

Vedtak sak 24 2017 Freia Sjokoladefabrikk, Kongeparken

1.Hva er MFU

MFU er mat og drikkevarebransjens egen selvreguleringsordning for å håndheve retningslinjer for markedsføring av visse typer mat og drikke rettet mot barn og unge. Formålet med retningslinjene er å supplere og utdype eksisterende lovverk og bidra til en god og ansvarlig markedsføringspraksis. Retningslinjene skal bevisstgjøre de næringsdrivende i handel, industri og importvirksomhet på de utfordringer som ligger i markedsføring av mat og drikke overfor barn og unge, og på denne måten bidra til at barn og unge skjermes mot uheldig markedspåvirkning.

Retningslinjene i sin helhet og omtale av ordningen med de produktene som omfattes kan leses her <http://www.mfu.as>.

2. MFU klage:

Matbransjens Faglige Utvalg har mottatt en klage med følgende ordlyd:

KLAGE: Freia Sjokoladefabrikk i Kongeparken

Din melding: - I Kongeparken i Stavanger har Freia en aktivitet for barn mellom 90 cm og 12 år - Freia Sjokoladeland. Målgruppen er tydelig og det er tydelig bruk av logo etc som knyttet Freia til attraksjonen - det er ikke en "alminnelig" tivoliattraksjon. <http://www.kongeparken.no/aktiviteter/aktiviteter-sommer/aktivitet/aktiviteter/aktiviteter-sommer/aktivitet/show/freia-sjokoladefabrikk/> Vi ønsker en vurdering av MFU på om dette er i henhold til MFU's retningslinjer for markedsføring av usunn mat til barn.



Matbransjens
Faglige Utvalg





Matbransjens
Faglige Utvalg



freia kongeparken - Google X Aktiviteter sommer - Kongeparken X

→ C www.kongeparken.no/aktiviteter/aktiviteter-sommer/aktivitet/aktiviteter/aktiviteter-sommer/aktivitet/show/freia-sjokoladefabrikk/

🏠 Åpningstider 📅 Aktiviteter 📄 Praktisk info 👥 For grupper 🛒 Bestill her

▶ Aktiviteter sommer ▶ Juleaktiviteter ▶ Brumle ▶ Møt Gråtass

Freia Sjokoladefabrikk



[Tilbake](#) [Vis i kartet](#)

Høydegrense
Min 90cm - Maks 12 år

Aldergrense
Maks 12 år

🎫 Få gratisbillett med tidspunkt i Bamsebotellet

📅 Inkludert i dagskortet

🕒 Åpen når parken er åpen

I Freia Sjokoladefabrikk kan alle barn mellom 90 cm og 12 år få lage sin egen bamsesjokolade. Forestilling i Sjokoladefabrikken vises hvert 20. minutt og er kun for barna. Egen forestilling for nysgjerrige voksne hver dag kl. 17.30. *Gratisbilletter til Sjokoladefabrikken får du i BamseBotellet.*

🎩 Magi	• • • • •
🎵 Sang og musikk	• • • • •
💬 Involvering	• • • • •

Fakta: Freia Sjokoladefabrikk	
Åpnet	1998
Område	Borggården
Produsent	Kongeparken

3. Kommentarer til klagen fra Mondelez

Freia Sjokoladefabrikk

Freia sjokoladefabrikk er en av flere prisbelønte attraksjoner i Kongeparken som gjennom 19 år har gledet de besøkende i parken. Sjokoladefabrikken er basert på og utviklet med utgangspunkt i de samme verdiene som resten av attraksjonen og har hovedfokus på læring gjennom lek. Deltakerne får gjennom lek og utforskning lage sin egen sjokolade, lære om ingredienser og hvordan man lager sjokolade, høre om sjokoladens historie og landbrukets betydning for samfunnet. Fokuset er på hygiene, råvarer, miljø, produksjonsmetoder, Aztekerne og sjokoladens betydning. Alle deltakerne får i løpet av tiden de er inne på



sjokoladefabrikken mulighet til å støpe sin egen sjokoladeplate på 20g. Sjokoladeformene er små og uten noen form for knytning til Freia merkevaren eller produkt, samt påfølgende kjøp. Deltagerne lager ikke en Freia Melkesjokolade, kun en sjokoladeplate som de tar med seg etter besøket.

Besøk i Kongeparken og Freia Sjokoladefabrikk

Beslutningen om å i utgangspunktet ta seg en tur til Kongeparken og oppleve denne tas av foreldrene. Barn har ikke anledning til å gå inn i parken alene. Kongeparken opplyser selv at besøk i parken skjer i snitt en gang hvert tredje år og blir sett på som litt julaften, nyttårsaften og bursdag – en unik opplevelse som mange familier sparer og gleder seg til i lang tid. For de fleste barn er et besøk i sjokoladefabrikken noe de får oppleve en gang i livet.

