

Holdning til oppdrettet fisk hos et utvalg kjøkkensjefer i eksklusive restauranter

Jan Arvid Johansen

Ulike forskningsmiljøer, myndigheter og andre sentrale aktører involvert i produksjon av matvarer har i økende grad rettet fokus mot temaet matvaresikkerhet. I kjølvannet av dyresykdommer på husdyr, genmanipulering, og andre faktorer som i ulik grad kan ha negative konsekvenser for forbrukere, er dette et svært dagsaktuelt tema. Tidligere studier har vist at mange forbrukere har negative holdninger til oppdrettet fisk. På sikt kan slike holdninger føre til manglende tillit til produsenter og eksportører. For en næring som i fremtiden blir avhengig av oppdrettet fisk for å forsyne markedet, bør dette tas på alvor. I denne artikkelen presenterer vi resultater fra en undersøkelse av hvilken holdning et utvalg kjøkkensjefer har til oppdrett på et generelt nivå, og til kvaliteten på oppdrettet fisk. Avslutningsvis diskuterer vi hvilke implikasjoner dette kan ha for norsk fiskerinæring.

Matvaresikkerhet et svært dagsaktuelt tema i mange europeiske land. Det skyldes ikke minst utbrudd av dyresykdommene kugalskap og munn- og klovsyke. Problematikken er tema på det øverste politisk nivå i EU, og berører forbrukere flest såvel som næringsliv. Studier av deler av det europeiske markedet viser at forbrukere har mindre tillit til kjøttprodusentene og maten de spiser (Berg, 2000). Ved alle former for omsetning av matvarer, er produsenter helt avhengige av at kundene har tillit til maten de spiser. Hvis denne tilliten ikke er til stede, vil mange forbrukere søke etter alternative matvarer som oppfattes som trygg. Et godt tillitsforhold mellom viktige kunder og produsenter av norsk fisk vil få stor betydning i fremtidens matvaremarked. Derfor bør temaet være av interesse og ha betydning for norsk fiskerinæring. Dette forholdet er særdeles viktig i fremtiden, hvor oppdrettet fisk vil stå for en økende andel av den totale eksporten av fisk og fiskeprodukter.

Vi vet i dag at norske forbrukere har mange negative holdninger til oppdrett og oppdrettet fisk (Døving, 1997). Det skyldes i all hovedsak 80-tallets kriser i oppdrettsnæringen med sykdommer og påfølgende bruk av antibiotika i føret til oppdrettet laks og ørret (Berg, 2000). Følgene er at mange norske forbrukere ikke tror at det er trygt å spise oppdrettet fisk, selv om bruk av antibiotika i dag er tilnærmet fraværende (Berg, 2000). Fra undersøkelser vet vi at kjøkken-

personell og innkjøpsansvarlige i europeiske restauranter i stor grad foretrekker villfanget fisk fremfor oppdrettet fisk (Hansen, 1998; Strømmesen, 1998). Hvorvidt denne preferansen forklares av manglende tilfredshet med den sensoriske kvaliteten på produktet, eller negative holdninger til oppdrett på et generelt nivå, er ikke godt nok dokumentert.

I dag er oppdrettet fisk fra Norge i det europeiske marked tilnærmet ensbetydende med oppdrettet laks og ørret. Oppdrettet flekksteinbit (*Anarhichas minor*) er en av artene som står foran full kommersialisering. Målsettingen er å introdusere arten til kvalitetsbevisste markedssegmenter med god betalingsvilje. I så fall er det av stor betydning at kundene har tillit til produsenter og produkt. Som et bidrag til denne forskningen har Fiskeriforskning gjennomført en markedstest av oppdrettet flekksteinbit i eksklusive restauranter i Norge, Tyskland, og Frankrike (Johansen, 2001). En av målsettingene var å undersøke hvilke holdninger kjøkkensjefene har til oppdrett og oppdrettet fisk. Vi undersøkte også hvorvidt kjøkkensjefene har preferanser for vill kontra oppdrettet fisk. Resultatene fra denne undersøkelsen presenteres nedenfor, og til slutt i artikkelen diskuterer vi hvilken betydning dette vil ha ved fremtidig introduksjon av oppdrettet flekksteinbit og andre oppdrettsarter til disse markedssegmentene.

