



Hjemmelavede kopnudler med fuldkorn

2024-11-22 06:30 CET

Unge vil have fuldkorn!

31 procent af den unge Generation Z spiser flere eller mange flere fuldkornsprodukter i dag end for to år siden. Det viser en ny Megafon forbrugerundersøgelse foretaget for Fuldkornspartnerskabet. Samtidig spiser den unge generation i højere grad forskellige fuldkornsprodukter end andre generationer, og så er de åbne overfor at spise endnu mere fuldkorn.

Nudler med fuldkorn, fuldkornsris og fuldkornspasta - unge fra Generation Z spiser mange forskellige fuldkornsprodukter og 31 procent tilkendegiver, at de spiser flere eller mange flere fuldkornsprodukter i dag end for to år siden, mens kun 7% spiser færre. Det viser en ny Megafon forbrugerundersøgelse

foretaget for Fuldkornspartnerskabet.

Det er positivt for De officielle Kostråd, som anbefaler at spise 90 gram fuldkorn om dagen eller mere. Det svarer til et fuldkornspitabrød, en portion fuldkornsris og to stykker knækbrød.

Derfor vælger unge fuldkorn

Generation Z giver udtryk for, at de spiser fuldkorn, fordi det er sundt og mættende. Selvom rugbrød stadig er deres primære kilde til fuldkorn, så har de også appetit på at spise mange forskellige fuldkornsprodukter:

Fakta:

Produkter Generation Z først og fremmest får fuldkorn igennem:

1. Rugbrød (85%)

2. Fuldkornspasta og nudler (59%)

3. Fuldkorns morgenmadcerealier, mysli, grød, havregryn. (47%)

4. Fuldkornsris (42%)

Generation Z vælger i højere grad end andre generationer af få deres fuldkorn gennem, pasta, nudler og ris.

Kilde: Megafon 2024

”Vi ser en generation, der er vokset op med fuldkorn og samtidig er åbne overfor at spise endnu mere fuldkorn. For at lykkes med den opgave kræver det, at fuldkorn indgår naturligt i flere fødevarer, vi allerede spiser i dag og, at fuldkorn bliver en valgmulighed på caféer og ’to-go’”, siger Rikke Iben Neess, kampagneleder for Fuldkornspartnerskabet.

Megafon Forbrugerundersøgelsen viser, at mere end hver 3. unge gerne vil vælge fuldkornsvarianten, når de spiser på caféer eller ’to-go’, hvis valget kan

træffes.

Klimaaftryk og fuldkorn

Fuldkornspartnerskabet består af Fødevarestyrelsen, Diabetesforeningen, Hjerteforeningen, Kræftens Bekæmpelse og en række fødevarer virksomheder og detailhandelen, som er på en fælles mission om at få danskerne til at spise mere fuldkorn. Og så er kornprodukter – herunder fuldkornsprodukter blandt de fødevarer, der har det laveste klimaaftryk.

Fakta - Megafon forbrugerundersøgelse udarbejdet for Fuldkornspartnerskabet marts 2024

Undersøgelsen blev gennemført i perioden den 12. marts til den 19. marts 2024. Undersøgelsen er gennemført som en kombineret internet- og telefonundersøgelse med medlemmer af MEGAFON-panelet samt tilfældigt udvalgte borgere i Danmark. De tilfældigt udvalgte til telefondellen samt medlemmer af MEGAFON-panelet deltager anonymt i undersøgelsen.

1.010 brugbare interview er gennemført af disse er 859 interview fra internettet og de resterende 151 er fra telefoninterview.

1) Spiser du flere, det samme eller færre fuldkornsprodukter end du gjorde for 2 år siden?

Mange flere 3%

Flere 28%

Det samme 59%

Færre 7%

Meget færre 0%

Ved ikke 2%

2) Hvor ofte vælger du fuldkornsvarianten, når du køber/spiser mad ude og har mulighed for at vælge en variant med fuldkorn i stedet for hvidt brød? Fx en fuldkornsburgerbolle, fuldkornspizza eller fuldkornssandwich.

Hver gang eller næsten hver gang det er muligt 12%

Ofte 23%

Af og til 24 %

Sjældent 25 %

Aldrig 10 %

Ved ikke 4%

Køber/spiser aldrig ude, hvor jeg har mulighed for at vælge en fuldkornsvariant i stedet for hvidt brød.2%

3)Hvad er de primære årsager til, at du vælger og/eller spiser fuldkornsprodukter? Der kan angives flere svar

Sundhed 75%

Mæthed 65%

Smagen 23%

Vigtig kilde til protein i en planterig kost 28%

Indkøbsvaner/spisevaner 24%

Bæredygtighed 8%

Pris 8%

Klima 10%

Andet (lukket kategori) 3%

Ved ikke 3%

Fuldkornspartnerskabet er et offentligt privat partnerskab, der arbejder for at 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