

Midtvejsevaluering af Grøn velsmag som sund forretning

Food Organisation Denmark

April 2024
Version: 0,3

Projektnummer	002
Version	0.3
Udgivelsesdato	11.04.24
Udarbejdet af	AB, Pluss Leadership
Kontrolleret af	MW, Pluss Leadership

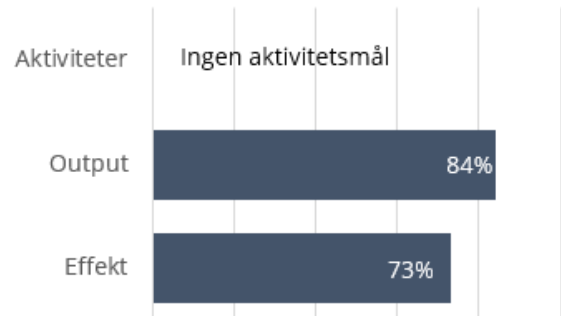
INDHOLD

1. Resume.....	2
2. Fakta om projektet.....	3
2.1 Projektets effektkæde.....	5
2.2 Evalueringens datagrundlag.....	5
2.3 Scoring af fremdrift ift. projektmål.....	6
3. Projektstatus.....	7
3.1 Overordnet status.....	7
3.2 Status på aktiviteter.....	7
3.3 Status på output.....	7
3.4 Status på effektforventninger.....	9
4. Projektets implementering.....	11
4.1 Input.....	11
4.2 Rekruttering.....	12
4.3 Virkemidler.....	13
4.4 Outcome & effekt	13
4.5 Forankring.....	16
4.6 Monitorering og opfølgning.....	16
5. Anbefalinger og læring.....	19

1 Resumé

Status på projektets indikator

Projektet har indtil nu opnået 84 % af outputmålene, og er således nået langt. Dog er der kun gennemført få forløb med Det Grønne Rejsehold, hvilket delvist skyldes en barsel i projektteamet. Projektholder har planlagt afviklingen af forløb i resten af perioden og vurderer selv, at målene kan nås. Målopnåelse vil dog kræve en markant højere rate af afholdelse end hidtil. Endvidere kan målopnåelsen for én indikator være besværliggjort af, at den afhænger af antallet af surveybesvarelser. 100% af deltagerne har oplevet forretningsmæssig værdi af deltagelse efter seks måneder, svarende til en målopnåelse på 73%. Den høje målopnåelse skyldes dog primært Book en mark, da der kun er afholdt få Det Grønne Rejsehold forløb.



Note: Ovenstående fremdrift er ift. projektets totale måltal.

Input

Projektpartneres netværk i branchen har gavnet rekrutteringsprocessen, i en branche som ellers kun i lav grad er organiseret i fag- og brancheforeninger. Begge projektets hovedaktiviteter bygger ligeledes videre på erfaringer fra tidligere Book en mark arrangementer og på projektet Det Gastronomiske Rejsehold, og aktiviteterne, samt planlægning og budgettering deraf, er dermed gennemprøvet.

Rekruttering

Der har været et godt samarbejde mellem projektholder og projektpartnere om rekrutteringen. Rekrutteringsprocessen til Det Grønne Rejsehold er struktureret og medvirker til klar forventningsafstemning. Det er vores vurdering, at det er lykkedes at rekruttere relevante deltagere til begge aktiviteter. Dog er de rekrutterede deltagere til Det Grønne Rejsehold primært motiverede af at få assistance med at professionalisere driften af deres spisested og få generel inspiration mens fokus på udvikling inden for "det grønne køkken" typisk kun er sekundært.

Virkemidler

Vi vurderer, at aktiviteternes grundlæggende virkemidler fungerer godt, og at de opleves som både relevante og unikke af målgruppen. Sammenhængen mellem projektets aktiviteter og det ønskede effektmål om øget omsætning for deltagende virksomheder er dog endnu lidt uklar. Dette påpeger projektholder også selv. Det er dog ofte tilfældet, at effektkæder er en anelse uklare.

Outcome & effekt

Deltagerne i Book en mark har enkelte forbedringsforslag, men har generelt fået stort udbytte af projektet. Deltagelse har for en stor del ført til konkrete aftaler. Deltagere i Det Grønne Rejsehold viser generelt også stor tilfredshed med deres deltagelse og har gennem projektet blandt andet opnået inspiration, kokketricks, opskrifter mv. Det er dog uklart, i hvor høj grad deltagerens udbytte knytter sig til "grøn mad".

Forankring

Efter deltagelse sker der ikke opfølgning eller henvisning til andre initiativer. Der er dermed potentiale for at styrke deltagerens forankring. Projektholder har overvejet videreførsel af projektaktiviteterne efter projektperioden, hvilket vi vurderer er relevant pga. efterspørgsel fra målgrupperne samt mulig udsigt til ændringer i erhvervsstøtte for turismeprojekter.

Monitorering

Det er vores vurdering, at projektholder har en god løbende monitorering af projektets aktiviteter samt foretager de nødvendige justeringer undervejs. Der sker dog ikke opfølgning med tilfredse deltagere, hvilket der med fordel kunne gøres for at øge deres forankring af udbyttet.

2 Fakta om projektet

Dette afsnit indeholder en kort beskrivelse af projektets formål og baggrund samt en gengivelse af de vigtigste baggrundsoplysninger for projektet (tekstboks). Afsnittet afsluttes med en opsamling af projektets 'effektkæde' og en kort beskrivelse af evalueringens datagrundlag.

Projektet *Grøn velsmag som sund forretning* består af to hovedaktiviteter: Book en mark og Det Grønne Rejsehold.

- **AKTIVITET 1 – BOOK EN MARK:** Book en mark 2024 er et business-dating arrangement, hvor mindre producenter af lokale eller økologiske råvarer og aftagere af dem kan mødes. Arrangementet består af en introduktion af alle deltagere, speed-dating samt tid til at netværke og lave aftaler. Der holdes Book en mark arrangementer flere steder i landet, og arrangementet gennemføres nu på sjette år.
- **AKTIVITET 2 – DET GRØNNE REJSEHOLD:** Det Grønne Rejsehold er et tilbud til spisesteder, hvor en erfaren kok kommer ud på det deltagende spisested og bidrager med sparring og inspiration til at udvikle spisestedet i en mere "grøn" retning. "Grøn" skal her forstås bredt, og indbefatter bl.a. at maden bliver mere grøntsagsholdig, indeholder mindre kød eller er lavet af flere lokale råvarer. Det Grønne Rejsehold kan også assistere med at forbedre køkkenprocesserne, så flere ingredienser genbruges og madspild mindskes, eller med konceptudvikling og markedsføring, så spisestedet kan tiltrække flere grønne forbrugere.

