



KLOGE
FØDEVAREINDKØB



Afrapportering til Miljø- og Fødevarerministeriet



Udarbejdet af Madkulturen
December 2016

Kloge Fødevarerindkøb

Afrapportering til Miljø- og Fødevarerministeriet

Indledning

Denne rapport beskriver de indsatser, der er gennemført, og de resultater der er opnået i regi af projektet Kloge Fødevarerindkøb, som Madkulturen har varetaget projektledelsen af for Miljø- og Fødevarerministeriet i 2013-2016.



Opsummering af Kloge Fødevarerindkøb

Da projektet blev igangsat i 2013 blev der foretaget offentlige fødevarerindkøb for 4 mia. kr. årligt. Samtidig ønskede flere regioner og kommuner mere økologi og lokale fødevarer i deres indkøb i forbindelse med deres omlægning af de offentlige køkkener til økologi. De oplevede dog barrierer i indkøbsaftalerne, hvilket regeringen valgte at sætte fokus på i Økologiplan 2020. Derfor blev Kloge Fødevarerindkøb igangsat for at lette adgangen til offentligt indkøb af økologiske og lokale fødevarer.

Fra 2013 – 2016 har Kloge Fødevarerindkøb rådgivet 38 af landets 98 kommuner, 4 ud af 5 regioner, og 5 ud af 13 indkøbsfællesskaber og statslige organisationer. Rådgivningen er i løbet af årene blevet tilbudt til alle kommuner, regioner og statslige organisationer, hvor der i første omgang blev fokuseret på dem, der har modtaget midler fra NaturErhverv til økologisk omlægning. Kloge Fødevarerindkøb har derudover rådgivet Staten og Kommunernes Indkøbsfællesskab (SKI) om behovet for at åbne op for økologiske og lokalt producerede fødevarer i forbindelse med deres udarbejdelse af indkøbsaftaler på fødevarerområdet, som mere end halvdelen af landets kommuner efterfølgende har tilsluttet sig.

Kloge Fødevarerindkøb havde, ud over rådgivning til offentlige indkøbere og udbudsjurister, også målsætninger om, at styrke samarbejdet mellem det offentlige og de private aktører, samt internt i offentlige organisationer, såvel som at gøre de erfaringer, der blev draget gennem projektets forløb, tilgængelige for alle med interesse for fødevarerindkøbsområdet. Det er bl.a. sket gennem udviklingen af hjemmesiden klogefødevarerindkøb.dk, hvor man finder en række cases og værktøjer, såsom indkøbstekniske skabeloner og vejledninger, der også fremover kan benyttes af alle aktører, der har som mål at arbejde med at få flere økologiske og lokale fødevarer i de offentlige køkkener.

Indholdsfortegnelse

Indledning	1
Opsummering af Kløge Fødevareindkøb.....	1
Baggrund.....	3
Organisering	3
Indsatser	4
Målgruppe	4
Mål og succeskriterier	4
Målsætninger	4
Succeskriterier:	5
Resultater og indsatser i forhold til succeskriterierne.....	5
Succeskriterie 1 og 2	5
Succeskriterie 3.....	6
Succeskriterie 4.....	6
Succeskriterie 5 og 6	7
Succeskriterie 7.....	7
Succeskriterie 8.....	8
Succeskriterie 9.....	8
Evaluering	9
Konklusion	9

Baggrund

I forbindelse med aftale om udmøntning af Grøn pulje, juli 2013, blev der indgået en aftale mellem Enhedslisten og regeringen om etablering af en Task Force for grønne indkøb i offentlige køkkener og afsat en finansiering på 12,4 mio. kr. i perioden 2013-2016. Dette blev til projektet "Kloge Fødevarerindkøb".

Ideen om etablering af en Task Force for grønne indkøb i offentlige køkkener stammer fra et fælles oplæg udarbejdet af Landbrug & Fødevarer, Økologisk Landsforening, Københavns Madhus og Madkulturen. I oplægget fra disse organisationer fremgik følgende om formålet og målgruppen:

"Formålet med en Task Force er at tilbyde rådgivning, der kan fremme grønne offentlige indkøb på fødevarerområdet – herunder understøtte inddragelsen af mere økologi i de offentlige køkkener, fremme kvalitet på tallerkenen i den offentlige bospisning, samt stimulere til produktudvikling og innovation hos fødevarereproducenter og i køkkenerne.

