



Forbrugerrådet Tænks perspektiv på klimamærkning af fødevarer

GS1 Forum 23/11-2021
Camilla Udsen, projektchef

Forbrugerrådet
Tænk

Hvad vil jeg tale om?

- Forbrugernes behov og viden
- Forbrugerrådet Tænks anbefalinger til et klimamærke for fødevarer
- Andre måder at kommunikere klimaviden på



Den ældste forbrugerorganisation i Europa

Den næstældste i verden

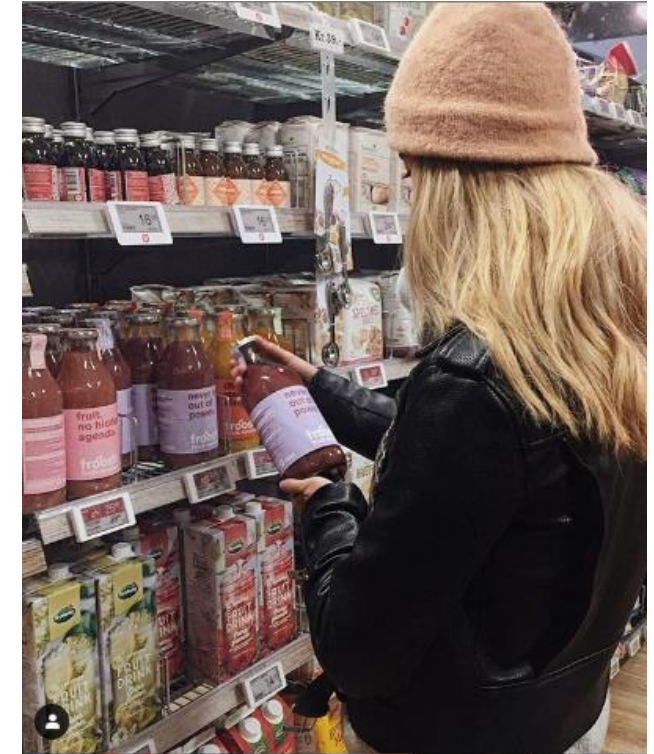
- 1947:
Danske Husmødres Forbrugerråd
- 1960'erne:
Forbrugerrådet og Tænk
- 2007/2008:
Personlige medlemmer
- 2013:
Forbrugerrådet Tænk



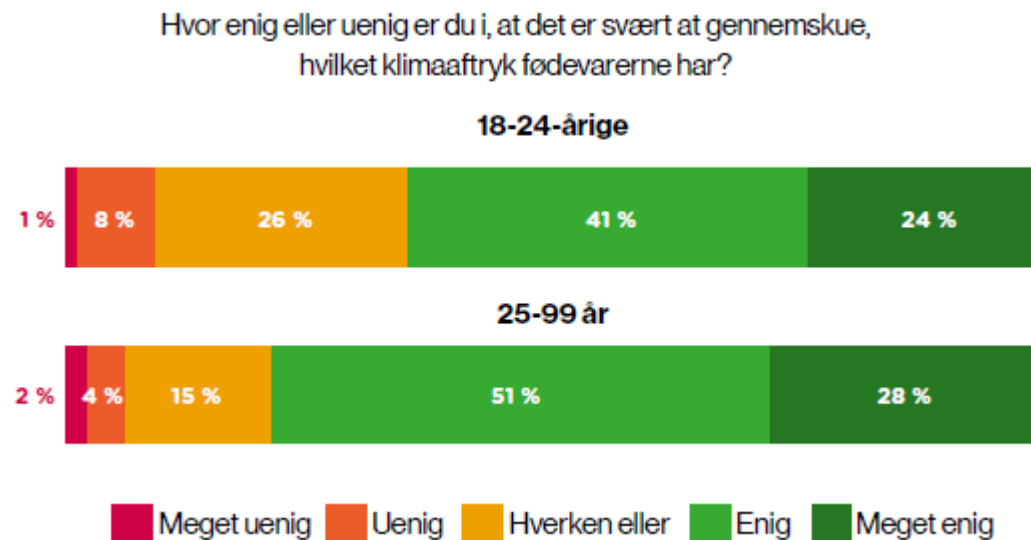
Forbrugerrådet
Tænk

Udgangspunktet

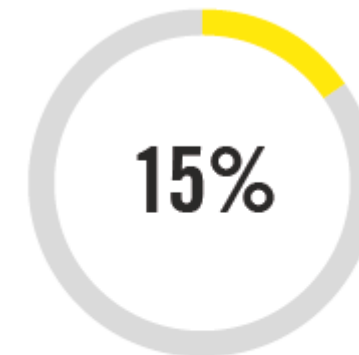
- Det skal være let at træffe et bæredygtigt valg
- En nødvendig ændring i kostvaner og adfærd
- Fremme en mere bæredygtig fødevareproduktion



