



Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Fødevarestyrelsen

# Udvikling af et klimamærke til fødevarer

## Anbefalinger fra arbejdsgruppen

April 2023



# Indhold

<b>Forord</b>	<b>5</b>
<b>Opsummering</b>	<b>6</b>
<b>Baggrund</b>	<b>7</b>
<b>1. Arbejdsgruppens sammensætning og kommissorium</b>	<b>8</b>
<b>2. Valg af klimamærkningsmodel</b>	<b>8</b>
2.1 Om forskellige modeller	9
2.2 Ét mærke i generisk og produktspecifik form	11
<b>3. Fokus på klima</b>	<b>11</b>
<b>4. Valg af metode til opgørelse af klimaaftryk</b>	<b>12</b>
4.1 A-LCA i EU-regi	12
<b>5. Grafisk identitet</b>	<b>13</b>
5.1 Skalamodel: Cylinderen	13
5.2 Best in class model: Skyen	14
<b>6. Test af modellerne</b>	<b>15</b>
6.1 Test ved Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen	15
6.2 Andre tests af klimamærker	16
<b>7. Kommunikation og anprisninger</b>	<b>16</b>
7.1 Kommunikation	16
7.2 Anprisninger	17
<b>8. Arbejdsgruppens anbefalinger</b>	<b>18</b>
8.1 Valg af klimamærkningsmodel	18
8.2 Valg af grafisk identitet	18
8.3 Anbefaling af metode	18
8.4 Anbefaling om etablering af en offentlig database	18
8.5 Markedsføring og Kommunikation	19
8.6 Referencegruppe for det videre arbejde	19
8.7 Evaluering af klimamærket	19
8.8 Vejledning om brug af frivillige anprisninger	19
<b>9. Næste skridt</b>	<b>20</b>
9.1 Udvikling af opgørelsesmetode for klimaaftryk	20
9.2 Udvikling af database med fødevarers generiske klimaaftryk	21
9.3 Specificering af mærkningsmodellen	21
9.4 Udarbejdelse og notificering af det retlige grundlag	22
9.5 Udvikling af kontrolsystem	22

9.6	Færdiggørelse af grafisk identitet	22
9.7	Udvikling af kampagne	22
<b>10.</b>	<b>Evaluering af mærket</b>	<b>23</b>
	<b>Bilag 1 Kommissorium</b>	<b>24</b>
	<b>Bilag 2 Onlinetest af mærkningsmodeller</b>	<b>27</b>
	<b>Bilag 3. Foreløbig tidsplan</b>	<b>39</b>
	<b>Bilag 4 Forslag fra Mejeriforeningen</b>	<b>41</b>

# Forord

I april 2022 igangsatte den daværende S-regering et arbejde med henblik på, at Danmark får et nationalt klimamærke for fødevarer. Der nedsattes en arbejdsgruppe, der har bidraget med synspunkter og erfaringer i forhold til klimamærkning. Arbejdsgruppens anbefalinger vil indgå i beslutningsgrundlaget for en politisk beslutning om indførelse af et klimamærke.

En nærmere beskrivelse af roller og ansvar for deltagere i arbejdsgruppen fremgår af kommissoriet i bilag 1.

Arbejdsgruppen har afholdt 13 møder i perioden maj 2022-april 2023 samt en workshop (22. august 2022), hvor øvrige interessenter fik mulighed for at komme med input til et kommende klimamærke. Desuden har Fødevarestyrelsen afholdt bilaterale møder med interessenter i og udenfor arbejdsgruppen, der har ønsket dialog. Nærværende afrapportering og beslutningsoplæg er et resultat af den samlede proces.

Klima-, Energi- og Forsyningsministeriet og Energistyrelsen har deltaget i arbejdsgruppemøderne. Sammen med Miljøministeriet og Miljøstyrelsen har de desuden deltaget i en følgegruppe for arbejdet med klimadata. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har gennemført test.

Fødevarestyrelsen takker arbejdsgruppen, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, involverede forskningsinstitutioner samt andre interessenter, ministerier og styrelser for deres input undervejs i processen.

Undertegnede har varetaget formandskabet i arbejdsgruppen, som er blevet sekretariatsbetjent af Fødevarestyrelsen.

Per Preisler Christiansen




Formand for arbejdsgruppen  
Innovations- og udviklingsdirektør i Fødevarestyrelsen<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Per Preisler Christiansen er gået på pension den 1. april 2023, men færdiggør denne afrapportering.

# Opsummering

## Arbejdsgruppen anbefaler:

- at der etableres et statskontrolleret klimamærke som en skalamodel, hvor alle fødevarer rangeres i forhold til hinandens klimaaftryk.
- at fødevarer kan mærkes med klimamærket enten baseret på generiske klimaaftryk eller baseret på produktspecifikke klimaaftryk, hvor der er blevet foretaget en beregning af det konkrete produkt. Klimaaftrykene skal være sammenlignelige.
- at der anvendes følgende grafiske identitet til mærkning af fødevarer med skalamodellen: 
- at der anvendes en A-LCA tilgang til opgørelse af fødevarers klimaaftryk. Aarhus Universitet har påbegyndt arbejdet med en metodeforskrift.
- at der opbygges en offentlig tilgængelig database med fødevarers klimaaftryk, som skal ligge til grund for mærkningen. Database vil endvidere kunne anvendes til andre formål, f.eks. i offentlige indkøb og food service. Database skal opdateres med jævne mellemrum. Der afsættes ressourcer til videreudvikling af database og klimamærke.
- at mærket understøttes af en kommunikationsindsats.
- at arbejdsgruppen inddrages som referencegruppe i det videre arbejde.
- at klimamærket evalueres efter, at mærket har været i anvendelse i 2 år.
- at Fødevarestyrelsens vejledning i forhold til frivillige anprisninger videreudvikles.

# Baggrund

Vi har en global klimaudfordring, der kræver handling på flere fronter. Ifølge FN's klimapanel IPCC er fødevarer systemet ansvarlig for 21-37 pct. af den totale globale klimabelastning<sup>2</sup>. Regeringen har ambitiøse klimamål, og et klimamærke skal bidrage til at indfri regeringens ambition om at reducere klimabelastningen med 70 pct. inden 2030.

Hos både producenter, i detailhandlen og hos natur- og forbrugerorganisationer er der et ønske om at udvikle et statsligt klimamærke, som sikrer forbrugerne nem og transparent vejledning om fødevarers<sup>3</sup> klimaaftryk.

Beregninger fra Klimarådet viser, at der kan spares 31-45 pct. på drivhusgasudledningen ift. den nuværende kost, hvis forbrugerne spiser efter De officielle Kostråd<sup>4</sup>. Undersøgelser viser også, at de fleste forbrugere gerne vil spise mindre klimabelastende men mangler vejledning i, hvilke fødevarer de skal vælge. Et klimamærke på fødevarer har potentiale til at hjælpe forbrugere med at vælge fødevarer med lavere klimaaftryk og vil derfor kunne være med til at sænke den samlede klimabelastning fra kosten.

Det er ikke muligt at indføre et obligatorisk nationalt klimamærke, fordi obligatorisk fødevarer mærkning er EU-harmoniseret. Et dansk statskontrolleret klimamærke skal derfor være et frivilligt mærke.

Et statskontrolleret klimamærke skal sikre et mærke, som forbrugerne kan have tillid til, og som vil blive anvendt bredt af producenter og i detailhandlen. Et klimamærke skal desuden fremme virksomheders og landbrugets produktudvikling i en retning, der understøtter fødevarerproduktion med lavere klimabelastning.

Klimamærket vil også bidrage til, at Danmark bedst muligt realiserer FN's verdensmål – særligt mål 12 om at sikre bæredygtigt forbrug og produktionsformer.

Klimamærket er et initiativ i tråd med EU's Jord til Bord-strategi, under hvilken der forventes at blive defineret en ramme for en bredere bæredygtighedsmærkning og eventuelt på sigt et decideret mærke for fødevarer i EU. På nuværende tidspunkt vurderer Fødevarerstyrelsen, at et eventuelt EU-bæredygtighedsmærke tidligst vil kunne være en realitet fra 2030. Kommissionen har desuden i marts 2023 fremlagt sit forslag til regulering af grønne anprisninger<sup>5</sup>, som også omfatter forslag til regulering af nationale mærker. I lyset af udviklingen i EU kommer der drøftelser af muligheder for fremtidig etablering af nationale mærker og deres sameksistens med et eventuelt EU-bæredygtighedsmærke. Der arbejdes allerede nu med miljø- og klimamærkning i andre EU-lande, bl.a. i Frankrig og Holland. Frankrig forventes at lancere et statskontrolleret klima- og miljømærke i 2023. I Italien har man allerede 'Made green in Italy'-mærket.

---

<sup>2</sup> IPCC (2022). Climate Change and Land. An IPCC Special Report on climate change, desertification, land degradation, sustainable land management, food security, and greenhouse gas fluxes in terrestrial ecosystem.

<sup>3</sup> Drikkevarer er en del af begrebet fødevarer.

<sup>4</sup> Klimarådet (2021). Klimavenlig mad og forbrugeradfærd – barrierer og muligheder for at fremme klimavenlig kost i Danmark.

<sup>5</sup> Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive).

# 1. Arbejdsgruppens sammensætning og kommissorium

Arbejdsgruppen består af:

- Martin Martin Hasgard Olesen, Kommerciel direktør, Netto, Salling Group
- Thomas Roland, CSR-chef, Coop
- Anne-Marie Jensen Kerstens, Fødevarerchef, De Samvirkende Købmænd
- Karin Breck, Politisk chef, Bæredygtigt forbrug, Forbrugerrådet Tænk
- Saoirse McKeever Andersen, Fagchef for fødevarer, Dansk Erhverv
- Niels Peter Nørring, Klimadirektør, Landbrug og Fødevarer
- Leif Nielsen, Branchedirektør, Dansk Industri
- Sybille Kyed, Landbrugs- og fødevarerpolitisk chef, Økologisk Landsforening
- Rikke Lundsgaard, Landbrugspolitisk seniorrådgiver, Danmarks Naturfredningsforening
- Mogens Werge, CSR & Public Affairs Manager, Mærkevarereleverandørerne
- Torsten Buhl, Adm. Direktør, FødevareDanmark
- Frederik Madsen, Sekretariatschef, Plantebranchen
- Knud Loftlund, Afdelingschef, Bryggeriforeningen
- Ole Lundberg Larsen, Underdirektør, Danmarks Fiskeriforening PO, Foreningen Fiskebranchen
- Henrik Jelle Madsen, Fødevarerchef, Bager- og Konditormestre i Danmark
- Formand for arbejdsgruppen, Per Preisler Christiansen, Innovations- og udviklingsdirektør, Fødevarestyrelsen.

På arbejdsgruppemøderne deltog desuden Fødevareministeriets departement, Klima-, Energi- og Forsyningsministeriet samt Energistyrelsen. Arbejdsgruppen har bidraget med synspunkter og erfaringer ift. klimamærkning. Arbejdsgruppens kommissorium kan læses i bilag 1.

## 2. Valg af klimamærkningsmodel

Formålet med klimamærket er at gøre det lettere for forbrugerne at træffe et fødevarervalg med et lavere klimaaftryk og samtidig fremme virksomheders og landbrugets produktudvikling i en retning, der understøtter fødevarerproduktion med lavere klimabelastning. I henhold til EU-lovgivningen kan der ikke indføres et obligatoriske klimamærke, da et sådan nationalt krav vil stride mod varernes fri bevægelighed i EU. Der lægges derfor i arbejdet med et nationalt klimamærke op til en frivillig mærkningsordning. Med udgangspunkt i dette formål har Arbejdsgruppen arbejdet med følgende fire mærkningsmodeller:



- En skalamodel på tværs af alle fødevarer
- En skalamodel med to separate søjler for hhv. klima og ernæring på tværs af alle fødevarer
- En skalamodel inden for fødevarekategorier
- En best in class model inden for fødevarekategorier

Uanset mærkningsmodel gælder modellen for alle fødevarer.

