



Skift til fuldkornsprodukter

2026-03-10 07:41 CET

Fuldkorn har fat i mændene - men ikke i de unge kvinder

Mænd og drenge vælger i stigende grad fuldkorn til. Mænd spiser 21 procent mere fuldkorn i dag end for ti år siden, og drengene er også godt med. Piger og unge kvinders fuldkornsindtag er derimod faldet, og det kræver opmærksomhed på unge kvinders madkultur og valg i hverdagen.

Mænd spiser 69 gram fuldkorn om dagen i gennemsnit pr. 10 MJ. Det er 21 procent mere end for ti år siden. Det viser den helt nye rapport 'Danskernes Kostvaner 2021-24' som er udarbejdet af DTU Fødevareinstituttet. Drenge

mellem 4-10 år ligger også godt til i forhold til anbefalingerne.

Piger i alderen 11-17 år spiser til gengæld kun 45 gram fuldkorn pr. 10 MJ om dagen i gennemsnit, og får dermed 18 procent mindre fuldkorn end for 10 år siden.

Det er en udvikling, som man tager alvorligt hos det offentlige private Fuldkornspartnerskab, som blandt andet sundhedsNGO 'er står bag. Partnerskabet arbejder for at forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn:

”Vi når ikke op på de 90 gram fuldkorn om dagen, som De officielle Kostråd anbefaler, hvis udviklingen blandt piger og unge kvinder fortsætter. Derfor skal vi være særligt opmærksomme på deres madkultur og valg i hverdagen og fortsætte den positive trend hos drenge og mænd,” siger Rikke Iben Neess, kampagneleder for Fuldkornspartnerskabet.

Nem adgang til fuldkorn

Der er et stort udvalg af fuldkornsprodukter på hylderne i dag, og der lanceres løbende nye produkter med fuldkornslogoet. Tidligere undersøgelser fra DTU Fødevareinstituttet viser, at mænd generelt spiser mere rugbrød og havregryn end kvinder. Derfor bør fuldkornsprodukter i højere grad udvikles og markedsføres med unge kvinder for øje lyder opfordringen fra Fuldkornspartnerskabet.

Det er en mulighed, man har kastet sig over hos Kohberg Bakery Group A/S, der også er partner i Fuldkornspartnerskabet:

”Vi kan se, at unge går efter sandwichbrødet oftere end rugbrødet, og det er en efterspørgsel både vi og vores konkurrenter har efterkommet. Vi er optagede af snackkulturen, og hvordan vi kan tappe ind i den med fuldkornsprodukter og ikke mindst styrke vores viden om unge kvinders fødevarervalg i hverdagen,” siger Søren Egesborg, CEO fra Kohberg Bakery Group A/S.

Skolemad som en vej til pigernes fuldkornsindtag

Hos DI Fødevarer ser man også et potentiale i flere fuldkornsprodukter og

peger samtidig på skolemadsordningen som en oplagt mulighed for at præge de unges madvaner i en positiv retning:

”Det vil være helt oplagt at se på forsøgsordningen med skolemad og gribe chancen for at give de unge nogle gode kostvaner tidligt i livet. Her må vi ikke forpasse muligheden for at bringe mere fuldkorn ind i kosten,” lyder det fra Jakob Lave, Branchedirektør i DI Fødevarer.

Han henviser til den store forsøgsordning med skolemad på knapt 200 folkeskoler.

Ifølge Fuldkornspartnerskabet er det nemt at få fuldkorn ind i frokostmåltidet og eftermiddagssnacken. Fuldkorn er meget mere end en rugbrødsmad. Det kan både være ris, pasta, nudler, mysli, kerner i salater, sandwichbrød og knækbrød. Men det er afgørende, at maden er i øjenhøjde med de unges præferencer.

Fuldkornspartnerskabet består af Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen, Diabetesforeningen, Fødevarestyrelsen, detailhandelen, en række fødevareproducenter og DI Fødevarer.

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