Etablering af en Task Force vil samtidig medvirke til at sikre en smidig og ressourceeffektiv gennemførelse af fødevarerudbud med et betydeligt besparelspotentiale.

Den primære målgruppe for Task Forcens rådgivningstilbud er indkøbsansvarlige og udbudsjurister i 98 kommuner, 5 regioner og de statslige institutioner. Sekundær målgruppe vil også være grossister, omlægningskonsulenter og deres partnere."

I selve aftaleteksten for udmøntning af grøn pulje mellem Enhedslisten og Ministeren for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri er følgende angivet om Task Force for grønne indkøb til offentlige køkkener:

"I kæden fra køkken til producent kan der være barrierer for grønne indkøb i offentlige køkkener, herunder for indkøb af mere økologi og flere lokale råvarer. For at fremme særligt økologiske men også lokale indkøb i offentlige køkkener nedsættes i et offentligt-privat samarbejde en Task Force, som kan rådgive fødevarerindkøbere i det offentlige. Målgruppen er indkøbsansvarlige og udbudsjurister i kommuner, regioner og stat. Rådgivningsaktiviteterne skal fokusere på vejledning i forbindelse med sammensætningen af udbud (SKI-aftaler m.v.). Task Forcens rådgivning skal i første omgang rettes mod de instanser, der har modtaget midler fra NaturErhvervstyrelsen til økologisk omlægning af offentlige køkkener herunder prioritering if. til ambitionsniveau."

Organisering

Kloge Fødevarerindkøb har været igennem to forskellige faser rent organisatorisk:

- 1) Offentligt-privat samarbejde, hvor der var nedsat en styregruppe med Landbrug & Fødevarer, Økologisk Landsforening, Københavns Madhus, Fødevarestyrelsen og Fødevarerministeriets departement.
- 2) Miljø- og Fødevarerministeriet tog ejerskab af Kluge Fødevarerindkøb, og styregruppen blev nedlagt, da flere af aktørerne ønskede at bidrage til opgaveløsningen, hvilket de ville være inhabile i forhold til, hvis de sad i styregruppen.

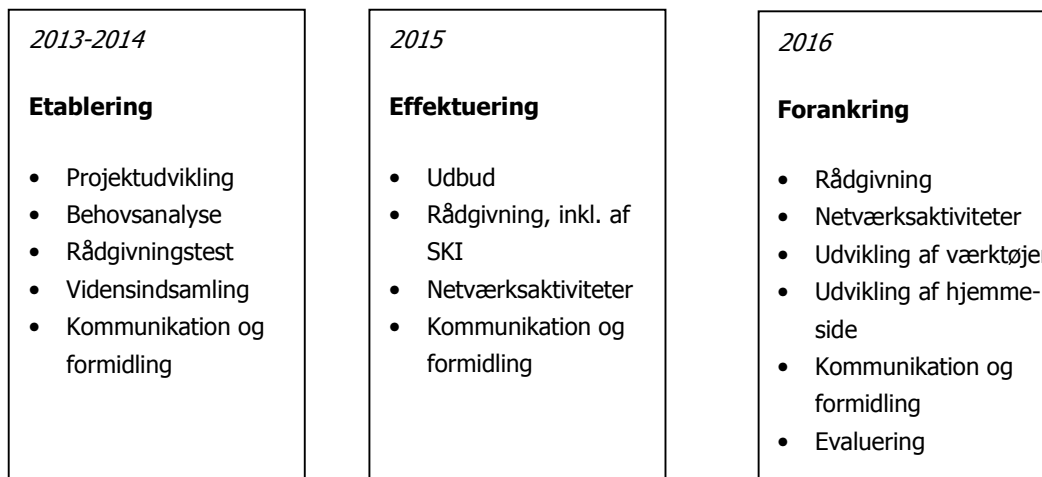
Madkulturen har varetaget projektledelsen gennem hele forløbet.

