

Ekte eller falsk? Kampen om vaniljesmaken og merking av industrielt produsert mat

Håkon B. Stokland

Avdeling for terrestrisk naturmangfold, Norsk institutt for naturforskning og Institutt for tverrfaglige kulturstudier, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet (NTNU)

Abstract: This article shows how cultural constructions of food can have a relatively direct impact on food policy, and thus form an important part of the mediation processes associated with the integration of new, synthetic products into our food systems. Since 2010, food product labeling in Norway has received far greater attention than before – from politicians, the regulatory authorities, manufacturers, consumer organizations and consumers. The regulation and practical handling of labeling has also become considerably more stringent. The article argues that this trend should be seen in the context of changes in the cultural understandings of “authentic” and “fake” food in the preceding decade.

During the 2000s, many Norwegians gained a new understanding of vanilla. The previously appreciated vanilla flavor we knew from vanilla sugar, vanilla ice cream and vanilla sauce was revealed to be from industrially produced, artificial vanillin. Not only did this substance have no connection to the vanilla orchid, from which real vanilla derives, vanillin was to a great extent produced from the by-products of the paper industry and crude oil. These new understandings – or cultural constructions – can be seen in the context of an evolving international critique of modern and industrial food production. In this discourse, industrialized food products are construed as unnatural and false if presented as “ordinary” food. This article examines how new understandings of vanilla flavoring emerged and increased in importance and scope in Norway in the period after the year 2000. Furthermore, it argues that these cultural constructions were decisive in making the regulation and practice of food labeling stricter and subject to greater scrutiny in the following decade.

Keywords: food, labeling, cultural understandings, management tools, authenticity

Sitering: Stokland, H. B. (2022). Ekte eller falsk? Kampen om vaniljesmaken og merking av industrielt produsert mat. I T. Finstad, S. Kvaal, H. B. Stokland & P. Østby (Red.), *Matens meglere: Kontroll, kvalitet og kunnskap i den industrielle matens tid* (Kap. 9, s. 245–267). Cappelen Damm Akademisk. <https://doi.org/10.23865/noasp.155.ch9>
Lisens: CC BY-ND 4.0

En klassisk vaniljesaus

I 2012 måtte konsernsjefen for markedsavdelingen i Tine stille opp på NRK i beste sendetid for å forsvare den populære vaniljesausen de produserer. I TV-programmet «Forbrukerinspektørene» ble Tines Piano vaniljesaus løftet frem som «luremat» og omtalt som «vaniljesaus uten vanilje», dette i etterkant av at Forbrukerrådet hadde klaget inn flere matprodukter til Mattilsynet for brudd på merkeforskriften om villedende merking. Sausen het tidligere Meierienes vaniljesaus, og blir gjerne beskrevet som en klassiker som har blitt brukt til desserter og søtmat i Norge i flere tiår. Denne vaniljesausen har dominert markedet, og omtales også som et av Tines flaggskip.¹ Oppskriften har vært uforandret siden 1971, noe som også tydelig stadfestes på pakningen med teksten «Originalen fra 1971». Vaniljesausen representerer dermed det vi kan kalle den gode, gamle vaniljesmaken – slik vi var vant til at den smakte før vaniljesmak basert på vaniljefrø og vaniljebønner ble vanligere utover 2000-tallet. Den representerer også det vi kanskje kan kalle den gode, gamle måten å forholde seg til industrielt produsert mat på – så lenge den var trygg, spiste de aller fleste av oss maten uten å stille kritiske spørsmål om hvor ingrediensene egentlig kom fra, og om dette var falskt eller ekte. Men denne vaniljesausen inneholder altså ikke noe vaniljesmak fra vaniljeorkidéer.

I denne artikkelen skal vi se hvordan Tines Piano vaniljesaus og andre produkter vi kan kalle industrimat ble tolket inn i nye rammer utover 2000-tallet, hvor begrepsparet ekte og falskt ble et sentralt omdreiningspunkt. Aller først skal vi ta et tilbakeblikk på vaniljesmakens historie, før vi tar for oss de nye forståelsene av vaniljesmak og industrielt produsert mat generelt som oppstår i tiden etter år 2000. Deretter skal vi se på reguleringen og kontrollen av merking av matvarer, samt hvordan Forbrukerrådet inntok en stadig mer aktiv rolle på dette området. Så beveger vi oss inn i hendelsene som førte til at vaniljesmak ble en offentlig «sak»² og et omdreiningspunkt i diskusjonene om ekte og falsk mat. Mot slutten av artikkelen skal vi se hvordan denne saken, og de nye

1 Intervju Ilseng.

2 Asdal 2015. Se også Stokland 2020 for et eksempel på hvordan formingen av en «sak» kan påvirke forvaltningen på feltet.

forståelsene av industrimat som kom til uttrykk i den, førte til endringer i tilsynspraksisene for matmerking.

Vaniljesmakens historie

Historisk sett kom vaniljesmaken fra fruktene til vaniljeorkidéer, som vi kjenner som vaniljestenger. Disse ble tørket, varmebehandlet eller prosessert på andre måter, for å fremstille den sterkt søtlige og duftende vaniljesmaken. I dag brukes tre ulike orkidéarter til å lage vaniljesmak (*Vanilla planifolia*, *Vanilla tahitiensis* og *Vanilla pomona*). Disse har alle sin opprinnelse i Mexico, og smaken ble derfor kjent for europeere først etter deres oppdagelse av Amerika. Tidlig på 1500-tallet introduserte den spanske conquistadoren Hernán Cortés aztekernes sjokoladedrikk, som de kalte *chocolatl*, til Europa. Den inneholdt vanilje, og ble godt tatt imot i Europa. Vaniljesmaken ble raskt populær etter hvert som tørkede vaniljestenger ble importert til Europa sammen med kakao, sølv og fargestoff. For å utnytte det voksende europeiske markedet for vanilje, ble vaniljeorkidéer fraktet og dyrket i nye områder hvor plantene trivdes. I løpet av de neste århundrene ble det opprettet plantasjer med vaniljeorkidéer i kolonier som Tahiti, Madagaskar og Indonesia.³



Figur 9.1 og 9.2. Historisk sett kom vaniljesmaken fra fruktene til vaniljeorkidéer (til venstre), som vi kjenner som tørkede vaniljestenger (til høyre). (Foto til venstre: Malcolm Manners, CC BY 2.0. Foto til høyre: B.navez, CC BY-SA 3.0.)