Begge aktiviteter bygger på erfaringer fra tidligere projekter. Book en mark har været afholdt i fem år, afholdes af Food Organisation Denmark og Landbrug og Fødevarer i samarbejde. Andre partnere, fx DI Fødevarer, HORESTA, Danske Restauranter og Cafeér, bidrager med netværk. Det Grønne Rejsehold er baseret på tilbuddet Det Gastronomiske Rejsehold, som blev gennemført fra 2019-2022 med støtte fra Strukturfondsmidler. Det Grønne Rejsehold gør grundlæggende brug af samme aktiviteter og virkemidler som det tidligere tilbud, men adskiller sig ved at have fokus på at assistere spisestederne med at forbedre og øge deltagernes *grønne* udbud og processer, frem for generelt at højne spisestedernes gastronomiske niveau. Tilbuddet bygger på et samarbejde mellem Food Organisation Denmark, kommuner og destinationsselskaber.

Baggrunden for projektet er, at grønne tilbud efterspørges af flere og flere turister – særligt blandt tyske turister, som udgør den største gruppe udenlandske turister i Danmark. Denne grønne målgruppe er ligeledes en central prioritet i National Strategi for Bæredygtig Vækst i Dansk Turisme samt decentrale turismestrategier. Projektet bidrager således til at adressere dette erkendte behov og potentiale, men adskiller sig fra andre projekter ved at tage sit udgangspunkt i *mad og måltider*, som projektet beskriver som værende en meget væsentlig del af det samlede danske turismeerhverv. Målet med projektet som helhed er at styrke spisestedernes udbud ift. grønne målgrupper, og at gøre det med udgangspunkt i *lokal* mad og producenter, for at skabe autentiske madoplevelser af høj kvalitet.

FAKTA-BOKS	
Tilskudsmodtager	FOOD ORGANISATION OF DENMARK F.M.B.A
Sagsbehandler	Mette Hoff Jakobsen
Finansieringskilde	DEM (Decentrale Erhvervsfremmemidler)
Indsatsområde	Turisme (TUR)
Samlet budget	DKK 6,0 mio.
Bevillingsperiode	25-03-2022 - 25-12-2025

2.1 Projektets effektkæde

Projektets effektkæde er sammenfattet i tabellen herunder. Evalueringen har især fokus på outcome, som er bindeleddet mellem projektets umiddelbare output/leverancer og resultaterne/effekterne på længere sigt, hvilket er nærmere udfoldet i afsnit 4.4.

Tabel 1: Projektets effektkæde

Indhold	Aktiviteter
Input	<ul style="list-style-type: none"> Samlet projektbudget: 6 mio. kr. En lang række projektpartnere: Danske Restauranter og Caféer, HORESTA, Dansk Erhverv, Destination Kystlandet, Visit Lolland-Falster, Destination Aarhus, Destination Fjordlandet, Norddjurs Kommune, Syddjurs Kommune, Bornholms Kommune, Københavns Kommune, Aarhus Tech, Hotel- og Restaurantskolen, Destination Nordvestkysten, Destination Sjælland, Kost og ernæringsforbundet, Landbrug & Fødevarer og Økologisk Landsforening. Medvirken af kokke med højt fagligt niveau
Hovedaktiviteter	<ul style="list-style-type: none"> Rejsehold med fokus på grøn gastronomi Businessdating arrangementer, hvor lokale producenter og aftagere mødes Lokale workshops for spisesteder om måltidsudvikling Symposier, plantetopmøder og anden formidling
Output	<ul style="list-style-type: none"> Nye grønne måltider på de lokale spisesteders menuer Nye aftaler mellem producenter og aftagere Omtaler i danske medier
Outcome	Se afsnit 4.4
Resultater (effekter)	<ul style="list-style-type: none"> Øget omsætning hos de deltagende spisesteder Øget omsætning hos de deltagende producenter af råvarer Styrket dansk gastronomisk brand

2.2 Evalueringens datagrundlag

Evalueringen er grundlæggende baseret på semistrukturerede interviews med projektholder, inkl. to kokke fra Det Grønne Rejsehold, og udvalgte projektdeltagere. Vi har gennemført interviews med to deltagere i Book en mark og repræsentanter fra fem spisesteder, der har gjort brug af tilbuddet om Det Grønne Rejsehold.

I forbindelse med evalueringen har vi også udarbejdet et elektronisk spørgeskema, som er distribueret af projektholder via e-mail til deltagerne i Det Grønne Rejsehold. Spørgeskemaet er sendt ud til 14 spisesteder, dvs. antallet af spisesteder, som har deltaget for minimum seks måneder siden. Af disse har 9 spisesteder besvaret spørgeskemaet, hvilket giver en svarprocent på 64 %.

Ifm. evalueringen af Book en mark har projektholder endvidere foretaget telefoninterviews med 136 deltagere seks måneder efter deres deltagelse. Dette data er blevet rapporteret til Erhvervsstyrelsen i PRV-Light, og vi har modtaget et skriftligt resume af dette data fra projektholder.

Både spørgeskema og interviews giver et indblik i såvel det forventede som allerede opnåede udbytte blandt deltagerne, men udgør ikke en præcis beskrivelse af indsatsens effektivitet.

2.3 Scoring af fremdrift ift. projektmål

Vurderingen af projektets målopnåelse er primært baseret på *fremdrift ift. outputmål* og sekundært *fremdrift ift. aktivitetsmål*. Scoren tildeles på baggrund af en helhedsvurdering af projektets målopnåelse, men med udgangspunkt i projektets kvantitative målopnåelse på evalueringstidspunktet. Nedenstående tabel over sammenhæng mellem målopnåelse og trafiklysscore er vejledende.

Tabel 2: Vejledende sammenhæng mellem målopnåelse og trafiklys

Trafiklys	Målopnåelsen er	Midtvejsevaluering	Slutevaluering
Grøn	... som ønsket eller bedre	45 % +	95 % +
Grøn	... lidt under det ønskede niveau	35-44 %	81-90 %
Gul	... noget under det ønskede niveau	24-34 %	65-80 %
Rød	... meget under det ønskede niveau	15-24 %	20-64 %
Rød	... ikke eksisterende eller tæt på	0-14 %	0-19 %

3 Projektstatus

Afsnittet indeholder en kort fremstilling af status for projektets fremdrift. Vi indleder med en kort overordnet status. Dernæst følger en status på henholdsvis projektets aktivitetsmål (afsnit 3.2), projektets outputmål (afsnit 3.3) samt projektets effektmål (afsnit 3.4) som angivet i projektets eget indikatorskema, der er aftalt med Erhvervsstyrelsen.

3.1 Overordnet status

Projektet er kommet langt med rekrutteringen af deltagere og dette mål er 63 % opnået. Der er forventet afvikling af forløb for 190 deltagere per 31.03 2024, hvilket er mere end målsætningen på nuværende tidspunkt, som var 130. Langt størstedelen af de rekrutterede deltagere deltager i Book en mark, og altså ikke i Det Grønne Rejsehold. Der er på nuværende tidspunkt afholdt 26 forløb med Det Grønne Rejsehold. De få afholdte forløb med Det Grønne Rejsehold skyldes bl.a. at en af projektets tilknyttede kokke har været på barsel. Projektholder har dog lagt en plan for, hvordan målsætningen om samlede antal forløb skal nås i resten af projektperioden.