## 2.1 Om forskellige modeller

Skalamodellen (også kendt som trafiklysmodellen) er en mærkningsmodel, hvor alle fødevarer fordeles på en skala i flere niveauer (i farveskalaen fra grøn, gul, orange til rød) i forhold til deres klimaaftryk. Fødevarer med lave klimaaftryk placeres i den grønne ende imens fødevarer med høje klimaaftryk placeres mod den rødlige ende. Alle fødevarer kan uden undtagelse mærkes, men da mærket vil være frivilligt, vil det ikke nødvendigvis blive anvendt på alle produkter.

Fordelen ved en skalamodel på tværs af alle fødevarer er, at man kan sammenligne *alle* fødevarers klimaaftryk i forhold til hinanden. Derfor har mærket potentiale til at hjælpe forbrugerne med at substituere fødevarer på tværs af fødevarekategorier og flytte forbruget i en retning fra fødevarer med høje klimaaftryk mod fødevarer med lave klimaaftryk. Producenter vil gennem produkt- og sortimentsudvikling opnå muligheden for en gradvis bedre mærkning, hvis det resulterer i, at fødevarer kan rykke placering til et bedre niveau. Flere niveauinddelinger vil i nogen grad kunne hjælpe producenten med at kommunikere mindre klimaforbedringer i fødevarer, men det risikerer samtidig at gøre mærkningsordningen sværere at afkode og forstå for forbrugeren.

En ulempe ved skalamodellen er, at modellen ikke hjælper med at differentiere mellem de fødevarer, hvis klimaaftryk ligger på samme niveau på skalaen. En anden ulempe er, at skalaen giver indtryk af, at fødevarernes klimaaftryk kan rangeres lineært på 5 niveauer fra de grønne mod de røde niveauer. Dette er imidlertid ikke i overensstemmelse med fødevarernes reelle klimaaftryk, som f.eks. kan være 50 gange højere i det højeste niveau ift. fødevarerne i det laveste niveau. Derfor kræver et mærke baseret på skalamodellen en sideløbende kommunikation om fødevarernes faktiske klimaaftryk.

Arbejdsgruppens har også drøftet en særlig version af en skalamodel på tværs af alle fødevarer, nemlig en skalamodel med to separate søjler for hhv. klima og ernæring, baseret på et forslag fra Mejeriforeningen (Bilag 4). Modellen omfatter en separat skala for fødevarers klimaaftryk og en separat skala baseret på De officielle Kostråd, som inkluderer både ernæring og klima. Hvad angår klima, har klimasøjlen de samme fordele og ulemper som beskrevet for skalamodellen på tværs af alle fødevarer.

Arbejdsgruppen har undervejs i forløbet desuden drøftet muligheden for en skalamodel indenfor fødevarekategorier foreslået af Bryggeriforeningen. I denne model inddeles fødevarer i forskellige fødevarekategorier, hvorefter fødevarerne i den pågældende kategori fordeles på en skala i flere niveauer i forhold til deres klimaaftryk.

Fordelen ved en skalamodel inden for kategorier er, at man kan forstå fødevarernes klimaaftryk i forhold til hinanden inden for hver kategori. Denne model vil muligvis kunne skabe mere incitament til klimaforbedringer hos flere producenter end skalamodellen på tværs af alle fødevarer. Det skyldes, at intervallerne på skalaen inden for kategori typisk vil være mindre, og der således vil være flere tilfælde, hvor producenten kan reducere klimaaftrykket på fødevarer tilstrækkeligt til, at fødevarer kan placeres på et bedre niveau på skalaen.

En ulempe er, at fødevarernes klimaaftryk ikke kan sammenlignes på tværs af kategorierne. Modellen bidrager således ikke til at flytte forbruget fra de fødevarer, der har de højeste klimaaftryk, mod de fødevarer, der har de laveste klimaaftryk. En skalamodel inden for kategorier vil yderligere betyde, at fødevarer med relativt lave klimaaftryk kan få et rødt mærke. Dette vil f.eks.

være tilfældet, hvis en kategori som 'frugt og grønt', der generelt består af fødevarer med lave klimaafttryk, inddeles på en skala i flere niveauer. Her vil nogle fødevarer nødvendigvis blive placeret i den røde ende af skalaen, og derved komme til at fremstå som havende et højere klimaafttryk end fødevarer fra en anden kategori, hvor produkternes klimaafttryk reelt er større. Omvendt vil fødevarer, som har høje klimaafttryk, kunne fremhæves positivt, hvis de er blandt de fødevarer, som har de mindste klimaafttryk i deres egen kategori.

Hertil er det udfordrende entydigt at placere fødevarer i kategorier, da der altid vil være fødevarer, der kan placeres i flere end én kategori. Derfor er det ikke nødvendigvis indlysende for forbrugeren, hvilke andre fødevarer der ligger indenfor kategorien, og hvilke fødevarer der således kan sammenlignes. Ved placeringen af fødevarer i kategorier vil alle fødevarereproducenternes interesser ikke kunne imødekommes.

Endeligt giver skalamodellen inden for kategori indtryk af, at fødevarernes klimaafttryk kan rangeres lineært på niveauerne fra de grønne mod de røde niveauer. Dette er imidlertid ikke i overensstemmelse med fødevarernes reelle klimaafttryk, som afhængigt af kategorierne kan være langt højere i det højeste niveau ift. fødevarerne i det laveste niveau. Derfor kræver et mærke baseret på skalamodel indenfor kategorier en sideløbende kommunikation om fødevarernes faktiske klimaafttryk.

Best in class modellen er en mærkningsmodel, hvor det kun er de klimamæssigt bedste fødevarer indenfor de definerede fødevarer kategorier, der kan mærkes. Individuelt for hver fødevarer kategori fastsættes en grænseværdi, og kun fødevarer med et klimaafttryk under denne værdi kan mærkes.

Fordelen ved et mærke baseret på en best in class model er, at det er et positivt mærke svarende til det som forbrugeren allerede kender fra andre fødevarer mærker som f.eks. Nøglehullet. Kategoriinddelingen vil hjælpe forbrugeren til at kunne træffe de bedste klimavalg indenfor hver kategori, og det vil på samme tid være muligt at fremhæve de bedste fødevarer indenfor kategorierne. Best in class modellen kan skabe incitament for produktudvikling hos de producenter, der kan opnå tilstrækkeligt lave klimaafttryk til, at fødevarerne kan mærkes.

Ulempen er, at best in class modellen ikke gør det muligt at sammenligne fødevarers klimaafttryk på tværs af kategorierne. Dermed bidrager modellen ikke nødvendigvis til at ændre selve kostmønstret og flytte forbruget fra de fødevarer, som har de højeste klimaafttryk mod de fødevarer, der har de laveste klimaafttryk. Med best in class modellen vil klimamærket også kunne anvendes på fødevarer med høje klimaafttryk, hvis de er blandt de klimamæssigt bedste fødevarer i kategorien<sup>6</sup>.

En anden udfordring ved modellen er, at der altid vil være fødevarer, der kan placeres i mere end én kategori. Derfor er det ikke nødvendigvis nemt for forbrugeren at vide, hvilke fødevarer der kan sammenlignes. Ved placeringen af fødevarerne i kategorier vil alle fødevarereproducenternes interesser ikke kunne imødekommes.

Det gælder for alle modeller, at et mærke primært vil give incitament for at arbejde med klimafordringer for de fødevarer, hvor det er realistisk at opnå en bedre placering på skalaen eller et best class mærke.

Arbejdsgruppen har over en række møder diskuteret ovenstående kvaliteter og udfordringer ved de fire modeller ift. forbrugervejledning og incitament for produktudvikling.

Fødevarestyrelsen har vurderet, at det kan være svært for forbrugeren at forstå et mærke baseret på en skalamodel inden for kategori, fordi kompleksiteten øges af mange kategorier, som hver er inddelt i flere niveauer. Den store kompleksitet har gjort, at der ikke er blevet arbejdet videre med denne model. Det blev endvidere besluttet, at der ikke arbejdes videre med en skalamodel, der både indeholder en søjle for klima og en søjle for ernæring. Yderligere information om arbejdsgruppens drøftelser herom findes i kapitel 3.

---

<sup>6</sup> F.eks. i en kategori med kød- og kødprodukter, hvor produkternes klimaafttryk generelt er relativt høje.

Arbejdsgruppen har baseret den endelige anbefaling til valg af mærkningsmodel på resultaterne fra en online undersøgelse af hhv. skalamodellen på tværs af alle fødevarer og best in class modellen inden for kategorier udført af Konkurrence og Forbrugerstyrelsen. Resultaterne af te-sten beskrives i kapitel 6.

## 2.2 Ét mærke i generisk og produktspecifik form

Arbejdsgruppen ønsker, at mærket skal kunne anvendes på så mange fødevarer som muligt, uanset om producenten har ressourcer til selv at beregne fødevarens klimaaftryk eller ej. Derfor arbejdes der på at etablere et datagrundlag med generiske klimaaftryk for fødevarer. Generiske klimaaftryk betyder, at aftrykkene beregnes for fødevarer generelt, f.eks. olivenolie, tørrede kikærter, gulerødder eller avokadoer, og ikke for konkrete produkter fra specifikke producenter.

En database med generiske klimaaftryk for fødevarer giver mulighed for, at både producenter og detailhandel kan anvende mærket i sin generiske form i deres markedsføring. Database anvendes til at dokumentere overensstemmelse med kravene til klimamærket.

Databasens råvaredata kan desuden anvendes til at foretage en beregning af klimaaftrykket for en sammensat fødevarer. Producenter, der har specifikke data fra deres egne produktionsprocesser, kan vælge at anvende egne data for at dokumentere overensstemmelse med kravene for klimamærket. Klimamærket kan således dokumenteres på to måder; enten baseret på generiske værdier eller baseret på det specifikke produkts klimaaftryk. Det skal ved anvendelse af mærket fremgå, hvilken type data anvendelsen er baseret på.

# 3. Fokus på klima

I EU arbejdes mod et fælles bæredygtighedsmærke, som formodes at omfatte flere parametre end klima. Ved at inkludere flere parametre forventes det, at et mærke i højere grad kan modvirke suboptimering mellem forskellige aspekter af bæredygtighed.

Arbejdsgruppen har drøftet, hvorvidt det nationale mærke burde omfatte andre parametre end klima, og har herunder konkret vurderet et mærkningsforslag med ernæring fra Mejeriforeningen jf afsnit 2.1. Arbejdsgruppen har over en række møder diskuteret fordele og ulemper ved at inkludere ernæring i mærkningsordningen. Særligt har arbejdsgruppen diskuteret ernæring ud fra betragtningen om, at fødevarer opfylder forskellige næringsbehov, og at et godt klimavalg ikke i alle tilfælde er et godt ernæringsvalg.

Det er arbejdsgruppens anbefaling, at et mærke skal fremstå enkelt og letafkodeligt. Der peges derfor på, at man i første omgang arbejder med et mærke, der udelukkende har fokus på klima.

Det skal ved evaluering af mærket vurderes, om det er muligt og aktuelt at tilføje yderligere parametre, f.eks. ernæring, dyrevelfærd, eller flere miljøparametre. Som bidrag til eventuelle fremtidige drøftelser om at udvide klimamærket med flere miljøparametre er der igangsat et forskningsprojekt ved Aarhus Universitet, som blandt andet har fokus på suboptimering af forskellige miljøparametre samt dyrevelfærd.