Forbrugerne mener selv, at det er svært at gennemskue klimaaftryk



Kilde: Forbrugerrådet Tænk, 2021

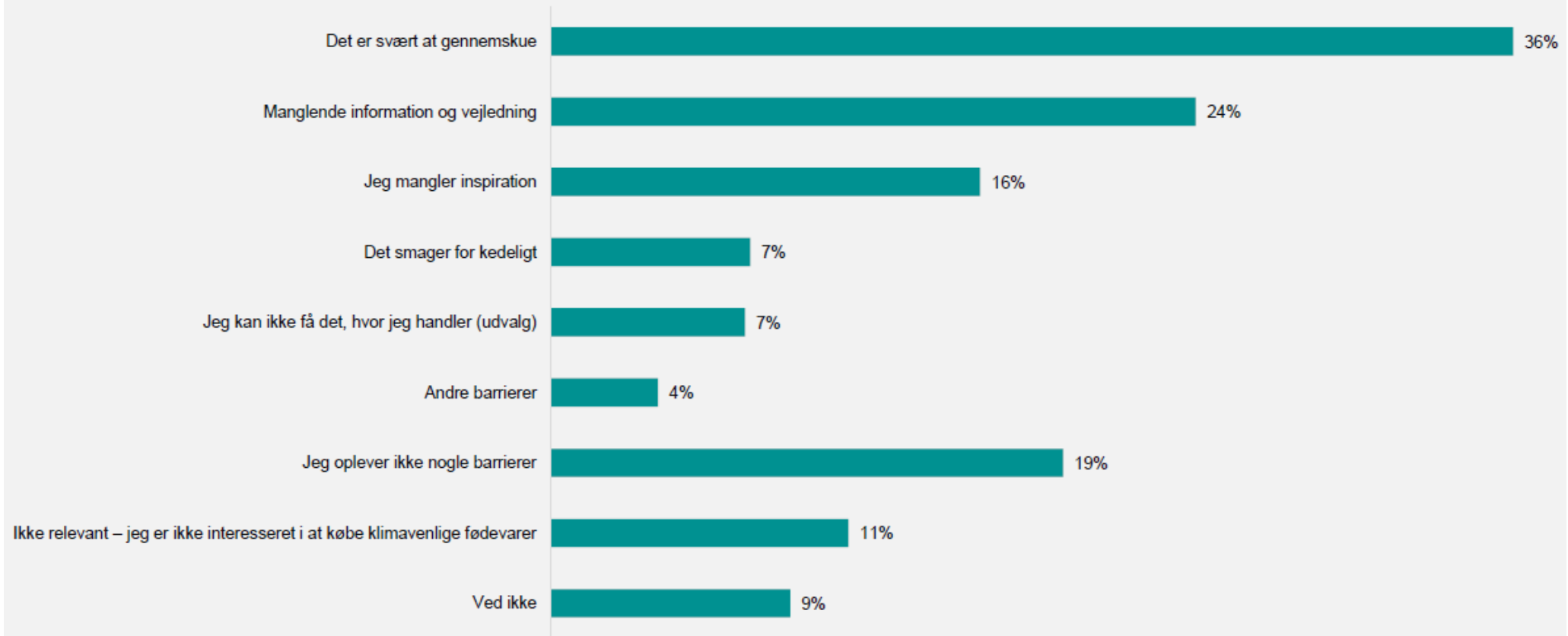


Det er let at
vurdere, om en vare
er bæredygtig.

