

Københavns Madhus

## **Undersøgelse af barrierer for projektet EAT**

25. februar 2010

## Indhold

1	Indledning.....	3
1.1	Baggrund for undersøgelsen og undersøgelsens formål.....	3
1.2	Metode .....	3
2	Sammenfatning.....	5
2.1	Anbefalinger .....	6
3	Undersøgelse af barrierer for større udbredelse af EAT .....	8
3.1	Maden (produkt) .....	9
3.1.1	EAT er gode måltider .....	10
3.2	Pris .....	11
3.3	Sortiment .....	12
3.4	Bestilling og levering .....	13
3.4.1	Hjemmeside rettet mod forældre og elever .....	14
3.5	Skolernes rolle.....	14
	Bilag 1: Deltagere i interview .....	16

## 1 INDLEDNING

### 1.1 Baggrund for undersøgelsen og undersøgelsens formål

EAT, en internetbaseret kommunal skolemadsordning, blev startet i august 2009 og er nu indført på størstedelen af de københavnske folkeskoler. Ca. 8.000 elever har nu en konto og kan købe skolemad via den internetbaserede EAT skolemadsordning.

EAT er mere end bare at indføre internetbaseret køb af skolemad. EAT er også nye lokaler, sundt og varieret udbud af mad og et ønske om at påvirke madkulturen i de københavnske folkeskoler.

Københavns Kommune og Københavns Madhus ønsker, at EAT opnår en større udbredelse end det, som er opnået på nuværende tidspunkt. Formålet med opgaven er derfor at klarlægge de barrierer, som eksisterer for EAT. Det overordnede mål er at få yderligere indsigt i, hvordan EAT kan opnå større udbredelse.

Det er forventningen, at Københavns Madhus og de andre deltagere i EAT i større eller mindre omfang kender barriererne, som klarlægges i denne undersøgelse. Det er ønsket, at undersøgelsen skal behandle barriererne i forhold til, at EAT er et produkt, der leveres til børn og forældre. Undersøgelsen skal dokumentere barriererne og relatere barriererne i forhold til hinanden.

Barriererne skal findes hos projektets deltagere og interessenter, som for denne undersøgelse er fastsat til at være forældre og elever, som anvender og kan anvende EAT.

Udgangspunktet for undersøgelsen er, at informationer på ganske kort tid skal indhentes fra skoleledere, forældre, Københavns Børne- og Ungdomsforvaltning samt Københavns Madhus.

### 1.2 Metode

Opgaven er udført som en kvalitativ undersøgelse. Oplysningerne er indsamlet fra et bredt udsnit af skoler. Skolerne er geografisk placeret forskellige steder i København, og udsnittet dækker skoler, hvor eleverne i høj grad får deres måltider fra EAT, og fra skoler, hvor kun en lille andel af eleverne får måltider fra EAT.

Der er gennemført gruppeinterviews med forældre. Forældrene er udvalgt, så det har været muligt at opsamle erfaringer og viden fra personer, som henholdsvis ofte anvender EAT, anvender EAT periodisk og ikke anvender EAT.

For at opnå en bred viden om EAT og barriererne for succes er der også foretaget interviews med skoleledelser. Skolerne har på nuværende tidspunkt flere måneders erfaring med EAT og har også godt kendskab til de barrierer, der eksisterer både blandt elever og forældre. Deres vurdering af barrierer blandt forældre og elever betragtes i sammenhæng med forældreinterviews som repræsentativ og faktuel.

Nærværende undersøgelse er tilrettelagt som en markedsundersøgelse med henblik på at afdække informationer om forældrene og eleverne som kunder. Undersøgelsen suppleres blandt andet af en analyse foretaget af antropologer, der ser

på elevernes modtagelse af EAT, sammenlignet med en tidligere ordning for skolemad i Københavns Kommune.

## 2 SAMMENFATNING

Børne- og Ungdomsforvaltningen (BUF) begyndte i 2007 efter godkendelse i Borgerrepræsentationen at arbejde med et nyt koncept for en madordning i Københavns kommune. BUF udpegede Københavns Madhus til at være udvikler af konceptet og konsulent vedr. kvalitet og implementering i projektet.

