



2012-11-01 12:32 CET

Hvorfor gå glip af noget, når du kan få det hele med?

Unge kvinder spiser mindre fuldkorn end gennemsnittet og langt mindre end den anbefalede mængde. Derfor vil en ny kampagne med Mathias "Zanka" Jørgensen som model forsøge at få de unge kvinders øjne op for fuldkorn i hele november. Det gælder nemlig om at få det hele med – også kimen og skaldelene, hvor de fleste vitaminer og mineraler sidder.

"Med november-kampagnen håber vi at fange de unge kvinders opmærksomhed og motivere dem til at spise mere fuldkorn fremover. Vi er virkelig glade for, at Mathias "Zanka" Jørgensen stiller op som model for kampagnen. Når man er ung,

ønsker man ikke at gå glip af noget, og det tema tager kampagnen udgangspunkt i. For fuldkorn handler om at få det hele med – også kimen og skaldelene, hvor de fleste vitaminer, fibre og mineraler sidder,” siger Rikke Iben Neess, kampagneleder for fuldkornskampagnen.

Fuldkornskampagnen er målrettet de unge kvinder med fodboldspiller Mathias ”Zanka” Jørgensen som eye-catcher.

”Jeg stiller op for kampagnen for Fuldkornspartnerskabet, fordi det du spiser, betyder meget. Og hvis jeg kan skabe fokus på at få unge til at spise mere fuldkorn, så er dét et lille skridt på den rigtige vej,” siger Mathias ”Zanka” Jørgensen.

Unge kvinder spiser mindre fuldkorn end gennemsnittet, og de spiser langt mindre end det anbefalede. Faktisk kun 29 gram om dagen, hvor anbefalingen i de otte kostråd lyder på 75 gram om dagen. 75 gram fuldkorn om dagen svarer blot til en lille portion havregryn og 1-2 skiver rugbrød om dagen. Mere skal der ikke til.

”Vi ved, at de unge bruger mindre tid på madlavning, spiser flere færdigretter og oftere spiser ude. Samtidig springer mange unge morgenmaden over. Derfor tror jeg, at det er vigtigt at minde de unge om fuldkorn, og heldigvis er der mange fuldkornsprodukter på markedet, som også appellerer til de unge,” siger Bente Stærk, souchef i Fødevarestyrelsen og næstformand i Fuldkornspartnerskabet.

Fuldkornspartnerskabet er et samarbejde mellem sundhedsorganisationerne, Diabetesforeningen, Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen og Foreningen af Kliniske Diætister, Fødevarestyrelsen samt en række fødevarevirksomheder, som alle arbejder sammen om den fælles vision at forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn.

Fuldkornspartnerskabet er et samarbejde mellem Fødevarestyrelsen, en række sundheds NGO'er og fødevarevirksomheder, om at få danskerne til at spise mere fuldkorn.

Kontaktpersoner



Rikke Iben Neess

Pressekontakt

Kampagneleder

Pressekontakt

rikn@di.dk

+45 30 38 15 36