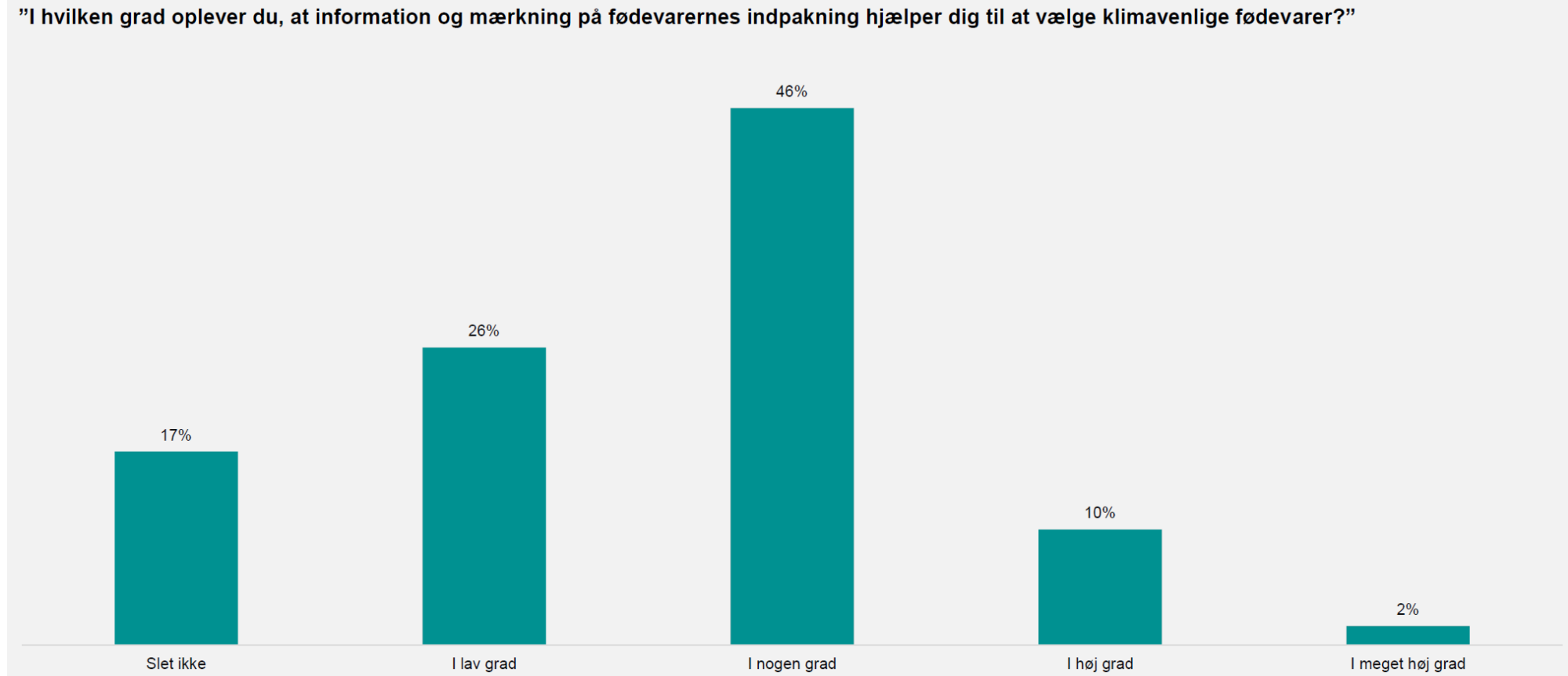
Kilde: Advice, 2021

Den største barriere for at købe klimavenlige fødevarer er, at det er svært at gennemskue

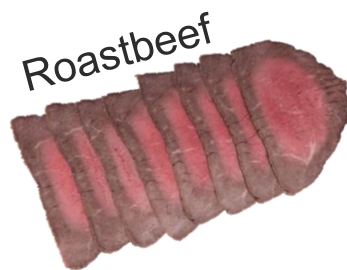
"Hvad oplever du som de væsentligste barrierer for at købe klimavenlige fødevarer?"



Kun 12% af forbrugerne oplever, at information og mærkning på fødevarernes indpakning hjælper dem til at vælge klimavenlige fødevarer



Forbrugerne har svært ved at sammenligne fødevarers klimaaftryk



Roastbeef



Leverpostej



Bananer



Danbo 45+ ost



Gulerødder



Kyllingebryst
(kogt, pålæg)



Hummus (færdiglavet)

