



PRESSEMEDDELELSE

OKTOBER 2010

Der ryger fuldkorn over disken som aldrig før...

Salget af fuldkornsprodukter med det genkendelige orange logo oplever en massiv vækst hos danskerne, som i stigende grad vælger knækbrød, hvedebrød, dybfrostbrød, rugbrød, morgenmadsprodukter og mel med fuldkorn.

Nye tal viser, at salget af produkter med det orange fuldkornslogo er steget med hele 23% i perioden uge 1-36 2010 sammenlignet med den samme periode året før. De nævnte kategorier er samlet set gået 2% frem ifølge undersøgelser fra analysefirmaet Nielsen.

- Vi oplever nogle meget positive vækstrater, både for eksisterende fuldkornsprodukter og for nylanceringer. Vi har både fuldkornslogoet på vores rugbrød og vores hvedebrød, og begge dele har danskerne taget til sig, siger Jan Gerber, administrerende direktør hos Kohberg.

Et utraditionelt samarbejde om fuldkorn

Hos Kohberg har Fuldkornspartnerskabet skabt en helt ny mulighed for at arbejde sammen på tværs af virksomheder. Kohberg og Urtekram har etableret et utraditionelt samarbejde om en produktserie med økologisk fuldkorn som omdrejningspunkt.

- På baggrund af de positive tendenser i salget af fuldkornsprodukter, har vi taget indsatsen et skridt videre. Vi har lige introduceret økologisk fuldkorn sammen med Urtekram. Det er et helt nyt samarbejde, hvor gode værdier og bred distribution går hånd i hånd. Dét forventer vi os meget af, siger Jan Gerber

Medansvar for folkesundheden

Det er ikke kun hos producenterne, de gode salgstal vækker glæde. Hos Kræftens Bekæmpelse, der ligeledes er en del af Fuldkornspartnerskabet, vækker de nye tal også glæde.

FULDKORNSPARTNERSKABET
C/O KRÆFTENS BEKÆMPELSE
STRANDBOULEVARDEN 49
DK - 2100 KØBENHAVN Ø
FULDKORN.DK



- Salgstallene for de fuldkornslogomærkede produkter viser, at det virker, når sundhedsfolk og producenter sammen sætter sig for at løse en opgave. Kræftens Bekæmpelse har ingen brødfabrikker, så vi kan ikke beslutte, at der er godt fuldkornsbrød på hylderne. Men vi kan motivere og presse på, så brødproducenter og bagere tager medansvar for befolkningens sundhed samtidig med, at de passer deres forretning. Det her er et strålende bevis på, at indtjening og sundhed kan forenes, siger Leif Vestergaard, direktør hos Kræftens Bekæmpelse.



Fuldkornspartnerskabet er et bredt samarbejde mellem Fødevarestyrelsen, sundhedsorganisationer, fødevarer virksomheder og detailhandelen, som sammen arbejder for at udbrede kendskabet til fuldkorn.

FULDKORNSPARTNERSKABET
C/O KRÆFTENS BEKÆMPELSE
STRANDBOULEVARDEN 49
DK - 2100 KØBENHAVN Ø
FULDKORN.DK

Gode salgstal gør det ikke alene

Selv om udviklingen af fuldkornsprodukter går rigtig godt, så er der stadig mange voksne, der ikke får de anbefalede 75 gram fuldkorn om dagen. Og det har Fuldkornspartnerskabet tænkt sig at gøre noget ved.

- Vi er rigtig godt på vej, men vi er stadig et stykke fra målet. Vi skal blive ved med at fortælle forbrugerne om fordelene ved fuldkorn. Der skal arbejdes for, at fuldkorn findes i kantinerne, i daginstitutionerne og de steder, hvor vi kommer. Kendskabet til, hvad fuldkorn er, skal øges. Det gør vi bl.a. ved at tage fat på de myter, der findes om fuldkorn – dem vil vi gerne gøre op med én for én. Det er fx en myte, at fuldkorn kun kan være hele kerner – fuldkorn kan være både det hele korn, men fuldkorn kan sagtens være malet mel, og så er der ikke hele kerner i brødet. Fuldkorn betyder, at hele kornet er brugt - også skaldelene, hvor mange af vitaminerne, mineralerne og fibre findes. Øger vi kendskabet til fuldkorn og bidrager til tilgængeligheden - så tror vi, at endnu flere vil spise endnu mere fuldkorn, siger Rikke Neess, kampagneleder hos Fuldkornspartnerskabet.