Preferanser for villfanget fisk

Resultatene fra vår undersøkelse viser at svært mange av kjøkkensjefene både i Norge, Tyskland, og Frankrike foretrekker villfanget- fremfor oppdrettet fisk.

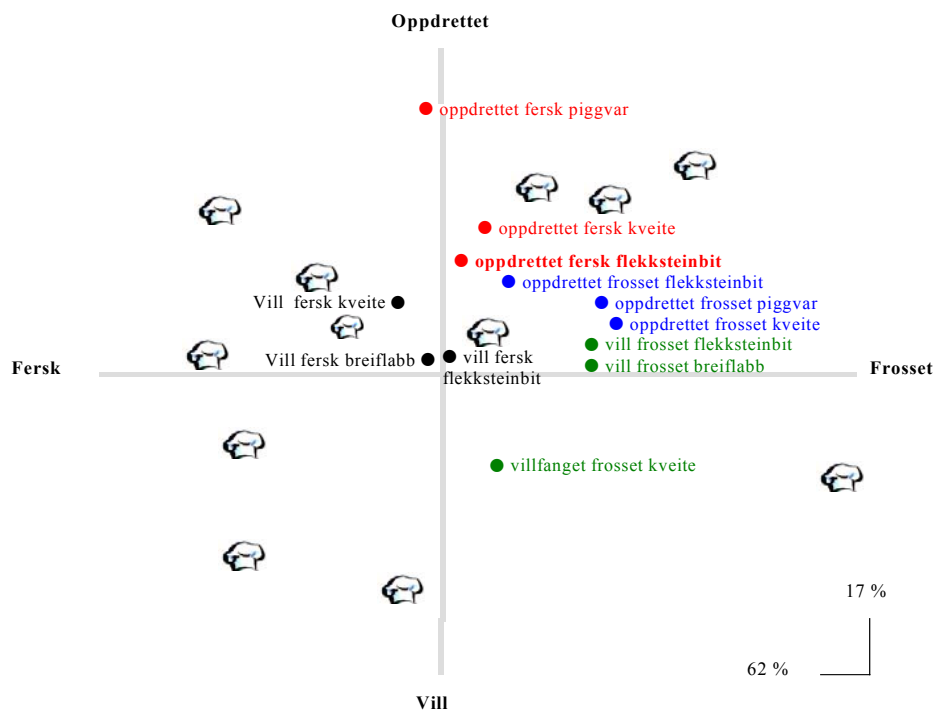
"Folk er skeptisk til oppdrett, fordi de ikke vet hvordan fisken er fremstilt. Vi velger derfor gastronomisk fisk, som er vill fisk, og dermed høy kvalitet"

Fransk kjøkkensjef som ikke benytter seg av oppdrettet fisk

Figur 1 er et preferansekart som viser hvordan norske kjøkkensjefer posisjonerer seg i forhold til ulike ville- og oppdrettede fiskearter. Av figuren ser vi at et flertall av de norske kjøkkensjefene (symbolisert ved kokkeluer) posisjonerer seg i nærheten av ulike arter av fersk villfanget fisk. Det betyr at disse kjøkkensjefene foretrekker fersk villfanget fisk som kveite (*Hippoglossus*

hippoglossus) og breiflabb (*Lophius piscatorius*). For øvrig ser vi av figuren at tre kjøkkensjefer posisjonerer seg i nærheten av ulike ferske og oppdrettede arter. Det innebærer at disse kjøkkensjefene er positive til å benytte seg av fersk oppdrettet fisk.

Vi har ikke datamateriale til å gjøre en tilsvarende analyse av tyske og franske kjøkkensjefers vurderinger av oppdrettet og villfanget fisk. Resultatene fra dybdeintervju viste imidlertid at et klart flertall av kjøkkensjefene foretrekker villfanget fisk fremfor oppdrettet fisk. Preferanser for villfanget fisk synes spesielt å være gjeldende på restauranter som er høyt rangert i Michelin-guiden. Flere av kjøkkensjefene i disse restaurantene var kategorisk avvisende til å benytte seg av oppdrettet fisk. I disse restaurantene er oppdrettet fisk ofte ansett som et annenrangs produkt, og gjestene forventer å få servert villfanget fisk.