I 2015 gennemførte Miljø- og Fødevarerministeriet et udbud med 4 delaftaler af ydelser i form af rådgivning og udvikling af en række værktøjer til offentlige indkøbere, der skulle gennemføres i regi af Kluge Fødevarerindkøb. Københavns Madhus vandt 3 ud af 4 delaftaler i udbuddet, og indgik kontrakt med Kluge

Fødevareindkøb om varetagelse af opgaverne i november 2015. Landbrug og Fødevarer ønskede ikke at indgå kontrakt om gennemførelse af delaftale 4, som de vandt.

Indsatser

Kloge Fødevareindkøb har gennemført indsatser, der kan kategoriseres i tre forskellige faser:



Målgruppe

Kloge Fødevareindkøb har været målrettet to forskellige målgrupper – en primær og en sekundær.

Den primære målgruppe for Kluge Fødevareindkøb har været de offentlige indkøbere og udbudskonsulenter. Det er dem rådgivningen er blevet målrettet til, og det var også dem, der er udviklet værktøjer til.

Den sekundære målgruppe har været øvrige interessenter på området. Det være sig:

- Private leverandører, dvs. grossister som Dansk Cater, Catering Engros og Hørkram, der sælger til det offentlige
- Producenter, der sælger deres produkter til det offentlige som regel via grossisterne
- Politiske aktører som borgmestre, regionsformænd og lokalpolitikere med interesse i at åbne op for indkøb af lokale fødevarer
- De offentlige køkkener der køber ind ud fra indkøbsaftalerne
- Borgere, der har interesse i, hvad der bliver serveret for børn og ældre på de offentlige institutioner,
- Øvrige aktører, der arbejder på indkøbsområdet eller med økologiomlægning, herunder Udbudsportalen under KL, foreningen for offentlige indkøbere IKA, Forum for bæredygtige indkøb, Fødevarestyrelsens Økologiteam, m.fl..

Mål og succeskriterier

Kloge Fødevareindkøb havde til formål at åbne op for offentligt indkøb af økologiske og lokale fødevarer gennem fire målsætninger. Der blev derudover opstillet en række succeskriterier, der blev revideret en smule i forbindelse med reorganiseringen i 2015.

Målsætninger

- At yde rådgivning til indkøbsansvarlige og udbudsjurister i kommuner, regioner og stat om indkøb af økologiske og lokale fødevarer.
- At understøtte samarbejde i værdikæden fra indkøb og køkken til leverandør og producent.
- At styrke det tværfaglige samarbejde internt i offentlige organisationer om indkøb af fødevarer.
- At formidle viden om offentligt indkøb af fødevarer.

Succeskriterier:

De endelige succeskriterier for Kluge Fødevareindkøb lyder:

1. Indsatsen har været i kontakt med minimum 75 % af kommunerne og alle fem regioner samt en række statslige organisationer.
2. Der er tilbudt rådgivning til alle kommuner, regioner og statslige organisationer, som deltager i tilskudsprojekter om økologisk omlægning af køkkener.
3. Der er udviklet værktøjer, som kan bidrage til at øge offentligt indkøb af økologiske og lokale fødevarer.
4. Der har løbende gennem projektet været dialog med leverandørmarkedet.
5. Indsatsen har bidraget til at styrke det tværfaglige samarbejde om indkøb af fødevarer internt i offentlige organisationer.
6. Viden om offentligt indkøb af økologiske og lokale fødevarer er indsamlet, gjort tilgængelig og formidlet.
7. Indsatsen har løbende haft dialog og samarbejde med netværk, partnerskaber og myndigheder, som er centrale for offentlige indkøb i Danmark.
8. Indsatsen har styrket opmærksomhed på grønne offentlige indkøb af fødevarer og har medvirket til at påvirke rammevilkår for afsætning af økologiske og lokale fødevarer.
9. Rådgivningskoncept og værktøjer der udvikles i projektet bliver gjort offentligt tilgængelige, hvilket sikrer et liv efter projektets udløb.

Resultater og indsatser i forhold til succeskriterierne

Det følgende er en gennemgang af hvordan succeskriterierne er blevet indfriet.