Etter beslutningen om å komme til Kongeparken, fordrer deltakelse i sjokoladefabrikken at foreldrene gjør nok et bevisst valg om å hente en gratis deltagelsesbillett i Bamsebotellet, et lokale som er plassert i god avstand fra sjokoladefabrikken. Barn kan ikke selv hente denne billetten. Deltagelse gjelder kun for det angitte tidspunktet på billetten på samme måte som en teaterforestilling, og man har kun mulighet til å delta en gang i løpet av dagen. For å sikre dette får man tegnet på et kryss på hånden i det man går ut av sjokoladefabrikken. Årsaken til at foreldrene ikke får vært med inn i sjokoladefabrikken frem til et visst klokkeslett på dagen er satt med bakgrunn i at arealet inne i sjokoladefabrikken ikke kan ta så mange mennesker. Man ønsker at flest mulig besøkende som er innom parken i løpet av en dag skal få muligheten til å delta. Senere på dagen når trengselen i parken generelt avtar, da er det åpning for at også foreldre kan bli med inn.

Assosiasjon til Freia

Inne på sjokoladefabrikken er det kun en ting pr. i dag som kan assosieres med Freia, og det er noen nesten ikke synlige illustrasjoner av storken som man finner avbildet nederst på en av «sjokoladegrytene». Det er ytterst få barn som i dag ville knyttet assosiasjonen mot Freia sjokolade bare på bakgrunn av disse. Disse kan også enkelt tas bort når som helst. Det er ingen visuell markedsføring rettet mot barn i parken som

promoterer Freia sine merkevarer. Bamsefigurene som brukes inne og utenfor sjokoladefabrikken er Kongeparken sine egne maskoter og har ikke noe med Freia eller sjokolade å gjøre. Bamsene brukes aktivt som et symbol og gjennomgangstema i historiene som bygger opp om de ulike attraksjonene i parken.

Vår vurdering

Vi ønsker til slutt å poengtere at Mondelez/ Freia og Kongeparken ikke på noen måte ønsker å markedsføre Freia sjokolade til barn med denne attraksjonen. Sjokoladefabrikken er ment som et «utdanningssted» med sjokolade som tema og lek som den pedagogiske formidlingsmetoden. Det finnes ingen salgsfremmende tiltak i eller rett utenfor sjokoladefabrikken med tanke på Freia Melksjokolade. Attraksjonen eies og driftes i sin helhet av Kongeparken, med Freia som sponsor.

På bakgrunn av ovennevnte er det vår oppfatning at den aktuelle attraksjonen ikke kan anses å være et markedsføringstiltak rettet særlig mot barn under 13 år. I tillegg er Freia melkesjokolade ikke et produkt spesielt rettet mot barn. Derfor ber vi om at vår argumentasjon blir førende i MFUs vurdering av klagen, og at klagen ikke gis medhold.

Hører fra dere om det er ønskelig og behov for mer informasjon. På forhånd takk.

Vennlig hilsen

Dijana Spehar, KAM Storhusholdning For Mondelez Norge AS

Vedlegg – se påfølgende sider.





Matbransjens
Faglige Utvalg







Matbransjens
Faglige Utvalg



4. Kommentarer til klagen fra Kongeparken:



Tilsvar til Matbransjens Faglige Utvalg vedr. Sjokoladefabrikken

Kongeparken er én av Norges 5 store parker og er en temapark som ble etablert i 1986. Totalt besøkte 250 000 gjester parken sesongen 2016 og er Vestlandets største besøksattraksjon. Parken er basert på 6 verdier – leke, lære, dele, utforske, magi og spenning. Parken har fokus på barnefamilier og det å kombinere barns lek og læring.

Parken har vunnet flere internasjonale priser for utvikling av unike attraksjoner som på et lekende sett kombinerer barns lek og læring. Eksempler på dette er Sjokoladefabrikken, Barnas Brannstasjon og Gråtassland. Kongeparken er den eneste park i Skandinavia som har vunnet den internasjonale "parkenes Oscar" 2 ganger - THEA Awards, USA. Prisene vant parken for sin måte å skape attraksjoner på, der gjestene er en del av opplevelsen og har hovedrollen i attraksjonen, og der fokuset er læring gjennom lek. I Kongeparken har gjestene muligheten til å utdanne seg til traktorfører, bonde, brannmester, sjokolademester mm.

I 1998 åpner Kongeparken Freia Sjokoladefabrikk forankret i parkens 6 verdier. Gjestene får gjennom lek, læring, deling, utforskning, magi og spenning lage sin egen sjokolade, lære om sjokoladens historie og landbrukets betydning.

