



KAN DE PROFESSIONELLE KØKKENER VÆRE VEJEN FREM TIL MERE SUND OG MINDRE KLIMABELASTENDE MAD TIL DANSKERNE?

NICOLINE F.A. FRØSTRUP, METTE H. LØBNER, JONAS Y. JUNGE, EMILIE B. HANSEN & ULLA KIDMOSE

DCA RAPPORT NR. 237 · APRIL 2025 · RÅDGIVNING



AARHUS
UNIVERSITET

DCA - NATIONALT CENTER FOR FØDEVARER OG JORDBRUG



Kan de professionelle køkkener være vejen til mere sund og mindre klimabelastende mad til danskerne?

DCA rapport nr. 237 • DCA - Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug • Rådgivningsrapport

FORFATTERE:

Nicoline F. A. Frøstrup, Mette H. Løbner, Jonas Y. Junge, Emilie B. Hansen & Ulla Kidmose

Institut for Fødevarer

Aarhus Universitet



AARHUS
UNIVERSITET

DCA - NATIONALT CENTER FOR FØDEVARER OG JORDBRUG



Datablad

Titel:	Kan de professionelle køkkener være vejen til mere sund og mindre klimabelastende mad til danskerne?
Serie og nummer:	DCA rapport nr. 237
Rapporttype:	Rådgivningsrapport
Udgivelsesår:	April 2025. 1. udgave. 1. oplag
Forfatter(e):	Videnskabelig assistent Nicoline F. A. Frøstrup, AC-medarbejder Mette H. Løbner, Postdoc Jonas Y. Junge, videnskabelig assistent Emilie B. Hansen og Lektor Ulla Kidmose, Institut for Fødevarer, AU
Fagfællebedømmelse:	Professor Derek V. Byrne, Institut for Fødevarer, AU
Kvalitetssikring, DCA:	Chefkonsulent Stine Mangaard Sarraf, DCA Centerenheden, AU
Rekvirent:	Fødevarestyrelsen, Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri (FVM)
Dato for bestilling/levering:	05.04.2024 / 21.03.2025
Journalnummer:	2023-0613586
Finansiering:	Rapporten er udarbejdet som led i "Rammeaftale om forskningsbaseret myndighedsbetjening" indgået mellem Miljøministeriet, Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri og Aarhus Universitet under ID nr. 3.01 i "Ydelsesaftale Fødevarekvalitet og forbrugeradfærd 2023-2026".
Ekstern kommentering:	Ja. Fødevarestyrelsen har haft udkast til rapport, interviewguide og spørgeskema til kommentering. Kommentarket kan findes via dette LINK
Eksterne bidrag:	Nej.
Kommentarer til besvarelse:	Respondenter til interviewundersøgelsen blev rekrutteret med hjælp fra Fødevarestyrelsen, der har oprettet den første kontakt til mange af de madprofessionelle. Se mere under metodeafsnittet i kap. 3. Rapporten præsenterer resultater, som ved udgivelsen ikke har været i eksternt peer review eller er publiceret andre steder. Ved en evt. senere publicering i tidsskrifter med eksternt peer review vil der derfor kunne forekomme ændringer.
Citeres som:	Frøstrup F. A. N., Løbner H. M., Y. J. Junge, Hansen H. B. og Kidmose U. 2025. Kan de professionelle køkkener være vejen til mere sund og mindre klimabelastende mad til danskerne? 59 sider. Rådgivningsrapport fra DCA – Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug, Aarhus Universitet, leveret: 21.03.2025.
Rådgivning fra DCA:	Læs mere på https://dca.au.dk/raadgivning/
Foto for- og bagside:	Colourbox
Ophavsret:	Rapporten er omfattet af gældende regler om ophavsret

Layout: Rapportkoordinator Jette Ilkjær, DCA – Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug, Aarhus Universitet

Sideantal: 63

ISBN: Trykt version: 978-87-94420-61-7. Elektronisk version: 978-87-94420-62-4

ISSN: 2248-1684

Tryk: DigiSource.dk

Internetversion: <https://dcapub.au.dk/djfpublikation/index.asp?action=show&id=1524>

Indholdsfortegnelse

1	Baggrund	5
2	Litteraturgennemgang	7
2.1	Metode	7
2.2	Resultater	7
2.2.1	Tiltag i foodservice-sektoren til sund og mindre klimabelastende mad	7
2.2.2	Tiltag, som relaterer sig til fødevaren eller måltidet	8
2.2.3	Tiltag, som relaterer sig til præsentationen af retten eller måltidet	9
2.2.4	Tiltag, som relaterer sig til promovering, pris og tilgængelighed af produkter	11
2.2.5	Tiltag blandt køkkenpersonale	13
2.3	Konklusion på litteraturstudie	15
3	Interviews med madprofessionelle	16
3.1	Metode	16
3.2	Resultater	17
3.2.1	Tiltag implementeret i kantinerne	17
3.2.2	Hvordan forstås tiltag til at fremme sunde og mindre klimabelastende madvalg?	18
3.2.3	Gæstetilfredshed	19
3.2.4	Begrænsninger og fordele ved forskellige tiltag	20
3.2.5	Sundhedsmæssige fordele ved tiltagene	20
3.2.6	Gæsternes accept af tiltagene	21
3.2.7	Vigtige faktorer for gæsterne	22
3.2.8	Feedback på tiltagene og andre påvirkningsfaktorer	22
3.3	Konklusion på interviews	24
4	Spørgeskemaundersøgelse blandt gæsterne	25
4.1	Metode	25
4.1.1	Sociodemografi	26
4.1.2	Begrænsninger for spørgeskemaundersøgelsen	31
4.2	Resultater	31
4.2.1	Tiltag oplevet af gæsterne i kantinerne	31
4.2.2	Gæsternes tilfredshed med tiltagene i kantinerne	33
4.2.3	Påvirker tiltagene i kantinerne gæsternes og deres husstands madvaner?	37
4.2.4	Undersøgelse af spillover-effekter i kantiner	39
4.3	Konklusion på spørgeskemaundersøgelse	45
5	Samlet konklusion	46
6	Referencer	48
7	Bilag	51
7.1	Bilag 1: Interviewguide til interviews med madprofessionelle	51
7.2	Bilag 2: Spørgeskemaundersøgelse	55

1 Baggrund

Fra politisk side er der en ambition om at ændre danskernes fødevareforbrug i en sundere og mindre klimabelastende retning. En af de instanser, som har indflydelse på danskernes fødevareforbrug, er food servicesektoren, da mange danskere spiser en del af deres måltider uden for hjemmet. I en rapport fra Klimarådet i 2021 anbefalede de at stat, regioner og kommuner opsætter mål om, at de offentlige køkkener serverer mindre klimabelastende mad på basis af de officielle kostråd. Et sådan tiltag kan være en normalisering af mindre klimabelastende madvaner, så det bliver 'normen'- og ikke alternativet. Et andet politisk tiltag kan være at øge prisen på fødevarer, som er klimabelastende, hvilket kan bidrage til, at de professionelle køkkener vælger de billige og mindre klimabelastende råvarer. Et sidste bud på et tiltag fra Klimarådet er at indføre et køkkenklimamærke, som vil gøre det lettere for gæsterne at identificere køkkener, som serverer mindre klimabelastende mad (Klimarådet, 2021). Udover at disse politiske tiltag vil fremme mindre klimabelastende madvaner, vil de samme politiske tiltag kunne bruges til at fremme sunde madvaner blandt den danske befolkning.

I forhold til den politiske ambition om at ændre danskernes fødevareforbrug i en sundere og mindre klimabelastende retning, er det derfor væsentligt at opnå viden om, hvordan erfaringer og tiltag fra de professionelle køkkener påvirker, hvad der bliver spist i hjemmet. Dette omtales ofte som en spillover-effekt, som defineres som muligheden for, at kantinenes fokus på sund og mindre klimabelastende mad påvirker gæsterne og deres husstands madvaner uden for kantinen.

Fødevarestyrelsen har bedt AU om at undersøge følgende:

- Hvilke tiltag anvender professionelle køkkener, som kan fremme, at deres kunder spiser mad, der er sundere og mindre klimabelastende i hjemmet?
- Virker tiltag, som at kunderne bliver præsenteret for sund og mindre klimabelastende mad i kantinen, at der er mere information/kommunikation omkring sund og mindre klimabelastende mad, mere nudging eller flere koncepter som take-away eller too good to go?
- Hvordan modtages de anvendte tiltag af kunderne?
- Hvordan påvirker tiltagene kundernes madvaner og holdninger til sund og mindre klimabelastende mad i hjemmet?

Denne rapport indeholder tre dele: 1) En litteraturgennemgang af eksisterende national og international viden, som har identificeret forskellige tiltag til at fremme sund og mindre klimabelastende mad i professionelle køkkener samt evt. eksisterende viden om spillover effekten. 2) Interviews med køkkenprofessionelle. 3) Spørgeskemaundersøgelse blandt gæster i kantiner.

Delformålet med litteraturgennemgangen er at afdække eksisterende international og national videnskabelig viden i forhold til, hvilke tiltag, som kan have en positiv effekt på indtag og accept af sund og mindre klimabelastende mad i kantiner og evt. sekundær viden om restauranter, samt hvordan disse tiltag og andre tiltag påvirker kundernes spisevaner i hjemmet. Litteraturgennemgangen giver en oversigt over, hvilke tiltag i kantiner, som ser ud til at virke globalt med hensyn til at fremme sunde og mindre

klimabelastende madvaner hos gæsterne i kantinerne. Baseret på litteraturen udarbejdes en liste over eksisterende tiltag. Denne liste bruges til rekruttering af kantiner til interviews, hvor kantinerne skal udføre et eller flere af de tiltag, der findes på listen, for at blive inkluderet. Da der er store forskelle fra land til land med hensyn til tiltag i kantiner, kan resultaterne fra andre lande ikke nødvendigvis overføres direkte til Danmark. Derfor er det nødvendigt at høste egne erfaringer i Danmark ved indsamling af data omkring forskellige tiltag fra danske kantiner.

Delformålet for interviews med køkkenprofessionelle er at indhente viden om, hvilke eksisterende danske tiltag, der allerede anvendes ude i kantinerne til at fremme sund og mindre klimabelastende mad. Yderligere undersøges det, om de køkkenprofessionelle oplever at tiltagene virker, samt hvordan de oplever, at det har påvirket gæstetilfredsheden i kantinen.

Delformålet for spørgeskemaundersøgelsen blandt gæsterne er at undersøge, om der er en spillover-effekt fra kantinerne til hjemmene med hensyn til et øget indtag af sund og mindre klimabelastende mad. Yderligere vil gæsternes tilfredshed med tiltagene blive undersøgt, samt hvilke tiltag, de vurderer, kan have den største påvirkning på deres og deres husstands madvaner.

I rapporten tages ikke stilling til eller defineres, hvad sund og mindre klimabelastende mad er. Der tages blot udgangspunkt i, hvilke målbare parametre, litteraturen har brugt som indikation for om maden er sund og mindre klimabelastende. Disse parametre omfatter blandt andet at reducere madspild, at reducere indtaget af kød og øge indtaget af plantebaserede/planterige retter og måltider samt at øge indtaget af næringsstoffer. I interviewdelen bliver sunde og mindre klimabelastende madvaner ikke defineret, men de madprofessionelle redegør for, hvad de forstår ved dette. I spørgeskemadelen defineres det som madvaner, der følger de officielle kostråd.

2 Litteraturgennemgang

Dette afsnit gennemgår, hvordan litteraturen er fundet, samt resultaterne fra litteraturgennemgangen. Resultaterne er inddelt i seks underafsnit, hvorefter der til sidst findes en opsamling på resultaterne af litteraturgennemgangen.

2.1 Metode

Videnskabelig litteratur er søgt i videnskabelige databaser som Web of Science eller Scopus ved at kombinere søgeord som 'initiatives', 'canteens', 'restaurants', 'food service'. Yderligere er der brugt søgeord såsom 'spillover', 'nudging', 'adapting' og 'home'. For at rette søgningen mod fokus på sundhed og klima blev der yderligere brugt kombinationer af søgninger med ordene 'climate' og 'health'. Derudover er der fundet grå litteratur ved at søge på internettet via 'Google', samt ved at søge på nogle af ovenstående søgeord på dansk på Fødevarestyrelsens hjemmeside. I alt er der inkluderet 26 referencer. Endvidere bør det nævnes, at vi ikke har fundet noget litteratur, der direkte undersøger spillover-effekten fra kantinerne til gæsterne eller deres husstands madvaner i hjemmet.

2.2 Resultater

Litteraturen på området omkring tiltag i foodservice-sektoren til sundere og mindre klimabelastende mad kan ifølge Attwood et al. (2020) opdeles i forhold til i) selve fødevaren, produktet, retten eller måltidet, ii) præsentationen af retten eller måltidet eller iii) tilgængeligheden af produkter, ingredienser eller retten samt iv) promoveringen af produkter, ingredienser eller retten.

2.2.1 Tiltag i foodservice-sektoren til sund og mindre klimabelastende mad

Mange tiltag i blandt andet foodservice-sektoren bygger på interventioner, der har til formål at påvirke gæsternes adfærd. Disse interventioner er ofte effektive til at 'styre' folk mod et grønnere, mindre klimabelastende eller sundere fødevarevalg. Et meget brugbart værktøj ved interventioner til at påvirke gæsternes adfærd, er et 'nudge' – 'et puf/skub', som kan defineres som 'ethvert aspekt af 'the choice architecture', som ændrer folks adfærd i en forudsigelig retning uden at forbyde nogle muligheder eller ændre deres økonomiske incitamenter (Thaler & Sunstein 2008; Ensaff 2021). 'Choice architecture' relaterer sig til, hvordan et fødevarevalg er præsenteret, og hvordan dette påvirker ens beslutning med hensyn til fødevarevalg (Thaler & Sunstein, 2008; Ensaff 2021). Et 'nudge' i forbindelse med at vælge sundere mad kan ifølge Buratto & Lotti (2024) være at gøre de sunde fødevarer mere synlige i forhold til de usunde fødevarer, mens et 'nudge' i forbindelse med at vælge mindre klimabelastende mad kan være at øge antallet af planterige måltider og samtidig reducere antallet af måltider, som indeholder kød, i foodservice-sektoren.

2.2.2 Tiltag, som relaterer sig til fødevaren eller måltidet

Tiltag i foodservice-sektoren, der kan fremme en overgang til en mere plantebaseret kost, inkluderer ifølge Attwood et al. (2020) at øge andelen af grøntsager i forhold til kød i retter, forbedre smagen, udseendet og teksturen i planterige retter, introducere plantebaserede alternativer til populære kødretter, øge antallet af plantebaserede retter i forhold til kødbaserede retter samt at indføre en ugentlig dag, hvor der udelukkende serveres plantebaserede retter.

De fleste videnskabelige undersøgelser, der har undersøgt tiltag, som relaterer sig til måltidet, og som har til formål at fremme mindre klimabelastende måltider, har undersøgt flere af disse tiltag i interventionsstudier i foodservice-sektoren.

I et dansk studie af Lassen et al. (2003) fik køkkenpersonalet i fem forskellige arbejdskantiner til opgave at udvikle strategier, der kunne øge kundernes indtag af frugt og grøntsager. Køkkenpersonalet udviklede og implementerede i alt 28 forskellige strategier, hvoraf de fleste fokuserede på at inkorporere flere grøntsager og bælgrugter i måltiderne. For de varme retter blev der anvendt strategier som at tilsætte løg og andre grøntsager til kødretter som kødboller og frikadeller, inkludere grøntsager i ris, pasta, stegte kartofler og kartoffelmos, bruge purerede grøntsager til at jævne saucer og supper samt generelt at hente mere inspiration fra etniske køkkener, f.eks. asiatiske køkkener, der er kendt for at have fokus på grøntsager. For de kolde retter omfattede strategierne blandt andet at anvende mere fyldige og mættende ingredienser som rodfrugter og bønner i salater, tilbyde flere grøntsagsbaserede dips og garniture samt tilføje ekstra grøntsager i sandwicher. Resultaterne viste, at strategierne var succesfulde, og efter 8 måneder havde kantinerne oplevet en gennemsnitlig stigning i indtaget af frugt og grønt på 70 g/dag per kunde.

Ændring af proportionerne mellem kød og grøntsager, så mængden af kød reduceres samtidig med at mængden af grønt maksimeres, kan ligeledes være et tiltag, der bevirker et reduceret kødindtag. Et interventionsstudie af Reinders et al. (2020) i en restaurant viste, at ved at reducere mængden af kød med gennemsnitligt 14%, mens mængden af grøntsager blev fordoblet, bevirkede det, at indtaget af kød faldt med 12%, mens indtaget af grønt steg med 99%. Indtaget blev målt ved at sammenligne vægten af måltidet før servering med vægten af mad, der blev efterladt på tallerkenerne. Hvis kunderne skulle vælge mellem de to portionsstørrelser, valgte 35% den tilpassede portionsstørrelse, hvorved 5% mindre kød og 35% flere grøntsager blev indtaget (Reinders et al, 2020). Ligeledes viste en af de 28 strategier anvendt i det førnævnte studie af Lassen et al. (2003), at man kunne øge gæsternes indtag af frugt og grøntsager ved at tilbyde tallerkener med faste portionsstørrelser, f.eks. 200 gram frugt og grøntsager. Udover at en ændring af portionsstørrelsen kan have en effekt på indtaget af henholdsvis planterige retter og kødholdige retter, så kan en tilpasning af portionsstørrelsen til kundernes behov ved at bruge små skåle/tallerkener ligeledes have en positive effekt i forhold til at minimere madspild i kantinerne (Betz et al. 2015).

Indførelsen af én kødfri dag om ugen kan bidrage til, at flere bliver mere positivt indstillet over for planterige retter, hvilket potentielt kan reducere det samlede kødforbrug. Et studie af Milford & Kildal (2019)

undersøgte effekten af at implementere 'Meatless Monday' (kødfri mandag) i kantinerne, der serverede mad til soldater i det norske forsvar. Resultaterne viste, at de soldater, der oplevede kødfrie dage i militærkøkkenet, i højere grad vurderede, at deres tid i militæret havde givet dem et mere positivt syn på vegetarisk mad.

Andre tiltag, som relaterer sig til fødevaren eller retten, handler primært om at forbedre plantebaserede retters sensoriske egenskaber, såsom en forbedring af udseende, tekstur og smag (Attwood, et al. 2020). I et interventionsstudie af Campbell-Arvai et al. (2014) i en universitetskantine i USA fik 319 kunder som standard serveret en vegetarmenu. Dog kunne de selv tilvælge en kødbaseret menu. Kantinen serverede både et sensorisk appellerende og et ikke-appellerende vegetarisk måltid. I alt valgte 27% af kunderne det kødholdige måltid, når de automatisk fik tilbudt det ikke-appellerende vegetariske måltid, mens kun 10% valgte det kødholdige måltid, når de automatisk først fik tilbudt det appellerende vegetariske måltid. Dette viser, at det sensoriske udtryk af vegetariske måltider har stor betydning for, om kunder aktivt tilvælger et kødholdigt alternativ, når de som standard får serveret et vegetarisk måltid.

I det førnævnte studie af Campbell-Arvai et al. (2014) var det ikke kun det sensoriske udtryk af vegetarretten, der havde en effekt - selve 'default'-strategien havde også en tydelig effekt. Efter at kunderne i to uger automatisk fik den vegetariske ret som default/standard, valgte de efterfølgende sjældnere retter fra den kødholdige menu. Disse resultater understøttes af et studie af Hansen et al. (2019), hvor konferencedeltagere som standard fik tilbudt en vegetarisk frokost via det elektroniske registreringssystem. Deltagerne kunne dog aktivt fravælge vegetar-muligheden og i stedet vælge en kødholdig frokost. Dette førte til et fald i antallet af deltagere, der valgte den kødholdige frokost. Disse studier viser således, at implementering af en vegetariske menu som default er en effektiv strategi til at reducere kundernes kødforbrug.

2.2.3 Tiltag, som relaterer sig til præsentationen af retten eller måltidet

'Nudging'-præsentationsstrategier af retten handler om at ændre på præsentationen af sund eller mindre klimabelastende retter, så kunderne vælger disse retter. Ifølge Attwood et al. (2020) omfatter præsentation af retter selve placeringen af retterne på buffeter og i selvbetjeningskantiner eller -restauranter. Dette omfatter blandt andet at sætte planterige retter først og gøre området til planterige retter større i forhold til området for kødretterne. Udover placering af retterne på buffeten eller i kantinen, omfatter præsentationen også, om der bruges mærkninger (f.eks. veganer- eller nøglehulsmærke) på dem. Ligeledes kan ordvalget/navngivningen/betegnelserne, som anvendes på retterne, have stor betydning for kundernes valg (Attwood et al. 2020).

I et engelsk studie af Garnett et al. (2020) undersøgte de betydningen af placering og afstand mellem en vegetarisk ret og en kødholdig ret i to kantiner ved University of Cambridge for at undersøge, om tiltagene havde en effekt i forhold til at reducere kødforbruget og øge salget af vegetariske retter. Studiet viste, at der var en effekt på salget af den vegetariske ret, når den blev placeret forrest på disken, men kun når afstanden til kødretten var større end 1,5 meter. Hvis afstanden mellem de to retter var mindre end 1 meter, var der ingen effekt på salget af den vegetariske ret i forhold til kødretten, selvom

den vegetariske ret var placeret forrest. Kantiner, der ønsker at reducere kødforbruget ved at fremhæve vegetariske retter, bør derfor overveje andre faktorer, herunder afstanden mellem retterne, end blot at placere den vegetariske ret forrest (Garnett et al., 2020). Det tidligere nævnte studie af Lassen et al. (2003) viste ligeledes, at placeringen af plantebaserede retter i forhold til kødretter påvirkede indtaget af grøntsager blandt gæsterne. En af de succesfulde strategier, som bidrog til at øge indtaget af frugt og grøntsager i de fem arbejdskantiner, var at placere nogle af salaterne tættere på de varme retter i stedet for udelukkende i salatbaren. Ifølge Lassen et al. (2003) indikerer disse resultater også, at det er lettere at få kunder til at vælge mere salat, når det er en del af en buffet, sammenlignet med et system, hvor kunderne betaler for hver enkelt vare, de ønsker til frokost.