Figur 1 Viser hvordan ulike ville- og oppdrettede arter posisjonerer seg i forhold til hverandre og i forhold til de deltakende kjøkkensjefene

Blant noen kjøkkensjefer finner vi en mer positiv holdning til oppdrettet fisk. Det skyldes først og fremst at oppdrettet fisk gir jevn tilgang sammenlignet med ustabil tilførsel av villfanget fisk. I tillegg gjør oppdrettet fisk det mulig å få tilgang på fersk fisk, noe som er et svært viktig kjøpskriterium for kjøkkensjefer og innkjøpsansvarlige i restauranterne (Hansen, 1998). Kjøkkensjefene opplever det også som en fordel at oppdrettet fisk kan produseres og leveres i en jevnere størrelse sammenlignet med villfanget fisk. Samlet gir fordelene ved bruk av oppdrettet fisk hverdagen enklere for kjøkkensjefer, blant annet bedre forutsigbarhet ved planlegging av menyer. I tillegg mener flere at oppdrettet fisk har stabile priser sammenlignet med villfanget fisk, noe som gjør det enklere å forutsi priser på rettene, og å gjøre vurderinger av lønnsomhet.

"Jeg er nødt til å bruke oppdrettet fisk i mitt konsept. Jeg har ikke penger til å kjøpe vill fisk. Jeg går for oppdrettet fisk."

Fransk kjøkkensjef i restaurant med middels prisnivå på menyen

Holdninger til kvaliteten på oppdrettet fisk

Vår undersøkelse viser at mange kjøkkensjefer er negative til kvaliteten på oppdrettet fisk. Sammenlignet med ville artsfrender har ikke oppdrettet fisk like gode produkttegenskaper. I denne sammenheng mener kjøkkensjefene at det er mangler ved noen produkttegenskaper, og for mye av andre. En av de viktigste manglene er at oppdrettet fisk ikke smaker like godt som villfanget fisk. Nøytral smak, for lite fiskesmak, og for mild smak er utsagn som ikke bare gjelder oppdrettet flekksteinbit, men for en stor grad oppdrettsfisk generelt. Noen av de utsagnene om kvaliteten på oppdrettet fisk som dominerende var:

- for fet fisk
- for lite fiskesmak
- all oppdrettsfisk smaker likt
- for hvite og bleke
- lukter ikke det samme som vill

I tillegg opplevde mange kjøkkensjefer høyt fettinnhold på oppdrettet flekksteinbit som negativt for kvaliteten på fisken. Samtidig viste det seg at flere kjøkkensjefer mener høyt fettinnhold er typisk for all oppdrettet fisk. Når fettinnholdet er for høyt representerer det både et utseendemessig-, praktisk-, og økonomisk problem. På grunn av økt tidsbruk og svinn, gir fjerning av fett fra filet ved tilberedning økte kostnader. I tillegg oppfatter mange *synlig fett* som svært negativt for helhetsinntrykket av fisken. Foruten mangel på smak og for mye fett, mener flere at oppdrettet fisk er "blek" og har dårligere utseende sammenlignet med villfanget fisk.

Holdninger til oppdrett generelt

I vår markedstest undersøkte vi også hvilke generelle holdninger kjøkkensjefene har til oppdrett. Resultatene viser at tidligere negative erfaringer med oppdrettet laks fremdeles preger den generelle holdningen til oppdrettet fisk. Mange oppfatter oppdrett av fisk som en storindustri og masseproduksjon, som ikke lytter godt nok til forbrukerens meninger.

"I bakhodet har man manglende tillit. Producentene har alltid sagt at lam er bra, men i dag ser vi resultatene. Nå kommer det blant annet frem at dyrene har spist før med beinmel i"

Fransk kjøkkensjef i restaurant med stjerne i Michelinguiden

I tillegg forbinder mange oppdrett med sykdommer og antibiotika. Vi ser også at flere mener at oppdrettet fisk ikke er en "naturlig fisk". Noe av dette skyldes at fisken ikke vokser i sitt naturlige miljø, hvor den selv kan velge den føden som er naturlig for arten. Det ble også gitt uttrykk for at oppdrett er negativt fra en etisk synsvinkel, fordi fisken holdes innestengt i et unaturlig miljø hvor den ikke hører til.

