



Fuldkornspartnerskabet

Vidensråd for forebyggelse den 1. marts 2018

”Hvordan forbedrer vi mad- og måltidsvaner blandt børn og unge?”

Eksempel på indsats: Fuldkornspartnerskabet



Rikke Iben Neess - kampagneleder

- Baggrund
- Opnåede resultater blandt børn
- Stakeholdere og ”forretningsmodellen”
- anbefalinger, hvis man vil etablere et OPP





Fuldkornspartnerskabet arbejder for at forbedre folkesundheden ved at få danskerne til at spise mere fuldkorn. Stiftet i 2007 – offentlig kampagne siden januar 2009.

Fuldkornspartnerskabet består af Fødevarestyrelsen, Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen, Diabetesforeningen og en række fødevarer virksomheder.

I dag spiser danskerne 63 gram fuldkorn om dagen i gennemsnit. Før fuldkornskampagnen gik i gang, spiste de kun 36 gram fuldkorn om dagen i gennemsnit.

I dag kender 71% danskere det orange fuldkornslogo og 50% af dem, siger også ja til, at de handler efter det.

Fødevarestyrelsen anbefaler at spise mindst 75 gram fuldkorn om dagen. Fuldkorn er et af de officielle kostråd.



Logoet – ”Vælg fuldkorn først”

Højt fuldkornsindhold

Brød og brødmix

- Mindst 50% fuldkorn regnet på produktets tørstof (%TF)
- Mindst 30% fuldkorn regnet som QUID.
- Fedt højst 7 g/100 g
- Sukkerarter totalt højst 5 g/100 g
- Salt højst 1 g/100 g
- Kostfibre mindst 5 g/100 g

Blåstemplet af
Fødevarestyrelsen og
SundhedsNGO'er

Kriterier findes også for bl.a. rugbrød, mel, gryn og ris, knækbrød, morgenmad, pasta og grød



Resultater blandt børn

Gennemsnitligt indtag af fuldkorn i gram per 10 MJ og andele. Kilde DTU Fødevareinstituttet

Alder	Fuldkorn, gram per 10 MJ 2011-2013	Andel der spiser den anbefalede mængde fuldkorn % 2011-2013	Andel der spiser den anbefalede mængde fuldkorn % 2002-2004
Drenge 4-14 år	75	44	7
Piger 4-14 år	70	42	3
Alle 4-14 år	72	43	5





Stakeholdere og "forretningsmodellen"



Hvordan kom børnene til at spise mere fuldkorn?

1970'ies and 80'ies

1990'ies and early 00's

Today



Rye bread and oatmeal, some selection of cereal. Products are limited and tend to be "heavy".

Awareness grows, whole wheat bread and flour is available to the consumer.

Almost 800 products in many categories, increasing consumption and accessibility



Anbefalinger, hvis man vil etablere et OPP

- Solidt vidensgrundlag og evidens
- Strategiplan og handlingsplan med konkrete målsætninger, der følges op på
- Dokumenter og følg op på målene
- Vær præcis omkring hvem der gør hvad og find synergierne mellem partnerne (partnerbidrag)
- Lighed – sikre, at alle får noget ud af samarbejdet
- Sæt tid af til forberedelsen og dannelsen af et partnerskab – det tog 2 år at etablere Fuldkornspartnerskabet og yderligere 2 år at få driften op at køre
- Skab dynamiske aktiviteter, der samler partnerne.
- Skab et netværk med interessante og inspirerende møder.
- Skab begejstring i partnerskabet og gør partnerne stolte af at være en del af samarbejdet!

IL FORNAIO
KOMPROMISLØST ITALIENSK HÅNDVÆRK

Orkla
Foods Danmark

 **Nestlé**
Good Food, Good Life

COOP

REMA 1000
Meget mere discount!

Aurion

 **HJERTE**
FORENINGEN

SKÆRTOFT MØLLE®


LEKSANDS
KNÆKBRØD



Kræftens Bekæmpelse


Valsemøllen
finax

CRE DIN

Harry
Bäcker seit 1688




Lantmännen
Cerealia

Est. 1913
Nakskov
Mill Foods

Mette Munk
Bake-off

Barilla
The Italian Food Company. Since 1877.

Casa Italia
FOOD INGREDIENTS & SOLUTIONS

struer

Kohberg

waša
SINCE 1919

Pågen

DI Fødevarer

 **Miljø- og**
Fødevareministeriet




FOOD SOLUTIONS

Dansk Supermarked

diabetes
foreningen




Lantmännen
Unibake


Schulstad



Rikke Iben Neess
Kampagneleder

Mail: rikke@fuldkorn.dk

Mobil: +45 30 38 15 36

Web: fuldkorn.dk

Følg Fuldkornspartnerskabet:

Facebook: 'Fuldkorn er guld Korn'

LinkedIn: Danish Whole Grain Partnership

Instagram: Fuldkornforalle