



**Velkommen til Green Restaurant
- Miljømærkning af spisesteder**
Gældende fra maj 2019

**Green Restaurant
HORESTA • Vodroffsvej 32
DK-1900 Frederiksberg C
T +45 35 24 80 80
Mail: green-key@horesta.dk**



Bæredygtighed er en stadig vigtigere del af restaurationsbranchen

Uden mad og drikke dur turisten ikke. Restauranter spiller en central rolle for turismen og er i høj grad medvirkende til, hvor og hvordan turister vælger at holde ferie. Især efter at Danmark er blevet kendt som en gastronomisk destination. Madoplevelser højner turistoplevelsen og turister værdsætter og betaler gerne for det.

Da Danmark er kendt som en grøn destination, er det naturligt at kombinere disse to ting for at sætte yderligere skub i den bæredygtige udvikling og tiltrække den stigende gruppe af turister, der sætter pris på både bæredygtighed og gastronomi.

I 2002 blev der udviklet kriterier til restauranter i Green Key regi, og flere kantiner var også med i ordningen. Sidstnævnte er langsomt faldet fra, senest Skatteministeriets og Miljøstyrelsens kantiner omkring 2014, og det lader ikke til, at der pt. er interesse for Green Key.

Efter drøftelse med flere restauranter og brancheaktører er det HORESTAs vurdering, at Green Key for restauranter er for administrativt tungt og for langt fra restauranter og spisesteders kerneinteresse – nemlig maden og dens tilberedning. Det har ikke været godt nok at bruge hotelkriterierne som udgangspunkt for at udvikle en ordening for restauranter. Kriterierne skal være mere målrettet restauranterne, og samtidig har navn og logo ikke appelleret til målgruppen.

Det erfarer at mere specifikke ordninger som Det Økologiske Spisemærke og REFOOD - med fokus på maden - har større chancer for succes.

Green Key kriterier for restauranter kan på kort sigt ikke ændres, og det er tvivlsomt om denne kategori fastholdes i Green Key pga. manglende interesse i de fleste lande.

I stedet for ønsker HORESTA at re-tænke denne kategori under navnet Green Restaurant, så det bliver mere spiseligt og mindre administrativt tungt for spisesteder, der viser deres interesse. Der skal dog fortsat være et holistisk syn på, hvorledes alle miljødele tages med.

For HORESTA er det vigtigt, at det er en troværdig ordening, og derfor bygges det op omkring et anerkendt koncept som Green Key, hvor der er strikse kriterier, en troværdig ansøgnings- og kontrolproces og hvor ansøgerne behandles og godkendes af en Jury med bl.a. en grøn organisation.

Det er vigtigt, at ordningen er tæt på branchen og nem at gå til, markedsføre og forstå for gæsterne – og samtidig også kommer med konkrete værktøjer, som medlemmer kan bruge til at forbedre koncept og indsats.

Der vil sideløbende være en indsats på andre typer turistvirksomheder.

Dette dokument indeholder:

1. Beskrivelse af eksisterende ordninger
2. Målgruppe for indsats
3. Organisering og procedure
4. Sekretariat
5. Udvikling af kriterier for restauranter
6. Flere kriterier men ny og forenklet metode
7. Økonomi og gebyrer
8. Udbredelse af ordningen
9. Tidsplan
10. Green Restaurant i forhold til verdenen



1. Beskrivelse eksisterende ordninger

I Green Key regi har der været kriterier til restauranter i Danmark siden 2002, men ordningen har af forskellige årsager ikke fået en stor udbredelse, og der findes pt. ingen medlemmer. Internationalt har enkelte lande som Holland, Belgien og Frankrig startet restaurant-delen op, men det har fortsat ikke vundet indpas. På internationale møder har der været talt om, at det var for omfattende og at "Key" ikke henvendte sig til restauranter.

I 2016 blev det muligt at Svanemærke restauranter i Danmark. En mærkning der oprindeligt startede i Sverige. I Danmark er det 10 restauranter på Scandic hoteller, der er svanemærkede.

Der findes forskellige snævre mærkningsordninger for spisesteder. Det mest kendte er "Det Økologiske Spisemærke", i kategorierne guld, sølv og bronze. Inden for madspild findes det "tillidsbaserede" REFOOD-mærke, der gives til virksomheder og organisationer i fødevarer- og servicebranchen, som gør en indsats mod madspild og for genanvendelse af madaffald. Mærket har 870 medlemmer, er gratis, uden kontrol og kræver blot, at virksomheden vælger tre madspiltsreducerende initiativer og har en ordning for genanvendelse af madaffald.

Københavns Kommune havde i forbindelse med COP15 i 2009 en "mærkningsordning" kaldet KLIMA Restauranter, der var uden faste kriterier og kontrol. Det er erstattet af et inspirations- og udvekslingsnetværk for grønne restauranter.

Nøglehulsmærket er kendt fra de færdigpakkede fødevarer, og det er ligeledes muligt at mærke retter i restauranter med Nøglehullet. Desuden kan Måltidsmærket bruges på offentlige madordninger.

Senest er der kommet et REGA-mærke (Restauratørernes Garantiordning) der fokuserer på samfundsansvar. Her forpligter medlemmer sig til at tilslutte sig eksisterende ordninger som UN Global Compact og efterleve FN's og OECD's minimumsstandarder for ansvarlig virksomhedsadfærd (FN's Retningslinjer for Menneskerettigheder og Erhverv og OECD's Retningslinjer for multinationale virksomheder).

På workshoppen, med emnet "Udvikling af et bæredygtigt spisemærke", den 12. november 2018, afholdt hos Guldsmeden Hotels, blev det gjort klart, at der er behov for et mærke til at supplere Det Økologiske Spisemærke, men som i mindre grad har fokus på klima. Der blev på workshoppen endvidere konkluderet, at der bør arbejdes videre med et mærke, som sigter mere bredt.



2. Målgruppe for indsats

Green Restaurant tildeles restauranter, der ønsker at gøre en ekstra indsats for at være bæredygtige og passe på miljøet.

Definition er som ved Svanemærkningen; det vil sige at restauranter også omfatter institutionelle køkkener, kantiner, gadekøkkener, cafeer og kæderestauranter, så længe det tydeligt fremgår, hvilken del som er mærket med Green Restaurant.

Der er et stort potentiale, da der er omkring 25-30.000 restauranter og spisesteder i Danmark, herunder almindelige restauranter, cafeer, catering mm. Kilde: E-smiley.

Der findes mere end 2.000 danske spisesteder med Det Økologiske Spisemærke, og antallet vil vokse yderligere de kommende år. Der er i dag mere end 2.600 registrerede spisemærker i enten guld, sølv eller bronze og cirka 10 procent er indenfor Horeca-segmentet og med stigende interesse, men størsteparten er offentlige storkøkkener.

Der er samspil med Det Økologiske Spisemærke, hvor økologi kontrolleres via spisemærket, mens Green Restaurant Sekretariatet kontrollerer det øvrige.

Dermed opnås synergi med Det Økologiske Spisemærke, hvor Green Restaurant medfører øget efterspørgsel efter Økologimærket, mens spisesteder med Det Økologiske Spisemærke kan efterspørge Green Restaurant, hvis de ønsker at gå videre på andre miljøområder.



3. Organisering og procedure

Som nævnt benyttes samme organisering og procedure som ved Green Key.

Formål med procedure

- Sikre at Green Restaurant virksomheder lever op til obligatoriske kriterier og de vedtagne standarder for overholdelse, så der fastholdes en høj og troværdig standard for miljømærket.

Ansøgningsproces

- Interesserede restauranter søger om Green Restaurant hos Sekretariatet i HORESTA.
- En konsulent eller Sekretariatet besøger det ansøgende spisested og gennemgår stedet for at sikre, at det lever op til kriterierne, eller er på vej til at gøre det.
- Når hele ansøgningen og dokumentationen er på plads indstiller Sekretariatet organisationen til Juryen, som tager den endelige beslutning om godkendelse.
- Alle obligatoriske kriterier skal som udgangspunkt være opfyldt. Juryen kan behandle begrundede dispensationssager, hvis et obligatorisk kriterium ikke kan opfyldes.
- I forhold til ansøgningsprocessen tilpasses og forenkles det i forhold til Green Key. Se punkt 6.

