ligesom sur, salt, sød og bitter, men den kan være svær at genkende og sætte ord på. Smagen af umami kan beskrives som en fornemmelse af mundfylde eller kødsmag og kendes fra f.eks. soja, tomat, bouillon og parmesanost. Der er også meget umamismag i f.eks. pølser, bacon, ketchup og hønsekødssuppe.

Smagen af umami er et signal til hjernen om, at maden indeholder protein, som kroppen skal bruge. Derfor er umami en af de smage, vi eftertrækker lige fra fødslen, og f.eks. smager modermælk af umami.

Umami er primært smagen af aminosyren glutamat og/eller frie nukleotider, som er byggesten til RNA og DNA i vores krop.

## SMAGSKATTEJAGT

Instruktioner: Start ved post 1 og gå derefter til post 2, 3, 4, 5. Afslut ved at gå tilbage til post 1. Du får et klistermærke, når du har gennemført en post, og når du har gennemført alle fem, får du overrakt et flot diplom ved post 1.

### POST 1 – ALLE GRUNDSMAGENE

Her begynder skattejagten: Smag på de fem grundsmage.

- Hvilken er den salte smag: pulver 1, 2, 3, 4 eller 5?

### POST 2 – DUFT

Gå til \_\_\_\_ og smag på et bolsje, mens du holder dig for næsen.

- Hvilken grundsmag kan du smage?
- Slip næsen – hvad kan du smage nu?
- Hvilken sans brugte du til at sanse det, du oplevede?

### POST 3 – FARVER

Gå til \_\_\_\_ og smag på saften.

- Hvilke grundsmage kan du smage?
- Hvilken grundsmag tror du er mest tydelig, når man plukker bærret i naturen?
- Smag på de safter, vi har med. Hvilken frugt eller blomst smager saften af?

### POST 4 – BEDØMMELSE AF CHOKOLADE OG GRØNTSAGER

- Gå til \_\_\_\_ og smag på en grøntsag.
- Hvilken grundsmag smager grøntsagen mest af?
- Smag på fem slags chokolade og læg dem i rækkefølge, efter hvor bittert de smager:

Ikke så bitter	Lidt bitter	Mellem-bitter	Temmelig bitter	Meget bitter

### POST 5 – UMAMI

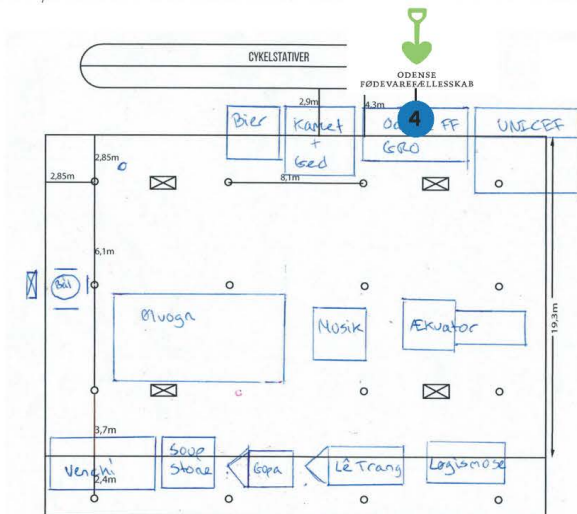
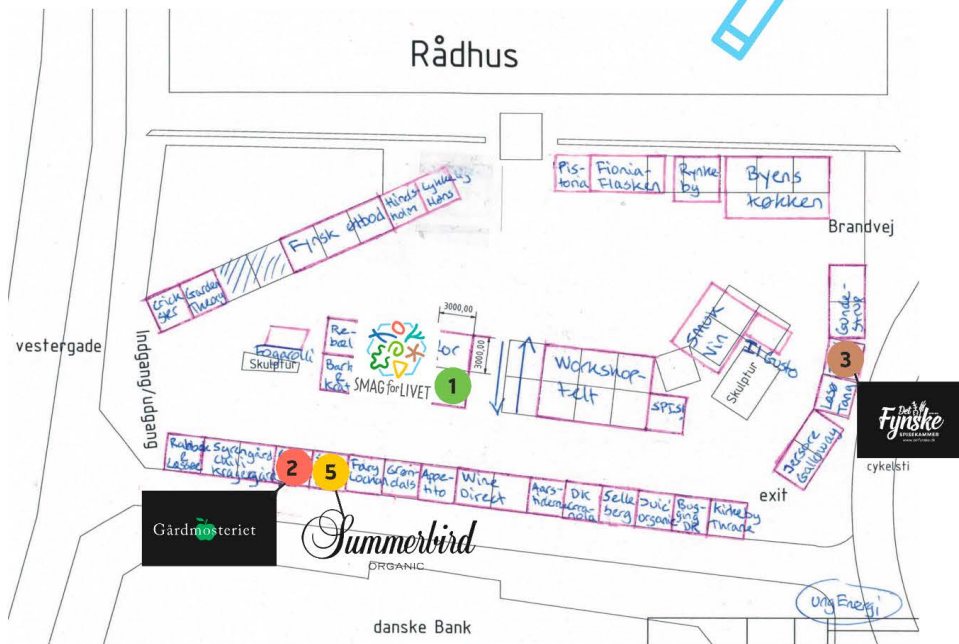
- Gå til \_\_\_\_\_. Smag på deres kød/pølser.
- Hvilken grundsmag er mest tydelig?
- Nu skal vi lege kims-leg. Du må se tingene under viskestykket i 60 sekunder, og bagefter skal du nævne så mange ting som muligt. Hvis du husker mange, kan det være du får en ekstra belønning ☺
- Hvad kan du huske fra bakken?