[Læs mere på fuldkorn.dk](http://fuldkorn.dk)

PRESSEKONTAKT

Rikke Neess, kampagneleder hos Fuldkornspartnerskabet, mobil 30381536 eller Katrine Lundgreen, kl@recommended.dk, mobil 52191732



Fakta om Nielsen analysen



Perioder:

Fra og med uge 1 til og med uge 36 2010 og fra og med uge 2 og til og med uge 37 2009.

Samt fra og med uge 21 til og med uge 36 2010 og fra og med uge 22 til og med uge 37 2009.

Kilde:

The Nielsen Company, ScanTrack Dagligvareindeks.

FULDKORNSPARTNERSKABET
C/O KRÆFTENS BEKÆMPELSE
STRANDBOULEVARDEN 49
DK - 2100 KØBENHAVN Ø
FULDKORN.DK

Kategorier der er analyseret og målt:

Morgenmad
Mel
Knækbrød
Hvedebrød
Dybfrost bageprodukter
Rugbrød

PERIODEN FRA OG MED UGE 1 TIL OG MED UGE 36 2010
OG FRA OG MED UGE 2 OG TIL OG MED UGE 37 2009:

Udvikling for produkter med fuldkornslogo:

Salg i kg (volumen)

Produkter med fuldkornslogo i ovennævnte kategorier akkumuleret:

Indeks 123 i forhold til samme periode sidste år.

Udvikling for produkter med fuldkornslogo – uden nylanceringer:

Salg i kg. (volumen)

Produkter med fuldkornslogo i ovennævnte kategorier akkumuleret og rensset for nyheder lanceret efter uge 2-37 2009:

Indeks 110 i forhold til samme periode sidste år.

Bemærk, at der ikke er medregnet produkter med fuldkornslogo, der sælges som private label.

Udvikling for det samlede marked:

Salg i kg (volumen)

Det samlede marked for alle produkter i ovennævnte kategorier akkumuleret:

Indeks 102 i forhold til samme periode sidste år.

Nielsens Dagligvare Indeks bygger på salgstal fra den danske dagligvarehandel. Universet for salgstallene fra fuldkornsprojektet er Dansk dagligvarehandel inkl. Aldi/Lidl. Uafhængige købmænd med en omsætning under 15 mio. kr. indgår ikke i Nielsens indeks.



PERIODEN FRA OG MED UGE 21 TIL OG MED UGE 36 2010 OG FRA OG MED UGE 22 TIL OG MED UGE 37 2009:

Udvikling for produkter med fuldkornslogo:

Salg i kg (volumen)

Produkter med fuldkornslogo i ovennævnte kategorier akkumuleret:

Indeks 120 i forhold til samme periode sidste år.

Udvikling for produkter med fuldkornslogo – uden nylanceringer:

Salg i kg. (volumen)

Produkter med fuldkornslogo i ovennævnte kategorier akkumuleret og

renset for nyheder lanceret efter uge 22-37 2009:

Indeks 103 i forhold til samme periode sidste år.

Bemærk, at der ikke er medregnet produkter med fuldkornslogo, der sælges som private label.

Udvikling for det samlede marked:

Salg i kg (volumen)

Det samlede marked for alle produkter i ovennævnte kategorier akkumuleret:

Indeks 101 i forhold til samme periode sidste år.

Nielsens Dagligvare Indeks bygger på salgstal fra den danske dagligvarehandel. Universet for salgstallene fra fuldkornsprojektet er Dansk dagligvarehandel inkl. Aldi/Lidl. Uafhængige købmænd med en omsætning under 15 mio. kr. indgår ikke i Nielsens indeks.



FULDKORNSPARTNERSKABET
C/O KRÆFTENS BEKÆMPELSE
STRANDBOULEVARDEN 49
DK - 2100 KØBENHAVN Ø
FULDKORN.DK



Fakta om fuldkorn

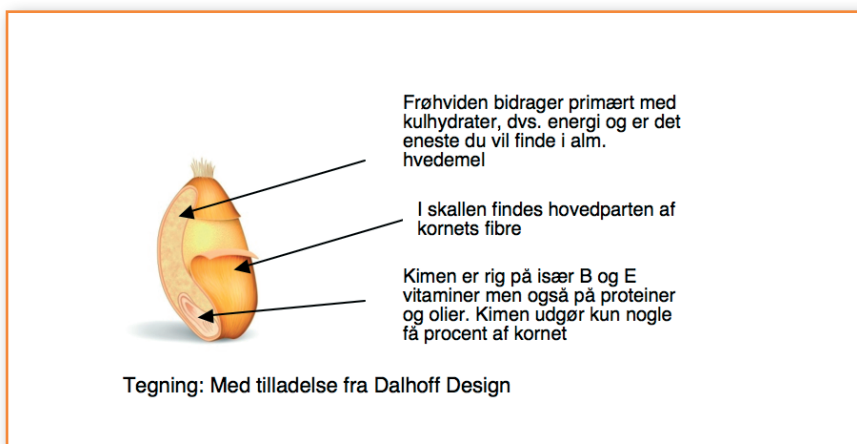
Fuldkornspartnerskabet vil slå et slag for folkesundheden. Fuldkorn er en del af de 8 kostråd – men der er stadig mange mennesker, der får alt for lidt fuldkorn. Og der er mange gode grunde til at spise meget mere fuldkorn!

