

Lokal mad i attraktioner

Hvordan Sommerland Sjælland har gjort

Jon Sundbo, RUC

Sommerland Sjælland i Odsherred er en attraktionspark, der typisk gæstes af familier med mindre børn. Sommerlandet har fornyet sit måltidstilbud til gæsterne ved at introducere lokal mad. De har stadig det traditionelle fastfood madtilbud, men har suppleret det med mere gastronomisk mad baseret på lokale råvarer. Dette er begrundet i at der kommer stadig flere gæster, som ønsker, og er villige til at betale for, mere gastronomisk mad serveret i mere cafe-agtige omgivelser. Hvad er erfaringerne med disse tiltag?

Hvad Sommerland Sjælland har gjort

De har lavet en ny restaurant i et telt, Smagen af sommer, hvor der serveres og sælges lokal mad – dvs. mad fra Odsherred. Smagen af sommer er et mere café-agtigt tilbud. Desuden har Sommerland Sjælland i 2016 arrangeret en madlavnings-oplevelse, et kursus for børn, hvor de sammen med professionelle kokke lærer at lave mad af lokale råvarer. Kurset varede 1 time. Man skulle købe billetter på forhånd på sommerlandets website.

Hvad gæsterne siger til lokal mad

Vi har undersøgt hvad de voksne gæster i Smagen af sommer siger og sammenlignet med hvad de voksne gæster i en traditionel



burgerbar i sommerlandet siger. Gæsterne i Smagen af sommer har højere social status end gæsterne i burgerbaren når man spørger til deres erhverv. De bor i højere grad i sommerhus i Odsherred og kommer i højere grad fra en by, sammenlignet med gæsterne i burgerbaren. Af svarene på spørgsmålene og kommentarerne i spørgeskemaet ses at gæsterne i Smagen af sommer især søger café-stilen og sund mad af gastronomisk god kvalitet. Det finder de ikke andre steder i Sommerland. At det er lokal mad har en vis betydning, men er ikke det, der fremstår mest dominerende i gæsternes vurdering. Dog siger 78% af gæsterne i Smagen af sommer at det har betydning at det er lokale mad.

Interessant er at kun 4% af gæsterne i Smagen af sommer og 16% i burgerbaren siger at prisen på maden er helt afgørende. Madens kvalitet betyder noget for 80% af gæsterne i Smagen af sommer og for 44% af gæsterne i burgerbaren. At de sidste er i burgerbaren, skyldes dels at de ikke kender til Smagen af sommer, dels at børnene foretrækker burgerbaren fordi de er vant til den type mad og fordi det er hurtigere (så de hurtigt kan komme ud til det egentlige – forlystelserne).

Det lokale ved maden er fremhævet meget i forhåndsomtale og branding fra Sommerland Sjælland, og mange af gæsterne i

Smagen af sommer har hørt om Smagen af sommer på forhånd.

Det lokale har et større potentiale end udnyttet nu. For eksempel siger 60% af gæsterne i burgerbaren at de godt kunne overveje at købe mad i Smagen af sommer, selvom 64% af gæsterne der ikke har hørt om Smagen af sommer og baggrunden (lokal mad). 44% af svarpersonerne i burgerbaren siger at de foretrækker sund mad når de er i forlystelsesparker. Det står måske i modsætning til deres faktiske adfærd med at komme i burgerbaren. Man kan dog se at der er et skisma mellem voksne og børn. De voksne vil ofte foretrække sund mad, mens børnene foretrækker en hurtig pizza, burger o.l. Da en tur i Sommerland Sjælland er en relativ sjælden foretælse, bliver det oftest børnenes ønsker, der får højest prioritet.

Den nye voksne gæste-type fortrækker dog ofte at holde pause fra "karrusel-racet" i vante omgivelser, der for dem er det caféagtige Smagen af sommer telt. De sætter sig derhen mens børnene selv går ud i forlystelserne. På den måde finder "forhandlingerne" i familien et kompromis.

Hvad er problemerne?

Det er et problem at skabe kontakt til tilstrækkelig mange lokale fødevarerleverandører og at få disse til at levere tilstrækkelige mængder. Det forsøger Sommerland Sjælland at klare ved at skabe kontakt til lokale madproducent netværk. Sommerlandet har været så heldig at der i Odsherred er et udviklingscenter for lokal mad, Nordisk Center for Lokale Fødevarer, som hjælper sommerlandet med at skabe kontakt og faste leverancer.

Madlavnings-kurserne for børn gav megen omtale og havde således stor PR værdi, men der kom ikke det antal børn som man havde regnet med. Sommerlandet overvejer at organisere

kurserne på en anden måde, f.eks. som mere kortvarige oplevelser, som man kan komme forbi og deltage i ligesom enhver anden forlystelse.

Fokus på lokal mad har givet megen PR omtale, men er endnu ikke blevet nogen stor overskudsforretning. Et problem er bl.a. at det er svært at skaffe kvalificeret personale udenfor ferietiden, hvor kvalificeret arbejdskraft kan tage et feriejob. Derfor har Smagen af sommer kun åbent i juli måned. Den konstaterede trend i stigningen i gæster, som søger denne form for madforsyning, forventes at slå endnu mere igennem i de kommende år således at omsætningen kan øges.

Hvad attraktioner kan lære af dette

Sundere og mere gastronomisk mad, serveret i mere fashionable omgivelser, er en klar trend, så attraktioner er nødt til at indføre det som alternativ til fastfood, især hvis de vil have fat i det mere betalingsvillige publikum. Lokal mad kan i land- kyst- og sommerhusområder være et godt "label". Det er dog vigtigt at få klaret leverancesystemet og skaffet kvalificeret personale. Lokale organisationer bør udvikle hjælp til dette. Det gælder f.eks. kommuner, turistorganisationer, fødevarer-netværk, landboorganisationer, fagforeninger m.v.

