

No 039

April 2009

MÆRKNING



Radioavisen sendte direkte · Nyt pejlemærke til en sundere livsstil · Ny quickguide til indkøbsturen · Slut med at brug lup · New York-restauranter tæller kalorier · Dyrt at vente med at sikre sit produkt · Forskrifter · Analyserabat · Personaleny



Radioavisen sendte direkte

Af Ib Keld Jensen

Stor medieinteresse, da Dansk Varefakta Nævn præsenterede sit undervisningsmateriale om varedeklARATIONER.

TV Avisen filmede børn, der hoppede over flødeboller, og middagsradioavisen sendte direkte. Selv lærernes eget medie Folkeskolen havde sendt en journalist til Østerbro i København, da Dansk Varefakta Nævn den sidste fredag i februar efter næsten to års forberedelse sendte sit undervisningsmateriale på gaden.

Samtidig blev 108.600 aviser om at læse og forstå en varedeklaration sendt ud i classesæt til samtlige landets grundskoler, seminarier og andre interesserede undervisningsinstitutioner. Og dem er der mange af.

"Interessen har været overvældende og langt større, end vi kunne drømme om. Så har vi nogensinde været i tvivl om, hvorvidt interessen var til stede på skolerne, så er vi det i hvert fald ikke længere," siger Helga Møller.

I dagene efter blev Dansk Varefakta Nævn blandt andet kontaktet af to lektorer fra samme lærerseminarium, som uafhængigt af hinanden gerne ville have 140 ekstra eksemplarer af avisen tilsendt.

"Og det er vi jo glade for. Hvis de kommende lærere også finder emnet interessant, så er meget nået i retning mod at få sat varedeklARATIONER på skoleskemaet og dermed give skoleeleverne et redskab til at tage vare på egen sundhed," anfører hun.

Til stede ved præsentationen var nogle af de børn ved Den Classenske Legatskole i København, som på forhånd havde afprøvet materialet i undervisningen, og de blev interviewet til både radio, tv og trykte medier. "Nu ved jeg hvad en kilojoule er," fortalte 12-årige Malthe Rosendal.

Hans lærer i hjemkundskab og dansk, Søren Albret, har i sin danskundervisning prøvet materialet med sine elever i 6. klasse.

Han er enig med eksperterne i, at varedeklARATIONER og fødevarervalg er et kompliceret emne, og at det er et emne, man er tilbøjelig til ikke at kaste sig over, med mindre man interesserer sig særligt for det.

640 hop på en flødebolle

Da han brugte materialet, gav det anledning til nogle gode diskussioner om for eksempel kendte sportsudøveres medvirken i reklamer.

At Michael Laudrup reklamerer for havregryn er mere fornuftigt, end at Joachim Boldsen reklamerer for Nutella, kom eleverne frem til. "Materialet kan sætte en diskussion i gang om forskellige aspekter af fødevarer og deres sammensætning", vurderer Søren Albret.

Materialet instruerer blandt andet i, hvordan man kan regne ud, hvor meget man skal bevæge sig for at forbrænde den energi, man får fra forskellige fødevarer. Det kræver 640 hop at forbrænde en flødebolle, og det illustrerede elever ved at hoppe over flødeboller.

Omtale i forbindelse med lancering af undervisningsavisen

"Bliv din egen maddetektiv":

- Annonce i MetroXpress (gentages)
- Direkte sending fra lanceringen i middagsradioavisen fredag den 27. februar
- Reportageindslag i TV-Avisen kl. 18.30 samme aften
- Artikel på Folkeskolen.dk
- Artikel på ernæringsog sundhed.dk
- Artikel på Folkesundhed.dk
- Artikel på Politikens Tjek.dk
- Artikel på 24 timer.dk
- Artikel i avisen 24. Timer
- DR P4 formiddag den 26. februar
- Foodculture (Landbrugsraadets blad) nr. 04:09
- Artikel i Dansk Handelsblad den 6. februar
- Artikel i Aabybro-posten den 24. februar
- Artikel i Midthimmerlands Folkeblad den 25. februar
- Super-Avisen leder den 26. februar



Caroline Sofie Jacobsen og Malthe Rosendal havde arbejdet med materialet på forhånd og blev interviewet af Radioavisens Troels Jensen. Foto: Jesper Ludvigsen, Congohuset

Nyt pejlemærke til en sundere livsstil

Af Merete Folmar Fast

Fuldkorn mætter godt og kan forebygge en række sygdomme. Nu kan fødevarer med højt fuldkornindhold mærkes med særligt logo.

