



Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Fødevarestyrelsen

# Workshop om Danmarks kommende klimamærke

DGI Byen  
22. august 2022  
Per Preisler Christiansen,  
Formand for arbejdsgruppen,  
Innovations- og udviklingsdirektør,  
Fødevarestyrelsen

# Holdet som skal udarbejde et klimamærke



Bryggeriforeningen  
Danish Brewers' Association

DSK | De Samvirkende  
Købmænd



Foreningen  
Fiskebranchen



salling group

fødevaredanmark

DANSK ERHVERV

Forbrugerrådet  
Tænk

coop

ØKOLOGISK  
LANDSFORENING

mldk mærkevare  
LEVERANDØRERNE  
Branded Manufacturers Association

Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Fødevarestyrelsen



Danmarks  
Naturfredningsforening

# Status på det igangværende arbejde

- 4 møder i arbejdsgruppen
- Bilaterale møder med interesserede

## Følgende emner er drøftet:

- Data for klimaaftryk
- Klimamærke på EU niveau
- Forskellige modeller for klimamærkninger

I dag tager vi jeres idéer og forslag med



## Valg af data og metode

To **overordnede** LCA-metoder til at bestemme fødevarers klimaaftryk:

- **A-LCA:** kan anvendes til at besvare hvor stor en drivhusgasemission der er forbundet med alle led i fremstillingen af et produkt (historisk)
- **C-LCA:** kan anvendes til at estimere de miljøkonsekvenser, som følger af fremstilling af en ekstra enhed (fremadrettet)

**EU-kommissionens PEF er baseret på A-LCA**



## Klimamærke på EU- niveau

- **Jord til bord strategi**
- **Rammer for bæredygtighedsmærkning, forslag ultimo 2023**
- **Forventning om PEF- kriterier**





Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Fødevarestyrelsen

# Forventninger til dagen

# Program

<b>10.00</b>	<b>Velkomst og formål med dagen</b> v/ Per Preisler Christiansen, vicedirektør i Fødevarestyrelsen
<b>10.15</b>	<b>Forventninger til dagen</b> v/ moderator Karen Lorenzen, direktør Operate
<b>10.35</b>	<b>Hvordan får vi danskerne til at ændre adfærd, når de køber ind?</b> v/ Andreas Maaløe Jespersen, ekspert i forbrugeradfærd Konkurrence - og Forbrugerstyrelsen <b>Spørgsmål fra salen</b> <b>Diskussion ved borde</b>
<b>11.45</b>	<b>Frokost</b>

<b>12.35</b>	<b>Modeller for klimamærker – præsentation af to forslag</b> v/Thomas Roland, CSR - chef, Coop <b>Spørgsmål fra salen</b> <b>Diskussion ved borde</b>
<b>14.05</b>	<b>Interview med fødevarerministeren</b> Hvad er ministerens drøm for et klimamærke?
<b>14.30</b>	<b>Pause</b>
<b>15.10</b>	<b>Panelsamtale</b>
<b>15.35</b>	<b>Giv dit bedste råd til arbejdsgruppen</b>
<b>15.50</b>	<b>Afslutning</b>



# Giv dit bedste råd

KLIMAMÆRKE

**Giv dit bedste råd  
til arbejdsgruppen**

Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Fødevarestyrelsen

---

---

---

---

---

**menti.com**

**Kode: 5861 1920**





# Klimamærkning af fødevarer

Evidens for mærkningsordninger og KFST's eksperiment  
med klimamærkning

Forbrugerpolitisk Center, 22. august 2022



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN



# Mærkningsordninger ud fra et adfærds- perspektiv



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

# Mærkningsordninger: Helt overordnet

- Et policy værktøj i tillidsbaserede markeder (mad, restauranter, elektriske apparater, biler etc.)
- I et klassiske perspektiv: Giv forbrugeren ny viden
- I et adfærdsbaseret perspektiv: Fang forbrugers opmærksomhed (plus meget andet)
- Tillid er afgørende: Statslige og uafhængige mærker > virksomheders egne mærker
- Bør tydeligt differentiere produkter.