89 % af deltagerne, som har deltaget i Det Grønne Rejsehold indikerer, at de har ændret i menukortet pba. deltagelsen – det er dog usikkert, om dette er ændringer i retning af mere "grøn" mad eller ej. Fordi målopnåelsen af målet om ændringer i menukort afhænger af at der afholdes 100 forløb med Det Grønne Rejsehold, er den foreløbige målopnåelse dog kun 8%.

78 % af deltagerne i Book en mark har lavet aftaler om samhandel pba. deltagelse i arrangementet. Samtlige deltagere i Book en mark og Det Grønne Rejsehold indikerer, at deltagelsen har skabt konkret værdi for deres virksomhed. Fordi målopnåelsen af denne indikator om konkret værdiskabelse afhænger af, at der afholdes minimum 200 virksomhedsforløb, er 73 % af effektmålet indfriet.

Projektholder har allerede indfriet målet om medieomtaler, og har skabt næsten dobbelt så mange som målsat.

Alt i alt er projektet kommet langt med indfrielse af sine målsætninger. Ydermere virker det – med få undtagelser, der skyldes måden hvorpå indikatorerne opgøres – generelt realistisk at nå målsætningerne i projektperioden.

3.2 Status på aktiviteter

Der er ikke opstillet mål for aktiviteter.

3.3 Status på output

På evalueringstidspunktet er 84 % af de opstillede outputmål nået, beregnet som et simpelt gennemsnit. Status for de enkelte outputmål er gengivet i tabellen nedenfor.

Tabel 3: Status på de opstillede outputmål per 21.02.2024

Output	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Antal deltager virksomheder i projektets aktiviteter (både Book en mark og Det Grønne Rejsehold)	300	190 ¹ heraf 26 til forløb med Det Grønne Rejsehold og 164 til Book en mark	63 %
Antal deltagende virksomheder, som udbyder nye, bæredygtige tilbud efter deltagelse i Det Grønne Rejsehold	100	8 ^{2,3} heraf 89 % af deltagere i suveyen	8 %
Antal nye aftaler om samhandel mellem lokale spisesteder, producenter og aftagere efter deltagelse i Book en mark	100	78 ²	78 %
Medieomtaler, der sætter fokus på grøn gastronomi	20	37 ¹	+100 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluatør af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

¹ Projektholders egen forecast de forventede realiserede tal i perioden 2024 (31/3-2023 til 31/3-2024)

² Realiserede tal per 31/3-2023, dvs. der er ikke forecastet for perioden 2024 (31/3-2023 til 31/3-2024)

³ Målt gennem survey i spørgsmålet "Hvilken værdi har forløbet skabt for din forretning?", for respondenter som svarer "I meget høj grad", "I høj grad" eller "I nogen grad" til muligheden "Konkrete ændringer i vores menukort"

Projektet har opsat outputmål om, at 300 virksomheder deltager i projektets to aktiviteter i alt. I 2023 deltog 136 virksomheder i Book en mark, og per 31/3 2024 forventes det at yderligere 28 virksomheder har deltaget – i alt 164 virksomheder per 31/3 2024. For Det Grønne Rejsehold har 14 virksomheder deltaget i 2023, og det forventes at yderligere 12 vil have deltaget per 31/3 2024, altså i alt 26 deltagere per 31/3/2024. Dette giver samlet en målopnåelse på 63 % per 31/3 2024. Da der er mere end 1,5 år tilbage af projektperioden virker der realistisk, at dette mål bliver opnået.

Der er ikke opstillet et mål for antal deltagere i hhv. Det Grønne Rejsehold og Book en Mark – men altså kun det førnævnte samlede mål på 300 deltagere for begge aktiviteter. Men da der er opstillet et mål om, at 100 virksomheder, som deltager i Det Grønne Rejsehold, skal udbyde nye, bæredygtige tilbud efter deltagelse, kræver opnåelsen af denne målsætning naturligvis, at 100 virksomheder faktisk deltager i tilbuddet. Dermed er der et indirekte mål om minimum 100 deltagere i Det Grønne Rejsehold.

På nuværende tidspunkt har der været 26 deltagere i Det Grønne Rejsehold, hvilket er et fåtal af de 190 samlede deltagere. Pga. aktiviteterens natur, er det logisk og uproblematisk, at Det Grønne Rejsehold bidrager med færre deltagere til det samlede mål end Book en mark. Men de relativt få afholdte forløb med Det Grønne Rejsehold skyldes ifølge projektholder også, at en af projektets kokke har været på barsel i en del af projektperioden indtil nu. Derfor er der afholdt færre Det Grønne Rejsehold forløb end først planlagt, og projektteamet har i stedet prioriteret andre opgaver i perioden, herunder afholdelse af Book en mark arrangementer. Projektholder oplyser endvidere, at kokken kommer tilbage fra barsel i Q2, og at der er lavet en klar plan for, hvordan målene nås inden projektets afslutning. Projektholder mener altså selv, at målet om at 100 deltagere udbyder nye, bæredygtige tilbud efter deltagelse, kan nås inden for projektperioden.

På baggrund af, at der er lagt en klar plan for afholdelse af forløbene i resten af projektperioden, vurderer vi, at det er rimeligt at antage, at projektet når sine mål om at have 300 deltagere totalt, hvoraf min. 100 af disse kommer fra Det Grønne Rejsehold. Det sidstnævnte mål kræver dog en intens indsats fra projektteamets side, da der skal afholdes minimum 74 forløb med Det Grønne Rejsehold, og endda sandsynligvis mere end 74 forløb, da ikke *alle* deltagere antageligt kommer til at udbyde nye, bæredygtige tilbud efter deltagelse. Opnåelsen af målet beværliggøres også yderligere af, at indikatoren er baseret på svar fra surveyen. Dermed skal min. 100 deltagere principielt også deltage *i surveyen* for at output målet kan opnås. På nuværende tidspunkt er surveys svarrate 64 %, og med en svarrate under 100% kan mål opnåelsen virke lavere, end den reelt er.

Generelt kan det diskuteres, om projektet kunne have gavn af, at målsætningerne var opsat anderledes. Herunder, at målene om antal deltagere i hver af de to aktiviteter ikke hang sammen med målet om deltagernes udbytte. Målene om udbytte, altså hvor mange som udbyder nye, grønne tiltag, kunne endvidere være stillet op som et reelt mål, dvs. som en andel af dem, som besvarer surveyen. På den måde spiller målet om antal deltagere ikke ind, og der bliver taget højde for, at ikke alle deltagere svarer på surveyen. Hvis man opstiller dataen på denne måde, har 89% af deltagerne per d. 31.03 2024 have indført nye, bæredygtige tilbud efter deltagelse.