# Smagsskattejagt

## Skattekort



~ Diplom ~



Du har gennemført  
**Smagsskattejagten**  
Nu smager du godt!

**Du har lært:**

At du også smager med din lugtesans

At du skal bruge flere sanser for at kunne genkende en smag

At du kan bedømme grundsmage på en skala

At der er mad, der smager af umami



## APPENDIKS 5: DREJEBOG FOR 'HOTDOG-LABORATORIET'

Denne workshop er udviklet af lærer og smagsambassadør Ditte Jacqueline Rasmussen til SPIS! Odense Madmarkeds tema om bæredygtighed, den kritiske forbruger og FN's Verdensmål. Aktørerne skulle lave workshops med dette tema både til madmarkedets almindelige gæster og til skoleklasser. Smag for Livet og Kold College (elever og faglærere fra skolens Mad & Oplevelser-sektion) udviklede og afholdt workshoppen sammen.

### Formål

Workshoppen giver gæsterne erfaring med nye fødevarer og kompetencerne til at bruge dem. Med evnen til at bruge deres smag og sanser kan de udskifte én type fødevarer med en anden uden at gå på kompromis med smagsoplevelsen – også hvis man vil skifte kødet ud med grøntsager og andet fra planteriget.

### Det skal du bruge

- Køkkenfaciliteter er at foretrække til denne del af aktiviteten, men som minimum skal deltagerne kunne vaske hænder, og arrangørerne skal kunne udkære, servere og evt. tilberede råvarer
- Handouts med smageskemaer (se s. 77) samt skriveredskaber
- Små smagsprøver på klassiske hotdogs, f.eks. med brød, pølse, sennep og syltede agurker

- Forskellige råvarer/fødevarer i små skåle, fade og lign. til at bygge en alternativ hotdog, f.eks.:
  - i stedet for pølsebrød: kålblade, tacoskaller, anden brødtype
  - i stedet for pølse: tofu-/plantepølse eller BBQ-marineret, dampet og grillet gulerod
  - i stedet for sennep og ketchup: hummus, sur-sød sovs, rød pesto
  - i stedet for agurkesalat, ristede løg m.m.: perleløg, tangsalat, syltede asier
  - Tandstikker til at tage smagsprøver samt små tallerkener og servietter

### Sådan forbereder du aktiviteten

Aktiviteten består af tre dele:

#### *Del 1: Vi smager med alle sanser*

Her skal deltagerne igennem de simple smageøvelser 'Jellybean-testen', 'Tjek på grundsmagene' og 'Bløde chips'. Se appendiks 1.1, 1.2 og 1.4 for materialer og vejledning til forberedelse.

