



Fuldkornsmel

2018-12-18 06:00 CET

Salget af fuldkornsmel slår alle rekorder

Danskerne køber mindre mel, men til gengæld udvikler salget af fuldkornsmel sig med rekordfart. Salget af fuldkornsmel i dagligvarehandelen er steget 24 procent det sidste år, mens det samlede melsalg er gået 4,4 procent tilbage ifølge en ny analyse som Nielsen Company har udarbejdet for Fuldkornspartnerskabet.

Danskerne er begyndt at bage brødet mere groft derhjemme. En ny analyse fra Nielsen Company viser, at salget af fuldkornsmel er steget 24 procent det seneste år. Samtidig er salget af total mel gået 4,4 procent tilbage.

”Danskerne er blevet mere fokuserede på fuldkorn. Vi spiser godt nok lidt mindre rugbrød end tidligere, men til gengæld skruer vi op for fuldkorn andre steder, for eksempel når vi bager” siger Lars Aarup analysechef hos Coop Danmark A/S, som også er partner i Fuldkornspartnerskabet.

7 ud af 10 danskere bager selv

7 ud af 10 danskere bager selv og 64 procent af dem bruger fuldkornsmel, når de bager. Ud af den andel bruger 8 procent altid fuldkorn, mens 25 procent ofte bruger fuldkorn og 32 procent bruger fuldkorn ind i mellem. Det viser en ny kendskabsundersøgelse som YouGov har foretaget for Fuldkornspartnerskabet.

Danskerne drysser fuldkornsmel i julebagen

Når det kommer til danskernes traditionsrige bagning i julen, så er andelen af danskere, der bager med fuldkorn til jul steget fra 23 procent i 2016 til 27 procent i 2018, ifølge undersøgelsen fra YouGov.

”Vi er glade for, at danskerne tænker fuldkorn ind i julebagen og generelt, når de bager. En god måde at få fuldkorn i julen er selvfølgelig at bage fuldkornsrugbrød til julefrokosten, men det kan også være ved at erstatte fx 5 procent af hvedemelet med hvid hvede (fuldkornsmel) i julesmåkagerne. Det kan hverken ses eller smages”, siger Rikke Iben Neess, kampagneleder for Fuldkornspartnerskabet.

Fuldkornspartnerskabet arbejder for at forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn. Bag Fuldkornspartnerskabet står Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen, Diabetesforeningen, Fødevarestyrelsen og en række fødevarer virksomheder.

FAKTA OM NIELSEN OG YUGOV ANALYSERNE

Fakta om Nielsen analysen

Periode: Rullende 12 måneder pr. uge 20 2018

Marked: Dagligvarehandelen incl. Hard Discount

Mel total markedet

Vol. Salg 000' This Year: 42.193. Year Ago: 44.116

Mel fuldkorn

Vol. Salg 000' This Year: 4.570. Year Ago: 3.693

Ref.nr.01053090, Dato:17-12-2018

Kilde: Nielsen ScanTrack, Dagligvarehandelen inkl. Hard Discount, Mel og fuldkorn mel, Volumesalg i kg, Seneste rullende år, W20 2018 (Copyright © Nielsen).

Fakta om YouGov analysen – godkendes af YouGov

Målgruppe: Danskere i alderen 18-74 år

Antal respondenter interviewet: 1.018 i Efterår 2018 perioden 22.-30. oktober, 1.013 i efterår 2016 perioden 17.-27. oktober.

Spørgsmål 1: Bager du med fuldkorn til jul?

	Efteråret 2018	Efteråret 2016
<i>Base:</i>	1.018	1.013
<i>Ja</i>	27%	23%
<i>Ja, altid</i>	3%	2%
<i>Ja, ind i mellem</i>	12%	9%
<i>Ja, men sjældent</i>	12%	12%
<i>Nej, aldrig</i>	32%	34%
<i>Bager ikke til jul/bager aldrig</i>	35%	34%

Spørgsmål 2: Hvor ofte bruger du fuldkorn når du bager (her tænkes på alt såsom brød, boller, tærte, pandekager, kager/småkager etc.)?

	<u>Efteråret 2018</u>
Base:	1.018
Altid	6%
Ofte	18%
Ind i mellem	22%
Sjældent	12%
Aldrig	9%
Ved ikke	4%
Jeg bager aldrig	28%
Total sum	100%

Spørgsmål 2b: Hvor ofte bruger du fuldkorn når du bager (her tænkes på alt såsom brød, boller, tærte, pandekager, kager/småkager etc.)? Base: Dem der bager.

	<u>Efteråret 2018</u>
Base:	731 personer
Altid	8%
Ofte:	25%
Ind i mellem	31%
Sjældent	17%
Aldrig	13%
Ved ikke	6%
Totalsum	100%

Kilde: YouGov Kendskab og adfærd 2018

forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn.

Bag Fuldkornspartnerskabet står Fødearestyrelsen, Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen, Diabetesforeningen og en række fødearevirksomheder.

Kontaktpersoner



Rikke Iben Neess

Pressekontakt

Kampagneleder

Pressekontakt

rikn@di.dk

+45 30 38 15 36