I forhold til navngivning/betegnelser på menuen ved præsentation af retter kan et tiltag være at bruge et positivt ordvalg for sunde og/eller mindre klimabelastende retter samt anvendelse af bestemte mærkninger og piktogrammer. Buratto og Lotti (2020) undersøgte effekten af mærkning og navngivning på salget af vegetariske og plantebaserede retter i en restaurant. Studiet viste, at ved at fjerne symbolerne 'v' og 'pb' for hhv. vegetariske og plantebaserede retter, så steg salget af disse retter. Desuden viste studiet, at salget af vegetariske og plantebaserede retter ikke blev påvirket, hvis der blev tilføjet et symbol for lav emission (LE), hvorimod hvis dette symbol blev ledsaget af et opklarende udsagn, som forklarede formålet med retterne på menuen, så steg salget. Dette understøttes af et studie af Brunner et al. (2018) i en universitetskantine, hvor salget af kødretter med en lav emission af drivhusgasser blev øget ved at markere dem med et grønt mærke. Omvendt faldt salget af kødretter med høj udledning af drivhusgasser, når de blev markeret med et rødt mærke.

I et studie af Lassen et al. (2014) blev det undersøgt, hvilken effekt nøglehulsmærkning af måltider havde på energi- og næringsstofindtaget, tilfredshed med måltidet og madspild. Forsøget viste, at mærkning af måltider med et nøglehulsmærke i forhold til ingen mærkning havde flere ernæringsmæssige positive effekter som f.eks. lavere energitæthed i de måltider, der blev spist, hvorimod mærkning ikke havde en effekt på tilfredsheden med måltidet og mængden af madspild.

Krpan og Houtsma (2020) fandt i et online studie, at klimavenlig eller social navngivning af vegetariske retter som 'Klimavenlig ret for en glad planet', eller 'Forfriskende ret til en afslappende samtale' eller ved ikke at navngive retten medførte, at flere valgte den vegetariske ret end hvis den var navngivet som 'Vegetarisk'.

Et interventionsstudie af Turnwald et al. (2017) i en stor universitetskantine i Storbritannien undersøgte effekten af fire forskellige måder at navngive grøntsager på. Forskerne registrerede, hvor mange gæster, der valgte grøntsagerne med de forskellige navngivninger, og hvor meget grønt, der blev taget. De fire navngivningskategorier var: 'sensorisk tiltalende' (indulgent), 'enkel/basal', 'sund restriktiv' og 'sund positiv'. For eksempel blev gulerødderne navngivet som henholdsvis 'Twistede citrus-glaserede gulerødder', 'Gulerødder', 'Gulerødder med sukkerfri citrusdressing' og 'Smart valg – vitamin C citrus gulerødder' for de respektive kategorier. Studiet viste, at en 'sensorisk tiltalende' navngivning resulterede i, at signifikant flere gæster valgte grøntsagerne sammenlignet med de øvrige navngivninger ('en-

kel/basal', 'sund restriktiv' og 'sund positiv'). Derudover blev der også spist en større mængde grøntsager, når de var navngivet 'sensorisk tiltalende', sammenlignet med grøntsager med 'enkel/basal' eller 'sund restriktiv' navngivning. Der var ingen forskel i mængden af grøntsager, der blev spist, mellem de 'sensorisk tiltalende' og 'sund positiv' navngivninger.

Et online studie af Marshall et al. (2022) viste, at hvis der blev anvendt kødrelaterede ord til grøntsagsretter, som f.eks. blomkålssteak i stedet for blomkålsskiver, så var deltagerne mere villige til at spise disse retter. Samtidig blev de opfattet som mere proteinholdige. Ved at ændre navnet på en ret fra 'Fedtfattig vegetarisk bønnesuppe' til 'Cubansk bønnesuppe' steg salget med 13% ved en amerikansk restaurantkæde ifølge Attwood et al. (2020).

I forhold til ordvalg ved præsentation af retter, så kan et tiltag også være at planterige retter indgår i hovedmenuen og ikke i en specialmenu. Saulais et al. (2019) undersøgte effekten af at navngive vegetarmenuen som 'Dagens ret' i en selvbetjeningsrestaurant. I forsøget kunne 294 kunder vælge mellem to eller tre af følgende retter: En vegetarisk ret, som kunne være 'Dagens ret', en kødret, som kunne være 'Dagens ret' eller en anden vegetarisk ret. Når den ene vegetariske ret blev betegnet som 'Dagens ret' i forhold til ingen betegnelse eller i sammenligning med de andre to retter, steg valget for den vegetariske 'Dagens ret' med hhv. 25% og 30%, mens kun 8% flere kunder valgte den kødholdige ret, når den blev kaldt 'Dagens ret' i forhold til vegetarretten. Der var ingen forskel i kundetilfredshed eller madspild mellem de forskellige retter, når de blev kaldt 'Dagens ret' eller ikke blev kaldt noget. Så navngivning eller ordvalg i forbindelse med menuer ser ligeledes ud til at have en betydning til at fremme et sundt og mindre klimabelastende fødevarevalg blandt gæster i kantiner.

2.2.4 Tiltag, som relaterer sig til promovring, pris og tilgængelighed af produkter

Ifølge Attwood (2020) handler promoveringsstrategier til fremme af sunde og mindre klimabelastende retter primært om at optimere prissætningen og markedsføringen af planterige måltider. Effektive tiltag inkluderer blandt andet at tilbyde smagsprøver, øge tilgængeligheden af information om de sundheds- og klimamæssige fordele samt at hæve priserne på kødholdige alternativer. Attwood et al. (2020) fremhæver, at markedsføringen af plantebaserede retter kan gennemføres ved hjælp af forskellige materialer såsom plakater, foldere eller tv-skærme. Ensaff (2020) pointerer desuden, at tilgængelighed spiller en central rolle i indsatsen for at fremme sunde og mindre klimabelastende fødevarevalg. Dette kan blandt andet indebære at øge udbuddet af sunde og mindre klimabelastende retter. Derudover kan tilgængelighed handle om at besværliggøre at vælge usunde og klimabelastende fødevarer, eller omvendt gøre planterige alternativer mere lettilgængelige og bekvemmelige at vælge (Lassen et al., 2003; Brunner, 2013).

Mange af de tidligere beskrevne studier om tiltag, der relaterer sig til selve retten/måltidet eller præsentationen heraf, fokuserer også på at promovere sunde og mindre klimabelastende retter i kantiner. Geaney et al. (2016) undersøgte effekten af at øge personers viden generelt om ernæring på kvaliteten af den mad, de vælger i kantiner. Studiet omfattede 541 medarbejdere på fire større arbejdspladser,

som blev tildelt én af følgende grupper: Én kontrolgruppe; én gruppe, der modtog information om ernæring (inkl. foredrag, individuelle konsultationer og detaljeret information om ernærings sammensætning); én gruppe, der blev udsat for miljømæssige ændringer i kantinen (herunder menuændringer, frugtrabatter, strategisk placering af sundere alternativer og kontrol af portionsstørrelse); samt én gruppe der modtog både ernæringsinformation og miljømæssige ændringer. Resultaterne viste, at gruppen, der både modtog information om ernæring og blev udsat for miljømæssige ændringer, havde et signifikant lavere BMI, bedre viden om kost og en forbedret ernæringsmæssig kvalitet af deres måltider efter interventionen sammenlignet med gruppen, der kun blev udsat for de miljømæssige ændringer.

Optimering af prisen på plantebaserede retter i forhold til kødholdige retter kan også være et effektivt værktøj til at gøre sunde og mindre klimabelastende fødevarer mere attraktive i kantiner. Garnett et al. (2021) undersøgte, hvordan prisændringer på vegetariske måltider (nedsat fra £2,05 til £1,85) og kødholdige måltider (forhøjet fra £2,52 til £2,72) påvirkede salget i en kantine på University of Cambridge i Storbritannien. Resultaterne viste, at prisændringerne øgede andelen af vegetariske måltider med 3,2 procentpoint og reducerede salget af fisk med 2,8 procentpoint. Der var dog ingen signifikant ændring i salget af kødholdige måltider. En nærmere analyse af de 325 deltagere, baseret på deres tidligere måltidsvalg, viste, at prisændringen kun havde en signifikant effekt på den kvartil af gæster, der allerede valgte flest vegetariske og veganske måltider. Dette tyder på, at prisjusteringer primært påvirker de gæster, der allerede er tilbøjelige til at vælge plantebaserede alternativer. I stil med dette undersøgte et studie af Nguyen et al. (2022) effekten af rabatter på kalorielette retter på kundernes villighed til at ændre den menu, de oprindeligt havde valgt. I studiet deltog 165 personer, som blev opdelt i to grupper: En gruppe modtog standardrabatter, mens den anden gruppe fik personaliserede rabatter. De personaliserede rabatter blev blandt andet baseret på køn, fritidsaktiviteter og tendens til at købe produkter på tilbud. Derudover blev de personaliserede rabatter tilpasset den menu, deltagerne oprindeligt havde valgt. For eksempel fik deltagere, der havde valgt en menu med flere kalorier end deres anbefalede daglige indtag, højere rabatter end dem, der valgte en menu med et passende kalorieindhold. Resultaterne viste, at gruppen med personaliserede rabatter havde en betydeligt højere indløsningsrate på 76,81%, sammenlignet med den gruppe, der kun modtog standardrabatter, hvor indløsningsraten var 26,04%. Resultaterne fra de to studier antyder samlet set, at prisdifferentieringer kan være en effektiv strategi til at fremme sunde og mindre klimabelastende fødevarer. Effekten kan dog være begrænset til specifikke målgrupper. En anden strategi kan være at tilbyde gratis frugt og grønt i kantiner. Både studiet af Lassen et al. (2003) og et studie af Lachat et al. (2009) udført i en universitetskantine i Storbritannien viste, at det at tilbyde gratis frugt og grønt signifikant øgede indtaget af frugt og grønt blandt kunderne.

En anden simpel strategi til at få flere kunder i kantiner til at vælge sunde og mindre klimabelastende retter kunne være at tilbyde et større udvalg af disse. Dette kan øge tilgængeligheden og i højere grad sikre, at der er noget for enhver smag. Et studie af Garnett et al. (2019) viste, at salget af vegetariske måltider i tre universitetscafeterier i Storbritannien steg med henholdsvis 14,9%, 14,5% og 7,8% ved at øge valgmulighederne for vegetariske måltider fra én ud af fire muligheder til to ud af fire muligheder.

Tilgængelighed kan også handle om at besværliggøre at vælge usunde og klimabelastende fødevarer. I et studie af Brunner (2013) sås et signifikant fald i både usunde og sunde snacks, når deltagerne skulle bruge en tang, som gjorde det mere besværligt end at tage direkte med hænderne. Omvendt kunne man antage, at hvis frugt og grøntsager gøres lettere tilgængelige, kunne det øge forbruget af disse. For eksempel var nogle af de strategier, der bidrog til at øge indtaget af frugt og grønt blandt kunderne i kantinerne i studiet af Lassen et al. (2003), at tilbyde snackposer med friskskåret frugt og rå, skrællede grøntsager, som kunderne nemt kunne tage med på farten eller op på kontoret.

At frokostkantiner tilbyder take-away til aftensmad kan have en positiv effekt på gæsternes overordnede sundhed og reducere klimabelastningen. Et studie af Lassen et al. (2012) undersøgte effekten af at tilbyde medarbejdere i en dansk arbejdskantine sunde, færdiglavede måltider til at tage med hjem. Kostindtaget på dage med take-away blev sammenlignet med dage uden take-away blandt 27 medarbejdere. Data blev indsamlet via 24-timers kostdagbøger suppleret med fotos. Resultaterne viste, at energitætheden i maden var signifikant lavere på take-away-dage, både ved aftensmåltidet (-187 kJ/100 g) og totalt for hele dagen (-77 kJ/100 g). Derudover steg grøntsagsindtaget per deltager med 83 g ved aftensmåltidet og 109 g dagligt. Studiet konkluderer, at sunde take-away-måltider kan forbedre medarbejderes kostvaner og fremhæver vigtigheden af tilgængelighed og bekvemmelighed som redskaber til at fremme sund og mindre klimabelastende kost.

2.2.5 Tiltag blandt køkkenpersonale

Det er i sidste ende køkkenpersonalet, der står for at tilberede og præsentere retterne, der sælges i kantiner og andre professionelle køkkener. De kan dermed direkte påvirke gæsternes fødevarevalg og spiller en central rolle i at fremme indtaget af sunde og mindre klimabelastende fødevarer. Ifølge Attwood et al. (2020) er der flere faktorer, der kan hindre køkkenpersonalet i at tilberede sunde og planterige retter. Planterige retter kan være mere komplekse at forberede end kødretter, da de ofte indeholder flere og mere varierede ingredienser og kræver ukendte tilberedningsteknikker. Derfor kan de køkkenprofessionelle mangle den nødvendige ekspertise og viden for at tilberede disse retter med succes. Det er heller ikke alle køkkenmedarbejdere, der nødvendigvis altid er bevidste om, hvilken indflydelse, de har på gæsternes valg, eller har viden om de sundheds- og klimamæssige konsekvenser af de fødevarer, de arbejder med. Ifølge Attwood (2020) kan information og oplæring/uddannelse af køkkenpersonale samt adgang til det rette køkkenudstyr og de rette råvarer bidrage til at fremme indtag af sunde og mindre klimabelastende retter blandt gæsterne.

I det førnævnte studie af Lassen et al. (2003), hvor køkkenpersonalet i fem forskellige arbejdskantiner udviklede 28 strategier, der med succes øgede kundernes indtag af frugt og grøntsager signifikant over en 8-måneders periode, var uddannelse af køkkenpersonalet en central forudsætning for dette. Studiet begyndte med et seminar for alle medarbejdere, der havde til formål at introducere projektet og skabe engagement omkring det. Køkkenpersonalet deltog derefter i en 8-timers træningssession, der fokuserede på at udvide deres viden om smagssammensætningen af forskellige frugter og grøntsager samt forbedre praktiske færdigheder inden for tilberedning samt skære- og snitteteknikker. Først herefter blev

der sat mål for det gennemsnitlige indtag af frugt og grønt pr. gæst, og personalet udviklede strategierne baseret på baseline-data.

Et eksempel på, hvordan træning i tilberedningsteknikker blandt køkkenpersonale kan øge indtaget af grøntsager frem for kød, er ifølge Attwood et al. (2020) 'The Blended Burger', som hotelkæden Hilton introducerede i 2018. Denne burger består af 20-30% svampe og 70-80% kød. I samarbejde med World Resources Institute (WRI), Mushroom Council og Culinary Research and Education Academy udviklede Hilton en serie på ti træningsvideoer, der havde til formål at inspirere kokke til at skabe innovative burgerblandinger. Videoerne gav en trin-for-trin vejledning til, hvordan man kombinerer kød og svampe for at opnå forskellige smags- og teksturprofiler. Et år senere rapporterede over 400 hoteller i USA, at de serverede reducerede kødmuligheder, herunder 'The Blended Burger' (Attwood et al., 2020).

Uddannelse om de miljømæssige og sundhedsmæssige effekter af reduceret kødforbrug kan muligvis motivere kokke og køkkenpersonale til at inkludere flere klimavenlige og sunde retter i deres menuer. I studiet af Milford og Kildal (2019) blev der gennemført kvalitative fokusgruppeinterviews med køkkenpersonalet i kantinerne, der serverer mad til det norske forsvar, for at afdække nogle af de barrierer, der kan være i forhold til at tilberede flere vegetariske retter. Ud over at flere af de madprofessionelle havde begrænset erfaring med vegetarisk mad og var skeptiske over for både smag og næringsværdi, viste det sig også, at både beslutningstagere og køkkenchefer ikke betragtede kødreduktion som en vigtig bæredygtighedsforanstaltning. Disse resultater tyder på, at investering i uddannelse af køkkenpersonale om, hvordan forskellige fødevarer påvirker sundhed og klima, kan nedbryde nogle af de barrierer, der forhindrer dem i at tilberede sunde og mindre klimabelastende måltider.

2.3 Konklusion på litteraturstudie

Baseret på litteraturen er der mange forskellige typer af tiltag i foodservice-sektoren, som kan have en effekt på gæsternes valg af sunde og mindre klimabelastende retter og måltider. Litteraturen har dannet grundlag for Tabel 1, der er en oversigt over tiltag, der anvendes i interviewene og spørgeskemaundersøgelsen. Tabellen er revideret i forhold til, hvilke tiltag, der er populære i Danmark og derfor er økologiske, sæsonbaserede og lokale/danske råvarer tilføjet, samt at prisen på maden bestemmes af vægt. Yderligere er der i tabellen angivet en forkortelse for hvert tiltag, der vil blive brugt gennem rapporten.

Tabel 1: *Præsentation af tiltagene, der er inkluderet på baggrund af litteraturen.*

I tabellen præsenteres også en forkortelse for tiltagene, som bruges gennem rapporten.

Tiltag	Forkortelse
Placering og præsentation af retter i buffeten	Placering/Præsentation
Ændre portionsstørrelse eller tallerkenstørrelse	Portions-/Tallerkenstørrelse
Default vegetarisk forplejning/valg for gæsten	Vegetarisk forplejning
Navngivning af retter	Navngivning
Undlade brug af ordene vegetarisk/vegansk i præsentation af retterne	Undlade vegetarisk/vegansk
Servering af kendte retter men som kødfrie alternativer	Kødfrie alternativer
Servering af retter fra andre lande/kulturer, som oprindeligt er uden kød	Verdensmad
Opskriftsdeling/Vidensdeling med gæsterne	Vidensdeling
Pris på maden baseret på vægt eller indhold	Pris
Brug af mere grønt og bælgrugter i retterne	Grønt og bælgrugter
Opnået økologimærke	Økologi
Sæsonbaseret råvarevalg	Sæsonbaseret
Brug af lokale/danske råvarer/ingredienser	Danske råvarer
Mulighed for at gæster kan købe take-away med hjem	Take-away
Salg af råvarer eller produkter til gæsterne	Andet salg

3 Interviews med madprofessionelle

I denne sektion gennemgås det, hvordan interviewene med de madprofessionelle i forskellige danske kantiner er blevet gennemført, samt de overvejelser, der har været forud for interviewene. Resultaterne af disse interviews gennemgås efterfølgende.

3.1 Metode

Respondenter til interviewene blev rekrutteret med hjælp fra Fødevarestyrelsen, der har oprettet den første kontakt til mange af de madprofessionelle. Rekrutteringen tog udgangspunkt i, at de madprofessionelle skulle være ansat i en kantine eller frokostordningsvirksomhed, der tidligere havde indført et eller flere tiltag af dem, som er inkluderet i denne undersøgelse (ses i Tabel 1). Yderligere var kantinerne geografisk placeret over hele landet, samt en blanding af offentlige og private kantiner. Kantinernes størrelse, samt deres geografiske placering kan findes Tabel 2 og Tabel 3.

Der er gennemført 14 interviews med i alt 15 madprofessionelle. Fem interviews er gennemført fysisk på kantinens lokation, mens de resterende ni er gennemført online via Microsoft Teams eller Zoom. Inden interviewene blev gennemført, fik vi et overblik over, hvilke tiltag der implementeret i deres kantine. Ud fra dette blev der udvalgt et til tre tiltag per kantine fra Tabel 1, som der var fokus på i de respektive interviews, så der var tid til at gå i dybden med de udvalgte tiltag, og at alle tiltag blev af-dækket igennem interviewene. Alle interviews blev optaget og transskriberet, og citater fra interviewene præsenteres som resultater i afsnittet nedenfor. De madprofessionelle gav inden interviewet samtykke til, at interviewet blev optaget, og citater ville blive brugt i rapporten. Hvert interview blev gennemført med udgangspunkt i en interviewguide, der kan ses i Bilag 1. Interviewguiden var opbygget i en oplysningsdel, samt fem yderligere dele. Oplysningsdelen var til for at oplyse de madprofessionelle om samtykke og deres rettigheder undervejs i interviewet. Første del var en introduktion af både interviewer og de madprofessionelle, anden del handlede om forståelsen af tiltag til sunde og mindre klimabelastende madvaner, samt hvilke tiltag der var indført i kantine. Tredje del blev brugt til at fokusere på to til tre tiltag for hver kantine, hvori de madprofessionelle uddybede effekter, begrænsninger og oplevelser af gæstetilfredsheden. I fjerde del af interviewet fik de madprofessionelle lov til at belyse, hvilke tiltag de var mest stolte af, samt hvilke oplevelser de havde med disse tiltag. Femte del af interviewet var afrunding, hvor de madprofessionelle kunne tilføje yderligere, hvis de havde behov for det.

Tabel 2: Fordeling af de 14 kantiner i forhold til dagligt spisende*uden mødeforplejning og anden forplejning.

Antal dagligt spisende*	Antal kantiner
Mellem 100 og 299	2
Mellem 300 og 799	9
Mere end 800	3

Tabel 3: Fordeling af de 14 kantiner i forhold til deres geografiske placering.

Geografisk placering	Antal kantiner
Region Hovedstaden	6
Region Sjælland	2
Region Syd	3
Region Midt	1
Region Nord	2

3.2 Resultater

I de følgende afsnit vil resultaterne af interviewene med de madprofessionelle blive gennemgået i forskellige underafsnit.

3.2.1 Tiltag implementeret i kantinerne

Interviews med madprofessionelle fra kantiner rundt i Danmark viser tydeligt, at flere kantiner benyttede sig af flere tiltag og initiativer til at fremme sundere og mindre klimabelastende madvaner i kantinerne. I interviewene med de madprofessionelle blev en lang række tiltag og initiativer nævnt. I Tabel 4 ses tiltagene fra Tabel 1, med angivelse af antal madprofessionelle, der nævnte at tiltagene er implementeret i deres kantine.

