



Smørrebrødsugen 2025

2025-06-10 06:30 CEST

## Fuldkornspartnerskabet slår et slag for rugbrødet!

*For femte år i træk fejrer Fuldkornspartnerskabet Smørrebrødsugen og sætter fokus på det gode rugbrød. Bag partnerskabet står sundhedsorganisationer, Fødevarestyrelsen, detailhandlen og fødevareproducenter. Unge vælger rugbrødet fra, men der er håb forude, for tre faktorer kan få unge til at spise mere rugbrød.*

Æg- og rejer, en kartoffelmad eller måske et stykke smørrebrød med fiskefilet? I denne uge kan du være heldig at blive mødt af smørrebrød i kantinen på din arbejdsplads, og du kan finde gode tilbud i supermarkedernes tilbudsaviser på lækker fuldkornsrugbrød og pålæg til at servere dit eget lækre smørrebrød for familien eller vennerne.

Det offentlige private Fuldkornspartnerskab hylder nemlig fuldkornsrugbrødet og smørrebrødet. For selvom smørrebrød findes i utallige varianter og versioner, er et godt stykke rugbrød uundværligt for den populære spise. Fuldkorn betyder, at hele kornet er med - også kimen og skaldelene, hvor de fleste fibre, vitaminer og mineraler sidder. Fuldkorn er et af De officielle Kostråd som anbefaler, at vi spiser 90 gram fuldkorn om dagen og gerne mere.

### **Tre ting, der kan få unge til at spise mere rugbrød**

Rugbrødet er fortsat en stor del af danskernes samlede fuldkornsindtag. Den ældre del af befolkningen spiser rugbrød næsten hver dag, mens yngre generationer ikke spiser rugbrød lige så ofte. Det viser en undersøgelse Megafon har foretaget for Fuldkornspartnerskabet. Heldigvis nævner halvdelen af danskerne (46 procent) konkrete ting, der kan få dem til at spise mere rugbrød:

- Rugbrød i to-go-sandwich
- Rugbrød i nye sammenhænge
- Et større udvalg af rugbrødsvarianter.

Det er især de yngre generationer, der efterspørger netop disse tre faktorer. Samtidig er det også den gruppe, hvor færrest siger, at intet kan få dem til at spise mere rugbrød.

”Det er tydeligt, at danskerne ønsker at rugbrød integreres i flere produkter, og der laves nye rugbrødstyper, og selvom de unge på nuværende tidspunkt spiser mindre rugbrød, er de altså åbne overfor at øge deres indtag af rugbrødet. Den mulighed skal vi gribe” siger Rikke Iben Neess, kampagneleder for Fuldkornspartnerskabet.

### **Smørrebrød for fællesskabet**

Den smørrebrødstradition, vi kender i dag, begyndte at tage form i 1800-tallet og Fuldkornspartnerskabet vil gerne være med til at holde traditionen i live og bidrage til, at smørrebrødet udvikles og henvender sig til de yngre generationer.

”Vi har udviklet nye smørrebrødsopskrifter, som ikke er det højtbelagte, men med et tvist af sæsonens grønt og ikke mindst nogle stykker, som nemt kan anrettes og har smagen i højsædet” siger Rikke Iben Neess, kampagneleder for Fuldkornspartnerskabet.

For at nå ud til de yngre målgrupper samarbejder Fuldkornspartnerskabet med influencere og

har lagt vægt på, at hele kampagnens udtryk fokuserer på følelser, fællesskaber og den gode smag. Smørrebrød kan forene generationer på tværs og vækker minder om godt selskab og samvær.

## **Fakta om Megafon undersøgelsen**

Fakta - Megafon forbrugerundersøgelse udarbejdet for Fuldkornspartnerskabet marts 2024

Undersøgelsen blev gennemført i perioden den 12. marts til den 19. marts 2024. Undersøgelsen er gennemført som en kombineret internet- og telefonundersøgelse med medlemmer af MEGAFON-panelet samt tilfældigt udvalgte borgere i Danmark. De tilfældigt udvalgte til telefondellen samt medlemmer af MEGAFON-panelet deltager anonymt i undersøgelsen.

1.010 brugbare interview er gennemført af disse er 859 interview fra internettet og de resterende 151 er fra telefoninterview.

---

*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](mailto:rikn@di.dk)

+45 30 38 15 36