Københavns Madhus udviklede konceptet EAT, som nu er blevet introduceret på 48 skoler.

EAT er et højt prioriteret projekt med fine resultater, hvor der er opstillet ganske store krav til succes, idet man ønsker, at hvert fjerde måltid til skolebørn skal leveres af EAT.

I forbindelse med indførelse af EAT har der været følgende ændringer i forhold til tidligere ordninger:

- a) Bestilling og betaling foregår elektronisk via en hjemmeside
- b) Der stilles krav til, at maden skal være 75 % økologisk
- c) Andre krav til sikring af ernæringsmæssige krav
- d) Fjernelse af småvarer i boden
- e) En højere grad af variation i måltiderne
- f) En højere grad af hensyntagen til forskellige kulturer i København.

EAT blev introduceret straks efter skolestart i 2009, og løbende er flere skoler kommet med på ordningen. På nuværende tidspunkt har ca. 20 % af børnene oprettet en konto via EATs hjemmeside. Salgstallene for EAT er dog ikke nået op på de ønskede 25 %. Gennemsnitligt leveres ca. 7 % af måltiderne på skolerne af EAT.

I forbindelse med informationsindsamling roses projektet på en række centrale punkter.

1. Planen om "god skolemad" og "smartness" får ros
2. Forældre og skoler hylder den ernæringsrigtige kost
3. Prisen, set i forhold til madens kvalitet, opfattes ikke som høj
4. En høj andel af økologisk mad giver ikke modstandere, men roses
5. Indretning af lounges og segmentering af små og store elever gør EAT mere attraktiv for de store elever.

For EAT hænger en del af rosen tæt sammen med de centrale målsætninger, der blandt andet fremgår af EATs faddermanifest.

Grundlæggende er de identificerede barrierer opdelt i to overordnede grupper, som retter sig mod henholdsvis eleverne og forældrene.

For eleverne gælder det, at de ikke efterspørger maden i tilstrækkeligt høj grad.

Hos forældrene er barriererne, at EAT stiller krav til planlægning og økonomi, og det vægtes højere end maden og sortimentet i EAT, som forældrene bifalder. Populært sagt er det ikke nemt nok eller billigt nok for forældrene.

## 2.1 anbefalinger

Baseret på undersøgelsens resultater har vi efterfølgende opstillet vores anbefaling. Vores anbefaling er udarbejdet under hensyntagen til

- at bibeholde EAT-konceptets grundlæggende krav til råvarerne og det kulinariske, herunder variation.
- at fjerne eller minimere de barrierer, som har den største effekt for yderligere udbredelse af EAT.

EAT-konceptet har fået en pæn modtagelse. Det er derfor vores forventning, at ved at lade projektet fortsætte uændret, vil EAT efter yderligere tid kunne opnå en større udbredelse. EAT er et projekt og initiativ, som har fokus på at ændre madkultur i folkeskolerne. En ændring eller indførelse af en ny madkultur vil kræve tid.

Vi anbefaler dog, at Københavns Kommune og Københavns Madhus tager undersøgelsens kortlagte barrierer til efterretning. EAT kan godt tage hensyn til væsentlige barrierer og samtidig bevare de høje ambitioner og bibeholde de grundlæggende krav til råvarerne og det kulinariske.

I forhold til eleverne bør man overveje, om der kan skabes en større efterspørgsel ved at fjerne usikkerheden, som retter sig mod deres kendskab til retterne. Det betyder, at man skal tage fat i at ændre sortimentet eller se, om man kan udvide elevernes smag, så sortimentet i højere grad rummer retter, som eleverne kan betragte som et sikkert eller kendt valg.

I forhold til forældrene handler det om at gøre det mindre kompliceret og krævende – altså nemt. Det vil betyde, at man ikke skal bestille og betale mere end tre dage i forvejen.

For at få det til at lykkes kan der arbejdes med et skabe sikkerhed, så forældrene uanset sen bestilling eller køb på dagen kan stole på, at børnene får et måltid mad. Gerne et måltid, som børnene kender. Det betyder også, at der skal foretages ændringer, der udbygger betalingsmåderne til at omfatte kontanter eller lignende.

