

Hva kan vi forvente av det tyske laksemarkedet?

Oddrun Johnsen og Frode Nilssen

I denne artikkelen presenteres perspektiver for utviklingen av det tyske laksemarkedet, med fokus på kriterier som er viktige for innkjøperne av laks, enten fisken går til prosessering eller videre salg. Resultatene viser at tilgjengelighet (stabile leveranser), jevn kvalitet og overkommelig pris er positive attributter som relateres til laks, mens høyt fettinnhold, bruk av antibiotika, miljømessige aspekter og utseende er negative attributter. Det forventes vekst i samtlige segmenter av laks, og spesielt for ferske og frosne ferdigvarer. Videre er demografiske, miljømessige og etiske forhold sentral for utviklingen av laksemarkedet i årene fremover.

Forrige år hadde norsk eksport av laks en verdi i overkant av 12 milliarder (Eksportutvalget for fisk, 2001). Mesteparten selges til EU-land (67%), hvorav Tyskland importerer 33-34%. I tillegg videreeksporterer Danmark mye norsk laks til Tyskland. Norge kan dermed karakteriseres som hovedleverandør av laks til Tyskland.

Foruten å være en viktig kunde for de norske lakseoppdretterne, er Tyskland et interessant marked på flere måter. Høy befolkningstetthet, god økonomi og sterk kjøpekraft blant konsumentene er noe som kan nevnes. I tillegg til at prognoser spår økt fiskeforbruk i Tyskland, har lakseforbruket steget jevnt og trutt i løpet av 90-tallet.

Undersøkelsen

Vår undersøkelse hadde til hensikt å beskrive og analysere den potensielle utviklingen av laksemarkedet i Tyskland. Med fokus på innkjøpsleddet i industri/distribusjon ønsket vi å kartlegge hvilke produkter, produktattributter, kvalitetskrav og lignende som er og blir viktige med hensyn til den fremtidige utviklingen av laks og lakseprodukter i Tyskland. Samtidig så undersøkelsen på hvilke krav og forventninger industrien har til fremtiden.

Undersøkelsen har foregått i to etapper. I første del gjennomgikk vi tilgjengelig litteratur, for å få et generelt bilde av det tyske laksemarkedet, strukturen i tysk industri og handel, samt i kjøpsmønstre og utvikling blant konsumentene.

Andre del var en primærstudie blant produsenter, importører, grossister etc. Hensikten

var å finne hvilke produktattributter som er, og vil bli viktige, hvilke trender som vil påvirke utviklingen, og hvilke hindringer og suksesskriterier som vil styre det tyske markedet fremover.

Et spørreskjema, designet for en undersøkelse av fremtidsutviklingen av det franske laksemarkedet (Nilssen & Monfort, 2000), ble tilpasset den tyske undersøkelsen. Skjemaset bestod av to deler, hvor første del avdekket respondentenes oppfatninger om fremtidsutsiktene for norsk laks, utvidelse av nye segmenter, nye produktkategorier og viktige produktattributter. Spørsmålene i denne delen var åpne. Andre del bestod hovedsakelig av lukkede spørsmål, hvor respondenten skulle vurdere påstander på en skala fra 1 til 7. Datainnsamlingen foregikk fra februar til april 2001. Totalt ble 63 organisasjoner kontaktet. Til tross for at vi fikk 23 svar, var kun 15 egnet for våre analyser². Resultatene ble bekreftet av nøkkelinformanter.

Nedenfor presenteres resultatene fra analysen, etter en kort beskrivelse av markedssituasjonen for mat i Tyskland. Selv om laksemarkedet er vårt hovedfokus, vil også markedet for fisk som næringsmiddel gis en kort introduksjon.

Tyskland – Europas største matvaremarked

Tyskland er, med sine 82 millioner innbyggere, det største europeiske markedet for mat. Dessuten har landet en stabil økonomi, og innbyggerne har sterk kjøpekraft. En

undersøkelse i *Financial Times* (2000), viser at tyske konsumenter er blant de mest velstående i verden. Til tross for dette er den gjennomsnittlige tysker forsiktig med bruk av penger.

Konsum

Det tyske matvarekonsumet har vært relativt stabilt de siste 40 årene, selv om man har sett variasjon for enkelte produktgrupper. Sammenligner vi forbruket av kjøtt mot fiskeforbruket, er sistnevnte svært beskjedent.