#### *Del 2: Hvad smager en hotdog egentlig af?*

Her skal deltagerne smage på elementer af den klassiske hotdog, undersøge de forskellige elementers smag og vurdere, hvilke ingredienser der smager henholdsvis sødt, salt, surt, bittert og umami, samt hvilke der er sprøde, bløde, cremede osv.

Gør klar ved at samle små smagsprøver på klassiske hotdogs med brød, pølse, sennep og syltede agurker. Stil smagsprøverne frem sammen med handouts med smageskemaer samt skriveredskaber.

#### *Del 3: Byg din egen alternative hotdog*

Her skal deltagerne bygge deres egen alternative hotdog af de råvarer/fødevarer, som I stiller til rådighed – på baggrund af deres viden om de smage og teksturer (konsistenser), der skal være i en hotdog.

Gør klar ved at forberede de forskellige råvarer/fødevarer, I har valgt at lade gæsterne bruge til deres alternative hotdogs, og anret dem i små skåle, fade og lign. I kan med fordel både have 1) små smagsprøver (f.eks. små stykker af kålbladene) til gæsternes undersøgelse af elementernes smage og teksturer og 2) de samme råvarer/fødevarer i en form, der kan bruges til at samle den endelige hotdog (f.eks. hele kålblade). Stil desuden tandstikkere, servietter og tallerkener frem.

## Sådan introducerer du aktiviteten for dine gæster

Kan du lide hotdogs? Ja, det kan vi også! Men pølsen er ikke så klimavenlig, så hvordan får vi den erstattet med noget andet, der smager lige så godt? Det kan du eksperimentere med i Hotdog-laboratoriet.

Først skærper vi smagsløgene: Vi finder grundsmagene og de mange lækre konsistenser – også kaldet teksturer – i en hotdog. Så går vi i køkkenet og eksperimenterer med bl.a. små croissantbrød, tacoskaller, tang, syltede løg og koldrøgede barbecue-gulerødder. Du kommer til at lave din egen hotdog med alle de velkendte smage – på en helt ny måde.

## Sådan udføres aktiviteten

### *Del 1: Vi smager med alle sanser*

Eleverne/gæsterne får ved denne workshop udleveret et arbejdsark (se nedenfor) og en blyant og deles herefter ind i grupper. Gennem simple smageøvelser skal de erkende, hvordan vi smager med alle sanser.

- Først ved Jellybean-testen, der viser, at vi også smager med lugtesansen.
- Så ved at smage på bløde og sprøde chips, der viser, at vi også smager med føle- og høresansen.
- Og til sidst ved at smage på de fem grundsmage (salt, sød, sur, bitter og umami) i form af simple pulvere (salt, sukker, citronsyre, kakao og 'det 3. krydderi'), som viser hvordan vores smagssans virker.

### *Del 2: Hvad smager en hotdog egentlig af?*

Nu skal gæsterne smage på elementer af den klassiske hotdog (f.eks. brødet, pølsen, sennep og syltede agurker) og undersøge de forskellige elementers smag. Herefter skal de, med deres nye viden om grundsmage, tekstur og hvordan man smager med alle sanserne, vurdere, hvilke ingredienser der er henholdsvis søde, salte, sure, bitre og umami, samt hvilke der er sprøde, bløde, cremede osv. Dette udfylder de på deres arbejdsark (se nedenfor), som de tager med videre ind i køkkenet, hvor de skal arbejde med alternative hotdogs.

### *Del 3: Byg din egen alternative hotdog*

Her skal gæsterne bygge deres egen alternative hotdog. I køkkenet får de stillet forskellige elementer til rådighed (anrettet i små skåle, fade og lign. og med tandstikkere til at tage smagsprøver), som man ikke bruger i en traditionel hotdog, og som gerne har fokus på bæredygtighed. Se forslag til råvarer/fødevarer ovenfor.