Fordele ved fuldkorn

- Fuldkorn er en del af de 8 kostråd. Følger du dem, mindsker du risikoen for en række livsstilssygdomme som hjerte-karsygdomme, type 2 diabetes og kræft.
- Fuldkorn smager godt
- Fuldkorn mætter og holder maven i gang.

Hvad er fuldkorn?

Fuldkorn kan både være hele kerner, knækkede kerner eller malet til fuldkornsmel. Det vigtigste er, at alle dele af kornet er med – også alle skaldelene. Det er nemlig her, de fleste fibre, vitaminer og mineraler sidder.



Fuldkorn er både hvede, rug, byg, havre, brune ris og røde ris, hirse (alm. hirse), majs (tørret) og sorghum/durra. Derfor kan du få masser af fuldkorn, hvis du fx spiser havregryn, laver en salat med hele hvedekerner, vælger fuldkornspasta, vælger morgenmadscerealier med fuldkorn eller spiser fuldkornsbrød. Og det gælder både knækbrød, rugbrød og lyst brød. Bare det er bagt med fuldkornsmel. Kig efter det orange fuldkornslogo, når du handler. Så er du sikker på, at få varer med masser af fuldkorn i kurven.

Vi spiser for lidt fuldkorn

94 % af danskerne får ikke nok fuldkorn. Det er især børn, der spiser meget fuldkorn, mens særligt de unge slet ikke får fuldkorn nok. Faktisk får flertallet af befolkningen under halvdelen af den mængde fuldkorn, som Fødevarestyrelsen anbefaler - 75 gram om dagen.



FULDKORNSPARTNERSKABET
C/O KRÆFTENS BEKÆMPELSE
STRANDBOULEVARDEN 49
DK - 2100 KØBENHAVN Ø
FULDKORN.DK



Hvor meget fuldkorn?

Fødevarestyrelsen anbefaler voksne at spise 75 g fuldkorn om dagen og børn mellem 4-10 år dagligt 40-60 gram. Hvis du fx spiser en portion havregryn og 1-2 skiver rugbrød, så har du fået nok. Det behøver ikke at være svært at få fuldkorn nok. Alt du skal gøre er at kigge efter det orange fuldkornslogo, når du handler.

Læs mere på www.fuldkorn.dk



Fuldkornslogoet og Fuldkornspartnerskabet

Fuldkornspartnerskabet udbreder kendskabet til fuldkorns gavnlige virkning og til det orange fuldkornslogo "Vælg fuldkorn først". Målet er at mange flere danskere fremover spiser meget mere fuldkorn. Fuldkornspartnerskabet er et unikt samarbejde mellem Fødevarestyrelsen, sundhedsorganisationer og erhvervet repræsenteret af en række producenter og detailhandelen. Fuldkornslogoet er udviklet af Fuldkornspartnerskabet, og logoet er forbrugerens garanti for, at et produkt indeholder masser af fuldkorn.

FULDKORNSPARTNERSKABET
C/O KRÆFTENS BEKÆMPELSE
STRANDBOULEVARDEN 49
DK - 2100 KØBENHAVN Ø
FULDKORN.DK

PARTNERNE I FULDKORNSPARTNERSKABET:

Fødevarestyrelsen, Diabetesforeningen, Foreningen af Kliniske Diætister, Hjerteforeningen, Kræftens Bekæmpelse, Bager- og Konditormestre i Danmark, Credin A/S, Dansk Supermarked, DI fødevarer, DLG, Easyfood, ISIS A/S, Kohberg A/S, Landbrug og fødevarer, Lantmännen Cerealia A/S, Lantmännen Schulstad A/S, Lantmännen Unibake A/S, McDonalds Danmark, Nestlé, Pågen, Quaker Oats, Q8, REMA1000, Skærtøft Mølle, Valsemøllen & Wasa Brød AB.