Jury

Alle ansøgninger skal behandles og godkendes af en Jury. Formandskabet for Juryen skal minimum bestå af en repræsentant fra en grøn NGO og en repræsentant fra en brancheorganisation. Hvis ikke andet er aftalt, er formanden fra brancheorganisationen og næstformanden fra den grønne NGO.

Miljøstyrelsen har givet tilsagn om at være observatør i Juryen.

Deltagere	Navn
HORESTA	Kirsten Munch Andersen, Politisk direktør
Friluftsrådet	Torben Kaas, Næstformand
Miljøstyrelsen	Observatør
Ekstern konsulent	Konsulentbureau verificerer indsats og miljømærkede virksomheder hvert andet år. (sker løbende fra den internationale koordination)

Det er hensigten, at Juryen skal være smalt sammensat. Formandskabet beslutter bl.a. ud fra indstilling fra Sekretariatet, hvorvidt Juryen skal udvides yderligere.

Juryens opgaver

Behandle sager

- Godkende ansøgninger om Green Restaurant,
- Afvise ansøgere eller eksisterende mærkede steder,
- Behandle og eventuelt godkende dispensationssager,
- Årlig vurdering af sager fx med tema,
- Sikre konsulentbesøg.

Kriterier

- Godkende større, danske tilføjelser til kriterier,
- Sparring om eksisterende og nye kriterier,
- Forslag til ændringer af kriterier.



Møder

- Fast møde sidst på året. Øvrige møder kan aftales efter behov,
- Sekretariatet står for invitation og mødeforberedelse,
- Statusrapport sendes til Jury inden mødet.

Procedure:

- Formandskab modtager indstillinger og dispensationssager fra Sekretariat,
- Formandskabets beslutninger verificeres på det årlige jurymøde,
- Juryen modtager inden mødet en statusrapport, indeholdende indsatsen for at opretholde de mærkede virksomheders overholdelse af kriterier,
- Eventuelle forslag til ændringer af kriterier mm. diskuteres af Juryen på mødet eller via skriftlig korrespondance,
- Hvert andet år bliver Juryen og dens arbejde verificeret af ekstern part.

4. Sekretariat

Sekretariatet, som ligger i HORESTA-regi, står for selve driften af Green Restaurant som en del af Green Key i Danmark og andre tilsvarende ordninger.

Formål

- At sikre at medlemmer lever op til kriterier og de vedtagne standarder, så ordningerne fastholder en høj standard inden for miljøområdet,
- At udbrede kendskabet til ordningerne, så flere restauranter kommer med og flere gæster vælger miljømærkede restauranter.

Arbejdsopgaver

- At sikre at medlemmer lever op til kriterier for det pågældende område og de vedtagne standarder
- At sikre og gennemføre konsulentbesøg hos de mærkede virksomheder,
- At besøge potentielle medlemmer,
- Promovering af ordningen – både overfor branchen og potentielle virksomheder,
- Markedsføring af Green Restauranter og de øvrige mærkningsordninger overfor gæster,
- Håndtering af klager og kritik af ordningen,
- Sikre en bæredygtig økonomi for ordningen,
- Skabe netværk, inspiration og rådgivning og -materiale for medlemmer og andre aktører i branchen.
- Opfølgning på internationale forespørgsler fx fra den internationale koordination,
- Samarbejde med, og indrapportering til, international koordination,
- Udvikling af kriterier på baggrund af de internationale rammer og fremtidige tendenser,
- Servicering af Jury og skrive årlig rapport til Jury om procedure samt hvad der er gjort for at sikre medlemmernes overholdelse af kriterierne,
- Servicering af SusDaneable-netværket som en del af dette.

Som en del af medlemskabet er der afsat en time til at udvikle materiale til den enkelte virksomhed.



5. Udvikling af kriterier for restauranter

Et spisested, som ønsker at få tildelt Green Restaurant, skal gøre en ekstra miljøindsats, og kriterierne udvikles ud fra følgende:

- A. Indhold fra Green Key
- B. Bygningsmæssige forhold
- C. Særligt for restauranter om ejerskab
- D. Baggrundsdokument for Svanemærket
- E. Storkøkkenvejledningen
- F. Fokus på mad og klimabelastning
- G. Økologi og Det Økologiske Spisemærke
- H. Indsats i forhold til madspild
- I. Plastik og emballage
- J. Bæredygtige fisk og fiskeri
- K. Dyrevelfærd
- L. Bæredygtige drikkevarer
- M. Samlede hovedpunkter om bæredygtigt mad
- N. Udeservering og opvarmning
- O. Respekt for koncept
- P. Sustainable Restaurant Association (SRA)
- Q. Opsummering af behov for supplerende kriterier

Udgangspunktet er, at ordningen skal være mere simpel for restauranter end Green Key. Samtidig skal der være mere fokus på deres kerneområde, maden og mindre på bygninger, som ikke alle restauratører har direkte indflydelse på. Sidste, men ikke mindst, er det vigtigt med en ordning, der er baseret på lyst, faglig sparring og inspiration til det videre arbejde.

5A. Indhold fra Green Key

Green Key har opfundet en model til at gennemgå miljøindsatsen på en restaurant med obligatoriske kriterier og pointkriterier. Denne model anvendes som udgangspunkt for udvikling af tilsvarende for restauranter.

5B. Bygningsmæssige forhold

Der er stor forskel på de bygningsmæssige forhold. Nogle restauranter er helt nye, mens andre findes i ældre bygninger. Nogle er meget moderne, mens andre er mere traditionelle. Endvidere kan en restaurant være en del af en kæde eller koncept, eller være tilknyttet en anden virksomhed i forbindelse med catering. Fælles er dog, at de bygningsmæssige forhold på en restaurant er tilsvarende andre bygninger som fx hoteller, der er mærket med Green Key. Det gælder bl.a. vand på toiletter, belysning, isolering, varme, ventilation og rengøring. De eksisterende hotelkriterier fra Green Key vil derfor kunne bruges til disse miljøforhold, mens andre af dem, fx bade- og fitness faciliteter og værelser ikke har relevans for restauranter, og derfor ikke medtages i det kommende kriteriesæt.

5C. Særligt for restauranter om ejerskab

Relativt set vil den største miljøbelastning findes i køkkenet og i forbindelse med madlavningen inkl. forbrug af råvarer. Restauranter har derudover en daglig åbningstid, hvor energiforbruget herefter kan lukkes delvist ned. Nogle restauranter kan tilmed være lukkede dele af året.

Forskellige typer spisesteder

Der findes forskellige konstruktioner for cafeer/bespisning/restauranter.



1. Spisestedet som hører 100 % under en anden virksomhed som fx hotel, feriecenter, attraktion etc.
2. Spisestedet der forpagter eller lejer lokale hos en virksomhed
3. Spisestedet med egen bygning
4. Spisestedet der er en del af en kæde

Der foreslås derfor en besvarelsesmulighed "Ikke relevant", som betyder, at det ikke har indflydelse på den pågældende ting eller at det pågældende forhold –fx udeområde - ikke findes på stedet.

Omvendt skal det også nævnes, såfremt de har mulighed for at påvirke noget fx i forbindelse med fornyelse af lejekontrakt.

5D. Baggrundsdokument fra Svanen for hoteller etc.

Restauranter har generelt sjældent, eller ingen, mulighed for at påvirke det eksisterende vand- og energiintensive udstyr på stedet, når en ny virksomhed overtager stedet. Ejeren af lokalerne ejer normalt udstyret og restauranten, og virksomheden skal arbejde med det eksisterende materiel. Restauratøren har dog indflydelse på køb af nyt udstyr, og kan her sætte krav til en høj energieffektivitet ved køb af nyt energiintensivt udstyr.

Forskellen i energieffektivitet mellem forskellige energiklasser varierer afhængigt af produktgrupper. Et kombineret køle- /fryseskab i energi klasse A+++ bruger 60 % mindre elektricitet end tilsvarende i energiklasse A. Det faktiske energiforbrug afhænger naturligvis af, hvor energieffektivt produktet faktisk bruges. Fokus på energimærkning af professionelle køleskabe, fryserne og kombinerede køleskabe har også været genstand for energimærkatkrav siden 1. juli 2016.