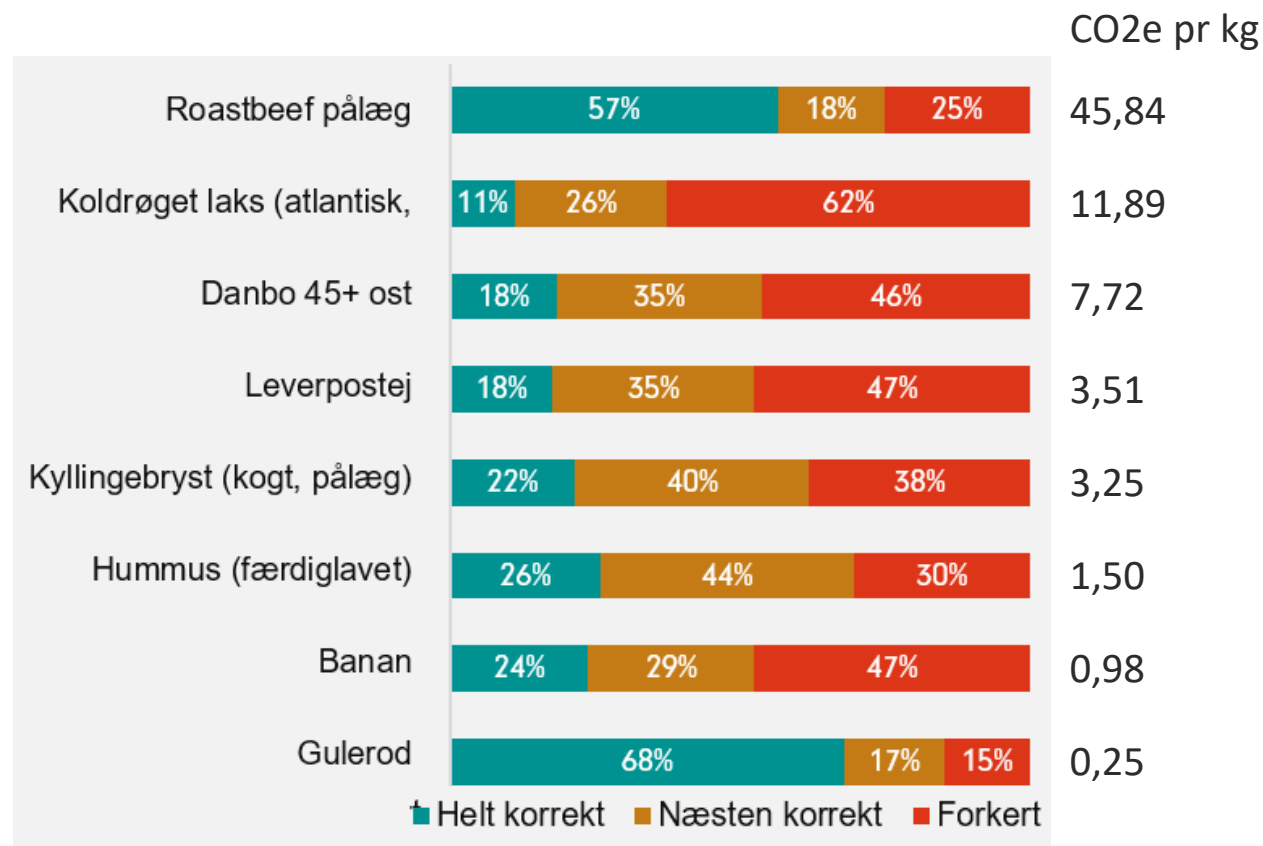


Koldrøget laks
(atlantisk, opdræt)

Forbrugerrådet
Tænk

Kun 2 ud af 1000 kunne rangere de otte fødevarer korrekt

Letteest var det at placere roastbeef og gulerod



Forbrugerrådet Tænks anbefalinger til et klimamærke

- Myndighederne skal drive udvikling, implementering og kontrol
- Både de gode og de dårlige klimavalg skal mærkes
- Det skal være muligt at sammenligne fødevarer på tværs af kategorier
- Mærkningsordningen skal ideelt set være obligatorisk frem for frivillig
- Mærkningen bør være en skala med farvekoder og mindst 5 trin



Hvorfor ikke et positivt mærke, der anviser bedste valg inden for kategorien?

- Incitament for producenter til klimareduktioner

...men også:

- Risiko for vildledning
- Favoriserer store virksomheder og danske producenter
- Understøtter ikke tilstrækkeligt den nødvendige omlægning i forbrug og dermed markedet



Klimaanprisninger på fødevarer – brug for enighed om rammer for at undgå vildledning og greenwashing



Forbrugerrådet
Tænk



For Resten-appen mod madspild

- Udviklet i 2012 i samarbejde med Stop Spild Af Mad og Landbrug & Fødevarer
- Gratis, over 50.000 downloads

Hjælp til at minimere madspild – lige ved hånden.

