



## Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri

Folketingets Udvalg for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri

København, 24. april, 2015  
Sagsnr.: 30196  
Dok.nr.: 800335

### **Fødevareministerens besvarelse af spørgsmål nr. 241 (FLF alm. del) stillet den 27. marts efter ønske fra ikkemedlem af udvalget (MFU) Eva Kjer Hansen (V)**

#### **Spørgsmål nr. 241:**

“Er det korrekt, at Fødevarestyrelsen gennemfører kanelkontrol hos 300 bagerier, når der i november 2014 var enighed om, at den høje grænse for kumarin kan benyttes og finder ministeren det vigtigt, at der prioriteres tid på denne type kontroller? Samtidigt bedes ministeren oplyse, hvor mange ressourcer der anvendes, og hvad det koster.”

#### **Svar:**

Det er korrekt, at Fødevarestyrelsen gennemfører en kontrolkampagne rettet mod bagernes styring af deres produktion, herunder også kumarin i bagværk.

Sidste år kom Fødevarestyrelsen og erhvervet sammen frem til en løsning for kategorisering af bagværk i forhold til grænseværdierne for kumarin og udarbejdelse af en supplerende tekst til branchekode/egenkontrol til brug for bagernes styring af kumarinindholdet i det færdige bagværk. Erhvervet og Fødevarestyrelsen har sørget for vejledning af både bagere og tilsynsførende og Fødevarestyrelsen har fulgt op med gode råd til forbrugerne om indtag af kanel fx på grød til børn. Disse elementer skulle suppleres af en kontrolindsats for at undersøge bagernes styring af deres produktion. Kumarin er et naturligt indholdsstof i kanel, som kan give leverskader, hvis det indtages i store mængder. På baggrund af EFSA's risikovurdering er der fastsat grænseværdier for kumarin i forskellige fødevarer – herunder bagværk. Fødevarestyrelsen er forpligtet til at kontrollere, om erhvervet overholder disse grænseværdier. En kontrolkampagne giver mulighed for dialog med bagerne om at undgå sundhedsskadelige stoffer i bagværket.

Efter at have gennemført kontroller hos ca. 200 bagere, har Fødevarestyrelsen foretaget en vurdering af kampagneforløbet og resultaterne.

Konklusionen er, at risikoanalyser og procedurer fortsat volder problemer. Derfor tages der i stedet for flere kontrolbesøg endnu en generel dialog med erhvervet om de udfordringer virksomhederne oplever.

Samlet set er kontrolkampagnen – med de ca. 200 gennemførte besøg – estimeret til at koste ca. 400.000 kr. Overslaget dækker det forberedende arbejde med at tilrettelægge kampagnen, selve gennemførelsen af kontrolbesøgene samt det efterfølgende arbejde med at analysere og afrapportere kampagnens resultater.

Dan Jørgensen

/Louise Juul