Succeskriterie 1 og 2

1. *Indsatsen har været i kontakt med minimum 75 % af kommunerne og alle fem regioner samt en række statslige organisationer.*
2. *Der er tilbudt rådgivning til alle kommuner, regioner og statslige organisationer, som deltager i tilskudsprojekter om økologisk omlægning af køkkener.*

Kluge Fødevareindkøb har igennem projektets tre års levetid været i kontakt med samtlige 98 kommuner, alle fem regioner, en række statslige organisationer og indkøbsfællesskaber som SKI. I 2014 blev alle kommuner, der har køkkener, som har modtaget midler til økologiomlægning, kontaktet med et tilbud om rådgivning. I 2015 blev samtlige 98 kommuner og 5 regioner kontaktet telefonisk, med samme tilbud. I 2016 blev samtlige ministerier kontaktet. Tilbuddet er blevet markedsført i egne, og øvrige aktørers nyhedsbreve, såvel som gennem pressen.

Kluge Fødevareindkøb har i løbet af 3 år rådgivet:

- 38 af de 98 kommuner
- 4 ud af 5 regioner
- 5 ud af 13 indkøbsfællesskaber, herunder SKI
- 3 større statslige organisationer

Fødevestyrelsen har sendt en opgørelse over offentlige køkkener, der har modtaget midler fra NaturErhverv til økologiomlægning frem til 2016. De ligger spredt i 25 kommuner og 3 regioner. Kluge Fødevareindkøb har rådgivet 14 af de kommuner, og alle 3 regioner, der har køkkener, som har modtaget midler til økologiomlægning fra NaturErhvervsstyrelsen.

I bilag 1 findes en udførlig liste med, hvilke kommuner, regioner og øvrige organisationer, der har modtaget rådgivning og hvorvidt de har modtaget rådgivning af Københavns Madhus, og/eller af rådgivere, der var tilknyttet før dem. I bilaget fremgår det også, hvem der har modtaget midler til økologiomlægning.

Madkulturen har været hotline for henvendelser med anmodning om rådgivning, og har derfor, særligt de første år, deltaget aktivt i den indledende fase af rådgivningsforløbene. Madkulturen har oprettet en database med noter fra hvert enkelt rådgivningsforløb, og har derudover løbende kvalitetskontrolleret rådgivningen gennem evalueringer.

Succeskriterie 3

- 3. Der er udviklet værktøjer, som kan bidrage til at øge offentligt indkøb af økologiske og lokale fødevarer.*

Københavns Madhus fik til opgave at udvikle en række værktøjer til Kluge Fødevareindkøb:

- Guide til offentlige fødevareindkøb
- Guide til controlling af fødevareaftaler
- Vejledning om offentlige indkøb af bæredygtige og lokale fisk
- Vejledning om lokale fødevareindkøb
- Sortimentslister til økologiske køkkener
- Værktøj til beregning af fødevareindkøbsbehov
- Sæson-værktøj
- Manual til sensoriske tests

Værktøjerne er blevet udviklet i 2016. Madkulturen har med sparring, statusmøder og kommentering på udkast gennemført omfattende controlling af opgaven. For at sikre, at værktøjerne blev udviklet, så de kan bruges af offentlige indkøbere og udbudskonsulenter, har Madkulturen afholdt en række brugertest, hvor repræsentanter fra de private aktører såvel som de offentlige indkøbere blev præsenteret for udkast til værktøjerne, og fik mulighed for at kommentere på det. Madkulturen arrangerede de første brugertest i juni 2016, og de sidste i september 2016. Brugerne har udtrykt, at de finder værktøjerne meget anvendelige.

Succeskriterie 4

- 4. Der har løbende gennem projektet været dialog med leverandørmarkedet.*

I den første organisatoriske fase af Kluge Fødevareindkøb blev der afholdt dialogmøde med repræsentanter fra leverandørerne, der skulle udgøre en brugergruppe for Kluge Fødevareindkøb. I den anden organisatoriske fase blev tanken om brugergrupper erstattet med en mere løbende dialog gennem orienteringsmøder, eksempelvis med producentsammenslutningen Catering Forum.