## 4. Valg af metode til opgørelse af klimaaftryk

Arbejdsgruppen har taget udgangspunkt i, at fødevarer skal kunne mærkes med klimamærket enten baseret på produktspecifikke beregninger eller baseret på fødevarens generiske klimaaftryk. For at sikre at produktspecifikke aftryk kan holdes op imod generiske aftryk, skal der være overensstemmelse mellem den generiske og produktspecifikke metode, som anvendes til at beregne fødevarernes klimaaftryk.

Datagrundlaget for det kommende klimamærke vil være baseret på en livscyklustilgang til beregning af fødevarers klimaaftryk. Livscyklusvurdering (LCA) er en af de mest anvendte metoder til at opgøre fødevarers miljø- og klimapåvirkning<sup>7</sup>.

Der er grundlæggende to tilgange til LCA. Disse er hhv. Attributiv LCA (A-LCA) og Konsekvens LCA (C-LCA). I en A-LCA vurderes det nuværende aftryk forbundet med en given produktion, mens der i en C-LCA undersøges konsekvensen af at producere en ekstra enhed. Eksisterende data om fødevarers miljø- og eller klimaaftryk baserer sig overvejende på A-LCA-metoden, både hvad angår produktspecifikke beregninger og klimaaftryk for generiske fødevarer.

Arbejdsgruppen er blevet præsenteret for de to LCA tilgange og anbefaler, at der i forbindelse med klimamærket anvendes A-LCA-tilgang til opgørelse af fødevarers klimaaftryk. Denne anbefaling er tiltrådt af Fødevarerministeriet, og arbejdet med en metodeforskrift er påbegyndt ved Aarhus Universitet. Klima-, Energi- og Forsyningsministeriet er enige i, at A-LCA tilgangen kan anvendes til at opgøre fødevarers klimaaftryk med henblik på en mærkningsordning, og at metoden vil være i overensstemmelse med Klima-, Energi- og Forsyningsministeriets øvrige opgørelser af klimaaftryk.

### 4.1 A-LCA i EU-regi

Det vil være gavnligt for den danske fødevarereksport og den store andel af importerede fødevarer på det danske marked, hvis den valgte dataopgørelsesmetode følger udviklingen i EU tæt. EU-Kommissionens Product Environment Footprint -metode (PEF) er baseret på A-LCA og forventes at spille en rolle i fremtidig regulering af dokumentation af grønne anprisninger og relaterede policyinitiativer. Det forventes i denne forbindelse, at PEF videreudvikles for bedre at dække påvirkninger f.eks. relateret til biodiversitet og dyrevelfærd i fødevarerproduktionen.

PEF eller PEF-lignende metoder anvendes og undersøges allerede i flere lande i Europa, i forhold til nationale klimamærkningsordninger for fødevarer eller opgørelse af miljø- og klimadata for fødevarer. I Frankrig har man f.eks. etableret en database med miljøaftryk opgjort efter en PEF-lignende metode for godt 2.600 fødevarer. Frankrig forventes også at lancere et statskontrolleret klima- og miljømærke baseret på en PEF-lignende metode og det italienske "Made green in Italy" -mærket er ligeledes baseret på PEF. I Holland har regeringen bevilget finansiering til opbygning af et miljø- og klimadatasæt for ca. 3.000 fødevarer baseret på en PEF-lignende metode. Ambitionen i Holland er også at udarbejde et PEF-baseret mærke.

---

<sup>7</sup> I en livscyklusanalyse tages alle betydningsfulde miljøpåvirkninger og alle led under hele fødevarers livscyklus med i vurderingen. I nærværende fokuseres på klima, mens andre miljøparametre herunder biodiversitet undlades. Det skal nævnes, at metoder for livscyklusvurdering ikke altid giver et fuldstændigt retvisende billede af effekten af forskellige produktionsforhold, for eksempel økologi. Der foregår relevant udviklingsarbejde, og resultater fra disse vil blive taget i betragtning i arbejdet med klimamærket fremadrettet.

Endelig pågår et undersøgende arbejde af et muligt LIFE finansieret projekt, hvor Holland, Frankrig, Spanien og Tyskland vil undersøge, hvordan der indbyrdes kan opbygges harmoniserede nationale databaser baseret på harmoniserede metoder. Der skal udformes et fælles forslag til, hvordan disse databaser kan udformes. Målet er at opnå sammenlignelighed på tværs af lande. Det bliver afgjort i løbet af første halvår 2023 om, der er afsat midler til opgaven.

## 5. Grafisk identitet

Arbejdsgruppen ønsker at skabe et mærke, som forbrugerne umiddelbart afkoder og associerer med klimaproblematikken, og som i indkøbssituationen guider dem i retning af fødevarer med lave klimaaftryk. Samtidig skal mærket være enkelt i sit udtryk og nemt at afkode i en indkøbssituation, hvor tiden er knap, og hvor der er mange andre budskaber i spil såsom pris, tilbud, tid, convenience, sult mm.

### 5.1 Skalamodel: Cylinderen

Skalamodellen er formet som en cylinder med bløde kanter, der giver en dynamisk overgang. Mærkets visuelle udtryk er i sin form behageligt for øjet at aflæse. Trods en vis kompleksitet har mærket samtidig en enkelhed over sig, bl.a. fordi mærket giver mulighed for en op/nedskalering af kompleksitet idet man kan vælge kun at anvende én farve. Mærket kan således både anvendes i den fulde skala med fem niveauer i forskellige farver og som enkeltstående med kun en enkelt farve, hvor kun det enkelte bogstav er fremhævet. Ligeledes kan mærket anvendes i en sort/hvid version.

Det er vigtigt at vise, at det er en myndighed, der står bag mærket. Det er tydeligt med kronens centrale fremtoning.

Mærket kan bruges både vertikalt og horisontalt, alt efter hvad der passer bedst på emballagen.

Der er valgt en douche farvetone, så farverne fremstår behagelige for øjet, men samtidig markante nok til at blive bemærket på emballagen. Farveskalaen fra grøn til rød er kendt fra andre skalamærker og er derfor intuitivt let at afkode for de fleste forbrugere.

Der har været foreslået andre grafiske identiteter for skalamodellen, men arbejdsgruppen har valgt cylinderen.

*Eksempel på fuld cylinderskala i både farve og sort/hvid version:*





Eksempel på cylinderskalaens enkeltmærker:



Eksempel på hyldeforkant:



## 5.2 Best in class model: Skyen

Best in class modellen visualiseres som en sky for tydeligt at symbolisere CO<sub>2</sub>. Formen er organisk med bløde kanter, og farven blå skaber associationer til himmel, luft og CO<sub>2</sub>. Mærkets visuelle udtryk er i sin form behageligt for øjet at aflæse. Ligeledes kan mærket anvendes i en sort/hvid version. Det er vigtigt at vise, at det er en myndighed, der står bag mærket. Det er tydeligt pga. kronen og dens centrale fremtoning.

Også for best in class modellen har arbejdsgruppen haft flere grafiske identiteter at vælge mellem.



# 6. Test af modellerne

## 6.1 Test ved Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har testet best in class modellen (skyen) og skalamodellen (cylinderen). Testen blev udført som en onlinetest, hvor 1.357 deltagere købte ind i et online supermarked, der var udarbejdet til lejligheden, og hvor forskellige fødevarer var mærket med enten best in class mærket eller skalamærket.

Disse indkøb blev testet op imod en kontrolgruppe, som handlede i samme online supermarked, men hvor ingen fødevarer var klimamærket<sup>8</sup>.

Efterfølgende svarede deltagerne på spørgsmål om fødevarevalg og præferencer i forhold til, hvilket klimamærke der bedst vil kunne guide dem til at vælge fødevarer med lavere klimaaftryk<sup>9</sup>. Arbejdsgruppen er løbende blevet inddraget i arbejdet med testen og dens indhold og har fået mulighed for at komme med input undervejs.

Fødevarernes klimaaftryk var i testen baseret på den franske Agribalyse database. Grænseværdier for best in class mærket samt niveaugrænser i skalamærket er fastsat i samarbejde med arbejdsgruppen. Grænseværdierne kan ses i bilag 2.

Testen viser, at forbrugerne ønsker et klimamærke og forstår hensigten bag begge klimamærker lige godt. Samtidig foretrækker 91 pct. skalamærket fremfor best in class mærket. Desuden viser testen, at skalamærket i højere grad gør forbrugerne i stand til at identificere de fødevarer, der har de laveste klimaaftryk både indenfor og på tværs af fødevarekategorier. Særligt i kategorien for pålægsvarer stiger andelen af forbrugere, der korrekt udpeger det bedste klimavalg fra 50 pct. i kontrolgruppen til 62 pct., når fødevarer er mærket med skalamærket. Samme forbedring findes ikke ved brug af best in class mærket.

Testen var 'uhjælpen' i den forstand, at deltagerne ikke fik forudgående instruktion i at handle efter særlige hensyn eller information om, at de testede klimamærker. Testen foregik i et online supermarked med et begrænset udvalg af varer og baserer sig på et enkelt indkøb. Derved opnår man ikke effekten af en eventuel opbygning af erfaring. Testen fandt ikke signifikante forskelle mellem indkøbskurvenes klimaaftryk i de grupper, som var udsat for et klimamærke, sammenlignet med kontrolgruppen. Dog viste resultaterne, at indkøbskurvens klimaaftryk var lavere for deltagere, der havde handlet ind i et supermarked med skalamærket end dem, der så best in class mærket<sup>10</sup>. Forbrugere, som angiver at navigere efter klima, når de handler, havde generelt lavere klimaaftryk i deres indkøbskurve.

Ligeledes viser testen, at forbrugernes egne antagelser om fødevarernes klimaaftryk danner en korrekt rækkefølge af fødevarer fra lavest til højest klimaaftryk. Deres angivelse af drivhusgasudledningen af de mindst klimabelastende produkter er i gennemsnit ganske præcise. Derimod

---

<sup>8</sup> Testen blev gennemført online, da test i et fysisk supermarked er ikke muligt, fordi de testede mærker ikke er baseret på aktuelle data. Derfor er der ikke nødvendigvis tilstrækkelig dokumentation for mærkernes anvendelse. Mærkerne kan derfor være vildledende og dermed i strid med fødevarereinformationsforordningen.

<sup>9</sup> Det fulde test-set up samt resultater af testen kan ses i bilag 2.

<sup>10</sup> Indkøbskurvenes klimaaftryk for deltagere, der handlede ind i supermarked med Skalamærket, var 17,3 kg CO<sub>2</sub>e, mens det for Best in class- og kontrolgruppen var hhv. var 18,0 og 17,9 kg CO<sub>2</sub>e.

undervurderes klimaaftrykket væsentligt for de fødevarer, der har de højeste klimaaftryk. Denne udfordring afhjælpes ikke af de to testede klimamærker.

## 6.2 Andre tests af klimamærker

Salling Group og Coop har begge testet egne klimamærkninger i udvalgte danske supermarkeder i hhv. 2021 og 2022. Begge mærkninger baserede sig på best in class modeller og blev opsat som mærkning på hyldeforkanter samt introduceret med støttende kommunikation i butikkerne. Både Coop og Salling Group har konkluderet, at deres respektive indsatser har vist en lille positiv effekt i form af lavere klimaaftryk fra det samlede salg i de butikker, hvor klimamærkerne var blevet indført<sup>11</sup>.