Disse udfordringer med målindikatoren har ikke været til stede for den fjerde indikator som knytter sig til Book en mark. Dette skyldes, at svarraten er markant højere for Book en mark, fordi projektholder følger op med alle deltagere telefonisk efter deltagelse. Der er i skrivende stund lavet 78 aftaler mellem deltagere i Book en mark, hvilket svarer til 78 % mål opnåelse. Med halvandet år tilbage af projektperioden virker det meget sandsynligt, at målsætningen nås.

Projektet er allerede nu, i midten af projektperioden, lykkedes med at skabe næsten dobbelt så mange medieomtaler som målsat. Denne målsætning er dermed allerede nået.

3.4 Status på effektforventninger

På evalueringstidspunktet er 73 % af de opstillede effektmål nået, beregnet som et simpelt gennemsnit. Status for de enkelte effektmål er gengivet i tabellen nedenfor.

Tabel 4: Status på de opstillede effektmål per 31.03.2024 (forecastet)

Indikator	Måltal i projektperioden	Måltal efter projektperioden	Status	Målopnåelse i procent
Antal virksomheder som deltager i enten Det Grønne Rejsehold eller Book en mark, som et halvt år efter deltagelse vurderer, at projektet har skabt konkret værdi for deres forretning	200	-	145* Svarende til 100% de deltagere, som har besvaret	73%
Virksomheder som deltager i Det Grønne Rejsehold oplever, at nye retter/tilbud øger omsætningen med 15% efter tre år (egenvurdering)	-	+15% i omsætning (hos spisesteder, som udbyder nye, bæredygtige tilbud efter deltagelse)	Endnu ingen data	Endnu ingen data
Producenter, som deltager i Book en mark oplever at deltagelsen giver øget omsætning efter tre år (egenvurdering)	-	60% af virksomheder som deltager i Book en mark	Endnu ingen data	Endnu ingen data
Et styrket dansk brand som fødevarerdestination i bredden	Igen måltal	Igen måltal	-	Ingen måltal

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluatør af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt. - angiver, at projektholdet endnu ikke er begyndt at samle data ind på denne indikator. 'Målopnåelse i procent' er beregnet pba. måltallene for den samlede projektperiode.

* Målt gennem survey i spørgsmålet "Er det jeres vurdering, at forløbet med Det Grønne Rejsehold samlet har skabt værdi for jeres forretning?", for respondenter som svarer "I meget høj grad", "I høj grad" eller "I nogen grad".

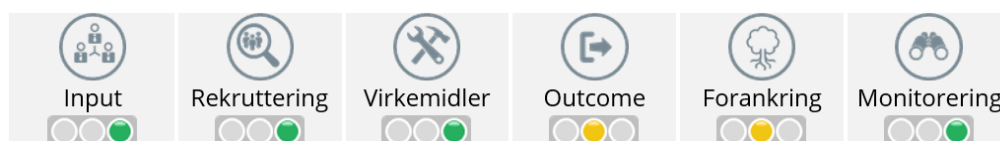
For det første effektmål gælder den samme problematik som beskrevet ovenfor i afsnit 3.3: Der opgøres med deltagere i Det Grønne Rejsehold gennem en survey, som ikke alle deltagere besvarer. Da indikatoren er *absolut* og ikke *relativ*, fx en andel af deltagerne, kan målopnåelse virke lavere, end den reelt er. Ser man på det relativt, har 136 ud af 136 deltagere i book en mark berettet, at deltagelse har skabt konkret værdi for deres forretning. Blandt deltagere i surveyen om Det Grønne Rejsehold, har ni ud af ni deltagere svaret, at det har givet dem konkret, foretningmæssig værdi – dvs. 100 %. Af de ni deltagere har tre deltagere svaret "I høj grad" og 5 har svaret "I meget høj grad".

Der er endnu ikke indsamlet data på indikatoren om øget omsætning efter tre år, da projektet kun har været i gang i cirka halvandet år. Men da effektmålene om øget omsætning efter tre år er baseret på observationer fra tidligere pilotprojekter, er disse effektmål antageligt realistiske at nå.

4 Projektets implementering

I dette afsnit præsenterer vi vores vurdering af projektets implementering ud fra seks faste evalueringsparametre. Figuren nedenfor giver et overblik over evalueringens konklusioner i forhold til de seks parametre. En grøn score indikerer en tilfredsstillende implementering, evt. med nogle få forbedringspotentialer; en gul score indikerer et behov for at adressere visse udfordringer og en rød score indikerer, at der er ét eller flere forhold, som ikke er tilfredsstillende.

Figur 3 Tildeling af scorer for de seks evalueringsparametre



Forklaring af scorer:

	Grøn score	Projektimplementeringen er tilfredsstillende. Få forbedringspotentialer.
	Gul score	Et eller flere elementer i projektimplementeringen bør have fokus.
	Rød score	Kritiske forhold i projektimplementeringen. Væsentlige forbedringspotentialer

I de følgende afsnit uddyber vi vurderingerne af projektet under de enkelte parametre.

4.1 Input



Formelle og uformelle partnerskaber har gavnet rekrutteringsprocessen, og gør det muligt at rekruttere i en branche, der ellers er uorganiseret. Projektholders branchekendskab har også styrket planlægningen. Projektholder beskriver, at det generelt er udfordrende at rekruttere i restaurationsbranchen: Kun en lille andel, omkring 10 %, af branchen er organiseret i fagforeninger, og typisk er restaurationer meget travle og ikke store brugere af e-mail. På trods af disse udfordrende vilkår er det lykkedes for projektet at nå rekrutteringsmål, hvilket til dels skyldes projektets brug af formelle og uformelle samarbejdspartnere eller partnerskaber.

Book en mark er arrangeret i samarbejde med projektholder og Landbrug & Fødevarer. I tillæg bidrager kommuner og brancheorganisationer (b.la. DI Fødevarer og HORESTA) med netværk til relevante deltagere. Partnerne har kunne bidrage med kontakter inden for hver sit område, hhv. små producenter, store detailaftagere, spisesteder mv., hvilket har muliggjort bred og dyb rekruttering. Her har projektholder kunne bidrage med kontakter til restaurationsbranchen. Efter projektholder har publiceret rekrutteringsmateriale, har andre aktører i branchen også delt materialet i deres netværk og med relevante spisesteder, selvom de ikke er formelle partnere. Dette gælder fx turist- og erhvervsdirektøren på Ærø, som har delt projektets materiale og tilbud med spisestederne på Ærø, samt med andre Sydøstfynske Kommuner.

Som tidligere nævnt har Book en mark været afholdt flere gange forinden, og Det Gastronomiske Rejsehold har dannet grundlag for Det Grønne Rejsehold. Dermed er begge aktiviteter efterprøvede. Projektholder har forud for projektet kørt et pilotprojekt for Det Grønne Rejsehold, og dermed opbygget viden og erfaring, der muliggør, at de har

budgettere og planlægge projektaktiviteter på realistisk vis. Endvidere har projektholders solide branchekendskab været med til at sikre god planlægning. Fx har projektholder planlagt rekruttering og aktiviteter ud fra, hvornår spisestederne og de tilknyttede kokke havde mindre travle perioder.