5E. Storkøkkenvejledningen

I 2013 blev der skrevet en "Storkøkkenvejledning", som stadig er brugbar. På baggrund af tal fra HORESTA, kan det ses at elforbruget er størst ved køleskabe og fryserne (25 %), koge-, stegeudstyr og ovne (25 %), opvask (20 %), belysning (10 %), ventilation (10 %), varmholdningsudstyr (5 %) og andet (5 %).

EKSEMPLER PÅ KØKKENETS ANDEL AF ELFORBRUGET

TYPE	HOTEL	VANDRERHJEM	CAMPING	RESTAURANT
Andel af institutionens elforbrug	35 %	25 %	25 %	70 %

Kilde: HORESTA (1998)

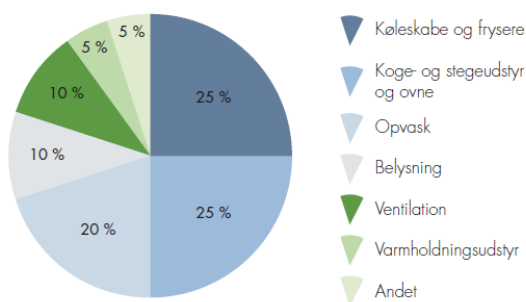
Den største del af køkkenets elforbrug anvendes til madlavning (koge-/stegeudstyr og ovne), køl/frys og opvask. Hertil kommer elforbrug til belysning og ventilation.

Fordelingen kan variere fra køkken til køkken afhængigt af produktionsform mv.

I kan opnå betydelige besparelser både ved fornuftig indretning, ved at vælge energieffektivt udstyr og ved at have en energirigtig adfærd.

Typisk fordeling på apparater

(Kilde: Danske Elværkers Forening (1993)):





Tallene er ældre, men er fortsat retvisende, og den teknologiske udvikling har gjort det endnu nemmere at gøre noget ved det. Det kan fx være øget styring af maskiner og/eller mere energieffektive produkter.

Det medfører

- Køkkenfaciliteterne bør vægtes relativt højere end ved i hotelkriterierne, og disse skal både være flere kriterier og med en højere vægtning af pointkriterierne,
- Mange af forslagene fra vejledningen handler også om adfærd, hvilket også bør afspejles i kriterierne for restauranter.

5F. Fokus på mad og klimabelastning

I de senere år har der været øget fokus på, hvordan mad påvirker klimaet, og hvad der kan spises for at nedbringe belastningen. I dette afsnit gives forskellige vinkler på mad og klimabelastning i forhold til kriterierne.

”Klimaorienterede kostråd”

DTU Fødevareinstitut har udarbejdet en rapport, der primært kigger på husholdninger, men lignende råd kan bruges i forbindelse med mad i storkøkkener.

Klimabelastningen fra danskernes fødevarerforbrug kan reduceres ved et bevidst fødevalg, ved at minimere fødevarespild og ved en mere bæredygtig fødevarerproduktion i bl.a. landbruget.

Konklusioner fra rapporten

- Økologiske fødevarer giver en miljømæssig gevinst, men økologiske fødevarer udleder ikke nødvendigvis mindre CO², da økologisk landbrug giver mindre udbytte pr. hektar. Til gengæld vil økologiske fødevarer have gavnlig effekt på andre miljøparametre.
- Beregningerne viser, at en kost, der følger fødevarestyrelsens kostråd og yderligere klimaoptimeres, kan reducere klimaaftrykket med 23 % i forhold til den gennemsnitlige, nuværende kost inkl. drikkevarer.
- Begrænsning af madspild har en stor positiv effekt på klimabelastningen. Det samlede madspild i husholdningerne vurderes til at ligge på ca. 20 %.
- Der kan være en potentiel synergi mellem målet om en sundere kost og målet om et reduceret klimaaftryk.
- Frugt, grønt, kornprodukter og kartofler, som ifølge kostrådene bør udgøre langt den største del af kosten, ligger lavt i klimabelastning, mens kød og ost generelt ligger højt.
- Også planteolierne, som ifølge kostrådene bør erstatte smør og de hårde margariner, ligger generelt lavt i klimaaftryk.
- Nydelsesmidler som søde og alkoholiske drikke, slik og kager, bør iflg. kostrådene reduceres, da det har et middelhøjt klimaaftryk.
- Hvis man udskifter andet kød med fisk og køber bevidst, så vil man nedsætte CO₂ påvirkningen ganske betragteligt
- Ved yderligere at vælge fødevarer med et lavt klimaaftryk inden for de enkelte fødevarergrupper kan klimabelastningen fra fødevarerforbruget reduceres betragteligt samtidig med, at kosten kan ændres i retning af lavere fedtindhold og højere indhold af fibre.

Der er gode sammenhæng mellem de officielle kostråd og minimering af klimabelastningen, som det fremgår af tabellen.

TÆNK: Sådan spiser du mere klimavenligt



Maden, du spiser, belaster klimaet og bidrager til den globale opvarmning. Forbrugerbladet TÆNK har lavet forslag til hvordan maden bliver mere klimavenlig.

Spis mindre kød

- Kød har et højt klimaaftryk i forhold til frugt og grønt
- Oksekød og lammekød har en særlig stor klimabelastning, fordi dyrene er drøvtyggere
- Kyllingekød og andet lyst kød har et klimaaftryk, der på en fjerdedel af oksekøds klimaaftryk.

Spis masser af frugt og grønt

- Grøntsager er den type mad, der belaster klimaet mindst. Særligt grove grøntsager som rodfrugter har et lavt klimaaftryk
- Spis sæsonens grøntsager, så mindskes energiforbruget til opbevaring på køl og frys og transport
- Frugt har generelt også et lavt klimaaftryk.

Spis bælgfrugter

- Bønner, ærter, linser og andre bælgfrugter er en god kilde til protein, og deres klimabelastning er næsten 50 gange lavere end oksekøds.

Spis mere fisk

- Fisk og skaldyr har et lavere klimaaftryk end kød, så derfor er det en god ide at vælge fisk frem for kød. Forskellige typer af fisk har dog forskellig klimapåvirkning.
- Sild og muslinger har for eksempel et lavt klimaaftryk, mens klimaaftrykket er højere for rejer og fladfisk.

Spis kartofler, pasta og groft brød

- Ris belaster klimaet mere end kartofler, pasta og fuldkornsbrød, fordi ris ofte bliver dyrket på oversvømmede arealer, hvor der bliver frigivet meget drivhusgas
- Kartofler har et klimaaftryk, der er 12 gange lavere end for ris
- Pasta har et klimaaftryk, der er 4 gange lavere end for ris.

Drik vand fra hanen

- Vand på flaske har et klimaaftryk, der er over 35 gange større, end vand tappet af vandhanen. Det skyldes især, at der er brugt energi på produktionen af plastikflasken og distributionen af vandet.

Undgå madspild

- Mad skal spises – ikke smides ud. Madrester kan sagtens blive til lækker mad.

Kilde: TÆNK: <https://taenk.dk/test-og-forbrugerliv/mad-og-indkoeb/mad-saad-an-spiser-du-mere-klimavenligt>

Lokale fødevarer er - ofte - godt for klimaet

Lokale fødevarer betyder kort vej fra producent til forbruger, og derfor udleder lokalproduceret mad mindre CO². Den samlede klimabelastning afhænger dog mest af, hvordan fødevarerne er produceret, hvilket beskrives i en artikel på foodculture.dk.

”For de fleste fødevarer gælder det, at selve produktionen belaster mere end transporten. Grøntsager dyrket på friland og hentet fra Sydeuropa belaster eksempelvis klimaet mindre end grøntsager fra danske drivhuse,” siger Michael Søgaard Jørgensen, lektor i Bæredygtigt innovation og omstilling på Aalborg Universitet.