Arbejdsgruppen er ikke bekendt med, at der har været testet klimamærker i form af skalamærket i fysiske butikker. Flere andre undersøgelser er baseret på survey og online test setup, og har tilsvarende testen fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen sammenlignet forskellige mærkningsmodeller op mod hinanden. Undersøgelserne understøtter, at klimamærkning med skalamærkning performer bedre end best in class mærkning ift. forbrugernes forståelse og indkøb (Meyerding et al. (2019))<sup>12</sup>. Yderligere har et studie af Arrazat et. Al. (2023)<sup>13</sup> testet en 5-trins farveskala, som afspejler fødevarernes miljøaftryk [”environmental footprint single score”]. Udover at studiet finder, at tilstedeværelsen af et skalamærke resulterede i et signifikant mindre miljøaftryk fra måltidsindkøbene, så konkluderes, at miljømærkets tilstedeværelse opnåede en yderligere effekt, når det blev ledsaget af information om, at deltagerne skulle handle måltider, som var var ”gode for planeten”.

# 7. Kommunikation og anprisninger

## 7.1 Kommunikation

Udvikling og introduktion af et klimamærke på det danske marked gør det ikke alene. Mærket bør følges op af massive kommunikations- og markedsføringskampagner, der skal skabe en fælles forståelse for og brug af mærket. Der findes et særligt behov for at kommunikere, hvor stor forskel der faktisk er i fødevarers klimaaftryk.

Det må derfor antages, at når klimamærket opnår samme kendskabsgrad som andre offentlige mærkningsordninger, så vil flere forbrugere lade sig vejlede af mærket og heraf kan en større effekt opnås. Klimarådet har i deres rapport ”Klimavenlig mad og forbrugeradfærd” (2021) tilsvarende peget på, at et klimamærke kan være et virkemiddel til at normalisere en mere klimavenlig kost.

For at et klimamærke opnår den positive effekt på forbrugernes klimaaftryk, som det er tiltænkt, vil implementering af et klimamærke kræve en flerårig kampagneindsats, som har til formål at

---

<sup>11</sup> Arbejdsgruppemøde den 8. Juni 2022 [Følg med i arbejdet \(foedevarestyrelsen.dk\)](https://www.foedevarestyrelsen.dk)

<sup>12</sup> Meyerding, S.G.H. et al. (2019). Consumer Preferences for Different Designs of Carbon Footprint Labelling on Tomatoes in Germany— Does Design Matter? Sustainability

<sup>13</sup> Arrazat et al. (2023). Traffic-light front-of-pack environmental labelling across food categories triggers more environmentally friendly food choices: a randomised controlled trial in virtual reality supermarket. International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity.



oplyse om mærket og hjælpe forbrugerne til at forstå og bruge mærket og lade sig guide i indkøbssituationer. Mærkets succes vil afhænge af, at mærket anvendes på et bredt udsnit af fødevarer, at der er opbakning fra mange parter i Danmark, samt at der opnås finansiering til udvikling og vedligeholdelse af en database.

Et opmærksomhedspunkt i kommunikationsindsatsen om klimamærket er relationen til andre bæredygtighedsparametre såsom biodiversitet, rent drikkevand, ernæring eller dyrevelfærd. Forbrugerne skal være opmærksomme på, at mærket ikke erstatter, men supplerer andre mærker, f.eks. økologimærket eller nøglehulsmærket.

## 7.2 Anprisninger

Arbejdsgruppen ønsker, at der sættes fokus på producenternes incitament til produktudvikling med det formål at nedsætte det samlede klimaaftryk. For nogle producenter kan der være et ønske om at kunne supplere et evt. klimamærke med frivillige anprisninger omkring deres positive tiltag i forhold til klimaet. Derudover findes der en række fødevarer, for hvilke klimamærket ikke forventes at bidrage til producenternes incitament til at arbejde med klimaforbedringer, men hvor der trods dette findes potentiale for markante klimaforbedringer. For nuværende vil det for eksempel være vanskeligt for de fleste oksekødsprodukter at flytte sig fra den røde kategori på skalaen. Andre frivillige anprisninger kan bidrage til incitament hos producenterne og synliggøre de væsentlige klimaforbedringer, der kan opnås for disse typer af fødevarer.

Det er som udgangspunkt muligt at anvende supplerende frivillige anprisninger i forhold til konkrete fødevarer. Anprisninger må dog hverken generelt eller i forhold til klimamærkets betydning være uklare eller forvirrende eller i værste tilfælde vildlede forbrugerne i forhold til positive egenskaber ved fødevareren.

Metodeforskriften og databasen vil muliggøre sammenligning af produkters generiske klimaaftryk og sammenligning mellem produkter fra en specifik producent og de generiske klimaaftryk for produkter.

På samme vis vil udviklingen af en metodeforskrift og database kunne anvendes i offentligt indkøb (både SKI-aftaler og kommunale indkøb), ligesom det kan give food service og køkkener mulighed for at beregne vejledende værdier for det samlede klimaaftryk fra indkøb og måltider, såfremt databasen indeholder tilstrækkelig antal generiske klimaaftryk for fødevarer.

Food service og køkkener kan vælge at indkøbe klimamærkede fødevarer og kommunikere dette, men der er som udgangspunkt alene lagt op til, at fødevarer decideret skal kunne 'klimamærkes'.

I Fødevestyrelsens mærkningsvejledning findes der et afsnit vedrørende miljømæssige og etiske forhold. Dette afsnit er udarbejdet for at vejlede virksomheder på et nyt og komplekst område. Afsnittet vil løbende blive revideret for at understøtte ovenstående muligheder.

# 8. Arbejdsgruppens anbefalinger

## 8.1 Valg af klimamærkningsmodel

Arbejdsgruppen anbefaler, at der etableres et statskontrolleret klimamærke.

Arbejdsgruppen anbefaler, at et klimamærke skal kunne anvendes på alle fødevarer, herunder drikkevarer, og at mærket baseres på en skalamodel på tværs af alle fødevarer. Fem niveauer på skalaen anses som passende og tilsvarende det testede skalamærke<sup>14</sup>. Brug af farver (fra grøn til rød) samt angivelse af bogstaver (fra A til E) er essentiel for den intuitive forbrugerforståelse af skalamærket.

Arbejdsgruppen anbefaler, at fødevarer enten kan mærkes med klimamærket baseret på generiske klimaaftryk eller baseret på produktspecifikke klimaaftryk, hvor der er blevet foretaget en beregning af det konkrete produkt

Arbejdsgruppen anbefaler, at der afsættes de fornødne ressourcer til at understøtte udvikling og implementering af klimamærket inklusiv de følgende anbefalinger

## 8.2 Valg af grafisk identitet

Arbejdsgruppen anbefaler, at der arbejdes videre med cylindermærket.

Cylindermærket har den fordel, at det er simpelt i sit udtryk og derfor nemt at arbejde med for producenter og nemt at afkode for forbrugere. Samtidig taler det med sin form og farve ind i en skalamodel, som mange forbrugere kender fra andre sammenhænge og derfor intuitivt nemt kan afkode.

## 8.3 Anbefaling af metode

Arbejdsgruppen anbefaler, at der anvendes en A-LCA tilgang til opgørelse af fødevarers klimaaftryk.

Anbefalingen er tiltrådt i Fødevareministeriet, og arbejdet med en metodeforskrift er påbegyndt ved Aarhus Universitet. Klima-, Energi- og Forsyningsministeriet er enige i, at A-LCA tilgangen kan anvendes til at opgøre fødevarers klimaaftryk med henblik på en mærkningsordning, og at metoden vil være i overensstemmelse med Klima-, Energi- og Forsyningsministeriets øvrige opgørelser af klimaaftryk.

## 8.4 Anbefaling om etablering af en offentlig database

Arbejdsgruppen anbefaler, at der etableres en offentlig database med fødevarers klimaaftryk, der 1) kan anvendes til generisk klimamærkning af fødevarer og 2) kan anvendes i bredere kontekst

---

<sup>14</sup> Landbrug & Fødevarer ser gerne, at der først tages endelig stilling til antallet af skalatrin, når der skal fastsættes grænseværdier for niveauinddeling i skalaen.

f.eks. offentlige indkøb (SKI-aftaler og kommunale indkøb), i food service, restaurationsbranchen til virksomheders markedsføring samt oplysning til forbrugerne.

Arbejdet til støtte for udvælgelse af de første 500 fødevarer er påbegyndt ved DTU Fødevareinstituttet.

Databasen skal opdateres med jævne mellemrum. Arbejdsgruppen anbefaler, at der afsættes ressourcer til videreudvikling af database og klimamærke.

## **8.5 Markedsføring og Kommunikation**

Arbejdsgruppen anbefaler, at mærket bakkes op af en massiv kommunikations- og markedsføringskampagne, hvor forbrugerne, producenterne og detailhandlen sammen skal skabe en fælles forståelse for og brug af mærket. Implementering af et klimamærke vil kræve en flerårig kampagneindsats med det formål at oplyse om mærket og hjælpe forbrugerne til at forstå og bruge mærket og lade sig guide i indkøbssituationer.

## **8.6 Referencegruppe for det videre arbejde**

Arbejdsgruppen anbefaler, at gruppen inddrages som referencegruppe i det videre arbejde for at sikre forskellige hensyn og erfaringer. Interessenternes kompetencer kan bringes ind i de videre drøftelser omkring datagrundlaget, den endelige specificering af mærkningsmodellen og kontrolkonceptet samt planlægning af markedsføring.

## **8.7 Evaluering af klimamærket**

Arbejdsgruppen anbefaler, at klimamærket evalueres, når mærket har været i anvendelse i 2 år med henblik på eventuelle tilrettelser. Evalueringen bør omfatte bl.a. effekt, anvendelse, funktionalitet og behov for justeringer og udvidelse af mærket med andre parametre.

## **8.8 Vejledning om brug af frivillige anprisninger**

Arbejdsgruppen anbefaler, at Fødevarestyrelsens vejledning i forhold til frivillige anprisninger videreudvikles. Andre frivillige anprisninger kan bidrage til incitament hos producenterne og synliggøre de væsentlige klimaforbedringer.

## 9. Næste skridt

Arbejdsgruppens anbefalinger er det første skridt henimod et statskontrolleret klimamærke. Den endelige konkretisering af et klimamærke kræver videre arbejde bl.a. med:

- 1) Udvikling af opgørelsesmetode for klimaaftryk
- 2) Udvikling af en database for fødevarers generiske klimaaftryk
- 3) Specificering af mærkningsmodellen
- 4) Udarbejdelse og notificering af det retlige grundlag
- 5) Udvikling af kontrolsystem
- 6) Færdiggørelse af grafisk identitet
- 7) Udvikling af kampagne

Mærket forventes tidligst at kunne anvendes fra 2025. I Bilag 3 findes Fødevarestyrelsens foreløbige tidsplan for det videre arbejde. Det videre arbejde med klimamærket og datagrundlaget kræver offentlig finansiering.

Arbejdsgruppen anbefaler, at gruppen indrages som referencegruppe i det videre arbejde.

### 9.1 Udvikling af opgørelsesmetode for klimaaftryk

Det videre arbejde med datagrundlaget er definerende for tidshorisonten for lanceringen af Klimamærket. Fødevarestyrelsen har igangsat udvikling af en A-LCA baseret metodeforskrift til opgørelse af fødevarers generiske og produktspecifikke klimaaftryk ved Aarhus Universitet. Metoden vil læne sig op ad EU-kommissionens PEF-metode<sup>15</sup> samt andre EU landes arbejde med opgørelser af fødevarers klimaaftryk, særligt metoden anvendt til opgørelser af fødevarers klimaaftryk i den franske Agribalyse-database. Universitets forslag til metodeforskrift vil blive sendt til høring.