Vi er klar over, at etablering af kortere frist til bestilling kan medføre enten store krav til logistikken eller fordre en vanskelig udvidelse/ændring af sortimentet.

Uanset hvilke tiltag der igangsættes for at sikre større udbredelse af EAT, er det vigtigt, at skolerne inddrages i de ændringer, der foretages. Hver enkelt skole skal opnå et højere ejerskab til EAT på deres egen skole.

Man bør fortsat indgå samarbejde med skolerne om at rydde praktiske problemer af vejen og løbende få yderligere information ud til elever og forældre. Uanset der kommunikerer fra centralt hold via store medier, har undersøgelsen vist, at der ikke er sikkerhed for, at alle forældre forstår, husker eller modtager budskabet. Skolerne – herunder lærerne og pædagogerne – kan derfor være centrale i forhold til at kunne gentage budskaberne og rette eventuelle misforståelser.

Slutteligt vil udbredelsen komme til at blive højere på nogle skoler frem for andre, og et mål om at levere 25 % af måltiderne på alle de tilmeldte skoler vil være svært at nå.

### 3 UNDERSØGELSE AF BARRIERER FOR STØRRE UDBREDELSE AF EAT

De efterstående afsnit indeholder en gennemgang af de barrierer, som er fremkommet ved undersøgelsen.

Undersøgelsens fokus er at se på barrierer for udbredelse. Derfor er det primære fokus i efterstående afsnit undersøgelse og konklusion på barriererne.

Undersøgelsen og de fremkomne barrierer er behandlet under følgende overskrifter:

- Maden (produkt)
- Pris
- Sortiment
- Bestilling og levering

Ovenstående er en gruppering af egenskaberne ved produktet EAT.

For at foretage en undersøgelse af barriererne på markedet for salget af EAT er det relevant at undersøge EAT som et produkt og at vurdere EATs egenskaber. Det er målet at undersøge, hvordan kunderne betragter produktets egenskaber, og i hvilket omfang produktets egenskaber er med til at sikre produktets afsætning og succes.

De interviewede forældre er i forbindelse med interviews blevet bedt om at give udtryk for deres egne holdninger til madordninger og erfaringer med madordninger. Et stort flertal har oplyst, at de går ind for, at der er etableret ordninger, hvor elever får adgang til at købe mad på skolerne. Et lige så stort flertal ønsker, at skolerne på sigt kan etablere gratis madordninger på skolerne og ønsker det udbredt til alle skoletrin. Det betyder dog også, at der er et mindretal, som ikke ønsker mulighed for, at børnene kan købe mad på skolerne, og et tilsvarende mindretal, som ikke ønsker, at de danske folkeskoler skal etablere gratis skolemad.

Syv af de familier, som har været involveret i undersøgelsen, har kommenteret på, om deres brug er faldende eller stigende. To familier har meldt, at deres brug er faldende, mens tre familier har meldt, at brugen er stigende.

Udgangspunktet for drøftelser med alle interessenter har været at få indsamlet oplysninger om egenskaberne for produktet EAT, som beskrevet ovenfor, herunder EAT som et koncept.

Til at kvalificere og perspektivere de modtagne oplysninger er forældrene også blevet bedt om at kommentere ressourcerne, organiseringen, strukturen og den praktiske organisering af EAT-ordningen og -konceptet. Disse informationer er blevet brugt til at kvalificere konklusionerne og anbefalingerne i markedsundersøgelsen.

### 3.1 Maden (produkt)

I nedenstående afsnit behandles den feedback, som er modtaget på det primære produkt, maden.

EAT har defineret nogle grundlæggende krav til maden. Følgende krav stilles til maden:

- skal være frisk, enkel og bestå af minimum 75 % økologiske varer og have høj dyrevelfærd
- skal afspejle Danmarks skiftende årstider
- skal være velsmagende
- skal være maddannende, varieret, tidssvarende og tage hensyn til Københavns forskellige kulturer
- skal forene kravet om velsmag med moderne viden om folkesundhed og trivsel
- skal være af ernæringsmæssig høj kvalitet.