Tabell 1 Per capita forbruket av kjøtt og fisk i Tyskland 1993-1999 (kg/år)

	1993	1994	1995	1996	1997	1999
Totalt kjøttforbruk	56,8	55,0	53,8	52,8	51,5	
Svin*	40,4	40,0	39,6	39,4	38,5	
Kveg*	13,5	12,0	11,4	10,5	10,4	
Annet (lam, geit, pølser)	2,9	3,0	2,8	2,9	2,6	
Kylling	6,7	7,0	7,1	7,3	7,6	
Kalkun	3,4	3,6	4,0	4,4	4,7	
Totalt fiskekonsum ³⁾	13,6	14,2	13,5	13,3	13,0	12,6
Laks	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,95

* Konsumprodukter: foredlet

Tabell 1 viser at kjøttforbruket har gått ned de siste årene. En årsak til nedgangen er at media til tider har rettet kritisk søkelys mot kjøttbransjen. Uetisk dyrehold, sykdommer og genetisk modifikasjon er begreper knyttet til kjøtt som har figurert i pressen. I tillegg har aggressive kampanjer markedsført hvitt kjøtt som et sunt alternativ. Resultatet har vært en dreining av forbruket fra rødt til hvitt kjøtt.

Fisk har heller ikke unnsloppet mediafokus. Det generelle fiskeforbruket har faktisk gått ned i perioden 1993-99. En mulig forklaring på dette kan være negative oppslag i media. Eksempler på dette er medias fokus på negative tilfeller som kveis i fisk, dårlig behandling av fisk i oppdrettsanlegg og nematoder i sild (Kristoffersen, 1999). I 1999 konsumerte hver tysker gjennomsnittlig 12,6 kg/fisk. Forbruket av fisk i Tyskland

ligger under verdensgjennomsnittet på 14,5 kg/pers/år (FIZ, 2000). Prognoser for fiskeforbruket er imidlertid optimistiske, til tross for den moderate nedgangen de siste par årene. Innen år 2005 ventes det tyske fiskeforbruket å være 15 kg/pers/år (USDA, 2000).

Fem fiskeslag har dominert det tyske markedet de siste årene; sild, alaska pollock, tunfisk, laks og torsk. Fra 1998 til 1999 har konsumet av alaska pollock og torsk minket, mens sild, laks, uer og tunfisk har økt. I samme periode har laks økt sin markedsandel fra 8,5 til 10,5% (FIZ, 2000). Dette er en relativt stor økning, spesielt med tanke på at fiskeforbruket har gått ned.

Markedet for laks

I løpet av det siste tiåret har Tyskland, sammenlignet med øvrige europeiske land, vært det mest hurtigvoksende markedet for oppdrettet laks. Veksten de siste tre årene har vært 15-20%, (Abbors, 2000), hvor røkt laks fremdeles er den mest populære anvendelsen. I motsetning til den nedadgående trenden for fisk generelt, har lakseforbruket vist en gradvis økning på 100g/pers årlig i løpet av 90-tallet.

