



# Om reklame for sund mad på spisesteder

Der er regler for, hvad du må skrive, når du markedsfører en fødevare eller en madret med, at den har særlige ernæringsmæssige egenskaber eller en gavnlig effekt på sundheden.

Må vi bruge ernæringsanprisninger på spisestedets madretter? side 2 >>

Må vi sige, at vi serverer sunde retter? side 5 >>

Må vi sige, at spisestedets mad lever op til Fødevarestyrelsens anbefalinger? side 6 >>

Må vi sige, at spisestedets mad anbefales af diætister eller en kendt sundhedsperson? side 8 >>

Må vi sige, at man bliver klog eller stærk af at spise maden? side 8 >>

Hvad er Nøglehullet? side 9 >>

Der er regler for, hvad du må skrive, når du markedsfører en fødevarer eller en madret med, at den har særlige ernæringsmæssige egenskaber eller en gavnlig effekt på sundheden. Reglerne gælder både for færdigpakkede fødevarer og uindpakkede fødevarer som fx mad og drikke på spisesteder.

Formålet med reglerne er at sikre, at forbrugerne ikke vildledes. Ernærings- og sundhedsanprisninger skal derfor være videnskabeligt dokumenterede.

Reglerne gælder for al reklame. Det vil sige al tekst, mærker, skilte, billeder og lignende på spisestedet, i reklamehæfter, på hjemmesider mv. Reglerne gælder også for varemærker og handelsbetegnelser.

Reglerne findes i anprisningsforordningen og i mærkningsforordningens artikel 7, stk. 1, litra c og artikel 7, stk. 3.



## Må vi bruge ernæringsanprisninger på spisestedets madretter?

Dette afsnit gennemgår de anprisninger, der er mest interessante for spisesteder, og de krav fødevareren skal overholde, når de bruges. Bemærk at alle tilladte ernæringsanprisninger findes i et bilag til anprisningsforordningen.

Anprisningerne kan bruges på alle fødevarer. Det vil sige både færdigpakkede fødevarer og uindpakkede fødevarer som fx madretter på spisesteder.



### “Indeholder fiber” eller “med fiber”

Må bruges, hvis produktet indeholder mindst 3 g fibre pr. 100 g eller mindst 1,5 g fibre pr. 100 kcal.

### “Højt fiberindhold”, “fiberrig” eller “indeholder X % fiber”

Må bruges, hvis produktet indeholder mindst 6 g fibre pr. 100 g eller mindst 3 g fibre pr. 100 kcal.

### “Med fuldkorn” eller “indeholder fuldkorn”

Fuldkorn er en ingrediens. Det er tilladt at mærke en fødevarer eller en madret med, at den indeholder fuldkorn, hvis fødevareren indeholder en væsentlig mængde fuldkorn. Det er altid en konkret vurdering, hvornår der er tale om en væsentlig mængde. Det afgørende er, at mærkningen ikke er vildledende (jf. fødevarerforordningens artikel 16).

Fuldkornsmærket er et logo, der er udviklet af fuldkornspartnerskabet. Fuldkornsmærket kan bruges, hvis fødevareren opfylder kravet til indhold af fuldkorn, og producenten deltager i fuldkornspartnerskabet.

For mere information se: [www.fuldkorn.dk](http://www.fuldkorn.dk).

### “Lavt energiindhold”

Må bruges, hvis produktet højst indeholder 40 kcal pr. 100 g. Er der tale om en væske må produktet dog højst indeholde 20 kcal pr. 100 ml. For sødestoffer til bordbrug gælder grænsen på 4 kcal pr. portion med sødende egenskaber svarende til 6 g saccharose (ca. 1 teskefuld sukker).

### “Uden fedt” eller “Fedtfri”

Må bruges, hvis produktet højst indeholder 0,5 g fedt pr. 100 g eller pr. 100 ml. Anprisninger med udtryk som “X % fedtfri” er ikke tilladt.