Det er nu op til gæsterne – guidet af f.eks. kokkeelever – at smage sig gennem de forskellige elementer og lede efter de samme grundsmage og teksturer, som de fandt i den traditionelle hotdog. Når de har fundet en sammensætning, som de vurderer lever op til deres egen smag og kriterier for en god hotdog, kan de bygge deres bud på en alternativ hotdog.

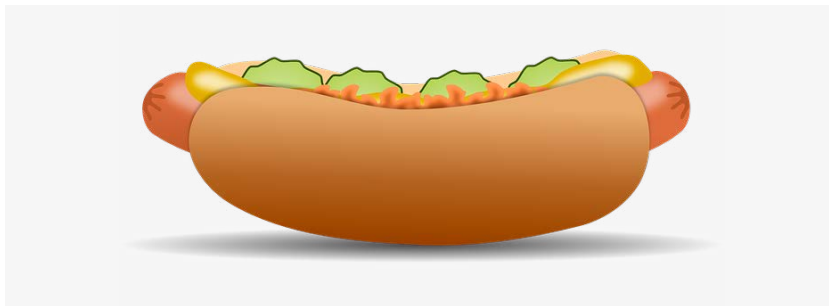
### **Uddybende forklaring**

Med et stadig større fokus på at passe på vores klima og miljø finder vi hele tiden nye og mere bæredygtige måder at spise på. Derfor kommer der ofte nye fødevarer på markedet som alternativer til de mere klimabelastende produkter. Du kender dem måske og har set produkter som plantepølser, -fars og havremælk og måske produkter lavet med tang og insekter i dit lokale supermarked. Men hvad betyder det for smagen, når vi prøver at genskabe et produkt med nye ingredienser? Og hvordan kan vi som forbrugere, med udgangspunkt i smag, tage stilling til en mere bæredygtig madkultur?

Vi mennesker spiser det, vi kan lide, og du ved selv, hvad du synes smager godt. Så hvis du vil skifte én madvare ud med en anden, fordi du vil spise mere bæredygtigt – f.eks. mere grønt og mindre kød – får du brug for at kunne undersøge og forstå madens smag. Så kan du nemlig selv skabe lige den smagssammensætning, du ønsker.

Det kan vi hjælpe gæsterne med at nå frem til gennem denne aktivitet. Her lærer man at erkende de fem grundsmage, salt, sur, sød, bitter og umami, og oplever og undersøger madens tekstur. Vi smager med alle sanserne, og derfor har både tekstur, udseende og smag en betydning, når vi vurderer mad. Med denne erfaring og viden kan gæsterne tage kritisk stilling til, hvordan de kan sammensætte den velkendte hotdog på en helt ny og alternativ måde – og stadig opnå nogle af de samme smage og teksturer som en klassisk hotdog.

Hand-out til deltagere:



## HOTDOG-LABORATORIET

### Smag



	Sur	Sød	Salt	Bitter	Umami
Pølse					
Pølsebrød					
Sennepe					
Syltet agurk					

### Tekstur



	Sprød	Blød	Cremeret	Fast	Umami
Pølse					
Pølsebrød					
Sennepe					
Syltet agurk					



## APPENDIKS 6: DREJEBOG FOR 'GULERØDDER OG GASTROFYSIK'

Denne aktivitet er baseret på undervisningsforløbet 'Guleroden - smag, kultur og perspektiv' af lektorerne Liselotte Hedegaard, Morten Christensen og Majbritt Pless ved UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole.

### Formål

At sætte fokus på en udvalgt råvare fra planteriget – her gulerødder, men det kan lige så vel være en anden grøntsag – og lade gæsterne undersøge, hvordan den smager, hvordan man kan tilberede den, og hvordan forskellige tilberedninger åbner for et væld af smagsmuligheder.

### Det skal du bruge

Aktiviteten kræver adgang til simple køkkenfaciliteter (håndvask med rindende vand, arbejdsborde, blus og evt. ovn til tilberedning af smagsprøver), gerne [det rullende madværksted](#). Første halvdel af workshoppen kan dog gennemføres uden køkkenfaciliteter for gæsterne, men smagsprøverne skal kunne tilberedes og anrettes i små smageskåle.