4.2 Rekruttering



Rekruttering og screeningsproces i Det Grønne Rejsehold er velfungerende - spisestedernes motivation for deltagelse er dog typisk kun i lille grad at forbedre sig inden for "det grønne køkken". Rekrutteringen af deltagere til Det Grønne Rejsehold er primært sket gennem projektets partnere. Specielt destinationsselskaberne har været bærende i rekrutteringen af spisesteder. De har både oplyst om tilbuddet i deres nyhedsbreve og til lokale netværksarrangementer, og har endvidere kontaktet spisestederne direkte for at fortælle om tilbuddet. Gennem interview ses det ligeledes, at flere af spisestederne er blevet opmærksomme på tilbuddet gennem destinationsselskabers arrangementer eller gennem en direkte henvendelse fra dem. Nogle partnere, bl.a. nogle kommuner, har dog ikke haft et stort overblik over relevante spisesteder i deres område, og har dermed kun i mindre grad kunne bidrage til rekrutteringen. Alt i alt har partnerskaberne, både de formelle og mindre formaliserede, været gavnlige i rekruttering i projektet, og har således bidraget til at projektet har nået 63 % af sine rekrutteringsmål (Se Tabel 3).

Efter et spisested har vist interesse for at deltage, foretager projektholder en telefonisk screeningsamtale for at afgøre om tilbuddet er relevant for spisestedet. Hvis dette vurderes, foretages der efterfølgende en telefonsamtale med en af rejseholdets kokke for at afklare spisestedets situation og udviklingsbehov. Projektteamet har udtrykt bekymring om, at der i nogle tilfælde sker et mismatch mellem kokkens og spisestedets forventninger til spisestedets type, gastronomiske niveau og behov. Men dette er ikke fundet i evalueringen - i stedet er der fundet, at behovsafdækningen fungerer godt, og at der netop er god forventningsafstemning.

Der er foretaget 26 forløb med Det Grønne Rejsehold per 31/3/2024, og det er vores vurdering, at de rekrutterede spisesteder er relevante. Det er dog klart fra interviewene, at de rekrutterede deltagere ikke primært motiveres af at forbedre sig indenfor "grøn mad" og forøge udbuddet af grønne retter, som ellers er projektets formål. Deltagerne er i højere grad motiveret af at få inspiration, opskrifter og professionel hjælp generelt. Ofte er ejerne af spisestederne ikke udlærte kokke, og har derfor brug for en lang række "kokketricks", fx om indkøb, køkkenstyring, menusammensætning osv. Spisestederne forholder sig dog til fokus på "det grønne", og ser det som positivt, og i mange tilfælde som et fokus, der passer godt til deres spisested i forvejen. Men motivationen om at udvikle sig indenfor "grøn mad" er sekundær. Dette er en vigtig pointe i evalueringen, fordi et af projektets centrale formål netop er at fremme mere grønne retter hos de deltagende spisesteder.

Rekrutteringen af deltagere til Book en mark sker som tidligere beskrevet i samarbejde med partnere, og det er projektholders oplevelse, at denne rekrutteringsmetode giver adgang til et bredt udsnit af aftagere og producenter. Der er på nuværende tidspunkt rekrutteret 164 deltagere. Projektholder beskriver, at de i rekrutteringen har fokus på at skabe en ligelig balance mellem producenter og aftagere, samt en passende fordeling mellem store og små aftagere og producenter. Dette er afgørende for at skabe forretningsforbindelser.

Hvis projektholder vurderer, at balancen bliver for skæv, kontakter man de relevante leverandører og aftagere med "cold canvas calling". På trods af denne indsats fra projektholders side, giver de interviewede deltagere udtryk for, at der er for mange offentlige aftagere, og at dette er problematisk, da det er svært for små producenter at levere til denne type aftagere pga. udbudsregler.

4.3 Virkemidler



Deltagerne oplever stor nytte af deltagelse i indsatsen med Det Grønne Rejsehold, men deltagelsens påvirkning på spisestedets omsætning er endnu ikke helt klar. For både Det Grønne Rejsehold og Book en mark gælder det, at deltagerne opfatter tilbuddet som meget relevant, givende og unikt. Deltagerne i Book en mark beskriver, at arrangementet giver mulighed for at komme i kontakt med små leverandører og aftagere, som man ellers ikke ville have truffet, eller som man ikke i forvejen vidste, ville være relevante at samarbejde med. De beskriver endvidere arrangementet som unikt og langt mere givende end alternativet, som ifølge dem er store fødevarermesser, som både kan være dyre at deltage i og sjældent er givende for små producenter. Spisestederne, som har haft besøg af Det Grønne Rejsehold, beskriver tilbuddet som "en gave", og understreger, at de aldrig ville kunne have fået assistance fra en professionel kok uden tilbuddet.

Projektholder giver selv udtryk for, at de ikke med sikkerhed kan sige, at indsatsen direkte fører til øget omsætning. Det er dog *generelt* vanskeligt at afgøre sammenhængen mellem indsats og øget omsætning: omsætningen er drevet af mange eksterne faktorer, fx antallet af turister, vejret, økonomien mm, det er derfor vanskeligt for virksomhederne selv at vurdere, *hvorfor* deres omsætning evt. er vokset. De indikatorer, der er opstillet i evalueringen måles først tre år efter deltagelse, og kan derfor endnu ikke være med til at besvare spørgsmålet. Dog mener samtlige deltagere i Book en Mark og Det Grønne Rejsehold, at deltagelsen har skabt forretningsmæssig værdi for dem, hvilket blev beskrevet i afsnit 3.4. Det kan indikere, at der kan skabes eller allerede være skabt øget omsætning. Projektet bygger dog på en antagelse om, at nyt, *grønt* udbud hos spisesteder vil føre til øget omsætning. Men en øget omsætning kan lige så godt skyldes, at spisestedet, som følge af indsatsen, har forbedret sit udbud *generelt*, er blevet bedre til at markedsføre sig el.lign. I næste afsnit, afsnit 4.4., vil effektskabelsen blive uddybet yderligere.

4.4 Outcome & effekt



Deltagerne er tilfredse med deltagelse i begge aktiviteter – men udbyttet af Det Grønne Rejsehold relaterer sig ikke primært til "det grønne". Deltagerne i Det Grønne Rejsehold oplever i allerhøjeste grad at have fået inspiration og brugbare værktøjer. Samtlige deltagere oplever ifølge vores survey at have fået dette udbytte i meget høj grad eller i høj grad. I interviews fremhæver deltagerne ligeledes, at de netop var motiverede til at deltage for at få inspiration og værktøjer, og at det er her de oplever, at deltagelsen har givet dem det største udbytte. Ud fra surveyresultaterne, som ses i Tabel 5, er det ikke tydeligt, om inspirationen og værktøjerne knytter sig særligt til "grøn" mad eller er mere generel inspiration og generelle værktøjer. Interviewede deltagere beretter fx om at have fået tricks til at drive køkkenet, sparring til, hvilke retter der er tidsmæssigt realistiske at lave, hjælp til at indføre smørrebrød på menuen – altså ikke udbytte, der relaterer sig til det grønne. Interviewene peger altså på, at deltagerens udbytte er mere generelt, frem for fokuseret på "det grønne" input.

