



Pressemeddelelse  
Fuldkornspartnerskabet juni 2010

## Fuldkorn sælger

***På halvdet år er andelen af produkter med fuldkorn steget eksplosivt i Hatting, og i dag udgør brød med fuldkornslogoet mere end en femtedel af det samlede salg.***

For to år siden skulle man kigge langt i fryseren efter fuldkornsbrød fra Hatting. Men da Lantmännen Unibake kom med i Fuldkornspartnerskabet i 2008, begyndte det landskendte bageri at udvikle brød, der lever op til fuldkornslogoets regler om masser af fuldkorn og samtidigt har mindre fedt, salt og sukker. Fødevarestyrelsen står som en del af Fuldkornspartnerskabet bag kravene til fuldkornslogoet.

Og danskerne har taget godt imod fuldkornsprodukterne. I dag udgør salget af netop fuldkornsprodukter med fuldkornslogoet mere end en femtedel af det samlede salg af Hattings brød.

”Vi er meget glade for, at vi valgte at tage udfordringen fra bl.a. Hjerteforeningen, Kræftens Bekæmpelse og Fødevarestyrelsen op og blive en del af Fuldkornspartnerskabet. For som de seneste salgstal viser, har det absolut været en fordel for Hatting at få en sundere profil og produktlinje,” siger adm. direktør for Lantmännen Unibake, Trine Egsgaard.

### **Partnerskaber kan påvirke folkesundheden**

Filosofien bag Fuldkornspartnerskabet er netop, at alle led skal være med i arbejdet for at få danskerne til at spise mere fuldkorn. Derfor består partnerskabet af både en offentlig myndighed, sundhedsorganisationer og producenter. Partnerskabet arbejder for, at danskerne skal vælge fuldkorn først. Indsatsen handler både om oplysning om fuldkorns mange gavnlige egenskaber og om at tilbyde forbrugerne flere produkter med fuldkorn; samt om at øge tilgængeligheden. Producenterne skal udvikle og tilbyde fuldkornsprodukter, der smager præcis ligeså godt, som de lysere varianter – eller bedre. Og de seneste tal fra Hatting bekræfter, at det kan lade sig gøre.

”Fuldkornskampagnen viser, at vi – producenterne - også kan være med til at påvirke danskerne til at spise sundere. Og netop derfor er vi ekstra stolte over, at danskerne har taget så godt imod vores sunde fuldkornsprodukter,” lyder det fra Lantmännen Unibakes adm. direktør, Trine Egsgaard.

Formand for Fuldkornspartnerskabets bestyrelse, Niels Brinch-Nielsen adm. direktør for Valsemøllen A/S, understreger, at udviklingen er positiv både for forbrugerne og for virksomhederne: ”Jeg synes, at vi har en win-win situation her. Både fuldkornsprodukter, der har været på markedet i over et år og helt nye produkter sælger godt. Det tyder på, at budskabet ’Vælg fuldkorn først’ har slået rod, og at partnerskabstilgangen til sundhedsbudskaber er begyndt at vise sin værdi.”

Analyseinstituttet Nielsen har netop gennemført en analyse, der viser, at der, udover bedre sundhed, også er god omsætning i fuldkorn. Det samlede marked for kornprodukter inden for kategorierne mel, knækbrød, hvedebrød, rugbrød, morgenmad og dybfrost brød lå i uge 9-20 2010 på +3 % vækst i volumen (kg) i forhold til samme periode året før. Produkter med fuldkornslogoet i tilsvarende kategorier er derimod steget med +26 % i volumen (kg) i forhold til samme periode sidste år.

**Vil du vide mere:**

Kontakt venligst partnerskabsansvarlig og kampagneleder, Rikke Neess, på tlf. 30 38 15 36. Du er også velkommen til at kontakte Lantmännen Unibakes administrerende direktør, Trine Egsgaard, på tlf. 23 68 51 54  
Har du behov for yderligere materiale, kontakt da venligst Essencius, Charlotte Frost, på tlf. 21 20 26 83 eller Christina Schärfe Lambach på tlf. 40 55 53 06.

**Fakta om Nielsen-analysen:**

**Periode:** Fra og med uge 9 til og med uge 20 2010 og fra og med uge 10 til og med uge 21 2009.

**Kilde:** The Nielsen Company, ScanTrack Dagligvareindeks.

**Kategorier, der er analyseret og målt:**

Mel  
Knækbrød  
Hvedebrød  
Rugbrød  
Morgenmad  
Dybfrost bageprodukter

**Udvikling for produkter med fuldkornslogo:**

Salg i kg (volumen)

Produkter med fuldkornslogo i ovennævnte kategorier akkumuleret: Indeks 126 i forhold til samme periode sidste år.

Salg i kr. (værdi)

Produkter med fuldkornslogo i ovennævnte kategorier akkumuleret: Indeks 121 i forhold til samme periode sidste år.