# Mærkningsordninger for mad: Tre modeller

Nutrition Facts	
4 servings per container	
Serving size	1 cup (227g)
Amount per serving	
<b>Calories</b>	<b>280</b>
% Daily Value*	
<b>Total Fat</b> 9g	<b>12%</b>
Saturated Fat 4.5g	<b>23%</b>
Trans Fat 0g	
<b>Cholesterol</b> 35mg	<b>12%</b>
<b>Sodium</b> 850mg	<b>37%</b>
<b>Total Carbohydrate</b> 34g	<b>12%</b>
Dietary Fiber 4g	<b>14%</b>
Total Sugars 6g	
Includes 0g Added Sugars	<b>0%</b>
<b>Protein</b> 15g	
Vitamin D 0mcg	0%
Calcium 320mg	25%
Iron 1.6mg	8%
Potassium 510mg	10%

\*The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.

*Næringsindhold*



*"Trafiklys"*



*"Best in class"*



# Forskning (men primært fra sundhed)

- Mærkningsordninger har en lille, men signifikant effekt, på forbrugerne
  - Cadario, Romain, and Pierre Chandon. "Which healthy eating nudges work best? A meta-analysis of field experiments." *Marketing Science* 39.3 (2020): 465-486.
  - Cecchini, Michele, and Laura Warin. "Impact of food labelling systems on food choices and eating behaviours: a systematic review and meta-analysis of randomized studies." *Obesity reviews* 17.3 (2016): 201-210.
  - Edenbrandt, Anna Kristina, and Carl-Johan Lagerkvist. "Is food labelling effective in reducing climate impact by encouraging the substitution of protein sources?." *Food Policy* 101 (2021): 102097.
- Design er afgørende for effekten
- Mærker hjælper dem, der vil hjælpes.



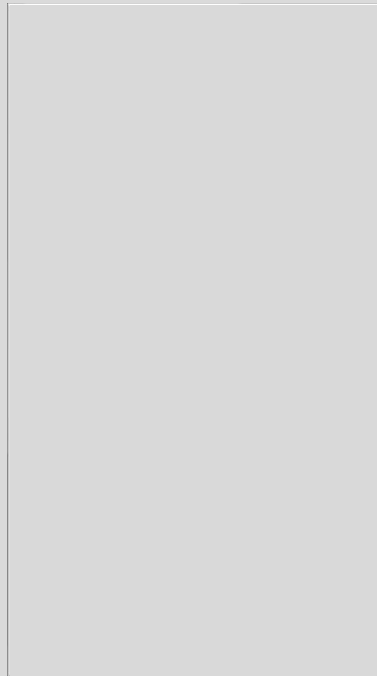
# Forbehold

- De fleste studier er lavet på hypotetiske valg
- Studier tester ikke frivillige ordninger
- Overvejende studier af sunde valg
  - Effekt for 'mig' vs. effekt 'for alle'
- Studier tester typisk skift inden for kategorier.



Mærkningsordninger:

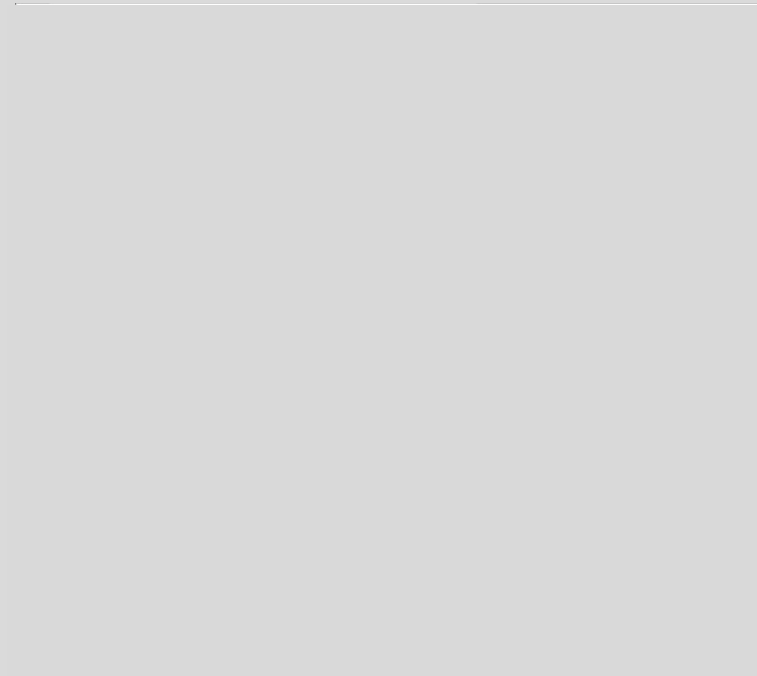
# Mest effektive model



*Næringsindhold*



*"Trafiklys"*



*"Best in class"*





# Konklusioner

- Mærkningsordninger virker (små effekter, men også små omkostninger)
- Trafiklys er mest effektive
- Design er afgørende
- Fremhæv sundhed? (men undgå kompleksitet)
- Effekten forstærkes, hvis forbrugerne bliver mere klimabevidste
- Effekten er stærkest, hvis forbrugerne kan vælge til og fra med udgangspunkt i ordningen



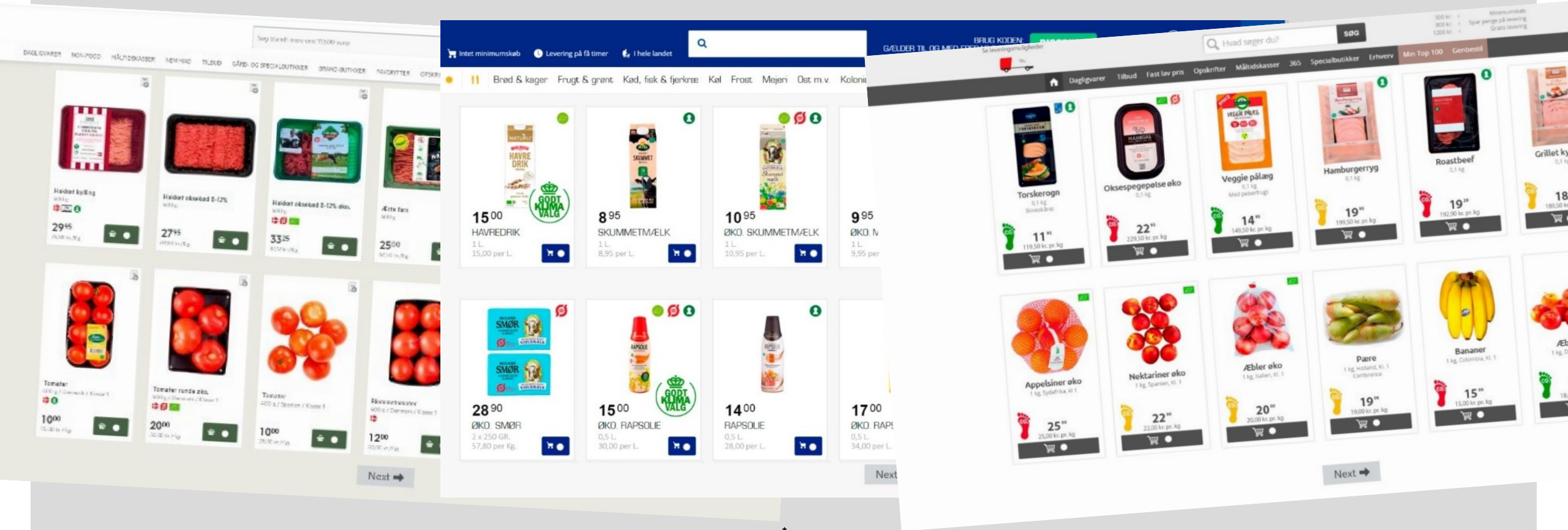
# KFSTs eksperiment med klimamærkning



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Online supermarkeder:

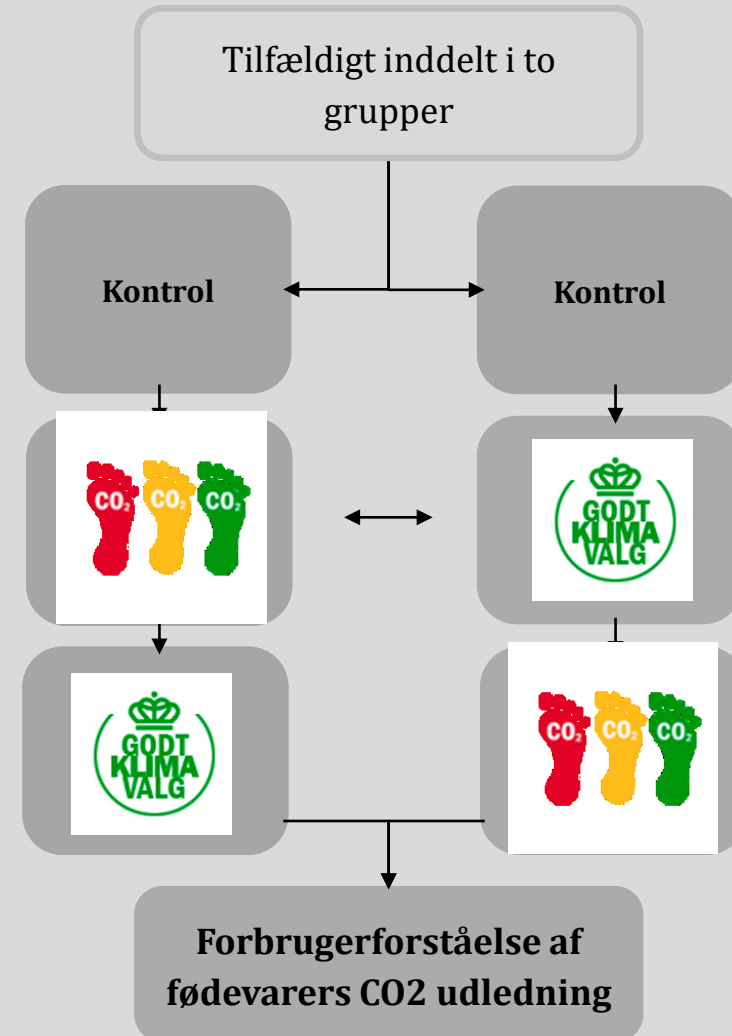
# ”Foretag et indkøb fx til lasagne”



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

# Sammenligninger

- Kontrol vs. Fodaftryk
- Kontrol vs. Klimakrone
- Fodaftryk vs. Klimakrone



# Resultater

# Forbrugernes valg af fødevarer



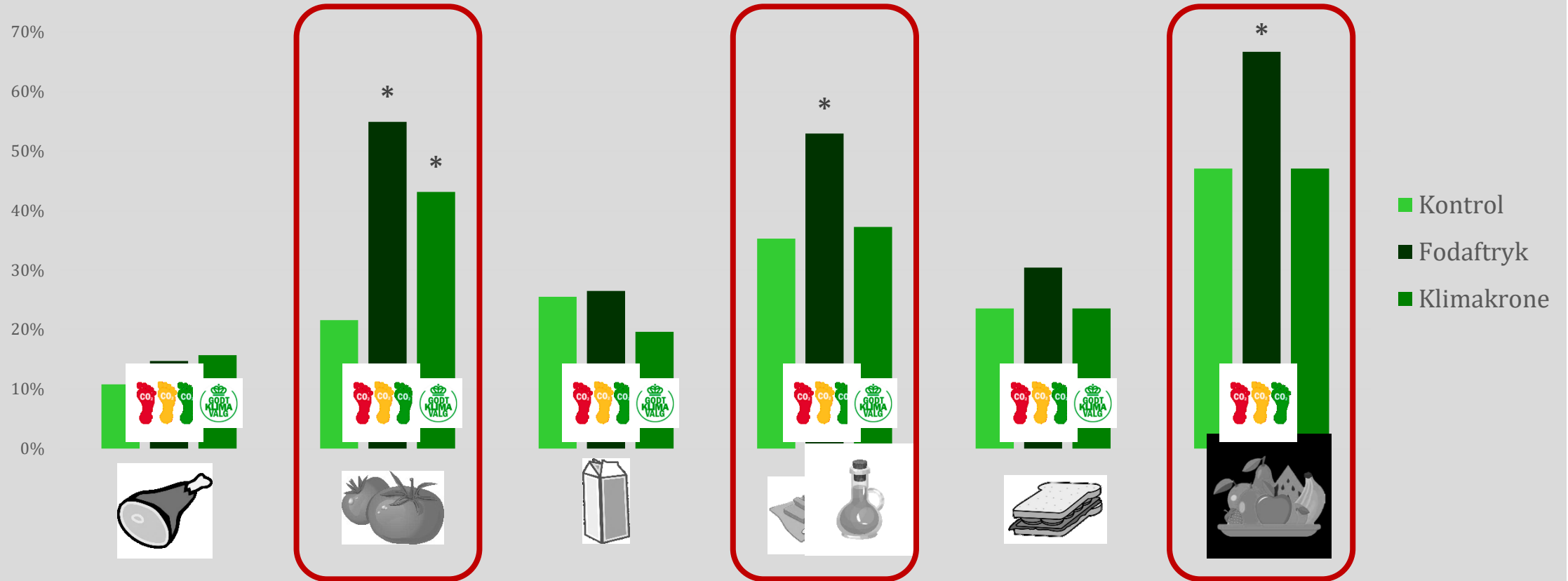
KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