De andre indikatorer for forudsætninger har lavere opnåelse, særlig de to, der vedrører styrkede og nye relationer. Dette er ligeledes ikke noget, som deltagerne fremhæver i interviews – fokus er som tidligere nævnt på inspiration og værktøjer.

Tabel 5: Det Grønne Rejseholds bidrag til at skabe styrkede forudsætninger for de ønskede resultater

Forudsætninger	I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I mindre grad	Slet ikke
Inspiration og brugbare værktøjer	63 %	38 %	0 %	0 %	0 %
En styrket forståelse for lokale råvarer (sæson, anvendelse, mm.)	22 %	22 %	44 %	11 %	22 %
Styrkede/nye relationer med andre lokale spisesteder	0 %	22 %	22 %	22 %	33 %
Styrkede/nye relationer med producenter, samarbejdspartnere mm.	0 %	11 %	44 %	22 %	22 %
En styrket forståelse af udbud og efterspørgsel efter grønne måltider	11 %	22 %	44 %	22 %	0 %

Note: (n=8 for "Inspiration og brugbare værktøjer" og n=9 for resten)

På trods af relativt lav mål opnåelse på en del af de opstillede indikatorer, står det klart, at langt størstedelen af deltagerne oplever et stort udbyttet af deltagelse i Det Grønne Rejsehold. 89 % angiver, at de har været meget tilfredse eller tilfredse med planlægningen af forløbet, og 89 % har været meget tilfredse eller tilfredse med køkkendagen, madlavningen og kokken. Ligeledes oplever 100 % i høj eller meget høj grad at have fået fornyet inspiration og lyst til at videreudvikle forretningen. Endvidere indikerer alle deltagerne, at de kunne være interesseret i et forløb mere, hvis muligt. Alt i alt vidner det om stor tilfredshed med Det Grønne Rejsehold, men, baseret på surveyen og interviews, skyldes tilfredsheden primært generel inspiration, hjælp til professionalisering, opskrifter mv., og ikke primært "det grønne" input.

Af udviklingspunkter nævner nogle deltagere, at de ikke oplevede, at de nåede rundt om alle de emner, de gerne ville have hjælp til med kokken i Det Grønne Rejsehold. En anden deltager havde ønsket at have en pause mellem de to køkkendage, som andre deltagere havde haft. Begge af disse tilbagemeldinger kan være udtryk for en styrke, som Det Grønne Rejsehold har: Indsatsen kan tilpasses til det enkelte spisested. Bagsiden af dette er dog, at deltagerne kan forvente, at de "får" alt, hvad aktiviteten kan tilbyde. Derfor er forventningsafstemning afgørende. Dette har dog generelt ikke været beskrevet som et stort problem, og deltagerne udtrykker generelt stor tilfredshed med deltagelsen.

Tabel 6 nedenfor viser, at der er sket 15 udviklende samtaler, dvs. erfaringsudveksling og networking, efter Book en mark arrangementet.

Tabel 6: Book en marks bidrag til at skabe styrkede forudsætninger for de ønskede resultater seks måneder efter deltagelse

Cirka seks måneder efter deltagelse i Book en mark...	Antal
Antal udviklende samtaler (parterne har mødt hinanden og udvekslet erfaringer og drøftet behov for fremtidige samarbejder)	15

Note: (n=136)

For at opnå de ønskede resultater vil deltagerne ofte skulle omsætte deres styrkede forudsætninger til konkrete adfærdsændringer eller tiltag (forandringer). Eksisterende vaner samt organisatoriske og økonomiske forhold kan ofte forhindre, at deltagerne i selv vellykkede indsatser efterfølgende får omsat deres viden i praksis.

Nedenstående tabel viser andelen af respondenter, som cirka seks måneder efter deltagelse i Det Grønne Rejsehold har opnået forandringer som følge af deltagelsen. Her ses det, at 55 % af deltagerne i høj grad eller meget høj grad har lavet konkrete ændringer i deres menukort. Blandt de interviewede deltagere virker andelen dog væsentligt højere, og de fleste interviewede deltagere har lavet ændringer. Det er dog vigtigt at notere, at de ændringer i menukortet, som de interviewede personer beretter om, ikke nødvendigvis flere eller mere grønne retter, men i stedet enten *bedre retter generelt* eller *bedre grøntsagsselektioner i eksisterende retter*. Fx består nogle af de interviewede deltageres menuændringer af ændringer i retterne på en frokostplatte, indførsel af tapasretter og indførsel af smørrebrød på menukortet. Det er uklart om sådanne menuændringer, som *ikke* kan siges at være flere eller mere grønne retter, falder inden for projektets formål eller ej.

På den ene side oplever de interviewede spisesteder generelt, at besøget løfter niveauet for deres mad, herunder deres brug af grøntsager. Med et løftet gastronomisk niveau er spisestederne antageligt mere konkurrencedygtige og attraktive, og kan dermed tiltrække flere kunder og øge omsætningen – uanset om det er de tidligere beskrevne "grønne" turister/kunder. Dermed kan man argumentere for, at et kvalitetsløft kan føre til øget omsætning og til at gøre Danmark til en mere attraktiv gastronomidestination. Men på den anden side kan projektet ikke siges at gøre spisestederne, og Danmark som helhed, mere attraktivt overfor "grønne" forbrugere uden direkte at understøtte spisestederne i at tilføje mere eller bedre grøn mad til deres menukort. Dette diskuteres yderligere i afsnit 5.

Tabel 7: Det Grønne Rejseholds bidrag til at skabe forandringer hos deltagerne seks måneder efter deltagelse

Forandringer	I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I mindre grad	Slet ikke
Konkrete ændringer i vores menukort	22 %	33 %	33 %	0 %	0 %
Styrket dialog med lokale leverandører af råvarer	6 %	17 %	44 %	11 %	22 %

Note: (n=8 for "Konkrete ændringer i vores menukort, n=9 for "Styrket dialog med lokale leverandører af råvarer")

Nedenstående tabel viser andelen af respondenter, som cirka seks måneder efter deltagelse i Book en mark har gennemført nye tiltag som følge af deltagelsen. Her ses det, at der

er foretaget 47 konkrete aftaler, og at der er 29 aftaler i proces. Dette er baseret på de 136 deltagere, som projektholder har interviewet seks måneder efter deltagelsen.

