



F U L D K O R N

Fuldkorn

2019-07-05 12:09 CEST

Over 1.000 produkter bærer nu det orange fuldkornslogo

Over 1.000 produkter bærer nu det orange fuldkornslogo, og Fuldkornspartnerskabet har dermed nået en ny milepæl. Logoet blev lanceret i 2009, og antallet af fuldkornsprodukter har aldrig været højere.

”Udviklingen i antallet af produkter viser, at producenterne i Fuldkornspartnerskabet løbende arbejder på at udvikle nye produkter med fuldkornslogo og samtidig ses flere og flere produkter, hvor der er tilsat lidt fuldkorn. Begge dele gør det nemmere for danskerne at øge deres

fuldkornsindtag. Det er især i foodservice sektoren, der kommer flere logomærkede produkter,” siger Rikke Iben Neess, kampagneleder for Fuldkornspartnerskabet.

Det er blevet meget nemmere at få fuldkorn

Målet har hele tiden været at øge alle danskeres fuldkornsindtag, og derfor arbejder Fuldkornspartnerskabet også med tilsætning af lidt fuldkorn i en bred vifte af produkter. På den måde får man også fat i de danskere, der ikke nødvendigvis orienterer sig efter mærkninger, når de handler.

Hos Pompei Bageri i Ribe arbejder man med netop dette: ”Kunderne i dag orienterer sig efter fuldkorn. Vi har valgt at opsætte grønne skilte med en markering af, om der er fuldkorn i produktet; selvom det ikke lever op til fuldkornslogoet. Inspireret af Nielsens bageri i Padborg er vi også begyndt på at bage næsten alt brød op med 20% fuldkorn. Vi er glade for at bidrage til at danskernes fuldkornsindtag stiger,” siger Mikkel Hansen, bagemester fra Pompei Bageri.

En nr. 16 med ekstra fuldkorn, tak!

I flere og flere pizzerier landet over kan man nu også vælge mellem en almindelig bund eller en fuldkornsbund. Hos Valsemøllen A/S, der sælger fuldkornspizzamel til pizzerier kan man også mærke denne udvikling: ”Der er en markant fremgang, og det har der været år for år de sidste 10 år, mens vi har haft produktet” siger Eske Kofoed-Hansen, salgschef for Valsemøllen.

”Med sundhedsbrillerne på, er det smukt at se, hvordan udbud og efterspørgsel er begyndt at følges ad nu også i foodservicesektoren. Fordi udespisningen er en hastigt voksende sektor, er det super vigtigt netop, at fuldkorn bliver førstevalget,” siger Gitte Laub Hansen projektchef i Kræftens Bekæmpelse og partner i Fuldkornspartnerskabet.

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 fødevarer virksomheder.

Kontaktpersoner



Rikke Iben Neess

Pressekontakt

Kampagneleder

Pressekontakt

rikn@di.dk

+45 30 38 15 36