Tomater fra Spanien mere klimavenlige: Ifølge klimaberegninger fra Aalborg Universitet vil 1 kg danske tomater eksempelvis belaste miljøet med ca. 9,5 kg CO² fra lys og el i et drivhus. Til sammenligning belaster 1 kg spanske tomater miljøet med ca. 0,4 kg CO², fordi de vokser i det fri.

Uanset om man lægger klimabelastningen fra transporten fra Spanien oveni, vil de danske tomater samlet set stadig udlede 10-12 gange så meget CO², som de spanske.

Drivhuse udnytter overskudsvarme

Torben Lippert, sekretariatschef i Dansk Gartneri, Landbrug & Fødevarer, anerkender, at drivhusproduktionen belaster klimaet mere end grøntsager fra friland, men understreger, at det er vigtigt ikke kun at se på, hvor meget energi drivhusene bruger. Det handler også om, hvilken type energi de anvender.

Færre pesticidrester i danske grøntsager: Torben Lippert peger også på forskellene i mængden af pesticidrester samt antallet af arbejdspladser som to vigtige grunde til at vælge danske grøntsager.

”Der er en stor forskel, når det kommer til pesticidrester. Særligt på tomater er der tæt på ingen fund i de danske og nordiske tomater, mens der er fundet op imod 50 pct. pesticidrester i prøverne fra udenlandske tomater. Dertil er der friskheden og spisekvaliteten, som bliver bedre bevaret ved kortere transport og ikke mindst danske arbejdspladser, som bliver bevaret ved at købe lokalt,” siger Torben Lippert.

De økologiske varer er den bedste garanti mod pesticidrester i mad. Fx viser undersøgelser, at der er pesticidrester i 84 % af de udenlandske jordbær, 64 procent i de dansk konventionelle jordbær og nul i de økologiske. Danske konventionelle frugter og grønt indeholder ofte mange pesticidrester.

Fly er den store synder: Skal man endelig tage højde for transport er det ikke ligegyldigt, hvilken transportform, der bliver brugt. Den grønne tænketank Concito har lavet adskillige beregninger på fødevarers klimaaftryk, og overordnet er klimaeffekterne fra transport først et stort problem, når de bliver transporteret langvejs fra med fly.

”Grundlæggende er flytransport værst, mens lastbil er mindre slemt og transport med skib er klart mindst klimabelastende. Som tommelfingerregel betyder transporten dog ikke voldsomt meget, når vi er i Europa. Det afgørende er snarere, om der er et højt udbytte pr. hektar, som ved kornprodukter og rodfrugter, der er blandt de mest klimavenlige varer,” siger Torben Chrintz, videnchef i Concito.

Kilde: <https://foodculture.dk/tema/foedevarer/2014/lokale-foedevarer/lokale-foedevarer-ofte-godt-for-klimaet>

Fisk og klima

Mange ved, at oksekød er en af de værste klimasyndere. Men hvad med fisk? Her er billedet ikke helt entydigt. Vildtfanget fisk ligger generelt i midten eller i den lave ende, af animalske produkter, når det kommer til CO₂ aftryk. Men fisk er ikke bare fisk. Klimaaftrykket fra fisk afhænger af mange ting.

Hvad, mange forbrugere ikke ved er, at selve fangsten er den mest klimabelastende del af produktionen. Dernæst kommer transport af fisken og tilberedningen hjemme i vores egne køkkener.

Læs mere: <http://skaansomtkystfiskeri.dk/klimapaavirkning-stor-forskel-paa-fiskemetoder/>



Klima i mærkningsordning

Det er et must at mærkningsordningen fokuserer på at nedbringe klimabelastningen ved at inddrage kriterier om at købe lokalt, købe efter årstiden samt at minimere madspild og kødforbrug.

Det økologiske landbrug har en mindre udledning af klimagasser per hektar, samt at økologer og Økologisk Landsforening arbejder offensivt med klimaet.

5G. Økologi og Det Økologisk Spisemærke

Ordet økologi er udledt af det græske ord for 'at holde hus', og betyder videnskaben om levende væseners livsbetingelser i naturen. Økologi er mad uden madsminke eller rester af sprøjtegifte. Økologi er også din garanti mod gensplejset mad og foder, og økologisk produktion giver både renere grundvand og en mere mangfoldig natur.

Danmark fik i 1987 - som det første land i verden - en lov om, hvordan man skal fremstille økologiske fødevarer. Det betyder blandt andet, at den økologiske kvalitet kontrolleres af myndighederne hos landmanden og hos de virksomheder, der forarbejder og pakker økologiske varer.



Danske Økologi-mærke



EU's Økologimærke

10 gode grunde til at bruge økologiske fødevarer:

1. du får mad uden rester af sprøjtegift
2. du får mad med mere smag
3. du får rene varer uden sminke
4. økologiske dyr har bedre leveforhold
5. økologi er godt for vores grundvand
6. bevar en rig og ren natur
7. du får mad med flere sunde stoffer
8. økologi er fri for gensplejsning
9. Ø-mærket står for grundig kontrol
10. økologi er godt for ulande

Kilde: Økologisk Landsforening

Det økologiske spisemærke





Det Økologisk Spisemærke til storkøkkener viser andelen af økologiske råvarer i køkkenet i en periode, men ikke noget om økologien der serveres i retter. Der skal ansøges om mærket hos Fødevareregionen. Der kan opnås bronze ved en andel på 30-60 %, 60-90 % giver sølv og 90-100 % giver guld som vist ovenfor.

Det Økologiske Spisemærke er en gratis statskontrolleret ordning, hvorfor der ikke er økonomiske interesser på spil i forbindelse med certificeringen. Det er med til at øge troværdigheden ved mærket, som i dag har en kendskabsgrad på 71 procent (2018) mod 62 procent (2017).

Læs mere på www.oekologisk-spisemaerke.dk

Økologi i en mærkningsordning

Det er oplagt, at økologi-indkøbet spiller en central rolle i forhold til en miljømærkningsordning for restauranter og spisesteder. Det er vigtigt, at de primært anvender økologiske varer eller har en intention om at benytte flere økologiske varer. I forhold til Det Økologiske Spisemærke gælder det om at sætte et niveau, så det er realistisk for en stor gruppe med forskellige koncepter at være med og samtidig indbygge en stor motivationsfaktor for at stræbe højt i forhold til økologi.

5H. Madspild

Der er de senere år kommet øget fokus på madspild, og det gavner miljøet, og der spares mange penge ved at nedbringe dette. Samlet smider vi i Danmark hvert år over 700.000 ton mad ud, som kunne være spist. Husholdningernes madspild udgør 260.000 ton pr. år. I servicesektoren er der et årligt madspild på 227.000 ton, heraf 163.000 ton fra detailhandlen, 29.000 ton fra hoteller og restauranter og 31.000 ton fra institutioner og storkøkkener om året. Madspild fra primærproduktionen udgør 100.000 ton pr. år, mens fødevarerindustrien står for et årligt madspild på 133.000 ton. (Kilde: Miljøministeriet, Regeringens Strategi for affaldsforebyggelse "Danmark uden affald II" - tal fra 2015)

Madspildsprojekt

Hvordan kan branchen blive endnu bedre til at udnytte råvarerne til fordel for miljøet og virksomhedernes økonomi. Sådan lyder ambitionen i projektet "Elsker mad og reducerer spild", som HORESTA, Hotel- og Restaurantskolen, DTU Fødevarerinstitut, Stop Spild af Mad og PlanMiljø stod bag i efteråret 2018. Her var målet at finde og udbrede metoder til at optimere råvareudnyttelse og reducere madspild hos selvstændige restauranter og hotelrestauranter. Erfaringer fra projektet viste, hvilke kriterier som kan være relevante at tage med i en eventuel mærkningsordning.

Samlede råd om madspild

Virksomheden kan nedbringe madspild i forbindelse med indkøb, opbevaring, tilberedning, servering og oprydning:

- Det er vigtigt med en eller anden form for måling og vurdering af spisestedets madspild,
- Det er vigtigt, at restauranten har gjort sig nogle samlede tanker i forhold til madspild, og at der opstilles procedure for, hvordan der indkøbes og hvordan personalet nedbringer deres spild. Uddannelse og inddragelse af medarbejdere og nyuddannede elever giver stor værdi i forhold til madspildsindsatsen. Det er også vigtigt løbende at evaluere indsatsen,
- Buffeten kan give meget madspild, så hvis stedet har buffet, skal der tages initiativer til at nedbringe spildet fx med løbende opfyldning, portionsanretning, og mindre men bedre udvalg etc.