Madkulturen fik også mulighed for, på vegne af Kluge Fødevareindkøb, at varetage tovholderrollen i netværket "IKA tænketank for fødevarer". IKA, der er Foreningen af Offentlige Indkøbere, har etableret en række tænketanke, dvs. netværk hvor offentlige indkøbere mødes med de private aktører og drøfter fælles udfordringer på et givent område, eksempelvis indkøb af fødevarer. Tænketanken for fødevarer er vokset betragteligt i de par år, hvor Madkulturen har varetaget tovholderrollen, og bliver nu omtalt som den bedst fungerende tænketank. I dag omfatter netværket 45 medlemmer, som udgøres af repræsentanter fra de tre store grossister, producenter og offentlige indkøbere, der mødes 3-4 gange om året. IKA tænketank for fødevarer har været et godt forum for videndeling med leverandørmarkedet, og tovholderrollen er nu overdraget til Køge Kommune.

Succeskriterie 5 og 6

5. *Indsatsen har bidraget til at styrke det tværfaglige samarbejde om indkøb af fødevarer internt i offentlige organisationer.*
6. *Viden om offentligt indkøb af økologiske og lokale fødevarer er indsamlet, gjort tilgængelig og formidlet.*

Succeskriterie 5 er hovedsageligt opnået gennem de mange individuelle rådgivningsforløb, hvor Kloge Fødevarerindkøb har kunnet henvise til andre offentlige aktører, der havde erfaringer med det emne, som man modtog rådgivning om.

Der ud over er både succeskriterie 5 og 6 opnået ved, at der løbende er blevet beskrevet eksempler, som kunne være til inspiration, i det nyhedsbrev Kloge Fødevarerindkøb 8 gange har sendt ud til ca. 300 modtagere, herunder samtlige offentlige indkøbere i Danmark. Ud over eksempler til inspiration er der i nyhedsbrevet blevet delt relevant viden, som er indhentet i projektet.

Desuden er der blevet udarbejdet cases om Bornholm, Ringkøbing-Skjern og Odense i forbindelse med en kommunikationskampagne, Kloge Fødevarerindkøb gennemførte i forbindelse med kommunernes tilslutning til SKI aftalerne. Kloge Fødevarerindkøb fremsendte et brev til samtlige borgmestre, regionsformænd og økonomiudvalgsmedlemmer for at informere dem om mulighederne for at undlade at tilslutte grupper af fødevarer, som man gerne ville købe lokalt i stedet. Politikerne blev opfordret til at få deres indkøbsafdelinger til at henvende sig, hvis de ønskede at vide mere om, hvordan de fremover kunne købe lokale varer, samtidigt med at de tilsluttede sig SKI aftalerne på de øvrige varer. Det førte til at 11 kommuner henvendte sig. Casene blev formidlet på Madkulturens hjemmeside, under en beskrivelse af Kloge Fødevarerindkøb.

SKI kampagnen var også målrettet medierne, hvorfor der blev bragt 15 artikler om emnet i fagblade og øvrige medier. Der er der ud over løbende blevet gennemført PR, hvilket regelmæssigt har ført til omtale i medierne, bl.a. fagblade som Danske Kommuner og Kost & Ernæringsforbundets fagblad.

Afslutningsvist blev der gennemført en kommunikationskampagne i forbindelse med afrundingen af Kloge Fødevarerindkøb, hvor der blev gennemført to surveys af henholdsvis danskernes holdning til, hvilken type fødevarer det offentlige bør købe, og indkøbernes forventning til, hvilken type de vil blive bedt om at købe fremover. Den viden blev formidlet i pressemeddelelser til nationale, regionale og lokale medier, samt fagblade, hvilket førte til 6 artikler bl.a. i Altinget og radioindslag i DR P4 KBH og P1.