### “Lavt Fedtindhold”, “fedtfattig” eller “max X % fedt (hvor X= 3 eller mindre)”

Må bruges, hvis produktet højst indeholder 3 g fedt pr. 100 g. Er der tale om en væske, må produktet dog højst indeholde 1,5 g fedt pr. 100 ml (1,8 g fedt pr. 100 ml for letmælk).

### “Uden tilsat sukker”

Må bruges, hvis produktet ikke indeholder tilsatte mono- eller disaccharider eller andre fødevarer, der er anvendt på grund af deres sødende egenskaber. Har produktet et naturligt indhold af sukker, skal produktet mærkes med: “Med et naturligt indhold af sukker”.

### “Lavt sukkerindhold”

Må bruges, hvis produktet højst indeholder 5 g sukkerarter pr. 100 g. Er der tale om en væske må produktet dog højst indeholde 2,5 g sukkerarter pr. 100 ml.

### “Sukkerfri” eller “0 % sukker”

Må bruges, hvis produktet højst indeholder 0,5 g sukkerarter pr. 100 g eller pr. 100 ml.

### “Lavt saltindhold”

Må bruges, hvis produktet højst indeholder 0,12 g natrium eller 0,3 g salt pr. 100 g eller pr. 100 ml. For vand bør denne værdi ikke overstige 2 mg natrium pr. 100 ml, med mindre der er tale om naturligt mineralvand, der er omfattet af direktiv 2009/54/EF.

### “Indeholder vitamin C”

Må bruges, hvis produktet indeholder mindst 12 mg vitamin C pr. 100 g. eller pr. enkeltportionspakning (svarende til 15 % af RI). Er der tale om en drikkevare, kan anprisningen bruges, hvis drikkevaren indeholder mindst 6 mg vitamin C pr. 100 ml eller 12 mg pr. enkeltportionspakning.

### “Indeholder omega-3”

Må bruges, hvis produktet indeholder mindst 0,3 g alfa-linolensyre pr. 100 g og pr. 100 kcal, eller hvis mængden af eicosapentaensyre og docosahexaensyre i produktet tilsammen udgør mindst 40 mg pr. 100 g og pr. 100 kcal.

### “Højt indhold af omega-3” eller “Rig på omega-3”

Må bruges, hvis produktet indeholder mindst 0,6 g alfa-linolensyre pr. 100 g og pr. 100 kcal, eller hvis mængden af eicosapentaensyre og docosahexaensyre i produktet tilsammen udgør mindst 80 mg pr. 100 g og pr. 100 kcal.



De nævnte ernæringsanprisninger, eller udsagn, der betyder det samme, kan bruges, når betingelserne for anvendelse er opfyldt.

Bemærk, at det ikke er tilladt at anvende forstærkende ord som fx “meget”, “super” og “mere” i tilknytning til anprisningerne. Dette skyldes, at de forstærkende ord giver anprisningen en anden betydning.

Bemærk også, at det ikke er tilladt at anprise en bestemt egenskab, hvis lignende produkter altid har denne egenskab. Anprisningen vil i dette tilfælde være vildledende for forbrugerne.

**Det er ikke tilladt at anprise en sodavand som fedtfri, fordi sodavand i sin natur altid er fedtfri.**

Det er ikke tilladt at bruge anprisninger som:

“Super fedtfri”

“Ekstra lavt saltindhold”

“Mega rig på omega-3”



## Må vi sige, at vi serverer sunde retter?

Et spisested må gerne reklamere med, at der er gjort noget godt for sundheden, hvis der samtidig informeres om, hvad spisestedet har gjort for sundheden. Denne oplysning skal gives som generel information, fx. ved indgangen, ved disken eller over buffeten. Vær opmærksom på, at det ikke er tilladt at mærke den enkelte madret med denne information, fordi udsagnet i dette tilfælde vil knyttes til en bestemt madret og dermed være i strid med anprisningsforordningen.

Det er ikke tilladt at reklamere med, at den enkelte madret er sund eller at sætte fx grønne skilte/mærker i madretter for at vise, at en bestemt madret er et sundt alternativ.