Momenter

1. Parken har ikke sesongkort og barn kan ikke besøke parken alene.
2. Gjестene må gjøre et bevisst valg for å besøke fabrikken, ved at man først må velge å besøke Kongeparken ved å kjøpe dagskort til parken. Man anses som voksen fra 13 år og oppover.
3. Fabrikken er plassert utenfor hovedårene der gjestene går. Gjестene må gjøre en bevisst handling for å oppsøke fabrikken.
4. Området er tydelig avgrenset med et gjerde i forkant slik at man må velge om man går inn på området. Selv om man går inn på området kommer man ikke inn i Fabrikken uten billett.
5. Man kan ikke stille seg i kø til fabrikken, men foreldrene må hente billetter i BamseBotellet, som er plassert i god avstand fra Sjokoladefabrikken. Her henter man også billetter til Barnas Brannstasjon. Uten slike billetter kommer man ikke inn i fabrikken. Det betyr at selv om man måtte se fabrikken, kan man ikke på impuls besøke den. Det trengs planlegging for å kunne gjennomføre besøket, og ytterligere en bevisst handling gjort av foresatte.
6. Billetten gjelder kun for gjeldende tidspunkt på samme måte som en teaterforestilling. Man kan kun delta én gang gjennom kontroll av armbåndet.
7. Billetten til fabrikken er gratis.
8. Deltagerne lager sin egen sjokolade. Formen er uten noen form for merkevare-link eller link til produkt eller etterfølgende salg eller kjøp.
9. Størrelsen på sjokoladen er 20 g og er gratis å lage.
10. Det er ingen link mellom den sjokoladen man har laget og fremtidig kjøp da sjokolade er unik og laget av deltageren selv.
11. Deltagerne spiser den sjokoladen man selv lager.
12. Det å besøke temaparken Kongeparken skjer i snitt 1 gang hvert 3 år, og blir sett på som litt julaften, nyttårsaften, lørdag og bursdag på én gang. Det er således en unik opplevelse som mange familier sparer til og gleder seg til i lang tid. Det er mye fokus på sunn og bærekraftig mat, se artikkel i Dagbladet vedlagt, likevel er gjestenes feedback at "comfort"-mat er en viktig faktor for trivsel i en temapark som Kongeparken.
13. Fantasistilen i fabrikken og bruken av maskotene er en rød tråd gjennom hele parken på alt fra spisesteder og attraksjoner til toaletter.
14. Det er ingen exit-butikk som selger Friaprodukter og eller suvenirer når du går ut av fabrikken. Dette er vanlig praksis i temaparker når gjesten går ut av en attraksjon eller et besøkssenter.





15. Freia profilers ikke inne i fabrikken og det snakkes ikke om Freia sine merkevarer. Temaene som har fokus i besøkssenteret er hygiene, råvarer, miljø, produksjonsmetoder, Aztekerne, og sjokoladens betydning.
16. Det er ingen innsamling av kontaktinformasjon fra deltagerne eller oppfølging av disse.
17. Opplevelsen er i tråd med andre attraksjoner i Kongeparken, slik som Barnas Brannstasjon og Gråtassland. De andre attraksjonene følger i tillegg normal standard med egne exit-butikker.
18. Det er ingen visuell markedsføring rettet mot barn i parken som promoterer Freia sine merkevarer. Parken baserer seg på tekstinformasjon som gir info om hvordan man må planlegge et besøk i fabrikken.

Vi inviterer Matbransjens Faglige Utvalg til omvisning i anlegget og besøkssenteret hvis det ønskes.

Brumlehilsen

Håkon Lund
Lekemester Kongeparken



Under MFUs vedtak følger 2 vedlegg fra Kongeparken som vedrører tilsvaret.

5. MFUs vurdering

Freia er Norges største leverandør av sjokolade. Sjokolade er omfattet av MFUs retningslinjer og Utvalget er av den oppfatning at MFUs retningslinjer gjelder i denne saken.

Spørsmålet utvalget skal ta stilling til, er om attraksjonen Freia Sjokoladefabrikk og markedsføringen av den i Kongeparken er en *markedsføring særlig rettet mot barn under 13 år*, jf. retningslinjene punkt 2.

I følge retningslinjene punkt 5 skal det foretas en helhetsvurdering hvor det skal legges vekt på:

- a) I hvor stor grad appellerer det markedsførte produktet, herunder emballasjen, særlig til barn*
- b) I hvor stor grad appellerer medier som er brukt særlig til barn*
- c) I hvor stor grad appellerer virkemidlene som er brukt særlig til barn*

Utvalget vektlegger følgende:

Produktet:

I denne saken er det ikke et enkelt produkt som markedsføres. Det er en generell markedsføring av Freias produkter ved bruk av Freia-navnet og logoen som fremmes i attraksjonen Freia sjokoladefabrikk. Freia er Norges største leverandør av sjokolade. Et stort utvalg sjokoladeprodukter markedsføres og selges blant annet under merket Freia. Navnet Freia inngår i flere av produktnavnene, som for eksempel Freia Melkesjokolade og Freia Oreo. Utvalget vurderer Freia-navnet og logoen som sterke merkevaremarkører for bedriften og for ulike produkter av sjokolade.

Bruk av media:

I denne sammenhengen er Kongeparken å anse som et medium. Det må kjøpes billetter til Kongeparken og det må løses særskilt billett til attraksjonen Freia Sjokoladefabrikk. Etter Utvalgets mening er Kongeparken utvilsomt et sted som appellerer særskilt til barn. I Freia Sjokoladefabrikk er det adgang for barn mellom 90 cm og 12 år, så attraksjonen i seg selv er utvilsomt særlig rettet til barn under 13 år.