3 Fache, Boutevin & Caillol 2016; Rain 2004.

Frem til 1858 var stengene fra vaniljeorkidéer den eneste kilden til vaniljesmak. I dette året isolerte imidlertid den franske biokjemikeren Nicolas-Theodore Gobley molekylet vanillin, ved å dampe vaniljeekstrakt og omkrystallisere det i varmt vann.⁴ Han identifiserte også dette molekylet som hovedsmaksstoffet i vaniljesmaken. I 1874 utledet også de tyske kjemikerne Ferdinand Tiemann og Wilhelm Haarmann den kjemiske strukturen til vanillin. Etter at molekylet og dets struktur ble kjent, ble det utviklet flere metoder for å utvinne stoffet fra andre kilder enn vaniljeorkidéer. Vanillin finnes i så ulike materialer som kløverolje, tremasse og råolje. Fra 1930-tallet var det vanligst å bruke biprodukter fra papirindustrien til å produsere kjemisk fremstilt vanillin. I Norge har Borregaard fabrikk i Sarpsborg vært den mest sentrale produsenten av vanillin på denne måten, og er det fortsatt. Imidlertid ble det langt vanligere å bruke petrokjemiske produkter som råolje etter hvert som disse ble mer tilgjengelige på verdensmarkedet. I dag fremstilles rundt 90 prosent av syntetisk vanillin fra slike produkter.⁵



Figur 9.3 og 9.4. Siden 1930-tallet har det vært vanligere å fremstille syntetisk vanillin fra tremasse (til venstre) eller råolje (til høyre). (Foto til venstre: Aapo Haapanen, CC BY-SA 2.0. Foto til høyre: Netojinn, CC BY-SA 4.0.)

Det er en krevende og kostbar prosess å produsere vaniljesmak fra orkidéer. For å produsere 1 kg vanillin på denne måten kreves det omtrent 500 kg vaniljestenger, som igjen krever pollinering av rundt 40 000 orkidéblomster.⁶ Selve pollineringen er også en omstendelig og krevende

4 Fache et al. 2016.

5 Grindelund 2018.

6 Gallage & Møller 2015.

prosess, som på grunn av plantenes fysiologi oftest gjør det nødvendig med pollinering for hånd.⁷ Til dette kommer det at markedsprisen og tilgjengeligheten til vaniljestenger er svært uforutsigbare. Dette skyldes at tropiske stormer og andre vær fenomener kan skape ødeleggelser som rammer store områder med orkidéplantasjer. Det samme gjelder sopp og sykdommer. I tillegg ligger de fleste plantasjene i områder som er politisk ustabile, noe som også har vist seg å kunne medføre uventede fall i markedstilgangen til vaniljestenger ved omveltninger.⁸ På grunn av kostnadene og uforutsigbarheten knyttet til vaniljesmak fra orkidéer, har produsenter av vaniljeprodukter vanligvis foretrukket å benytte syntetisk fremstilt vanillin etter at dette ble tilgjengelig. I dag inneholder mindre enn én prosent av produktene som er merket med «vaniljesmak» vanillin fra vaniljeorkidéer.⁹ Den store majoriteten av det vi vanligvis spiser og opplever som vaniljesmak, stammer derimot fra petrokjemisk råolje og tremasse i form av avfall fra papirindustrien.

Konstruksjonen av falsk og ekte vanilje

Med de nye syntetiske fremstillingsmåtene av vanillin ble vaniljesmak for første gang tilgjengelig for bredere lag av befolkningen i Norge. Dette ble brukt i vaniljesukker, vaniljekrem, vaniljeis, vaniljesaus og vaniljepudding – kort sagt, de aller fleste produktene man etter hvert forbandt med vaniljesmaken. Det tok ikke lang tid før syntetisk vanillin ble etablert som smaken de fleste forbandt med vanilje. Slik fortsatte det i mange tiår.

På 2000-tallet skjedde det imidlertid noe. I media, kokebøker og blogger dukket det opp flere og flere utsagn som destabiliserte identifisering mellom syntetisk fremstilt vanillin og vaniljesmak. Forståelsen av vaniljesmak var i endring. Påstandene var todelt: på den ene siden kom utsagn om at vaniljesmaken vi vanligvis spiser ikke er ekte. Denne typen påstander fulgte oftest en avsløringslogikk, hvor eksperten,

7 Rain 2004.

8 Gallage & Møller 2015.

9 Fache et al. 2016; Gallage & Møller 2015.



Figur 9.5. Med de syntetiske fremstillingsmåtene av vanillin ble vaniljesmak tilgjengelig for bredere lag av befolkningen i Norge. For eksempel var Freia vaniljesukker et populært produkt for å tilsette vaniljesmak i bakverk, sauser og kremer. (Foto: Nordfjord Folkemuseum, via digitalmuseum.no, CC BY-SA 4.0)

bloggeren eller journalisten viste at et kjent og kjært produkt som vaniljeis inneholder «sagflis» eller olje. På den andre siden kom påstander om at vaniljesmak fra vaniljeorkidéer er ekte og smaker bedre. Her ble det typisk vist til at vaniljesmak fra vaniljeorkidéer er den «egentlige» og riktige smaken, og at syntetisk fremstilt vanillin kommer fra helt andre kilder. Disse todelte påstandene henger tett sammen – når falsk vaniljesmak ble etablert som en kulturell konstruksjon, impliserte det samtidig at det finnes en vaniljesmak som forstås som ekte. Slik kan vi grovt sett si at man på 2000-tallet begynte å snakke om *både* falsk og ekte vaniljesmak, mens man tidligere ikke hadde vært opptatt av hverken det ene eller det andre.

For eksempel kunne VG i 2009 melde om «En iskald overraskelse», under overskriften «Mmm ... sagfl-is!»: «Når du spiser is i sommervarmen,

tygger du mest sannsynlig norske grantrær.»¹⁰ Året før skrev *Dagbladet* om at vaniljelogurter sjelden inneholdt vaniljesmak fra vaniljeorkidéer, under overskriften «En smak av råttent svensk gran».¹¹ Noen år senere, i 2013, kunne Dinside.no melde om en sannhet om sommerisen du får «midt i fleisen» om du undersøker litt – nemlig at vaniljesmaken stammer fra olje og papirproduksjon: «For mens du i sommer smatter i deg det du antar er vaniljeis, sitter isprodusentene og kjenner sannheten: Is med vaniljesmak inneholder ofte ikke et spor vanilje.»¹² Et eksempel på denne avsløringslogikken fra bloggverdenen finner vi i bloggen *Bitchakademiet* av Tone Rise. Under tittelen «Kumøkk i kaker?» skriver hun om at vanillinmolekylet kan utvinnes fra kumøkk i tillegg til tømmer, selv om dette ikke brukes i produksjon av matvarer.¹³ Hun kommer også med følgende advarsel:

Ganske ekkelt, både med råttent treverk og kumøkk, ikke sant? ... Produsentene er selvsagt dristige nok til å bruke «vanilje» i produktnavnet selv om for eksempel «vaniljeisen» eller «vaniljeyoghurten» aldri har vært i nærheten av et eneste vaniljefrø – så ikke la deg lure!¹⁴