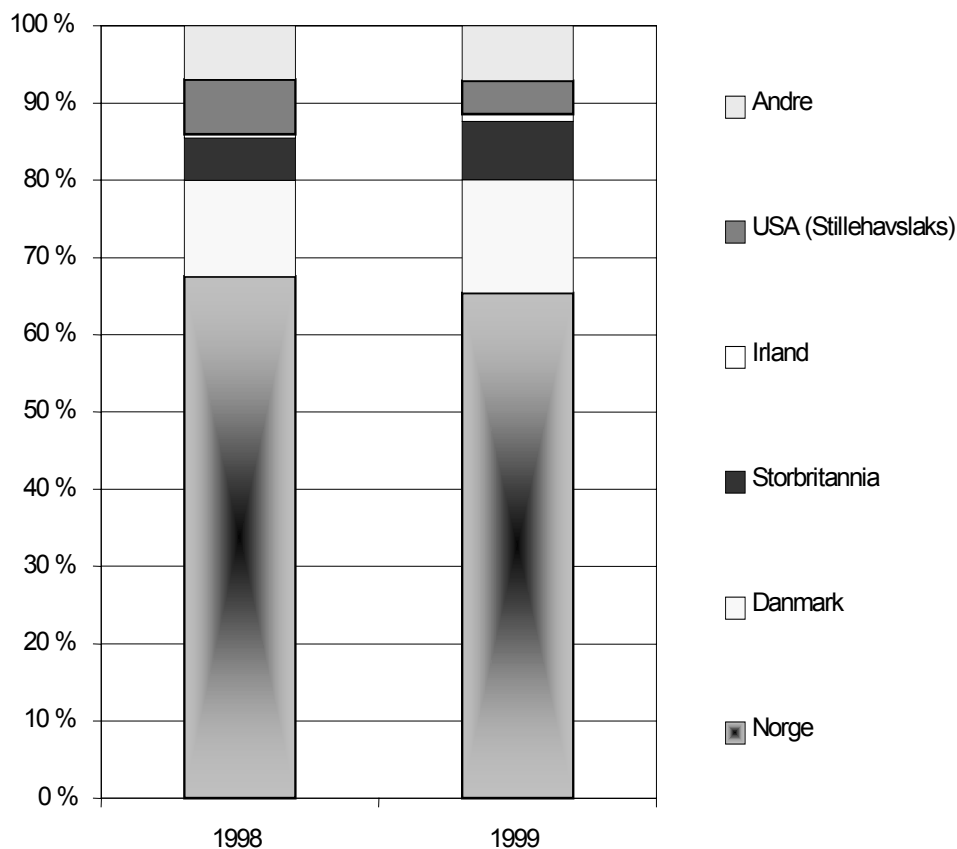
En undersøkelse av sjømatforbruket i Tyskland i 1997 viste at 51% av befolkningen spiste laks i en eller annen form i løpet av en måned. 45% av denne fisken spises røkt. Fersk og frosset laks spises henholdsvis 36% og 18,8%. Samme undersøkelse viste også at konsumet av laks var avhengig av inntekt og utdanningsnivå. Hvor de med høyest inntekt og høyest utdanning spiste mest laks (Kristoffersen, 1999). Forklaringen på dette kan være at laks ikke har vært et typisk billigprodukt, og tyske forbrukere er generelt opptatt av pris på matvarer.

Tilbudet av laks i Tyskland er avhengig av import. Mesteparten som tilbys er atlantisk laks fra Norge, Danmark og Storbritannia. Danmark har økt sin markedsandel fra 12,1% til 14,3% i perioden 1998-1999. I samme periode har Storbritannia økt andelen fra 5,4% til 7,4%. Dette har hovedsakelig vært på bekostning av Norge og USA, men

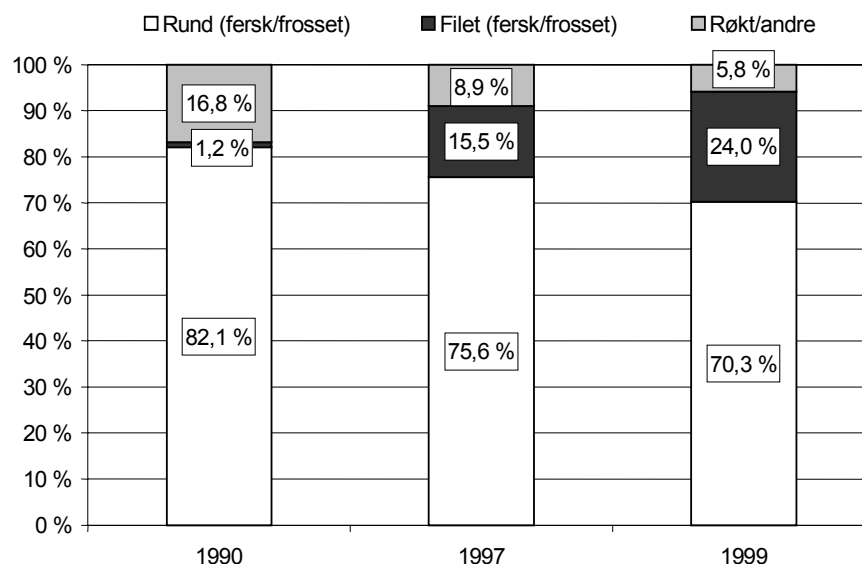
som vi allerede har vært inne på er den danske eksporten i stor grad basert på norsk oppdrettslaks. En hovedforklaring på at Norge mister markedsandeler til Danmark og Storbritannia er at det tyske markedet ønsker bearbeidede produkter, for eksempel filet og så videre på grunn av relativt store avgifter på avfall. I tillegg er tollsatsene for bearbeidede produkter høyere enn for hel fisk. Selv om andre land "spiser" av norske

markedsandeler, har også den norske direkte eksporten til Tyskland økt i løpet av 90-årene. Figur 1 viser import av laks til Tyskland i 1998 og 1999.

