



Fødselsdagsboller med hvid hvedemel

2021-05-12 06:30 CEST

## Danskerne tager en masse gode vaner med fra corona-nedlukningen

**Nye tal viser, at vi bager og spiser hjemmelavede måltider som aldrig før. I løbet af det seneste år har corona-nedlukningen tvunget os til at ændre vaner. Håret er blevet længere, restaurantbesøgene er aflyst, og rejserne foregår indenrigs. De fleste danskere længes efter deres normale hverdag, men det seneste års tid har ikke kun haft negative konsekvenser for danskernes liv.**

Vi går lysere tider i møde. Frem mod sommerferien åbner Danmark gradvist

mere og mere op. I takt med, at solskinstimerne tager til i styrke og vaccinationer bliver tilbudt til alle danskere. Lyset for enden af tunnelen er tiltrængt, for det seneste års tid har tæret på vores kræfter og tålmodighed. Vi har frygtet vores sundhed og isoleret os i hjemmet. Vi har ændret på vores vaner. Set få mennesker, rejst meget lidt og arbejdet inden for hjemmets fire vægge.

Coronakrisen har været utrygskabende og samfundsomvæltende, men den har også haft en positiv indvirkning på vores hverdagsliv med den nære familie. I en tid, hvor intet er som det plejer, søger vi mod køkkenet. Mod det hjemmelavede måltid og de friskbagte brød.

”Corona har ikke startet helt nye trends, men accelereret eksisterende tendenser og bølger. Surdej og bagning med familien giver en fornemmelse af tryghed og nærvær i en ensformig hverdag, så derfor går vi på opdagelse i den kulinariske verden”, siger Anne-Sophie Lahme, der er ekspert i mad og fødevaretendenser.

### **Danskerne bager som aldrig før**

Der har aldrig været så meget surdej på køl, som der er lige nu rundt omkring i de danske hjem. I en analyse fra Coop Danmark svarer hver syvende, at de har en surdej derhjemme, så de hurtigt og nemt kan slå et brød op eller forme nogle lækre boller. En af de virksomheder der har mærket danskerne stigende lyst til at bage er Lantmännen Cerealia, der blandt andet står bag en lang række morgenmadsprodukter fra Axa og Kornkammeret og Amo, der laver mel-, brød-, og kageblandinger.

”Det har været helt vildt at opleve danskernes stigende trang til at bage. Bagekategorien har indhentet næsten 5 års volumentab på 12 måneder, så Corona-pandemien har i den grad forvandlet danskerne til kvalitetsbevidste hjemmebagere. For eksempel har salget af vores økologiske specialmel slået alle rekorder, og vores melblandinger går også som varmt brød”, siger Kim Madsen, der er administrerende direktør hos Lantmännen Cerealia.

Man kan med fordel erstatte 10-15% af melet med fuldkornsmel, når man bager sin yndlingsopskrift derhjemme. I dag er udvalget af mel stort og kan gøre bagningen spændende og give mange forskellige smagsoplevelser. Fuldkornsmel giver bagværket både bid og god smag.

### **Vores nye vaner kan gavne klimaet**

Korn er blandt de fødevarer, der har det laveste klimaaftryk. Hvis du vælger

fuldkorn, får du hele kornet med. Også kimen og skaldelene. De officielle kostråd anbefaler at spise mindst 75 gram fuldkorn om dagen.

”Fuldkornsprodukter er blandt de fødevarer, der anbefales, hvis man vil spise mere klimavenligt. Derfor kan danskerne med fordel tage de nye bagevaner med ind i livet efter corona-krisen, og det gode nærvær der opstår i familien, når man bager sammen” siger Rikke Iben Neess, kampagneleder for Fuldkornspartnerskabet.

### **Fakta om bagekategorien (baseret på tal fra Nielsen):**

- Bagekategorien har indhentet næsten 5 års volumentab på 1 år
- Bagekategorien(mel & mix) er vækstet 18,5% i volumen fra 2019 til 2020 svarende til ca. 7.666 ton
- Økologi er den store vækstdriver med en samlet vækst på 30% i volumen svarende til 3.454 ton.

**Ref.nr.02955531, Dato:14-04-2021**

**Kilde: Nielsen ScanTrack, Dagligvarehandelen inkl. Hard Discount, Mel&Melmix, Volumesalg, Helår 2015-2020, W12 2021 (Copyright © Nielsen).**

---

*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