Tabel 8: Book en marks bidrag til at skabe forandringer hos deltagerne seks måneder efter deltagelse

Cirka seks måneder efter deltagelse i Book en mark...	Antal
Antal konkrete aftaler	47
Antal aftaler i proces (seriøse samtaler om samarbejde, men første ordre er endnu ikke aftalt, fx fordi produktet først er klar til høst senere)	29

Note: (n=136)

Som tidligere beskrevet, er det fra interviews tydeligt, at deltagerne kommer i kontakt med relevante virksomheder, de ellers ikke ville være kommet i kontakt med. Dermed ville disse aftaler med god sandsynlighed ikke være gennemført, hvis de ikke havde deltaget i indsatsen.

Når deltagerne ændrer adfærd eller gennemfører nye tiltag, vil det ofte være med henblik på at opnå konkrete forbedringer. Nedenstående tabel viser andelen af respondenter, som enten har opnået forbedringer som følge af indsatsen, eller forventer at de fremadrettet vil gøre det.

Tabel 9: Det Grønne Rejseholds bidrag til at skabe forbedringer hos deltagerne

Andelen som angiver at forløbet med Det Grønne Rejsehold har skabt følgende	I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I mindre grad	Slet ikke
Øget omsætning	0 %	22 %	67 %	0 %	11 %

Note: (n=9)

Tabel 9 viser, at to ud af ni deltagere i Det Grønne Rejsehold, svarende til 22%, indikerer, at deltagelsen har skabt øget omsætning hos dem. Som tidligere nævnt har projektholder også selv sat spørgsmålstegn ved, om indsatserne kan siges direkte at skabe øget omsætning.

Der er ikke opstillet indikatorer til at måle forandringer for Book en mark, dvs. et mål for øget omsætning efter deltagelse. Men man kan argumentere for, at de konkrete aftaler, som er rapporteret i Tabel 8, alt andet lige, fører til en øget omsætning for leverandører. Dette er en antagelse, da der eksisterer opportunity cost – dvs. at hvis producenterne sælger til aftagere, de møder gennem Book en mark, har de ikke mulighed for at sælge de samme varer til andre. Men vi vurderer, at dette er en rimelig antagelse. Dermed indikerer Tabel 8, at Book en mark har været med til at skabe forbedringer i form af øget omsætning for deltagende producenter.

4.5 Forankring



Projektholder har overvejet muligheder for forankring af projektaktiviteterne efter projektperioden, men har ikke haft tilstrækkeligt specifikt fokus på forankring hos deltagerne i Det Grønne Rejsehold. Der har ikke været stort fokus på at forankre udbyttet hos deltagerne i Det Grønne Rejsehold, og dermed at styrke deltagerens muligheder for selv at arbejde videre med deres udviklingspunkter efter deltagelse. Der er bl.a. ikke nogen systematisk opfølgning efter deltagelse, medmindre deltagerne har rapporteret om utilfredshed med forløbet, hvilket sjældent sker. Ligeledes videresendes deltagerne ikke systematisk til andre tilbud i erhvervsfremmesystemet. Mange af de interviewede deltagere rapporterede dog om, at den tilknyttede kok har sagt, at de var velkomne til at kontakte dem efter forløbet med spørgsmål om det, de havde lært i køkkendagene, og flere deltagere gjorde brug af det. Dette er positivt, men kunne med fordel ske mere systematisk. Behovet for systematisk opfølgning uddybes i afsnit 5.

Book en mark er arrangeret i samarbejde med flere partere, og er en del af en længerevarende indsats og partnerskab. Dermed er metoder, værktøjer og erfaringer delt med dem, selvom Food selv står for at bidrage med netværket blandt spisesteder, og dette vil antageligt kun delvist kunne overføres til de øvrige partnere. Det Grønne Rejsehold er ikke på samme måde forankret i et samarbejde med partnere.

Projektholder har overvejet videreførsel af projektets aktiviteter efter projektperioden, hvilket er relevant, da aktiviteterne er værdiskabende for deltagerne. Sådanne overvejelser er endvidere særligt relevante, da Ekspertgruppen for fremtidens erhvervsstøtte har anbefalet, at støtte til turismeprojekter ophører. Projektholder mener, at Book en mark kan kommercialiseres og fortsætte gennem egenbetaling fra deltagere. De to interviewede deltagere i Book en mark mener også begge, at det ikke er afgørende, at det er gratis at deltage i Book en mark – men bemærker begge, at det måske kan være afgørende første gang, man deltager. Projektholder vurderer dog, at Det Grønne Rejsehold kun kan drives videre med økonomisk støtte, og at det ikke er muligt at kommercialisere aktiviteten. Deltagerne nævner også selv, at de aldrig ville kunne have fået lignende sparring uden projektet.

4.6 Monitorering og opfølgning



Der er sket struktureret monitorering af begge indsatser, men der ligger et potentiale i yderligere opfølgning med tilfredse deltagere i Det Grønne Rejsehold. Der er sket struktureret monitorering af begge indsatser løbende. I Det Grønne Rejsehold rapporterer kokken umiddelbart efter afslutningen af et forløb til projektlederen hos Food. Rapporteringen sker pba. nogle faste parametre i et skema. Hvis kokken rapporterer om, at der har været utilfredshed hos deltageren, eller at der er behov for opfølgning, følger projektledelsen op – men der har kun været få situationer, hvor der er meldt om behov for dette. Seks måneder efter deltagelse i Det Grønne Rejsehold bliver spisestederne også bedt om at besvare en survey. Projektholder monitorerer løbende surveyresultaterne og rapporterer dem samlet en gang om året d. 31/3. Projektholder udtrykker også et ønske om at udsende spørgeskemaet umiddelbart efter forløbet, frem for seks måneder efter deltagelse, som det gøres på nuværende tidspunkt, for på den måde forhåbentligt at få flere svar.

For Book en mark er der lavet telefonisk opfølgning med samtlige deltagere seks måneder efter deltagelse, hvor deltageren bliver spurgt om faste spørgsmål. Disse faste parametre bliver rapporteret i PRV-Light direkte til Erhvervsstyrelsen. Projektholder har gennem projektperioden lavet ændringer i Book en marks format, nærmere bestemt i balancen mellem faciliteret speeddating og "fri" networking. Disse ændringer er både med baggrund i, at projektholder har fornemmet behov for dette til flere Book en mark arrangementer og ved at deltagere har givet udtryk for dette behov gennem den telefoniske opfølgning.

Som nævnt i afsnit 4.5 sker der opfølgning med de få deltagere i Det Grønne Rejsehold, som udtrykker en grad af utilfredshed, men ingen med de resterende deltagere. Struktureret opfølgning mhp. forankring er ikke en del af projektdesignet, men kunne potentielt være givende for deltagerne for at forankre og arbejde videre med udbyttet efter deltagelse. Fx kunne den tilknyttede kok tage telefonisk kontakt til deltagervirksomheden nogle måneder efter deltagelse, og telefonisk sparre om (nye) problemstillinger og ideer eller fremsende nye opskrifter. Surveyen viser også, at samtlige af deltagerne ønsker at deltage igen, hvilket udover vidne om stor tilfredshed, også kan vidne om et behov for opfølgning.