Metodeforskriften for fødevarers generiske klimaaftryk forventes at være færdig til høring ultimo 2023, og metodeforskriften for produktspecifikke opgørelser i løbet af 2024. Det er muligt, at der herefter skal afsættes tid til videre test og eventuel revidering af metoden.

I metodeudviklingsfasen skal der tages stilling til hvilke led i livscyklussen af en fødevare, der skal indgå i beregningen af klimaaftrykket. Det vil f.eks. blive vurderet, hvorvidt faser efter detailledet kan inkluderes på en tilfredstillende måde. Dette vil for eksempel kræve, at det gennemsnitlige klimaaftryk fra transport fra butikken og hjem og fra tilberedning i hjemmet kan beregnes.

I forbindelse med udviklingen af metodeforskriften skal der tages stilling til en række tekniske spørgsmål, såsom systemafgrænsning og cutt off-kriterier for udeladelse af processer og materialestrømmer, allokeringsprincipper for emissioner i forbindelse med fødevarerproduktion med flere outputs (f.eks. kombineret mælke- og kødproduktion), anvendelse af baggrundsdata, standardprocesser, modelleringskrav og standardværdier, krav for anvendelse og kvalitet af primær- og sekundærdata samt hvordan det generiske aftryk for fødevarer afspejler oprindelseslande.

---

<sup>15</sup> Der vil ikke være fuld overensstemmelse med EU-kommissionens PEF-metode, som i princippet kun tillader sammenligning af fødevarer indenfor de produktkategorier, hvortil der er blevet defineret såkaldte kategorieregler. I forhold til klimamærket ønskes der mulighed for sammenligning af alle fødevarers klimaaftryk uanset om de hører under den samme kategori eller ej.

Metodeforskriften skal sikre højest mulig sammenlignelighed mellem det generiske og produkt-specifikke klimaaftryk, herunder f.eks. ift. sammenhold i anvendt baggrundsdata.

Den kommende metode vil som udgangspunkt muliggøre sammenligning af klimaaftryk givet som kg CO<sub>2</sub>e pr. kg fødevarer. Sideløbende med udvikling af metodeforskriften skal der tages stilling til, hvorvidt klimaaftrykket skal beregnes pr. kg fødevarer for klimamærket, eller om det bør omregnes til andre enheder f.eks. protein- eller tørstofindhold<sup>16</sup>.

## 9.2 Udvikling af database med fødevarers generiske klimaaftryk

Det er en forudsætning, at der etableres en database med generiske klimaaftryk for fødevarer, for at kunne lave et mærke, der kan tildeles på basis af generiske aftryk. Det er i forbindelse med arbejdet blevet italesat, at en database ville kunne anvendes bredere end relateret til et klimamærke, f.eks. i forbindelse med offentlige indkøb, i food service og restaurationsbranchen samt af virksomheder i deres markedsføring. Arbejdsgruppen anbefaler derfor, at der etableres en database, der ville kunne understøtte en række øvrige initiativer.

DTU Fødevarerinstitutionen skal i løbet af 2023 udvælge de 500 klimamæssigt mest interessante fødevarer for dansk forbrug, der bør indgå i den første version af databasen. Det er ambitionen, at databasen på sigt vil omfatte over 2.000 fødevarer.

Den første version af databasen kan tidligst etableres efter, at der er blevet defineret en metode for opgørelse for fødevarers generiske klimaaftryk. Tidshorisonten for etablering af databasen afhænger også af udbudsprocesser, hvilke fødevarer den første version skal omfatte, og hvorvidt data for disse fødevarer er tilgængelige i den form, som defineres i metodeforskriften. I etableringsfasen vil der skulle tages konkret stilling til eventuelle problematikker relateret til data-tilgængeligheden såsom eventuelle mangler på data om emissioner relateret til forskellige produktionsformer.

Den første version af databasen forventes færdig tidligst ultimo 2024. Databasen skal videreudvikles og opdateres med jævne mellemrum, og hvis særlige behov opstår.

For at facilitere beregning af generiske klimaaftryk for sammensatte fødevarer og måltider skal der udvikles et beregningsværktøj, som udnytter de generiske data fra databasen.

## 9.3 Specificering af mærkningsmodellen

Arbejdsgruppens anbefaling om en skalamodel i fem niveauer på tværs af alle fødevarer danner udgangspunkt for yderligere specificering af modellen. Der skal i det videre arbejde bl. a. træffes beslutninger om følgende spørgsmål:

- Grænseværdier for niveauinddeling i skalaen
- Om klimaaftrykket kommunikerer som kg CO<sub>2</sub>e pr. kg fødevarer eller i relation til andre funktioner fødevareren har, f.eks. protein- eller tørstofindhold
- Udvikling af konkrete retningslinjer, herunder betingelser for hvordan mærket kan anvendes både på fødevareren og i butikken

---

<sup>16</sup>Hvis klimamærket baseres på kg CO<sub>2</sub>e per kg fødevarer, skal forbrugeren informeres om, at fødevarernes klimaaftryk ikke nødvendigvis kan sammenlignes direkte. Det skyldes f.eks., at fødevarer ikke altid anvendes til samme formål/kan være multifunktionelle, samt at forskellige fødevarer ikke har samme næringsværdi, ikke bruges i samme mængder og kan konsumeres mere eller mindre fortyndede og tilberedte.

## 9.4 Udarbejdelse og notificering af det retlige grundlag

Kriterier for anvendelse af mærket kan fastsættes i bekendtgørelsesform, når metodeforskriften for fødevarers produktspecifikke og generiske klimaaftryk er på plads. Når bekendtgørelsen er udarbejdet og har været i høring, skal den notificeres til Kommissionen og de øvrige medlemsstater, hvorefter der er en stand-still-periode på minimum tre måneder. Hvis ikke Kommissionen eller de øvrige medlemsstater afgiver negativ udtalelse, kan bekendtgørelsen efter stand-still-perioden udstedes.

## 9.5 Udvikling af kontrolsystem

Anvendelsen af et klimamærke skal underlægges en kontrol, som Fødevarestyrelsen sætter rammerne for. Det er endnu ikke afgjort, hvordan kontrollen skal tilrettelægges. Udgifterne vil dog afhænge af, hvorvidt anvendelse af mærket skal bero på en godkendelsesordning. Når rammerne for et evt. mærke er fastlagt, skal det besluttes, hvordan kontrollen skal udmøntes.

Der vil være mulighed for, at mærket kontrolleres stikprøvevis enten i den ordinære kontrol eller ved kampagnekontrol i engros- eller detailledet, alt afhængig af hvor mærket anvendes på et konkret produkt.

En mulighed er også, at kontrollen af dokumentationen bag mærket udliciteres til en 3. part.

## 9.6 Færdiggørelse af grafisk identitet

Der vil være behov for at færdiggøre den grafiske identitet for mærket. Det omfatter bl.a. at finpudse det visuelle ift. farve, kanter etc. samt at mærket fremstilles i forskellige formater, som gør det anvendeligt på forskellige former for emballager, hyldeforkanter, toolbox, markedsføringsmaterialer mv. Dertil skal udarbejdes en kort manual for den grafiske anvendelse af mærket. Der skal tages højde for brugen af mærket på hyldeforkanter i den grafiske identitet.

## 9.7 Udvikling af kampagne

Erfaringerne fra øvrige danske mærkningsordninger på fødevarer viser, at der er et stort og vedvarende behov for løbende at kommunikere om mærket. Kommunikation om mærket skal i første omgang sikre kendskab og forståelse af mærket og i næste omgang motivere forbrugerne til at gøre brug af mærket i indkøbssituationen. Der vil skulle gennemføres en stor lanceringskampagne, som anbefales at gøre brug af både print, outdoor, digitale og sociale medier og optimalt set TV for at sikre, at vi rammer forbrugerne bredest muligt. Kampagnen vil skulle understøttes af øvrige presse- og kommunikationsindsatser på Fødevarestyrelsens og andre aktørers platforme. Fødevarestyrelsen vil i den proces inddrage såvel reklame- som mediebyureauer i udarbejdelsen, ligesom det kan være relevant at inddrage dele af arbejdsgruppen i den kreative proces. Styrelsen anbefaler, at kampagnearbejdet igangsættes mindst et år forud for lanceringen.

Erfaringer fra andre mærkningsordninger under Fødevarestyrelsen viser, at der er behov for kampagneindsatser mindst en gang årligt for at sikre forståelse og løbende øge kendskabet til det kommende klimamærke. Der skal således prioriteres ressourcer til kampagne flere år frem.

# 10. Evaluering af mærket

Mærket skal evalueres efter, at det har været i anvendelse i 2 år med henblik på mulige tilretninger. Evalueringen kan bl.a. omfatte følgende punkter:

- Effekt på indkøbsvaner
- Anvendelse på forskellige produkttyper og anvendelse af mærket i sin produktspecifikke og generiske form
- Funktionalitet: Antal niveauer og grænseværdier for niveauerne i skalaen
- Grafisk identitet
- Behov og mulighed for udvidelse af mærket til flere parametre end klima, f.eks. ernæring, dyrevelfærd eller andre miljøparametre<sup>17</sup>
- Behov for justering af mærket pga. Jord til Bord -strategien og Green Claims initiativet i EU
- Datagrundlag: Behov for videreudvikling og opdateringsfrekvens af databasen
- Kendskab til mærket

---

<sup>17</sup> Fødevarestyrelsen har igangsat et forskningsprojekt ved Aarhus Universitet, hvis resultater vil understøtte drøftelsen af behov og mulighed for udvidelse af mærket til yderligere bæredygtighedsparametre.

# Bilag 1 Kommissorium

## Kommissorium for arbejdsgruppe om udvikling af klimamærke til fødevarer (16. juni 2022)

---

### Baggrund og formål

Fødevarerforbruget i de vestlige lande udgør i dag omkring 25 pct. af den samlede klimabelastning pr. person<sup>18</sup> og samtidig viser undersøgelser, at forbrugerne generelt har et stort ønske om at spise mere klimavenligt, men mangler vejledning i, hvordan de kan gøre. Der er samtidig en stigende efterspørgsel efter et nationalt klimamærke fra erhverv, detail og forbrugerorganisationer. Formålet med klimamærket er at gøre det lettere for forbrugerne at træffe et fødevalg med et lavere klimaaftryk og samtidig fremme virksomheders og landbrugets produktudvikling i en retning, der understøtter fødevarerproduktion med lavere klimabelastning.

### Rammer for arbejdet

I henhold til EU-lovgivningen kan der ikke indføres et obligatoriske klimamærke, da et sådan nationalt krav vil stride mod varenes fri bevægelighed i EU. Der lægges derfor i arbejdet med et nationalt klimamærke op til en frivillig mærkningsordning. I henhold til EU-lovgivningen, er der ikke noget til hinder for, at medlemsstaterne kan fastsætte regler for en sådan ordning, så længe mærkningen ikke vildleder forbrugerne, ikke strider mod eksisterende obligatoriske EU-krav om mærkning og ikke er til hinder for varenes fri bevægelighed i EU.

I marts 2022 forventes EU-Kommissionen at fremlægge et forslag til regulering af grønne anprisninger (green claims). Yderligere forventes der i 2024 at blive fremlagt initiativ fra EU-Kommissionen om en ramme for bæredygtighedsmærkning, som omfatter ernærings-, klima-, miljø- og sociale aspekter af fødevarerproduktion.