Bemærk, at der ikke er medregnet produkter med fuldkornslogo, der sælges som private label f.eks. i Dansk Supermarked.

**Udvikling for det samlede marked:**

Salg i kg (volumen)

Det samlede marked for alle produkter i ovennævnte kategorier akkumuleret: Indeks 103 i forhold til samme periode sidste år.

Salg i kr. (værdi)

Det samlede marked for alle produkter i ovennævnte kategorier akkumuleret: Indeks 98 i forhold til samme periode sidste år.

Bemærk, at der ikke er medregnet produkter med fuldkornslogo, der sælges som private label f.eks. i Dansk Supermarked.

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. Indekset primært baseret på ugentligt scannede salgsdata.

**Fakta om Hatting:**

Hatting tilbyder i dag en lang række produkter med fuldkornslogoet, bl.a. økologiske grovboller og havrestykker, fuldkornspitabrød, fuldkornsminibaguette og fuldkornshåndværkere. Hatting er gennem Lantmännen Unibake en af partnerne bag fuldkornslogoet.

Hatting blev grundlagt i 1947 i byen Hatting ved Horsens, og har igennem årene udviklet sig til at være en af Europas førende brødproducenter. I 1980 begyndte bageriet at lave brød, der fryses ned direkte efter bagning for at holde sig friskt. Hatting er i dag en del af Lantmännen Unibake, en af en af verdens førende bagerikoncerner inden for frosne og friske bageriprodukter. Lantmännen Unibake havde i 2009 en nettoomsætning på 727 millioner euro. Koncernen har i Danmark 5 bagerier med i alt 20 produktionslinjer. Hatting er kendt som frosne, forbrugerpakkede brødprodukter der primært sælges på det nordeuropæiske marked.

**Fuldkornspartnerskabet:**

Det videnskabelige grundlag for at fremme danskernes indtag af fuldkorn og fuldkornsprodukter er udarbejdet af DTU i rapporten "FULDKORN – Definition og vidensgrundlag for anbefaling af fuldkornsindtag i Danmark". Fuldkornspartnerskabet er et samarbejde mellem myndigheder, sundhedsorganisationer, erhverv og detailhandelen.

**Partnere i Fuldkornspartnerskabet:**

Sundhedsorganisationerne: Hjerteforeningen, Kræftens Bekæmpelse, Foreningen af Kliniske Diætister og Diabetesforeningen. Fødevarestyrelsen.

Erhvervet: Kohberg A/S, Lantmännen Schulstad, Lantmännen Unibake, Valsemøllen A/S, Lantmännen Cerealía, Skærtøft Mølle, Wasa, Credin A/S, Nestlé, Nyker Brød, Pågen, Quaker Oats, ISIS A/S, Easyfood, DI Fødevarer, DLG, Landbrug og Fødevarer, McDonalds og Bager- og Konditormestre i Danmark.

Detailhandelskæderne: Rema1000 og Dansk Supermarked.

**Følgende støtter partnerskabet:**

IDA Kantiner, Kost og Motion.net, inco Danmark A.m.b.a. , Nutrium, Fazer Amica, Urtekram A/S, Majbøllegård, Johan Ludvigs Kafé+bed and breakfast, Paradiset Gårdbutik, Kropstemplet, COOP Danmark A/S, Engelhardt A/S, Helga-forskningsprojekt om fuldkorn, Ireks bagecenter, Løvbjerg, Netdoktor, Super Best, Ude og Hjemme, Aurion, Nordisk Kelloggs, Frugt Formidlingen, Struer Brød, Simply Cooking.

**Kampagnestart:**

Fuldkornkampagnen havde kick-off i uge 2, 2009. Rikke Neess er kampagneleder, og Niels Brinch-Nielsen adm. direktør for Valsemøllen A/S er formand for partnerskabets bestyrelse. Morten Strunge Meyer projektchef i Kræftens Bekæmpelse og Bente Stærk chefkonsulent i Fødevarestyrelsen er begge næstformænd i Fuldkornspartnerskabets bestyrelse.

**Fuldkornslogoet:**

Fuldkornslogoet skal gøre det let for forbrugerne at vælge produkter med et højt fuldkornsindhold. Logoet blev lanceret i uge 2, 2009.

Kategorien fuldkornsprodukter dækker:

- Mel og gryn
- Brød og knækbrød
- Ris
- Morgenmadscerealier
- Pasta og nudler

Logoet er forbrugerens garanti for, at et givent produkt har et højt fuldkornsindhold og også på anden vis er ernæringsmæssigt godt. For at sikre at fuldkornslogoet ikke anvendes på ernæringsmæssige underlødige produkter er det en forudsætning for at bære fuldkornslogoet, at produktet overholder krav til indhold af fedt, salt, kostfiber og sukker som svarer til Nøglehulsmærket.