- Ved tilberedning handler det om at benytte mest muligt af råvarerne og ikke tilberede for meget. I mange køkkener er der gået sport i at optimere i brugen af råvarer,
- Et par nye og sjove råd fra projektet var bl.a. etablering af en resthylde i kølerum/skab og at have faste formål med tilbagevendende rester.

I en erkendelse af at madspild udgør en stor miljøbelastning, er der blevet etableret et selvstændigt afsnit for madspild i kriterierne.

5I. Plastik og emballage

På europæisk plan ender op imod en halv million tons plastikaffald i havet hvert år. Det svarer til, at 66.000 skraldevogne skulle dumpe deres plastikaffald direkte i havet frem for på genbrugspladsen. En del af affaldet kommer fra restaurationsbranchen, hvor *to-go*-kulturen, fast food bølgen og øget udendørsservering har øget brugen af engangsemballage.

Et nyt EU-direktiv skal komme plastik i havene og naturen til livs. Inden slutningen af 2018 blev EU enig om det såkaldte Single Use Plastics Directive – på dansk: EU's direktiv om engangsplast, der har til formål at bekæmpe plastikforurening i havene og på strandene.

Direktivet lægger op til at begrænse produktion og forbrug af de ti mest almindelige engangsplastikgenstande, der ender på europæiske strande, såsom vatpinde, engangsbestik, sugerør, madbeholdere, engangskopper, og plastikflasker.

Plastik, som udgør yderligere 27 procent af havaffaldet

I de tilfælde, hvor der findes oplagte alternativer, bliver engangsplastudgaverne forbudt – i andre tilfælde fokuseres der på reduktion af forbrug, bedre design og mærkningsordninger og bedre affaldshåndtering.

Plastikproblematikken bør også håndteres af et miljømærke for restauranter og spisesteder. Brug af plastik i spisebranchen kan ikke undgås. Men det er vigtigt, at der gøres en indsats for at nedbringe forbruget, finde mere skånsomme alternativer og håndtere resten, så det ikke ender i naturen, men efterfølgende genanvendes.

I mange tilfælde giver det også en bedre oplevelse at spise og drikke med ordentlig service frem for plastikprodukter.

5J. Bæredygtige fisk og fiskeri

Overfiskeri, fangstmetoder, udvinding af ressourcer fra havet samt forurening udgør en stor trussel mod en lang række fiskebestande. Ved at indkøbe de rette fisk undgås det at belaste fiskebestanden yderligere.

www.hvaforenfisk.dk

WWF Verdensnaturfondens fiskeguide kan bruges, når der købes ind. Det anbefales, at du køber fiskene på den grønne liste. Hvis ikke der kan fås de grønne fisk, så gå efter de gule og lad de røde ligge. På hjemmesiden kan der klikkes på din fisk! - hvor du kan blive klogere på, hvorfor den er klassificeret som Grøn, Gul eller Rød.

For at være sikker kan man også gå efter fisk, der er mærket med MSCs miljøstandard.



Køb fisk med MSC-mærket

MSC står for The Marine Stewardship Council og er en miljøstandard for bæredygtigt fiskeri og er den standard, som et fiskeri skal opfylde for at blive MSC-certificeret. Kun fisk og skaldyr fra et MSC-certificeret fiskeri må bruge det blå MSC-mærke og gælder kun fiskerier, der arbejder med vildtfangst – uanset størrelse, type eller geografisk placering, men gælder ikke fisk i opdræt.



Køb fisk med ASC-mærket

ASC eller Aquaculture Stewardship Council er en miljømærkningsordning for opdrættede fisk og skaldyr, der blev grundlagt i 2010 af WWF og Dutch Sustainable Trade Initiative (IDH) for at skabe en institution, der kan forvalte en række globale standarder for bæredygtig og ansvarlig akvakultur.



Det er en international, uafhængig, nonprofit mærkningsordning for ansvarligt opdrættet fisk og skaldyr.

Jf. afsnittet om klimabelastning, så er det ikke altid det klimavenlige valg at købe MSC/ASC fisk eller fra WWFs liste hvaforenfisk, da det som nævnt også handler om fangstmetoder. Her kan Skånsomt Kystfiskeri være en løsning.

Skånsomt kystfiskeri

Der er endvidere ved at blive udviklet et mærke for Skånsomt kystfiskeri. Skånsomt kystfiskeri foregår med fiskeredskaber, der har en minimal eller slet ingen påvirkning af havbunden. Det skånsomme fiskeri har næsten ingen bifangst, og et meget lille brændstofforbrug sammenlignet med andre fiskerier, der fisker efter de samme arter.

I garnfiskerierne står garnene stille i vandet eller på havbunden, og fiskene svømmer selv ind i nettet.

I det traditionelle danske snurrevodsfiskeri trækkes et tov med et net foroven, hen ad havbunden. Fiskeriet foregår med meget lav hastighed, og et let træk, fordi nettet trækkes ind ved hjælp af hydraulik på dækket af båden. Derfor kan denne type fiskeri kun foregå på meget glat og flad bund, og havbunden og havbundens dyr og natur påvirkes derfor minimalt og fiskeriet har en lille bifangst.

Begge fiskerier er så skånsomme, at fisken kan landes levende.

Kystfiskeri er en betegnelse for den type fiskeri, der foregår langs kysten fra mindre fartøjer. Kystfiskere driver oftest dagsfiskeri, hvilket betyder, at fiskerne er ude og hjemme samme dag. Derfor kan kystfiskeriet sikre dagfanget, frisk fisk. Kystfiskerfartøjer kan man finde i både store og små havne. Der findes også et havgående fiskeri, hvor større fartøjer fisker i længere tid ad gangen.

5K. Dyrevelfærd

Dyrevelfærd handler om at dyr, specielt dem som er i menneskers varetægt, ikke bør udsættes for lidelse, når de bruges som mad, arbejdsdyr eller til forskning. Det gælder både i forbindelse med opdræt og ved transport.

Dyreværnsloven:

- Der findes allerede i dag en lang række regler, der er med til at sikre dyrevelfærd i Danmark og i EU. I Danmark gælder bl.a. dyreværnsloven, som indeholder generelle regler for, hvordan dyr skal behandles.



Råd om valg af produkter

Hvis virksomhederne vil sikre, at dyrene er behandlet ordentligt kan de gøre følgende:

- Vælg fødevarer med omhu, når der købes ind. Helst købe produkter, der er lokalt produceret, økologiske og/eller kommer fra fritgående dyr.
- Når der købes danske produkter, kan de kigge efter de mærkningsordninger, der garanterer et særligt hensyn til dyrevelfærd.
- Når der købes i udlandet kan internationale ordninger tjekkes eller der kan tjekkes, hvilke mærkningsordninger, landet har. Gå efter dem, som sikrer, at der er taget hensyn til en høj dyrevelfærdsstandard under produktionen, transporten og slagtingen.

5L. Bæredygtige drikkevarer

Nogle af de råd som gælder for madvarer kan med en modificering overføres til drikkevarer. Du kan nedbringe miljøbelastningen af drikkevarer med følgende råd:

- Brug postevand
- Minimer spild
- Køb lokalt – alternativt i nærområdet
- Brug årstidens produkter
- Køb økologisk
- Køb FairTrade

Hvorfor postevand i stedet for kildevand?

Ud over at teste viser at postevand smager bedre, er billigere og mindre sundhedsskadeligt, er postevand miljømæssigt også klart det bedste valg frem for flaskevand.

Der bruges masser af vand til fremstilling af flasker og ved filtreringen af kildevand, og det anslås, at to liter vand går til spilde for hver enkelt liter der filtreres.

Der bruges også 1.500 gange så meget energi på at producere købevand på, som en tilsvarende mængde fra vandhanen, og hvert år anvendes omkring 1,5 mio. tons plast til produktion af vandflasker til det globale marked. Desuden bliver mere end 80 % af PET vandflasker smidt i skraldespanden eller ender i naturen i stedet for at blive genbrugt.

