

MARKEDSFØRING I BUTIKK

Dette er en aktivitet som kan gjøre barna mer bevisst på markedsføring rettet mot dem og lar de reflektere rundt temaer knyttet til markedsføring av usunne matvarer. De lærer også om nøkkelhullmerkede produkter, slik at de kan være med og ta gode matvarevalg i butikken.



Tidsbruk: 60 minutter

MARKEDSFØRING I BUTIKK

Start aktiviteten med en muntlig quiz for å lære barna mer om temaet



Tidsbruk: 60 min

FAKTA

I Norge er det ikke lov å lage reklame for usunn mat og drikke som retter seg mot barn. Reglene skal bidra til at barn og unge skjermes mot uheldig markedspåvirkning. Disse reglene har matvarebransjen selv vært med på å lage, og de har en egen organisasjon som skal passe på at alle følger reglene. Denne heter MFU (Matbransjens faglige utvalg). MFU har definert at målgruppen barn og unge kun gjelder barn opp til 13 år. Det er laget en liste med usunne produkter som bransjen skal vise varsomhet rundt når det gjelder bl.a. vareplassering i butikk. MFU mener at selve produktet, inkludert emballasjen, alminnelig oppstilling av produkter på utsalgssted og sponing i seg selv ikke kan defineres som markedsføring særlig rettet mot barn.

Derimot vil emballasje med en konkurranse eller emballasje hvor produkt anses underordnet kunne være i strid med retningslinjene. Dersom man oppdager noe man mener bryter med retningslinjene til MFU kan man klage via deres nettsider.

Mer info

- MFUs produktliste: <https://bit.ly/2zlAqhw>
- Retningslinjer: <https://bit.ly/2A7q4Bn>
- Reportasje fra NRK om markedsføring mot barn (5 min): <https://bit.ly/2S5TmHN>
- Brosjyre om nøkkelhullet: <https://bit.ly/2DSeAG4>

Visste du at..

Prebz & Dennis har laget reklame for sjokolade som ikke var lov, og at de som lager sjokoladen derfor er dømt av MFU.

<https://bit.ly/2QaNn7s>

FORBEREDELSE:

- Utflukten forutsetter at det er en matbutikk i nærheten av SFO.
- Planlegg tidspunkt, hvilken butikk dere skal besøke og hvor mange barn som skal være med inn i butikken. Vi anbefaler å ta med en liten gruppe barn.
- Avklar med butikken om det er greit at dere kommer, dersom det er en stor gruppe.
- Dere trenger penn, papir, kamera og evt ulik emballasje å vise barna på forhånd.





① Introduksjon:

- Fortell barna om dagens aktivitet og hvordan den skal foregå før dere går inn i butikken.
- Snakk litt med barna om hva markedsføring er. Fortell at man ikke bør markedsføre usunne produkter til barn, og spør dem hva de mener er usunne produkter.
- Hvilke steder finnes reklame? I butikken, i Donaldblad, på YouTube, på kino?
- Forklar at barna selv skal være med på å sjekke om de som lager produktene holder seg til loven.
- Vis nøkkelhullsmerket og spør barna om de kjenner til det og forklar hva det betyr.

② Aktiviteten:

- Del barna inn i to grupper, før dere ankommer butikken.
- Den ene gruppen får i oppdrag å finne produkter som de mener er rettet mot barn, som de får lyst til å kjøpe, og som er i deres synsfelt. Den andre gruppen skal finne nøkkelhullmerkede produkter.
- Barna skriver ned hvor produktet er plassert, hva produktet heter og hva som gjorde at de valgte dette produktet. De kan også ta bilde av produktene og emballasjen om de har tilgang på kamera. Voksne kan hjelpe de minste barna med å notere.
- Barna kan også notere ned hvor maten kommer fra, der det er merket. F.eks. druer fra Sør-Afrika og epler fra Hardanger.
- Dersom dere har fått godkjenning fra foreldre kan dere gjerne filme ekskursjonen, og stille barna noen spørsmål underveis og dokumentere reaksjonene deres i butikken.
- Tilbake på SFO kan dere sammenligne de ulike produktene fra de to gruppene og diskutere forskjellene: Hvilke produkter var lettest å se, var det de usunne produktene eller produktene med Nøkkelhullsmerket? Hvorfor appellerte noen av produktene bedre til barn enn andre? Var det lett å finne nøkkelhullsproduktene? Sjekk gjerne innholdsfortegnelsen mot kriteriene i produktlisten til MFU.
- Skriv gjerne ned barnas refleksjoner og send inn sammen med bilder og video til Matjungelen.



Tips til variasjoner og videreføring

Aktiviteten passer best til de eldste barna på SFO mtp. lese- og skrive ferdigheter.

Hvis dere ikke har en butikk i nærheten kan dere bruke produkter/emballasje dere har tilgjengelig på SFO fra før, eller barna kan ta med seg emballasje fra et produkt de har hjemme, f.eks frokostblanding. Deretter kan dere diskutere næringsinnhold og reklame på disse. Dette tillater også at flere barn kan delta i aktiviteten samtidig.

Vil dere utvide aktiviteten kan dere velge flere produkter å se på, og likeledes om dere vil forkorte aktiviteten kan dere velge færre produkter.



FLEIP ELLER FAKTA:

Du må ha en nøkkel for å kunne se nøkkelhullsmerket på mat i butikken (fleip)

Reklamer for barn er laget av barn (fleip)

Det finnes bare reklame på TV (fleip)

Det er lov med leker i frokostblandinger til barn (fleip)

De fleste reklamer er laget i jungelen (fleip)

Konkurranser for barn på godteri er ikke lov (fakta)

Det finnes ikke mat-reklamer på TV (fleip)

Det finnes ikke mat-reklamer på YouTube (fleip)

Det er ikke lov å markedsføre usunne matvarer til barn under 13 år (fakta)

Sterke farger på eskene til maten gjør at barn ikke vil ha de (fleip)

Tips til gjennomføring



Les opp ett og ett utsagn. Barna viser om de tror det er fleip eller fakta ved å gjøre bevegelser. For eksempel å strekke armene i været hvis de tror det er fleip og sette seg på huk hvis de tror det er fakta.

Du kan gjøre quizen mer aktiv ved å merke opp to områder, et fleipområde og et faktaområde, og be barna bevege seg fra den ene til den andre siden avhengig om de tror det er fleip eller fakta.

Kanskje la barna lage sine egne fleip eller fakta-spørsmål?