Der vil i arbejdet med et nationalt klimamærke blive inddraget konklusioner, anbefalinger og eventuelle regler fra EU i forhold til model, datagrundlag og opgørelsesmetode. For at fremtids-sikre datagrundlaget for et eventuelt klimamærke ift. EU-Kommissionens kommende lovgivning vedrørende grønne anprisninger, herunder Kommissionens metodegrundlag for "Product Environmental Footprint" (PEF) samt "Product Environmental Footprint Category Rules" (PEFCR), bør muligheden for, at datagrundlaget for klimamærket kan være PEF-kompatibelt undersøges. Analysen kan også indeholde en vurdering af alternative datasæt og opgørelsesmetoder. Dertil vil snitflader til Klima-, Energi- og Forsyningsministeriets øvrige arbejde med klimaaftryksberegninger og emissionsfaktorer skulle inddrages i arbejdet.

For et troværdigt og pålideligt klimamærke er det afgørende, at mærkets kriterier udarbejdes og opdateres ud fra et validt og egnet datagrundlag.

Udviklingen vil ske i tæt samarbejde med detailbranchen, fødevarerbranchen og forbrugerorganisationer, der har efterspurgt et statsligt initiativ, og med inddragelse af relevante eksperter og forskere.

### Organisering

Fødevarestyrelsen etablerer en arbejdsgruppe, der skal bidrage med synspunkter og erfaringer ift. klimamærkning. Arbejdsgruppen kan ligeledes drøfte og anbefale supplerende tiltag, der ligger i forlængelse af et klimamærke. Arbejdsgruppens anbefalinger vil indgå i beslutningsgrundlaget for en politisk beslutning om evt. indførelse af et klimamærke og dets tilhørende metode.

Arbejdsgruppen nedsættes med følgende repræsentation:

Fødevarestyrelsen (formand), Salling Group, COOP, DSK, Forbrugerrådet Tænk, DE, L&F, DI, Økologisk Landsforening, Danmarks Naturfredningsforening, Mærkevareleverandørerne, FødevarerDanmark, Plantebranchen, Bryggeriforeningen, Foreningen Fiskebranchen og Bager og

---

<sup>18</sup> Kilde: DTU Fødevarerinstitutionens rapport "Råd om bæredygtig sund kost – fagligt grundlag for et supplement til De officielle Kostråd, februar 2020.



Konditormestre i Danmark. Desuden vil Fødevareministeriets departement og Klima-, Energi- og Forsyningsministeriet deltage i arbejdsgruppemøderne.

Fødevarestyrelsen sekretariatsbetjener arbejdet og forbereder arbejdsgruppemøder og materiale til drøftelse, samt indhenter det nødvendige vidensgrundlag hos vidensinstitutioner. Fødevarestyrelsen udarbejder materiale til brug for drøftelserne. Fødevarestyrelsen står ligeledes for at inddrage øvrige interessenter. Det kan f.eks. ske ved afholdelse af en eller flere workshops.

### Proces

Arbejdet i arbejdsgruppen igangsættes Q2 i 2022, med henblik på at afdække interessenternes synspunkter og erfaringer vedrørende et frivilligt klimamærke til fødevarer, herunder karakteren af mærket og dets kriterier.

Fødevarestyrelsen igangsætter et forberedende arbejde, hvor datagrundlaget for et eventuelt klimamærke udvikles. I Q2 bestiller Fødevarestyrelsen en analyse for at kvalificere, hvilke datasæt(s), der eventuelt kan anvendes til et dansk klimamærke. Klima-, Energi-, og Forsyningsministeriet har en koordinerende funktion i forhold til klimaopgørelser generelt og et ansvar for de metodiske overvejelser bag. Derfor inddrages de løbende i arbejdet.

I Q4 2022 fremsendes arbejdsgruppens anbefalinger til en klimamærkningsmodel til Fødevareministeren. I anbefalinger kan også indgå eventuelle udviklingsbehov relateret til datagrundlag og opgørelsesmetode.

Nedenfor ses en foreløbig tidsplan for arbejdet.

Tids-punkt	Temaer til drøftelse og aktiviteter i arbejdsgruppen	Materiale til arbejdsgruppen
-Q2 2022	Indledende drøftelse med interessenter om forventninger og erfaringer med klimamærkning, herunder fordele og ulemper ved forskellige modeller.	Opsamling af forskellige modeller for klimamærkning, fordele og ulemper.
Q3 2022	Drøftelse af eksisterende klimafaglige datagrundlag, opgørelsesmetoder og udviklingsbehov.	Analyse af eksisterende datasæt og opgørelsesmetoder samt udviklingsbehov – indledende resultater.
Q3 2022	Indledende drøftelse af model for klimamærkning og fastsættelse af denne.	Vurdering af forskellige modeller for klimamærkning, fordele og ulemper.
Q4 2022	Endelig drøftelse af eksisterende klimafaglige datagrundlag, opgørelsesmetoder og udviklingsbehov.	Analyse af eksisterende datasæt og opgørelsesmetoder samt udviklingsbehov – endelige resultater.
Q4 2022	Drøftelse af kriterier for klimamærket Igangsættelse af arbejde om grafisk identitet.	Vurdering af mulige måder til fastsættelse af kriterier, fordele og ulemper.
Q4 2022	Oplæg til endeligt beslutningsgrundlag.	Forslag til beslutningsgrundlag, inkl. model for klimamærkning, kriterier, udviklingsbehov for datagrundlag og opgørelsesmetode, procesplan.



## Bilag 2 Onlinetest af mærkningsmodeller

# Onlinetest af Danmarks nye klimamærke

Adfærdstest af to klimamærker ved Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

Forbrugerpolitisk Center - 25. april 2023



## Indhold

- Testformål og mærker
- Testen
- Resultater
- Konklusion og opsummering



## Testformål og mærker:

# Hvilket klimamærke hjælper forbrugerne mest?

### Skalamærket

- Sammenligning af fødevarer blandt alle varer i supermarkedet
- Fem niveauer med eksponentiel inddeling.

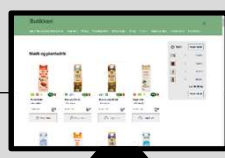
### Best in class mærket (BIC)

- Sammenligning af produkter indenfor fødevarekategorier
- 19 kategorier med animalske og vegetabiliske produkter i egne kategorier.



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

## Testen: Testforløb med fire opgaver



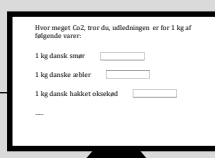
### 1. Indkøbsadfærd

Respondenterne handler ind på en webshop, og besvarer efterfølgende uddybende spørgsmål om deres indkøb.



### 2. Produktopfattelse

Respondenterne udvælger produkter, de mener er mindst klimabelastende blandt varer indenfor supermarkedskategorier og blandt blandede varer på tværs af kategorier.



### 3. CO<sub>2</sub>-forståelse

Respondenterne estimerer forskellige fødevarers CO<sub>2</sub> udledning.



### 4. Afkodning af de to klimamærker

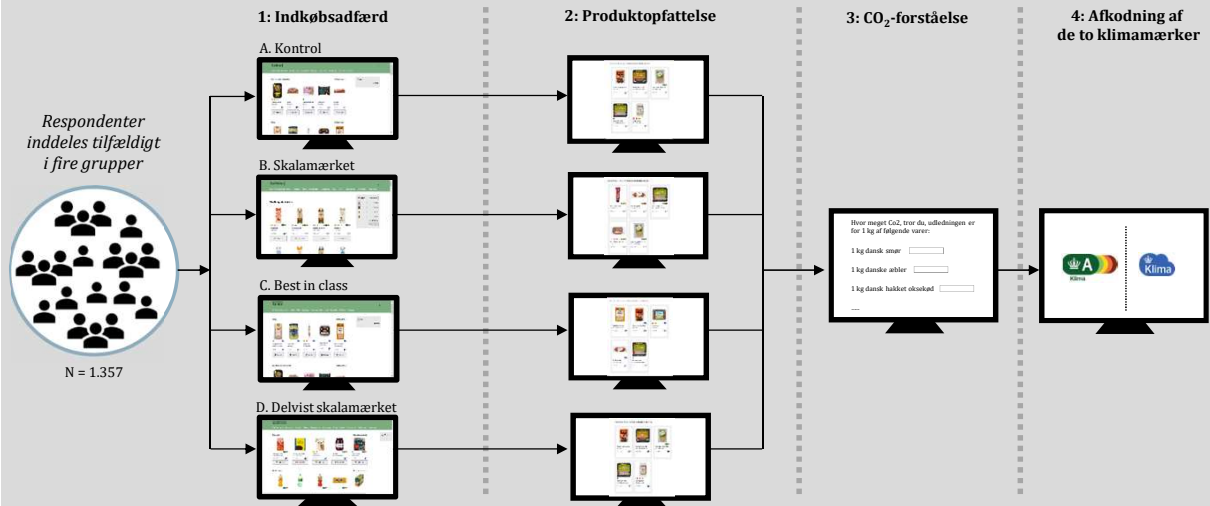
Respondenterne vurderer de to mærkers betydning og angiver deres holdning til mærkerne.

### Afslutning

Respondenterne besvarer kontrolspørgsmål og debriefes.

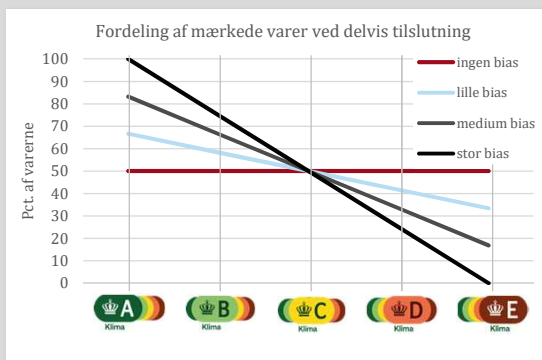
KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

## Testen: Eksperimentelt set-up

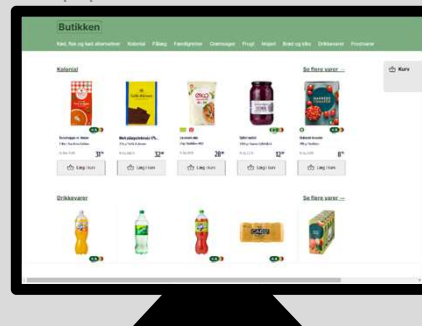


## Testen: D. Delvist skalamærket

- Fordelingen af hvor mange varer der er mærkede varierer gradvist med 'bias' mod flere grønne mærker og færre røde.