5M. Samlede hovedpunkter om bæredygtigt mad

Følgende punkter er taget med i forbindelse med udviklingen af kriterierne i forbindelse med mad.

- Køb økologisk
- Minimer madspild
- Køb lokalt – alternativt i nærområdet
- Brug årstidens råvarer
- Mindre kød – mere grønt
- Køb produkter fra friland eller fritgående dyr
- Køb af fisk som er mærket eller ikke er udrydningstruede
- Hav fokus på dyrevelfærd
- Brug postevand i stedet for kildevand
- Undgå plastik

5N. Udeservering og opvarmning

Der ses en stigning i udeservering, og i Danmark og de andre nordiske lande forlænges sæsonen med udendørsopvarmning som fx tæpper og terrassevarmere. Hvis restauran-



ten har udeservering skal man overveje, hvordan energiforbruget ved opvarmning kan minimeres.

Se [guide til miljøvenlig udendørsopvarmning](#).

50. Respekt for koncept

Det er vigtigt, at kriterierne har respekt for de forskellige spisekoncepter og giver nogle friheder i forhold til det enkelte madkoncept. Det skal kunne lade sig gøre at være med i ordningen selvom madkonceptet indeholder servering af kød og andre produkter, som er mere klimabelastende end andre. I stedet kan fokus ligge på hvordan denne belastning minimeres. Men det siger sig selv, at mærket ikke kan gives til madkoncepter, der direkte er med til at udrydde fredede arter eller natur, eller som ikke har fokus på dyrevelfærd.

5P. Sustainable Restaurant Association (SRA)

I England findes Sustainable Restaurant Association (SRA) er en non-profit, medlemsorganisation, som hjælper fødevarerhvervsmedlemmer med at arbejde mod bæredygtighed i deres sektor og guider kunderne mod mere bæredygtige valg.

SRA har udviklet "Food Made Good 50", som er en ny måde at spore og styre dine frem skridt på tværs af 50 virkningsfulde initiativer; nogle store, nogle små.

Det er ikke en egentlig mærkningsordning men råd, som hjælper spisesteder med at blive mere bæredygtige. Læs mere: <https://thesra.org/food-made-good-50>

I forhold til rådene i Sustainable Restaurant Association (SRA) dækkes mange af dem i de forslåede kriterier. Der er nogle som kan blive et indgreb i spisestedets koncept, som ikke ønskes taget med. Der er også råd, som kan bruges i rådgivningsmateriale, mens nogle forslag tages med som pointkriterier. Det handler om ansvarligt indkøb af palmeolie og tilbud om reduceret portionsstørrelse ved kødretter med over 85 gram kød.

5Q. Behov for supplerende kriterier

En gennemgang viser, at der er en del områder, som dækkes af Green Key kriterier for hoteller - og derfor godt kan benyttes direkte. Der er ligeledes dele, der kun er relevante for hoteller, og derfor slettes de, og nogle kriterier har restauranten ikke direkte indflydelse på, hvorfor det kan svares "Ikke relevant".

Samlet set vil kriterierne have følgende ændringer:

- Mere simpelt kriteriesæt og ansøgningsprocedure.
- Mere fokus på rådgivning og hjælp til ansøgere og medlemmer med konkret materiale og rådgivning. Se fx bilag 4 om rådgivningsmateriale om køb af årstidens produkter.
- Fokus på restauranternes kernekompetencer.
- Mere fokus på mad og mindre på fysisk bygning.
- Madspild suppleres som et selvstændigt punkt.



6. Flere kriterier, men ny og forenklet metode

På baggrund af punkt 5 er kriterier, ansøgningskema og processen justeret i forhold til Green Key.

Kriterier og ansøgning

Der vil være følgende justering af kriterierne for Green Restaurant i forhold til Green Key:

- Miljøledelsesdelen gøres mere konkret og mindre akademisk.
- Kriterierne bliver mere overordnede og samles på en side ud fra de 12 områder, hvilket giver overblik og bedre passer til den gruppe af ansøgere, som har mere fokus på handling.
- En del af indholdet lægges ned i ansøgningskemaet, hvilket betyder, at selve ansøgningen er en definering af, hvilket kriterier der er obligatoriske og hvilke der er frivillige.
- Der spares en masse ord ved at lave ansøgningskemaet i punktform.
- Udover de foreslåede kriterier suppleres der med et punkt vedrørende grønne lejekontrakter, som har indflydelse på restauranter.
- Fødevarer delen styrkes yderligere, og der tilføjes et afsnit om madspild.
- Krav til køkkendelen og -faciliteter udvides.
- Større indsats i forhold til uddannelse og adfærd.
- Madaffald kommer med under "Affald".
- Der vil være flere motiverende og inspirerende pointkriterier.

Tilpasset ansøgningsproces

- En restaurant som er interesseret i Green Restaurant kigger på kriterierne på side 2 i ansøgnings- og kriteriedokumentet.
- Restauranten gør op med sig selv om den kan/ vil leve op til kriterierne.
- Herefter kontaktes Green Restaurant sekretariatet i HORESTA, som vil være behjælpelig med ansøgningen.
- Ved et konsulentbesøg gennemgås hele stedet, og konsulenten udfylder, i samarbejde med restauranten, skemaet og udarbejder konkrete procedure-, undervisnings- og promoveringsmateriale. Konsulenten hjælper ligeledes med at fremskaffe den rette dokumentation for overholdelse af kriterierne.
- Når materialet og dokumentation er på plads, indstilles ansøgningen til den førromtalte Jury. Yderligere kontrolforanstaltninger er beskrevet tidligere i afsnit 3.



7. Økonomi og gebyr

Udvikling af kriterier samt materiale og møder dækkes af Green Key/HORESTA og senere et Green Restaurant sekretariat.

Besøg på udvalgte restauranter betales i starten af Gate 21 projekt og Green Key, mens madspildkriterier udvikles i forbindelse med madspildsprojekt.

HORESTA er på vej med et projekt med Gate21, som vil dække nogle af udgifterne i forhold til arrangementer, screening, miljømærkning og promovring.

Green Restaurant skal have et deltagergebyr, der både dækker omkostningerne med ordningen inklusiv besøg, markedsføring mm., og som ikke skræmmer interesserede restauranter væk. Der foreslås en graduering i forhold til størrelse tilsvarende idrætsanlæg og hoteller.

Tanken er at sætte tæring efter næring, når ordningen er skudt i gang. Målet er, at ordningen skal hvile i sig selv, så alle omkostninger dækkes.

Der foreslås følgende niveau for gebyrer:

Større restauranter <i>Omsætning over kr. 10 mio.</i>	Kr. 15.000 pr/år
Mellem restauranter <i>Omsætning mellem kr. 2,5 og 10 mio.</i>	Kr. 10.000 pr/år
Små restauranter <i>Omsætning under kr. 2,5 mio.</i>	Kr. 5.000 pr/år

Kæderabat gives. Spørg Sekretariatet.

I deltagergebyret er der afsat penge til kontrolbesøg og forberedelse af materiale på stedet eller via et Skype-møde.



8. Udbredelse af ordningen

For at udbrede ordningen sættes følgende initiativer i gang:

- Udvikling af hjemmeside for denne del, som søster til eksisterende Green Key
- Udvikling af promoveringsmateriale, som fokuserer på fordele ved medlemskab
- Informationskrivelse til relevante turistorganisationer
- Personlig kontakt til primære personer via netværk og styregruppe
- Oprettelse af SusDaneable-netværk
- Informationsmøde – især rettet mod områder, som generelt har fokus på bæredygtighed

Der tages afsæt i en mærkning og partnerskabsaftale mellem nogle større restauranter eller kæder, som er interesseret i ordningen.

Logo for Green Restaurant

Der er udarbejdet logo, der skal signalere en sammenhæng med Green Key, men som også lever op til anbefalinger i bogen "MÆRK DIN FORRETNING"; mærker bør være runde, grønne, blå og hvide. Den runde form symboliserer det fuldendte, universet og himlen. Det er et symbol på det vigtigste, det højeste stræben. På solen og månen. Den grønne cirkel signalerer også, at det er et afgrænset del, som er mærket, mens kniv og gaffel er et alment anerkendt symbol for fra restauranter, som de fleste kender.