5 anbefalinger og læring

Her præsenterer vi de vigtigste anbefalinger og læringspunkter, som evaluator vil pege på med baggrund i evalueringen. Punkterne er ikke i prioriteret rækkefølge. For hver anbefaling eller læringspunkt er der angivet en primær målgruppe. Nedenstående tabel giver et overblik over, hvilke målgrupper, anbefalingerne og læringspunkterne relaterer sig til

Tabel 10: Målgrupper for anbefalinger/læringspunkter

Anbefaling/læringspunkt nr.	1	2	3	4	5	6
Projektholder	X	X	X	X	X	X
Øvrige operatører	X	X				
Udvalg og rammesættere			X	X		

1: For at få mest muligt ud af Book en mark, bør deltagerne gives bedre mulighed for forberedelse inden deltagelse. De interviewede deltagere i Book en mark efterspørger flere informationer om de andre deltagere i arrangementet forud for deltagelse, så de i forvejen vil kunne have dannet sig et overblik over, hvilke andre deltagere, som er særligt relevante at tale med til arrangementet. Da projektholder allerede giver nogle informationer om andre deltagere, vil det være oplagt at blot at tilføje lidt mere tekst om hver deltager. Som tidligere beskrevet er det udfordrende at lave samarbejder mellem små leverandører og offentlige aftagere, men muligt, hvis kontrakten udformes på bestemte måder. For at understøtte flere aftaler mellem små producenter og offentlige aftagere er det derfor oplagt at give deltagerne, både producenter og aftagere, viden om dette før deltagelse, fx gennem en informations e-mail.

2: Book en mark kan muligvis blive endnu mere givende for deltagerne ved at justere speeddatingkonceptet samt at give mulighed for at afsætte sekundære produkter. Deltagerne oplever generelt Book en mark som meget givende, men de interviewede deltagere har to konkrete forslag til arrangementet. De oplever, at der er for mange deltagere ved hvert bord i speeddatingen, specielt i de store byer. Ligeledes oplever de, at de i speeddatingen nogle gange skal møde producenter/aftagere, som ikke altid er relevante for dem – fx er det ikke relevant at en kantineejer skal møde en spiritusproducent. Derfor foreslåes det, at speeddatingen gøres mere fokuseret. Fx at man inden deltagelsen markerer nogle deltagere, som man ønsker at snakke med, og man foruden disse bliver sat sammen med nogle andre relevante deltagere, som projektteamet vurderer, at man kan gavne at tale med. De interviewede deltagere foræller også, at producenterne ofte også har et ønske for at afsætte sekundære produkter eller restprodukter, fx grisehjerter, ben mv., og andre producenter nogle gange kan bruge disse. Book en mark kan også være et godt forum for at lave aftaler om køb og salg af disse produkter. For at understøtte dette behov og denne mulighed yderligere, foreslår de to interviewede deltagere at lave en tavle, hvorpå producenter kan skrive de sekundære produkter eller restprodukter, de ofte ligger inde med. På den måde vil andre deltagere ikke kun blive introduceret til deres primære produkter, men også deres sekundære, som også kan være af interesse for dem.

3: Deltagerne i Det Grønne Rejsehold deltager ikke primært ud fra et ønske om at forbedre sig inden for "det grønne område", men i stedet for at få generel assistance og inspiration – dette er ikke i overensstemmelse med projektets formål og bør adresseres i dialog med Erhvervsstyrelsen. Gennem interviews står det klart, at deltagende spisesteder primært er motiveret af at få professionel hjælp, inspiration, køkkentricks mv., og at "det grønne" er sekundært. Samtidig har vi heller ikke opfattelsen af, at "det grønne" er kokkenes primære fokus. På den ene side er dette i sig selv ikke problematisk, da spisestederne stadig får vejledning inden for "det grønne", og dermed antageligt stadig forbedrer og evt. forøger deres grønne udbud, og dermed også opnår større konkurrencedygtighed overfor de "grønne" forbrugere. Ydermere er det tydeligt, at indsatsen giver deltagende spisesteder et generelt kvalitetsløft, hvilket igen antageligt har en positiv indvirkning på spisestedernes konkurrenceevne og Danmarks image som en kulinarisk destination. Men på den anden side er det et opmærksomhedspunkt, at hverken deltagere, kokke eller projektholdere har deres hovedfokus på "det grønne", hvilket er i uoverensstemmelse med projektets formål. Efter vores opfattelse bør dette give anledning til en dialog og forventningsafstemning om formål mellem projektholder og Erhvervsstyrelsen.

4: Definitionen af "grøn mad" bør præciseres og evt. skærpes, for at skabe et mere klart bidrag til målet om Bæredygtig og grøn turismeudvikling i Danmark I forlængelse af ovenstående anbefaling nr. 3 er det væsentligt at overveje, hvordan "grøn mad" defineres i projektet. Projektholder beskriver projektets tilgang til "grøn mad", som værende planterige måltider, som godt må indeholde noget kød, og generelt er måltider, som er i tråd med de officielle kostråd. Endvidere angiver projektholder, at "grøn mad" også kan være, at et spisested bruger råvarer, de har i forvejen for at undgå råvarespil. Altså er denne definition meget bred og vil også kunne dække kødrig mad, hvor der er sikret et lille råvarespild. Med denne brede definition er det ikke helt tydeligt, hvilke ændringer projektet søger at skabe ift. 'grøn mad' og dermed hvordan projektet lykkedes med det. Vi vil opfordre til, at projektholder og Erhvervsstyrelsen afstemmer kriterierne for, hvad der kan defineres som "grøn mad".

5: Det er positivt at assistancen fra Det Grønne Rejsehold kan tilpasses til det enkelte spisested, men en styrket forventningsafstemning kan forhindre, at deltagervirksomheder føler sig snydt. Som tidligere nævnt melder enkelte deltagere om, at de ikke oplever, at de har modtaget hjælp inden for alle de områder, de oplever, de har behov for, og som de regnede med, at de ville få hjælp indenfor. Derfor kan projektholder og kokkene overveje muligheden for at være endnu mere klare i deres forventningsafstemning om, hvad tilbuddet består af – både i dialog med spisestedet men også i markedsførings- og informationsmateriale.

6: Projektholders overvejelser om, hvordan Book en mark kan videreføres efter projektperioden bør fortsættes. Det er positivt at projektholder har overvejet, hvordan projektets aktiviteter kan videreføres, og disse overvejelser bør foresættes. Specielt set i lyset af, at Ekspertgruppen for fremtidens erhvervsstøtte har anbefalet Erhvervsstyrelsen at ophøre med støtte til turismeprojekter i fremtiden. Da projektholder ser muligheder for at kommercialisere Book en mark, bør de derfor overveje, hvordan dette konkret kan gøres.