Ovenstående egenskaber er unikke for EAT og er en del af det, som gør EAT-konceptet til mere end et kommercielt skolemadsprojekt. EAT-konceptet indeholder også mål om, at EAT skal indgå i undervisningen og virke dannende og have en effekt på madkulturen på skolerne.

Undersøgelsens fokus er at belyse EAT som et produkt, og i den henseende er det vores vurdering, at de grundlæggende krav ikke er egenskaber, som skaber et behov/en efterspørgsel hos eleverne.

Det skyldes, at eleverne som kunder ikke ser væsentlige fordele eller udbytte af egenskaberne. Så uanset om det er unikt for kunderne/brugerne, er det ikke tilstrækkeligt vigtigt.

Hos forældrene har madens egenskaber en større betydning, men det er ikke det vigtigste, når det sammenholdes med andre egenskaber som pris, sortiment samt bestilling og levering.

I forhold til forældrene skal det bemærkes, at alle, der har deltaget i interview, mener, at skolemadsordninger kun skal tilbyde noget, der kan betragtes som sund mad. Det uanset om maden er del af en gratis ordning eller en ordning mod betaling som EAT.

I forhold til barrierer for større salg er tilbagemeldingerne vedrørende madens egenskaber:

- at madpakker, som forældrene giver børnene med, er sunde og ofte foretrukket af børnene
- at forældre/børn kan have svært ved at finde retter, som de ønsker at bestille
- at visse ingredienser, som eksempelvis bønner, ikke øger efterspørgslen
- at fremmedartede navne på maden kan virke hæmmende for salget
- at drenge i udskolingen ikke føler sig så mætte, som når de har benyttet sig af gadens tilbud
- at forældrene er usikre på, om netop drenge i udskolingen bliver mætte af portionerne

at forældrene til børn i indskolingen er usikre på, om børnene altid bliver mætte af indholdet i EAT-boksene.

Forældrene vurderer som hovedregel, at de madpakker, som de giver deres egne børn med i skole, er sunde og populære hos børnene.

Samtidig er det tilbagemeldingen, at en ganske stor andel af de andre elever vil have glæde af at få måltider, som er mere ernæringsrigtige. Forældrene vurderer derfor, at deres egne børns madpakker og måltider er sundest. Sundere end de øvrige børns måltider.

For eleverne i udskolingen er det primært i forhold til måltider, der indkøbes uden for skolens områder. For eleverne i indskolingen og på mellemtrinnet er det i forhold til deres madpakker. Vi må derfor konstatere, at – i forhold til de enkelte forældres egen opfattelse – vil det være vanskeligt for EAT at konkurrere med elevernes madpakker på egenskaberne vedrørende ernæring og sundhed, idet forældre i høj grad vil vurdere deres egne madpakker til at være sunde og ernæringsrigtige.

Skal EAT kunne konkurrere med madpakkerne i forhold til de grundlæggende egenskaber, vil muligheden være på de øvrige egenskaber, som vedrører friskhed og velsmag. Det er egenskaber, som retter sig direkte mod eleverne.

I forhold til mellemtrin og indskoling kan der opnås en effekt, hvis eleverne efterspørger maden i konkurrence med de madpakker/måltider, forældrene forsyner dem med. For flertallet af elever er EAT ikke det foretrukne valg. Det begrundes i flere forhold, som for børnene selv relaterer sig til variationen, kendskabet til retterne, retternes navne og ofte også de ernæringsrigtige ingredienser, som børnene ikke foretrækker.

Usikkerhed hos såvel elever som forældre spiller således ind, når både variationen, kendskabet og ingredienserne nævnes som en barriere. Eleverne er usikre på, om de vil finde retterne velsmagende, og det samme er forældrene. Derfor skal denne barriere ses i sammenhæng med en gennemgående tilbagemelding, som relaterer sig til sortimentet i EAT-ordningen. Her formoder elever og forældre, at udvidelse af sortimentet med velkendte "favoritter" vil være en væsentlig forbedring. Dette punkt er yderligere beskrevet i afsnit 3.3., Sortiment.