Derudover skal der bruges:

- Smagsprøver på forskellige råvarer (gerne fra festivalens aktører/stande) med forskellige teksturer
- 'Teksturkort', som kan hentes på [www.smagforlivet.dk/teksturkort](http://www.smagforlivet.dk/teksturkort), og evt. 'Madlavningsmetodekort', som kan hentes på [www.smagforlivet.dk/metodekort](http://www.smagforlivet.dk/metodekort)



- Gulerødder (eller en anden udvalgt råvare)
- Køkkengrej, inkl. knive, rivejern, skærebrætter, skåle, blus, gryder, pander og evt. ovn
- Olie til at stege i samt ingredienser til mulige opskrifter med gulerødder (eller anden udvalgt råvare), f.eks. salater eller gulerodsmuffins

### Sådan forbereder du aktiviteten

- Anret smagsprøver på 5-10 forskellige råvarer/fødevarer med fokus på forskelligartede teksturer i små skåle, og læg nogle sæt af teksturkortene rundt om smagsprøverne.
- Gør køkkengrej og ingredienser – heriblandt råvaren i fokus – klar til gæsterne; se *Appendiks 7. Drejebog for workshops i 'Det rullende madværksted'* (s. 81) for inspiration til forberedelse og klargørelse af køkken og råvarer.
- Lav en liste over mulige tilberedningsteknikker til den valgte råvare (f.eks. rive, snitte, koge, stege, osv.) og/eller brug 'madlavningsmetodekortene'
- Vælg to opskrifter på forskellige simple retter (f.eks. muffins og salat), hvori den valgte råvare kan indgå, og gør opskrifterne tilgængelige for gæsterne, f.eks. som handouts eller skrevet på en tavle.

### Sådan introducerer du aktiviteten for dine gæster

Her skal vi tilberede gulerødder på alverdens måder og smage os frem til tilberedningens effekter på smagen. For rå, kogte, revne, mosede og bagte gulerødder har selvfølgelig forskellig smag og især forskellige teksturer. Her lærer du at undersøge og sætte ord på dem – og at bruge gulerodens mange forskellige muligheder for teksturer i din madlavning.

### Sådan udføres aktiviteten

Først skal gæsterne smage og mærke forskellige velkendte fødevarer (gerne nogle fra festivalen, f.eks. forskellige grøntsager, syltede sager, bagværk, osv.) med følesansen i munden. Ved at bruge 'teksturkort', som beskriver de forskellige måder, mad kan føles på, lærer gæsterne at beskrive, hvordan maden føles.

Gør klar til denne del ved at servere smagsprøver på 5-10 forskellige fødevarer og lægge 'teksturkort' frem. Lad så gæsterne selv gå på opdagelse i smagsprøverne, sætte ord på teksturerne og undersøge, hvorfor de føles, som de gør.

Bagefter tilbereder gæsterne (gerne i grupper) gulerødder på forskellige simple måder, f.eks. ved at snitte, rive, stege, dampe, m.m. Her kan de med fordel tage udgangspunkt i 'madlavningsmetodekortene'. Sammen smager de nu og bruger

deres viden om tekstur til at undersøge og tale om, hvordan de forskellige tilberedninger får den samme gulerod til at smage og føles vidt forskelligt.

Gør klar til denne del ved at lægge gulerødder og køkkengrej frem. Inddel gæsterne i små grupper og lad dem fordele de forskellige tilberedninger mellem sig. Herefter smager gæsterne sammen på alle de afprøvede tilberedninger, og sammen taler I om de forskellige smage og teksturer, igen gerne hjulpet på vej med 'teksturkortene' ved hånden.

Endelig kan gæsterne på baggrund af deres smagsoplevelser og overvejelser om hvilke tilberedninger, der passer bedst til forskellige retter/serveringer, vælge, hvilke tilberedninger de vil bruge til f.eks. at lave en salat og/eller en gulerodsmuffin med topping, som de sammen kan nyde på stedet eller tage med hjem.

Denne sidste del kræver, at du på forhånd vælger et par mulige retter/serveringer og sørger for, at både opskrifter og ingredienser er klar til gæsterne.