Tabel 4: En notering af hvor mange madprofessionelle, der har nævnt, at de enkelte tiltag er implementeret i deres kantine.

Tiltag	Antal gange nævnt
Placering/Præsentation	4
Portions/tallerkenstørrelse	6
Vegetarisk forplejning	2
Navngivning	3
Undlade vegetarisk/vegansk	6
Kødfrie alternativer	13
Verdensmad	2
Vidensdeling	4
Pris	3
Grønt og bælgfrugter	12
Økologi	9
Sæsonbaseret	5
Danske råvarer	5
Take-away	2
Andet salg	0

Det ses i Tabel 4, at *kødfrie alternativer* er det tiltag, der er implementeret af flest kantiner (13 ud af 14) efterfulgt af tiltag *grønt og bælgfrugter* (12 ud af 14). Modsat blev *vegetarisk forplejning*, *verdensmad* og *take-away* kun nævnt som værende implementeret i to ud af 14 kantiner. Disse tal kan dog reelt være højere, da det udelukkende er baseret på de madprofessionelles udtalelser i interviewene.

Yderligere ses det i Tabel 4, at tiltaget *andet salg* ikke er blevet nævnt i interviewene. Derfor er der ikke kommenteret på dette tiltag i forbindelse med afrapporteringen af interviewene og er heller ikke blevet inkluderet i spørgeskemaundersøgelsen.

3.2.2 Hvordan forstås tiltag til at fremme sunde og mindre klimabelastende madvalg?

De madprofessionelle blev spurgt, hvad de forstod ved tiltag, der kan fremme sunde og mindre klimabelastende madvaner. Der var blandede svar, men de gik overordnet set i samme retning. Vi hørte blandt andet:

"At vi skal bruge danske og så vidt muligt lokale råvarer. Mindre kød, og flere proteinrige bælgfrugter."

"Jeg tænker grøntsager og jeg tænker meget grønt. Det vi har gjort herude er, at vi sjældent serverer styk-kød til eksempelvis den varme mad. Der var engang, hvor man kunne servere en pariserbøf eller en hakkebøf eller et godt stykke steg med et eller andet – og de tider er vi altså forbi."

"Det første, der popper op, er, hvad der er klimatungt – det er jo kødet. Dernæst tænker jeg, at det er jo ikke nok bare at lade være med at spise kød – du gør noget bedre, men der er også grøntsager, såsom avokadoer, der også er tunge for klimaet."

Med ovenstående citater nævnte de madprofessionelle mindre klimabelastning som den første årsag til, at tiltagene er indført ude i kantinerne. Mere specifikt nævnes flere bælgrugter, mindre kød og flere grøntsager, men der blev også nævnt tanker om CO₂-belastning, og at nogle råvarer kan være mindre klimabelastende end andre råvarer – både i forhold til oprindelse, produktion og transport. Flere nævnte mindre kød, og kommenterede på, at der er sket noget med, hvordan kødet serveres i kantinerne. Flere madprofessionelle nævnte dog også sundheden, og mente også, at mindre klimabelastning og sunde madvaner kan følges ad, som vi ser her:

"Jeg tænker mindre smør og fløde, flere bælgrugter, kikærter og bønner."

"Altså sundhed, det er jo mindre klimabelastende med bønner og sådan, men det er jo også mindre klimabelastende, at man ikke skal på medicin og sådan, vil jeg mene."

Der bliver altså tænkt på, at råvarerne i maden skal være sunde valg, men også at de mindre klimabelastende råvarer kan resultere i sundhed og bedre helbred.

Hvis tiltagene både skal være sunde og mindre klimabelastende, kan det for nogle være en udfordring ikke at gå på kompromis med tilfredsheden blandt gæsterne:

"Det er meget, meget vigtigt for dem [virksomheden kantinekontrakten er indgået med], at der også er en grad af forkælelse i det, så vi laver ikke kun fuldkornsbrød, vi laver også specialbrød som for eksempel bao, som ikke fungerer særligt godt med fuldkorn."

Kantinen og frokosten kan for nogle næsten opleves som værende hellig, hvor der er tale om en service, som gæsterne har en forventning til. Derfor handler det for nogle madprofessionelle primært om at skulle levere denne service i overensstemmelse med den kontrakt, de er forpligtiget igennem. Men samtidig også levere servicen i en sund og mindre klimabelastende version med tanke til, at det stadig skal være tilfredsstillende at spise sin frokost i kantinen.

3.2.3 Gæstetilfredshed

Gæstetilfredsheden blev nævnt som en begrænsende faktor for, hvor mange og hvilke tiltag, der kan udrulles i den enkelte kantine:

"Der vil altid være nogen, der vil have mere – og vi har derfor valgt at lave nogle små portioner, hvor der er plads til meget fyld til. Der vil altid være dem, der spørger om de må få en ekstra ske gryde[ret] eller gå to gange – men det er også noget, som vi forsøget at opfordre med via dialog: "Prøv nu at smage den her salat, for den hører faktisk til det her ved siden af"."

"Nogen steder er højdepunktet på arbejdsdagen jo frokosten, og hvis der så ikke lige har været det, som folk har regnet med, så er det jo nærmest som om hele deres dag er ødelagt."

Selvom gæstetilfredsheden blev nævnt som en begrænsende faktor, så viser citaterne fra interviewene også, at nogle madprofessionelle tør udfordre gæsterne en smule, og at de tør tage dialogen og stå inde for de tiltag og initiativer, der er indført i kantinen. Men de afspejler også, at det er nødvendigt at sikre, at frokosten er tilfredsstillende, fordi gæsterne ofte har tanker om, hvad frokosten skal indeholde. Reinders et al. (2020) har undersøgt netop portionsstørrelser, og at det er muligt at reducere indholdet af kød mod en forøgelse af indholdet af grønt, og at 35% af deltagerne valgte den tilpassede portionsstørrelse, hvorfor det også giver mening at de madprofessionelle arbejder videre med dette.

3.2.4 Begrænsninger og fordele ved forskellige tiltag

Enkelte andre begrænsninger blev også nævnt ved indførslen af nogle tiltag:

"Der er nogle naturlige begrænsninger i allergener."

"I forhold til sæsonbaserede råvarer og 60% økologi, så svært er det jo i princippet ikke, og du vil altid kunne få økologiske varer. Vi har et årshjul, hvor vi kører med, hvad der som regel er i sæson. Det man ser igennem fingrene med er, at i sommerperioden kan vi få dejligt dansk økologi, men lige nu [efterår/vinter] der er det lidt begrænset."

Som det første citat her tydeligt angiver, er det en begrænsning, når der skal tages hensyn til skiftende allergener blandt de spisende gæster. Derudover blev det nævnt, at sæsonerne kan være en udfordring at følge, især hvis der også er krav til, at kantinen køber økologisk ind, hvis der stadig skal være variation i maden i vinterhalvåret.

Der blev også nævnt flere fordele ved at indføre tiltagene:

"Tallene for spisende i kantinen er steget."

"Altså, der er jo også, hvad kan man sige, en økonomisk gevinst – det vil sige ikke som sådan for at spare penge, men så kan man bruge pengene anderledes. Så er der måske råd til at købe bedre kvalitet kød."

Med ovenstående ses, at der kan være økonomiske gevinster ved eksempelvis at reducere mængden af kød, der tilbydes. Det blev også nævnt, at der kan købes råvarer af bedre kvalitet, og i nogle kantiner har det også givet mulighed for at øge indkøbet af økologiske råvarer. En anden madprofessionel beskrev, hvordan det at bruge alt af grøntsagerne (skræl, stok osv.) og dermed udnytte det fulde volumen af råvaren, kan sænke madspild og samtidigt give gode grønsagsretter.

Der var altså begrænsninger ved tiltagene, der var indførte i de enkelte kantiner, men vi så også fordele ved nogle af tiltagene i flere af kantinerne.

3.2.5 Sundhedsmæssige fordele ved tiltagene

Tiltagene og initiativerne i kantinerne er, som beskrevet, primært indført for at fremme mindre klimabelastende madvaner, men når de madprofessionelle blev spurgt ind til, om de også troede, at det havde betydning for

sundheden, så svarede de ja for nogle af tiltagene. Sundheden bliver overvejet i maden, og de madprofessionelle ville sikre, at gæsterne opnåede ordentlig næring, hvor flere især lagde vægt på, at proteinindholdet skulle være tilstrækkeligt, selvom man tog kødet ud af retterne:

"Vi kunne ikke drømme om at servere en vegetarret uden at sørge for, at den er proteinholdig."

En kantine berettede også om, at sygefraværet blandt gæsterne var faldet efter indførelsen af tiltagene, hvilket også indikerer at tiltagene kan bidrage til sundere mad.

3.2.6 Gæsternes accept af tiltagene

De madprofessionelle beskrev deres vurdering af gæsternes accept af tiltagene således:

"Det er et få-antal, og uden at kategorisere, så er det tit; mand, omkring 50 år, som har spist deres spegepølsemedder i 20 år, hvorfor skal de lave om på det? Og det er nogen af dem, der er sværest at danse med. Igen, uden at kategorisere, så mange af kvinderne, dem skal man nok få med – for det er jo nyt og spændende, og det ser jo godt ud."

"Og når man har med unge mennesker at gøre, så er det superfedt at se, at de synes det er sindssygt lækkert – altså at man ligesom kan påvirke dem, for man kan jo se, at de faktisk lytter til, hvad man siger."

Her ser vi, at alder, og i visse tilfælde også køn, kan være en faktor, der har betydning for accepten af tiltagene, og dermed også for en mulig spillover-effekt. Her fortalte de madprofessionelle, at nogle grupper af gæster var sværere at få med på de nye tiltag end andre. Det er muligt, og det er et fåtal, der udfordrer indførslen af nye tiltag. Om tiltagene har en effekt i gæsternes hjem, havde de madprofessionelle ofte ikke forudsætninger for at udtale sig klart om. De kunne kun spekulere og flere af de madprofessionelle havde et håb om, at det, de laver i kantinerne – både de specifikke tiltag, men også selve maden – har en betydning for gæsternes madvaner i hjemmet:

"Jeg håber da, at folk tænker mere over det her med "tag hvad du kan spise, og spis hvad du tager" og madspild, for det kører vi også herude. Så jeg håber også, at det er noget de tænker over."

"Jeg ved, at det påvirker vores ansatte, fordi de snakker mere og mere om, at de har grønne dage derhjemme i stedet for køddage, og jeg nægter at tro andet, end at de [gæsterne] ikke også gør det, for folk er meget bevidste om det nu om dage. Jeg vælger at tro på det, for ellers ville de ikke gøre det her."

"Det, at vi præsenterer dem for noget, tror jeg gør det mere sandsynligt, at de vil prøve det derhjemme, fordi de så har prøvet det her, og det er lidt genkendeligt."

3.2.7 Vigtige faktorer for gæsterne

Noget af det, de madprofessionelle vurderede som det vigtigste for, at gæsterne spiser maden, er smag – altså at maden smager godt. En del nævnte også, at duft og farver af maden er vigtige parametre for gæsterne, før de vil vælge noget, som de ikke kender. Hvis der er genkendelighed, så oplevede de ofte, at maden bliver spist:

"Det er måske både det med genkendelighed, men også at tingene ser lækre ud. Farvespillet er ikke noget, der koster så meget mere, men det giver så meget visuelt."

"Vi kan se en negativ effekt i, at vi vælger at navngive retterne med vegetarisk, fordi det afholder nogen fra at tage af det. Men vi kan også se en ændring. Og derfor forsøger vi at navngive de nye ting, således at det stadig er genkendeligt med alt det gamle."

Hvis de madprofessionelle skulle vælge frit – uden kun at tænke på, hvad der bliver gjort i deres egen kantine – mente flere, at genkendeligheden i maden, samt at maden ser lækkert og indbydende ud, er vigtigt for, at gæsterne vælger maden. Dette understøtter Campbell-Arvai et al. (2014), som påviste at det sensoriske udtryk af et måltid havde betydning for gæsterne. Samtidig bliver det nævnt i citatet ovenfor, at det for nogle kan være en begrænsning, hvis retten bliver præsenteret som vegetarisk, og faktisk vil afholde nogle gæsterne fra at spise det. Derfor tænker nogle madprofessionelle over dette, når de præsenterer deres mad i kantinerne. Netop navngivning af retter beskrives i litteraturen ved flere forskellige studier af f.eks. Turnwald et al. (2017), der brugte fire forskellige metoder til navngivning, og her fandt at 'sensorisk tiltalende' navngivning gjorde, at grøntsagerne blev valgt til af flere gæster. Dette understøtter altså, at maden skal være indbydende af både udseende og navn, som det også nævnes af de madprofessionelle. Ligeledes har flere studier vist, at navngivning eller mærkning af retter med betegnelser som vegetarisk, plantebaseret eller vegansk har en negativ effekt i forhold til at få gæster til at vælge disse retter (Buratto & Lotti 2020; Krpan & Houtsma, 2020), som nævnt i litteraturgennemgangen.

3.2.8 Feedback på tiltagene og andre påvirkningsfaktorer

I nogle kantiner oplevede de madprofessionelle feedback på tiltagene og brugte denne feedback til at forbedre tiltagene i kantine. Samtidig forsøgte de madprofessionelle også at dele deres viden, så gæsterne havde mulighed for at tage det med hjem:

"Her har vi nemmere ved at gøre noget, fordi folk snakker med os, og især konstruktivt. Og det giver os mulighederne for at ændre på tingene."

"I forhold til det sæsonbaserede, så deler vi altid informationsmateriale, så folk kan tage det med. Så bliver der lavet en pjece med opskrifter – altid 2-3 opskrifter eller links til, hvor man kan finde ideer og inspiration. Så vi gør noget for at folk skal tage det med hjem, og vi har også opfattelsen af, at det virker."

For andre madprofessionelle var virkningen af tiltagene på gæsternes madvaner i husstanden ikke åbenlys.

"Det er jo enormt svært – det bliver jo gisninger. Altså jeg kan ikke sige noget om, hvad de gør derhjemme, men vi præsenterer dem jo også for linser og kikærter og andre bælgfrugter i de varme retter, altså hvor de er integreret i typisk gryderetter, eller vi laver meget, der minder om hummus, altså spreads og puré og sådan noget der. Ja, og det sker jo fra tid til anden, at folk spørger ind til, hvad det er."

Andre faktorer, der kunne have påvirkning på gæsternes madvaner, blev også nævnt, herunder påvirkninger andre steder fra end kun fra kantinen:

"Men det er jo ikke kun os, der påvirker dem, og det er nok lige så meget tiltag fra Fødevarestyrelsen eller sociale medier. Så ja, vi er helt klart med til at pace deres dag, men de får jo også input udefra."

"Jamen det er jo helt klart vores indkøb [der påvirker os], når vi går i supermarkederne. Det vil jeg sige."

For at opsummere viser ovenstående, at det kan være svært for de madprofessionelle at udtale sig om, hvordan tiltagene i kantinerne påvirker deres gæsters madvaner i hjemmet. Nogle oplever lidt feedback, men til tider kan det være svært at nå at spørge ind til den del, da dette ikke er kantinens prioritet. Som det er beskrevet tidligere, kan frokosten være højdepunktet på en arbejdsdag, og samtidig er der tale om en service, hvor der foreligger nogle kontraktuelle krav, der skal overholdes. Andre oplever en større tilslutning til kantinerne og tiltagene, og nogle madprofessionelle nævner gæsternes ønsker om opskrifter eller mulighed for at medbringe kantinens måltider med hjem til familien:

"Vi laver dej, som vi sælger til at tage med hjem, og det går der ret meget af. Og så er der "tøm buffeten", som nok også er noget af det, som de mest og nemmest får noget ud af derhjemme – vores take-away selvfølgelig. Så det er nok de tiltag – den her "tøm buffeten", der er jeg faktisk overrasket over, hvor mange, der kommer."

"Der er flere, der spørger efter opskrifter på de her salater, fordi de ved jo godt, hvordan de laver deres egen kødsovs, så hvordan er det lige, at man får en god salat, der ikke bare en tomatsalat, men måske er mere fyldig."

3.3 Konklusion på interviews

Overordnet viser interviewene, at kantinerne har implementeret mere end ét tiltag til sund og mindre klimabelastende mad, og en del af dem endda mange tiltag. De tiltag, der er implementeret af flest kantiner i undersøgelsen, var servering af kendte retter, men som kødfrie alternativer, samt brug af mere grønt og bælgfrugter i retterne. Generelt oplever flere madprofessionelle en stor tilslutning til kantinerne og tiltagene, og flere har set en øgning i antal daglige gæster de seneste år. Det har dog været svært for de madprofessionelle at svare på, om tiltagene har en betydning for gæsterne i hjemmet, da de ikke har forudsætninger for at svare på gæsternes vegne. Nogle madprofessionelle oplever, at der er ønsker fra gæsterne om opskrifter, og interesse i at købe kantinens måltider med hjem til familien. Andre oplever grupper af gæster, der ikke er lige så tilfredse med tiltagene. Nogle madprofessionelle har udtalt, at tilfredsheden med tiltagene kan afhænge af køn og alder.

4 Spørgeskemaundersøgelse blandt gæsterne

I denne sektion beskrives grundlaget for udvælgelsen af kantiner, hvordan spørgeskemaet til gæsterne var opbygget, samt resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen.

4.1 Metode

Vi stillede mod, at spørgeskemaet skulle distribueres til minimum 100 gæster i hver kantine, for som minimum at få omkring 50 besvarelser fra regelmæssigt spisende gæster. Derfor var kantinerne udvalgt efter at have minimum 150 dagligt spisende. Kantinerne er derudover valgt på basis af geografi og mulighed for at kunne udføre en spørgeskemaundersøgelse i kantinen. Syv kantiner deltog i spørgeskemaundersøgelsen; tre havde deltaget i interview; fire blev yderligere inkluderet uden at have deltaget i interview. Det var et krav, at disse fire yderligere inkluderede kantiner også havde implementeret nogle af tiltagene fra Tabel 1.

Spørgeskemaet blev udarbejdet i SurveyXact og udført som et online spørgeskema. Spørgeskemaet var tilgængeligt via en QR-kode på en flyer, der blev placeret på kantinens borde. Derudover blev undersøgelsen promoveret gennem vores fysiske tilstedeværelse i udvalgte kantiner samt med hjælp fra de madprofessionelle. Gæster over 18 år kunne deltage i spørgeskemaundersøgelsen. Selve spørgeskemaet kan findes i Bilag 2.

Overordnet bestod spørgeskemaet af fire forskellige dele. Del 1 omhandlede spørgsmål om villighed til at spise sundt og mindre klimabelastende, hvilke tiltag for sund og mindre klimabelastende mad, gæsterne havde oplevet i deres kantine, samt hvor tilfredse, de var med dem. I del 2 blev gæsterne spurgt ind til, hvilke faktorer, som påvirkede deres egne og husstandens madvaner, om kantinens tiltag havde givet anledninger til ændringer i husstandens madvaner, samt hvilke tiltag der var indført med succes, og hvilke der var forsøgt indført, men uden succes. Del 3 omfattede spørgsmål om, hvilke tiltag i kantinerne, gæsterne vurderede, kunne have den største effekt på deres husstands madvaner. Del 4 indeholdt spørgsmål om fødevarepræferencer, samt sociodemografiske spørgsmål.

Inden selve spørgeskemaet blev gæsterne præsenteret for et oplysningsskema, der beskrev behandlingen af deres personoplysninger. For at fortsætte i undersøgelsen, skulle gæsterne acceptere at have læst og at være indforstået med indholdet i oplysningsskemaet. Endvidere blev gæsterne screenet for, om de spiser regelmæssigt i kantinen (minimum 1 til 2 gangen om ugen). Var dette ikke tilfældet, blev gæsterne screenet fra og ikke inkluderet i undersøgelsen. Gæster, der ikke havde oplevet tiltag i kantinen, kunne desuden ikke besvare de resterende spørgsmål om tiltagene.

Det har været muligt at opnå omkring 50 besvarelser fra regelmæssigt spisende gæster i fire ud af de syv kantiner. Data fra disse fire kantiner er blevet behandlet særskilt og brugt til at undersøge gæsternes oplevelse af og tilfredshed med tiltagene i hver af de specifikke kantiner. Resultaterne heraf præsenteres i afsnit 4.2.1, 4.2.2 og 4.2.3. Derudover er data fra alle syv kantiner blevet behandlet som et samlet datasæt og anvendt til at undersøge de generelle spillover-effekter. Resultaterne af dette kan ses i afsnit 4.2.4. Spørgeskemaet blev distribueret til i alt 531 gæster, hvoraf 408 påbegyndte og 358 gennemførte spørgeskemaet. Heraf blev 91

screenet fra, da de ikke spiste regelmæssigt i kantinerne, hvilket resulterede i 267 komplette besvarelser, som indgik i det samlede datasæt. Fordelingen af ovenstående for hver kantine kan ses i Tabel 5. Tre gæster angav, at de ikke havde oplevet nogen tiltag i kantinen, hvorfor disse gæster ikke besvarede yderligere spørgsmål om tiltagene og spillover-effekt. Derfor er der behandlet 264 besvarelser til at undersøge den generelle spillover-effekt. Ved hver figur oplyses antal besvarelser, der er inkluderet i figuren (N).

