

Arla Kids og Rema 1000 har fokus på børns sundhed

Det skal være sjovt for børn at spise sundt, og kendte figurer kan være en hjælp.

Af Nadia Rosendahl & Ditte Marie Svendsen

Når børn skal have madpakke med i skolen så er det tit en traditionel madpakke med fx tørrede frugter, grønsager, rugbrød. Ifølge Sara Karolina Rærup Rimfors, Category Manager hos Arla Foods, er længere skoledage for mange også lig med større madpakker. "Med Arla Kids er vores mål at komme forældrene til undsætning med produkter, der skal ses som en ekstra lille fornøjelse i en sund og varieret madpakke."

At børn spiser sundt og varieret er noget Arla støtter. Med Arla Kids produkterne vil de gerne inspirere til en sund, sjov og lækker madpakke. De prøver at reducere sukkerindholdet i produkterne så de bliver sundere. Arla bruger noget der hedder licenser på deres Arla Kids produkter. Da Disney også gerne vil gøre noget godt for børns sundhed, var det derfor en god mulighed for at samarbejde. De har derfor fx Anders And, Mickey Mouse osv. på indpakningen. De har ikke valgt andre figurer fordi det er dem, som er de mest kendte og ældste figurer. Det er også dem mor og far kender bedst, og det er jo dem der køber produkterne. Måden de er tegnet på skiller sig

også ud, det er fordi Arla ønsker at produkterne skiller sig ud fra andre med licenser.

Rema 1000

Rema 1000s indkøbs- og marketingdirektør, Anders René Jensen, siger "Når børn er ude og købe ind bestemmer de meget". Men ligesom Arla vil de også gerne gøre noget godt for børns sundhed. Derfor har Rema 1000 fokus på børnene fx sælger de sunde ting, som er gode for din krop. For at sælge sunde produkter præsenterer de deres produkter for at være sunde og gode. De sundeste ting de sælger er nok frugt og grønt og smoothies. Disse ting er også det første og sidste man ser i butikken.

Udover at sælge sunde ting så er Rema 1000 også med til at lave madskole, og så støtter de forskellige sportsting som bl.a. aqua-camp og håndboldskole. De støtter også mere end 400 idrætsklubber.

Rema 1000 sælger også produkter, der bruger kendte figurer på indpakningen. De sælger bl.a. ting fra Arla Kids. Anders René Jensen siger, at de produkter de sælger bedst er dem med de nyeste karakterer.



Hej! Vi hedder Nadia og Ditte Marie og er 13 og 12 år. Vi er uddannet som børnejournalister. Vi er i praktik hos Kid:vertising Agency i efterårsferien. Vi har undersøgt, om børn er med til at bestemme, når der købes ind. Betyder det noget når der er figurer på produkter? Derfor har vi interviewet en fra Rema 1000 og en fra Arla.

Når filmen er ny og et hit er det de figurer der sælger bedst, men når filmen bliver gammel, så sælger produkterne ikke rigtig mere.

Ifølge Anders René Jensen er det ikke alle licenser der er gode på dagligvarer. Det fungerer bedre på ting som skoleting bl.a. penalhuse og madkasser osv.

Det handler ikke kun om indpakningen, men mere om indholdet når børn vælger produkter.



Ditte Marie (tv) og Nadia stodte på Arla Kids i Bruuns Galleri.