### **Uddybende forklaring**

Denne workshop er et eksempel på en måde at sætte fokus på en råvare og på madhåndværket derhjemme. Samtidig skaber aktiviteten et sprog om mad og smag, som kvalificerer samtalen på madmarkedet og hjemme i køkkenet.

Når gæsterne tilbereder gulerødder – eller en anden råvare – med forskellige metoder og smager sig frem til effekten af disse (snittede, kogte, revne, mosede, stegte, bagte, osv.), erfarer de og kan lade sig overraske over, at råvaren kan få mange forskellige smage og særligt forskellige teksturer. Gæsterne lærer også at undersøge og beskrive smagene og teksturerne – og at bruge råvarens mange forskellige smagsmuligheder i madlavningen derhjemme.

De anvendte 'teksturkort' er et læremiddel til at lære om smag og tekstur og at sætte ord på dette. På kortene findes typiske beskrivelser af madens mundfølelse forklaret med det underliggende gastrofysiske fænomen eller definition. 'Madlavningsmetodekortene' viser og beskriver de metoder man kan bruge i køkkenet, når man tilbereder en råvare eller en ret.



## APPENDIKS 7: DREJEBOG FOR WORKSHOPS I 'DET RULLENDE MADVÆRKSTED'

'Det rullende madværksted' er en mobil kogeskole, der kan danne ramme om involverende aktiviteter på madfestivaler og events. Det kan lejes hos Madkulturen, som her beskriver, hvordan det kan bruges.

### SÅDAN BRUGER DU 'DET RULLENDE MADVÆRKSTED'

#### Form

Der kan være ca. 25 personer i gang per aktivitet. I grupper af to til seks personer arbejdes der ved arbejdsstationer med hver en til tre grupper. Der afsættes 15, 30 eller 60 minutter til arbejdet i grupperne, inklusive håndvask og en kort introduktion. I dette tidsrum skal der også være afsat tid til klargøring af arbejdsstationerne mellem de enkelte aktiviteter.

Ved korte workshops (ca. 15 min.) kan grupperne igangsættes løbende, uafhængige af hinanden, eller de kan igangsættes efter bestemte tidsintervaller, så deltagerne har mulighed for at tilmelde sig forud. Ved længerevarende workshops (30-60 min.) anbefaler vi, at arrangøren organiserer tilmelding til forudbestemte tidsintervaller. Alternativt kan deltagerne tilmelde sig i løbet af dagen.

Deltagerne igangsættes samlet eller i de enkelte grupper af en kulinarisk vejleder og arbejder herefter selvstændigt med løbende vejledning og inspiration.

Når der arbejdes med stramme tidsintervaller, skal man være særligt opmærksom på, at deltagerne overholder tidsrammen. Det er let at tabe tidsfornemmelsen, når der arbejdes koncentreret. Hjælp derfor deltagerne med at holde øje med tiden.

### **Formål**

Formålet afhænger af aktiviteternes varighed og indhold. Ved korte aktiviteter vil formålet ofte være at få et grundlæggende kendskab til enkelte teknikker, grundsmage og råvarer. Der fokuseres på, at deltagerne opnår relativt afgrænset, men rodfæstet viden. Ved længerevarende aktiviteter vil det være muligt at gå i dybden med mere avancerede teknikker, råvarer og teorien bag. Eksempelvis filetering og tilberedning af fisk, fjerkræ eller kød. Ofte vil der også være fokus på at introducere nye typer af råvarer, som kan være ukendte for deltagerne, samt arbejde med farver og tekstur.

### **Forberedelse**

Både korte og længerevarende aktiviteter skal forberedes i god tid.

Alle råvarer og alt køkkengrej skal være klargjort, inden deltagerne starter, og der skal løbende ryddes op og vaskes op.