Mesteparten av laksen som importeres er likevel hel fersk laks (70%). Men, som figur 2 viser har denne importen gått ned de siste årene fra 82,1% til 70,3%. I 1990 var importen av filet 1,2%. Dette har økt til 24% i 1999.



Figur 1 Import av laks til Tyskland i 1998 og 1999 fordelt på leverandør (Kilde: Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten)



Figur 2 Relativ andel for de tre hovedproduktene av laks importert til Tyskland (Johnsen & Nilssen, 2001)

Figur 2 illustrerer at det har vært en markant nedgang i importen av røkt laks i løpet av perioden 1990-1999. Nå er det lite som tyder på at røykelaksforbruket har gått ned i Tyskland, men nedgangen i importen kan heller tilskrives økt innenlands produksjon av røykelaks.

Norsk eksportstatistikk avviker fra den totale importstatistikken for enkelte produkter. I motsetning til tysk importstatistikk, har norsk eksport av hel laks økt. Dette henger sammen med økt bearbeiding av norskprodusert laks i Danmark og/eller i Tyskland (hovedsakelig røykerier). I tråd med tysk importstatistikk har norsk eksport av frosne og ferske filetprodukter har økt, og røykelaks gått ned i løpet av 90-tallet. Importstatistikken er med på å understøtte trendene man ser i markedet, hvor man har en dreining mot mer lettvinde og bekvemme produkter.

Markedskanaler

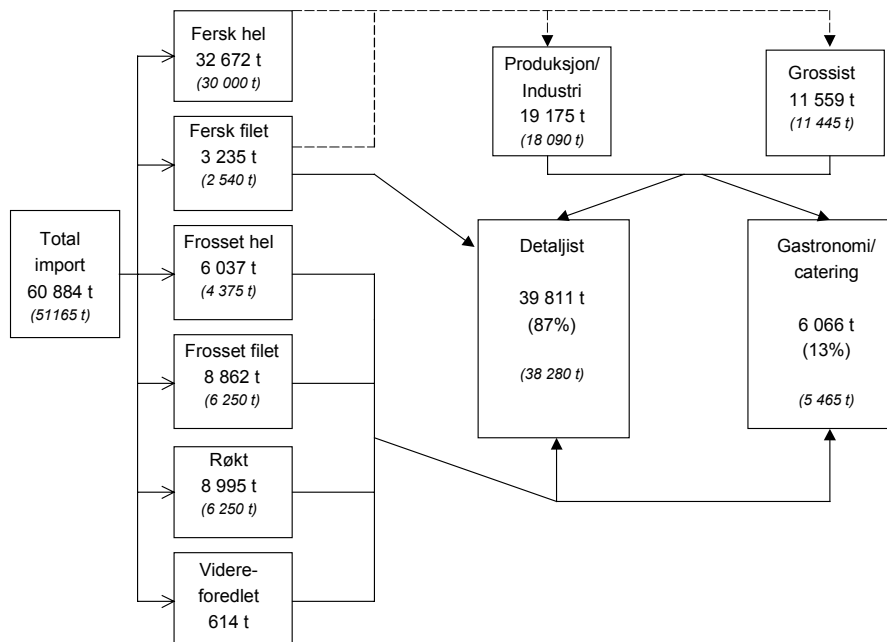
Resultatene fra vår undersøkelse av varflyten av laks i Tyskland viser at laksen (via importør) enten selges direkte til detaljist- eller catering-/gastronomisektoren, eller indirekte via grossist eller et produksjons-

ledd. Produksjonsleddet består i stor grad av røykerier. Figur 3 illustrerer vareflyten av laks på det tyske markedet (Johnsen & Nilssen, 2001b).

Som vi ser omsettes 87% av laksen via detaljhandelen (supermarkeder, fiskebutikker, fiskemarkeder). De resterende 13% selges via gastronomi og catering (restauranter, storkjøkken, kantiner).