Bruk av virkemidler

Det er kun adgang for barn mellom 90 cm og 12 år til attraksjonen Freia Sjokoladefabrikk, se skilt fra Kongeparken. Utvalget ser dermed at attraksjonen utvilsomt retter seg særskilt til barn under 13 år som er en grense for markedsføringsaktiviteter til barn i henhold til MFUs retningslinjer.

Dette skiltet fremstår etter Utvalgets vurdering som tydelig markedsføring av attraksjonen i parken, i tillegg til at det er en markedsføring av Freia. Etter Utvalgets mening er også skiltet på taket av attraksjonen med en stor Freia-logo et fremtredende markedsføringselement. Disse markedsføringselementene er satt opp i en lekepark som er laget særskilt for å underholde barn, og Utvalget mener at innenfor en slik setting, må aktsomhetsplikten til aktørene skjerpes. Freia anfører at "Det er ingen visuell markedsføring rettet mot barn i parken som promoterer Freia sine merkevarer". Selv om markedsføringen ikke viser eller omtaler konkrete sjokoladeprodukter, er Freia-merkenavnet og logoen så tett knyttet til Freias sjokoladeprodukter og produktnavn, at det etter Utvalgets oppfatning i denne saken er tale om markedsføring av sjokoladeproduktene. Utvalget er enig i at bruken av den generelle logoen ikke er knyttet til bestemte Freia-produkter som er særskilt rettet mot barn. Logoen brukes imidlertid i markedsføringen i parken i sammenheng med svært barnerettede elementer, som dyrefigurer og animerte dyr.

Freias sjokoladefabrikk er en attraksjon innenfor parken som krever at foreldre henter ekstra billett til barna. Det gis dermed et samtykke fra foreldrene til at barna deltar inne i attraksjonen. Utvalget er av den oppfatning at selve attraksjonen, dvs å orientere om sjokoladens historie og å lage en sjokolade ikke i seg selv er i strid med MFUs retningslinjer. Barn kan med andre ord fortsatt utdanne seg til "sjokolademester". Det som er problematisk er at barna gjentatt eksponeres for markedsføring av merkenavnet dels alene og dels ved bruk av svært barnerettede elementer.

6. Vedtak:

Etter en samlet vurdering er Utvalgets konklusjonen at markedsføringselementene knyttet til attraksjonen Freia Sjokoladefabrikk er å anse som markedsføring særlig rettet mot barn under 13 år, jfr retningslinjene punkt 2. Attraksjonen i seg selv, hvor eventuell markedsføring reserveres for situasjoner der den kan rettes mot voksne, vil etter utvalgets vurdering ikke være i strid med MFUs retningslinjer. Klagen tas til følge.

Vedtaket er enstemmig.



Store forskjeller på familieparkerens mattilbud

Vi sjekket maten i familieparkene. Her er dommen

Trodde du familieparker var synonymt med pølser, pommes frites og pizza? Tenk om igjen, for nå byr de også på grønnsakskjøttboller, spinatsmoothies og Norges lengste salatbord.

10. JULI 2017 KL. 1.40 [DEL PÅ FACEBOOK](#)

Av Cecilie Louise Berg og [Lars O Gulbrandsen](#) **DU LESER NÅ**
DAGBLADET PLUSS

(Dagbladet): Pølser, pizza og pommes frites. Sukkerspinn og softis. Brus i lange baner. Den tradisjonelle gatematen glir fremdeles ned på høykant i norske familieparker, viser Dagbladets uhøytidelige undersøkelse. Men samtidig satses det friskt også på sunnere mat, og noen parker lykkes bedre med dette enn andre. Mye bedre.

MATPAUSE: Fra gressletten i Hunderfossen familiepark ved Lillehammer. Foto: Esben Haakenstad/Hunderfossen Familiepark [Vis mer](#)

Vi innhentet detaljerte opplysninger om mattilbudet i fem av landets mest besøkte familieparker; Kongeparken, Dyreparken, Hunderfossen, Bø Sommarland og Tusenfryd, og \kk to ernæringseksperter til å vurdere helhetsinntrykket.



Matbransjens
Faglige Utvalg

Slik gjorde vi undersøkelsen

Våre to ernæringseksperter Camilla Andersen og Kristin Fjæra Eng har vurdert det generelle mattilbudet i de fem store familieparkene, basert på informasjon innhentet fra de enkelte parkene. Dagbladet gjør oppmerksom på at kvaliteten og smaken på maten ikke er vurdert i forbindelse med denne saken.



<http://www.dagbladet.no/mat/vi-sjekket-maten-i-familieparkene-her-er-dommen/68465281> Page 2 of 19

Store forskjeller på familieparkenes mattilbud - Vi sjekket maten i familieparkene. Her er dommen - Dagbladet 10-07-2017, 12(33)



Både Camilla Andersen og Kristin Fjæra Eng understreker at en dag med hurtigmat i en familiepark ikke påvirker kostholdet eller helsa i den store sammenhengen. Likevel mener de at annen mat enn pølse, pizza og pommefrites bør være lett tilgjengelig.