På den andre siden finner vi blogger og kokebøker som promoterer bruk av vaniljesmak fra vaniljeorkidéer. For eksempel kunne vi lese at «Ekte vaniljesukker lages av vaniljestang»¹⁵ på *Trines matblogg*, under tittelen «Helt ekte vaniljesukker». Her fikk vi også et lite innblikk i prosessen bak den unike vaniljesmaken som stammer fra vaniljestenger: «Når kapslene er høstet kan det ta cirka et halvt år, og etter en møysommelig prosess med gjæring og tørking, før vaniljestangen har fått sitt karakteristiske utseende – og den gode særegne smaken som bare finnes i ekte vanilje.»¹⁶ Videre kan vi merke oss at begrepet «ekte» er en gjenganger i bloggposten: «Ekte vanilje er jo så uendelig mye bedre enn kunstig fremstilt

10 Berg-Hansen 2009.

11 Pettersen 2008.

12 Stokke 2013.

13 Rise 2010.

14 Rise 2010.

15 Sandberg 2010. Dette har vært en av de mest besøkte matbloggene i Norge over flere år, og Trine Sandberg har publisert tre kokebøker basert på bloggen.

16 Sandberg 2010.

vaniljesmak! Når du først baker eller lager en dessert fra bunnen av så er det lov å unne seg ekte vare, er det ikke?»¹⁷ Nettsiden oppskrift.klikk.no og bloggen Mjuuugly.blogg.no, som beskriver hvordan man kjøper og bruker vaniljestenger, kan stå stå som andre eksempler på promoteringen av «ekte» vanlje. Fra kommentarfeltet til sistnevnte bloggpost får vi også et innblikk i forståelser av vaniljesmak som ikke kommer like sterkt til uttrykk i mer formelle fora: «Vannilin er djevelens verk, helt klart. Jeg har kjøpt ekte vanilje på ebay, og vært veldig fornøyd.» «Husk 'aroma' kan også skjule dette dritet. Ingen av Tines jogurter inneholder vel vanillin, men de inneholder 'aroma' alle som en!!! Øh de er så fæle!»

Også i Forbrukerrådets rapport *Vet vi hva vi spiser? En gjennomgang fra Forbrukerrådet av mat i norske butikkhyller* påpekes denne trenden:

Mange er skeptiske til moderne matproduksjon, og det er en trend i samfunnet der forbrukere i stadig større grad ønsker renere og mer naturlig mat. (Det er også en økende bekymring knyttet til produksjonsmetoder, bruk av antibiotika i dyrehold og oppdrettsfisk, plantevernmidler, tilsetningsstoffer og miljøgifter.)¹⁸

Konstruksjonen av ekte og falsk vanilje på 2000-tallet i Norge er del av en større internasjonal endring i hvordan mat forstås og omtales. Denne diskursen bygger på en kritikk av den moderne og industrialiserte matproduksjonen, og legger stor vekt på at maten skal være naturlig og ekte. Det er ikke noe nytt i å ønske seg naturlig mat, selv om vi også har eksempler på at mat har blitt promotert som kunstig og industriell i tidligere tider.¹⁹ Mye tyder på at det nåværende fokuset på naturlig mat ble utviklet i USA, og senere spredte seg til Europa via Storbritannia. Journalister og kritikere som Michael Pollan,²⁰ Eric Schlosser²¹ og Felicity Lawrence²² har vært viktige meningsbærere i denne utviklingen. Et senere eksempel er Larry Olmsted, som kom med boken *Real food / Fake food* i 2016.²³ I Skandinavia har Mats-Eric Nilsson vært en sentral eksponent for disse

17 Sandberg 2010.

18 Forbrukerrådet 2012: 3.

19 Wilson 2008.

20 Feks. Pollan 2006.

21 Schlosser 2002.

22 Lawrence 2004.

23 Olmsted 2016.

ideene. Spesielt i Sverige fikk boken *Den hemmelige kokken. Noen har jukset med maten din*²⁴ stor innflytelse på det offentlige ordskiftet, og ble solgt i over 500 000 eksemplarer. På omslaget av den norske utgaven kan vi lese følgende: «Den virkelige kokken sysler ikke med ekte råvarer på et kjøkken. Han har hvit frakk og jobber på et laboratorium.»²⁵ Nilsson har også hatt innflytelse på forståelsen av industrielt produsert mat i Norge, i tillegg til andre skribenter som Andreas Viestad²⁶ og Nils Chr. Geelmuyden.²⁷ Med utbredelsen av internett har imidlertid denne type ideer kunnet nå ut langt raskere, og til langt flere, enn det som tidligere var mulig. Bloggere og andre interesserte har derfor også spilt en viktig rolle i formidlingen av diskursen om falsk og ekte mat.

Samtidig er det noe uklart i hvilken grad den kulturelle konstruksjonen av falsk og ekte mat har fått fotfeste i de bredere lag av befolkningen. Kjærnes har vist at andre uttrykk for mistenksomhet til industrimat, som vegetarisme, preferanser for økologisk mat og skepsis til genetisk modifiserte organismer (GMO), har vært mindre fremtredende i Norge enn i andre europeiske land.²⁸ Når det gjelder skepsis mot syntetisk vaniljesmak og industrielt fremstilt mat mer generelt, er det en skepsis som først og fremst målbæres av skribenter, kritikere og bloggere i media. Imidlertid har vi også sett at Forbrukerrådet har en klar oppfatning av at det er en trend at mange forbrukere har blitt skeptiske til moderne matproduksjon. I en parallell studie til denne kommer det videre tydelig frem at også matprodusentene har en klar oppfatning av at forbrukerne har blitt mer skeptiske til syntetisk fremstilte matprodukter, og ønsker seg vaniljesmak fra vaniljeorkidéer.²⁹ Det synes derfor som om forståelsene av syntetisk fremstilt mat som falsk i alle fall har fått en viss utbredelse blant forbrukerne. Imidlertid gir ikke kildene som benyttes i denne studien grunnlag for å vurdere nærmere i hvilken grad dette gjelder.