GREEN RESTAURANT

Logoet vil ligeledes hænge sammen med andre søsterorganisationer.

Synergi i promoveringen

Der forventes synergi i forbindelse med promoveringen af ordningen. Restauranter kan i større grad markedsføre Green Key overfor erhvervs- og ferieturister - og kan samtidig presse på for, at flere overnatningssteder og turistvirksomheder kommer med.



9. Tidsplan

November 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Logo og navn på plads • Internt baggrundsnotat • Udarbejdet forslag til kriterier • Workshop på Guldsmeden • Mail til workshopgruppe
Januar 2019	<ul style="list-style-type: none"> • Forslag til interessegruppe
Februar 2019	<ul style="list-style-type: none"> • Mulig tilpasning af indhold
Marts 2019	<ul style="list-style-type: none"> • Godkendelse af Jury
April 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Orientering af bestyrelse og branchen
Maj 2019	<ul style="list-style-type: none"> • Møde og besøg hos interesserede restauranter • Præsentation på Madens Folkemøde
Juni 2019	<ul style="list-style-type: none"> • Orientering i SusDaneable-netværk • Med på Folkemødet
August - September 2019	<ul style="list-style-type: none"> • Endelig lancering • Promovering på BITE • Promovering på Responsible Hospitality Day • Nyhedsbrev og KeyNews • Hjemmeside-del på plads • Promoveringsmateriale udarbejdes • Kommunikation til hele branchen
Oktober - December 2019	<ul style="list-style-type: none"> • Promovering på HORESTAs Årsdag • Lanceringsspakke for Green Restaurant



10. Green Restaurant i forhold verden

Det er vigtigt at se mærkningsordningen i forhold til omgivelserne og verden som helhed. Det gøres på tre måder:

1. SWOT - Bilag 1.
2. Set i forhold til FN's Verdensmål - Bilag 2.
3. Tjekliste for mærkningsordninger fra bogen "MÆRK DIN FORRETNING" af Jakob Zeuthen og Lars Ludvigsen - Bilag 3.

1. SWOT

SWOT-analysen indikerer, at der er mange styrker og muligheder ved ordningen, som er værd at afsøge, mens svagheder og trusler vurderes til at være lavere.

2. Set i forhold til FN's Verdensmål

Ordningens indsats for at bidrage til at opnå FN's Verdensmål, opgjort i bilag 3, viser, at det i høj grad står i mål i relation til "det grønne" og miljø, hvor Green Restaurant har sin ekspertise og kan bidrage.

Opgørelsen viser også, hvad ordningen ikke kan, eller skal, bidrage med.

3. Tjekliste for mærkningsordninger fra bogen "MÆRK DIN FORRETNING"

Tjeklisten fra bogen giver et servicetjek af Green Restaurant og det vurderes, at der er et potentiale og behov for ordningen. Den følger overordnet set de retningslinjer, som er opstillet for etableringen af et mærke.

Samlet vurdering

Det vurderes at mærket er unikt, har relevans og berettigelse, og at rette ekspertise og netværk er til stede omkring mærker og initiativtager.



Bilag 1 - SWOT om udvidelse til restauranter

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> • Øget fokus på bæredygtig mad, som er en stigende trend • Øget fokus på bæredygtig turisme • Kortere reaktionstid ved interesse • Direkte rådgivning om bæredygtighed i kontakt med kunder fx arrangører • God kontakt til andre turistvirksomheder, der kan påvirke dem i en bæredygtig retning • Synergi i markedsføring med fordele for nye og eksisterendes mærkede virksomheder • Flere mærkede turistvirksomheder inden for eksisterende Green Key kategorier 	<ul style="list-style-type: none"> • Mulighed for få mærkede steder
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Potentiale i forhold til attraktioner og events • Potentiale i forhold til destinationsniveau • På forkant så der ikke opfindes nye mærker • International adoption som ved Green Key 	<ul style="list-style-type: none"> • Hvis andre turistorganisationer ikke bakker op












Bilag 2 – Green Restaurant og FN’s Verdensmål

Her kan ses, hvordan Green Restaurant (GR) bidrager til opfyldelsen af FN’s 17 Verdensmål, og hvor ordningen ikke gør.

Mål	Generelt
<p>1 AFSKAF FATTIGDOM</p>	Ikke særlig indsats
<p>2 STOP SULT</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Madspildskriterier og madspildsinitiativer ✓ Spredte økologi og Det Økologiske Spisemærke ✓ Ekstra fokus på mere bæredygtig mad
<p>3 SUNDHED OG TRIVSEL</p>	Ikke særlig indsats
<p>4 KVALITETS- UDDANNELSE</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ikke særlig indsats udover at uddannelse af personale om miljøforhold og hvordan de bidrager med en bæredygtig indsats i forbindelse med deres arbejde indgår i kriterierne
<p>5 LIGESTILLING MELLEM KØNNENE</p>	Ikke særlig indsats
<p>6 RENT VAND OG SANITET</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier om vandbesparelse i forbindelse med faciliteter og adfærd ✓ Kriterier om at benytte mindre mængder og mere skånsomme produkter til rengøring ✓ Kriterier om ikke at benytte giftige ukrudtsmidler ✓ Kriterier om brug af postevand og mindre kildevand
<p>7 BÆREDYGTIG ENERGI</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier om at benytte vedvarende energi ✓ Kriterier om energibesparelse i forbindelse med faciliteter og adfærd ✓ Spredte råd og gode cases om energibesparende tiltag til branchen ✓ Kriterier og rådgivning i forbindelse med køb og etablering af nye installationer
<p>8 ANSTÆNDIGE JOBS OG ØKONOMISK VÆKST</p>	Ikke særlig indsats



	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier om brug og promovning af offentlig transport
	<p>Ikke særlig indsats</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier om økologi og brug af sæsonens og lokale produkter ✓ Kriterier om samarbejde med og respekt for lokalområdet ✓ Kriterier om at fremme bæredygtig turisme i området og at flere virksomheder deltager aktivt i det bæredygtige arbejde ✓ Kriterier om at fremme bæredygtig transport
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier som får turister til at vælge og værdsætte bæredygtige løsninger ✓ Ekstra fokus på mere bæredygtig mad ✓ Kriterier om indkøb ✓ Kriterier om økologi og Det Økologiske Spisemærke ✓ Råd om miljø og energibesparelser ✓ Kriterier om at fremme miljømærkede produkter
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier om energibesparelser ✓ Cases til medlemmer om energibesparelser og brug af vedvarende energi ✓ Råd om miljø og energibesparelser
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kriterier om brug af MSC og ASC samt rådgivning om liste med fisk, som ikke må benyttes ✓ Kriterier om kommende mærkningsordning "Skånsomt kystfiskeri" ✓ Kriterier om ikke at benytte giftige ukrudtsmidler og rengøringsmidler
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ekstra fokus på mere bæredygtig mad ✓ Kriterier om økologi og brug af sæsonens og lokale produkter ✓ Kriterier og guide til større udbud af naturoplevelser
	<p>Ikke særlig indsats</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ SusDaneable-netværk på vej ✓ Spredning af gode råd, løsninger og cases om energibesparelser ✓ Kriterier om leverandører og samarbejdspartnere