- Det er helt i orden å kose seg litt, men spesielt små barnemager har ikke godt av ubegrensede mengder med gatekjøkkenmat, søtsaker og snacks, fastslår de to.

Andersen og Fjæra Eng er imponerte over maten i Kongeparken ved Stavanger og Dyreparken i Kristiansand, mens Tusenfryd må tåle kritikk for sitt mattilbud.

- Ta med matpakke hvis du skal på Tusenfryd, er deres konklusjon. **KONGEPARKEN** Terningkast 5

«Handelsminister» Øyvind Nesvåg i Kongeparken forteller at de har som mål å bli verdens beste på det han kaller barnslig mat, og at de i år blant annet har innført barnevennlige kjøttbolleburgere laget av rent storfekjøtt og 40 % grønnsaker. Fjorårets softis med «larver» var det mest populære som noen gang har vært servert i parken.



BARNEMAT: Kongeparken fokuserer på barnevennlig mat. Her, geléLngre med frukt fra parkens spøkelsesnatt i fjor høst. Foto: Kongeparken [Vis mer](#)

<http://www.dagbladet.no/mat/vi-sjekket-maten-i-familieparkene-her-er-dommen/68465281> Page 3 of 19

Store forskjeller på familieparkerens mattilbud - Vi sjekket maten i familieparkerne. Her er dommen - Dagbladet 10-07-2017, 12(33)

- Vi skal tilby gjestene våre spennende, smakfulle og sunne retter



Matbransjens Faglige Utvalg

som de ikke vil kunne spise noen andre steder. Vi tilbereder mye av maten synlig for våre gjester, for eksempel ved å grille laks og kjøtt på åpen damme foran gjestene. Vi ser en sterk økning i etterspørselen etter vegetarretter, og tilbyr vegetarburgere, salater og \skeretter dere steder i parken.

Han opplyser også at alt transfett er fjernet fra menyen, at det brukes kvalitetsolje til steking og frityr, og at man har et bevisst forhold til matsvinn.



AKTIVITET: Redningsskøyta er en av Nere populære aktiviteter i familieparken ved Stavanger. Foto: Kongeparken [Vis mer](#)

- Vi resirkulerer alle matrester og søppel, og fôrer blant annet grisene i parken med grønnsaksavfall og matrester. Så langt det



Matbransjens
Faglige Utvalg

lar seg gjøre unngår vi også bruk av plast- og engangsbestikk, sier Nesvåg.

EKSPERTENE SIER:

- Grønnsakskjøttboller og synlig matlaging er bra. Flott at laks er på menyen, og at det finnes drikkestasjoner der man kan fylle vann på daskene sine, sier Kristin Fjæra Eng, master i samfunns ernæring

<http://www.dagbladet.no/mat/vi-sjekket-maten-i-familieparkene-her-er-dommen/68465281> Page 4 of 19

Store forskjeller på familieparkenes mattilbud - Vi sjekket maten i familieparkene. Her er dommen - Dagbladet 10-07-2017, 12(33)



Matbransjens
Faglige Utvalg



IMPONERT: Master i ernæring, Kristin Fjæra Eng, lot seg imponere over tilbudet i noen av familieparkene. Foto: Privat [Vis mer](#)

Hun berømmer også parken for å være miljøbevisst, og har sansen for at man tør å være litt barnslige i sin tilnærming til kundene, som ved å servere softis med «larver» og gelé\ngre til Halloween.

- Dette kan gjøre barna mer nysgjerrige på maten, og ideen bør også gjennomføres for sunnere retter, grønnsaker og frukt, samtidig som «junkmaten» kanskje kan fremstilles kjedeligere og mindre attraktiv.

Camilla Andersen, ernæringsfysiolog i Somebody.no, synes det er helt konge med kjøttbolleburgere med grønnsaker i Kongeparken, og gir applaus for gratis tilgang på vann dere steder. Hun er også imponert over at parken har et uttalt forhold til bærekraft og miljø, helt ned til detaljer som plastbestikk og emballasje.

- Smoothies er tydeligvis noe mange satser på. Hva med å ta neste skritt og få grønnsaker inn i de populære fruktdrikkene? Kanskje en grønn monstersmoothie med spinat kunne vært en idé i Kongeparken?

DYREPARKEN KRISTIANSAND Terningkast 5

60 000 hamburgere, 60 000 wienerpølser, 14.000 pizzaer og vader av 8000 liter røre ble solgt i Dyreparken Kristiansand. Parken havner likevel i toppsjiktet i denne vurderingen, fordi utvalget av sunn mat er stort og godt, mener ekspertene.

Dyreparkens spiserisjef, Roy Byremo, opplyser at gjestene for eksempel kan spise nybakt grovbrød med hjemmelaget syltetøy og drikke Elgens grønnsaksjuice på det 100 % økologiske spisestedet Ekorn-Jensens Kafé i Hakkebakkeskogen.