Appen giver gode råd og tips til:

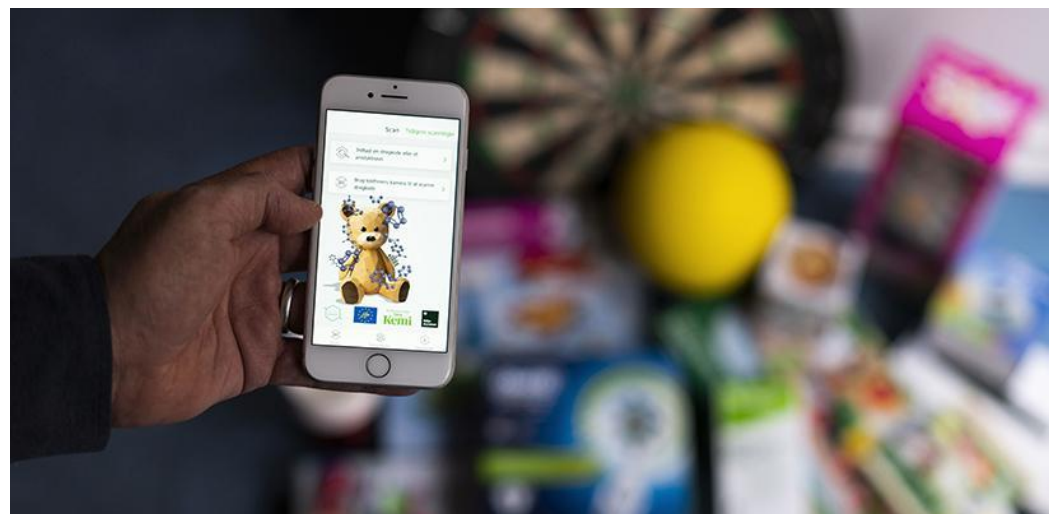
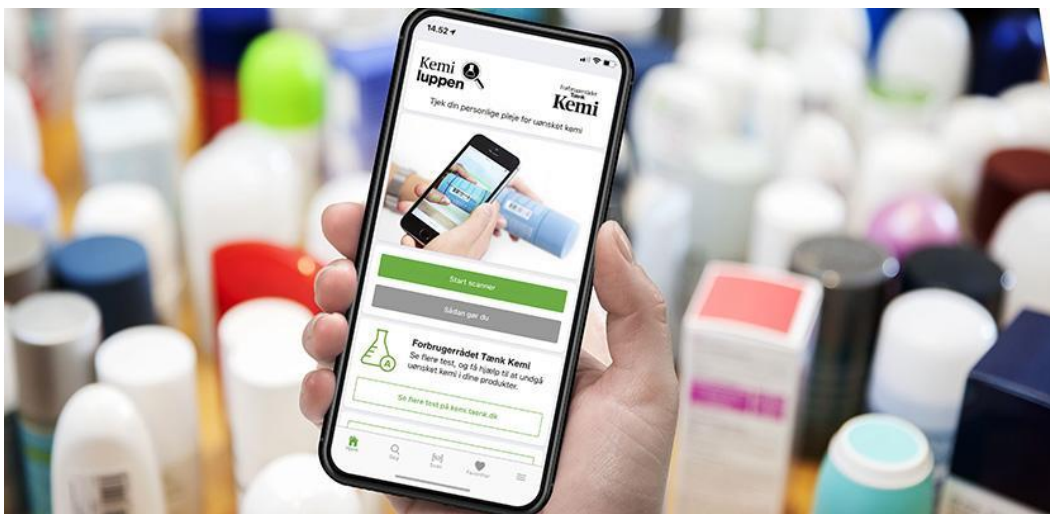
- Korrekt opbevaring af råvarer
- Opmærksomhed og viden om holdbarhed
- Hvordan du vurderer, om en madvare stadig kan bruges eller er for gammel
- Brugen af rester i din madlavning.

200 råvarer opdelt i 8 hovedkategorier og godt 300 idéer til retter, hvor rester kan indgå.

Forbrugerrådet
Tænk



Andre FBRT apps – Kemiluppen og Tjek Kemien



Afslutning

- Der er et behov for omstilling af forbrugernes fødevareforbrug
- Forbrugerne har svært ved at gennemskue fødevarers klimabelastning
- Nuværende mærkning og information er ikke tilstrækkelig
- For at tilgodese forbrugernes behov skal et klimamærke omfatte alle fødevarer, og det skal være muligt at sammenligne på tværs af kategorier
- Producenters klimatiltag kan kommunikeres gennem anprisninger, men vigtigt at sikre mod vildledning
- Apps kan supplere, men ikke erstatte mærkning



Tak for ordet!
Kontakt: cu@fbr.dk



@CamillaUdsen



Forbrugerrådet Tænk Mad



@udsencamilla



Forbrugerrådet
Tænk