



Jeff Salter, Direktør for Kommerciel, Kategori & Vareansvarlighed i Coop Danmark A/S

2026-01-19 08:32 CET

Kunderne vil have flere fuldkornsprodukter

Med omkring 900 butikker fordelt over hele landet, herunder SuperBrugsen, Kvickly, 365 Discount og Brugsen, spiller Coop Danmark en central rolle i at sikre danskerne et bredt udvalg af fuldkornsprodukter i hverdagen. Coop var blandt de første til at tilslutte sig Fuldkornspartnerskabet, og er en engageret og dedikeret partner.

I dette interview kan du møde Jeff Salter, direktør for Kommerciel, Kategori & Vareansvarlighed i Coop Danmark A/S, som giver et indblik i, hvordan Coop

arbejder strategisk med fuldkorn, hvilken rolle fuldkorn spiller i den plantebaserede kost – og hvad fuldkorn betyder for ham personligt.

1.Kort bio. Jeff Salter

Jeff er den øverste ansvarlige for alt indkøb i Coop, herunder afdelingen for Kvalitet & Vareansvarlighed.

Han har arbejdet i Coop Familien i mere end 10 år. Han har tidligere bl.a. været kommerciel direktør i 365discount og før det i Kvickly/SuperBrugsen.

2.Hvem er Coop Danmark?

Coop er en kundeejet-virksomhed, ejet af vores to millioner medlemmer samt energiselskabet O.K.. Vi er den dagligvarevirksomhed med flest butikker i Danmark, 900 fordelt på de fire kæder, SuperBrugsen, Kvickly, Brugsen og 365discount. Der er ca. 40.000 medarbejdere og en samlet omsætning omkring 50 milliarder kr.

3.Hvad er vigtigt for Coop Danmark?

Kvalitet, ansvarlighed og fællesskab. Med ansvarlighed mener vi bl.a., at det skal være nemmere og mere inspirerende at spise sundt. Det er en del af baggrunden for, at vi fra starten har valgt at være en aktiv spiller i Fuldkornspartnerskabet.

4.Hvordan arbejder Coop Danmark med fuldkorn, og hvad er afgørende for jer?

Fuldkorn er helt afgørende for vores kundemøde i en række kategorier af varer. Blandt andet brød, morgenmadsprodukter, pasta og ingredienser til bagning. Det er vigtigt for os hele tiden at være aktuelle i vores sortimentet i kategorierne og fuldkorn er ikke blevet mindre vigtigt for kunderne de seneste par år.

Når vi undersøger kundernes ønsker inden for sundhed, er det netop flere fuldkornsprodukter og mere frugt og grønt som vægtes højest.

5.Hvilken rolle ser du fuldkorn spille i den plantebaserede kost?

Fuldkorn giver god mæthed. Og en af udfordringerne med den plantebaserede kost er, at en del kunder ikke har en forventning om, at den mætter på samme måde som kost med højere indhold af animalske proteiner. Her kan fuldkorn spille en stærk rolle. De bedste fuldkornsprodukter bidrager med både dybde i smagen og en god mundfølelse. Den side mener jeg det er vigtigt at udvikle yderligere. Varerne skal ikke kun afprøves af kunderne, men genvælges. Så smag er afgørende.

6.Fuldkornspartnerskabet er netop trådt ind i en ny 3-årig kampagneperiode – hvilke mål er vigtige at nå i din optik?

Det er vigtigt, at kundernes kendskab til fuldkorn fastholdes på et højt niveau. Fuldkorn er først og fremmest et sundere valg i hverdagen. Det er vigtigt, at kunderne bliver ved med at have den forståelse. I øjeblikket er der voksende fokus på blandt andet tarmsundhed og mikrobiomet, hvor fuldkorn sammen med fibre fra frugt og grønt kan spille en helt afgørende rolle. Det er vigtigt at få slået den sammenhæng fast.

7.Hvad er dit yndlingsfuldkornsprodukt?

I forhold til yndlingsprodukt, så vil jeg nok pege på Änglamark fuldkornspasta. Dels fordi det er godt for mig og smager godt – men også fordi min yngste søn har diabetes, og der er de grove produkter langt bedre til at give et mere stabilt blodsukker over tid.

Fuldkornspartnerskabet er et offentligt privat partnerskab, der arbejder for at forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn.

Bag Fuldkornspartnerskabet står Fødevarestyrelsen, Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen, Diabetesforeningen og en række fødevarevirksomheder.

Kontaktpersoner



Rikke Iben Neess

Pressekontakt

Kampagneleder

Pressekontakt

rikn@di.dk

+45 30 38 15 36