De kan også forsyne seg fra det som sannsynligvis er Norges lengste salatbuffé på 14,5 meter, i Kjuttaviga Vertshus.



WOK-NYTT: Dyreparken byr på ny wokrestaurant og Norges lengste



salatbuffé. Foto: Dyreparken Kristiansand [Vis mer](#)

- Vi har dessuten utviklet en egen KuToppen-pølse hos slakter Jens Eide i Lillesand. Den har bare ni prosent fett, mot atten prosent i ordinære pølser. Vi har gått helt bort fra industriprodusert kjøtt og over til mindre produsenter, forteller Byremo, som legger til at parkens frityrstekte «pommes bistro» suger til seg kun ni prosent fett mot normalt 22 prosent i pommes frites, og at man bruker sunn solsikkeolje i all frityrsteking.

Tre på topp i Dyreparken i fjor: Tacobuffé, tradisjonell buffé og grillbuffé. EKSPERTENE SIER:

Kristin Fjæra Eng tar bølgen for både salatbuffé, grønnsaksjuice, økologisk mat og magrere pølser.

- Sleng på litt grønnsaker istedenfor pommes frites, så blir den magre pølsa et bedre alternativ enn mye annet. Men jeg skulle ønske at barna noen ganger ble tilbudt andre ting enn pølse. De må da bli lei, tror Kristin Fjæra Eng, som også gir Dyreparken stjerne i boka for råvarefokus og bevissthet rundt bruk av kvalitetsprodukter.

<http://www.dagbladet.no/mat/vi-sjekket-maten-i-familieparkene-her-er-dommen/68465281> Page 7 of 19

Store forskjeller på familieparkenes mattilbud - Vi sjekket maten i familieparkene. Her er dommen - Dagbladet 10-07-2017, 12(33)



Matbransjens
Faglige Utvalg





Matbransjens
Faglige Utvalg

BRA MIKS: Ernæringsfysiolog Camilla Andersen roser Dyreparken for et variert tilbud. [Vis mer](#) Camilla Andersen er enig med sin kollega:



VARIERT: Ernæringsekspertene er begeistret for maten i Dyreparken.



- Grovbrød, husmannskost, lokalmat og økologisk mat er bra. Det samme er pølser med mindre fett, selv om det ofte blir mye pølser på de minste. Fargelegger man tallerkenen med grønnsaker, får man en bedre balanse i måltidet.

Det virker som om parken har stort fokus på at gjestene skal få i seg skikkelig mat i tillegg til å skeie ut med litt «lørdagsmat», synes Andersen.

HUNDERFOSSEN FAMILIEPARK Terningkast 4

- Vår à la carte-restaurant Trollsalen skal være parknorges beste restaurant. Der serverer vi blant annet det som ble fjorårets toppselger, en viltgryte av lokalt vilt, forteller Per Arne Slapø, konsernsjef i Hunderfossen Familiepark.

Hamburgere fra Grillen og sandwicher fra Bakeriet og Vertshuset var også på tre på topp-listen i fjor. I år utvides tilbudet til de som vil ha et sunnere alternativ:

- På Hunderfossen er salatene, sandwicher og \skerettene sunne måltider. Nyhet i år er Spiseriet Solsiden, der vi byr på grillede sandwicher, nye salatvarianter og nylagede, friske og rene



BESTSELGER: Mathias skytters viltgryte laget med lokalt viltkjøtt er bestselgeren i Naggskiprestauranten på Hunderfossen. Foto: Geir Sondre Dahle/Hunderfossen Familiepark [Vis mer](#)

smoothies og juicer. Allerede nå ser vi at dette er veldig populært, forteller Slapø.



<http://www.dagbladet.no/mat/vi-sjekket-maten-i-familieparkene-her-er-dommen/68465281> Page 10 of 19

Store forskjeller på familieparkenes mattilbud - Vi sjekket maten i familieparkene. Her er dommen - Dagbladet 10-07-2017, 12(33)

FULL FART FOROVER: Rafting i Hunderfossen. Foto: G.Bolognesi/Hunderfossen Familiepark [Vis mer](#) Han påpeker at en



parkdag på Hunderfossen er en festdag for familien, og at mange av gjestene

tillater seg å skeie ut med mat og godsaker man ikke bør spise hver dag. - Men vi opplever likevel at fornuftig mat selger godt. EKSPERTENE SIER:

- Utvalget i hovedrestauranten med både \sk og kjøtt av god kvalitet høres bra ut, men dette appellerer vel kanskje aller mest til de voksne? Veldig pluss for tilbud av smoothies og salater, og dott med grillede sandwicher, spesielt hvis det er grovt brød med innslag av grønnsaker, kommenterer Kristin Fjæra Eng.

Hun er enig i at en parkdag er en kosedag, men mener det burde være mulig å få med barna på at også smart mat kan være kul mat.

