



Fuldkorn

2020-04-15 11:31 CEST

Nordjyderne kigger efter økologi, nøglehuller og fuldkornslogoer i supermarkedet

Nordjyderne kigger efter økologi, nøglehuller og fuldkornslogoer i supermarkedet

Det kan være lidt af en jungle at hitte rede i de mange forskellige mærker på fødevarerne i supermarkedet, men nordjyderne ved godt, hvad de skal gå på jagt efter. Når de køber brød, kigger de primært efter økologimærket, nøglehullet og fuldkornslogoet.

I en ny undersøgelse som Megafon har foretaget for Fuldkornspartnerskabet siger 40% af de adspurgte Nordjyder, at de kigger efter Nøglehullet, når de køber brød og knækbrød. 27% kigger efter økologimærket og 33% ser også efter fuldkornslogoet, mens 36% siger, at logoerne ikke har betydning for deres valg af brød, når de handler. Det gælder for både det friske- og frosne brød samt knækbrød. I undersøgelsen var det muligt at sætte krydser ved flere logoer på samme tid.

[Det orange logo skiller sig ud](#)

”Det er ingen tvivl om, at mange danskere har fået en øget bevidsthed om logoer på fødevarer. Selvom der er mange af dem og det i sig selv kan opleves som forvirrende, så oplever vi, at der er en god forståelse af det orange Fuldkornslogo. 65% af de Nordjyder, der kender Fuldkornslogoet forbinder det også med et højt

fuldkornsindhold” siger Rikke Iben Neess, kampagneleder for Fuldkornspartnerskabet og fortsætter: ”Vi vil selvfølgelig gerne have endnu flere til at kigge efter fuldkornslogoet, når de står ved hylden og derfor er det vores opgave at fortælle, hvad det er man får med, når man putter et fuldkornslogomærket produkt i indkøbskurven.

[Fuld fart på fuldkorn](#)

I løbet af de seneste 10 år er fuldkornsbølgen rullet ind over Danmark. I 2010 var der 190 produkter med fuldkornslogo, og i dag er der over 1.000 forskellige produkter. Udover brød og knækbrød findes fuldkornslogoet også på mel, gryn, flager, knækkede kerner, melblandinger, ris, morgenmadscerealier og mysli. Grød og grødpulver, Brødmix, knækbrød, skorper, rasp, pasta og nudler uden fyld.

Fuldkornspartnerskabet står bag det orange fuldkornslogo. Logoet er udviklet til at sætte på produkter med et højt fuldkornsindhold og produkter som samtidig lever op til Nøglehullets kriterier til fedt, salt og sukker. Fuldkornspartnerskabet består af Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen, Diabetesforeningen, Fødevarestyrelsen og en lang række fødevarer virksomheder og brancheorganisationer. Alle arbejder for at forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn.

Fakta fra Megafon undersøgelsen

Undersøgelsen blev gennemført som en kombineret internet- og telefonundersøgelse i perioden den 23. september til den 7. oktober 2019. Der er i alt gennemført 1.006 interview. Heraf 867 interview via internettet og 139 telefon interviews.

Spørgsmål og svar fra undersøgelsen:

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