Januar 2009 så et nyt logo dagens lys. Det er det såkaldte fuldkornslogo, der markerer et særligt højt indhold af fuldkorn.

Baggrunden for fuldkornslogoet er en stigende overvægt i den danske befolkning. En løsning på dette problem kan være at sænke energiindtaget ved at spise mere fuldkorn, da det mætter godt. Desuden tyder det på, at indtagelse af fuldkorn kan forebygge sygdomme som sukkersyge, hjertesygdomme og kræft. Fødevarestyrelsen anbefaler, at man spiser mindst 75 gram fuldkorn om dagen.

Repræsentanter fra erhvervet, sundhedsorganisationer, myndigheder og detailhandel har dannet et fuldkornspartnerskab. Partnerskabets vision er at fremme folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn. Dette skal opnås ved at øge tilgængeligheden af fuldkornsprodukter og udbrede kendskabet til fuldkorns gavnlige virkning. Dette skal blandt andet gøres ved at udbrede sloganet "Vælg fuldkorn først".



Sådan ser det logo ud, som siden 1. januar har været at finde i danske butikker

Mulighed for partnerskab

Som producent, organisation eller andet kan man bakke op om mærket ved at blive partner. Partnere skal godkendes af fuldkornspartnerskabet og indgå en skriftlig aftale. Desuden betales et årligt deltagergebyr, som anvendes til at skabe nye normer og markeder, for at motivere befolkningen til at spise mere fuldkorn. Partnere kan anvende logoet på fødevarer, der lever op til kravene for at bære logoet og i al markedsføring. Fødevareregionerne kontrollerer brugen af logoet som en del af den løbende kontrol.

Detailhandelskæder, butikker, bagere, restauranter, kantiner m.fl. kan uden betaling benytte logoet i forbindelse med generisk markedsføring af fuldkornsprodukter. Dette skal foregå på en måde, der ikke er vildledende og efter fastsatte retningslinier for design af logoet. Læs mere om kriterier for brug af fuldkornslogoet, fordele m.m. på www.fuldkorn.dk

Fuldkorn defineres som hele kernen af korn/cerealier. Det vil sige, at det skal indeholde kerne, kim og skaldele i samme forhold som i den intakte kerne. Fuldkorn kan både være hele og forarbejdede kerner. Cerealier defineres som hvede, spelt, rug, havre, byg, majs, ris, hirse og durra og andre Sorghum-arter. Fuldkornsprodukter dækker produkter som mel, gryn, ris, brød, knækbrød, morgenmadscerealier, pasta og nudler.

Mængden af fuldkorn regnes på produktets tørstof. Ud over krav til indholdet af fuldkorn stiller fuldkornslogoet også krav til indholdet af fedt, sukker, kostfibre og salt.

Merete Folmar Fast er fødevarekonsulent hos Dansk Varefakta Nævn.

Ny quickguide til indkøbsturen

Af Merete Folmar Fast

Kun fødevarer med for eksempel lavt fedt- og sukkerindhold slipper gennem nøglehullet til nyt fællesnordisk mærke.

Nøglehulsmærket er et ernæringsmærke, der på en nem og hurtig måde skal guide forbrugere til at vælge sunde fødevarer inden for udvalgte produktgrupper. Der er fastlagt kriterier for, hvad fødevarerne må indeholde af fedt, sukker, fuldkorn og salt. Fødevarerne er inddelt i 25 grupper inden for eksempel mælk og mælkeprodukter, kød og kødprodukter og færdigretter.

Fødevarer som is, slik og sodavand kan ikke få mærket, da disse fødevarer ikke bidrager til en sund og varieret kost. Søddestoffer og godkendte nye fødevarer (novel food) eller nye fødevaringredienser med sødende egenskaber må ikke anvendes i nøglehulsmærkede fødevarer.

Det forventes, at de officielle regler for brugen af mærket træder i kraft i maj 2009. Der er dog allerede produkter på markedet med nøglehulsmærke på. Mærket indføres i samarbejde med Sverige og Norge, og i Sverige har det været anvendt de sidste 20 år.

Dansk Varefakta Nævn er gerne behjælpelig i vurderingen af, om en fødevarer kan få Nøglehulsmærket og Fuldkornslogoet på.



Dansk Varefakta Nævn hjælper gerne med at vurdere, om en fødevarer kan få Fuldkornslogoet eller Nøglehulsmærket.

Slut med at bruge lup

Af Vibeke Kaas

Grænse på vej for hvor småt man må skrive på en fødevarerdeklaration

I et udkast til en forordning om mærkning af fødevarer, som skal erstatte bekendtgørelse om mærkning af fødevarer, er der forslag om at indføre en minimumsskriftstørrelse for de obligatoriske oplysninger. Forslaget skal forbedre læsbarheden af fødevarerdekclarationerne.