- Hva med å lage egne eventyrmenyer for de minste, med trollburgere av rent kjøtt eller \sk, for eksempel?



<http://www.dagbladet.no/mat/vi-sjekket-maten-i-familieparkene-her-er-dommen/68465281> Page 11 of 19

Store forskjeller på familieparkenes mattilbud - Vi sjekket maten i familieparkene. Her er dommen - Dagbladet 10-07-2017, 12(33)

KOS: Is hører med i løpet av parkdagen. Foto: Geir Olsen/Hunderfossen Familiepark [Vis mer](#) Camilla Andersen synes det virker som om Hunderfossen serverer et bredt utvalg av sunn og

næringsrik mat. Spesielt bra er det med smoothies og juicer istedenfor brus.



Matbransjens Faglige Utvalg

- Man kan muligens bli bedre på sunnere mat som også frister de yngste. Viltgryte tiltaler de voksne, så utfordringen blir å lage mat som barna vil ha, som ikke heter pølse eller hamburger. Dette er ok mat av og til, men det er fullt mulig å lage annen enkel mat med grønnsaker som barn liker, sier Andersen.

BØ SOMMARLAND Terningkast 3 - Vår \loso\ er at alle skal \nne noe som frister, sier René Langeveld Sas, administrerende direktør i Bø Sommarland.



VANNLEK: Sentrifuga er ett av tilbudene i Bø Sommarland, Skandinavias største vannpark. Foto: Bø Sommarland [Vis mer](#)

Matnyhetene han har mest tro på i år, er nudler og toast. Fjorårets bestselgere var Sommarland burgermeny med løkringer og béarnaise, sommarland-is og barnemeny. For dem som er ute



<http://www.dagbladet.no/mat/vi-sjekket-maten-i-familieparkene-her-er-dommen/68465281> Page 12 of 19

Store forskjeller på familieparkenes mattilbud - Vi sjekket maten i familieparkene. Her er dommen - Dagbladet 10-07-2017, 12(33)



etter noe sunnere, tilbyr han salatmeny, \skeburgermeny og smoothies.

- I undersøkelser forteller gjestene oss at de ønsker et sunnere alternativ, men etter å ha prøvd dere ulike konsepter ser vi likevel at dertallet av gjestene faller for fristelser og unner seg mat som har et mindre sunn image. Fruktbar, fersk appelsinjuice, mobil fruktbod og sunne snacks i butikkene er alle tilbud som har prøvet og feilet hos oss, dessverre, sier Langeveld Sas, som opplyser at parken i samarbeid med sine leverandører utvikler retter laget med stadig høyere andel ferske grønnsaker og sunnere råvarer, og at de tilbyr salat og \skeretter på samtlige salgssteder.

- Dette for at det skal være lettere for gjesten å unne seg typisk «parkmat».

SIGNATURRETT: - Sommarlandburgeren med dobbelburger av 100 % storfekjøtt, løkringer og béarnaise er bestselgeren i vannparken i Telemark. Foto: Bø Sommarland [Vis mer](#)

<http://www.dagbladet.no/mat/vi-sjekket-maten-i-familieparkene-her-er-dommen/68465281> Page 13 of 19

Store forskjeller på familieparkenes mattilbud - Vi sjekket maten i familieparkene. Her er dommen - Dagbladet 10-07-2017, 12(33)

Han trekker også fram signaturiskrem-menyen, som blant annet byr på softisen Bøverlinis, med balsamicokrem.

EKSPERTENE SIER:

- Pluss til parken for salat og \sk, men her er det litt diffust hva som egentlig tilbys. Hvis tilbehøret er grønnere og grovere enn oljete pommefrites og fete sauser, nærmer man seg et ok måltid. Smoothies og \skeburger kan også være bra alternativ, sier Kristin Fjæra Eng, som derimot stiller seg mer kritisk til nudlene som selges i egen bar:



- Nudler kategoriserer jeg som «junk». Særlig hvis rettene ikke inneholder grønnsaker, men bare ketchup og grillkrydder. Ikke noe å satse på gjennom en lang og energikrevende dag, mener Fjæra Eng.

Hun får støtte av kollega Camilla Andersen, som mener næringsverdien i nudelrettene avhenger av hvordan de serveres. Hvis de er av fullkorn, og kommer med grønnsaker og \sk, kjøtt eller kylling er dette et fullverdig måltid. Hun merker seg også at barnemeny er en slager i familieparken i Telemark.

- De forklarer ikke hva barnemenyen består av, men hvis det er små porsjoner av den vanlige menyen, er det ok. Da kan også barna spise noe mer spennende enn pølser, nuggets og pommefrites.

TUSENFRYD Terningkast 2 I familieparken utenfor Oslo viser tallene at det i fjor var buffé på Vertshuset,

hamburgerprodukter og belgisk vaffel som fristet gjestene aller mest.

- Vi ønsker å tilby våre gjester en bred variasjon av produkter. De tradisjonelle parkproduktene skal være en del av vårt mattilbud, men vi ønsker at disse skal være av god kvalitet. Vi skal også tilby sunne alternativer og vegetarprodukter, sier markedsjef i Tusenfryd, Erik Røhne Andersen.