Tabel 5: *Fordelingen af gæster i hver af de syv kantiner, fordelt på dem, der har scannet QR-koden til spørgeskemaet; dem der har påbegyndt det, men ikke har gennemført det (partielle besvarelser); dem der har gennemført det, men er blevet screenet fra, fordi de ikke regelmæssigt spiser i kantinen (ekskluderede fuldførte besvarelser); samt dem, som har gennemført spørgeskemaet og også spiser regelmæssigt i kantinen (inkluderede fuldførte besvarelser).*

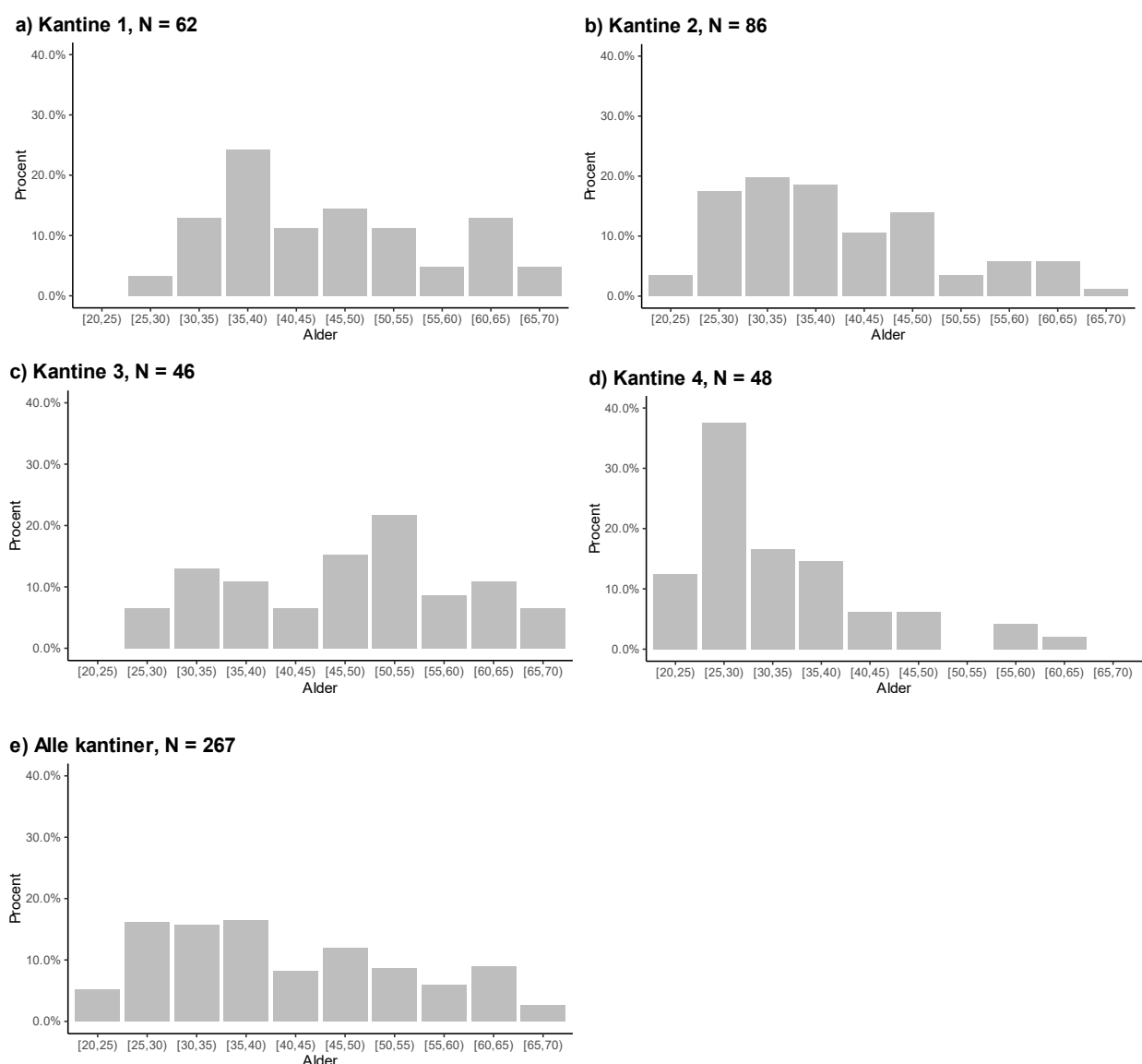
Kantiner	Distribuerede QR-koder total	Partielle besvarelser	Ekskluderede fuldførte besvarelser	Inkluderede fuldførte besvarelser
Kantine 1	176	27	40	62
Kantine 2	141	9	9	86
Kantine 3	92	6	28	46
Kantine 4	63	3	0	48
Kantine 5	39	5	9	15
Kantine 6	14	0	1	9
Kantine 7	7	0	4	1
I alt	531	50	91	267

4.1.1 Sociodemografi

Figur 1 og Figur 2 findes henholdsvis aldersfordelingen og kønsfordelingen blandt de deltagende gæsterne fra de fire udvalgte kantiner, hvor der var tilstrækkelige data til at behandle dem separat, samt en samlet figur for alle de deltagende gæster fra de syv kantiner.

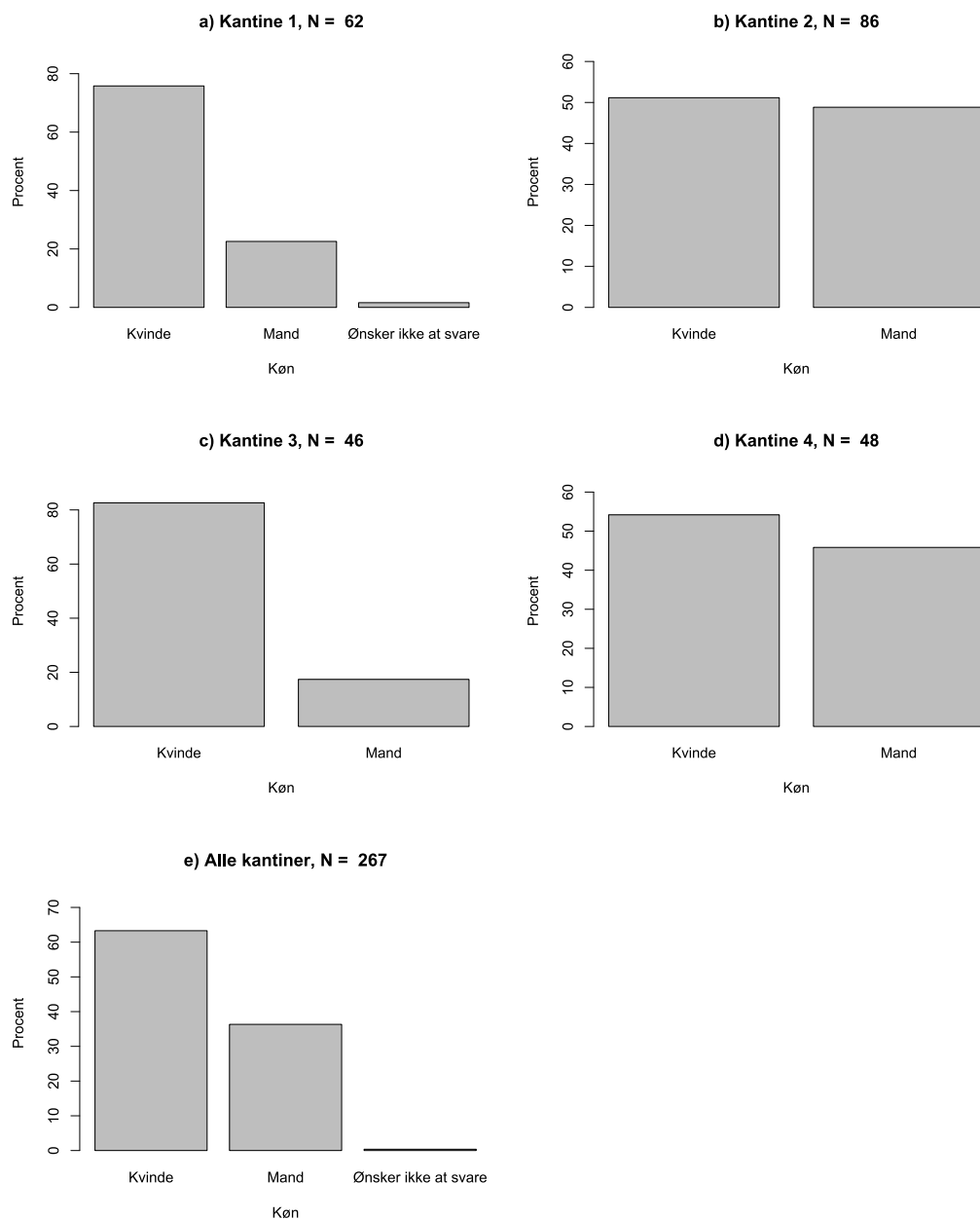
Figur 1 viser aldersfordelingen for de deltagende kantinegæster. Aldersspændet strækker sig overordnet set i alle fire kantiner samt i alle kantiner fra 20-25 år op til 65-70 år med nogle enkelte undtagelser. Generelt ser vi en relativ jævn spredning på aldersfordelingen for kantine 1, 2, 3 og alle kantiner, hvor kantine 4

skiller sig ud ved at have en iøjnefaldende overvægt af deltagere i aldersgruppen fra 25-29 år. Generelt vurderes aldersfordelingen i de undersøgte kantiner som værende rimelig repræsentativt for gæster i kantiner i Danmark.



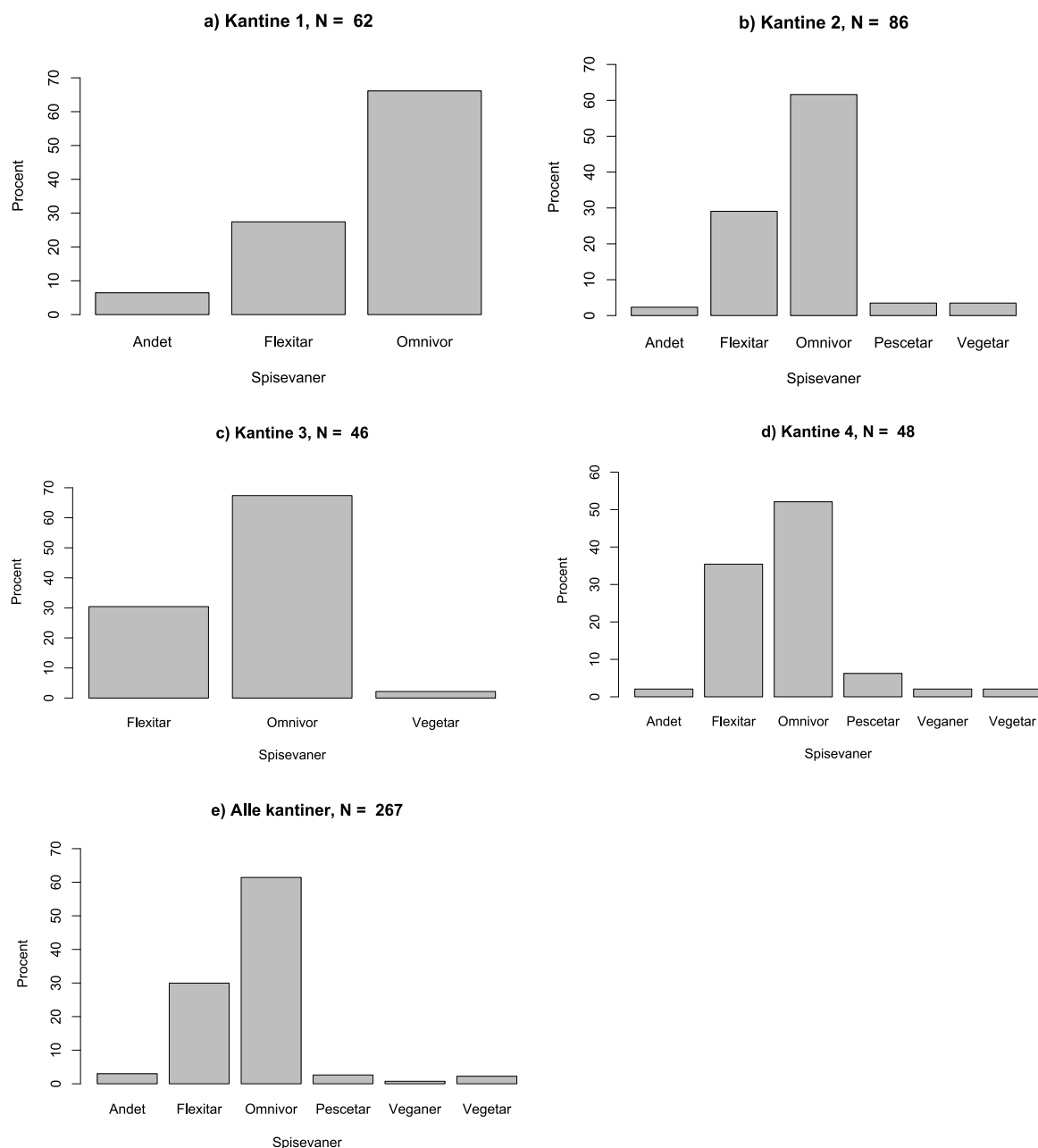
Figur 1: Aldersfordelingen blandt deltagende gæster i kantine 1 (a), 2 (b), 3 (c) og 4 (d) og deltagende gæster fra alle syv kantiner, der indgik i spørgeskemaundersøgelsen (e). Histogramsøjlerne er antal procent af gæsterne, hvis alder er indenfor de angivne 5-års-intervaller. Aldersintervallerne $[X, Y)$ er inklusiv X og eksklusiv Y .

Figur 2 viser kønsfordelingen for de deltagende kantinegæster. De samlede data fra alle kantinerne viser, at der generelt har været en overvægt af kvindelige deltagende gæster. Den samlede kønsfordelingen antages derfor ikke som værende repræsentativ for den danske befolkning, men afspejler til dels en kommentar fra interviewet med en af de madprofessionelle om, at kvinderne i kantinerne er også dem, der virker mere villige til at afprøve nye ting. En overvægt af kvinder ser vi ligeledes i kantine 1 og 3. I kantine 2 og 4 var kønsfordelingen næsten ligelig fordelt mellem mænd og kvinder, hvilket vurderes at være repræsentativt for den danske befolkning.



Figur 2: Kønsfordelingen blandt deltagende gæster i kantine 1 (a), 2 (b), 3 (c) og 4 (d) og deltagende gæster fra alle syv kantiner, der indgik i spørgeskemaundersøgelsen (e). Kun svarmuligheder, hvor den procentmæssige andel var over 0, er inkluderet i delfigurerne.

Figur 3 viser fordelingen af de deltagende gæsters spisevaner. Overordnet set ser vi, at spisevanerne fordeler sig efter samme mønster mellem de fire forskellige kantiner og for alle kantinerne samlet set. For hver af de fire kantiner og for alle kantiner samlet set, udgør omnivorer den største andel, efterfulgt af flexitarer. Coop Analyse (2018) har fundet en nogenlunde sammenlignelig fordeling blandt danskere mellem 15 og 74 år, og har angivet denne som repræsentativ for den danske befolkning. Derfor antages fordelingerne i Figur 3 at være repræsentative. Under svarmuligheden 'Andet' findes yderligere kategorier, som deltagerne selv har angivet gennem et tekstfelt. I alt har 12 personer valgt 'Andet', hvorunder følgende yderligere kategorier er nævnt: Allergier; spisevaner med udelukkelse af bestemte animalske proteiner; spisevaner med fokus på bestemte makronæringsstoffer.



Figur 3: Spisevaner blandt deltagere i kantine 1 (a), 2 (b), 3 (c) og 4 (d) og respondenter fra alle syv kantiner, der indgik i spørgeskemaundersøgelsen (e). Kun svarmuligheder hvor den procentmæssige andel var over 0, er inkluderet i delfigurene. Under 'Andet' findes yderligere kategorier, som deltagerne selv har angivet gennem et tekstfelt.

4.1.2 Begrænsninger for spørgeskemaundersøgelsen

Som nævnt under metodeafsnittet var kantinerne til spørgeundersøgelsen udvalgt på basis af størrelse og geografisk beliggenhed. Dog var beliggenheden for kantinerne 1-4 begrænset til Jylland og Fyn. Samtidigt sås det, at der for kantine 1 og 3 var en overvægt af besvarelser fra kvinder i forhold til mænd, og for kantine 4 var det primært unge mennesker, som deltog i spørgeskemaundersøgelsen. Denne ubalance mellem køn, alder og geografi i undersøgelsen kan derfor påvirke det endelige resultat af spørgeskemaundersøgelsen: Hvis kvinder f.eks. i højere grad påvirkes af at spise mad, som er mere sund og mindre klimabelastende, end mænd, vil dette skævvride resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen. Derfor kan vi fra denne undersøgelse kun konkludere på basis af de deltagende kantiner og ikke generelt omkring alle danske kantiner. I resultaterne vil de deltagende gæster i spørgeskemaundersøgelsen blot blive omtalt som gæster.

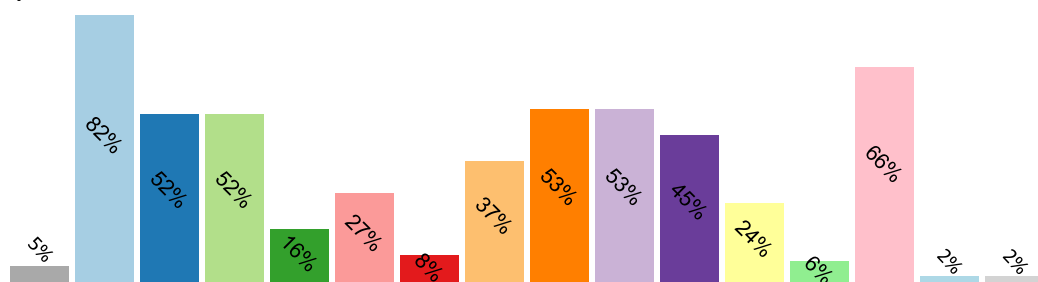
4.2 Resultater

Resultaterne præsenteres herunder i to afsnit. Først præsenteres data fra de fire kantiner vedrørende opfattelsen af og tilfredsheden med tiltag til at fremme sunde og mindre klimabelastende madvaner, da disse vil være specifikke for hver kantine. Derefter præsenteres de samlede resultater fra alle syv kantiner for at undersøge en mulig spillover-effekt fra kantinerne til husstanden.

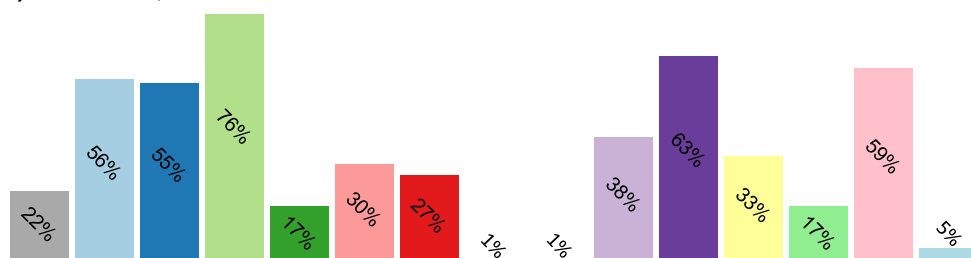
4.2.1 Tiltag oplevet af gæsterne i kantinerne

Resultaterne præsenteres for de fire kantiner, hvor der er indsamlet tilstrækkeligt med data til at kunne gennemføre separate analyser. Figur 4 viser de tiltag (fra Tabel 1), som gæsterne har angivet at have oplevet i deres respektive kantiner.

a) Kantine 1, N = 62



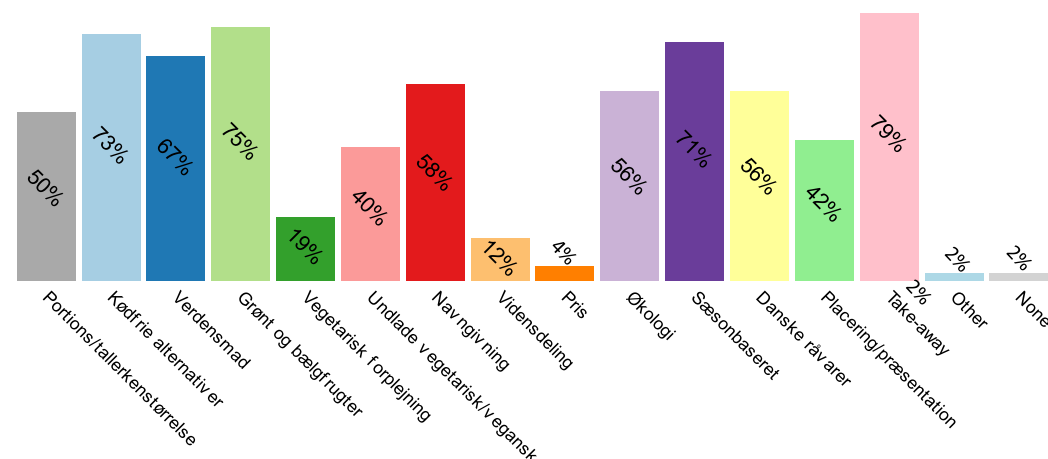
b) Kantine 2, N = 86



c) Kantine 3, N = 46



d) Kantine 4, N = 48



Figur 4: Tiltag, som de deltagende gæster har oplevet i deres respektive kantine. Der var et frit valg af antal tiltag. Procenttal angiver antal gæster, der angav at have oplevet de forskellige tiltag i kantinen. Procenttal er angivet afrundet til nærmeste heltal.

Figur 4 viser, at en del gæster generelt har oplevet mange af de forskellige tiltag i kantinerne. Dette stemmer overens med interviewene med de madprofessionelle, som også indikerede, at der er blevet implementeret en række initiativer med henblik på at fremme sundere og mindre klimabelastende madvalg. I Kantine 4 er der for de fleste tiltag en lidt højere andel gæster, der har angivet, at de har oplevet tiltagene sammenlignet

med de tre andre kantiner. Dette kan indikere, at Kantine 4 har implementeret flere tiltag og/eller har været mere synlig i implementeringen af dem.