Succeskriterie 7

7. *Indsatsen har løbende haft dialog og samarbejde med netværk, partnerskaber og myndigheder, som er centrale for offentlige indkøb i Danmark.*

Madkulturen har, ud over de oprindelige partnere Landbrug & Fødevarer, Økologisk Landsforening og Københavns Madhus, haft kontakt til et bredt spektrum af interessenter fra starten af projektet, bl.a.:

- Fødevarestyrelsen
- Forum for Bæredygtige indkøb
- IKA Foreningen for offentlige indkøbere
- Catering Forum – Producent forening
- Rejseholdet for Grønne Indkøb
- Udbudsportalen under KL
- Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen
- Dansk Erhverv – Fødevareregrossisternes brancheforening

De fleste interessenter har bidraget til formidlingen af nyheder fra Kløge Fødevarerindkøb, både i deres nyhedsbreve og på deres hjemmesider, og ved at invitere Madkulturen til at holde oplæg om Kløge Fødevarerindkøb på relevante netværksmøder og arrangementer.

Succeskriterie 8

8. *Indsatsen har styrket opmærksomhed på grønne offentlige indkøb af fødevarer og har medvirket til at påvirke rammevilkår for afsætning af økologiske og lokale fødevarer.*

På **nationalt** plan har Kløge Fødevarerindkøbs rådgivning af SKI resulteret i aftaler med 100 % økologisk sortiment, hvilket er en forudsætning for fortsat økologiomlægning af offentlige køkkener. Der ud over var der mulighed for at fravælge varegrupper, i forbindelse med tilslutningen til SKI aftalen, hvilket åbnede op for at kommunerne kunne vælge, hvilke varer de hellere ville købe lokalt, og fortsat tilslutte sig SKI aftalerne med resten af varerne. Over halvdelen af landets kommuner tilsluttede sig SKI aftalerne, hvorfor rådgivningen fra Kløge Fødevarerindkøb kommer til at påvirke rammevilkår for de offentlige køkkener i disse kommuner i årene fremover. Der ud over har Kløge Fødevarerindkøb rådgivet mange af de resterende kommuner, og de fleste regioner i forbindelse med deres udarbejdelse af indkøbsaftaler for fødevarer.

På **internationalt** plan har Madkulturen deltaget i en EU arbejdsgruppe, der arbejder med udviklingen af europæiske anbefalinger for grønne offentlige indkøb af fødevarer og catering ydelser (EU GPP Criteria for Food and Catering Services). På arbejdsgruppemødet kommenterede Kløge Fødevarerindkøb på udkastet til anbefalingerne, med henblik på generelt at hæve barren en smule mere, hvilket på sigt kan være med til at påvirke de europæiske rammevilkår for offentlige indkøb.

Succeskriterie 9

9. *Rådgivningskoncept og værktøjer der udvikles i projektet bliver gjort offentligt tilgængelige, hvilket sikrer et liv efter projektets udløb.*

Madkulturen fik udviklet hjemmesiden **klogefodevarerindkob.dk**, hvor værktøjerne og en procesguide, der illustrer rådgivningskonceptet, er blevet tilgængelige for offentlige indkøbere. Værktøjsskassen indeholder de værktøjer, der er udviklet af Købehavns Madhus, dvs. guide til indkøb af lokale varer, guide til indkøb af bæredygtige fisk, beregningsværktøj af det kommende forbrug, skabelon til tilbudslistes, der kan bruges ved økologiomlægning, sæsonvejledning og guide til sensoriske test og controlling. På hjemmesiden er der også præsenteret en række cases på danske kommuner og et par skandinaviske eksempler på aktører, der har arbejdet innovativt med offentlige fødevarerindkøb til inspiration for andre. Desuden er der en præsentation af hvem det er, der er involveret og har en interesse i udarbejdelsen af indkøbsaftalen, som kan være med til at styrke det samarbejde indkøberen skal have med andre, når der skal åbnes op for flere lokale fødevarer i de offentlige køkkener. Processen i et fødevarerudbud er beskrevet i et udbudshjul, ligesom både det klassiske udbudsdesign med tilhørende variationer og et alternativ, der kan åbne op for nye muligheder, er præsenteret, i form af en vejledning til offentlige indkøbere med tilhørende skabeloner for udbudsbetingelser, rammeaftale, kravspecifikationer og tilbudslistes.