Nødvendig med bedre tillit i markedet

Mange oppdrettere og aktører i norsk oppdrettsnæring vil kanskje synes at negative holdninger til oppdrett og oppdrettet fisk, ikke er i samsvar med deres oppfattelser. I dag er norsk oppdrettsnæring tilnærmet fri for bruk av antibiotika. Betydelige midler er benyttet til å produsere oppdrettsfisk som et sunt og godt produkt, blant annet ved vaksiner og annet sykdomsforebyggende arbeid. I tillegg ser vi at oppdrettsorganisasjoner er opptatt av miljørelaterte problemstillinger, eksempelvis villaksens fremtid. På tross av det vi gjerne oppfatter som fakta, er det all grunn til å ta forbrukere, og spesielt kjøkkensjefer på alvor. For en næring som i fremtiden ønsker å være markedsorientert, er det nettopp kundenes oppfattelser som bør stå i sentrum for hvordan næringen utvikler seg. Kjøkkensjefer i eksklusive restauranter regnes ofte for å være innovatører som setter i gang mattrender. Derfor bør denne målgruppen være av spesiell interesse ved introduksjon av nye arter.

Selv om den utrygghet kundene opplever ved bruk av ulike matprodukter ikke er reell, bør produsenter vise evne til å betrakte markedet fra forbrukerens synsvinkel. I følge Berg (2000) er forbrukerens tillit viktig fordi handlinger og preferanser styres av hvilket tillitsnivå forbrukeren har til produsentene og produktet. Det er tilfelle selv om tilliten er basert på en følt, og kanskje feilaktig oppfatning av risiko og fare.

Berg (2000) viser i sin undersøkelse at hele 63% av den norske befolkning stoler på at media forteller hele sannheten ved en matskandale. Tilsvarende mener bare 7% av befolkningen at matindustrien selv forteller alt. Mange mener at matindustrien har en egeninteresse i å ikke komme ut med all informasjon. Våre resultater viser at det er tydelig svikt i mange kjøkkensjefers tillit til oppdrettsprodusenter og til oppdrettet fisk. Det er derfor sannsynlig å anta at skepsis til matindustrien og en viss tillit til pressen også er til stede hos denne yrkesgruppen.

"Minst 70% av markedet er svært opptatt av informasjon og dokumentasjon for å kunne stole på produktet. Hvis det er i orden blir produktet kjøpt"

Fransk kjøkkensjef som anvender oppdrettet fisk

Kjøkkensjefer som er ansvarlige for en høyt premiert restaurant legger stor prestisje i å unngå problemer som skyldes kvaliteten på råstoffet. En kjøkkensjef i en eksklusiv restaurant som velger dårlig råstoff, kan i verste fall miste arbeidet. Mange av kjøkkensjefene ønsker å redusere usikkerhet ved vurdering av oppdrettet fisk, og etterlyser derfor full informasjon om de fakta som angår oppdrettet fisk. Informasjon som er ønsket er eksempelvis; bruk av eventuelle medikamenter i produksjonsprosessen, fôrets sammensetning, fiskens næringsinnhold og oppvekstvilkår. Denne type informasjon kan enkelt formidles via et produktblad som følger fisken. Foruten slike tiltak bør næringen bygge opp en reell informasjonskanal som fungerer som motvekt til sensasjonspreget journalistikk. En slik informasjonsvirksomhet trenger næringen ikke bare benytte ved matskandaler eller kriser, men også bidra med faktaopplysninger og positive sider ved oppdrettsnæringen. Et annet tiltak for at forbrukere flest skal føle større trygghet ved valg av matvarer, er opprinnelsesmerking med full sporbarhet. Blant annet skal merkingen føre til at forbrukere flest skal kjenne produktets produksjonssted. Fra 2004 vil EU også kreve full dokumentasjon på hvorvidt fisk er oppdrettet eller vill (Aursand, 2001).

Bruk av produktutvikling ved oppdrett av nye arter

Foruten at det fins negative holdninger til produksjonen av oppdrettsfisk, har vår undersøkelse vist at mange av kjøkkensjefene er negative til kvaliteten på oppdrettet fisk. Produksjonen av laks er i dag preget av store kvantum standardvarer, få fôrprodusenter og fokus på stordriftsfordeler. I det tyske markedet er laksen et av de rimeligste middags-

produktene, og er tilgjengelig i de fleste supermarkeder. På mange måter er laksen blitt fiskerinæringens "kyllingprodukt", med liten grad av produkt differensiering.