Fremtidsutsiktene for oppdrettslaks i Tyskland

Laks og lakseprodukter har blitt akseptert så godt som i alle ledd i matvarekjeden i Tyskland. Laks anvendes fortsatt hovedsakelig røkt, men andre produkter har vist fremvekst. For å undersøke markedspotensiale for ulike lakseprodukter, intervjuet vi grossister, detaljister og produsenter. Dermed fikk vi kartlagt hvilke attributter som ble ansett som viktige for den fremtidige utviklingen av laksemarkedet i Tyskland, samt hvilke forventninger de hadde til markedet.



Figur 3 Vareflyt av laks på det tyske markedet i 1999 (Johnsen & Nilssen, 2001)

Forventninger til markedet

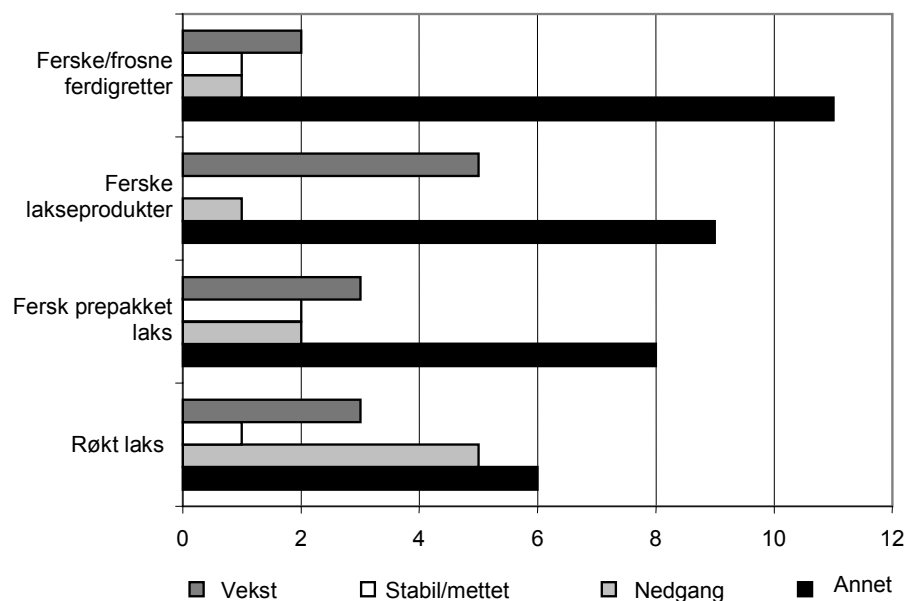
Det generelle inntrykket er at den tyske lakseindustrien forventer vekst for mange produktkategorier. I løpet av de siste årene har man sett en positiv utvikling av frossenfiskesegmentet. Spesielt gjelder dette ferdigvaremarkedet. Den samme tendensen ser man i laksemarkedet, hvor bruk av laks til ferdigretter øker. Blant annet har Havesta introdusert en rekke hermetiserte produkter med laks. Eksempler er laksepasta, lakselsagne, laksepizza, og laksecarpaccio. Lanseringen av disse produktene forsterker inntrykket om at frosne ferdigvarer er på vei opp.

I tillegg til at markedet for frossenlaks øker, har respondentene også forventninger til fersklaks. Videre har laks naturell, biolaks og økologisk laks hatt en moderat økning i Tyskland. Ti av tolv respondenter anså fremtidsutsiktene for naturlige lakseprodukter å være god. Noe av det samme kom frem i samtaler med produsenter av biolaks på ANUGA⁴. Selv om omsetningen av biologisk og økologisk laks forventes å øke, er

det i følge flere næringsaktører fremdeles et nisjeprodukt. Mange mente at det fremover fortsatt ville være et nisjeprodukt.

Det er også ventet vekst i røykelakssegmentet. Selv om flere respondenter mener røykelakssegmentet er mettet, mener andre at det er muligheter for vekst i den mest kostbare delen av markedet. Når respondentene ble bedt om å indikere hvilke produkter de mente hadde størst potensiale, nevnte de laksefilet, -porsjoner og -koteletter.