Fuldkornspartnerskabet stiller blandt andet krav til procentdelen af fuldkorn i produktet. Kravene til produkterne er følgende

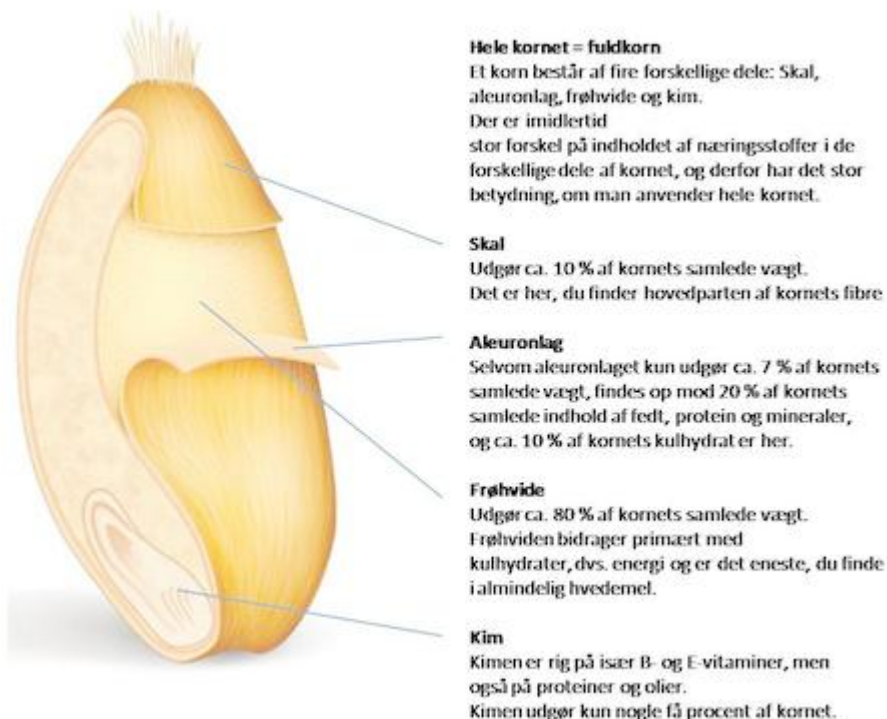
Produktgruppe	Fuldkorn	Øvrige vilkår
Mel, gryn og ris	100% fuldkorn regnet på produktets tørstof (% TS)	- kostfiber mindst 6 g/100 g (mht. fuldkornsrís: se fodnote 1)
Brød	Mindst 50 % fuldkorn regnet på produktets tørstof (% TS ) og mindst 30 % fuldkorn regnet som QUID. Begge dele skal være opfyldt.	- fedt højst 7 g/100 g - sukkerarter totalt højst 5 g/100 g - natrium højst 0,5 g/100 g - kostfiber mindst 5 g/100 g
Knækbrød	Mindst 60% fuldkorn regnet på produktets tørstof (% TS)	- fedt højst 7 g/100 g - sukkerarter totalt højst 5 g/100 g - natrium højst 0,5 g/100 g - kostfiber mindst 6 g/100 g
Morgenmadscerealier	Mindst 60% fuldkorn regnet på produktets tørstof (% TS)	- fedt højst 7 g/100 g - fremstillede sukkerarter højst 10 g/100 g - sukkerarter totalt højst 13 g/100 g - natrium højst 0,5 g/100 g - kostfiber mindst 6 g/100 g
Pasta og nudler (uden fyld)	Mindst 60% fuldkorn regnet på produktets tørstof (% TS)	- natrium højst 0,04 g/100 g beregnet ud fra produktets tørstof - kostfiber mindst 6 g/100 g beregnet ud fra produktets tørstof

1) Fuldkornsrís vil dog kunne anvende fuldkornslogoet, uanset at produktet ikke kan nøglehulsmærkes pga. kravet om mindst 6 gram kostfiber/100 gram (det naturlige indhold af kostfiber i fuldkornsrís ligger på 2-3 gram/100 gram).

### Hvad er fuldkorn:

Fuldkorn kan både være hele og forarbejdede kerner. Det vigtige er, at alle dele af kornet er brugt – også skaldele og kim. Det er nemlig her, at de fleste fibre, vitaminer og mineraler sidder. Fuldkorn kan sagtens være malet, når blot melet indeholder hele kernen. Er kernerne forarbejdede, skal de stadig have præcis samme indhold af stoffer som den oprindelige kerne.

I almindelig hvedemel fjerner man kornets skaller. Dermed fjerner man også en række vigtige mineraler og



vitaminer.

Mange tror, at fuldkorn er det samme som hele kerner. Men det er ikke helt korrekt.