Lille skrift er en af hovedårsagerne til forbrugernes utilfredshed med fødevareretiketter, fremgår det af forordningsudkastet, der angiver en minimumstypestørrelse på 3 millimeter, hvilket svarer til 10 punkt.

Konsekvenserne kan illustreres ved en emballage for et charcuteriprodukt.

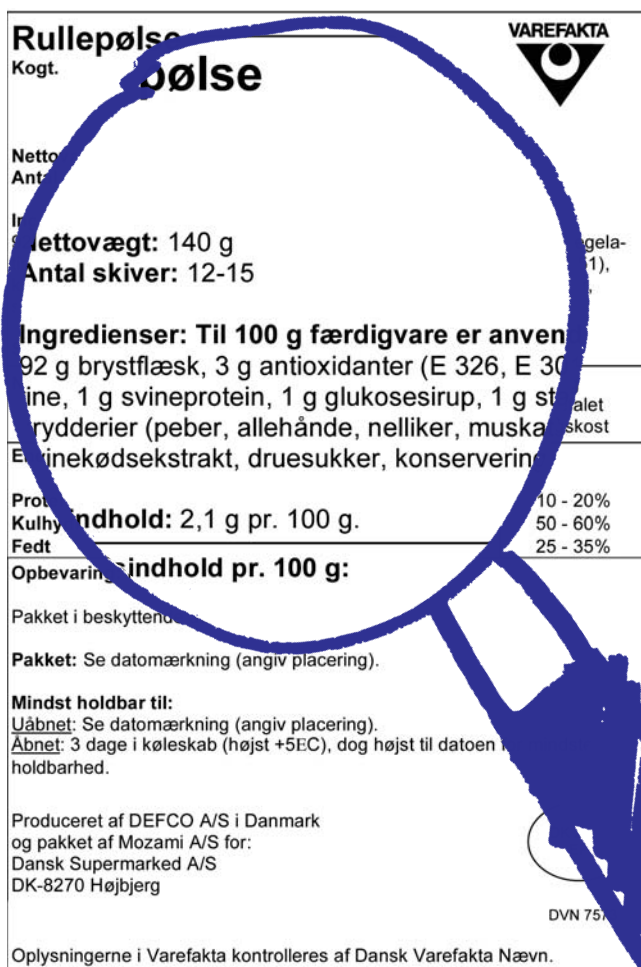
Emballagen har to sider på ca. 9,5 x 10,5 cm. Den eksisterende etiket fylder 8,5 x 4,2 cm., hvilket svarer til cirka halvdelen af bagsidens areal. Forsideetiketten med varebetegnelse, foto og frivillige oplysninger fylder hele forsidearealet. Type-størrelsen er 1 til 1,5 millimeter.

Hvis kravet om en punktstørrelse på minimum 3 mm bliver vedtaget, kommer deklARATIONEN til at fylde 13 x 13 cm uden næringsdeklARATIONEN. Det betyder, at varen skal sælges i større emballager, eller at en del af deklARATIONSOPLYSNINGERNE skal have plads på forsiden.

Med en type-størrelse på 8 punkt svarende til 2 millimeter fylder deklARATIONEN 8,5 gange 9 centimeter og kan netop være på en etiket, der fylder bagsiden, hvis altså næringsdeklARATIONEN udelades eller flyttes til forsiden.

Store typer og dermed god læsbarhed er absolut ønskeligt, men det giver nogle udfordringer til producenter og emballageproducenter og kommer til at kræve omprioritering af emballagedesignet.

Vibeke Kaas er fødevarer konsulent hos Dansk Varefakta Nævn



Rullepølse
Kogt. **Pølse**

VAREFAKTA

Netto
Antal

Nettovægt: 140 g
Antal skiver: 12-15

Ingredienser: Til 100 g færdigvare er anvendt: 92 g brystflæsk, 3 g antioxidant (E 326, E 300), 1 g svineprotein, 1 g glukosesirup, 1 g stivelse, krydderier (peber, allehånde, nelliker, muskardian), svinekødsekstrakt, druesukker, konservering.

Proteinindhold: 2,1 g pr. 100 g.
Kulhydratindhold: 2,1 g pr. 100 g.
Fedtindhold: 2,1 g pr. 100 g.

Opbevaringsanvisning: Pakket i beskyttende folie.