Det er ikke tilladt at reklamere med, at en madret er sund eller markere sundere retter med fx grønne mærker.

Det er tilladt at reklamere med fx:

Spisestedet arbejder for sundheden fordi vi nu:

- Serverer salat til alle retter
- Har droppet frituren og serverer ovnbagte kartofler i stedet for pomfritter
- Serverer fisk hver dag





## Må vi sige, at spisestedets mad lever op til Fødevarestyrelsens anbefalinger?

Det er tilladt at reklamere med, at spisestedets mad følger de koncepter, der er udviklet af Fødevarestyrelsen. Denne reklame skal gives som generel information, fx. ved indgangen, ved disken eller over buffeten. Vær opmærksom på, at det ikke er tilladt at placere denne reklame i eller ved den enkelte madret, fordi udsagnet i dette tilfælde vil knyttes til en bestemt madret, og dermed være i strid med anprisningsforordningen.

Hvis spisestedet reklamerer med, at det følger et koncept udviklet af Fødevarestyrelsen, er det et krav, at alle de fødevarer og madretter, der serveres på spisestedet, lever op til konceptet.

Fødevarestyrelsen har udarbejdet guides for sundere mad i skolen, på ungdomsuddannelsen og arbejdspladsen. Disse koncepter kan være relevante for spisesteder. Koncepterne findes på [www.altomkost.dk](http://www.altomkost.dk).

Det er tilladt at reklamere med fx:

”Spisestedets mad følger Fødevarestyrelsens guide til sundere mad på ungdomsuddannelsen og arbejdspladsen”

Eller:

”Spisestedets mad følger Fødevarestyrelsens guide til sundere mad i skolen”

## Må vi bruge Fødevarestyrelsens kostråd i reklame for spisestedets mad?

Det er tilladt at bruge ét eller flere af Fødevarestyrelsens officielle kostråd eller dele af disse kostråd i markedsføring. De kan bruges i reklamemateriale, på mærker og skilte placeret ved den enkelte fødevarer eller madret.

Der gælder særlige hensyn for følgende kostråd:

”Spis mindre mættet fedt”: Produktet skal indeholde min. 30 % mindre fedt sammenlignet med et lignende produkt.\*

”Spis mindre sukker”: Produktet skal indeholde min. 30 % mindre sukker sammenlignet med et lignende produkt.\*

”Spis mad med mindre salt”: Produktet skal indeholde min. 25 % mindre salt sammenlignet med et lignende produkt.\*

*\*Det gælder altid, at der skal sammenlignes med en række fødevarer, der tilhører den pågældende kategori.*

Brug af kostråd må ikke give indtryk af, at Fødevarestyrelsen anbefaler produktet. Herudover kræves det, at produktet, der er mærket med fx ”Fødevarestyrelsen anbefaler – Spis mere fisk”, rent faktisk indeholder en væsentlig mængde fisk. Det er afgørende, at mærkningen ikke er vildledende (jf. fødevarerforordningens artikel 16).

Der gælder særlige krav ved brug af de officielle kostråds grafik. Læs mere i ”Manual for anvendelse af kostrådsdråberne” på [www.altomkost.dk](http://www.altomkost.dk).

Find Fødevarestyrelsens officielle kostråd på: [www.altomkost.dk](http://www.altomkost.dk).

Det er tilladt at reklamere med fx: ”Fødevarestyrelsen anbefaler”:

”Spis mere fisk” eller ”Spis frugt og mange grønsager”

Eller dele af et kostråd:

”Spis mindst 75 gram fuldkorn om dagen”

## Må vi mærke spisestedets mad med 6 om dagen logoet?

Det er tilladt at bruge 6 om dagen logoet i markedsføring, hvis man har indgået en licensaftale om brugen af logoet.

Logoet kan bruges på madretter, grønsager og på frisk frugt. Logoet må dog ikke bruges på kartofler, oliven, nødder og svampe.