# Flere vælger klimavenligt med mærkning



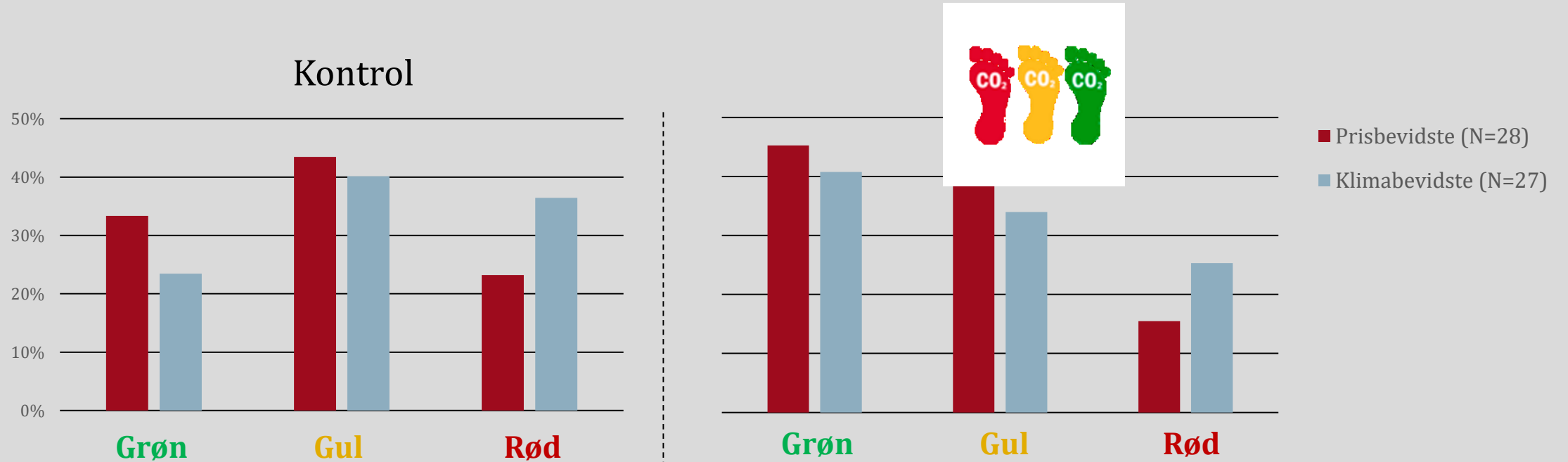
Andelen af grønne valg per kategori:

# Skiftene sker i bestemte kategorier



\*) Statistisk signifikant

# Klimabevidste forbrugere vælger mindre klimavenligt uden mærkning



Screenings-spørgsmål:

"Jeg går tit efter det **billigste produkt**, når jeg køber dagligvarer såsom mælk, kød og grøntsager?"