Dette er neppe veien å gå når nye oppdrettsarter skal introduseres til kvalitetsbevisste markedssegmenter. Vi vet at smaken på mat og næringsmidler er den viktigste produkttegenskapen når forbrukere tilkjenner hva de forbinder med kvalitet på næringsmidler (Bonner & Nelson, 1985). Utvikling av en førsammensetning som gir fisken en bedre smak, er en av de virkemidlene som kan bidra til større tilfredshet med nye oppdrettsarter. I tillegg bør næringen i større grad tilpasse fettinnholdet på fisken i bedre samsvar med hvilke preferanser kundene har.

Oppdrettet fisk – et bra alternativ til villfanget fisk

I det eksklusive restaurantsegment blir oppdrettet fisk ansett for å være en "bra utvei" når det er vanskelig å skaffe tilveie villfanget fisk. På generelt grunnlag er oppdrettet fisk et rimeligere produkt sammenlignet med de fleste arter som er etterspurt i dette markedssegmentet. Størst forbruk av oppdrettet fisk finner vi derfor i restauranter som ikke hører til i de øvre markedssegmentene blant restaurantene. Et tankekors i denne sammenheng er at flere av kjøkkensjefene mente

at det er et spørsmål om tid før oppdrettet fisk blir akseptert på lik linje med villfanget fisk. En av kjøkkensjefene kunne fortelle at han vanligvis serverte oppdrettet laks til sine stamgjester. Når vedkommende til en anledning serverte villfanget laks til de samme gjestene, var de ikke fornøyd med fisken. Årsaken var i følge kjøkkensjefen at stamgjestene var blitt vant til å spise laks som var oppdrettet, og derfor ble villfanget laks et uvant produkt. På grunn av truede fiskebestander vil lavere tilgjengelighet på sikt føre til at oppdrettet fisk vil kunne bli et vanligere innslag i restaurantene. For å korte ned tiden kundene trenger for å akseptere oppdrettet fisk, må oppdrettsnæringen og bransjeorganisasjoner være aktive i å opptre som seriøse matvareprodusenter. En av de viktigste målsettingene ved utvikling av nye oppdrettsarter, bør derfor handle om å skape tillit hos kvalitetsbevisste kunder.

I tillegg til den generiske markedsføringsstrategien bør også den enkelte produsent se på god kommunikasjon og dokumentasjon av produktkvalitet som et mulig konkurransefortrinn. Den innovative produsent har muligheten til å utvikle sin kvalitetsprofil til et høyere nivå enn de kravene som er kjente i standard kvalitetssikringsrutiner. Basis for å videreutvikle den enkelte bedrifts kvalitetsvisjoner kan være med utgangspunkt i god kommunikasjon med kunder og bruk av anvendt forskning.



Referanser

- Aursand, M. (2001). Trygg mat - opprinnelsestesting og merking av fisk. *Norsk fiskeoppdrett*, **10**, p. 46.
- Berg, L. (2000). Tillit til mat i kugalskapens tid. En komparativ kartlegging med fokus på forbrukertillit og mat-sikkerhet i Norge, England og Belgia. Oslo, SIFO.
- Bonner, P.G. & R. Nelson (1985). Product attributes and perceived quality: Foods. In Jacoby, J. & J. Olson. *Perceived quality: How Consumers View Stores and Merchandise*. Massachusetts: Lexington Books, pp. 65-80.
- Døving, R. (1997). Fisk - en studie av holdninger, vurderinger og forbruk av fisk i Norge. Oslo, SIFO.
- Hansen, B. (1998). Det eksklusive restaurantsegmentet i Tyskland - analyse av faktorer som har betydning for markedsføring av oppdrettet flekksteinbit i dette segmentet. Tromsø, Norges fiskerihøgskole.
- Johansen, J.A. (2001). Oppdrettet flekksteinbit - for det eksklusive restaurantsegment? *Norsk fiskeoppdrett*, **13**, pp. 13-16.
- Strømmesen, I. (1998). Markedsmuligheter for oppdrettet flekksteinbit? En kvalitativ analyse av eksklusive restauranter i London. Tromsø, Norges fiskerihøgskole.