Hvis logoet bruges på madretter, skal madretten leve op til kravene i Nøglehulsbekendtgørelsen (fødevarergruppe 26-30). Desuden skal den indeholde mindst 200 gram frugt og grønsager pr. portion, hvis den er tiltænkt en voksen person. Hvis madretten er tiltænkt et barn under 10 år, skal den indeholde mindst 100 gram frugt og grønsager. Produktets indhold af frugt og grønsager skal fremgå af pakningen pr. portion. Hvis logoet bruges på forarbejdede grønsager, skal de leve op til kriterierne i Nøglehulsbekendtgørelsen (fødevarergruppe 1).

Logoet kan både bruges i reklamemateriale, på mærker og på skilte, der placeres ved den enkelte fødevarer eller madret.

Brugen af logoet må ikke give indtryk af, at Fødevarestyrelsen anbefaler den konkrete madret eller fødevarer. Logoet må heller ikke give indtryk af, at frugt og grønsager fra en bestemt producent er bedre end anden frugt og grønt. For mere information om logoet se: [www.6omdagen.dk](http://www.6omdagen.dk).





## Må vi sige, at spisestedets mad anbefales af diætister eller en kendt sundhedsperson?

Det er ikke tilladt at reklamere med, at spisestedet serverer fødevarer eller madretter, der er anbefalet af diætister eller kendte sundhedspersoner, eller at spisestedets menu er udviklet i samarbejde med disse personer.

Det er heller ikke tilladt at reklamere med, at spisestedet samarbejder med en bestemt sundhedsorganisation. Det skyldes, at forbrugeren kan opfatte samarbejdet som sundhedsorganisationens anbefaling af spisestedets mad, hvilket er vildledende. Herudover vil sundhedsorganisationens navn eller logo også i nogle tilfælde

kunne give forbrugeren det indtryk, at spisestedets mad eller en bestemt madret har en gavnlig effekt for personer med den sygdom, organisationen repræsenterer.

Man må dog som udgangspunkt gerne sige, at der doneres et bestemt beløb til sundhedsorganisationen i forbindelse med salget af en bestemt fødevarer. Det skal blot være tydeligt, at det drejer sig om en donation. Det anbefales, at man søger vejledning hos sin brancheorganisation eller hos Fødevarestyrelsen, inden man kaster sig ud i den type reklame.

Det er ikke tilladt at reklamere med fx:

“Menuen er udviklet i samarbejde med førende sundhedsekspert Jesper Nielsen”

Eller:

At reklamere eller mærke maden med skilte som fx “diætistens valg”

## Må vi sige, at man bliver klog eller stærk af at spise maden?

Det er ikke tilladt at reklamere med, at spisestedets mad gør dig stærkere eller klogere. Den slags budskaber i ord eller billeder er ulovlige (udokumenterede) sundhedsanprisninger. Budskaber som forbrugeren klart

opfatter som “sjov”, er dog ikke i strid med reglerne. Det anbefales, at man søger vejledning hos sin brancheorganisation eller hos Fødevarestyrelsen, inden man kaster sig ud i den type reklame.



## Hvad er Nøglehullet?



Nøglehullet er den eneste lovlige ernæringsanprisning, der angiver en bedre samlet ernæringsmæssig sammensætning. Det skyldes, at Nøglehullet er notificeret i EU og er derfor en godkendt ernæringsanprisning.

Nøglehullet angiver, at en fødevarer er et sundere valg. Fødevarer mærket med Nøglehullet skal leve op til kriterier for fx fedt, sukker, salt og kostfibre. Nøglehullet kan bruges på en række fødevarer, både færdigpakkede og ikke-færdigpakkede.

Nøglehullet er et varemærke, og der er derfor en række regler, man skal overholde, når man bruger det. Man må fx ikke bruge spisestedets firmalogo på samme skilt som Nøglehulsmærket på en måde, der giver et vildledende indtryk af spisestedets tilknytning til Nøglehulsmærket. Derudover skal mærkets frizone altid respekteres.