Bilag 3 - Tjekliste for mærkningsordninger

Fra bogen "MÆRK DIN FORRETNING" af Jakob Zeuthen og Lars Ludvigsen

Nr.	Tjekliste	Refleksion
1	Er dit emne og formål væsentligt nok til et nyt mærke?	Ja. Initiativtager er ikke bekendt med tilsvarende målrettet mærke, og mærket er sat i gang på baggrund af en forespørgsel fra branchen.
2	Afdæk, om det kan lade sig gøre i praksis	Initiativtager har ekspertise og system fra Green Key, og netværk via Friluftsrådet og HORESTA.
3	Findes dit mærke i forvejen	Eksisterende ordninger jf. afsnit 1 er enten afgrænset, ser ikke på helheden eller er for komplicerede.
4	Vurdér om et nabomærke kan dække dit emne	Initiativtager har forsøgt at få mærket løftet i Green Key regi, men det har været for omfattende for restauranterne og dermed ikke været en succes.
5	Beskriv formålet med det nye mærke	At få restauranter til at arbejde med miljøbeskyttelse i eget hus, og via deres netværk og destinationsarbejde fokusere at fremme bæredygtig turisme og FN's Verdensmål.
6	Identificér de aktører, som er interesserede i at udvikle sammen med dig	Økologisk Landsforening, Fødevarestyrelsen, Foreningen for Skånsomt Kystfiskeri, Friluftsrådet og Miljøstyrelsen.
7	Identificér interessenter, der kan bidrage med dyb viden om emnet	Økologisk Landsforening, Fødevarestyrelsen, Foreningen for Skånsomt Kystfiskeri, Friluftsrådet og Miljøstyrelsen.
8	Sørg for at kriterierne defineres og accepteres af relevante interessenter	Kriterierne bygger på Green Key, som er et anerkendt koncept men er tilpasset i samarbejde med Friluftsrådet og Wonderful Copenhagen. Udvalgte organisationer bliver ligeledes hørt i forhold til kriterierne.
9	Vurdér, hvor meget en licenstag er villig til at betale for at opnå mærket	Bør undersøges.
10	Udvikl det nye mærke på basis af videnskabelige kriterier	Udvikles ud fra anerkendt Green Key koncept og tilpasset ud fra kortlægning af eksisterende virksomheder.
11	Beskriv hvordan det nye mærke bliver oplevet som relevant	Mærket udviklet på baggrund af henvendelse og er relevant i forhold til Global Destination Sustainability-index (https://www.gds-index.com), hvor der er kriterier vedrørende mærkning af turistorganisationer.
12	Beskriv hvordan du vil inddrage dine interessenter	Kriterierne bygger på Green Key, som er et anerkendt koncept men er tilpasset i samarbejde med Friluftsrådet og Wonderful Copenhagen. Udvalgte organisationer og Miljøstyrelsen bliver ligeledes hørt i forhold til kriterierne.



13	Prioritér transparens	Ligesom Green Key vil alle procedurer og kriterier blive lagt frem. I starten på: www.green-key.dk og senere på www.greenrestaurant.dk
14	Sørg for at udvikle en skudsikker tredjepartsstrategi	Konsulent fra initiativtager vil besøge og gennemgå ansøgere, og en ekstern jury vil stå for selve godkendelsesdelen. I Juryen sidder Friluftsrådet (grøn ngo) og HORESTA (brancheorganisation) samt Miljøstyrelsen som observatør. Hvert andet år vil arbejdet blive gennemgået af ekstern auditor.
15	Sørg for at det nye mærke opnår høj markedsværdi	Turistorganisationer er generelt gode til promovering af egen indsats.
16	Lav en plan for at skabe opmærksomhed om mærket	Se afsnit 8 i dette dokument.
17	Indret din organisering efter om dit mærke er nationalt eller globalt	Mærket starter som nationalt, dansk mærke ligesom Green Key, der nu findes i over 55 lande og på knap 3.000 virksomheder. Initiativtager vurderer, at der et internationalt potentiale.
18	Definér serviceniveauet over for de virksomheder, der skal bruge mærket	Samme niveau som Green Key med sekretariat og konsulent, der hjælper virksomhederne og har udviklet en omfattende værktøjskasse med materiale til at understøtte det bæredygtige arbejde.
19	Overvej fordele og ulemper ved at søge officiel anerkendelse af mærket	Initiativtager skønner ikke, at det er relevant på nuværende tidspunkt, men holder muligheden åben.
20	Vurdér dit mærkes position med Butterfly	Som nyt og specialiseret mærke vil kendskabsgraden især i starten være lav men servicen høj. Troværdigheden vurderes at ligge på middelniveau med høj transparens, netværk, relevans og seriøs godkendelse- og kontrolprocedure.
21	Sørg for at mærket ikke medvirker til at skabe forvirring	Navnet er meget entydigt og bliver en del af en familie med mærker, som er målrettet de forskellige områder.
22	Sørg for at mærket ikke overdriver sin værdi	Navnet er meget entydigt med fokus på restauranter og spisesteder. Mærket foregiver bevidst ikke at handle om bæredygtighed og social ansvarlighed, som er mere brede begreber og hvor initiativtager ikke har sin spidskompetence og ekspertise.
23	Navngiv dit mærke, så det ikke lover for meget	Navnet er meget entydigt med fokus på restauranter og spisesteder. Mærket foregiver bevidst ikke at handle om bæredygtighed og social ansvarlighed, som er mere brede begreber og hvor initiativtager ikke har sin spidskompetence og ekspertise.



Bilag 4 - Eksempel på rådgivningsmateriale om sæsons frugter og grøntsager

Frugt og grønt er friskere og ofte billigere, når de er i sæson. Vil du gerne købe lokalt producerede råvarer, kan du bruge sæsonlisten med danske råvarer som inspiration til dine indkøb.

Januar	Jordkokker, champignon, gulerødder, hvidkål, kartofler, kinakål, løg, pastinak, persillerod, porrer, rosenkål, rødbeder, rødkål, selleri, grønkål.
Februar	Champignon, grønkål, gulerødder, hvidkål, jordkokker, kartofler, løg, pastinak, persillerod, porrer, rosenkål, rødbeder, rødkål, selleri.
Marts	Champignon, feldsalat, grønkål, gulerødder, hvidkål, jordkokker, kartofler, løg, pastinak, persillerod, porrer, purløg, rosenkål, rødbeder, rødkål, selleri, østershatte.
April	Ramsløg, champignon, gulerødder, hvidkål, jordkokker, kartofler, løg, persille porrer, rabarber, radiser, rosenkål, rødbeder, salat, selleri, spinat, østershatte.
Maj	Rabarber, champignon, forårsløg, persille, radiser, salat, spinat.
Juni	Asparges, bladbeder, blomkål, broccoli, champignon, gulerødder, jordbær, kartofler, kinakål, løg, persille, radiser, salat, spidskål, spinat, ærter.
Juli	Jordbær, bladbeder, blomkål, broccoli, bær, champignon, gulerødder, hindbær, jordkokker, kartofler, kinakål, kirsebær, løg, persille, rabarber, radiser, salat, spidskål, squash, ærter.
August	Spidskål, asier, bønner, bladbeder, bladselleri, blomkål, blommer, broccoli, bær, champignon, gulerødder, hindbær, hvidkål, jordkokker, kartofler, kinakål, løg, majs, persille, porrer, pærer, rabarber, radiser, rødbeder, rødkål, salat, spinat, squash, æbler, ærter.
September	Blommer, asier, bladbeder, bladselleri, blomkål, broccoli, bønner, champignon, grønkål, gulerødder, hvidkål, jordkokker, kartofler, kinakål, løg, majs, pastinak, persille, persillerod, porrer, pærer, radiser, rosenkål, rødbeder, rødkål, salat, selleri, spinat, squash, æbler.
Oktober	Blomkål, asier, bladbeder, bladselleri, broccoli, champignon, grønkål, gulerødder, hvidkål, jordkokker, kartofler, kinakål, løg, majs, pastinak, persille, persillerod, porrer, pærer, radiser, rosenkål, rødbeder, rødkål, salat, selleri, spidskål, spinat, squash, valnødder, æbler.
November	Græskar, blomkål, champignon, grønkål, gulerødder, hvidkål, jordkokker, kartofler, kinakål, løg, pastinak, persillerod, porrer, pærer, rosenkål, rødbeder, rødkål, salat, selleri, æbler.
December	Grønkål, blomkål, champignon, gulerødder, hvidkål, jordkokker, kartofler, kinakål, løg, pastinak, persillerod, porrer, pærer, rosenkål, rødbeder, rødkål, selleri, æbler.

Kilde: TÆNK på <https://taenk.dk/test-og-forbrugerliv/mad-og-indkoeb/lokal-mad-find-vej-til-de-lokale-smagsoplevelser/her-er>