Fuldkorn kan både være hele og forarbejdede kerner – for eksempel knækkede, skårne eller malet til fuldkornsmel. Det vigtige er, at alle dele af kornet er taget med – også den ydre skal og den inderste del, som hedder kimen. Det er nemlig i disse dele, at de fleste vitaminer og mineraler sidder.

### Fuldkorn

I Danmark definerer vi fuldkorn som kerner, der kommer fra:

- Hvede
- Rug
- Byg
- Havre
- Majs (tørret)
- Hirse
- Ris
- Sorgum (mest i foder)

## Ikke fuldkorn

Kerner fra følgende er IKKE fuldkorn:

- Solsikkekerner
- Græskarkerner
- Sesamfrø
- Vilde ris
- Boghvede

Der findes også andre produkter, der er lavet af korn og mel, men som ikke nødvendigvis er fuldkornsprodukter. Cous-cous er et hvedemelsprodukt, der - ligesom pasta - kun er fuldkorn, hvis det eksplicit fremgår på pakken. Et andet eksempel er cornflakes, som godt nok er fremstillet af majs, men det yderste lag af majs-kornet er sorteret fra.

Gå efter fuldkornslogoet, når du handler. Så er du på den sikre side.

### Næringsindhold pr. 100 gram fuldkornsmel og hvedemel (Kilde: DTU Fødevareinstituttet, Fødevarebanken)

Fuldkornsmel	Hvedemel
341 Kalorier/ 1426 kJ	353 Kalorier/1476 kJ
11,6 gram kostfiber	3,7 gram kostfiber
29,8 mg. calcium	17,4 mg. calcium
103 mg. Magnesium	25 mg. magnesium

Der er fuldkorn i mange ting. Fx i rugbrød og havregryn, som er rigtig gode kilder til fuldkorn. Men også lysere brød, knækbrød, ris, pasta, mysli og andre morgenmadsprodukter kan være gode kilder til fuldkorn.

### Hvor meget fuldkorn:

Fødevarestyrelsen anbefaler, at man vælger fuldkorn først, når man spiser morgenmadsprodukter, brød, ris eller pasta. Konkret anbefales at man skal spise 75 gram om dagen. Det svarer f.eks. til én portion havregryn og en til to skiver rugbrød hver dag. Børn mellem 4 og 10 år anbefales at spise 40-60 gram fuldkorn dagligt.

Langt de fleste danskere spiser kun omkring 30 gram fuldkorn om dagen og altså under halvdelen af den anbefalede mængde.

I dag er det især børn og ældre, der spiser meget fuldkorn, mens de unge - især de 14-24-årige - kun spiser meget lidt fuldkorn.

Rugbrød er det fuldkornsprodukt, der bidrager mest til fuldkornsindtaget for både børn og voksne i Danmark. Det er således frokosten, der bidrager med halvdelen af det daglige fuldkornsindtag hos både børn og voksne.

På andenpladsen over fødevarer, der giver danskerne fuldkorn, findes havregryn.

### **Hvordan får jeg mere?**

Godt 90 % af danskerne får ikke nok fuldkorn. Her kan du få nogle gode tips til, hvordan du kan få mere fuldkorn - hver dag:

- Vælg produkter med fuldkornslogoet
- Erstat noget af det hvide mel med fuldkornshvedemel, når du bager f.eks. brød og muffins
- Prøv en lækker havregrød til morgenmad – kom gerne tørret frugt og krydderier i
- Erstat almindelig hvid pasta med fuldkornspasta
- Brug havregryn i frikadellerne i stedet for hvidt mel
- Spørg efter fuldkornsprodukter hos bageren, og når du spiser ude
- Prøv fuldkornsvarianter af burgerboller og pølsebrød
- Kom hele kogte hvedekerner i salater
- Byt en af dine skiver hvide brød ud med et lyst fuldkornsbrød
- Indfør fuldkornsknækbrød til eftermiddagshygge

Langt de fleste danskere har brug for mere fuldkorn. Vælg derfor altid fuldkorn først.

### **Derfor er fuldkorn godt:**

- Fuldkorn holder maven i gang
- Fuldkorn øger mæthedsfølelsen
- Fuldkorn er med til at forebygge overvægt
- Fuldkorn kan medvirke til at nedsætte risikoen for en række alvorlige livsstilssygdomme såsom hjerte-kar-sygdomme og type 2 diabetes
- Fuldkorns forebyggende betydning i forhold til kræft undersøges i et stort nordisk forskningsprojekt. Projektet ledes af Kræftens Bekæmpelse

### **Fuldkornsprodukter:**

Det er godt at variere de fuldkornsprodukter, man indtager. Vælg mellem f.eks.:

Rugbrød og andet lysere brød med fuldkorn, havregryn, fuldkornspasta, brune ris, byg, spelt, fuldkorns couscous og fuldkornsbulgur.

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