Opgaverne omfatter bl.a.:

- Opsætte arbejdsstationer, så deltagerne nemt kan gå i gang uden at skulle lede efter køkkengrej. Herunder tjekke grejkasser og sætte gryder og pander op ved kogestationer.
- Klargøre råvarebuffet, så alle råvarer er nemt tilgængelige og indbydende; f.eks. ved at pakke varer ud af emballage.
- Klargøre råvarer, som kræver lang tilberedningstid. F.eks. koge perlebyg, kartofter eller tørrede bælgfrugter, så deltagerne kan arbejde med disse med det samme.
- Opsætte 'smagskit' på alle arbejdsstationer.

### **Råvarer og budget**

Alle aktiviteter kan tilpasses de specifikke råvarer, som arrangøren ønsker at fokusere på. Er det en æblefestival, vil det være oplagt at arbejde med æbler, mens det på en fødevarerefestival i maj kan være relevant at fokusere på eksempelvis asparges.

## Varebestilling

Der findes ikke en skabelon for råvarebestilling, da disse foretages individuelt til de forskellige arrangementer. Valg af råvarer, mængde og varebestilling udarbejdes evt. i samarbejde mellem Madkulturen og arrangør. Det er altid arrangøren, som står for finde de nødvendige råvarer, da disse så vidt muligt skal være lokalt forankrede.

## Budget

Et budget for råvarer afhænger meget af, hvilke hovedemner der er valgt at fokusere på. Der vil eksempelvis være flere omkostninger ved at arbejde med fisk eller kød frem for vegetariske aktiviteter. Et overslag for et råvarebudget vil ligge mellem 2.000 - 4.000 kr. per aktivitetsdag, alt efter hvor mange gæster, vi sammen estimerer kan deltage. Det kan dog op- og nedjusteres alt efter råvarevalg.

## Forslag til aktiviteter

*Den hurtige, der når ud til mange: Tilsagningsøvelse med perlebyg og friske grøntsager*

1. Når deltagerne ankommer, fordeles de i grupper, så arbejdsstationerne så vidt muligt fyldes op. De introduceres til den basale køkkenhygiejne (håndvask, opvask o.l.), råvarebordet og sendes hen for at vaske hænder. Tilbage ved bordet introduceres gruppen til 'opgaven' og dennes formål. Her kan man med fordel tale til flere borde ad gangen, så der er flere, der starter på sammen tid.
2. I dette eksempel skal deltagerne blive fortrolige med brugen af de fem grundsmage som et værktøj ved tilsagning, introduceres til vigtigheden af måltidets farver og teksturer og eventuelt introduceres og arbejde med 'nye typer' af råvarer.
3. Grupperne får tildelt en afmålt mængde perlebyg og skal lave en lille salat med perlebyggen som base og de øvrige råvarer som tilføjelser. De øvrige råvarer ligger til fri afbenyttelse, enten på arbejdsstationerne eller på en råvarebuffet.
4. Vejlederen fortæller om vigtigheden af at bruge de fem grundsmage samt det at have teksturer og farver for øje. Det er vigtigt, at deltagerne involveres, f.eks. ved at tale dem om, hvilke råvarer der repræsenterer de enkelte grundsmage. Oplægget kan endvidere understøttes af simple øvelser, som f.eks. lugte-/smageøvelser og snitteøvelser.
5. Grupperne går i gang, hvorefter der kan igangsættes nye grupper, mens

- de første vælger råvarer, hakker og snitter. Der skal hele tiden være en kulinarisk vejleder til rådighed for de arbejdende grupper, ikke en til hver, men en, der kan svare på spørgsmål, inspirere og hjælpe.
6. Et par minutter før workshoppen ender, mindes deltagerne om tiden, så de kan nå at blive færdige og rydde deres arbejdsstationer op. Rester lægges tilbage på råvarebuffeten.
  7. Der smages og rundes af ved de enkelte borde. Deltagerne bliver spurgt, om de er tilfredse med resultatet, om der er noget de kunne tænke sig at lave om, og om de bemærkede en forskel ved at arbejde med grundsmagene.
  8. Deltagerne medbringer deres færdige salat i engangsservice og opfordres til at spise sammen i spiseområdet.