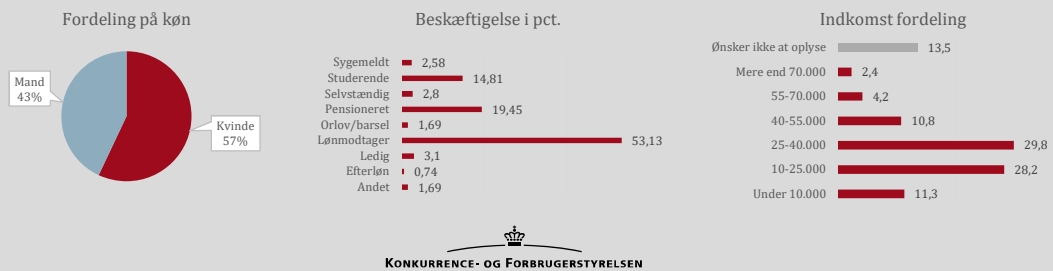


Eksempel på stor bias



## Resultater: Demografi

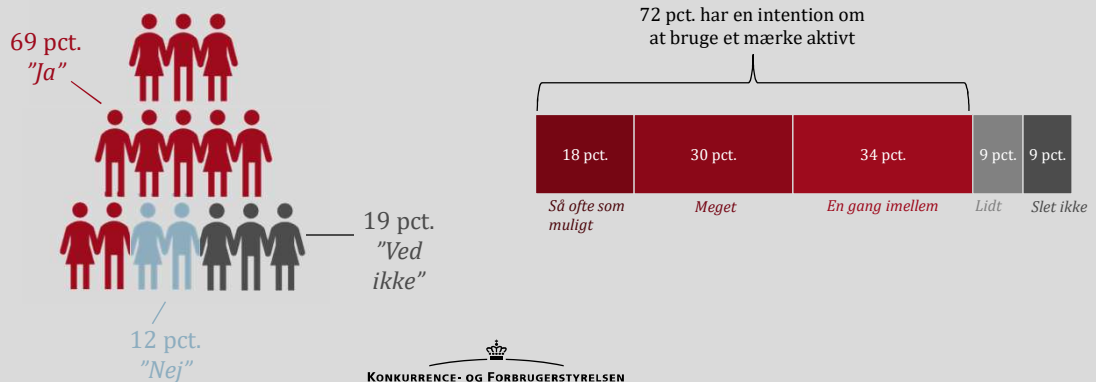
- 1.357 personer har gennemført testen
  - Skalamærket (371), BIC (340), Kontrol (284), Delvist skalamærkede (362)
- 88 pct. angiver, at det primært er dem, der står for indkøb i dagligdagen (der er rekrutteret særligt efter denne gruppe)



## Resultater - Opgave 4: Forbrugerne vil gerne have et klimamærke

Synes du, at klimaaftrykket for en dagligvare bør være oplyst på produktet?

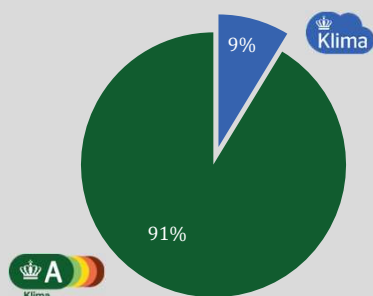
Hvis fødevarer i fremtiden bliver mærket med et klimamærke, hvor ofte tror du så, at du vil lade dig vejlede af mærket, når du køber ind?



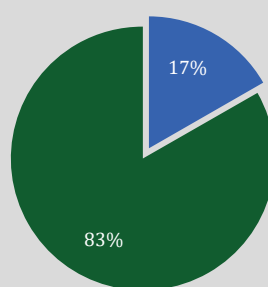
## Resultater - Opgave 4:

# Forbrugerne foretrækker skalamærket

Hvilket type klimamærke, synes du, vejleder dig bedst?



Hvilken model for klimamærker vil du foretrække?



■ Et "Best in Class mærke" hvor man sammenligner klimaaftrykket mellem fødevarer inden for samme kategori. En kategori er fx. "kød og kødprodukter" eller "kornprodukter". Kun fødevarer med det laveste klimaaftryk i en kategori vil blive mærket.

■ En "Skalamodel" hvor fødevarer kan placeres på en skala, fx fra grøn til rød i forhold til deres klimaaftryk. Fødevarer med det laveste klimaaftryk kan blive placeret i den grønne ende af skalaen mens fødevarer med et højt klimaaftryk vil få en mærkning i

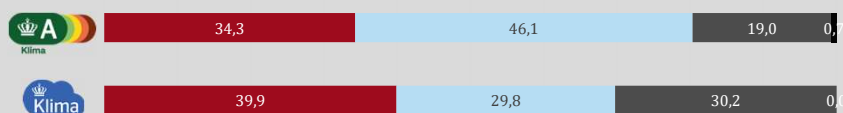
KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

## Resultater - Opgave 4:

# Forbrugerne kan afkode og forstå begge mærker

- Mere end 93 pct. forstår at afkode mærket rigtigt, således at BIC henviser til fødevarer med mindst klimabelastning, og at skalamærkets A-mærke henviser til lavest klimabelastning, mens E-mærke henviser til størst klimabelastning.
- Forbrugerne udtrykker nogen usikkerhed omkring, hvordan mærkerne kan bruges.

Hvad tror du mærket viser?



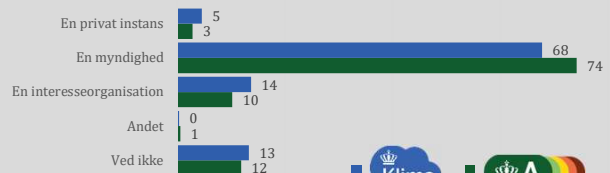
- [...] inden for bestemte kategorier, fx "frugt og grønt" eller "drikkevarer"
- [...] blandt alle fødevarer i supermarkedet
- Det ved jeg ikke
- Andet

## Resultater - Opgave 4:

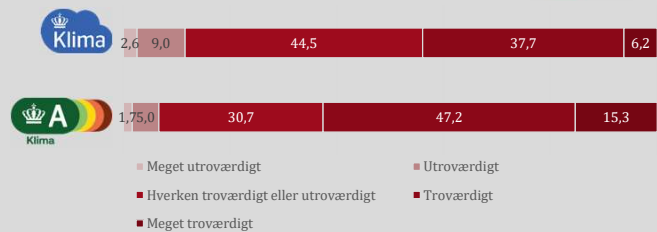
# Afsender og troværdighed skinner igennem

- Flest forbrugere peger uhjulpent på en myndighed, som afsender af begge mærker.

Hvem, tror du, står bag mærket?



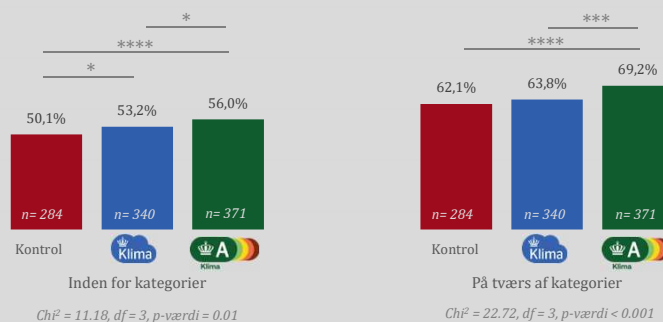
- Forbrugerne anser mærkerne for at være troværdige.



## Resultater - Opgave 2:

# Skalamærket gør flere forbrugere i stand til at identificere klimavenlige produkter

Andelen, der vælger det mindst klimabelastende produkt

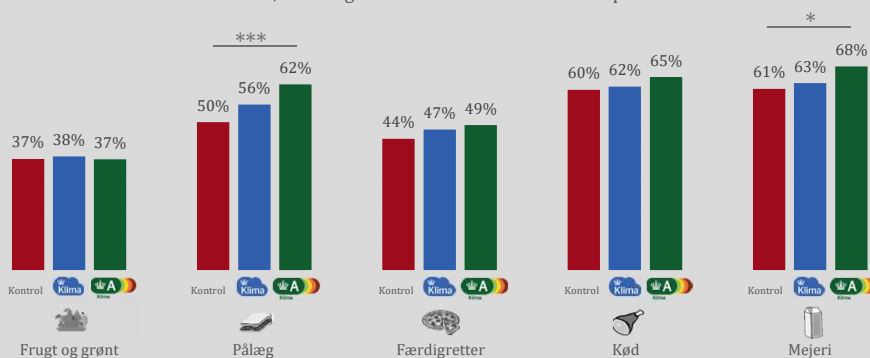




## Resultater - Opgave 2:

# Særligt inden for pålæg og mejeri gør skalamærket en forskel

Andelen, der vælger det mindst klimabelastende produkt

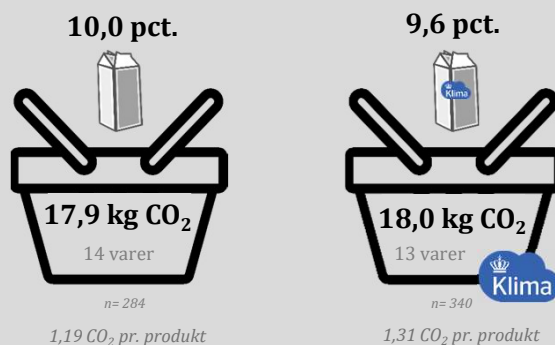


KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

\*  $p < 0,1$ ; \*\*  $p < 0,05$ ; \*\*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*\*  $p < 0,001$

## Resultater - Opgave 1:

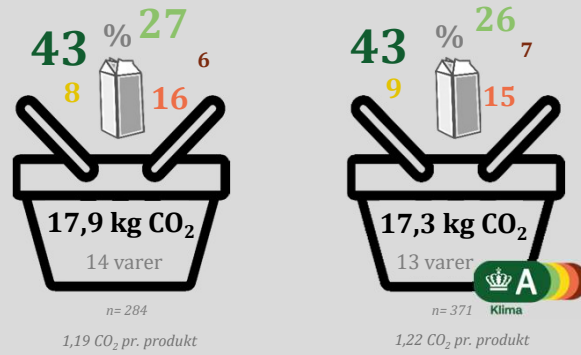
# BIC får ikke forbrugerne til at lægge flere klimavenlige produkter i kurven



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Resultater - Opgave 1:

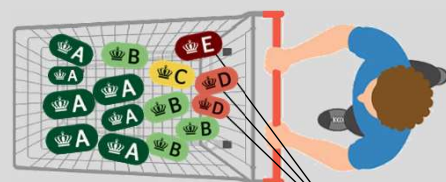
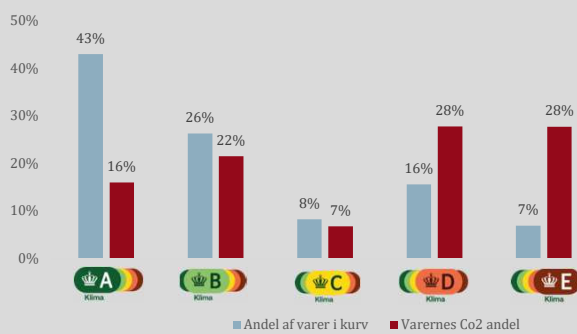
## Skalamærket får ikke forbrugerne til at reducere andelen af klimatunge varer



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Resultater - Opgave 1:

## Sammensætningen af kurven afspejler ikke CO<sub>2</sub> fordelingen særlig godt

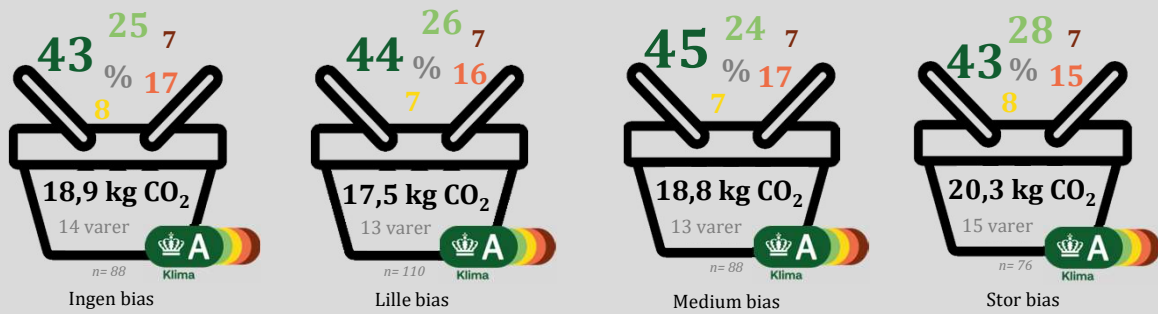


Tre produkter står for 56 pct. af kurvens CO<sub>2</sub>

KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Resultater - Opgave 1:

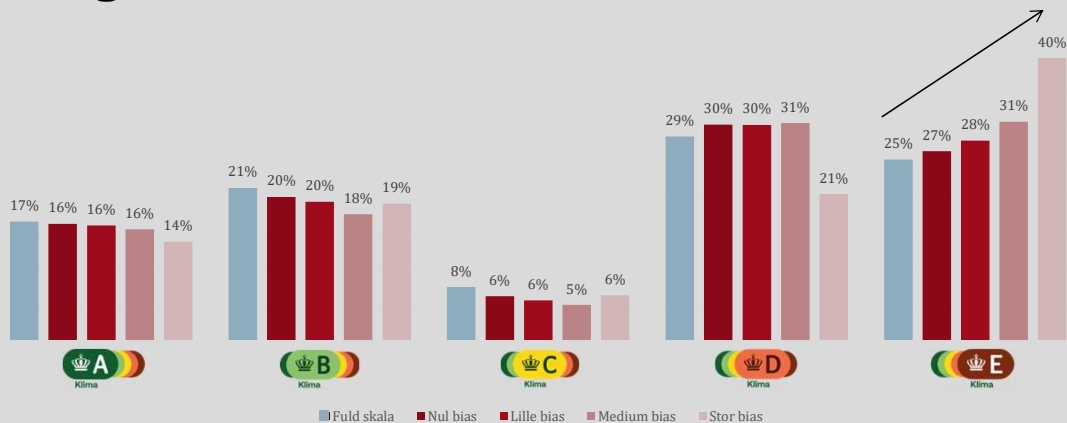
**Delvist mærkede sortimenter øger CO<sub>2</sub> i kurven (fra 17,3 kg)**



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Resultater - Opgave 1:

**Andelen af CO<sub>2</sub> fra E-mærkede produkter stiger, når de ikke er mærkede**



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

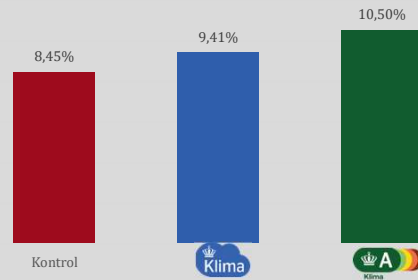
### Resultater - Opgave 1:

## Ikke flere klimabevidste forbrugere, men de, der er klimabevidste, handler mindre CO<sub>2</sub>

- Tilstedeværelsen af klimamærkerne får ikke flere forbrugere, til at pege på klima, som noget de orienterer sig efter, når de handler.
- Klimaorienterede forbrugere handler i gennemsnit 13,9 kg CO<sub>2</sub>, mens andre handler 17,9 kg CO<sub>2</sub>.

( $t = -3,64, p < 0,001$ , når der kontrolleres for antal produkter i kurven.)

Andelen, der peger på klima, som noget de orienterer sig efter, når de handler

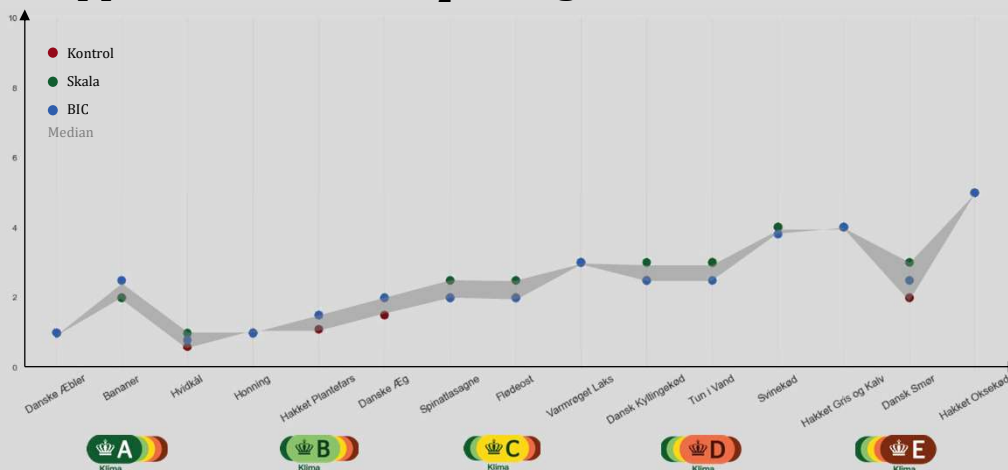


$\chi^2 = 0,57, df = 1, p\text{-værdi} = 0,4514$

KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

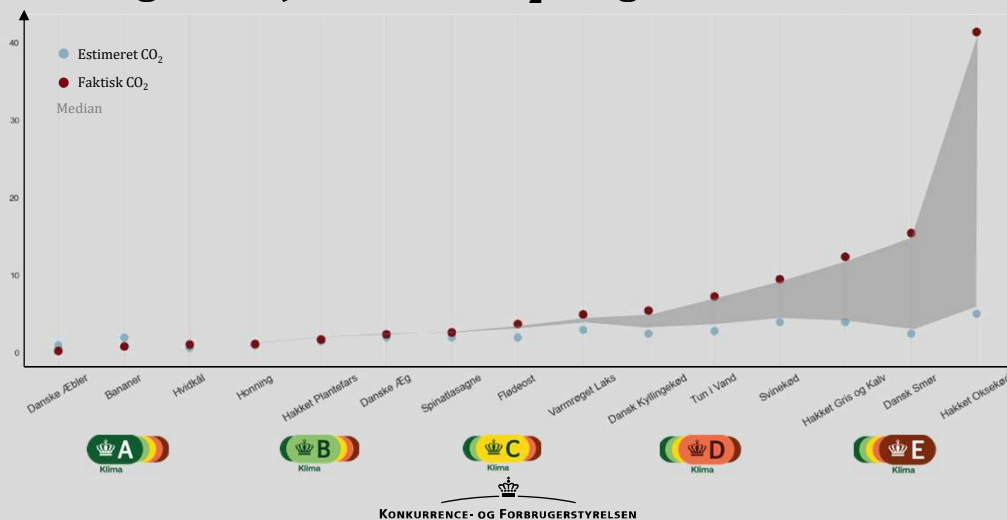
### Resultater - Opgave 3:

## Grupperne vurderer CO<sub>2</sub>-mængderne ens



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

## Resultater – Opgave 3: Forbrugerne fejlvurderer CO<sub>2</sub>-tunge fødevarer



## Konklusion og opsummering

- Skalamærket performer bedst i testen af de to mærker
- Forbrugerne ønsker et klimamærke og har en klar præference for skalamærket
- Forbrugerne kan afkode og forstår begge testede klimamærker
- Skalamærket gør flere forbrugere i stand til at identificere klimavenlige produkter
- Forbrugerne kan rangere produkterne korrekt efter deres CO<sub>2</sub>-belastning
- Klimamærkerne reducerer ikke forbrugernes samlede CO<sub>2</sub> i testens indkøbsopgave
- Mærkerne adresserer ikke et vigtigt problem: Forbrugerne undervurderer CO<sub>2</sub>-indholdet i de CO<sub>2</sub>-tunge produkter.

## Konklusion og opsummering:

# Hvad kan resultaterne pege på?

- Der er behov for at uddanne forbrugerne til at forstå CO<sub>2</sub>-belastningen af de CO<sub>2</sub>-tunge fødevarer
- Dette kan ske ved en informationsindsats, eller at der arbejdes med skalamærket, så det bedre kommunikerer CO<sub>2</sub>-niveauerne
- Hvis skalamærket opnår samme kendskabsgrad som andre offentlige mærker, må det antages, at flere forbrugere vil lade sig vejlede af mærket.



## Udarbejdet af Forbrugerpolitisk Center i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen på vegne af Fødevarestyrelsen

Catrine Normann, Ph.d. og Specialist i adfærdsforsøg og undersøgelsesdesign - [cnj@kfst.dk](mailto:cnj@kfst.dk)  
Johannes Jonatan Schuldt-Jensen, Adfærdsrådgiver - [jjsj@kfst.dk](mailto:jjsj@kfst.dk)  
Flemming Steen, Kontorchef for Forbrugerpolitisk Center - [flsn@kfst.dk](mailto:flsn@kfst.dk)



## Bilag 3. Tidsplan, foreløbig

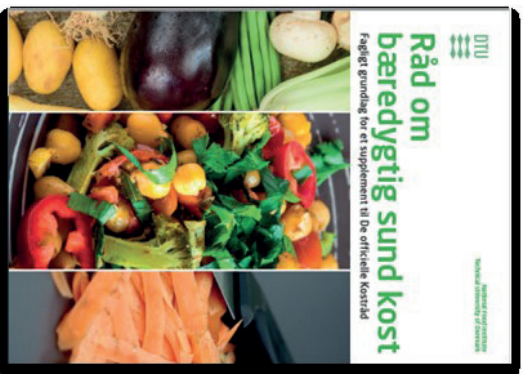
	2023				2024				2025			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Arbejdsgruppens af-rapportering		X										
Udvikling af opgørelsesmetode for fødevarers klimaaftryk	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Udbud og etablering af den 1. version af database med generiske klimaaftryk for fødevarers klimaaftryk						x	x	x	x			
Specificering af den udvalgte mærkningsmodel			x	x	x	x	x					
Udformning af det retslige grundlag, offentlig høring og EU notifikation					x	x	x	x				
Udvikling af kontrolkoncept					x	x	x	x				
Lancering af mærket										x	x	





# Bilag 4 Forslag fra Mejeriforeningen

## Ernæringsaspektet tager afsæt i DTU-rapporten



Tabel fra: Råd om bæredygtig kost – fagligt grundlag for et supplement til De officielle Kostråd, DTU, 2020

Tabel 7.1. Opsummering af fødevarer der skal spises mere eller mindre af ved overgang til en mere plantebaseret, sund og bæredygtig kost indeholdende fisk, mejeriprodukter, lidt kød og æg

Spis mere af	Spis tilstrækkeligt/moderate mængder af	Begræns indtaget af
<b>A</b> Grøntsager, inklusiv mørkegrønne og rød/orange	<b>C</b> Fisk og skaldyr (væg de mest bæredygtige)	<b>D</b> Rødt kød (særlig oksekød) og forarbejdet kød
<b>B</b> Bælgfrugter	<b>C</b> Mælk og mejeriprodukter	<b>E</b> Slik, kage, chips, søde drikkevarer o.lign.
<b>B</b> Nødder og frø	<b>C</b> Vegetabiliske olier	<b>E</b> Salt
<b>A</b> Frugt	<b>C</b> Fjerkræ og æg	<b>E</b> Alkohol
<b>B</b> Fuldkornsprodukter og kartofler		<b>E</b> Ultra forarbejdede fødevarer
	Passende indtag og mindsning af madspild	



- A:** Spis meget mere: grøntsager, frugt
- B:** Spis mere: bælgfrugter, fuldkornsprodukter, nødder og frø
- C:** Spis moderate mængder: fisk og skaldyr, mejeriprodukter, vegetabiliske olier, æg og fjerkræ
- D:** Spis mindre: rødt kød
- E:** Spis meget mindre: slik, kager, chips, søde drikke, forarbejdet kød, salt, alkohol, ultraforarbejdede varer

**MEJERIFORENINGEN** Danish Dairy Board

# Mejerisektorens forslag til et kombineret klima- og ernæringsmærke er enkle at afkode

KLIMA <sup>og</sup> KOSTRÅD



KLIMA <sup>og</sup> KOSTRÅD



MEJERIFORENINGEN Danish Dairy Board





Fødevarestyrelsen  
Stationsparken 31-33  
2600 Glostrup

[www.fvst.dk](http://www.fvst.dk)