Der er flere tendenser, der går igen på tværs af de fire kantiner. Der er især mange gæster, der har bemærket tiltag inden for kategorierne *kødfrie alternativer* (56-82%), *verdensmad* (37-67%), *grønt og bælgrugter* (52-76%), *sæsonbaseret* (41-71%) samt *take-away* (43-79%). Dette afspejler i høj grad de madprofessionelles udsagn, hvor *kødfrie alternativer* samt *grønt og bælgrugter* ofte blev nævnt som anvendte strategier. Derudover blev *økologi* ofte nævnt, hvilket også blev bemærket af en del gæster (38-56%) i kantine 1, 2 og 4.

Derudover er der en række tiltag, hvor andelen af gæster, der har oplevet dem, varierer markant på tværs af de fire kantiner. F.eks. er andelen af gæster, der har bemærket ændringer i *portions-/tallerkenstørrelse*, *navngivning*, *udelade vegetarisk/vegansk* samt *placering/præsentation*, relativt lave i Kantine 1 og 2 ($\leq 30\%$ for alle tiltag i begge kantiner). Til gengæld har væsentligt højere andele af gæsterne i Kantine 3 og 4 angivet, at de har oplevet disse tiltag ($\geq 30\%$ for alle tiltag i begge kantiner). Omvendt har en relativt stor andel af gæsterne i Kantine 1 bemærket tiltag relateret til *vidensdeling* og *pris* (hhv. 37% og 53%), mens andelen i Kantine 2, 3 og 4 er markant lavere ($\leq 12\%$ for begge tiltag i alle tre kantiner).

Variationerne i, om gæsterne har angivet, at de har oplevet disse tiltag, kan sandsynligvis skyldes forskelle mellem kantinerne i forhold til, hvilke tiltag der er blevet implementeret. Selvom de fire kantiner overordnet arbejder mod det samme mål om at fremme sundere og mindre klimabelastende madvalg, var det forventeligt, at der ville være forskelle i de tiltag, som de anvender for at nå dette mål.

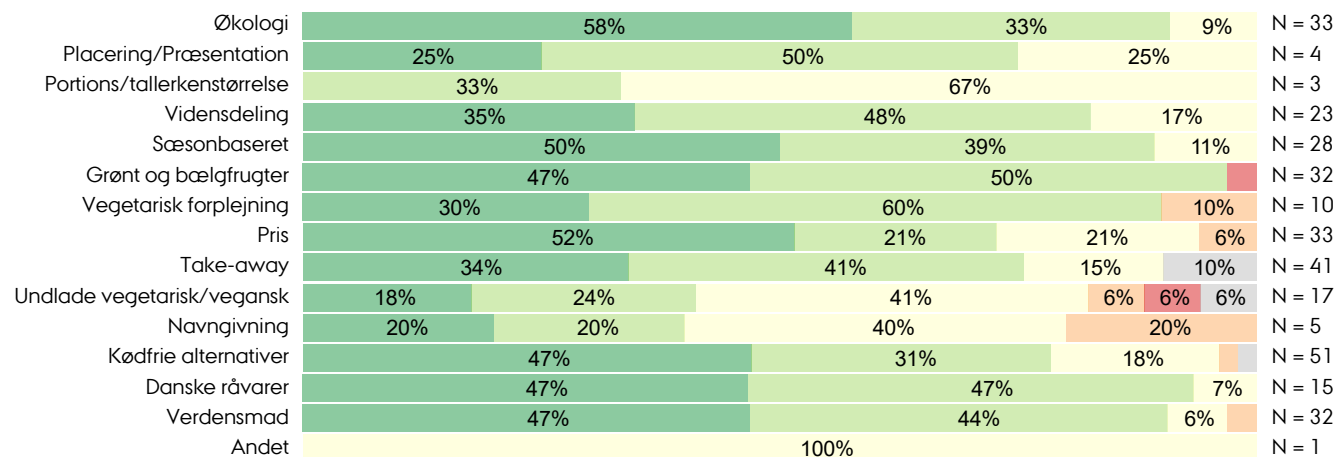
En anden mulig forklaring på variationen – især for nogle af tiltagene – kan være, at de generelt er mindre synlige for gæsterne, da de i høj grad falder ind under kategorien 'nudge'-tiltag. Som nævnt tidligere påvirker denne type tiltag forbrugerens valg gennem subtile signaler og priming, ofte uden at forbrugeren er direkte bevidst om det (Ensaft, 2021). Selvom 'nudge'-tiltag kan være mindre synlige for gæsterne, findes der evidens for deres effektivitet i forhold til at påvirke madvalg (Reinders et al., 2020; Campbell-Arvai et al., 2014; Garnett et al., 2020; Krpan & Houtsma, 2020; Turnwald et al., 2017; Marshall et al., 2022; Saulais et al., 2019; Brunner, 2013), som også blev beskrevet i litteraturgennemgangen.

Vegetarisk forplejning er den eneste kategori af tiltag, hvor 26% eller færre gæster på tværs af alle fire kantiner har angivet, at de har oplevet det. Dette kunne skyldes, at gæsterne ikke bruger kantinens forplejningsløsninger. En anden forklaring kunne også være at tiltaget ikke er implementeret i nogle kantiner. Som tidligere nævnt fremhævede de madprofessionelle i interviewene, at mange kantinegæster betragter frokosten som et af dagens højdepunkter, og at en del af gæsterne stadig foretrækker muligheden for at spise kød til frokost. Gæstetilfredshed vil blive uddybet i det følgende afsnit.

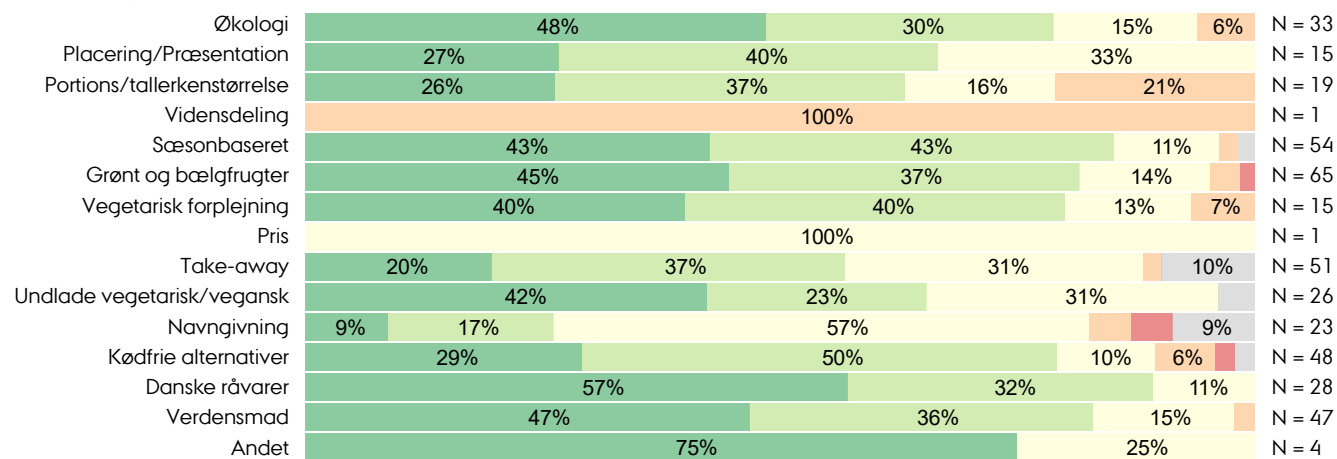
4.2.2 Gæsternes tilfredshed med tiltagene i kantinerne

Gæsterne vurderede deres tilfredshed med de tiltag, som de havde angivet som oplevet i spørgsmålet forinden (ovenstående afsnit). Resultaterne af dette kan ses i Figur 5.

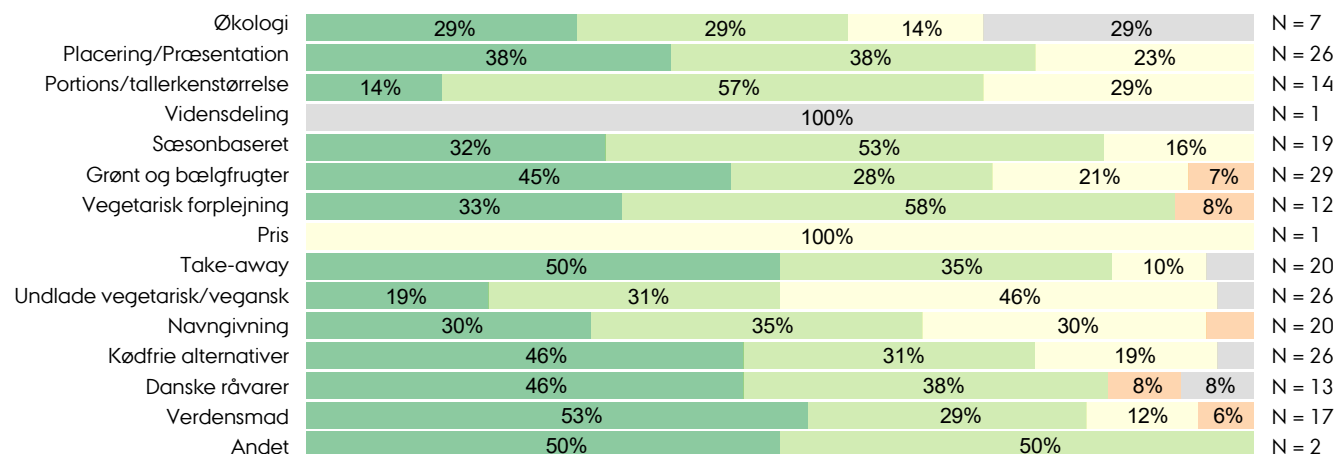
a) Kantine 1, N = 61



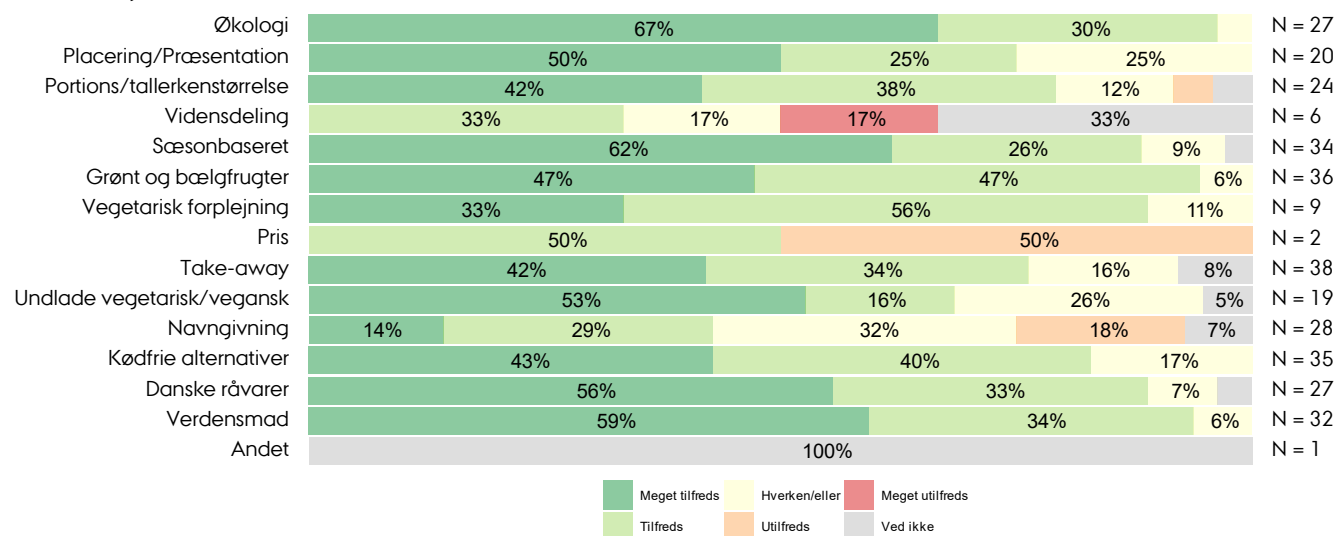
b) Kantine 2, N = 86



c) Kantine 3, N = 46



d) Kantine 4, N = 47



Figur 5: Selvrapporteret tilfredshed med tiltag, de deltagende gæster har oplevet i de fire kantiner. Gæsterne har svaret på en fem-punktsskala fra 'meget tilfreds' til 'meget utilfreds', og med muligheden for at svare 'ved ikke'. Ud for hvert tiltag ses antallet af gæster, der har svaret på deres tilfredshed til det specifikke tiltag. Procenttal er angivet afrundet til nærmeste heltal, og angivet hvis procenttallet har været 5% eller derover.

Figur 5 viser, at der overordnet er en høj grad af tilfredshed med de fleste tiltag i alle fire kantiner. Samtidig er svarkategorien 'Hverken/eller' relativt ofte valgt, mens graden af utilfredshed generelt er lav.

Høj grad af tilfredshed (her defineret som summen af 'Meget tilfreds' og 'Tilfreds') ses på tværs af kantinerne især for tiltag relateret til *sæsonbaseret* ($\geq 85\%$), *grønt og bælgrugter* ($\geq 73\%$), *danske råvarer* ($\geq 84\%$) og *verdensmad* ($\geq 82\%$). Den udbredte tilfredshed med disse tiltag kan muligvis forklares ved, at de kan implementeres uden væsentligt at ændre gæsternes oplevelse af måltidet eller forstyrre deres etablerede spisevaner. Som påpeget af Lassen et al. (2003) kan grøntsager og bælgrugter ofte integreres ubemærket i måltider, f.eks. ved at tilsætte grøntsager med høj densitet til salater, bruge dem som jævning i saucer eller inkorporere dem i gryderetter. Ligeledes omhandler tiltag vedrørende danske og sæsonbaserede råvarer primært råvarernes oprindelse og påvirker ikke nødvendigvis retternes smag eller præsentation. Derudover er lokal og sæsonbaseret produktion ofte forbundet med øget friskhed og højere kvalitet (Feldmann & Hamm, 2015), hvilket muligvis også kan forklare den høje tilfredshed med disse tiltag. Endeligt er det værd at bemærke, at mange danskere i dag allerede har erfaring med mad fra andre kulturer (Mundt-Nielsen, 2021), hvilket potentielt bidrager til den positive modtagelse af tiltag inden for *verdensmad*.

Utilfredsheden med tiltagene er generelt meget lavere end tilfredsheden. Blandt de tiltag, hvor nogle gæster, på tværs af alle fire kantiner, har givet udtryk for utilfredshed, findes *vegetarisk forplejning*. Tiltaget *vegetarisk forplejning* kræver at gæsterne aktivt selv skal ind og give udtryk for et ønske om kød i forplejningen, hvilket måske kan være en forhindring for nogle gæster, hvorfor utilfredsheden skabes. Det ses, at der er mellem ni og 15 gæster i hver kantiner, der har angivet deres tilfredshed med tiltaget. Derfor er det en relativt lille andel af det samlede antal gæster i hver kantine, der har oplevet tiltaget i forbindelse med mødeforplejningen på deres arbejdsplads. Yderligere har kun to af de 14 interviewede kantiner indført dette tiltag, hvilket også kan indikere, at tiltaget om *vegetarisk forplejning* ikke er udbredt i lige så høj grad som nogle af de andre tiltag fra undersøgelsen.

En lille andel af de deltagende gæster (5-20%) har i alle fire kantiner udtrykt utilfredshed med *navngivning*. Et mindre antal respondenter i kantine 1 (12%) har udtrykt utilfredshed med at *undlade vegetarisk/vegansk* i betegnelserne af retterne. Årsagen til utilfredsheden er ikke belyst i undersøgelsen, men det er muligt, at nogle gæster kunne føle sig vildledt, hvis en ret ikke er tilstrækkeligt beskrevet. Tiltag som *navngivning* og *undlade vegetarisk/vegansk* kan potentielt gøre det vanskeligere for gæsterne at vurdere en rets indhold. Fra interviewene med de madprofessionelle hørte vi også, at nogle gæster kunne være mere tilbøjelige til at prøve nye retter, hvis de fremstår genkendelige, hvilket *navngivning* kan vanskeliggøre. På den anden side viser tidligere studier, at når plantebaserede retter gives fængende og sensorisk appellerende navne (Krpan & Houtsma, 2020; Turnwald et al., 2017; Marshall et al., 2022) og betegnelser som 'vegetarisk' eller 'vegansk' undgås (Buratto & Lotti, 2020; Krpan & Houtsma, 2020; Attwood et al., 2020), kan det have en positiv effekt på valget af disse retter. Dette indikerer, at det er nødvendigt at finde en balance mellem at 'nudge' gæsterne til sundere og minde klimabelastende madvalg og samtidig opretholde deres tilfredshed.

I kantine 2 (21%) og 4 (4%) har et mindre antal respondenter angivet utilfredshed med *portions-/tallerkenstørrelse*. Dette kan skyldes, at portionerne opfattes som utilstrækkelige, eller at de ikke lever op til gæsternes forventninger i forhold til mængde og sammensætning. Igen indikerer dette, at det er afgørende at finde en balance mellem at påvirke gæsternes spisevaner og samtidig sikre, at der ikke gås på kompromis med tilfredsheden. Dette bør tages i betragtning ved implementering af tiltag, der sigter mod at fremme sundere og mindre klimabelastende madvalg.

Generelt er det dog værd at bemærke, at der i alle fire kantiner maksimalt har været omkring 20% af gæsterne, som har udtrykt utilfredshed med et tiltag. Enkelte undtagelser forekommer, idet 50% af respondenterne i kantine 4 har udtrykt utilfredshed med tiltag relateret til *pris*, mens 100% af respondenterne i kantine 2 har angivet utilfredshed med tiltag i kategorien *vidensdeling*. Dog er antallet af gæster, der har bemærket disse tiltag og dermed besvaret spørgsmål om deres tilfredshed, meget lavt ($n < 3$), hvorfor resultaterne ikke kan betragtes som repræsentative. Overordnet vurderes tilfredsheden med tiltagene derfor generelt at være høj.

Afslutningsvis bør det pointeres, at kun relativt få gæster har valgt svarkategorien 'Ved ikke'. Dette tyder på, at de fleste gæster har været i stand til at vurdere deres tilfredshed med de implementerede tiltag. De tiltag, hvor en vis andel har svaret enten 'Hverken/eller' eller 'Ved ikke', kan skyldes en neutral holdning eller en oplevelse af, at tiltagene ikke har haft en mærkbar indflydelse på deres oplevelse i kantine.

4.2.3 Påvirker tiltagene i kantinerne gæsternes og deres husstands madvaner?

Gæsterne har vurderet, om de tiltag, de oplever er implementeret i deres kantine, generelt påvirker deres husstands madvaner i en sundere og mindre klimabelastende retning. Resultaterne af denne vurdering præsenteres i Figur 6.

a) Kantine 1, N = 61



b) Kantine 2, N = 86



c) Kantine 3, N = 46



d) Kantine 4, N = 47



Ja Nej Ved ikke

Figur 6: *Selvurdering af, hvorvidt tiltagene i kantinen påvirker de deltagende gæsters madvaner i husstanden i en sundere og mindre klimabelastende retning. Procenttal er angivet afrundet til nærmeste helthal.*

Figur 6 viser, at selvom 20-33% af gæsterne i kantine 1, 2 og 3 mener, at kantinens tiltag har påvirket deres husstands madvaner i en sundere og mindre klimabelastende retning, er over halvdelen uenige. Det er dog vigtigt at understrege, at dette afspejler gæsternes egen opfattelse af spillover-effekten, og at den faktiske effekt muligvis er større. Som nævnt tidligere er nudging ofte en ubevidst proces, hvilket betyder, at spillover-effekten også kan finde sted uden, at gæsterne er klar over det. Ifølge Ensaff (2021) er vores spiseadfærd og madvaner i høj grad påvirket af de omgivelser, vi befinder os i, og mange af vores madvalg er et resultat af påvirkninger, som vi ikke nødvendigvis er bevidste om. Dette kan også være forklaringen på, at mere end 10% af gæsterne fra hver af de fire kantiner har svaret 'Ved ikke' til spørgsmålet.

I Kantine 4 er der en noget større andel af gæsterne (47%), der har svaret 'ja' til, at de oplever, at tiltagene fra kantinen har påvirket deres husstands madvaner i en sundere og mindre klimabelastende retning. Årsagen til denne forskel mellem kantinerne er uklar, men som nævnt tidligere (og som det fremgår af Figur 4), er der for de fleste tiltag en lidt højere andel af gæsterne i Kantine 4, der har angivet, at de har oplevet dem, sammenlignet med Kantine 1, 2 og 3. Dette kunne, som nævnt tidligere, indikere, at kantine 4 i højere grad benytter tiltagene eller er mere tydelige omkring deres brug af dem. Det er derfor plausibelt, at gæster, der oplever en mere markant påvirkning af deres madvaner i kantinen, også rapporterer en tilsvarende større effekt på deres adfærd uden for kantinen. Spillover-effekterne vil blive undersøgt og diskuteret nærmere i den kommende sektion, hvor resultater fra yderligere tre kantiner inddrages.

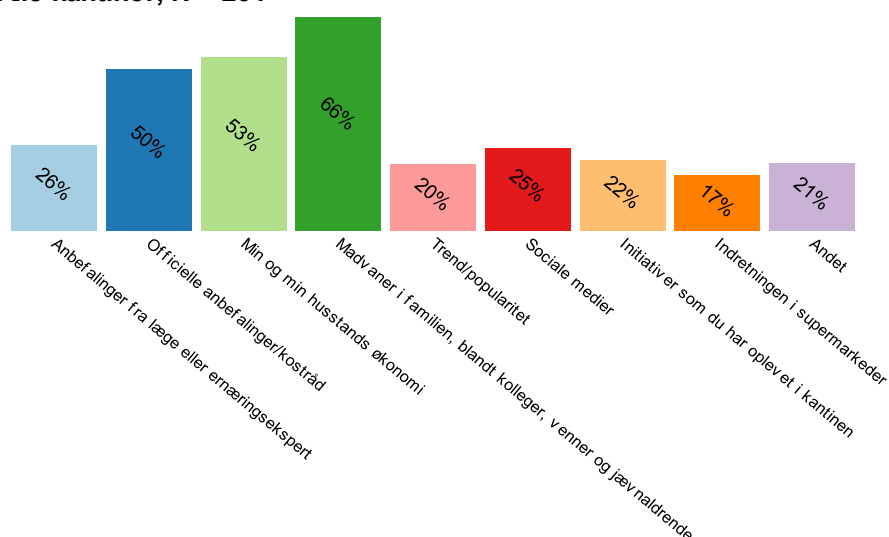
4.2.4 Undersøgelse af spillover-effekter i kantiner

I dette afsnit præsenteres data for alle deltagere i spørgeskemaundersøgelsen på tværs af syv kantiner.