Etter å ha kartlagt generelle forventninger til markedet, ba vi respondentene fortelle i hvilken grad oppdrettet laks ville inngå i deres produktlinje i fremtiden. 3 av 15 respondenter sa at laks ville utgjøre en viktig, men liten del av deres produktsortiment. Resten mente at laks ville være en viktig og betydelig del. Når vi ba dem beskrive fordelene/ulempene med laks mot andre fiske-slag, var flestparten (8) enige i at laks var et unikt produkt som hadde kvaliteter andre fiske-slag ikke besittet. Tre respondenter var uenige i dette.



Figur 4 Forventet markedsutvikling for ulike lakseprodukter i Tyskland (Johnsen & Nilssen, 2001)

Argumenter som talte til laksens fordel var at den, selv om prisen har gått ned, fremdeles anses som en edel fisk. Statusen og imaget som "luksusfisk" henger ennå igjen. I tillegg trekkes tilgjengeligheten og den stabile kvaliteten frem som spesielle egenskaper andre fiskeslag mangler. En bør så langt som mulig forsøke å holde på disse inntrykkene, samtidig som man kan profilere laks og lakseprodukter ut fra egenskapene.

Resultatene av vår undersøkelse gir visse implikasjoner for norske oppdrettere. Profilering med hensyn til positive egenskaper er mulig. Samtidig bør man gi garantier for at fisken leveres i rett tid, og med rett kvalitet. Når det gjelder de negative forholdene er det viktig å skape oppmerksomhet omkring tema som kan bli viktige for det tyske laksemarkedet i årene som kommer. Spesielt dyrevelferd og så videre. I tillegg til produktspesifikke krav og betingelser vil også befolkningens generelle oppfatning av matmessige faktorer (matvaresikkerhet, hygiene etc) påvirke kjøpsmønstrer. I neste avsnitt belyser vi dette.

Hvilke faktorer bestemmer fremtiden?

Hvilke faktorer er/vil bli viktige for laksemarkedet i Tyskland i årene som kommer? I rapporten om det franske laksemarkedet (Nilssen & Monfort, 2000), drøftes tre sentrale forhold. I og med at det finnes visse likhetstrekk mellom det tyske og franske markedet, har vi her valgt å trekke inn enkelte faktorer fra Nilssen & Monforts (2000) undersøkelse. De faktorene som syntes å ha størst betydning relateres hovedsakelig til demografiske forhold (eg, alder, husholdningsstørrelse), matvaresikkerhet og etiske- og miljømessige forhold. Disse vil utdypes med henblikk på Tyskland.

Demografiske forhold

Som nevnt ovenfor så vi at den største veksten forventes i segmentet for ferdigretter; bekvemmelighet blir stadig viktigere. Flesteparten av respondentene i vår undersøkelse mente at alderssammensetningen i befolk-

ningen og husholdningsstørrelsen ville være avgjørende for etterspørselen etter de ulike produkter. Videre vil andre demografiske forhold som utarbeidende mødre, flere en-persons husholdninger og generelt dårligere tid, setter begrensninger for hvor mye arbeid man legger ned i måltidene. Tyskerne spiser i økende grad måltidene utenfor hjemmet. Dette er et resultat av at en-persons husholdningene øker samtidig som husholdningene ofte har to inntekter. Dessuten har man beveget seg bort fra det tradisjonelle måltidsmønsteret med tre måltider per dag til flere og mindre måltider i løpet av dagen (Eurofish, 2000).

De fleste respondentene mente tid til tilberedning var viktig i forhold til produktutvikling. Maten skal være sunn og god, men matlagingen skal ta kort(ere) tid. Oppblomstringen av snackbarer og tilbudet av stekeferdige produkter viser dette. Måltidsmønsteret legger også føringer for hvor mat kjøpes og konsumeres. Tidligere undersøkelser viser at lakseforbruket også er avhengig av inntekt og utdanningsnivå. Selv om laksens image som luksustilskudd ennå henger igjen, har lavere priser ført til at flere har råd til å kjøpe den. Selv om man ikke fullt ut kan si at laks er blitt et hverdagsprodukt, er det sannsynlig at den stadig blir mer hverdagslig.

Kjennskap til demografiske forhold muliggjør produktutvikling i riktig retning. Selv om det, gjennom toll på bearbejdede produkter, settes begrensninger for norske eksport av bearbejdede produkter, er det likevel viktig å være klar over utviklingen. Foruten å øke omsetningen av rene lakseprodukter, blir en av utfordringene å skape en etterspørsel etter laks som råstoff i produksjon av ferdigretter.