Undersøgelsen viser, at efterhånden som kendskabet til EAT og retterne øges, vil en del af usikkerheden forsvinde, og variationen vil i mindre grad være en barriere for elevernes efterspørgsel. Flere elever betragter tidligere ukendte og fravalgte retter som nye faste favoritter. Usikkerheden og det ukendte udfordres blandt andet ved, at kammerater smager hinandens måltider.

For nogle elever og forældre er det valgt, at alle måltider i skoletiden er EAT-måltider. Disse forældre og elever er ikke i flertal, men det er værd at notere, at deres begrundelse og baggrund er forskellig.

### 3.1.1 EAT er gode måltider

Det skal bemærkes, at de grundlæggende krav, som EAT stiller til sine produkter, generelt er mødt. Forældre og skoler melder samlet, at maden er god. "God" defineres af forældrene ud fra, at smagen er god, at de fleste kan lide smagen, at retterne er smagsfulde, og at maden præsenteres flot og ser appetitlig ud. Hoved-

parten af de interviewede har bemærket, at EAT også er et projekt, som gerne vil bearbejde folkeskolernes madkultur og har noteret, at en større udbredelse vil have en positiv effekt i den forbindelse.

Forældrene og skolerne vurderer, at det er et plus, at maden er varieret. Her dækker variation over, at der er mange alternative retter, og at der går lang tid imellem, at retterne igen dukker op på menuen, og at de retter, der tilbydes, er forskellige.

Samlet set er der tillid til, at madens kvalitet er god, og Københavns Madhus opfattes som en garant for det. Undersøgelsen viser, at kun en del forældre og elever finder det relevant, at maden er overvejende økologisk.

For ganske få kobles økologi sammen med prisen. Holdninger er her, at kravet til økologi bør genovervejes, hvis der kan opnås en mærkbar prisreduktion.

## 3.2 Pris

Pris er et væsentligt element for alle adspurgte. For flertallet nævnes prisen som en væsentlig barriere for en større udbredelse. Det gælder både for de forældre, hvis børn anvender EAT, og for de forældre, hvis børn ikke anvender EAT.

For de forældre, som har børn, der alene eller primært får måltider via EAT, er udgangspunktet, at prisen ikke er væsentligt dyrere sammenlignet med tilsvarende madpakker eller måltider indkøbt uden for skolens område. Kun ganske få forældre finder, at det at kunne købe EAT-måltider til børnene hver dag er en økonomisk attraktiv løsning.

Prisen som en barriere relateres til det argument, at EAT-måltider ofte eller hver dag er for dyrt sammenlignet med andre løsninger. Det gælder, uanset om forældre har ét eller flere børn.

Overordnet er tilbagemeldingerne, at i forhold til retternes kvalitet og portionernes størrelse er prisen rimelig.

Uagtet at EAT-retterne opfattes som et godt køb til prisen, så vurderer langt de fleste, at EAT er dyrere end madpakker. Nogle opfatter det som marginalt dyrere end madpakker, mens andre vurderer, at det er meget dyrere end madpakker. De adspurgte havde ikke foretaget detaljerede beregninger af omkostningerne til at producere egne madpakker. Som et andet sammenligningsgrundlag benyttede flere forældre deres egne arbejdsgiveres madordninger, som de mener, har et prisniveau på ca. 250,- kr. pr. måned. Til sammenligning vil køb af EAT dagligt i ca. 20 dage på en måned blive 360,- kr. pr. måned.

Flere forældre har sat grænser for, hvor mange gange de vil tillade, at børnene får EAT-måltider pr. uge. De forældre, som har sat disse grænser op, har typisk valgt 1 – 2 gange om ugen ud fra økonomiske beæggrunde, men tillader dog lidt flere, hvis børnene i tilstrækkelig grad efterspørger måltider fra EAT. Det gælder særligt for eleverne i indskolingen og på mellemtrinet.

I forhold til pris som parameter og barriere er der forskel på eleverne i udskolingen og de andre elever. Elever i udskolingen har forskellige løsninger og træffer i højere grad selv beslutning om deres måltider. I det omfang udskolingseleverne selv træffer beslutninger om, hvorvidt måltidet skal købes på gaden, er pris kun blevet

nævnt i forbindelse med, at store drenge i udskoling ikke føler sig tilstrækkeligt mætte af én EAT-portion.