Hvilke tiltag, gæsterne har oplevet i kantinerne, kan have en betydning for, hvad de vil svare i de kommende spørgsmål, hvor vi ser på resultater på tværs af alle syv deltagende kantiner. Hvilke tiltag, gæsterne har oplevet, er afhængigt af, hvilken kantine, de spiser i. Optælling på tværs af de syv kantiner viser, at de fem mest oplevede tiltag var *kødfrie alternativer*, *grønt og bælgfrugter*, *take-away*, *sæsonbaseret* samt *verdensmad*, og de tre mindst valgte tiltag, udover *ingen* og *andet*, var *vidensdeling*, *pris*, og *vegetarisk forplejning*.

De deltagende gæsters svar på, hvilke tre faktorer, der har den største påvirkning på deres og deres husstands madvaner, ses i Figur 7.

Alle kantiner, N = 264



Figur 7: De største selvvalgte påvirkningsfaktorer på deltagernes og deres husstands madvaner. Deltagerne skulle vælge tre faktorer. Procenttal er angivet som afrundet til nærmeste heltal.

Af Figur 7 ses det, at *madvaner i familien, blandt kollegaer, venner og jævnaldrende*, *min og min husstands økonomi* og *officielle anbefalinger/kostråd*, er de faktorer, som flest deltagere har valgt som en af de tre største påvirkningsfaktorer på deres madvaner, med en tilslutning på henholdsvis 66%, 53% og 50%. Dette indikerer, at det har en betydning, hvad omgangskredsen spiser, men også at der skal være råd til at spise det. Yderligere er der tilslutning til at spise efter officielle anbefalinger og kostråd, hvilket understøtter relevansen af kampagner, der promoverer disse. *Initiativer som du har oplevet i kantinen*, er blevet valgt som en af de tre vigtigste påvirkningsfaktorer af 22% af gæsterne. Selvom disse resultater indikerer, at der er andre faktorer, der potentielt kan have større påvirkning på befolkningens madvaner end tiltag i kantiner, indikerer resultaterne alligevel at nogle påvirkes af, hvad de oplever i kantinerne. Det er dog vigtigt at bemærke, at dette afspejler gæsternes subjektive opfattelse af, hvilke faktorer, der har størst indflydelse på deres adfærd. De faktiske effekter kan imidlertid være anderledes vægtet, da

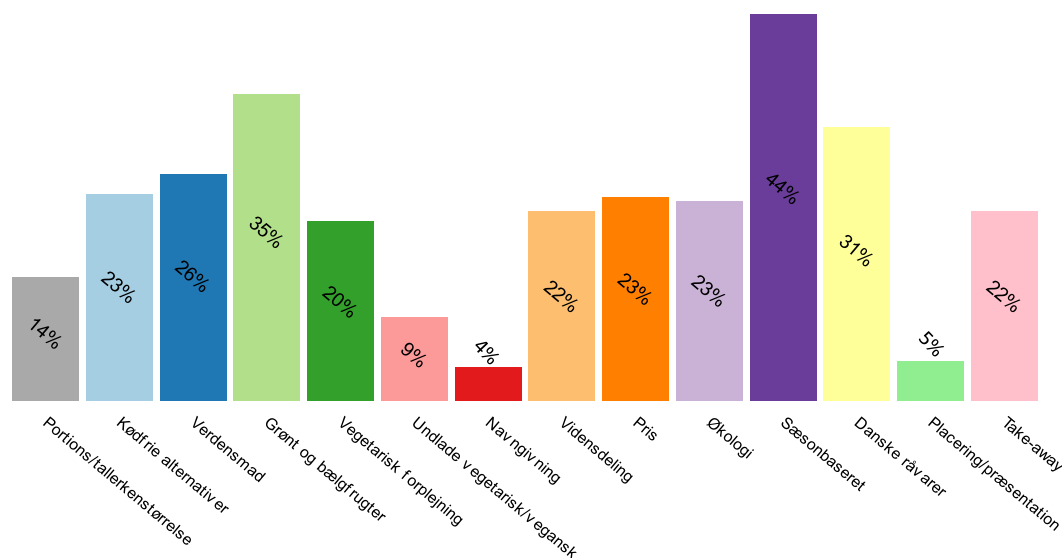
vi som individer ofte ikke er fuldt bevidste om, hvordan vores omgivelser påvirker vores adfærd, som det også blev nævnt tidligere i rapporten (Ensaff, 2021).

Andet blev valgt af 21% af gæsterne som en af de tre påvirkningsfaktorer, hvilket indikerer, at der er vigtige faktorer, ud over de otte faktorer i svarmulighederne. I *Andet* ser vi faktorer som sygdom i familien, tid og lyst bliver nævnt. Flere har også brugt svarmuligheden *andet* til at tydeliggøre, at det handler om udfordringer i, hvad familien vil spise, og især lægges der vægt på, at børnefamilierne synes, at det kan være svært at lave noget sundt og mindre klimabelastende, som børnene kan lide. Yderligere blev også interesse og morale nævnt af flere gæster, hvor morale var med tanke på klima og CO₂, samt for nogle også en overvejelse af dyrevelfærd. Kogebøger og tv-programmer blev også nævnt som faktorer under *andet*. Udover indretningen i supermarkederne nævnte flere deltagere også tilbud og tilgængelighed ved indkøb som faktorer for, hvad de synes, der var muligt at blive påvirket af.

4.2.4.1 Tiltag, gæsterne mener, kan påvirke deres madvaner

Gæsterne blev spurgt ind til, hvilke tre tiltag i kantiner, de mener har den største betydning for deres og deres husstands madvaner. Resultaterne af dette spørgsmål kan ses i Figur 8.

Alle kantiner, N = 264



Figur 8: Tiltag, der har størst betydning for gæsterne og deres husstands madvaner. Gæsterne skulle vælge tre tiltag. Procenttal er angivet afrundet til nærmeste heltal.

Af Figur 8 ses det, at de tiltag, som flest gæster vurderer, kan have størst betydning for deres og deres husstands madvaner, er *sæsonbaseret*, *grønt og bælgrugter*, og *danske råvarer* med en tilslutning på henholdsvis 44%, 35% og 31%. Heraf var *grønt og bælgrugter* samt *sæsonbaseret* også to af de fem tiltag, der var oplevet mest på tværs af alle syv kantiner. Gæsterne oplever altså disse to tiltag og tænker derudover også, at de kan have en betydning for deres egen og husstandens madvaner. Dette kunne skyldes at gæsterne har oplevet disse tiltag i kantinen positivt og har haft succes med at implementere dem i hjemmet. Som vi kommer ind på i næste afsnit, er disse to tiltag netop blandt de tiltag, som flest har implementeret i hjemmet med succes. Det indikerer, at især disse to tiltag i kantinerne kan have en

stor effekt på gæsternes madvaner i hjemmet, og at især disse typer af tiltag kan give inspiration og påvirke deres madlavning i hjemmet.

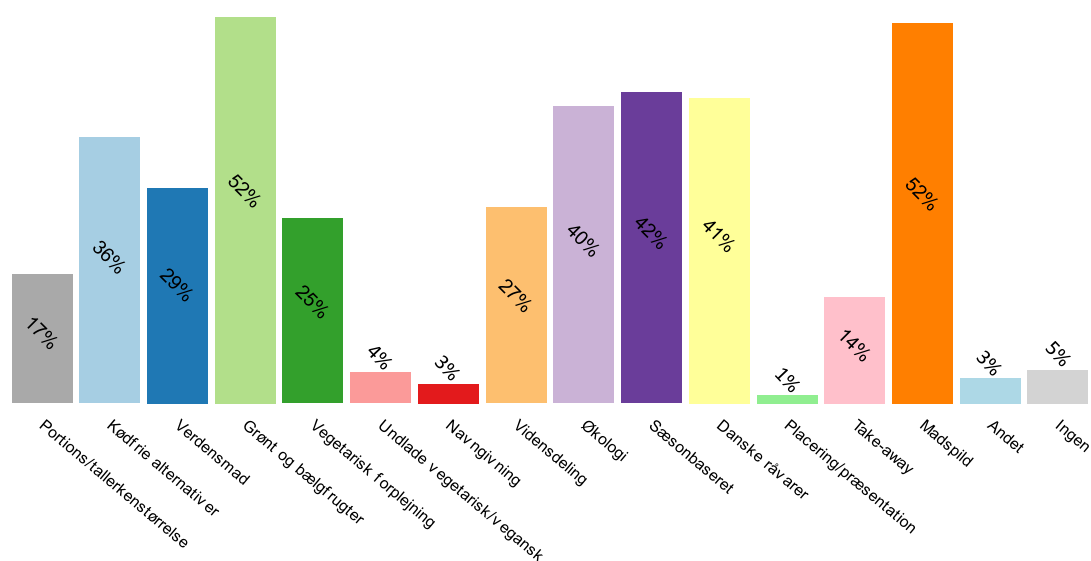
Kun et fåtal af gæsterne (<10%) angav, at *navngivning, placering/præsentation* og *undlade vegetarisk/vegansk* som værende et af de tre tiltag med størst betydning for deres husstands madvaner. Dette er forventeligt, da disse faktorer primært relaterer sig til kantinens fysiske udformning og præsentationen af retterne, hvilket for mange måske ikke umiddelbart kan overføres til en hjemlig kontekst.

De øvrige tiltag viser relativt spredte besvarelser, hvor omkring 20% af gæsterne har valgt dem som et af de tre tiltag, der kan have størst påvirkning på deres madvaner. Dette viser, at det ikke er de samme tre tiltag alle gæster mener, kan have størst effekt på deres madvaner. Dette kunne også være relateret til forskelle i de specifikke tiltag, der er blevet introduceret i de enkelte kantiner. Fra optællingen af de oplevede tiltag på tværs af de syv kantiner, kunne det ses, at *vidensdeling, pris*, og *vegetarisk forplejning* var oplevet mindst i kantinerne, der her alle ligger med en tilslutning på minimum 20% af gæsterne. Dette kan indikere, at selvom gæsterne ikke har oplevet tiltagene, så kan de stadig have en forventning til, hvad der vil påvirke dem. Derudover kan nogle tiltag være lettere og mere relevante at implementere i visse husstande end andre. Dette indikerer, at det er relevant for kantinerne at fortsætte med at fokusere på flere tiltag for at opnå en spillover-effekt hos et bredere segment.

4.2.4.2 Tiltag indført eller forsøgt indført i husstanden

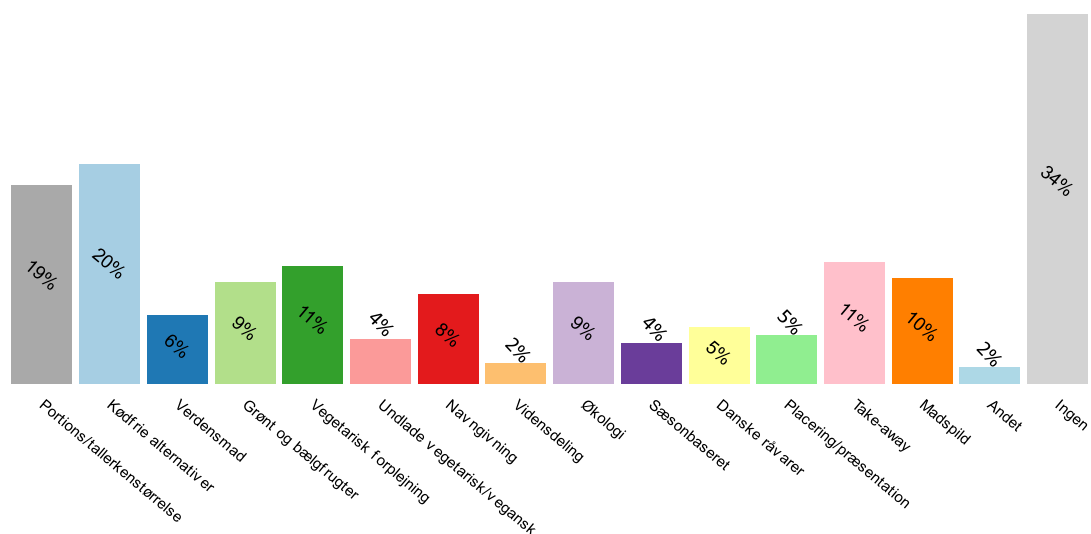
I forlængelse af ovenstående spørgsmål skulle gæsterne svare på, hvilke af tiltagene, de har forsøgt at implementere i deres egen husstand med og uden succes. Resultaterne kan ses i Figur 9 og Figur 10. Da der i de to spørgsmål ikke var restriktioner på antallet, som gæsterne kunne vælge, vil det ikke påvirke resultaterne af de andre tiltag. Tiltaget omkring reduceret madspild er kun inkluderet i disse spørgsmål - og derfor først inkluderet i rapporten nu - af to årsager: For det første er det et tiltag, som gæsterne nemt kan forholde sig til i deres egen husstand, men som de ikke har forudsætninger for at vurdere på kantinernes vegne. For det andet, selvom madspild ikke direkte relaterer sig til madvaner, hænger det sammen med en mindre klimabelastning, hvilket gør det relevant at inkludere i denne sammenhæng. Tiltagene er i nedenstående figurer oplyst med forkortelserne fra Tabel 1, men i spørgsmålene til, hvilke tiltag gæsterne har implementeret og forsøgt at implementere er betegnelserne gjort mere relaterbare til husstanden. To eksempel herpå kunne være den vegetariske forplejning, som i husstanden i stedet handler om servering af mere vegetarisk til familie, venner og ved sociale lejligheder, eller at kødfrie alternativer dækker over indførslen af kødfrie dage. De oplyste betegnelser kan findes i Bilag 2.

Alle kantiner, N = 264



Figur 9: Tiltag, der er blevet indført i deltagernes husstand med succes. Procentangivelserne viser antallet af gæster, der har valgt tiltagene ud af det samlede antal deltagende gæster, der har besvaret spørgsmålet. Frit antal valg. Procenttal er angivet afrundet til nærmeste heltal.

Alle kantiner, N = 264



Figur 10: Tiltag, der er blevet indført i deltagernes husstand uden succes. Procentangivelserne viser antallet af gæster, der har valgt tiltagene ud af det samlede antal deltagende gæster, der har besvaret spørgsmålet. Frit antal valg. Procenttal er angivet afrundet til nærmeste heltal.

Af figur 9 og 10 ses det, at der generelt er flere gæster, der har implementeret tiltag i hjemmet med succes end uden succes. Dette ses både i de markant højere procenter i Figur 9 end i Figur 10, men også i den høje andel af deltagere, der har svaret *Ingen* i Figur 10. *Navngivning*, *placering/præsentation* og *undlade vegetarisk/vegansk* er de eneste tiltag, som kun meget få gæster har forsøgt at implementere i husstanden (både med og uden succes). Hver gæst har i gennemsnit indført 3,9 tiltag med succes og 1,3 tiltag uden succes, hvor ingen ikke tælles med som et tiltag.

Figur 9 viser, at de tiltag, som flest gæster har angivet, at de har indført med succes i hjemmet, er *grønt og bælgrugter*, *sæsonbaseret* og *danske råvarer*, som henholdsvis 52%, 42% og 41% af gæsterne har valgt. Disse resultater er i overensstemmelse med resultaterne fra Figur 8, hvor gæsterne angav netop disse tiltag fra kantinen som dem, der har haft størst indflydelse på deres madvaner i husstanden. Som tidligere nævnt er to af disse tiltag (*grønt og bælgrugter* og *sæsonbaseret*) også angivet som to af de fem mest oplevede tiltag på tværs af de syv kantiner. Det kunne have været nemmere for gæsterne at indføre disse tiltag, netop fordi de har oplevet tiltagene i kantinerne, hvordan tiltagene kan gennemføres. Som nævnt i forbindelse med Figur 7, kan faktorer ud over kantinens tiltag også have bidraget til implementeringen af disse tiltag, herunder de officielle kostråd, der f.eks. anbefaler et øget indtag af bælgrugter. *Madspild* er ligeledes et tiltag, som 52% af gæsterne angiver, at de har indført med succes i deres husstand. Dette kan skyldes at der er skabt et øget fokus på at reducere madspildet i danske husstande, eksempelvis med regeringens nationale madspildsstrategi, der blev lanceret i marts 2024 (Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri, 2024), hvormed det kunne tænkes, at danskerne er blevet mere opmærksomme på deres madspild. Derudover er der et økonomisk incitament for at reducere madspild i husstanden, hvilket potentielt kan virke særligt motiverende for nogle, især efter inflation og stigende fødevarerpriser (Nefovski et al., 2023).

Samtidig viser Figur 10, at kun en mindre andel af gæsterne (4-10%) uden succes har forsøgt at indføre de ovenfor nævnte tiltag (*grønt og bælgrugter*, *sæsonbaseret*, *danske råvarer* og *madspild*) i husstanden, hvilket tyder på, at de kunne være relativt lette at implementere. En mulig forklaring, som tidligere nævnt i rapporten, er, at grøntsager og bælgrugter ofte kan integreres i måltider uden væsentligt at ændre smagen. Ligeledes vedrører tiltagene om danske og sæsonbaserede råvarer primært råvarernes oprindelse og påvirker derfor ikke nødvendigvis retternes sensoriske egenskaber. På samme måde kræver madspildsreduktion ikke nødvendigvis en ændring af eksisterende madvaner. Samlet set forudsætter disse tiltag altså ikke at gæsterne skal gå på kompromis med deres præferencer eller lave markante ændringer i deres etablerede madvaner, hvilket kan forklare den høje succesrate for implementeringen.

Lidt anderledes ser det ud for tiltaget *kødfrie alternativer*, for selvom 36% af gæsterne har angivet, at de har implementeret dette tiltag i deres husstand med succes, er der samtidig 20%, der har angivet at de har forsøgt at gøre det, men uden succes. Dette kan indikere, at det er nemmere for gæsterne at introducere mere grønt og flere bælgrugter i deres kost, men helt at skære kødet væk på nogle dage, kan være udfordrende. Dette understøtter også resultaterne i Figur 5, hvor flest deltagerne var mest tilfredse med tiltaget *grønt og bælgrugter*, men på tværs af alle fire kantiner var der gæster, der var utilfredse med tiltaget *vegetarisk forplejning*. I alt har 23% af gæsterne angivet *kødfrie alternativer*, som et af de tre tiltag, der kunne have betydning for deres og deres husstands madvaner (Figur 8), hvilket understøttes af, at henholdsvis 36% og 20% af gæsterne har indført tiltaget med succes eller forsøgt at indføre tiltaget uden succes i deres egen husstand.

For tiltagene *verdensmad* og *økologi* havde henholdsvis 26% og 23% af gæsterne på tværs af alle syv kantiner angivet, at disse tiltag kunne have en betydning for deres og deres husstands madvaner (Figur

8). Af Figur 9 ses det, at 29% af gæsterne i kantinerne har indført tiltaget *verdensmad* med succes i deres husstand, og at 6% af gæsterne har forsøgt at indføre tiltaget dog uden succes, hvilket ses i Figur 10. Yderligere ses det af Figur 9 for tiltaget *økologi*, at 40% af gæsterne har haft succes med at indføre dette tiltag i deres husstand, mens det i Figur 10 ses, at 9% har forsøgt at indføre det uden succes. Dette afspejler yderligere, at de tiltag, som gæsterne har angivet kunne have en betydning for deres og deres husstands madvaner også er nogle af de tiltag, som gæsterne har haft succes med at indføre i deres husstand.

Det eneste tiltag, hvor en større andel af gæsterne har rapporteret at have forsøgt at implementere det uden succes sammenlignet med dem, der har gjort det med succes, er *portions- eller tallerkenstørrelse* (hhv. 20% og 19%). Årsagen til udfordringen i at implementere dette specifikke tiltag er ikke klarlagt, men det kan muligvis skyldes at en reduceret portionsstørrelse potentielt kan påvirke mæthedfølelsen, hvilket for nogle kan gøre tiltaget vanskeligt at opretholde på længere sigt. Gæsterne havde også mulighed for generelt at uddybe, hvorfor tiltagene ikke var lykkedes i husstanden. En af de mest gennemgående forklaringer var, at madvaner er dybt forankrede, og at det kan være svært at etablere og fastholde nye vaner, hvilket kræver en tilvænningsproces. Det betyder, at selvom spillover-effekten fra kantinen til hjemmet ikke nødvendigvis er markant på nuværende tidspunkt, giver det stadig mening at fortsætte arbejdet med at implementere tiltag i kantiner, der kan udfordre gæsternes vaner og påvirke deres opfattelse af, hvad der betragtes som "normalt". Nogle gæster beskriver også, at det er en proces, og at man er nødt til at starte et sted og tage et skridt ad gangen. Yderligere nævner flere, at de ikke føler et stort nok kendskab til, hvad de kan lave af sund og mindre klimabelastende mad. Flere nævner, at de ikke har tid nok til at sætte sig ind i det. Udover dette nævnes også økonomi og tilgængelighed som faktorer for, at gæsterne ikke er lykkedes med at implementere de afprøvede tiltag i deres husstand. Udover ovenstående blev børns og andre kræsne familiemedlemmers præferencer også fremhævet som en væsentlig årsag til, at tiltagene ikke er blevet fastholdt. Dette understøtter, at selvom ét familiemedlem kan påvirkes af kantinens initiativer og udvikle ændrede spisepreferencer, kan det være udfordrende at overføre disse ændringer til resten af husstanden. Disse resultater understreger vigtigheden af en bred implementering af sådanne tiltag på tværs af forskellige kantintyper i Danmark. En bredere udbredelse vil øge sandsynligheden for, at flere eksponeres for og dermed tilpasser sig de nye madvaner, hvilket potentielt kan gøre adfærdsåndringer i husstandene lettere.

