



## Fakta om Nøglehullet i Norden – oktober 2010

Norge, Sverige og Danmark har siden 2007 arbejdet sammen om at udvikle og implementere det fælles nordiske ernæringsmærke Nøglehullet.

Sammenlignet med andre fødevarer af samme type lever produkter med Nøglehullet op til et eller flere af følgende krav: mindre og sundere fedt, mindre sukker, mindre salt, flere kostfibre og mere fuldkorn.

Målet er, at mærket skal gøre det nemmere for forbrugerne at finde og vælge sundere fødevarer.

Nøglehullet er det første ernæringsmærke, som flere landes myndigheder står bag.

### NØGLEHULLET I DANMARK

I juni 2009 blev Nøglehullet officielt lanceret af Fødevarestyrelsen.

- Målgruppen er primært Kvinder 30+
- Ca. 750 produkter bærer Nøglehulsmærket og antallet stiger stærkt (estimat okt. 2010)
- Information og materiale om Nøglehulsmærket kan downloades på [www.noeglehullet.dk](http://www.noeglehullet.dk)

### Generel borgerinformation

Fødevarestyrelsens generelle borgerinformation omfatter:

- [www.noeglehullet.dk](http://www.noeglehullet.dk)
- TV-spot
- Presseinformationer: pressemeddelelser og diverse artikler, avis-indstik
- Annoncering i dagblade og magasiner

### Målråttede forbrugerkampagner

- Hvad har du i posen? (2009)
- Danmarks Sunde Supermarkeder (2010)
- Ny Kampagne i marts 2011

### Kendskab og kundskab

Efter de første kampagner i 2009 og 2010 er kendskab og kundskab om Nøglehullet steget markant (se [www.noeglehullet.dk/nyhedsrum](http://www.noeglehullet.dk/nyhedsrum)):

- 83 % af de indkøbsansvarlige kender Nøglehullet
- 46 % af de indkøbsansvarlige forbinder Nøglehulsmærket med sundhed
- 23 % af de indkøbsansvarlige køber 'ofte' nøglehulsmærkede produkter
- Seks ud af ti har tillid til mærket



### NØGLEHULLET I NORGE

I Norge blev Nøglehullet lanceret af Mattilsynet og Helsedirektoratet i juni 2009 da forskriften trådte i kraft.

- Målgruppen er hele befolkningen, med hovedvægt på dem som handler inn mat
- Mindst 500-600 produkter bærer Nøglehulsmærket og antallet stiger
- Hjemmesiden for mærket er [www.nokkelhullsmerket.no](http://www.nokkelhullsmerket.no)

### Kampagner

I efteråret 2009 og i starten av 2010 blev det gennemført informationskampagner. Kampagnene omfattede tv-reklame, annoncer i dagblade og magasiner, PR-aktiviteter og lanceringen af [www.nokkelhullsmerket.no](http://www.nokkelhullsmerket.no). Det planlægges en ny kampagne i begyndelsen av 2011.

### Kendskab & kundskab

- 90 % af de indkøbsansvarlige kender Nøglehulsmærket
- Syv av ti har tillit til merket
- Syv av ti forbinder Nøglehullet med sunnhet
- Ikke-vestlige indvandrerkvinder er positive overfor mærket

### Kontakt

Marianne Dittmann  
E-mail: [madi@fvst.dk](mailto:madi@fvst.dk)

### NØGLEHULLET I SVERIGE

Livsmedelsverket i Sverige indførte Nøglehulsmærket i 1989 med formålet om at gøre det lettere for forbrugerne at finde de ernæringsmæssigt sundere alternativer for madvarer. I forbindelse med det nordiske samarbejde blev kriterierne for Nøglehulsmærket revideret i 2009.

- Målgruppen er hele den raske befolkning
- Mindst 2500 produkter bærer Nøglehulsmærket
- Hjemmesiden for mærket er [www.nyckelhalet.se](http://www.nyckelhalet.se)

### Aktiviteter

Livsmedelsverkets aktiviteter vedrørende Nøglehulsmærket omfatter hjemmesiden [www.nyckelhalet.se](http://www.nyckelhalet.se) og forbrugerrettede brochurer. Derudover er der løbende blevet gennemført adskillige rapporter om Nøglehullet i Sverige.

### Kendskab & kundskab

- 98 % af de indkøbsansvarlige kender eller har hørt om Nøglehulsmærket
- 67 % af de indkøbsansvarlige forbinder Nøglehulsmærket med sundhed
- Ni ud af ti der kender Nøglehullet køber nøglehulsmærkede produkter
- Ni ud af ti har tillid til mærket

### Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri

Fødevarestyrelsen  
Mørkhøj Bygade 19, 2860 Søborg  
Tlf. 72 27 65 00, [www.fvst.dk](http://www.fvst.dk)