



Khalil Jehya Taleb, viceindkøbsdirektør, fra Lidl Danmark (Foto: Lidl Danmark)

2025-01-09 11:56 CET

Lidl Danmark styrker indsatsen på fuldkorn

Du kan se frem til mange flere fuldkornslogomærkede produkter, når du lægger vejen forbi Lidl Danmarks butikker i fremtiden. Som en del af en ambitiøs international strategi om at øge fuldkornsandelen i Lidls sortiment, melder Lidl Danmark sig nu ind i Fuldkornspartnerskabet.

Lidl kan fra den 1. januar kalde sig fuldkornspartner, når de træder ind i det offentlige private Fuldkornspartnerskab, der arbejder for at forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn. Partnerskabet

står bag det orange fuldkornslogo, som findes på over 1.000 produkter.

“Det er et godt tidspunkt for Lidl Danmark at træde ind i Fuldkornspartnerskabet. Vi ønsker at gøre det nemmere for danskerne at træffe sunde valg i hverdagen, og det gør vi blandt andet ved at have certificeringer på rigtig mange af vores produkter. Det giver kunderne mulighed for at vælge sundere i butikkerne. Det er fuldkornslogoet et godt eksempel på, da logoet og hele indsatsen jo handler om at understøtte officielle kostråd i forhold til indtagelse af fuldkorn i den daglige kost”, siger Khalil Jehya Taleb, viceindkøbsdirektør, fra Lidl Danmark.

Mere end en fordobling af fuldkornsindtaget

Fuldkornspartnerskabet er måske en af Danmarks mest succesfulde forebyggelsesindsatser og har øget danskernes gennemsnitlige fuldkornsindtag fra 36 gram til 82 gram om dagen i gennemsnit.

Partnerskabet består af Fødevarestyrelsen, sundhedsNGO'er, detailhandelen og fødevareproducenter, som hver især bidrager med deres styrker og kompetencer. De officielle Kostråd anbefaler at spise 90 gram fuldkorn om dagen og gerne mere.

Det skal være nemt for danskerne at vælge fuldkorn

I Fuldkornspartnerskabet er der stor begejstring over, at Lidl Danmark bliver en del af samarbejdet:

”Vi er meget glade for, at Lidl nu er en del af vores partnerskab. Vores mission er at gøre det nemt for danskerne at vælge fuldkorn uanset, hvor de handler. Lidl appellerer til en bred målgruppe og arbejder med stor ansvarlighed. De kommer til at spille en vigtig rolle i vores partnerskab” siger Rikke Iben Neess, Kampagneleder for Fuldkornspartnerskabet.

Høj tillid til fuldkornslogoet

69% af danskerne kender til fuldkornslogoet og 80 % af dem, der genkender fuldkornslogoet siger også ja til, at de handler ind efter det i større til mindre grad. Ligesom 91 % af dem, der kender fuldkornslogoet i nogen grad/høj/meget høj grad har tillid til logoet (Kilde: Megafon 2024).

Thomas Sejersen, presseansvarlig i Lidl: presse@lidl.dk, tlf. 76 35 00 10

Rikke Iben Neess, kampagneleder Fuldkornspartnerskabet tlf. 30 38 15 36

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 fødevarer virksomheder.

Kontaktpersoner



Rikke Iben Neess

Pressekontakt

Kampagneleder

Pressekontakt

rikn@di.dk

+45 30 38 15 36