4.3 Konklusion på spørgeskemaundersøgelse

Resultaterne fra de fire udvalgte kantiner viser, at en stor andel af gæsterne generelt har oplevet mange forskellige tiltag i kantinerne, til at fremme sundere og mindre klimabelastende madvaner. Nogle af disse tiltag gik igen på tværs af kantinerne, mens andre var mere udbredte i enkelte kantiner. Generelt angav størstedelen af gæsterne, at de var tilfredse med de forskellige tiltag. På tværs af de fire kantiner udtrykte en mindre andel af gæsterne dog utilfredshed med tiltagene; vegetarisk forplejning med kød som tilvalg samt kreativ navngivning af retterne. I tre af kantinerne oplevede en mindre andel af gæsterne (20-33%), at kantinen påvirker deres og deres husstands madvaner, mens 47% af gæsterne i én kantine angav, at de oplevede en påvirkning. Dette kan hænge sammen med, at denne kantine sandsynligvis har implementeret flere tiltag og/eller har været mere tydelig i promoveringen af disse. Ikke desto mindre er der overordnet set en andel af gæsterne fra alle kantiner, der mener, at deres og deres husstands madvaner påvirkes af kantinens tiltag. Dette indikerer, at der kan være en vis grad af spillover-effekt fra kantinen til hjemmet, selvom dette ikke er tilfældet for alle gæsterne.

Resultaterne baseret på de samlede data fra alle syv kantiner viser, at de faktorer, som flest kantinegæster har angivet som de største påvirkninger på deres husstands madvaner, er økonomiske forhold i husstanden (53%), madvaner i omgangskredsen (66%) og officielle anbefalinger/kostråd (50%). Tiltag i kantinen blev valgt af 22%, hvilket omtrent er samme niveau som de resterende fire adspurgte faktorer. De tiltag fra kantinerne, som flest gæster angav kunne være de mest indflydelsesrige på deres husstands madvaner, omfattede råvarer i sæson (44%), mere grønt og flere bælgfrugter (35%), samt køb af flere danske råvarer (31%). Det var også de tiltag, som flest gæster, henholdsvis 42%, 52% og 41%, havde indført i deres husstand med succes. De tiltag, som flest gæster havde forsøgt at implementere men uden succes, var at indføre kødfrie dage (20%) og at spise mindre portioner (19%).

Afslutningsvis skal det bemærkes, at resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen ikke kan generaliseres til danske kantiner eller danskernes holdninger generelt. På trods af, at undersøgelsen har inkluderet kantiner fra forskellige landsdele og behandlet data separat, skal denne variation tages i betragtning. Desuden har kun en mindre andel af gæsterne fra kantinerne besvaret spørgeskemaet, hvilket kan medføre deltagerbias, som også fremgår af sociodemografiske data, hvor kvinder udgjorde en større andel af respondenterne sammenlignet med mænd.

5 Samlet konklusion

Hvilke tiltag anvender professionelle køkkener, som kan fremme, at deres gæster spiser mad, der er sund og mindre klimabelastende i hjemmet?

Litteraturgennemgangen viste, at der har været undersøgt mange forskellige typer af tiltag i foodservice-sektoren verden over, og at disse har haft en effekt på indtaget af sunde og mindre klimabelastende måltider. De tiltag, som blev undersøgt i denne rapport igennem en spørgeskemaundersøgelse i danske kantiner, var: Placering og præsentation af retter i buffeten; ændret portionsstørrelse eller tallerkenstørrelse; default vegetarisk forplejning/valg for kunden; kreativ navngivning af retter; undlade brug af ordene vegetarisk/vegansk i præsentationen af retterne; servering af kendte retter, men som kødfrie alternativer; servering af retter fra andre lande/kulturer, som oprindeligt er uden kød; opskriftsdeling/vidensdeling med gæsterne; pris på maden baseret på vægt eller indhold; brug af mere grønt og bælgrugter i retterne; opnået økologimærke; sæsonbaseret råvarevalg; brug af lokale/danske råvarer/ingredienser; mulighed for at gæster kan købe take-away med hjem. Interviewene med de madprofessionelle viste, at flere kantiner har indført mere end et tiltag for at fremme sund og mindre klimabelastende mad, og for en del af kantinerne op til flere. Alle de ovenfor nævnte 14 tiltag blev benyttet i kantinerne i varierende grad. Tiltagene, der var implementeret i flest kantiner, var servering af kendte retter som kødfrie alternativer og brug af mere grønt og bælgrugter i retterne.

Hvilke tiltag har gæsterne oplevet, og hvordan er de blevet modtaget?

Spørgeskemaundersøgelsen viste, at gæsterne havde oplevet mange af de 14 tiltag, og flest gæster havde oplevet: Kendte retter som kødfrie/kødreducerede muligheder; servering af flere grønsagsretter fra verdenskokkenet; mulighed for køb af take-away og rester; mere grønt og flere bælgrugter; servering af sæsonbaserede retter. Størstedelen af gæsterne generelt udviste tilfredshed med de tiltag, de havde oplevet. Der var kun nogle få tiltag, som nogle gæster udtrykte utilfredshed med på tværs af alle kantinerne. Dette var vegetarisk forplejning med kød som tilvalg samt kreativ navngivning af retterne. Dette blev understøttet af interviews med de madprofessionelle, hvor nogle oplevede gæster med interesse for og tilfredshed med tiltagene, mens andre oplevede gæster, der ikke var lige så tilfredse med tiltagene.

Hvordan påvirker tiltagene gæsternes madvaner?

Det var udfordrende for de madprofessionelle at svare på, om tiltagene har en betydning for gæsterne i hjemmet, da de ofte ikke har forudsætninger for at svare på gæsternes vegne. Spørgeskemaundersøgelsen viste, at 20-47% af gæsterne angav, at tiltagene i kantinerne påvirker deres og deres husstands madvaner. Nogle gæster oplever altså en spillover-effekt fra kantinen til husstanden. Omvendt oplever nogle gæster, at tiltag i kantiner ikke påvirker deres madvaner i hjemmet, og vi ser andre faktorer, som i større grad påvirker gæsternes madvaner i hjemmene. De tre største påvirkningsfaktorer blandt gæsterne var økonomien i deres husstand, madvanerne i deres omgangskreds og officielle anbefalinger eller kostråd, som over 50% af gæsterne svarede. Færre gæster angav kantinen som én af de tre største påvirkningsfaktorer på deres og deres husstands madvaner. Denne faktor blev valgt af omkring 20% af

gæsterne ligesom vi så med fire andre adspurgte faktorer. Vi ser derfor indikationer for, at andre faktorer end tiltag i kantiner kan have en større påvirkning på befolkningens madvaner end tiltag i kantiner. Selvom en del gæster ikke oplevede kantinen som en af de tre største påvirkningsfaktorer, blev de bedt om at vurdere, hvilke tiltag fra kantinen, kunne have størst effekt på deres og deres husstands madvaner. Her var det råvarer i sæson, mere grønt og flere bælgfrugter, samt køb af flere danske råvarer, som flest gæster angav som en af de tre mest påvirkningsfulde tiltag. Dette var også de tiltag, som flest gæster angav, de havde indført i deres husstand med succes. Disse resultater indikerer, at der kunne være en sammenhæng mellem de oplevede tiltag, hvilke tiltag gæsterne vurderer, kan påvirke dem, og hvilke, de har indført med succes i husstanden. Generelt så vi, at hver gæst i gennemsnit havde indført 3,9 tiltag med succes og 1,3 tiltag uden succes. De tiltag, som flest gæster angav, de havde forsøgt at implementere i deres husstand uden succes, var at indføre kødfrie dage og at spise mindre portioner. Udfordringen med at implementere disse tiltag kan skyldes, at de i højere grad indebærer en ændring af etablerede madvaner.

Overordnet indikerer resultater fra både interviewene og spørgeskemaundersøgelsen, at der er en vis grad af spillover-effekt fra tiltag, der anvendes i kantiner til at fremme sunde og mindre klimabelastende madvaner i husstanden. Der er dog stadig en del gæster, der oplever at kantinen ikke har en effekt på deres madvaner i hjemmet, og at andre faktorer kan have større betydning. Dog kan gæsternes madvaner være blevet påvirket indirekte (nudging), der vil medføre, at de ikke nødvendigvis er bevidste om effekten af deres omgivelser. Det kan derfor stadig være relevant at eksponere og oplyse gæsterne yderligere om sunde og mindre klimabelastende madvaner gennem tiltag i kantinerne.

6 Referencer

- Attwood S., Vorheis P., Mercer C., Davies K. & Vennard D. (2020). Playbook for guiding diners toward plant-rich dishes in food service. Washington, DC: World Resources Institute. Link: https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/from-crm/19_Report_Playbook_Plant-Rich_Diets_final.pdf
- Betz A., Buchli J., Göbel C. & Müller C. (2015). Food waste in the Swiss food service industry – Magnitude and potential for reduction. *Waste Management*. 35: 218–226. doi: <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2014.09.015>
- Brunner F., Kurz V., Bryngelsson D. & Hedenus F. (2018). Carbon label at a university restaurant – label implementation in evaluation. *Ecological Economics*. 146: 658–667. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.12.012>
- Brunner T.A. (2013). It takes some effort. How minimal physical effort reduces consumption volume. *Appetite*. 71: 89–94. doi: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.07.014>
- Burratto A. & Lotti L. (2024). Encouraging sustainable food consumption through nudges: An experiment with menu labels. *Ecological Economics*. 216: 108024. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2023.108024>
- Campbell-Arvai V., Arvai J. & Kalof L. (2014). Motivating sustainable food choices: the role of nudges, value orientation, and information provision. *Environment and Behavior*. 46: 453–475. doi: <https://doi.org/10.1177/0013916512469099>
- Coop Analyse (2018) Vegetariske retter – hvem spiser dem? Link: https://coopanalyse.dk/analyse/02_246-vegetar-no2/
- Ensaft H. (2021). A nudge in the right direction: the role of food choice architecture in changing populations' diets. *Proceedings of the Nutrition Society*. 80(2): 195–206. doi: <https://doi.org/10.1017/S0029665120007983>
- Feldmann C. & Hamm U. (2015). Consumers' perceptions and preferences for local food. *Food Quality and Preference*. 40(A): 152–164. doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.09.014>
- Garnett E.E., Balmford A., Marteau T.M., Pilling M.A. & Sandbrook C. (2019). Impact of increasing vegetarian availability on meal selection and sales in cafeterias. *The Proceedings of the National Academy of Sciences*. 116(42): 20923–20929. doi: <https://doi.org/10.1073/pnas.1907207116>
- Garnett E.E., Balmford A., Marteau T.M., Sandbrook C., & Pilling P.A. (2020). Order of meals at the counter and distance between options affect student cafeteria vegetarian sales. *Nature Food*. 1: 485–488. doi: <https://doi.org/10.1038/s43016-020-0132-8>
- Garnett E.E., Balmford A., Sandbrook C., Pilling M.A. & Marteau T.M. (2021). Price of change: Does a small alteration to the price of meat and vegetarian options affect their sales? *Journal of Environmental Psychology*. 75: 101589. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101589>
- Geaney F., Kelly C., Di Marrazzo J.S., Harrington J.M., Fitzgerald A.P., Greiner B.A., & Perry, I.J. (2016). The effect of complex workplace dietary interventions on employees' dietary intakes, nutrition knowledge and health status: a cluster-controlled trial. *Preventive Medicine*. 89:76–83. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2016.05.005>

- Hansen P.G., Schilling M. & Malthesen M.S. (2019). Nudging healthy and sustainable food choices: three randomized controlled field experiments using a vegetarian lunch default as a normative signal. *Journal of Public Health*. 43(2): 392-397. doi: <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdz154>
- Klimarådet (2021). Klimavenlig mad og forbrugeradfærd. København: Klimarådet. Link: https://klimaraadet.dk/sites/default/files/imorted-file/klimavenlig_mad_og_forbrugeradfærd_1.pdf
- Krpan D. & Houtsma N. (2020). To veg or not to veg? The impact of framing on vegetarian food choice. *Journal of Environmental Psychology*. 67: 101391. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2020.101391>
- Lachat C.K., Verstraeten R., De Meulenaer B., Menten J., Huybregts L.F., Van Camp J., Roberfroid D., Kolsteren P.W. (2009) Availability of free fruits and vegetables at canteen lunch improves lunch and daily nutritional profiles: a randomised controlled trial. *British Journal of Nutrition*. 102(7): 1030-1037. doi: <https://doi.org/10.1017/S000711450930389X>
- Lassen A.D., Beck A., Leedo E., Andersen E.W., Christensen T., Mejbørn H., Thorsen A.V., & Tetens I. (2014). Effectiveness of offering healthy labelled meals in improving the nutritional quality of lunch meals eaten in a worksite canteen. *Appetite*. 75: 128-34. doi: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.12.005>
- Lassen A.D., Ernst L., Poulsen S., Andersen K.K., Hansen G.L., Biloft-Jensen A., Tetens I. (2012) Effectiveness of a Canteen Take Away concept in promoting healthy eating patterns among employees. *Public Health Nutrition*. 15(3): 452-458. doi: <https://doi.org/10.1017/S1368980011001431>
- Lassen A.D., Trolle E., & Vilsbøll T. (2003). Successful strategies to increase the consumption of fruits and vegetables: results from the Danish '6 a day' Work-site Canteen Model Study. *Public Health Nutrition*. 5(3): 399-405. doi: <https://doi.org/10.1079/PHN2001296>
- Marshall D., Bano F. & Banas K. (2022). A meaty issue: the effect of meat-related label terminology on the willingness to eat vegetarian foods. *Food Quality and Preference*. 96: 104413. doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104413>
- Milford A. B. & Kildal C. (2019). Meat Reduction by Force: The Case of "Meatless Monday" in the Norwegian Armed Forces. *Sustainability*. 11(10): 2741. doi: <https://doi.org/10.3390/su11102741>
- Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri (2024). National madspilidsstrategi 2024-2027. ISBN: 978-87-88363-37-1.
- Mundt-Nielsen K. (2021). Her er danskernes favoritkøkken. Fødevareforkus: <https://www.fodevareforkus.dk/her-er-danskernes-favoritkoekken/>
- Nefovski S., Petreska L. & Stojanova P. (2023). The rising trend of food prices: A factor in changing consumer behaviour regarding food waste. *Economics of Sustainable Development*. 7(2): 33-46. doi: <https://doi.org/10.5937/ESD2302033N>
- Nguyen M.T.T., Emberger-Klein A., & Menrad K. (2022). Some like it tailor-made: The effectiveness of personalized coupons for lower-calorie food choices at a university canteen. *International Journal of Consumer Studies*. 46(3): 744-762. doi: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12723>
- Reinders M.J., van Lieshout L., Pot G.K., Neufingerl N., van den Broek E., Battjes-Fries M. & Heijnen, J. (2020). Portioning meat and vegetables in four different out of home settings: A win-win for guests, chefs and the planet. *Appetite*. 147: 104539. doi: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104539>

- Saulais L., Massey C., Perez-Cueto F.J.A., Appleton K.M., Dinnella C., Monteleone E., Depezay L., Hartwell H. & Giboreau, A. (2019). When are “dish of the day” nudges most effective to increase vegetable selection? *Food Policy*. 85: 15–27. doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2019.04.003>
- Thaler R.H. & Sunstein C.R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. New Haven: Yale University Press.
- Turnwald B.P., Boles D.Z. & Crum A.J. (2017). Association between indulgent descriptions and vegetable consumption: twisted carrots and dynamite beets. *JAMA Internal Medicine*. 177(8): 1216–1218. doi: <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2017.1637>

7 Bilag

7.1 Bilag 1: Interviewguide til interviews med madprofessionelle

1 Spørgeguide for madprofessionelle i 2 kantiner

Køkken/Kantine:	Interviewer:
Dato:	
Tid:	Varighed:

3

4 Flowchart:



5

6 Planlægning:

7 Interviews gennemføres nogenlunde ligeligt fordelt mellem de fire farvegrupper. Det er
8 oplyst forinden, hvilke tiltag/initiativer kantinerne benyttes, hvorfor der på forhånd
9 udvælges 1-2 tiltag for hver kantine, som bliver hovedfokus for interviewet, hvormed alle
10 tiltag/initiativer forsøges undersøgt ligeligt. De udvalgte tiltag/initiativer indsættes, hvor
11 der står ****indsæt tiltag/initiativ****. Til sidst i hvert interview vil deltageren få lov til at
12 belyse tiltag/initiativer i deres kantine, som de er særligt stolte over eller som de mener
13 har haft en væsentlig effekt på gæsterne i deres kantine. Dette antages det, at der
14 afsættes 10-15 minutter til i hvert interview, hvori der bliver lagt op til mere løst
15 interview, der kan give anledning til både guldgrube fra deltagerne, men også stikord til at
16 udarbejde spørgeskemaer til gæsterne i de forskellige kantiner.

17 Proces:

Sektion	Pre-interview
1.1	Sikre, at der er underskrevet samtykkeerklæring for deltagelse. Sikre, at det er forstået, at interviewet bliver optaget med det formål at transskribere interviewet, således at ingen holdninger går tabt. Fortælle om, at resultaterne præsenteres så vidt muligt anonymt. Forsikre om, at deltagelsen er frivillig, og at man undervejs kan trække sit samtykke tilbage. Dette kan dog ikke gøres efter interviewet er afsluttet, da det her opbevares i anonymiseret form. Forsikre om, at der må stilles spørgsmål undervejs, og at de interviewede må undlade at svare på spørgsmål. Spørge hvorledes det er muligt at gennemføre en spørgeskemaundersøgelse blandt gæsterne i deres kantine?
2	Introduktion

2.1	Præsentation – Interviewer	Hvem er jeg?	Jeg hedder Nicoline, og er ansat som videnskabelig assistent ved Institut for Fødevarer ved Aarhus Universitet. Her arbejder jeg bl.a. på dette projekt.
2.2	Præsentation – Projektet	Formålet med projektet, og specifikt med interviews	I dette projekt undersøger vi, hvordan tiltag for at fremme mindre klimabelastende og/eller sundere mad i kantiner, påvirker gæsternes madvaner i hjemmet i en sundere og/eller mindre klimabelastende retning. Vi er interesserede i baggrunden for implementeringen af sådanne tiltag i kantinerne. Yderligere ser vi på om kantinepersonalet kan se en virkning af tiltagene i kantinens dagligdag, herunder både succeser og udfordringer i forbindelse med de tiltag, de har forsøgt sig med. Derfor afholder vi disse interviews med forskellige interessenter.
2.3	Præsentation – Interviewede	Hvem er du?	Den deltagende præsenterer sig selv. Målet er at få dækket følgende spørgsmål: - Hvad hedder du? - Hvor er du ansat og i hvilken stilling? - Beslutningstager eller ej? - Lokation? - Antal gæster?
3	Tiltag og initiativer		
3.1	Initiativer og tiltag generelt	Tiltag eller initiativer?	Hvad forstår du ved sundere og/eller mindre klimabelastende initiativer? Hvilke tiltag og initiativer bruger I ude i jeres kantine?
3.2	Sundere og mindre klimabelastende initiativer og tiltag	Indført for at fremme sundere og mindre klimabelastende madvaner?	Er **indsæt tiltag/initiativ** indført for at fremme sundere og/eller mindre klimabelastende madvaner? Er det tænkt som madvaner kun i kantinerne eller mere generelt? Eller er **indsæt

			tiltag/initiativ** indført af andre årsager, og i så fald hvilke?
3.3	Beslutningstager	Hvem har taget beslutningen?	Hvem har taget beslutningen om, at **indsæt tiltag/initiativ** har skullet indføres?
4	Effekter, begrænsninger og kundetilfredshed		
4.1	Effekt	Effekter af tiltag og initiativer	Du/I har tidligere udtalt, at **indsæt tiltag/initiativ** er indført for at <i>*Svar fra sektion 3.2*</i> . Har I set en effekt af dette efter implementering af tiltaget? Har I tænkt over, om **indsæt tiltag/initiativ** har andre effekter på <i>*Svar fra sektion 3.2*</i> ?
4.2	Begrænsninger	Begrænsninger i effekten (Manglende mulighed for eksempelvis affaldssortering)	Er der nogen interne eller eksterne faktorer, der har gjort det svært at indføre tiltagene? Og hvorfor tror du, at disse faktorer har haft betydning for implementeringen?
4.3	Kundetilfredshed	Oplevelse af gæstetilfredshed	Oplever I generelt at **indsæt tiltag/initiativ** har påvirket gæstetilfredsheden i jeres kantine? Har I en ide om, hvorfor **indsæt tiltag/initiativ** påvirker tilfredsheden således?
4.4	Spillover effekter	Fremmes initiativet blandt gæsterne i kantinen?	Hvordan forsøger I at fremme <i>*Svar fra sektion 3.2*</i> blandt jeres gæster? Og gør I yderligere for at sprede **indsæt tiltag/initiativ** til at påvirke gæsternes adfærd mod sundere og mindre klimabelastende madvaner uden for arbejdstiden? Oplever I feedback fra gæsterne omkring **indsæt tiltag/initiativ** hvordan gæsterne inkluderer tiltaget hjemme?
5	Andre tiltag og initiativer		

5.1	Belyse andre tiltag/initiativer	Belyse andre tiltag/initiativer	Udover **indsæt tiltag/initiativ**, benytter I så andre tiltag for at fremme sundere og/eller mindre klimabelastende madvaner blandt gæsterne?
5.2	Fremhæve andre tiltag/initiativer	Hvorfor fremhæves disse?	Hvad gør, at det lige præcis er det, du vælger at fremhæve?
5.3	Begrænsninger	Begrænsninger i muligheden for at indføre (Manglende mulighed for eksempelvis affaldssortering)	Er der nogen interne eller eksterne faktorer, der har gjort det sværere at indføre tiltagene? Og hvorfor tror du, at disse faktorer har haft betydning?
5.4	Stolte over tiltag	Benyttes tiltag til promovning	Bruges I de forskellige tiltag og initiativer til at promovere jer selv blandt gæsterne? Og ser I en effekt af dette?
5.5	Spillover effekter	Tiltag med størst indflydelse	Hvis du skulle pege på et tiltag du tror kunne have størst indflydelse på, hvad dine gæster spiser derhjemme, hvad vil du så pege på? Og hvorfor?
6	Andet		
6.1	Andet	Belyse andet?	Er der nogle andre ting, som du har lyst til at vi lige snakker om inden vi runder af? Eller måske noget du tænker, at der mangler at blive sagt?
7	Tak		
7.1	Tak	Tak	Mange tak fordi du tog dig tid til at deltage i dette interview. Vi vil gerne takke dig for dit bidrag til undersøgelsen.
7.2	Bio-billetter	Korrekt mail	Jeg blot sikre mig, at din mail er korrekt, så vi kan sende dig biografbilletterne som tak for din deltagelse i undersøgelsen.