Mindst holdbar til:
Uåbnet: Se datomærkning (angiv placering).
Åbnet: 3 dage i køleskab (højest +5°C), dog højst til datoen for holdbarhed.

Produceret af DEFCO A/S i Danmark og pakket af Mozami A/S for: Dansk Supermarked A/S DK-8270 Højbjerg

Oplysningerne i Varefakta kontrolleres af Dansk Varefakta Nævn.

New York-restauranter tæller kalorier

Af Helga Møller

Vi kan lære af amerikanerne, men det bliver svært, for ikke at sige umuligt, uden en lovændring.

I april sidste år kunne man i den engelske avis The Guardian læse, at New York som den første by i USA havde bestemt, at alle kæderestauranter fremover skulle oplyse det samlede kalorieindhold på deres menuer. Det eksempel, der blev nævnt var en Frappuccino-kaffe hos Starbucks, der indeholdt 600 kalorier – svarende til et helt måltid mad.

Initiativet var tænkt som et middel mod fedme og sukkersyge. Myndighederne i New York vurderede, at det ville forhindre 130.000 New Yorkere i at blive fede, og 30.000 ville undgå at få sukkersyge.

Hos Dansk Varefakta Nævn finder vi naturligvis initiativet meget interessant, og jeg satte mig for at se, hvordan virkeligheden ser ud nu, næsten et år efter at reglen er indført. Og jo – der er mange kæderestauranter, der deklarerer kalorieindhold – men absolut ikke alle. De, der deklarerer, deklarerer både menuer og enkeltstående varer som f.eks. en burger og en bakke pømmes frites.

Det var typisk de mest kendte, som Starbucks og McDonalds, men også andre fulgte med.

Kalorieindholdet angives for en portion af varen – altså ikke pr. 100 g, men ganske simpelt at denne burger eller dette måltid indeholder så mange kalorier. I nogle tilfælde var der f.eks. angivet et interval som 200-220 kalorier. For forbrugeren er det en rigtig god hjælp – ofte kan man jo ligeså godt købe det ene som det andet, og her kan kalorieindholdet måske blive den afgørende faktor.

Når det primært er de mest veletablerede kæderestauranter, der mærker, kan det skyldes, at de måske er mere præcise i deres sammensætning af f.eks. en burger. I Danmark skal det indhold, der står, jo inden for meget snævre grænser svare til det kalorieindhold, der er i varen – så det er slet ikke nemt at mærke håndlavede varer, fordi der meget ofte kan forekomme udsving i kalorieindholdet fra den ene burger til den anden. Jeg ved ikke, om USA er ligeså striks og måske er godt tilfreds med ca.-værdier, hvilket intervalmærkningen tyder på. Men en indikation er det jo og et vældig nyttigt værktøj i mine øjne.

New York-modellen kan måske inspirere til et mere fleksibelt syn herhjemme på angivelse af kalorieindhold i retning mod intervalangivelse. I modsat fald bliver det meget vanskeligt, for ikke at sige umuligt, at overholde lovgivningen ved deklarering af kalorieindhold af håndlavede fødevarer.

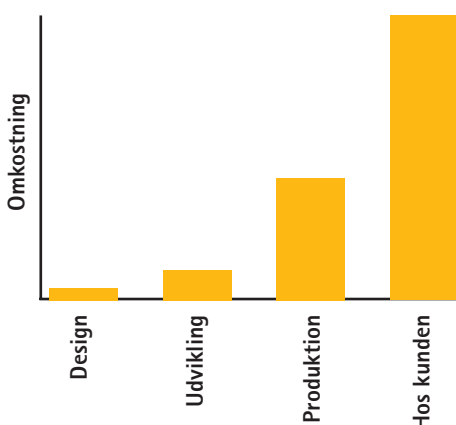
Helga Møller er direktør i Dansk Varefakta Nævn

Dyrt at vente med at sikre sit produkt

Af Torben Rahbek, produktsikkerhedsrådgiver

Omkostningerne stiger eksplosivt, hvis man først retter sikkerhedsfejl, når produktet er ude hos kunden.

”Jo før, jo bedre” gælder også produktsikkerhed. Al erfaring viser, at omkostningen til at rette fejl stiger voldsomt, jo senere man finder fejlen, så man skal tænke sikkerhed ind i sine produkter så tidligt som muligt.



Løbende stikprøvekontrol

Når man producerer, skal man allerede i designfasen tænke over, hvordan man designer sit produkt sikkert. Hvis man ikke selv har erfaring med at designe sikre produkter, anbefales det stærkt at købe sig til hjælp i denne fase. Udviklingsfasen afsluttes som regel med en typetest – oftest i samarbejde med et prøvelaboratorium.