24 Nilsson 2007.

25 Nilsson 2008.

26 Feks. Viestad 2010.

27 Geelmuyden 2013.

28 Kjærnes, Harvey & Warde 2007.

29 Plasil, Stokland & Bottos 2021.

Regulering og kontroll av falsk mat

Siden 1990-tallet har staten gjennom reguleringer pålagt matprodusenter å ikke merke matproduktene på en måte som er villedende for forbrukerne. «Merking» inkluderer her hele presentasjonen av produktet, men dreier seg først og fremst om hvilke påstander og bilder som fremkommer på innpakningen. Siden Mattilsynet ble dannet har de hatt ansvar for å påse at matprodusentene følger disse reguleringene. Merkeforskriften regulerte merking av matvarer i Norge fra 1993 til 2014.³⁰ Fra 13. desember 2014 ble den og næringsdeklarasjonsforskriften³¹ erstattet av matinformasjonsforskriften.³² Denne forskriften videreførte hovedtrekkene i kravene til merking av mat, med visse endringer som var ment å gjøre det lettere for forbrukeren å forstå hva maten inneholder. Mest oppmerksomhet fikk endringen som krever at allergener skal merkes tydelig også på matvarer som ikke er ferdigpakket, som for eksempel restaurantbufféer. Den nye matinformasjonsforskriften ble basert på EU-forordning nr. 1169/2011 om matinformasjon til forbrukerne, i tråd med EØS-avtalen.

Både den tidligere merkeforskriften og den någjeldende matinformasjonsforskriften skulle sikre at merkingen av matvarer ga forbrukerne riktig og nok informasjon om innholdet i maten. Imidlertid var kontrollen av dette svak. Både kontrollmyndighetene (i senere år Mattilsynet) og forbrukerorganisasjoner som Forbrukerrådet fokuserte heller på å motarbeide helseskadelig mat og matkriminalitet.³³ I motsetning til villedende merking, handler matkriminalitet om direkte feilinformasjon. Oftest dreier dette seg om at et matprodukt inneholder noe som ikke er oppgitt i innholdslisten. Hestekjøtskandalen i 2013, hvor det ble oppdaget at ferdiglasagne og andre kjøttprodukter som ble solgt i Norge og flere andre europeiske land inneholdt udeklart hestekjøtt, er et kjent eksempel på dette. Denne prioriteringen er forståelig nok, da villedende merking vanskelig kan forstås som like alvorlig som helseskadelig mat og matkriminalitet. Imidlertid medførte prioriteringen altså at matprodusentene, så lenge maten var trygg og

³⁰ Merkeforskriften 1993.

³¹ Næringsdeklarasjonsforskriften 1993.

³² Matinformasjonsforskriften 2014.

³³ Intervju med Instefford.

innholdslisten korrekt, kunne merke og presentere produktene sine ganske fritt og uten i særlig grad å risikere represalier for villedende merking.

Vi har tidligere sett at norske forbrukere ble mer kritiske til industrielt produsert mat utover 2000-tallet, og hvordan dette hang sammen med diskurser og kulturelle konstruksjoner av falsk mat – som falsk vaniljesmak. I dette lå det også en økende kritikk av matbløffer og falske produkter. Denne kritikken rettet seg særlig mot produkter som utga seg for å være noe annet enn det det egentlig var – for eksempel vaniljeis uten vaniljesmak fra vaniljeorkidéer. Altså nøyaktig det merkeforskriften, og senere matinformasjonsforskriften, skulle forhindre ved å forby villedende merking. Utover 2010-tallet fikk disse nye forståelsene innflytelse på myndighetenes kontrollpraksiser for merking av mat. Først ute med å plukke dem opp, og se dem opp mot reguleringspraksisene, var imidlertid Forbrukerrådet.

Vet vi hva vi spiser?

Tidlig på 2010-tallet begynte Forbrukerrådet å undersøke i hvilken grad forskriften om matmerking ble overholdt av matprodusentene.³⁴ Dette arbeidet resulterte i første omgang i rapporten *Vet vi hva vi spiser? En gjennomgang fra Forbrukerrådet av mat i norske butikkhyller*.³⁵ Senere har Forbrukerrådet satt fokus på denne tematikken ved å foreta årlige undersøkelser som publiseres i rapporter – såkalte «merkesjekker».

Desserten og iskrem var blant produkttypene Forbrukerrådet undersøkte i sin første merkesjekk. Her slo de fast at:

I dette produktsegmentet fant vi at mange produkter som [sic] er noe helt annet enn det de gir seg ut for å være. Generelt inneholder produktene vi fant svært lite av det de utgir seg for å inneholde, og det er i denne kategorien at rekken med tilsetningsstoffer virkelig begynner å bli lang. Vi fant marsipankake uten mandler, vaniljesaus uten vanilje og mandelpudding uten mandler. Ser man på iskrem så virker det som om det nærmest går sport i å utfordre kjente begreper; ekte fløteiskrem med vaniljesmak inneholder ikke nødvendigvis vanilje,

34 Intervju med Instefjord.

35 Forbrukerrådet 2012.

men derimot ekte fløte. Vaniljeis inneholder mest vann, men også fløte og ingen vanilje. Det eneste man kan være sikker på er at når det står ‘med vaniljesmak’ så er det ingen vanilje i produktet.³⁶

Her ser vi altså at Forbrukerrådet i klare ordelag anklager flere produkter for å være noe helt annet enn de gir seg ut for. Dette er helt i tråd med de kulturelle konstruksjonene av ekte og falsk mat som vi fant i blogger og andre media over. De i Forbrukerrådets øyne nedslående resultatene fra undersøkelsen fikk dem til å etterlyse mer ærlighet fra produsentene, men også strengere ettersyn fra Mattilsynets side.

Den tradisjonsrike vanillinen

Mattilsynet hadde imidlertid begynt å gjennomføre enkelte undersøkelser av matmerking allerede på 2000-tallet. Og det var i forbindelse med en kampanje om villedende merking av sukker og sukkerpåstander i 2008 at Mattilsynet for første gang tok stilling til spørsmålet om merking av vaniljeprodukter. Denne kampanjen var et samarbeid mellom de nordiske landene, og ble initiert delvis med bakgrunn i økende oppmerksomhet på å redusere sukkerinntaket i befolkningen. Enda viktigere var det imidlertid at EU hadde vedtatt en ny forordning om ernærings- og helsepåstander i 2006,³⁷ som skulle implementeres i EU-landene og i norsk rett via EØS-avtalen. Kampanjen kan derfor også anses som et varsel til matprodusentene om at merking av mat generelt ville bli et viktigere tema fremover.

I kampanjen undersøkte Mattilsynet påstander om sukker på forpakningen for noen utvalgte produkter. Blant disse var tre ulike vaniljeyogurter fra Tine – Tine Yoghurt Vanilje, Sans Yoghurt Vanilje og Go’Morgen Vanilje. Mattilsynet hadde ingen anmerkninger til sukkermerkingen på de to førstnevnte produktene, og en mindre anmerkning på sistnevnte. Viktigere i denne sammenheng er imidlertid at alle tre produktene fikk anmerkninger for bruken av vanilje i produktnavnet:

³⁶ Forbrukerrådet 2012.

³⁷ Påstandsforordningen 2006.

