



2011-01-03 11:41 CET

Danske bagere er fulde af fuldkorn

Hos flere bagere i Danmark er der nu fuldkorn på hylderne, og det er noget kunderne kan lide. Nu kan man nemlig også få fuldkorn i lyse brødtyper, så kunderne kan få det bedste fra hele kornet, når de køber ind hos bagere rundt omkring i Danmark.

"Vi har igennem længere tid smagt og bagt os igennem flere forskellige opskrifter med fuldkorn for at være helt sikre på, at brødet fik den rigtige smag og konsistens. Nu har vi fået vores egne fuldkornsopskrifter godkendt og fuldkornsmærket, og specielt rundstykkerne med fuldkornsmel er populære, for mange vil gerne have fuldkorn, men kan ikke lide brød med for mange kerner. Mange af vores kunder vender hurtigt tilbage efter flere fuldkorns-

rundstykker, når de først har smagt dem. Ovenpå al den fede julemad er der jo mange, der skal i gang med slankekurene og brød med fuldkorn et godt sted at starte" siger Inger Nielsen, indehaver af Byens Brød i Silkeborg.

Fuldkornspartnerskabet står bag den offentlige sundhedskampagne med det orange fuldkornslogo. De seneste tal fra en interviewundersøgelse, som The Nielsen Company har gennemført for Fuldkornspartnerskabet viser, at i 4. kvartal i 2010 svarede 45 % af de 18-65 årige danskere, at de har kendskab til fuldkornskampagnen og kampagnens slogan "Vælg fuldkorn først".

Ligesom et stigende antal svarer ja til, at de der kender logoet også handler efter det.

"Vi er utrolig glade for, at snart halvdelen af befolkningen kender fuldkornslogoet, og at der er en stigning i antallet af danskere, der handler efter det orange fuldkornslogo. Analyserne viser, at forbrugerne i høj grad kender logoet fra produktemballager og fra supermarkedet. Vi har det seneste trekvart år også arbejdet på at få logoet bredt mere ud hos håndværksbagerere, tanksstationssegmentet og på arbejdspladsernes kantiner, hvor flere allerede har taget logoet til sig" siger Rikke Iben Neess, kampagneleder for Fuldkornspartnerskabet.

"Fuldkornskampagnen er god for hele bagerstanden, og det er helt unikt at indgå i et samarbejde, hvor konkurrerende bagerkæder, leverandører og producenter sidder ved samme bord og arbejder for en fælles sag" siger Rina Christensen, indehaver af Skivevejens Bageri i Viborg.

Kvinderne vil have fuldkorn

Det er især kvinderne, der satser på fuldkorn. Landsdækkende analyser viser, at 57 % af de indkøbsansvarlige kvinder kender det orange fuldkornslogo. Det tyder på, at indsatsen omkring mere fuldkorn i kosten har ramt et behov hos forbrugerne.

"Vi kan meget tydeligt mærke, at kvinderne hellere vil spise fuldkornsbrød end mændene. Når vi får bestillinger på morgenbrød fra arbejdspladser, kan vi næsten se på posens indhold, om der er mange mænd eller mange kvinder på arbejdspladsen ud fra, om de har valgt fuldkornsprodukter eller ej" siger Lene Hansen, bagerfrue hos Guldbageren i Aabenraa.

Siden fuldkornskampagnen gik i luften, er der sket en vækst i antallet af

produkter med det orange fuldkornslogo. Der findes nu ca. 250 forskellige produkter med fuldkornslogoet, og oven i det tal kommer detailkædernes egne varemærker, som også bærer logoet, og som giver forbrugerne endnu mere at vælge imellem.

"De mange nye fuldkornsprodukter kan hjælpe med at gøre forbrugerne mere bevidste om, at fuldkorn både kan være hele kerner, malet mel, lyst og mørkt brød samt pasta, ris og morgenmadsprodukter. Producenterne investerer også i at udvikle nye velsmagende fuldkornsprodukter, så det er en meget positiv udvikling" siger Rikke Iben Neess.

For mange får stadig for lidt

Alt for mange danskere får ikke de 75 gram fuldkorn om dagen, som Fødevarestyrelsen anbefaler. Fuldkornspartnerskabets ambition er at være med til at få danskerne til at spise mere fuldkorn og derved forbedre den samlede folkesundhed.

"En portion havregryn og to skiver rugbrød om dagen giver de 75 gram, som Fødevarestyrelsen anbefaler pr. dag, så der skal ikke meget til" siger Rikke Iben Neess.

Fuldkornspartnerskabet er et samarbejde mellem Fødevarestyrelsen, en række sundheds NGO'er og fødevarer virksomheder, om at få danskerne til at spise mere fuldkorn.

Kontaktpersoner



Rikke Iben Neess

Pressekontakt

Kampagneleder

Pressekontakt

rikn@di.dk

+45 30 38 15 36