



Fuldkorn smager så fuglene synger

2021-09-01 12:00 CEST

Fuldkorn smager så fuglene synger

En video, hvor fugle repræsenterer os mennesker, der bare gerne vil have det let, når føden skal skaffes, er Fuldkornspartnerskabets seneste bud på en video, som skal styrke kendskabet til det orange fuldkornslogo, der i dag findes på næsten 1.000 produkter.

”Da vi skulle i gang med at udvikle dette års september SoMe kampagne sad vi midt i en coronanedlukning og blev enige om, at vi trængte til noget at grine af og en lethed i vores kommende SoMe kampagne. I vores søgen fandt vi Klub Moderne, der netop har humor som omdrejningspunkt i deres reklamekampagner” siger Rikke Iben Neess fra Fuldkornspartnerskabet.

Klub Moderne tog udfordringen op og i dag præsenteres videoen på Fuldkornspartnerskabets egne kanaler; samt fuldkornspartnernes - som tæller både sundhedsNGO'er, Fødevarestyrelsen, brancheforeninger, en række fødevarerproducenter og detailhandelen. Videoen annonceres også på Youtube, Facebook og Instagram for et beskedent budget på 15.000 kr.

"Når vi er meget sultne, tager reptilhjernen ofte over. Og så propper vi ting i næbbet, der ikke altid er godt for os. Denne helt naturlige adfærd ses også hos fugle. Derfor har vi smugfilmet måger og duer, der spiser streetfood og givet dem menneskestemmer for sjov. Formålet med galskaben er at øge kendskab til det orange fuldkornslogo og opfordre til at se efter det, når man køber mad." udtaler Thomas Torp fra Klub Moderne.

Fuldkornspartnerskabet har igennem årene arbejdet for et lavt kommunikationsbudget, men har tidligere opnået markante veldokumenterede resultater. En morsom video med Bodil Jørgensen gav i 2019 en reach på 1,6 mio. og 600.000 visninger. Mathias "Zanka" Jørgensen, Pernille Blume og Nicklas Landin har tidligere været frontfigurer i kommunikationskampagner og Jesper Theilgaard var i 2020 spokesperson i Fuldkornspartnerskabets klimavideo. Fuldkornsprodukter er nemlig blandt de mest klimavenlige fødevarer.

I dag spiser danskerne i gennemsnit 82 gram fuldkorn om dagen. Anbefalingen er at spise mindst 75 gram fuldkorn om dagen som en del af de officielle kostråd. 64% kender det orange fuldkornslogo og 80% af dem siger også ja til, at de handler efter det

Fuldkornspartnerskabet har også gjort sig gældende i udlandet på grund af de unikke resultater, der er opnået i det offentlige private partnerskab. EU har i gangsat og finansieret et "WholEUgrain project" som har til formål at overføre erfaringerne fra det danske Fuldkornspartnerskab til andre EU lande. I maj blev den første sommerskole afholdt i regi af WholEUgrain med deltagelse fra over 20 lande verden over.

Fuldkornspartnerskabet håber, at underholde danskerne med dette års SoMe kampagne: *"Vores mål er at endnu flere får øjnene op for fuldkornslogoet og på en underholdende måde bliver mindet om at spise fuldkorn"* siger Rikke Iben Neess, kampagneleder fra Fuldkornspartnerskabet.

Kampagnen kører i hele september måned og kan ses her: [Hvad kommer du i](#)

[næbet? - Fuldkorn](#)

Fuldkornspartnerskabet består af sundhedsNGO'er, Fødevarestyrelsen og en række fødevarevirksomheder og brancheorganisationer.

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