7.2 Bilag 2: Spørgeskemaundersøgelse

Velkommen

Kære deltager,

Mange tak for din interesse i at være med i denne undersøgelse.

Med denne undersøgelse forsøger vi at lære mere om hvordan tiltag og initiativer i kantinen modtages af gæsterne, og om det påvirker gæsterne madvaner i hjemmet. Herunder er det kun initiativer der fremmer madvaner, der tager hensyn til sundhed og klima.

Spørgeskemaet vil tage omkring 5-10 minutter og dine svar vil blive behandlet fortroligt. Til sidst har du mulighed for at vælge, om du vil deltage i konkurrencen om sæt af 2 biografbilletter.

På næste side vil du blive oplyst om, hvordan Aarhus Universitet behandler dine personoplysninger.

Det skal du vide om Aarhus Universitets behandlingen af dine personoplysninger

Her finder du information om, hvorfor og hvordan Aarhus Universitet behandler dine personoplysninger.

1. Hvem er den dataansvarlige?

Aarhus Universitet (AU) er dataansvarlig for behandlingen af dine personoplysninger. Vores oplysninger:

Aarhus Universitet
Nordre Ringgade 1
8000 Aarhus C
CVR-nr.: 31119103

Aarhus Universitet har en databeskyttelsesrådgiver. Du kan kontakte vores databeskyttelsesrådgiver på dpo@au.dk.

Forskningsprojektet er ledet af Ulla Kidmose. Ved spørgsmål kan Nicoline Frederikke A. Frøstrup, Aarhus Universitet, Bygning 5911, Lokale 232, kontaktes på telefon +45 28992582 eller e-mail nfaf@food.au.dk.

2. Hvad er personoplysninger?

Personoplysninger er enhver information som direkte eller indirekte kan henføres til dig. Det kan f.eks. være dit navn, din alder, men det kan også være en masse informationer, der ved sammenkobling med anden information fortæller noget om dig, f.eks. din adresse og et offentligt register.

3. Hvorfor behandler vi oplysninger om dig?

Som universitet i Danmark er vi forpligtet til at lave forskning. For at forske har vi ofte behov for at behandle oplysninger om mennesker. I forskningsprojektet "Kan de professionelle køkkener være vejen til mere sund og mindre klimabelastende mad til danskerne?" behandler vi personoplysninger i gennemførslen af et spørgeskema.

Det overordnede formål med projektet er at afdække strategier, der kan fremme en spillover-effekt, så fokus på sund og mindre klimabelastende mad i kantinen også kan få indflydelse på den mad, der bliver spist i hjemmet, så denne bliver mere sund og mindre klimabelastende.

Der er udført interviews med køkkenprofessionelle fra forskellige kantiner, og nu skal der indhentes data fra gæster i nogle udvalgte kantiner gennem en spørgeskemaundersøgelse.

Vi fokuserer på tiltag og koncepter i kantinerne, der kan medvirke til sundere og mindre klimabelastende madvaner blandt kantinens gæster.

Vi bruger spørgeskemaundersøgelsen til 1) at afdække gæsternes modtagelse af og holdninger til kantinernes implementerede eller ønskede tiltag til at fremme sundere og/eller mindre klimabelastende madvaner blandt gæsterne og 2) at afsøge om det kan have en betydning i gæsternes husholdningers madvaner.

4. Hvilke oplysninger behandler vi om dig?

Vi vil behandle følgende kategorier af oplysninger om dig:

- Almindelige personoplysninger

Det er f.eks. oplysninger såsom alder, køn og boligsituation.

Yderligere har du mulighed for at deltage i lodtrækningen af biografbilletter ved din deltagelse. Hvis du gerne vil dette, indsamler vi yderligere også:

- Navn
- E-mailadresse

Dette bruges kun til at kontakte dig, hvis du vinder, og bruges altså IKKE i af rapporteringen af resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen.

Oplysningerne indsamler vi fra dig selv.

5. Hvad er behandlingsgrundlaget for behandlingen af dine oplysninger?

Behandling af personoplysninger kræver, at der er et behandlingsgrundlag i databeskyttelsesreglerne eller anden lovgivning. Vi behandler dine personoplysninger på baggrund af Databeskyttelsesforordningens artikel 6, stk. 1, litra e.

Det betyder, at behandlingen er nødvendig af hensyn til udførelse af en opgave i samfundets interesse, herunder videnskabelige forskningsformål. Derfor beder vi ikke om dit samtykke til behandling af dine personoplysninger.

6. Hvor længe behandler vi dine personoplysninger?

Vi kan ikke på nuværende tidspunkt sige, hvor længe dine personoplysninger vil blive behandlet. Dine personoplysninger behandles af Aarhus Universitet i personhenførbart form så længe, det er nødvendigt for forskningsformålet og

reglerne om opbevaring efter ansvarlig forskningspraksis. Når dine personoplysninger ikke længere er nødvendige for behandlingen, vil de blive anonymiseret, overført til Rigsarkivet eller slettet.

Ved vurderingen af hvor længe det er nødvendigt at behandle dine personoplysninger, lægger vi bl.a. vægt på at forskningsformålet skal kunne opnås, at der skal ske formidling af forskningsresultaterne, og at vi skal kunne redegøre for rigtigheden af forskningsresultaterne i en periode efter forskningens afslutning (bl.a. efter reglerne om ansvarlig forskningspraksis eller efter lov).

7. Hvem deler vi dine oplysninger med?

Vi skal give dig oplysninger om, hvem vi deler dine personoplysninger med. Vi overfører ikke dine personoplysninger til modtagere uden for EU og EØS,

☒ Dine personoplysninger (din alder, køn, boligsituation, navn og e-mailadresse), vil blive behandlet af en ekstern databehandler: Rambøll Management Consulting A/S, Hannemanns Allé 53, 2300 København S, CVR-nr. 60997918 efter reglerne i artikel 28 i databeskyttelsesforordningen.

Du kan få information om de passende garantier/særlige foranstaltninger, der er truffet i forbindelse med overførslen her: Det fremgår af databehandleraftale med Rambøll Management Consulting A/S, Hannemanns Allé 53, 2300 København S, CVR-nr. 60997918 og kan oplyses via den ansvarlige for undersøgelsen.

8. Hvilke rettigheder har du?

Efter databeskyttelsesforordningen har du en række rettigheder, når vi behandler dine personoplysninger. Dine rettigheder er begrænset, når behandlingen sker i forbindelse med forskning. Derfor kan du læse nedenfor, hvilke rettigheder du har i forbindelse med behandlingen af dine personoplysninger i forskning.

Rettigheder i forskning

- Du har ret til at få slettet dine oplysninger, hvis sletningen af dine oplysninger ikke umuliggør eller i alvorlig grad hindrer opfyldelsen af forskningsformålet.
- I tilfælde af at vi sletter dine personoplysninger, har vi pligt til at underrette eventuelle modtagere af dine personoplysninger om sletningen, medmindre dette viser sig umuligt eller er uforholdsmæssigt vanskeligt.

Du kan gøre dine rettigheder gældende ved at rette henvendelse til Nicoline Frederikke A. Frøstrup, videnskabelig assistent, Aarhus Universitet, Bygning 5911, Lokale 232, kontaktes på telefon +45 28992582 eller e-mail nfaf@food.au.dk.

9. Hvordan kan du klage?

Behandlingen af dine personoplysninger og din tillid er vigtig for os. Derfor håber, vi, at du vil kontakte os, hvis du har spørgsmål eller er utilfreds med den måde, vi behandler dine oplysninger på.

Hvis du alligevel ønsker at klage over vores behandling af dine personoplysninger,

kan du henvende dig til tilsynsmyndigheden i Danmark:

Datatilsynet
Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby

Jeg har læst ovenstående og er indforstået med behandlingen af mine personoplysninger.

☐ Ja

Vælg den aldersgruppe du tilhører.

- ☐ 17 eller derunder
- ☐ 18-25
- ☐ 26-32
- ☐ 33-40
- ☐ 41-50
- ☐ 51-60
- ☐ 61-70
- ☐ 71 eller derover

Hvor ofte spiser du mad fra kantinen på din arbejdsplads?

- ☐ 5 til 7 gange om ugen eller mere
- ☐ 3 til 4 gange om ugen
- ☐ 1 til 2 gange om ugen
- ☐ 2 til 3 gange om måneden
- ☐ Cirka én gang om måneden
- ☐ Mindre end én gang om måneden

Initiativer i kantinen

I denne sektion ønsker vi at lære lidt omkring, hvordan du som gæst i kantinen har modtaget de implementerede initiativer for at fremme madvaner, der tager hensyn til sundhed og klima. Yderligere ønsker vi at lære om dine holdninger til initiativerne, samt om dine madvaner i hjemmet.

Initiativer til at fremme sunde og mindre klimabelastende madvaner kunne f.eks. være:

At ændre udbuddet af mad eller produkter i kantinen eller at præsentere maden på andre måder.

Med madvaner, der tager hensyn til sundhed og klima, mener vi:

Madvaner, der følger de officielle kostråd, så der spises planterigt, varieret og ikke for meget. Det er altså madvaner, der er sundere for både dig og klimaet.

Hvor villig er du til at ændre dine madvaner, så de tager hensyn til sundhed og klima, når du tænker på den beskrivelse, som du lige har læst?

Ekstremt uvillig		Hverken villig eller uvillig		Ekstremt villig	Jeg har allerede madvaner, der tager hensyn til sundhed og klima
☐	☐ ☐ ☐ ☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐	☐	☐

Hvilke initiativer har du oplevet i kantinen? Herunder kun initiativer rettet mod sundere og mindre klimabelastende madvaner. (Vælg gerne alle de initiativer, som du har oplevet i kantinen)

- ☐ Ændret placering og præsentation af maden (både buffet og tallerkenanretning)
- ☐ Økologimærket
- ☐ Vidensdeling med eksempelvis opskrifter eller workshops
- ☐ Kreativ navngivning af retterne
- ☐ Mindre brug af ordet vegetarisk i præsentationen af maden
- ☐ Sæsonbaserede råvarer og retter
- ☐ Ændrede portionsstørrelser eller tallerkenstørrelser
- ☐ Større udvalg af grønt og bælgfrugter
- ☐ Mulighed for køb af take-away og rester
- ☐ Som udgangspunkt vegetarisk forplejning med kød som tilvalg
- ☐ Brugen af flere grønsagsretter fra verdenskøkkenet
- ☐ Kendte retter som kødfrie/kødreducerede muligheder
- ☐ Danske råvarer
- ☐ Pris på maden afhængigt af vægt eller ingredienser
- ☐ Andet (Uddyb): _____
- ☐ Ingen

Hvor tilfreds er du med tiltagene, som du har oplevet i kantinen?

	Meget tilfreds	Tilfreds	Hverken/eller	Utilfreds	Meget utilfreds	Ved ikke
Ændrede portionsstørrelser eller tallerkenstørrelse	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kendte retter som kødfrie/kødreducerede muligheder	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Brugen af flere grønsagsretter fra verdenskøkkenet	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Større udvalg af grønt og bælgfrugter	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Som udgangspunkt vegetarisk forplejning med kød som tilvalg	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mindre brug af ordet vegetarisk i præsentationen af maden	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kreativ navngivning af retterne	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vidensdeling med eksempelvis opskrifter eller workshops	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pris på maden afhængigt af vægt eller ingredienser	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Økologimærket	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sæsonbaserede råvarer og retter	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Danske råvarer	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ændret placering og præsentation af maden (både buffet og tallerkenanretning)	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Mulighed for køb af take-away og rester

☐☐☐☐☐☐

Andet

☐☐☐☐☐☐

**Hvad har den største påvirkning på dine og din husstands madvaner?
Vælg de tre faktorer, du mener, der har den største påvirkning.**

- ☐ Initiativer som du har oplevet i kantinen
- ☐ Officielle anbefalinger/kostråd
- ☐ Sociale medier
- ☐ Min og min husstands økonomi
- ☐ Anbefalinger fra læge eller ernæringsekspert
- ☐ Trend/popularitet
- ☐ Madvaner i familien, blandt kolleger, venner og jævnaldrende
- ☐ Indretningen i supermarkeder
- ☐ Andet (Uddyb): _____

Har initiativerne i kantinen påvirket dine og din husstands madvaner, så der tages hensyn til sundhed og klima?

- ☐ Ja
- ☐ Nej
- ☐ Ved ikke

Hvilke initiativer har du/I implementeret i din husstand med succes? (Vælg alle de initiativer, som du/I har implementeret med succes)

- ☐ Min husstand køber mere økologi
- ☐ Min husstand køber flere råvarer i sæson
- ☐ Min husstand har reduceret vores madspild
- ☐ Min husstand er mere bevidst om at bruge ordet vegetarisk mindre
- ☐ Min husstand navngiver retterne kreativt
- ☐ Min husstand spiser mere grønt og flere bælgrugter
- ☐ Min husstand bruger flere grønsagsretter fra verdenskøkkenet
- ☐ Min husstand spiser mindre portioner
- ☐ Min husstand køber take-away og rester fra kantinen
- ☐ Min husstand har indført kødfrie dage
- ☐ Min husstand vidensdeler med hinanden, familie, venner og andre
- ☐ Min husstand køber flere danske råvarer
- ☐ Min husstand har ændret i placeringen og præsentationen af maden
- ☐ Min husstand serverer mere vegetarisk til familie, venner og sociale arrangementer
- ☐ Andet (Uddyb): _____
- ☐ Ingen

Hvilke initiativer har du/I forsøgt at implementere i din husstand, men uden succes? (Vælg alle de initiativer, som du/I har implementeret uden succes)

- ☐ At købe mere økologi

- ☐ At ændre i placeringen og præsentationen af maden
- ☐ At reducere vores madspild
- ☐ At købe flere råvarer i sæson
- ☐ At være mere bevidste om at bruge ordet vegetarisk mindre
- ☐ At servere mere vegetarisk til familie, venner og sociale arrangementer
- ☐ At spise mindre portioner
- ☐ At spise mere grønt og flere bælgfrugter
- ☐ At købe take-away og rester fra kantinen
- ☐ At købe flere danske råvarer
- ☐ At navngive retterne kreativt
- ☐ At bruge flere grønsagsretter fra verdenskøkkenet
- ☐ At indføre kødfrie dage
- ☐ At vidensdele med hinanden, familie, venner og andre
- ☐ Andet (Uddyb): _____
- ☐ Ingen

Hvad er årsagen til, at de valgte ikke blev en succes?

Herunder ser du en liste af initiativer, som er indført i forskellige kantiner i Danmark for at fremme madvaner, der tager hensyn til sundhed og klima.

Hvilke tre initiativer, mener du, kan have den største påvirkning på dine og din husstands madvaner.

- ☐ Danske råvarer
- ☐ Kreativ navngivning af retterne
- ☐ Økologimærket
- ☐ Mindre brug af ordet vegetarisk i præsentationen af maden
- ☐ Sæsonbaserede råvarer og retter
- ☐ Som udgangspunkt vegetarisk forplejning med kød som tilvalg
- ☐ Større udvalg af grønt og bælgfrugter
- ☐ Pris på maden afhængigt af vægt eller ingredienser
- ☐ Ændret placering og præsentation af maden (både buffet og tallerkenanretning)
- ☐ Mulighed for køb af take-away og rester
- ☐ Ændrede portionsstørrelser eller tallerkenstørrelser
- ☐ Vidensdeling med eksempelvis opskrifter eller workshops
- ☐ Brugen af flere grønsagsretter fra verdenskøkkenet
- ☐ Kendte retter som kødfrie/kødreducerede muligheder

Fødevarerpræferencer

I denne sektion spørger vi ind til dine fødevarerpræferencer.

Hvilket af følgende udsagn passer bedst på dig?

- ☐ Omnivor (Jeg spiser som udgangspunkt alle madvarer)
- ☐ Vegetar (Jeg spiser aldrig kød, men kan godt spise animalske produkter som æg og mælk)
- ☐ Pescetar (Jeg spiser aldrig kød, men kan spise fisk)
- ☐ Flexitar (Jeg forsøger at begrænse mit indtag af kød f.eks. ved at have nogle kødfrie dage om ugen)
- ☐ Veganer (Jeg spiser udelukkende plantebaseret)
- ☐ Andet (uddyb): _____
- ☐ Ønsker ikke at svare

Sociodemografi

Nu vil vi gerne bede dig udfylde disse sociodemografiske spørgsmål.

Angiv din alder i hele år.

Hvad er dit køn?

- ☐ Mand
- ☐ Kvinde
- ☐ Andet
- ☐ Ønsker ikke at svare

Hvordan vil du beskrive din boligstatus?

- ☐ Jeg bor alene
- ☐ Jeg bor med en partner
- ☐ Familie med hjemmeboende barn/børn
- ☐ Delt lejlighed
- ☐ Andet (Uddyb): _____

Angiv venligst din senest afsluttede uddannelse.

- ☐ PhD
- ☐ Længere videregående uddannelse (Kandidatgrad (MSc))
- ☐ Mellemlang videregående uddannelse (Bachelorgrad (BSc))
- ☐ Kort videregående uddannelse
- ☐ Professionsbachelor eller lignende

- ☐ Gymnasium (STX/HTX/HHX/HF)
- ☐ Erhvervsuddannelse
- ☐ Folkeskole/grundskole
- ☐ Andet (Uddyb): _____
- ☐ Ønsker ikke at svare

Exit screen

Dette er slutningen af spørgeskemaet.

Hvis du vil deltage i lodtrækningen om at vinde 2 biografbilletter, skal du udfylde dit navn og din e-mailadresse herunder. Du vil blive kontaktet på denne e-mailadresse, hvis du er en af de heldige vindere.

Jeg vil gerne deltage i lodtrækningen

- ☐ Ja
- ☐ Nej

Angiv dit fulde navn

Indtast din e-mailadresse

Tak for din deltagelse i undersøgelsen af madvaner, der tager hensyn til sundhed og klima.

Om DCA

DCA - Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug er den faglige indgang til jordbrugs- og fødevarerforskningen ved Aarhus Universitet.

Centret omfatter institutter og forskningsmiljøer, der har aktiviteter på jordbrugs- og fødevarerområdet. Det er primært Institut for Agroøkologi, Institut for Husdyrvidenskab, Institut for Fødevarer, Center for Kvantitativ Genetik og Genomforskning samt dele af Institut for Ingeniørvidenskab.

Aktiviteterne i DCA understøttes af en centerenhed, der varetager og koordinerer opgaver omkring myndighedsbetjening, erhvervs- og sektorsamarbejde, internationalt samarbejde og kommunikation.

Forskningsresultater fra DCA

Resultater fra forskningen publiceres i internationale, videnskabelige tidsskrifter. Publikationerne kan findes via universitets publikationsdatabase (pure.au.dk).

DCA rapporter

DCA's rapportserie formidler hovedsageligt myndighedsrådgivning fra DCA til Miljø- og Fødevareministeriet. Der kan også udgives rapporter, som formidler viden fra forskningsaktiviteter. Rapporterne kan frit hentes på centrets hjemmeside: dca.au.dk.

Nyhedsbreve

DCA udsender et nyhedsbrev, der løbende orienterer om jordbrugs- og fødevarerforskningen og herunder om nye forskningsresultater, rådgivning, uddannelse, arrangementer og andre aktiviteter. Det er gratis at tilmelde sig nyhedsbrevet, og det kan ske på dca.au.dk.



RESUME

Rapporten undersøger, om danskernes møde med sund og mindre klimabelastende mad i kantiner, rundt i Danmark, kan have en betydning for, hvad de indtager derhjemme (spillover-effekt). Gennem en litteraturgennemgang, interviews og en spørgeskemaundersøgelse undersøges det, hvilke tiltag der findes til at fremme mere sund og mindre klimabelastende madvaner, samt hvilke tiltag, der anvendes i kantiner i Danmark, og hvordan de modtages af gæsterne i kantinerne, samt hvorvidt tiltagene påvirker gæsternes madvaner i deres egen husstand.

En litteraturgennemgang er blevet udført for at afdække hvilke tiltag i foodservice-sektoren, som ser ud til at fremme indtaget af sund og mindre klimabelastende mad. Madprofessionelle fra 14 kantiner blev interviewet om hvilke tiltag, de havde implementeret i kantinen, og deres erfaring med tiltagene i forhold til at fremme sunde og mindre klimabelastende madvaner. En spørgeskemaundersøgelse blev udført i syv kantiner for at undersøge gæsternes oplevelse af og tilfredshed med tiltagene samt en eventuel spillover-effekt.

Overordnet indikerer resultaterne i rapporten, at der er en vis grad af spillover-effekt. Der er dog også gæster, der oplever at kantinen ikke har en effekt på deres madvaner i hjemmet.