"Jeg går tit efter det **mest klimavenlige produkt**, når jeg køber dagligvarer, såsom mælk, kød og grøntsager?"



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN



# Konklusioner



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

# Konklusioner

- Forbrugerne overestimerer fødevarernes klimaaftryk
  - Effekten af emballage og transport overestimeres
- Klimamærkning får forbrugerne til at vælge klimavenligt...
  - ...hvis det finnes et "nemt" alternativ
- Uden mærkning kan forbrugerne ikke handle efter deres klimapræferencer
  - Klimamærkning efterspørges (Fodaaftryk)



# Tak for i dag!

Catrine Normann – [cnj@kfst.dk](mailto:cnj@kfst.dk)

Andreas Maaløe Jespersen – [anm@kfst.dk](mailto:anm@kfst.dk)



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN



Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Fødevarestyrelsen

# Drøftelse i grupperne

# Gruppearbejde session 1

## 1) Hvad ser I som klimamærkets vigtigste funktion? (én sætning bordet rundt)

Overvej dernæst:

- I hvor høj grad skal forbrugeren vejledes til at vælge mellem forskellige varegrupper (f.eks. kød og kolonial)?
- Hvor vigtigt er det, at mærket også tager højde for sundhed?
- Hvor vigtigt er det, at alle fødevarer kan mærkes?

## 2) Hvilken model hælder din organisation mest til?

- Argumenter for fordele og ulemper, f.eks. evidens, forståelse, effekt, praktisk i butikken, andet?





Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Fødevarestyrelsen

# Et klimamærke – to modeller

# Udgangspunktet

Formålet med mærket: At hjælpe forbrugeren til at vælge klimavenligt og skabe incitament for producenter til at producere varer med lavere klimaaftryk

- Mærket skal kommunikere om klimaaftryk på baggrund af *generelle* data for aftryk fra produktkategorier f.eks. tomater, pastasauce, kylling, osv.
- På sigt skal mærket kunne rumme at producenter beregner deres eget produkts præcise aftryk
- Mærket skal kunne bruges både på produktet og ved salgsstedet
- Producenter kan samtidig anvende frivillige anprisninger af klimatiltag og klimaaftryk i markedsføringen af deres fødevarer