Mattilsynet har ingen anmerkninger vedrørende sukkermerkingen, men oppfatter varebetegnelsen «Vanilje» som villendene når produktet faktisk er tilsatt aroma i stedet for vaniljekorn eller naturlig vanilje basert på vaniljestang. Dette er villedende når forbruker faktisk tror det er et produkt med vaniljestang, men så er det i realiteten aroma som er tilsatt. Aroma som for eksempel etylvanillin og vanillin er kunstig framstilt. Mattilsynet vurderer at bruk av bilder av vaniljestang, vaniljeblostm eller lignende kan villedde forbrukeren når produktet ikke er tilsatt vaniljekorn eller naturlig vanilje basert på vaniljestang. Merkingen skal ikke villedde forbruker med hensyn til næringsmidlets sammensetning. *Jf. §§ 2 og 5 i forskrift av 1993-12-21 nr 1385 om merking av næringsmidler.*³⁸

Her argumenterte altså Mattilsynet for at det er villedende å bruke 'vanilje' i navnet til et produkt som ikke inneholder vaniljesmak fra vaniljeorkidéer. De tre jogurtene inneholdt kun kunstig fremstilt aroma, og ifølge Mattilsynet medførte bruken av 'vanilje' i produktnavnene at forbrukere «faktisk tror» at de inneholdt vaniljekorn eller naturlig vanilje basert på vaniljestang. I tillegg argumenterte Mattilsynet for at det var villedende å bruke illustrasjoner av vaniljestenger, -blomster og lignende på disse produktene. Selv om denne undersøkelsen av matmerking delvis hadde utgangspunkt i et mål om å redusere sukkerinntaket i befolkningen, var det altså «villedende» merking som ble påpekt her. Det er nærliggende å se dette opp mot oppmerksomheten rundt «falsk» industrimat som var tiltagende på tidspunktet for undersøkelsen, da dette ikke hadde vært et tema i tidligere kontroller fra Mattilsynets side. Disse anmerkningene ble sendt til Tine, som ble pålagt å endre merkingen på produktene «slik at det er samsvar mellom varebetegnelse, ingredienser og billedbruk».³⁹

Det finnes imidlertid en mulighet for produsenter til å uttale seg i forbindelse med slike vedtak. Den muligheten benyttet Tine seg av. Her aksepterte de anmerkningen om at det var villedende å bruke illustrasjoner av vaniljestenger, -blomster og lignende på de tre produktene.⁴⁰ Som svar på dette skisserte de to mulige løsninger – enten å fjerne illustrasjonene, eller å tilsette vaniljesmak basert på vaniljestenger. Hvilken løsning de gikk

38 Arkiv hos Tine 2008.

39 Arkiv hos Tine 2008.

40 Arkiv hos Mattilsynet 2009.

for skulle avgjøres etter at de hadde gjennomført tester av jogurtprøver med tilsatt vaniljesmak. De to løsningene innebar med andre ord enten å fjerne det som gjorde at Mattilsynet oppfattet produktet som villedende, eller å tilsette det som ville gjøre merkingen i tråd med innholdet.

Å velge løsningen som innebar å tilsette vaniljesmak basert på vaniljestenger i jogurtene ville også ha imøtekommet Mattilsynets hovedanmerkning i saken – at produktnavnene var villedende. Tine valgte likevel å protestere på denne anmerkningen. De henviste til paragraf 9 i merkeforskriften, som sa at «Varebetegnelsen angis med den betegnelse som er fastsatt i eller i medhold av lov, eller som følger av sedvane».⁴¹ Ifølge deres argumentasjon, var det sedvane å kalle produkter basert på syntetisk vanillin for vaniljeprodukter:

Vaniljeyoghurt har vært på markedet i over ti år. Vaniljesukker, vaniljeis og vaniljesaus er andre produkter med enda lengere fartstid der vanillin i stor grad og i de fleste produkter brukes i stedet for ekte vanilje. Bruken av vanillin har over 100 år lange tradisjoner, og produkter med ekte vanilje utgjør bare en liten andel av totalen. Vi mener derfor henvisning til sedvane er relevant her, og at det derfor ikke er villedende med bruk av «vanilje» i varebetegnelsen på produkter med vanillin. Forbrukerinformasjon ivaretas gjennom ingredienslisten. Bruk av betegnelsen vanilje i forbindelse med yoghurt, selv om produktet ikke inneholder annet enn vanillin, er for øvrig på linje med det som er vanlig praksis hos andre yoghurtprodusenter ellers i Europa. Fordi det er vanlig å merke alle vaniljeprodukter på den måten vi har gjort til nå mener vi at forbruker ikke har blitt villedet. En endring i praksis her vil ha konsekvenser for mange produktgrupper. Den bør i såfall være grundig vurdert og forankret både nasjonalt og i EU.⁴²

Akkurat hva det var i denne argumentasjonen som fikk Mattilsynet til å snu, er ikke så godt å vite. Svaret på tilbakemeldingen var kort og tydelig: «Mattilsynet vurderer at bruk av varebetegnelse vaniljeyoghurt og bruk av vanillin ikke er villedende i dette tilfellet pga. sedvane.»⁴³ Dermed endte saken som pågikk i 2008 og 2009 med at Tine fikk overbevist Mattilsynet

41 Arkiv hos Tine 2008.

42 Arkiv hos Mattilsynet 2009.

43 Arkiv hos Tine 2009.

om at de fortsatt kunne kalle produktene med syntetisk fremstilt vanillin for vaniljeprodukter.

Vaniljesaus blir en sak

Tilbake i 2012 nøyde ikke Forbrukerrådet seg med bare å skrive rapporten *Vet vi hva vi spiser?*. I forbindelse med lanseringen av rapporten klagde Forbrukerrådet inn 12 produkter til Mattilsynet, som de mente var åpenbare brudd på merkeforskriften om villedende merking. Av de 74 produktene som ble undersøkt i rapporten ble fem kritisert for ikke å inneholde vaniljesmak fra vaniljeorkidéer, til tross for at betegnelsen 'vanilje' var brukt i produktnavnet eller på pakningen. Et av disse, Sol is fra Diplom is, ble også klaget inn til Mattilsynet. Forbrukerrådet viste da til at isen var merket med «Ekte vaniljefløteis» når den kun inneholdt syntetisk fremstilt vaniljesmak.⁴⁴ Disse 12 produktene ble også presentert av Randi Flesland, daværende direktør i Forbrukerrådet, på TV-programmet «Forbrukerinspektørene» på NRK. Her blir også Tines Piano vaniljesaus løftet frem som «luremat», selv om den ikke var blant produktene som ble undersøkt i Forbrukerrådets rapport. Sausen ble beskrevet som «vaniljesaus uten vanilje», og ble sett i sammenheng med mandelpuddingen fra Tines Piano-serie. Den var blant de 12 produktene som Forbrukerrådet klaget inn til Mattilsynet, under anmerkningen «mandelpudding uten mandler».⁴⁵ Tine sendte sin konserndirektør for markedsavdelingen, Hege Holter Brekke, for å delta i programmet svare på anklagene som var reist om at Tine solgte «luremat». Som i Tines tilsvaret noen år tidligere til Mattilsynet, vektla hun det tradisjonelle ved produktene i tilsvaret sitt:

Dette er produkter som har vært på markedet i over 40 år, de ble lansert av Tine på begynnelsen av 70-tallet. De er produsert på oppskrifter slik som min mormor, og sikkert også din mormor, laget mandelpudding i sin tid, ved bruk av mandelessens – og vaniljesaus ved bruk av vaniljesukker.⁴⁶

44 Arkiv hos Mattilsynet 2012a.

45 Arkiv hos Mattilsynet 2012a.

46 NRK 2012.

Tine argumenterte altså for at varebetegnelse «vaniljesaus» og «mandelpudding» ikke var ment å lure forbrukerne, men at dette representerte måten dessertene vanligvis ble laget på da de først ble produsert. Mandelpudding skulle ikke inneholde mandler, og vaniljesaus skulle ikke inneholde vaniljesmak fra vaniljeorkidéer. Videre svarte Brekke at nå når Tine hadde blitt gjort oppmerksom på at merkingen av disse produktene kunne misforstås, ville de ta affære. Mandelpuddingen skulle fra da av merkes som «pudding med smak av mandel». På eget initiativ hadde Tine også bestemt seg for å endre merkingen på Tine Piano romkrem til «kakekrem med smak av rom». Vaniljesausen, som var et langt viktigere produkt for Tine økonomisk sett, var de imidlertid mer tilbakeholdne med å endre merkingen på. I stedet kunne Brekke opplyse om at Tine hadde satt i gang et utviklingsløp for å lage vaniljesaus med vaniljefrø, og lovet at Tine ville tilby vaniljesaus med «ekte vanilje» til det norske folk.



Figur 9.6. Konserndirektør for markedsavdelingen i Tine, Hege Holter Brekke, deltok i NRK-programmet «Forbrukerinspektørene» for å svare på anklager om at Tine solgte «luremat». Vaniljesausen og mandelpuddingen som diskuteres står på bordet. Fra venstre: Programleder Marit Evertsen Grimstad, seksjonsleder i Mattilsynet Atle Wold, og Brekke. (Skjermdump fra Forbrukerinspektørene 7. november 2012. © NRK, bildet kan ikke gjenbrukes uten tillatelse.)

Mattilsynet svarte på Forbrukerrådets klage allerede uken etter programmet ble sendt. De hadde på det tidspunktet ikke gjort vurderinger og endelige vedtak for hvert av de 12 produktene som ble klaget inn, men

omtalte større matgrupper på mer generelt grunnlag. En av disse gruppene var vaniljeprodukter, og her ser vi at argumentet om sedvane – som Mattilsynet adopterte i Tine-saken noen år tidligere – fortsatt står ved lag:

Det har i mange år vært vanlig å betegne produkter med etylvanillin med forstavelsen vanilje-. For produkter som får sin vaniljesmak fra vaniljestang benyttes betegnelsen «ekte vanilje». Dette kan også gjenkjennes på de karakteristiske prikkene i produktet. Som det fremgår av merkeforskriftens § 9 vedrørende varebetegnelse, skal denne angis med en betegnelse som er fastsatt i lov eller som følger av sedvane. Sedvane opparbeides over lang tid og refererer til en innarbeidet kjent praksis. Betegnelsen vanilje på produkter med etylvanillin er et slikt eksempel på en varebetegnelse som følger av sedvane. For å skille den ekstra kvaliteten produkter med vanilje fra vaniljestang har, er det blitt vanlig å fremheve denne egenskapen gjennom betegnelsen «ekte vanilje». Dersom man benytter denne betegnelsen på et produkt med etylvanillin vil det kunne vurderes som villedende.⁴⁷

Det er uklart om Tine kjente til at dette ville bli svaret på klagen da de gikk ut på NRK og lovet vaniljesaus med «ekte vanilje» til det norske folk. Men det er i alle fall på det rene at de kjente Mattilsynets posisjon i saken fra tidligere. Mattilsynet argumenterte også i svarbrevet for at varebetegnelsen «mandelpudding» ikke er villedende for produkter basert kun på mandelessens.⁴⁸ I dette tilfellet ser det derfor ut til at det ikke var reguleringer eller strengere tilsyn av disse som medførte en endring av produktene. I stedet ser det ut til at endringene kom som følge av et «kulturelt» press – en frykt hos produsenten for å miste forbrukernes tillit – ved å bli stemplet som bedrager, og ved at matproduktene ble stemplet som falske.

47 Arkiv hos Mattilsynet 2012a.

48 Arkiv hos Mattilsynet 2012a.

En helt ekte vaniljesaus

Det skulle imidlertid vise seg utfordrende å endre på den tradisjonelle vaniljesausen. Ifølge fagleder for forskning og utvikling i Tine, Mari Austvoll Ilseng, hadde produktutviklerne problemer med å finne en oppskrift forbrukerne var fornøyd med, som inneholdt vaniljesmak fra vaniljeorkidéer: «Produktutviklerne våre de sier jo ... 'vi får ikke den smaken som forbrukeren forventer av vaniljesmak før vi har i litt vanillin'.»⁴⁹ Blindtestene deres viste at de som smakte begge sausene foretrakk den tradisjonelle, som kun inneholdt syntetisk fremstilt vaniljesmak. Hun stiller også spørsmål ved om forbrukere egentlig foretrekker vaniljesmak fra vaniljeorkidéer over syntetisk fremstilt vanillin: «Altså hvis du spør forbrukerne om de vil ha ekte vanilje eller vanillin, så sier de jo selvfølgelig at de vil ha ekte vanilje. ... For forbrukerne vil jo ha det! Men når de da skal smake på det, når de skal kjøpe produktene, så blir det en smakssak.»⁵⁰

Ett år etter sin første opptreden på NRKs «Forbrukerinspektørene» var Hege Holter Brekke fra Tine tilbake på programmet i en oppfølgingssekvens av den foregående saken.⁵¹ Da kunne hun melde om at både mandelpuddingen og romkremen til Tine hadde skiftet navn. Imidlertid hadde det ikke skjedd noe med vaniljesausen:

Akkurat når det gjelder vaniljesausen, så har vi i dialog med Mattilsynet, valgt å opprettholde navnet 'vaniljesaus'. ... Vi er opptatt av å levere best på smak. Og det produktet vi har under utvikling, leverer dessverre ikke like bra som denne vaniljesausen ennå.⁵²