Hvis prisen alene skal drive en større udbredelse, skal der ske en væsentlig prisændring eller en ændret prisstruktur, som kan skabe stort incitament for, at de enkelte elever hyppigt køber deres måltider via EAT.

De fleste forældre kender til rabatmulighederne, og en kommentar til rabatterne har været, at det kan være vanskeligt at opnå rabat på 10 måltider inden for én måned til én elev.

Baseret på de meget forskellige tilbagemeldinger på pris er det ikke muligt at vurdere priselasticiteten, og det er ikke muligt at vurdere, i hvor høj grad en lavere pris vil kunne opveje andre barrierer og skabe et øget salg. Hertil skal tilføjes, at der er en politisk fastsat gennemsnitspris, og at ændringer i priserne i væsentligt omfang kan forøge kommunens udgifter til ordningen.

Der er kommet tilbagemeldinger relateret til priser om, at ved at sælge EAT til mere psykologisk attraktive priser er det forventeligt at opnå yderligere afsætning til andre kundegrupper. Flere har nævnt, at en pris på 20 kr. vil have en effekt. For de fleste hænger forslaget om at kunne sælge måltider til 20 kr. sammen med åbning af muligheden for kontantsalg samt sikkerhed for, at der kan købes et måltid, uanset om forældre eller elever har bestilt måltidet 3 dage i forvejen.

Der er forældre, der mener, at det bør være muligt at tilberede og tilbyde måltider til en lavere pris. Disse forældre ser gerne, at der benyttes mindre kød, og at der ses bort fra krav til ernæring og til økologi.

### 3.3 Sortiment

Sortimentet er opdelt i tre forskellige tilbud, der er målrettet de tre aldersgrupper. Der er tre årstider: efterår, vinter og forår. Retterne varieres inden for en årstid ved at rulle over en periode på fire uger. Til mellemtrin og udskoling er der mulighed for at vælge mellem dagens ret og en sandwich, og for indskoling er der mulighed for at vælge 2 forskellige EAT-bokse, hvor den ene boks er med halalslagte kød.

Segmenteringen er ikke meget stringent, så generelt kan eleverne vælge måltider på tværs af de tre segmenter.

Sortimentets egenskaber består af to primære egenskaber. Den ene egenskab er segmenteringen mellem indskoling, mellemtrin og udskoling, og den anden egenskab er variationen over de tre årstider og 4 ugers perioderne.

Egenskaben variation har i forhold til EAT som et produkt ikke kun haft en positiv dimension. Variationen kan for nogle virke som en barriere. Det bevirker, at sortimentet den enkelte dag opfattes som særligt og smalt, fordi der ikke er nogen måltider, som falder i den enkelte elevs smag.

Segmentering mellem aldersgrupper er en egenskab, der særligt har betydning for eleverne i udskoling og på mellemtrinnet. Det har en positiv effekt, at portionerne og maden er tilpasset alderstrinnet, og forskellen i leveringsmåden mellem indskoling, mellemtrin og udskoling har også en positiv effekt.

Øvrige kommentarer til sortimentet har været forslag, som illustrerer ovenstående barrierer. Forslagene er, at man:

- ønsker at sortimentet skal have nogle retter/varianter, som kan sikre, at det altid er muligt at få mad via EAT, hvis man bestiller samme dag
- ønsker at favoritter, som sælger godt, bør gentages oftere end hver 4. uge, både klassikere som lasagne, men også retter EAT har introduceret, som er blevet populære
- ønsker at sortimenter indeholder "faste" og "kendte" retter, som altid kan vælges
- ønsker at sortimentet evt. på en fast ugedag udvides med en kendt og populær ret
- ønsker at sortimentet udvides, så det også suppleres med lette måltider. Frugt formiddag eller eftermiddag eller som supplement til elevernes frokost.

På visse skoler betyder den praktiske organisering, at eleverne i indskoling ikke kan vælge de varme retter. Det skyldes primært, at eleverne i indskoling spiser tidligere end de øvrige elever, og at maden derfor ikke kan være klar i tide.

### 3.4 Bestilling og levering

EAT skal som udgangspunkt bestilles og betales via en internetløsning. Alle de forældre, som deltog i interviews, havde kendskab til internetløsningen.

