



2012-04-02 12:45 CEST

Flere og flere kender fuldkornslogoet - og vil gerne spise mere

Fuldkornsprodukter med det karakteristiske orange logo bliver i højere grad genkendt på hylderne. Og rigtig mange danskere vil gerne spise mere fuldkorn.

Nye tal viser, at kendskabet til produkter med det orange fuldkornslogo er steget betydeligt, så 52 % af den brede befolkning har kendskab til logoet, og hele 69 % blandt de indkøbsansvarlige kvinder har kendskab til fuldkornslogoet. Tallene kommer fra undersøgelser foretaget af analysefirmaet Nielsen.

Flere vil gerne have mere

Tallene fra analysefirmaet Nielsen viser også, at 31 % ville spise mere fuldkorn, hvis flere madvarer indeholdt mere fuldkorn. Det er et tal, der vækker begejstring hos Fuldkornspartnerskabet. Kampagneleder hos Fuldkornspartnerskabet, Rikke Iben Neess siger:

"Vi er rigtig godt på vej, når kendskabet stiger – og lysten til at spise flere produkter med fuldkorn er tilstede. Det handler om opmærksomhed og tilgængelighed – og det er især glædeligt, at der ofte kommer nye fuldkornsmærkede produkter ud på hylderne at vælge imellem."

Mere fuldkorn i dét folk allerede spiser

24 % siger ifølge undersøgelsen, at de er villige til at spise mere fuldkorn, hvis der er mere fuldkorn i de produkter, de normalt køber. Det skaber glæde hos bl.a. Fødevarestyrelsen, hvor man gerne ser, at indholdet af fuldkorn i forskellige produkter hæves.

"Det er glædeligt, at så mange danskere ville spise mere fuldkorn, hvis det "bare" kom i de produkter, de alligevel spiser. Fuldkorn indeholder nemlig flere vitaminer og mineraler, fordi man får det hele med fra kornet. Så vi ser med stor glæde på udviklingen" siger Bente Stærk fra Fødevarestyrelsen.

Øget kendskab og større tilgængelighed er ét langt træk

"Vi skal blive ved med at fortælle forbrugerne om fordelene ved fuldkorn. Der skal arbejdes for, at fuldkorn findes i kantinerne, i skolerne og alle de steder, vi kommer. Kendskabet til, hvad fuldkorn er, skal øges. Det gør vi bl.a. ved at tage fat på de myter, der findes om fuldkorn – dem vil vi gerne gøre op med én for én. Det er fx en myte, at fuldkorn kun findes i brød. Fuldkorn findes i mange forskellige produkter som mel, gryn, morgenmadsprodukter, pasta, knækbrød og ris. Øger vi kendskabet til fuldkorn og bidrager til tilgængeligheden - så tror vi, at endnu flere vil spise endnu mere fuldkorn" siger Rikke Iben Neess, kampagneleder hos Fuldkornspartnerskabet.

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