15. september 2014, nesten to år etter Brekkes lovnad om en vaniljesaus med «ekte vanilje», lanserte imidlertid Tine Piano fyldig vaniljesaus. Denne sausen var laget helt uten syntetisk fremstilt vanillin, og inneholdt derfor kun vaniljesmak fra vaniljeorkidéer. Imidlertid ble denne sausen lansert som et alternativ til den klassiske vaniljesausen, og skulle være lettere å piske til vaniljekrem. Man kan argumentere for at vaniljesausen

49 Intervju med Ilseng.

50 Intervju med Ilseng.

51 NRK 2013.

52 NRK 2013.

basert på smak fra vaniljeorkidéer, da den til slutt kom, ble lansert som et nisjeprodukt på siden av flaggskipet som den klassiske vaniljesausen var. Lanseringen, og senere også salgshallene, var i samsvar med dette.⁵³ Den gamle vaniljesausen, som ble kritisert for å være «vaniljesaus uten vanilje», forble dermed uendret – både i innhold og navn. Tine våget ikke å endre på den. Vi ser dermed at de kulturelle konstruksjonene om ekte og falsk mat til slutt fikk en direkte innvirkning på hvilke produkter som tilbys i butikkene. Imidlertid har den «falske» vaniljesausen fortsatt å være en salgssuksess, mens den «ekte» har forblitt marginal i salgsmarkedet. Vi ser derfor også at selv om de kulturelle konstruksjonene av industrialisert matproduksjon førte til en konkret endring i produktutvalget, så har den klassiske industrimatens bestått i dette tilfellet. Kanskje viser dette industrimatens tilpasningsdyktighet i møte med nye kulturelle forståelser av mat?

Forbrukerrådet har imidlertid ikke slått seg helt til ro med sedvaneargumentet. I oppfølgingsrapporten *Vet vi hva vi spiser nå? En gjennomgang av matmerking i butikk* fra 2016 trekker de igjen frem vaniljesausen, under punktet «Noen gjengangere»:

Pianoserien til Tine har fortsatt vaniljesaus som ikke inneholder vanilje. Man kan derimot kjøpe et annet produkt i samme serie som heter Piano fyldig vaniljesaus. Denne inneholder vaniljeekstrakt og vaniljefrø. De har omdøpt sin tidligere Piano mandelpudding til Piano pudding med mandelsmak. Dette ville også etter vår mening vært en korrekt fremgangsmåte for vaniljesaus uten vanilje.⁵⁴

Kritikerne som argumenterer mot sedvaneargumentet mener at langtids urett ikke bør legitimere en fortsettelse av uretten.⁵⁵

Endrede tilsynspraksiser

I forbindelse med lanseringen av rapporten *Vet vi hva vi spiser?* gikk Forbrukerrådet langt i å kritisere Mattilsynets oppfølging av

53 Intervju med Ilseng.

54 Forbrukerrådet 2016: 5.

55 Intervju med Instefjord; Intervju med Nilsson.

merkeforskriften. For eksempel gikk direktør Randi Flesland hardt ut mot Mattilsynet i NRK-programmet «Forbrukerinspektørene», og hevdet at

vi har vært kritisk til Mattilsynet, for vi oppfatter at man ikke har håndhevet den biten av merkeforskriften som går på at også forsiden skal fortelle sannheten. Og når de ikke håndhever det, så har bransjen valgt å tøye grensene maksimalt.⁵⁶

Mattilsynet, ved seksjonsleder Atle Wold, som også stilte opp i programmet, svarte at de ville sette tilsyn av merking ytterligere i fokus i 2013 med en kampanje på merkevilledning. Dette går også frem fra svarbrev fra Mattilsynet på Forbrukerrådets klage i etterkant av rapporten:

Vi synes det er positivt at Forbrukerrådet (FR) har fokus på villedende merking, og at det arbeidet som FR har gjort på området kan gjøre virksomhetene og forbrukerne mer bevisste. Det er næringen som har ansvaret for å produsere og merke matvarene i samsvar med regelverket. Vi ser helt klart at rapporten viser at flere produkter er villedende merket, og at Mattilsynet i for liten grad har prioritert ressurser til å føre tilsyn med denne type merking. ... Som følge av FRs observasjoner, har vi bedt våre distriktskontorer ha fokus på villedende merking i 2013. Tidlig i 2013 vil vi også gjennomføre et tilsynsprosjekt som omfatter villedende merking med tre matvaregrupper.⁵⁷

I de påfølgende årene har dette initiativet blitt fulgt opp av årlige «merkesjekker», hvor Mattilsynet har gjennomført målrettede undersøkelser av ulike matvaregrupper for å kontrollere at produsentene etterlever regelverket for merking av matvarer.⁵⁸ Slik sett var ikke et nytt produkt i butikkhyllene – en vaniljesaus med vaniljesmak fra vaniljeorkidéer – det eneste nye som kom ut av saken om vaniljesaus. Kanskje enda viktigere var endringene i den praktiske håndteringen av reguleringene for matmerking som oppstod i etterkant av saken om ekte og falsk vanilje – nemlig at forvaltningsmyndighetenes oppmerksomhet på, og kontroll av, villedende merking ble styrket. Selv om kritiske røster fortsatt mener at

56 NRK 2012.

57 Arkiv hos Mattilsynet 2012b.

58 Forbrukerrådet 2018.

kravene til matprodusenter burde vært enda strengere,⁵⁹ er det klart at det er større sjanse i dag for at en produsent blir pålagt å endre villedende merking på et produkt enn det var for 20 år siden.⁶⁰

Konklusjon

Med den internasjonale endringen i kulturell forståelse av industrielt produsert mat som bakteppe, ser vi altså at den kulturelle konstruksjonen av falsk og ekte vanilje etter år 2000 fikk relativt direkte konsekvenser for hvordan merkingen av vaniljeprodukter reguleres og håndteres i praksis. Etter 2010 har merkingen av matprodukter i Norge fått langt større oppmerksomhet enn tidligere, både fra politikere, reguleringsmyndighetene, produsenter, forbrukerorganisasjoner og forbrukere. Reguleringen og håndteringen i praksis av merkingen har også blitt betraktelig strengere, og dette må sees i sammenheng med hvordan saken om ekte og falsk vaniljesmak i vaniljesaus utspilte seg.