Langt de fleste er trygge ved at anvende internettet som redskab til både bestilling og betaling. De primære barrierer i forhold til bestilling og levering er knyttet til de krav, der stilles via den etablerede løsning. Der er opsat en 3 dages frist for, at man med sikkerhed kan få de ønskede måltider.

Flere forældre og skoler vurderer, at 3-dages fristen sammen med kravet om internetbetaling kan være en barriere for, at EAT kan opnå en form for "impulssalg" til børn i indskoling.

Der er oprettet mulighed for impuls køb via SMS, ligesom der er mulighed for at købe direkte i skoleboden, hvis eleven har en konto. Disse muligheder vurderes dog ikke at få den store betydning, når der ikke er sikkerhed for, at der er et måltid på dagen.

I forhold til de interviews, vi har gennemført, er det et faktum, at det, at EAT er baseret på internetsalg, betyder, at nogle grupper ikke anvender EAT. Vanskelighederne for forældrene har forskellige baggrunde. Nogle forældre har vanskeligt ved at læse, og det kan være kombineret med sproglige vanskeligheder, eller at de ikke umiddelbart har adgang til en pc eller til et betalingskort. Enkelte skoler har for at overkomme disse forhindringer indført mulighed for, at elever kan købe maden med kontanter, og andre skoler har etableret en løsning med offentlige pc'er.

Løsningen med etablering af kontantsalg har haft en vis effekt, men her har sikkerhed for at kunne levere mad været en barriere. Løsningen med opstilling af pc'er har været anvendt, men meget begrænset af børn eller forældre, som ikke i forvejen har adgang til pc.

Den tekniske løsning – hjemmesiden – er afgørende, da EAT er en skolemadsordning baseret på en internetløsning. Kommentarer og bemærkninger til hjemmesiden er beskrevet i nedenstående underafsnit.

### 3.4.1 Hjemmeside rettet mod forældre og elever

Med henblik på at identificere, om den tekniske løsning i sig selv udgør en reel barriere, har vi undersøgt forældrenes og elevernes oplevelse af hjemmesiden. Undersøgelsen er gennemført i forbindelse med interviews. Undersøgelsen har ikke indeholdt en detaljeret analyse af brugervenlighed. På baggrund af undersøgelsen er det vores vurdering, at hjemmesidens opbygning understøtter EAT og i sig selv ikke er en væsentlig barriere.

Forældre og elever har meldt, at de er fortrolige med bestilling og betaling af varer via internetløsninger.

De forældre, som har oplevet problemer med hjemmesiden, har primært oplevet, at det første login og selve oprettelsen har været besværlig.

De primære kommentarer fra de, som jævnligt benytter hjemmesiden, er knyttet til brugervenligheden og muligheden for mere overskuelighed, samt til muligheden for at se flere børn og konti på samme tid. Enkelte har efterlyst, at overblik over menuer skal være koblet til en kalenderfunktion.

Nogle skoler har forsøgt at bistå forældre med at blive oprettet på hjemmesiden og samtidig instruere i brugen af hjemmesiden. I den forbindelse opleves det, at der er sproglige barrierer, og at disse eksisterer, uanset om der er vejledninger på forskellige sprog.

På de fleste skoler har tilbagemeldingen været, at for nogle få forældre er anvendelse af internetløsninger en væsentlig barriere, der sammen med andre barrierer afholder forældre fra at bestille EAT-måltider til deres børn.

## 3.5 Skolernes rolle

Skolerne er centrale i forhold til EAT. Skolerne har foruden kontakt til eleverne og forældrene også kontakt til de øvrige interessenter, som alle har en andel i ordningens succes og udbredelse. Børne- og Ungdomsforvaltningen i Københavns Kommune har haft det overordnede ansvar og har indgået aftalerne om levering af maden med leverandørerne, som er Centralkøkkenet i De Gamles By og firmaet Tingstrøm A/S.

Skolernes roller er todelt. En del, som vedrører salg og distribution af maden, og en del, hvor skolen står for at formidle madkultur og -dannelse.

