

# Økologiske leverandører i det offentlige indkøb



Af: Thorkild Nielsen, Stine Rosenlund Hansen, Mette Weinreich Hansen og Niels Heine Kristensen, Aalborg Universitet, Copenhagen Institute of Technology, Ballerup, Danmark.

**Økologi er i de senere år kommet på dagsordenen i forhold til offentlige indkøb, særligt i forhold til mad i institutioner og skoler. I mad til vuggestuer og børnehaver er økologi allerede udbredt, mens økologisk skolemad særligt findes i hovedstadsområdet. Således ses et voksende ønske om økologi i offentlig bespisning til børn og unge. Denne omstilling er dog forbundet med en række udfordringer.**

Omstilling til økologiske fødevarer i institutioner indebærer en række udfordringer, som typisk er knyttet til de vanskeligheder, der er forbundet med at omstille et storkøkken fra konventionelle råvarer til økologiske råvarer.

Vanskelighederne kan f.eks. omhandle omstilling til årstidens grøntsager på baggrund af et ønske om at reducere mængden af kød i menuerne, nye menuer, nye rutiner – alt kan ikke fås i de samme pakninger og halvfabrikata som det konventionelle hvorfor der kræves en lidt anden håndtering mm. (Mikkelsen et al).

En anden udfordring knytter sig imidlertid til leverancerne af de økologiske fødevarer, og herunder kommunernes håndtering af indkøbene. Nedenstående er baseret på erfaringerne fra interviews med en række kommunale indkøbere indsamlet i forskningsprojektet iPOPY ([www.ipopy.coreportal.org](http://www.ipopy.coreportal.org)) samt fra et møde mellem økologiske grossister i maj 2010.

## Urealistiske krav til udbudsmateriale

Grossisterne oplever ofte, at når kommunerne laver et udbud på levering af varer til institutionerne, afspejler dette sjældent kendskab til

de økologiske betingelser. I nogle tilfælde spænder udbudsmaterialet direkte ben for økologien.

*Ønskelister frem for behov*  
Således peger flere økologiske leverandører på, at varelister i udbudsmaterialet fremstår som ønskelister, frem for at afspejle et realistisk behov i køkkenene. Eksempelvis er der ofte meget specifikke krav til produkter, der typisk udspringer af konventionelle varekataloger, og som ikke altid findes i økologisk vari-

ant. Endvidere kan der være krav om levering af fersk kød i specifikke udskæringer, eller mejeriprodukter i bestemte pakkestørrelser, som ikke er tilgængelige i økologisk variant. Sådanne krav er ofte unødvendige i forhold til køkkenernes virkelighed. En løsning, der ville imødekomme de økologiske leverandørers behov, ville være at stille mindre specifikke krav til varelisterne.

## Små økologiske grossister udelukkes

Et andet problem, der peges på blandt leverandører, er, at de økologiske produkter i meget udbudsmateriale udbydes i linje med konventionelle. Dette betyder at grossister, der kun leverer økologiske varer, er afskåret fra at byde ind, da der skal bydes ind både på de økologiske og konventionelle produkter.

Mange mindre grossister udelukkes desuden på forhånd fordi udbuddene ikke deles i varegrupper (grønt





leverandørerne skal kunne levere samtlige produkter, hvilket ofte kun er muligt for de store firmaer, som typisk leverer en blanding af økologi og konventionelt. Udbuddene henvender sig dermed i høj grad til de store firmaer, som oftest ikke er specialiserede i økologi og typisk kun har et begrænset sortiment, med begrænset rådgivningskapacitet i forhold til økologi i storkøkkener.

*Udbuddene bør opdeles*

En måde at understøtte implementeringen af økologiske varer i de offentlige institutioner på er således at opdele udbuddene i et økologisk og et konventionelt udbud, samt efter varegrupper. Dette vil muliggøre at økologiske grossister kan byde ind på de økologiske varer, hvilket også vil medføre en sikkerhed for at kommunerne kan overholde deres målsætninger om at levere økologiske produk-

ter. Samtidig vil en opdeling i varegrupper gøre det muligt for de mindre grossister at byde ind, og dermed sikre levering af økologiske produkter, da disse ofte er specialiserede og med stor viden om økologi i storkøkkener.

**Konventionelle erstatningsvarer og fordomme overfor økologiske leverandører**

Et problem, der relaterer sig til ovennævnte er, at ønsker om økologi i udbudsmaterialet ofte ikke er implementeret solidt nok i udbudsmaterialet. Således accepteres det ofte, at der leveres konventionelle erstatningsvarer for økologiske produkter, som ikke er på lager.