Det er muligt at bruge Nøglehulsmærket på spisesteder som fx kantiner, hoteller og restauranter. Nøglehulsmærket kan fx placeres som skilte ved eller i fx pålæg, brød, yoghurt og dressing på en buffet eller på menukortet ud for de enkelte nøglehulsmærkede tilbud.

Når der er tale om madretter (fødevarergruppe 26-31), skal du være opmærksom på, at det er den sammensatte madret, der er nøglehulsmærket og ikke de enkelte komponenter i madretten. Nøglehullet må derfor ikke placeres ved eller i de enkelte komponenter, der indgår i madretten, men kan fx vises ved siden af en tallerkenmodel af madretten eller på menukortet ud for den nøglehulsmærkede madret.

Hvis kunden selv skal øse retten op på sin tallerken, er det nødvendigt, at kunden tydeligt kan se, hvilken sammensætning og portionsstørrelse Nøglehulsmærket henviser til. En tallerkenmodel eller et billede af den nøglehulsmærkede ret, kan være tilstrækkelig til at vise dette.

Ved brug af Nøglehulsmærket på ikke-færdigpakkede fødevarer skal spisestedet på anmodning kunne oplyse om indholdet af de næringsstoffer, der er sat kriterier for i Nøglehulsbekendtgørelsen. Mærker et spisested fx en grønsagssuppe skal spisestedet på anmodning kunne oplyse om suppens indhold af tilsat sukker, salt pr. portion og pr. 100 g og mængden af energi, der stammer fra fedt. Det skyldes, at bekendtgørelsen fastsætter kriterier for disse næringsstoffer i supper.

For mere information se [www.noeglehullet.dk](http://www.noeglehullet.dk).

## Må ernæringsanprisninger bruges på nøglehulsmærkede fødevarer?

De tilladte ernæringsanprisninger må ikke altid bruges på nøglehulsmærkede fødevarer. Ernæringsanprisningerne må kun bruges på nøglehulsmærkede fødevarer, når den egenskab, man anpriser, ikke er et krav for alle nøglehulsmærkede fødevarer i den pågældende fødevarergruppe. Det skyldes, at det vil være vildledende at anprise en egenskab, som alle nøglehulsmærkede fødevarer har.

For nogle ernæringsanprisninger er anvendelsesbetingelserne i anprisningsforordningen strammere end kriterierne i Nøglehulsbekendtgørelsen. For andre ernæringsanprisninger er der ikke fastsat kriterier i Nøglehulsbekendtgørelsen. I begge tilfælde kan ernæringsanprisningen anvendes på et nøglehulsmærket produkt.

Bemærk, at vildledningsbestemmelsen i mærkningsforordningens artikel 7, stk. 1, litra c altid skal iagttages, når man bruger ernæringsanprisninger.



### Eksempler

Anprisningen "lavt fedtindhold" kan bruges på et nøglehulsmærket brød, hvis det indeholder højst 3 g fedt pr. 100 g. Det skyldes, at anprisningsforordningens krav til fedtindhold er strammere end Nøglehulsbekendtgørelsens.

Anprisningen "kilde til vitamin C" kan bruges på en nøglehulsmærket fødevarer, da Nøglehulsbekendtgørelsen ikke stiller krav til indhold af vitaminer og mineraler.

Anprisningen "lavt sukkerindhold" kan ikke bruges på et nøglehulsmærket brød, da dette gælder alle nøglehulsmærkede brød.



## Her findes reglerne

Lov, bekendtgørelser og vejledninger findes på [www.retsinformation.dk](http://www.retsinformation.dk)

Forordninger findes på [EUR-Lex](http://eur-lex.europa.eu)

For mere information om ernærings- og sundhedsanprisninger se: [www.foedevarestyrelsen.dk](http://www.foedevarestyrelsen.dk)

Pjecen kan downloades fra [fvst.dk](http://fvst.dk) > publikationer