



Veggie fuldkornstoast

2022-02-04 06:30 CET

Kendskab til fuldkornslogoet slår nye rekorder

Mens coronakrisen har huseret er antallet af danskere der kender eller har set fuldkornslogoet steget fra 64 procent til 68 procent og 24 procent angiver, at de spiser mere fuldkorn i dag end for to år siden. Det viser en ny Megafon undersøgelse foretaget for Fuldkornspartnerskabet. Danskernes forbrug af fuldkorn er i fremgang, og for de fleste er fuldkorn blevet en naturlig del af hverdagen - for 4 ud af 5 danskere er fuldkorn således allerede en integreret del af deres fødevarerindtag.

Fuldkorn er blevet en del danskernes hverdag

Danskernes forbrug af fuldkorn er i fremgang, og for de fleste er fuldkorn blevet en naturlig del af hverdagen. For 4 ud af 5 danskere er fuldkorn allerede en integreret del af deres fødevarerindtag. Det viser en ny forbrugerundersøgelse fra Megafon – foretaget for Fuldkornspartnerskabet. Ifølge undersøgelsen angiver hver fjerde dansker (24 procent), at de spiser mere fuldkorn i dag end for 2 år siden. Kun 4 procent af danskerne svarer, at de spiser mindre fuldkorn i dag end for 2 år siden.

”Det forpligter, at kendskabet til fuldkornslogoet er nået op på dette niveau – det er vi meget bevidste om i Fuldkornspartnerskabet og vi ser, at vores opgave dels er at fastholde og styrke denne udvikling. Samtidig er opgaven at udbrede viden om, at kornprodukter er blandt de mest klimavenlige fødevarer, hvilket giver forbrugerne en ny god grund til at købe produkter med fuldkornslogo” siger Niels Brinch-Nielsen, bestyrelsesformand for Fuldkornspartnerskabet som både Fødevarestyrelsen, sundhedsNGO’er og fødevarer virksomheder står bag. Klimaaftrykket på et kilo rugbrød er rundt regnet 30 gange mindre end på 1 kilo oksekød.

Danskerne er sultne efter flere fuldkorn

41 procent af danskerne vil, ifølge Megafon forbrugerundersøgelsen, spise mere fuldkorn, hvis fuldkorn blev en naturlig del af flere produkter. Ifølge Fuldkornspartnerskabet er dette et window of opportunity og en positiv opfordring til fødevarer virksomheder om at udvikle endnu flere produkter med en fuldkornsandel.

60 procent af danskerne finder det let eller meget let at spise mere fuldkorn ifølge rapporten Danskernes viden om og holdninger til sundhed og overvægt, 2021. Selvom danskerne allerede i dag er godt med, når det handler om at spise fuldkorn – danskerne spiser i gennemsnit 82 gram fuldkorn om dagen og 54 procent af danskerne får den anbefalede mængde på 75 gram fuldkorn om dagen.

Unikt, at kostvanerne er ændret på 10 år

De 25 procent af danskerne der spiser mindst fuldkorn spiser 34 gram

fuldkorn om dagen i gennemsnit. Før Fuldkornspartnerskabet blev etableret, spiste de kun 12 gram fuldkorn om dagen i gennemsnit

”Det er aldrig set før, at man på 10 år har kunnet ændre kostvanerne - som på fuldkorn. Det er unikt. Samtidig har vi lukket et gab - idet både dem der spiser meget fuldkorn og dem, der spiser meget lidt fuldkorn, alle spiser mere fuldkorn” siger Gitte Laub Hansen chefkonsulent hos Kræftens Bekæmpelse, som er partner i Fuldkornspartnerskabet.

Fuldkornspartnerskabet er et offentligt privat partnerskab, der arbejder for at forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn. Fuldkornspartnerskabet afholder den 28. februar et webinar om at skabe værdi for klima og fuldkornsundhed med fuldkorn som er åbent for alle, der ønsker at vide mere om fuldkorn.

Fakta om Megafon Forbrugerundersøgelsen

Baggrund og formål med undersøgelsen

Fuldkornspartnerskabet har med denne undersøgelse ønsket at afdække danskernes indkøbs- og madvaner, samt kendskab og holdning til fuldkorn og fuldkornslogoet. Undersøgelsen er en opfølgning på en lignende undersøgelse gennemført af MEGAFON A/S i 2019.

Gennemførelse

Undersøgelsen blev gennemført i perioden d. 22. september til d. 5. oktober 2021.

Undersøgelsen er gennemført som en kombineret internet- og telefonundersøgelse med medlemmer af MEGAFON-panelet samt tilfældigt udvalgte borgere i Danmark.

Til undersøgelsen er der gennemført 1.009 interview. Af disse stammer 866 interview fra internettet og de resterende 143 fra telefoninterview. For en undersøgelse af denne art er 1000 interview et passende antal interview til at give tilstrækkelig statistisk sikkerhed for de opnåede resultater.

Målgruppe

Målgruppen for undersøgelsen er et repræsentativt udsnit af danskere i alderen 18 år og derover.

Fuldkornspartnerskabet er et offentligt privat partnerskab, der arbejder for at forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn.

Bag Fuldkornspartnerskabet står Fødevestyrelsen, Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen, Diabetesforeningen og en række fødevestvirksoheder.

Kontaktpersoner



Rikke Iben Neess

Pressekontakt

Kampagneleder

Pressekontakt

rikn@di.dk

+45 30 38 15 36