Når man importerer, skal man kunne regne med, at leverandøren laver produktet sikkert og udfører en løbende produktionskontrol. Men tillid er godt, og kontrol er bedre, og derfor skal man skaffe sig så meget teknisk dokumentation som muligt og undersøge den, før man beslutter sig endeligt for at importere produktet. Undersøg især, om fabrikanten er sprunget over nogle af testpunkterne i standarden, og overvej, om der er andre risici ved produktet end dem, fabrikanten har undersøgt. Igen kan det være en fordel at købe sig til hjælp i starten.

Herefter starter produktionen eller importen, og så er det vigtigt at blive ved med at tænke i sikkerhed. Der skal være en løbende stikprøvekontrol, hvor du undersøger en ”passende” andel af produkterne, for at se, at de bliver ved med at leve op til sikkerheds- (og kvalitets-)kravene. Behandling af kundeklager indgår i dette sikkerhedsarbejde.

Kom og hør mere

”Sådan gør jeg mit produkt sikkert” er temaet for det andet seminar om produktsikkerhed, som Dansk Varefakta Nævn afholder for sine eksisterende og kommende kunder i foråret. Seminaret giver blandt andet tips og tricks og nogle eksempler på nemme tests, som du selv kan udføre i dit sikkerhedsarbejde.

Torben Rahbek er produktsikkerhedsrådgiver med egen virksomhed. Tidligere chef for Sikkerhedsstyrelsens markedskontrol og dansk repræsentant i europæisk myndigheds-samarbejde om produktsikkerhed. Læs mere på www.torbenrahbek.dk



Dansk Varefakta Nævn (DVN) er et samarbejde mellem forbrugere, industri og handel om frivillig mærkning af brugseggede varer og tjenesteydelser til forbrugerne. Mærkningen består af deklaration af indhold og/eller egenskaber og kendes på Varefaktamærket. DVN driver Energimærkningssekretariatet for Produkter, der administrerer energimærkningen af hårde hvidevarer, klimaanlæg og lyskilder for Energistyrelsen. DVN blev oprettet i 1957.

Dansk Varefakta Nævn
Bylledet 7
4000 Roskilde
Tlf. 4630 4500
Fax 4630 4525
varefakta@varefakta.dk
www.varefakta.dk

Forskrifter

Følgende forskrifter er blevet revideret eller ajourført siden 24. november 2008:

Bæreseler og -slynger, DVN 5218

Bærestole, DVN 5217

Grillkul og -briketter, DVN 5180

Frottehåndklæder og -vaskeklude, DVN 3116

Sengelinned, DVN 3115

Sutteklæder, DVN 5229

Termobeholdere og køleelementer, DVN 4025

Personalenyt



Kurser og konferencer
DVN's medarbejdere har deltaget i følgende kurser og konferencer siden 24. november 2008:

Netværk til formidling af de 8 kostråd, Fødevarestyrelsen

Orienteringsmøde, Danish Meat Association

Møde om fuldkorn, LEVS



MÆRKNING

Mærkning udgives af Dansk Varefakta Nævn ca. 4 gange årligt og indeholder artikler om Varefakta og mærkningsrelaterede emner inden for DVN's arbejdsområder.

Indholdet i Mærkning må gengives med kildeangivelse.

Bladet udsendes gratis til DVN's kunder, samarbejdspartnere, politikere, pressen m.fl.

Redaktion:
Direktør Helga Møller (ansvarshavende)
Ib Keld Jensen
Marianne M. Palbo

12. årgang
Oplag: 2.000 eksemplarer
Tryk: Nofoprint
Design: finnygaard.com
Redaktionen afsluttet:
18. marts 2009.

Analyserabat

Ved analyse af næringsindhold i varer, der har eller skal have Varefakta, kan producenter ved samarbejde med DVN få en rabat på analyseprisen hos laboratoriet Eurofins.

De producenter, der ønsker at benytte sig af denne rabat, bedes rette henvendelse til DVN i hver enkelt sag.

DVN vil herefter sende en bekræftelse via mail, som producenten skal videresende til Eurofins sammen med selve bestillingen af analyserne. DVN kan desuden være behjælpelig med hvilke parametre, der skal analyseres for.



Jette Dehlbæk

Ernærings- og husholdningsøkonom Jette Dehlbæk er tiltrådt en nyoprettet stilling som fødevarerkon-sulent. Jette har tidligere arbejdet som kvalitets- og laboratoriekoordinator hos Harboe Farm. Hos DVN udarbejder Jette Varefakta på fødevarer for sin egen kundekreds.