Rent praktisk rummer skolernes andel i EAT følgende:

- På skolerne indrettes EAT-boder og EAT-lounge
- Maden leveres til skolerne
- På skolerne sørger den EAT-ansvarlige og EAT-læreren for, at elever deltagere, når den leverede mad opdeles i portioner og udleveres til de andre elever
- Skolerne står for ansættelse af den EAT-ansvarlige og udpeger EAT-lærer

- Skolerne står for yderligere bestilling ud over de forudbestilte måltider fra elevernes EAT-konti.

Med ovenstående følger naturligt en række andre opgaver, som skolerne varetager. Skolerne står for at løse de praktiske problemer, som kan opstå i forbindelse med levering af maden, bestillingerne eller andre praktiske problemer.

Undersøgelsen viser, at skolerne støtter EAT, og at skolerne sørger for, at de praktiske problemer løses undervejs i kontakt med leverandørerne og forvaltningen. Det er dog en klar tilbagemelding fra skolerne, at de endnu ikke oplever EAT som hver enkelt skoles helt egen madordning.

Der er ingen tvivl om, at skolerne er centrale for EAT, og en større udbredelse vil blive hjulpet på vej af yderligere støtte fra skolerne til EAT. Vi vurderer, at skolerne vil kunne give en sådan støtte. Skolerne vurderer, at det er et plus at have en madordning, der kan være med til at sikre eleverne den mad, de behøver i skoletiden.

Fra skolerne er det et ønske at blive inddraget og få indflydelse på EAT. Inddragelse af skolerne i forbindelse med kommende justeringer af konceptet vil være en måde at få skolerne til at opnå et større ejerskab i forhold til EAT. Et større ejerskab vil kunne sikre, at skolerne bliver førsteklassesambassadører for EAT.

I forbindelse med opstarten af EAT har skolerne været ambassadører for EAT og vil stadig være det. Skolerne har indtil nu varetaget en stor del af kommunikationen. Skolerne varetager stadig løbende en væsentlig del af kommunikationen med forældre og elever og sørger for, at lærere og pædagoger løbende holdes informeret om EAT. I klasserne og på forældremøder er det lærerne, der i første omgang besvarer elevernes og forældrenes spørgsmål.

Skolerne taler for, at de enkelte skoler kan have behov for særlige løsninger. Argumentet er, at skolerne på tværs af Københavns kommune eksisterer under forskellige forudsætninger. De væsentligste forskelle relaterer sig til elev- og forældregrundlaget samt de fysiske rammer. Tilbage meldingerne fra skolerne er, at forskellene har betydning for EAT. Skolelederne vurderer, at for enkelte skoler vil det være vanskeligt at opnå en tilslutning på 25 % med baggrund i de forskelle, der relaterer sig til elev- og forældregrundlaget. Her peger skolerne på, at vaner og kultur står i vejen for udbredelsen. Samtidig peger de på, at de største barrierer her vedrører pris, bestilling og sortiment. På andre skoler – blandt andet skoler på Østerbro – vurderer skolerne, at EAT som koncept har en god sammenhæng til elev- og forældregrundlaget.

## BILAG 1: DELTAGERE I INTERVIEW

De skoler, som har været repræsenteret ved interviews med skolernes ledelser eller skolernes forældre, er angivet i tabellen nedenfor:

Skoler, som har været repræsenteret i undersøgelsen		
	Skoleledelse deltaget i interviews	Forældre deltaget i interviews
Heibergskolen	X	X
Katrinedals Skole	X	X
Kirsebærhavens Skole		X
Langelinieskolen	X	
Lundehusskolen	X	X
Randersgades Skole		X
Rådmandsgades Skole	X	X
Sortedamskolen		X
Strandvejsskolen		X
Valby Skole	X	
Vigerslev Allés Skole	X	
Aalholm skole	X	

Samlet har 9 forældre repræsenteret 19 elever fra skoler, der har EAT-ordningen. Heraf er 6 elever i indskolingen, 7 elever på mellemtrinet, mens 6 elever er i udskolingen.

Kontakten til de interviewede forældre er sket gennem skolebestyrelsernes formænd, og dermed har skolebestyrelser fra 8 af de deltagende skoler være repræsenteret i undersøgelsen.