Referanser

- Asdal, K. (2015). What is the issue? The transformative capacity of documents. *Distinktion: Journal of Social Theory*, 16(1), 74–90.
- Berg-Hansen, A. (2009, 7. august). Mmm ... sagfl-is! *VG.no*. Hentet fra <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/oj6eR/mmm-sagfl-is>
- Fache, M., Boutevin, B. & Caillol, S. (2016). Vanillin production from lignin and its use as a renewable chemical. *ACS Sustainable Chemistry & Engineering*, 4(1), 35–46. <https://doi.org/10.1021/acssuschemeng.5b01344>
- Forbrukerrådet. (2012). *Vet vi hva vi spiser? En gjennomgang fra Forbrukerrådet av mat i norske butikkhyller*. Hentet fra <https://www.forbrukerradet.no/wp-content/uploads/2015/09/Rapport-om-mat-i-butikkhyllene.pdf>
- Forbrukerrådet. (2016). *Vet vi hva vi spiser nå? En gjennomgang av matmerking i butikk*. Hentet fra <https://fil.forbrukerradet.no/wp-content/uploads/2016/06/vetvihvavisiserna.pdf>
- Forbrukerrådet. (2018). *Merkesjekken 2018 – Mattilsynet ser på brød og brødvarer*. Hentet fra https://www.mattilsynet.no/mat_og_vann/merking_av_mat/generelle_

59 Intervju med Instefjord; Intervju med Nilsson

60 Intervju med Østerås

- krav_til_merking_av_mat/merkesjekken_2018__mattilsynet_ser_paa_brod_og_brodvarer.33531/binary/Merkesjekken%202018%20-%20Mattilsynet%20oser%20p%C3%A5%20br%C3%B8d%20og%20br%C3%B8dvarer
- Gallage, N. J. & Møller, B. L. (2015). Vanillin – bioconversion and bioengineering of the most popular plant flavor and its *De Novo* biosynthesis in the vanilla orchid. *Molecular Plant*, 8(1), 40–57. <https://doi.org/10.1016/j.molp.2014.11.008>
- Geelmuyden, N. C. (2013). *Sannheten på bordet*. Oslo: Cappelen Damm.
- Grindeland, J. M. (2018, 30. mars). Vanilje. I *Store norske leksikon*. Hentet fra <https://snl.no/vanilje>
- Kjærnes, U., Harvey, M. & Warde, A. (2007). *Trust in food: A comparative and institutional analysis*. London: Palgrave Macmillan.
- Lawrence, F. (2004). *Not on the label*. New York: Penguin Books.
- Matinformasjonsforskriften. (2014). Forskrift om matinformasjon til forbrukerne (FOR-2014-11-28-1497). Hentet fra <https://lovdata.no/forskrift/2014-11-28-1497>
- Merkeforskriften. (1993). Forskrift om marking mv av næringsmidler (FOR-1993-12-21-1385). Hentet fra <https://lovdata.no/forskrift/1993-12-21-1385>
- Nilsson, M.-E. (2007). *Den hemlige kokken: Det okända fusket med maten på din tallrik*. Stockholm: Ordfront Forlag.
- Nilsson, M.-E. (2008). *Den hemmelige kokken. Noen har jukset med maten din*. Oslo: Spartacus.
- NRK. (2012, 7. november). *Forbrukerinspektørene* [TV-program]. Hentet fra <https://tv.nrk.no/serie/forbrukerinspektoerene/2012/MDHP11004512/avspiller>
- NRK. (2013, 6. november). *Forbrukerinspektørene* [TV-program]. Hentet fra <https://tv.nrk.no/serie/forbrukerinspektoerene/2013/MDHP11004513/avspiller>
- Næringsdeklarasjonsforskriften. (1993). Forskrift om deklarasjon av næringsinnhold (FOR-1993-12-21-1386). Hentet fra <https://lovdata.no/forskrift/1993-12-21-1386>
- Olmsted, L. (2016). *Real food / fake food*. New York: Algonquin Books.
- Pettersen, T. E. (2008, 4. desember). En smak av rätten svensk gran. *Dagbladet*. Hentet fra <https://www.dagbladet.no/magasinet/en-smak-av-ratten-svensk-gran/65356187>
- Plasil, T., Stokland, H. B. & Bottos, L. C. (2021). *Natural ingredients or nostalgic taste? A clash of authenticities in the Norwegian Vanilla Tastescape*. Sendt utgiver, under vurdering.
- Pollan, M. (2006). *The omnivore's dilemma*. New York: Penguin Books.
- Påstandsforordningen. (2006). Forordning (EF) nr.1924/2006 av 20. desember 2006 om ernærings- og helsepåstander på matvarer.
- Rain, P. (2004). *Vanilla: The cultural history of the world's favorite flavor and fragrance*. Tarcher: US Penguin Group.
- Rise, T. (2010, 27. juli). Kumøkk i kaker? [Bloggpost]. Hentet fra <https://www.bitchakademiet.blogg.no/2010/07/kumokk-i-kaker>

- Sandberg, T. (2010, 30. november). Helt ekte vaniljesukker [Bloggpost]. Hentet fra <https://trinesmatblogg.no/2010/11/helt-ekte-vaniljesukker/>
- Schlosser, E. (2002). *Fast food nation*. New York: Penguin Books.
- Stokke, O. P. B. (2013, 19. juli). Ingen vanilje i Pin-Up og Sørlandsis. *Dinside.no*. Hentet fra <https://www.dinside.no/okonomi/ingen-vanilje-i-pin-up-og-sorlandsis/61270305>
- Stokland, H. B. (2020). Conserving wolves by transforming them? The transformative effects of technologies of government in biodiversity conservation, *Society & Animals*, 29(1), 1–21. <https://doi.org/10.1163/15685306-00001407>
- Viestad, A. (2010). *Ekte mat*. Oslo: Cappelen Damm.
- Wilson, B. (2008). *Swindled: The dark history of food fraud, from poisoned candy to counterfeit coffee*. Princeton: Princeton University Press.

Kilder

- Arkiv hos Mattilsynet, Dokumentsenteret. (2009, 15. januar). *Vedr. nordisk kampanje merking av sukker og påstander*. Saksnr. 08/139583.
- Arkiv hos Mattilsynet. (2012a, 16. november). *Klage angående villedende merking av dagligvareprodukter*. Ref: 2012/218767.
- Arkiv hos Mattilsynet. (2012b, 16. november). *Svarbrev på klage angående villedende merking av dagligvareprodukter*. Ref: 2012/218767.
- Arkiv hos Tine. (2008, 26. november). *Nordisk kampanje vedrørende merking av sukker og påstander*. Ref (saksnr): 08 / 139583. Arkivkode: /130513.
- Arkiv hos Tine. (2009, 3. mars). *Mattilsynets vurdering av Tines tilbakemelding*. Vår ref (saksnr): 08 / 139583. Arkivkode: /554490.
- Intervju med Mari Austvoll Ilseng, fagleder for forskning og utvikling i Tine. (2016, 5. desember). 35 min.
- Intervju med Mats-Eric Nilsson, forfatter av *Den hemmelige kokken*. *Noen har jukset med maten din*. (2017, 10. februar). 45 min.
- Intervju med Anne Mette Wigdahl Østerås, seniorinspektør og fagrådgiver for merking, kvalitet og fremmedstoffer i Mattilsynet. (2016, 01. desember). 1 time og 5 min.