I november 2016 kunne Madkulturen præsentere den nye hjemmeside på **afslutningskonferencen** for Kløge Fødevarerindkøb, hvor 82 offentlige indkøbere og øvrige aktører deltog. Ud over lanceringen af den nye hjemmeside, var der oplæg fra Skive Kommune, der har fået rådgivning fra Kløge Fødevarerindkøb til udvikling af nyt udbudsdesign, der åbner op for tilbud fra lokale supermarkeder, der gerne vil levere til de mindre institutioner såsom børnehaver, og fra Horsens Hospital, der i løbet af meget kort tid har lagt om til 60 % økologi, og er på vej mod de 90 %. Efter frokost var der mulighed for at høre mere om værktøjerne, eller tale med repræsentanter fra 6 kommuner og 6 øvrige aktører. Deltagerne udtrykte stor interesse for de nye værktøjer, og værdsatte netværksmuligheden. Konferencen var en del af Grøn Indkøbsuge arrangeret af Forum for bæredygtige Indkøb, hvor Madkulturen også året inden havde gennemført et informationsmøde for 30 deltagere om offentligt indkøb af lokale fødevarer.

Forankringsstrategien for hjemmesiden indebærer, at den er sikret levetid fem år frem. Herefter vil den blive lukket ned, hvis der ikke inden da er prioriteret at opdatere indholdet, da det i så fald må betragtes som forældet. Madkulturen, Forum for bæredygtige Indkøb, IKA og Udbudsportalens hjemmesider linker alle til den nye hjemmeside, så den bliver markedsført herigennem, såvel som gennem deres nyhedsbreve og sociale medier. De private leverandører og offentlige indkøbere, der har fået et særligt indblik i de tilgængelige værktøjer på brugertest og afslutningskonferencen, vil i den nærmeste fremtid fungere som en slags ambassadører for, hvordan værktøjerne kan bruges, og dermed vise vejen for andre.

Evaluering

Som det fremgik af seneste statusrapporteringer, har det været nødvendigt at finde finansiering til en grundig evaluering af projektet, hvilket har været planlagt fra projektets start, men ikke budgetlagt. Madkulturen har siden indhentet tilbud fra tre universiteter. Opgaven er gået til Århus Universitet, der forventes at aflevere den endelige evaluering af Kløge Fødevareindkøb april 2017. Århus Universitet gennemførte primo 2016 en midtvejsevaluering af rådgivningsforløbene, der er vedhæftet som bilag 2. Midlerne er fundet ved omdisponering i projektet og har således, kunnet holdes inden for projektets økonomiske rammer. Endvidere blev der uden for oprindeligt budget fundet de nødvendige midler til en landsdækkende markedsføringskampagne af www.klogefødevareindkøb.dk samt afholdt en konference for væsentlige interessenter i forbindelse med lanceringen af de udviklede hjælpeværktøjer. Dette for at sikre den nødvendige opmærksomhed omkring, og effekt af, et omfangsrigt og længerevarende projekt.

Konklusion

Ovenstående gennemgang af resultater og indsatser gennemført i regi af Kløge Fødevareindkøb viser, at projektet har levet op til de opstillede succeskriterier, og derigennem ligeledes opnået de opstillede målsætninger:

- Der er ydet rådgivning til 38 indkøbsansvarlige og udbudsjurister i kommunerne, 4 regioner, 3 statslige organisationer og 5 indkøbsfællesskaber, herunder SKI, om indkøb af økologiske og lokale fødevarer.
- Samarbejde i værdikæden fra indkøb og køkken til leverandør og producent er understøttet gennem netværksaktiviteter såsom varetagelsen af IKA tænketank for fødevarer.
- Det tværfaglige samarbejde internt i offentlige organisationer om indkøb af fødevarer er styrket gennem videndeling i rådgivningsforløb, såvel som gennem netværksaktiviteter og formidling af viden.
- Den viden om offentligt indkøb af fødevarer, der er opnået gennem Kløge Fødevareindkøb, er formidlet løbende gennem nyhedsbreve, PR, oplæg på arrangementer, netværksmøder og konferencer og gennem den nye hjemmeside klogefødevareindkøb.dk med en lang række værktøjer, vejledninger og skabeloner til offentlige indkøbere, der kan åbne op for offentligt indkøb af økologiske og lokale fødevarer.