Der eksisterer således en myte om, at levering af økologiske produkter er usikker og at køkkenerne risikerer at mangle nødvendige varer, hvis der handles med grossister, der kun leverer økologisk. De specialiserede økologiske grossister

påpeger dog, at hvis der planlægges efter årstiden, er dette ikke et problem og der vil altid kunne leveres lignende økologiske erstatningsvarer (eks, pastinak frem for persillerod) frem for at benytte konventionelle erstatningsvarer. Således er der ikke længere en reel risiko forbundet med at handle med de specialiserede økologiske grossister.

Problemstillingen omkring de konventionelle erstatningsvarer eskalere yderligere i og med at konventionelle grossister, der har budt på et økologisk udbud, ofte ikke er lagerførende med økologiske varianter og derfor leverer konventionelle erstatningsvarer. Dette er med til at holde fordommen om manglende leveringssikkerhed i live.

**Konventionelle erstatningsvarer accepteres for let**

I dag nævnes økologi i mange kommunale udbud, men sjældent er der indføj-

et krav om bestemte procentdele økologi, ligesom der sjældent sanktioneres hvis leverandørerne alligevel ikke leverer økologisk. Således accepteres konventionelle erstatningsvarer, hvilket gør det muligt for virksomheder at byde ind på økologiske produkter, som de reelt ikke kan levere, og dermed fremstå bedre på pris end de økologiske grossister, selvom dette ikke afspejler en reel konkurrencedygtighed på økologi. Der mangler sanktioner over for de grossister, der byder ind på økologiske produkter, men ender med at levere konventionelle.

En del af forklaringen på, at der ikke er stor opmærksomhed omkring dette fra køkkenlederne og / eller kommunerne, kan hænge sammen med, at mange køkkener, mere eller mindre ufrivilligt, tvinges til at omlægge til økologi. Hvis køkkenpersonalet ikke motiveres og kvalificeres i





forhold til økologien, er det meget muligt, at økologien anses som besværlig og uønsket, hvilket kan give anledning til, at de konventionelle erstatningsvarer ses som helt acceptabelt, da det samtidig gør det nemmere for køkkenet at holde budgettet. Dermed kommer der ikke fokus på problemet og de kommunale forvaltningerne bliver således ikke opmærksomme på mængden af "fejlleverancer" fra de konventionelle leverandører.

**Hvad kan gøre det nemmere for de økologiske leverandører?**

Der skal stilles større og

*mere specifikke krav* i forhold til selve økologien i udbudsmaterialet. Når kun få produkter specifikt efterlyses i økologisk variant, betyder det, at konventionelle grossister, med et lille sortiment af økologi, vinder på pris.

Således skal der f.eks. stilles krav om procentdele økologi eller åbnes for muligheden for at give flere point for at levere økologisk. Dette suppleres med sanktioner, såfremt økologikravene ikke overholdes, sådan at der stilles krav om reel leveringsdygtighed på økologien. Samtidig kan dette som nævnt følges op af mindre specifikke krav omkring selve produkt-

udformningen generelt (pakkestørrelser, bestemte varianter af et produkt osv.).

*Større grad af kommunikation* mellem de, der udarbejder udbudsmaterialet, køkkener og grossister vil ydermere kunne afhjælpe en del af problemerne, da det vil skabe en bedre forståelse for de forskellige aktørers virkelighed.

Eksempelvis vil det støtte en økologisk implementering / omlægning, hvis der generelt stilles mindre specifikke krav i udbudsmaterialerne til produktudformning, og hvis køkkenerne lærer at planlægge i forhold til årstider og opnår større forståelse for økologisk produktion. Samtidig må grossister være forstående overfor køkkenernes virkelighed, der består i at skulle levere mad til mange mennesker på helt fastlagte tidspunkter og ofte efter en i forvejen offentliggjort menuplan.

Dette stiller krav til leveringssikkerhed, som grossisterne må stræbe efter. En udvidet kommunikation mellem de forskellige led, ses derfor som en

mulig løsning på mange udfordringer. Dette gælder både gennem workshops og daglig kommunikation.

Gennem dette møde mellem de økologiske grossister, er der således fremkommet mange interessante problemstillinger, som hidtil er relativt uudtalte, men som vil drage fordel af at blive nærmere undersøgt og offentligt debatteret. Eksempelvis ville det være yderst relevant systematisk at undersøge, om de fremkomne holdninger også opleves fra de andre sider (kommunernes og køkkenernes).

**Referencer**

Kristensen NH, Netterstrøm S, He C, Mikkelsen BE, Nielsen T (2009): Making the organic food service chain work and survive. *Agronomy Research* 7 (Special issue II), p. 618–624.

Mikkelsen, B.; Kristensen, N.H.; Nielsen, T.: Innovation processes in large-scale public foodservice – Case findings from implementation of organic foods in a Danish county, in *Journal of Foodservice Business Research*, Vol.8, Nummer 2, 2005.

**Læs mere**

Læs mere om CORE Organic projektet iPOPY på [www.core-organic.org/research/](http://www.core-organic.org/research/) og <http://ipopy.coreportal.org>