# To modeller

**Skalamodel**



**Best in class**





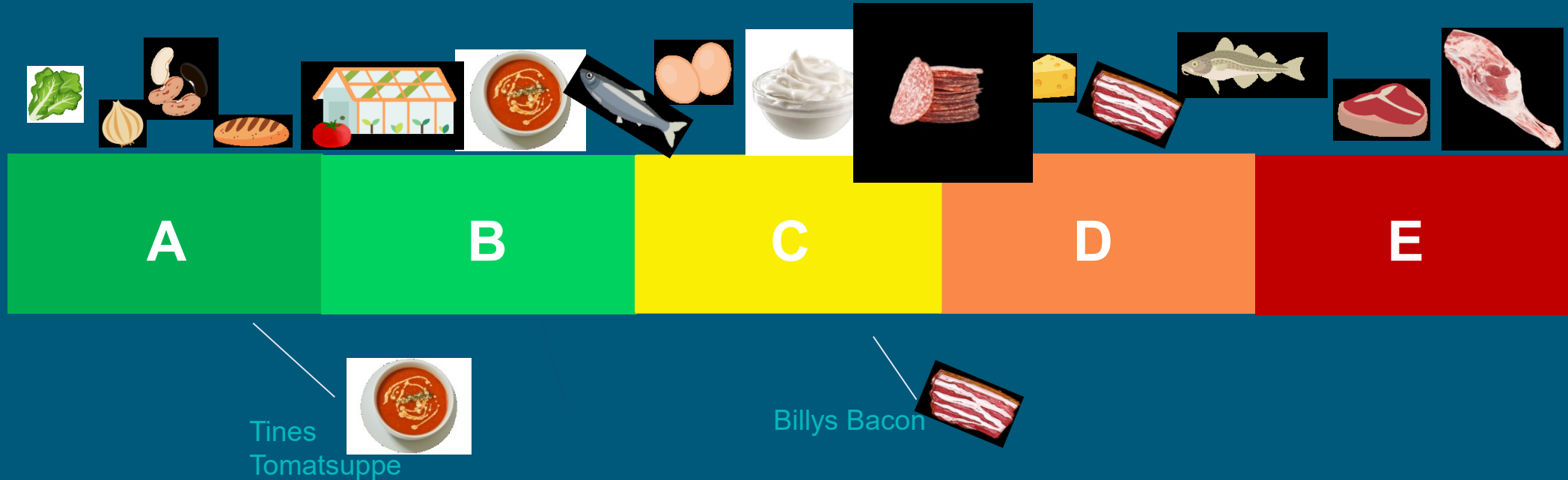
# Skalamodellen



- Skalaen opdeles i "bogstaver"/ niveauer fra 0 til det maksimale klimaaftryk for alle fødevarer
- Alle fødevarerne placeres på skalaen ud fra deres klimaaftryk
  - Derudover skal besluttes, hvor mange "bogstaver"/ niveauer, der skal være i modellen, f.eks. 3, 5 eller 6
  - Vi skal beslutte, hvor grænsen går for niveau A, B, C osv.

# Skalamodel

Ud fra en fælles database indplaceres alle fødevarer på skalamodellen



Producenter kan beregne det konkrete klimaaftryk for deres fødevare – og måske opleve, at fødevaren så kan få en bedre mærkning

# Perspektiver for skalamodelen

- Alle typer af produkter kan sammenlignes med hinanden
- Alle fødevarer kan få et mærke – hvis producenten ønsker det
- Kan hjælpe forbrugeren til at vælge varer med både lidt lavere eller meget lavere klimaaftryk
- Klimaeffekten er afhængig af, i hvilken grad niveaufordeling motiverer forbrugeren til at rykke til et bedre niveau



# To modeller

## Skalamodel



## Best in class



# Best in class-modellen



- Alle fødevarer inddeles i kategorier, f.eks. frugt og grønt, kornprodukter, pålæg osv.
- I hver kategori sætter man **ÉN** grænseværdi for, hvornår en fødevarer kan få klimamærket
- Fødevaren kan kun få mærket ved at leve op til grænseværdien
  - Derudover skal besluttes, hvor mange kategorier der skal indgå
  - Og der skal besluttes et grænseniveau i hver kategori

# Eksempler på fødevarekategorier



## Eksempel 1:

- Frugt & Grønt
- Animalske fødevarer
- Kolonial/tørvarer
- Drikkevarer

## Eksempel 2:

- Frugt & Grønt
- Snacks, kager mv.
- Færdigretter
- Mejeri & alternativer
- Nødder, kerner, frø
- Olie og fedtstoffer
- Kolonial
- Kød og kødprodukter



# Best in class



Fødevarer kan få klimamærket på TO måder:

- Ud fra en fælles database mærker man de fødevarer der ligger under grænseværdien i kategorien
- Producenter kan beregne det konkrete klimaaftryk for deres fødevare – og måske opleve, at fødevaren så kan få klimamærket

# Perspektiver for best in class-modellen

- De bedste produkter i hver fødevarekategori bliver fremhævet
- Det er ikke alle fødevarer, der kan mærkes
- Det er ikke muligt at sammenligne på tværs af kategorier
- Ligner andre mærker på fødevarer, som forbrugeren allerede kender til
- Klimaeffekten er afhængig af, hvor grænseværdierne sættes





Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Fødevarestyrelsen

# Alt det med småt....

22. august 2022

# Og disse problematikker er vi opmærksomme på....

- Fortyndingsproblematikken
- Næringsindholdet
- Usunde vaner

...men det ligger langt ud over hvad vi gerne vil have  
jeres input til i dag 😊



Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Fødevarestyrelsen

# Drøftelse i grupperne

22. august 2022

## Gruppearbejde session 2

- Hvilke styrker og svagheder ser I ved hver af de to modeller?
- Hvilken model hælder din organisation mest til – og hvorfor?





Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Fødevarestyrelsen

# Panel samtale



Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri  
Fødevarestyrelsen

# Giv dit bedste råd til arbejdsgruppen

**Tak for i dag og  
den videre  
proces**