*Tid til lidt mere fordybelse: Fileteringsøvelse og tilberedning af fladfisk*

1. Når deltagerne ankommer, fordeles de i grupper, så arbejdsstationerne så vidt muligt fyldes op. De introduceres til den basale køkkenhygiejne (håndvask, opvask o.l.), råvarebordet og sendes hen for at vaske hænder. Efter endt håndvask introduceres alle deltagere samtidigt til 'opgaven' og dennes formål.
2. I dette eksempel fortæller vejlederen om fisk generelt, friskhedstegn og fisk som et alternativ til kød. Deltagerne introduceres til filetering, stegning af fladfisk og stegning generelt. Derudover lærer de, hvordan man selv pisker en mayonnaise. Introduktionen kan også laves som en 'masterclass', så alle grupper introduceres på samme tid.
3. Grupperne får hver tildelt en fisk og går tilbage til arbejdsstationerne og fileterer fisken. Efterhånden som grupperne bliver færdige med at filetere, går de i gang med at stege fisk og piske mayonnaise. Ved større grupper kan man eventuelt også nå at lave en lille salat eller andet tilbehør til fisken. Alternativt kan deltagerne få et stykke friskt brød med.
4. Et par minutter før workshoppen ender, mindes deltagerne om tiden, så de kan nå at blive færdige og rydde deres arbejdsstationer op. Rester lægges tilbage på råvarebuffeten.
5. Der smages og rundes af ved de enkelte borde. Deltagerne bliver spurgt, om de er tilfredse med resultatet, om der er noget de kunne tænke sig at lave om, og om de har lært noget, som giver dem lyst til at spise mere fisk.
6. Deltagerne medbringer deres færdige fisk i engangsservice og opfordres til at spise sammen i spiseområdet.

*Det hele måltid: Æggets kulinariske egenskaber*

1. Når deltagerne ankommer, fordeles de i grupper, så arbejdsstationerne så vidt muligt fyldes op. De introduceres til den basale køkkenhygiejne (håndvask, opvask o.l.), råvarebordet og sendes hen for at vaske hænder. Herefter introduceres alle deltagere samtidigt til 'opgaven' og dennes formål.
2. Vejlederen fortæller om æggets kulinariske egenskaber og skaber tryghed ved brug af æg i maden. Desuden gøres deltagerne fortrolige med brugen af de fem grundsmage ved tilsmagning og til vigtigheden af måltidets farver og tekstur.
3. Grupperne sættes i gang med at planlægge det måltid, de vil lave. De får et benspænd: de skal benytte æg til mindst to forskellige ting, f.eks. æggekage (binder) med grøntsager og svampe og hertil en urtemayonnaise (emulsion). Desuden skal de lave en tilbehørssalat baseret på kogte korn eller lignende. I det samlede måltid skal der tages højde for den netop tilegnede viden om de fem grundsmage, tekstur, farver og selvfølgelig æg.
4. Et par minutter før workshoppen ender, mindes deltagerne om tiden, så de kan nå at blive færdige og rydde deres arbejdsstationer op. Rester lægges tilbage på råvarebuffeten.
5. Der smages og rundes af ved de enkelte borde. Deltagerne bliver spurgt, om de er tilfredse med resultatet, om der er noget de kunne tænke sig at lave om, og om de blev inspireret til at arbejde mere med æg derhjemme.
6. Deltagerne medbringer deres færdige ret i engangsservice og opfordres til at spise sammen i spiseområdet.





---

## OM FORFATTERNE

---

**Mikael Schneider** er medlem af centerledelsen og projektkoordinator i Smag for Livet samt chefkonsulent ved Anvendt Forskning i Pædagogik og Samfund, UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole. Han er uddannet humanbiolog og ph.d. samt videnskabsjournalist.

**Eva Rymann** er kommunikationsansvarlig i Smag for Livet samt kommunikationskonsulent ved Center for Anvendt Skoleforskning, UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole. Hun er uddannet journalist, tidligere redaktionschef på TV 2 og har siden 2015 arbejdet i Smag for Livet med at formidle den nyeste forskning i smag.

Begge forfattere har stor praksiserfaring med at formidle viden om mad og smag gennem inddragende aktiviteter på events, festivaler og skoler.