Til gjestene som ikke vil ha pølser og burger anbefaler han varme wraps med gresk, koreansk eller meksikansk smak, hjemmelagde salater eller buffé med blant annet wokretter, salat og frukt.

Også på Tusenfryd har man merket seg at mens gjestene godt kan si at de ønsker seg et sunnere alternativ, velger de likevel noe annet i kjøpsøyeblikket.



Matbransjens Faglige Utvalg

Store forskjeller på familieparkenes mattilbud - Vi sjekket maten i familieparkene. Her er dommen - Dagbladet 10-07-2017, 12(33)



Matbransjens
Faglige Utvalg



Store forskjeller på familieparkenes mattilbud - Vi sjekket maten i familieparkene. Her er dommen - Dagbladet 10-07-2017, 12(33)

KALD FORNØYELSE: Iselskere trives i vannparken i Telemark. Foto: Bø Sommarland [Vis mer](#)



NYHET: Wraps av ulike slag er årets nyhet på Tusenfryds meny. Foto: Tusenfryd [Vis mer](#)

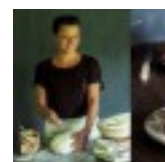


Over 2,2 milliarder mennesker er nå overvektige verden over: - Norge bombarderes med usunn mat

Iskremen som forsvant: Husker du disse?

Den prisbelønte matbloggeren tok en «Finckenhagen», og satte fyr på kjøkkenet

Ber folk kaste helt trygge «kyllingburgere» etter GMO-funn: - Det er så unødvendig, det er helt forferdelig





Mat

<http://www.dagbladet.no/mat/vi-sjekket-maten-i-familieparkene-her-er-dommen/68465281> Page 16 of 19

Store forskjeller på familieparkenes mattilbud - Vi sjekket maten i familieparkene. Her er dommen - Dagbladet 10-07-2017, 12(33)

- Dette medfører ofte høyt svinn på disse produktene. Vår erfaring er at gjesten har et langt mindre bevisst forhold til å faktisk velge sunne alternativer den dagen man koser seg med familie og venner i fornøylespark, i motsetning til i hverdagen, sier Erik Røhne Andersen.

EKSPERTENE SIER: - Her virker det klart som om det skorter på fokus på sunnere alternativer, sier Kristin Fjæra Eng.

Hun påpeker også betydningen av at den sunne maten som faktisk finnes i parken, blir presentert på en synlig måte:

- Hvis salaten står bakerst på disken, mens pølse, burger og sukkerspinn står forrest og i øynehøyde, kan jo alle tenke seg hva barna velger.

Camilla Andersen mener Tusenfryd er parken med minst fokus på mat generelt og sunn mat spesielt.

- At folk ikke velger sunne varianter i kjøpsøyeblikket kan jo komme av at tilbudet ikke er stort nok eller fristende nok. Det trekker ned at man ønsker å ta vare på den tradisjonelle parkmaten. Vil man spise sunt, har man likevel muligheter på Tusenfryd, for eksempel kan man velge wraps, salat og smoothies.

ALT OM MAT

<http://www.dagbladet.no/mat/vi-sjekket-maten-i-familieparkene-her-er-dommen/68465281> Page 17 of 19

Store forskjeller på familieparkenes mattilbud - Vi sjekket maten i familieparkene. Her er dommen - Dagbladet 10-07-2017, 12(33)



Matbransjens
Faglige Utvalg





Vedlegg 2



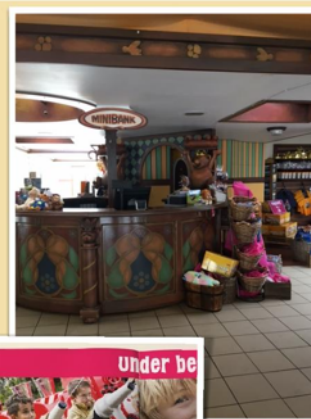
BamseBotellet

Foreldre og foresatte må gå inn i dette bygget (se illustrert på kartet side 2) for å få billetter til sjokoladefabrikken, brannstasjonen og andre attraksjoner.



Innvendig BamseBotellet

Det finnes ingen markedsføring av at man får billettene til sjokoladefabrikken i Bamsebotell. Det er heller ingen «Freia» logoer eller produkter som blir stilt ut. Det at Bamsebotell gir ut billettene og at det er her de kan hentes er noe man må lese seg til i folderen når man ankommer parken eller på nettsiden.



Sjokoladefabrikken

Her er bilder av Sjokoladefabrikken sett fra Borggården. Den er tydelig avgrenset med et gjerde og vannfontene som visuell hindring.



Innvendig Sjokoladefabrikken



Oversikt

Som vist på kartet er Sjokoladefabrikken lite synlig og en av over 60 opplevelser. Merkene på kartet er satt for å illustrere hvor de ulike stedene beskrevet er å finne i parken.