Tilgjengelighet (stabile leveranser), jevn kvalitet, overkommelig pris og bra utseende var positive attributter som hyppigst ble nevnt. Resultatet stemmer godt overens med tidligere funn, blant annet i Frankrike (Nilsen & Monfort, 2000). Det er imidlertid interessant å se at stabile leveranser ble sett på som viktigere enn produktkvalitet. Årsaken til dette kan være at oppdrettet laks ikke er sensitiv for sesongvariasjoner, og kvaliteten er relativt stabil.

Tabell 2 Positive og negative attributter for oppdrettslaks (Johnsen & Nilssen, 2001)

Positive attributter	Negative attributter
Tilgjengelighet/stabile leveranser (9)	Høyt fettinnhold (7)
Stabil produktkvalitet (8)	Bruk av antibiotika (6)
Overkommelig pris (4)	Miljømessige hensyn (6)
Utseende (3)	Utseende (3)

Høyt fettinnhold i fiskemuskelen er den mest nevnte negative egenskapen. Tre respondenter kommenterte negativt med hensyn til utseende. En av årsakene til at utseende ble karakterisert negativt kan relateres til høyt fettinnhold som skaper "marmorering" av fiskekjøttet.

Respondentene rangerte miljømessige aspekter og storskala produksjon som negativt med oppdrettslaks. Videre ble det ytret en generell skepsis mot dyrevelferden i oppdrettsanleggene, og flere mente at dette ville få økt betydning blant tyske forbrukere. Tyske konsumenter er mer opptatt av dette enn spanske og franske konsumenter (Hansen & Jeppesen, 2001; Nilssen & Monfort, 2000). På den ene siden skaper dette et marked for såkalte biologiske/økologiske lakseprodukter; på den andre siden er det mulig at negativ medieomtale av produktgrupper, oppdrettsforhold, vaksiner og lignende kan gjøre skade. I likhet med tidligere episoder i Tyskland (for eksempel parasitter i sild, dårlig kvalitet på røykelaks, og ferskhetsgrad og hygiene i supermarkeder⁵⁾) er det ikke utenkelig at negative overskrifter kan få store konsekvenser for forbruket. Det blir dermed viktig å ha tenkt gjennom strategier for å forhindre eventuelle "skandaler". Bedre informasjon om forholdene i merdene, antibiotikabruk og hygienekrav kan bli nødvendig for å skape større trygghet til norske produkter.

Bruk av antibiotika ble kommentert av 6 respondenter. Selv om antibiotikabruken i norsk oppdrettsindustri nå er svært liten, er ikke dette formidlet klart nok overfor tyske innkjøpere, grossister og produsenter.

I motsetning til de franske respondentene nevnte ingen risiko med hygiene.

Etikk, dyrevelferd økologisk oppdrett

Matvaresikkerheten er kontinuerlig i søkelyset, og i løpet av de to siste tiår har man sett en økt oppmerksomhet rundt matvaretrygghet i Tyskland. Først og fremst kan dette tilskrives økt mediafokus på dyresykdommer og bakteriologisk forurensing. Spesielt sistnevnte er trukket fram i forbindelse med oppdrett av fisk. I tillegg ser man en økt fokus på dyrevelferd, og mange setter spørsmålsteget ved hvor etisk det er å ha dyr/fisk stuet tett sammen.

Respondentene ble spurt om hvorvidt økologiske forhold, dyrevelferd og GMO (genetisk modifiserte organismer) ville påvirke etterspørselen etter laks. Alle, unntatt én, mente at velferd for oppdrettet laks ville være mer viktig for konsumentene i fremtiden. Dessuten var flesteparten engasjert i temaet. På skalaen fra "ikke viktig" til "veldig viktig" (1-7) krysset 8 av 10 respondenter for "veldig viktig".

I motsetning til sine tyske naboer, anså de franske respondentene dyrevelferd som lite relevant for utviklingen av markedet for oppdrettet laks: For de franske respondentene er smak, sunnhet og pris viktig. I Tyskland ser vi at samme forhold er viktig for innkjøperne av laks, men i mindre grad. Derimot viser resultatene at de tyske konsumentene er mer negativ innstilt med tanke på miljømessige sider, for eksempel stor-skala produksjon.

Forhold omkring økologisk produksjon/økologiske produkter ble også tatt opp. Respondentene skulle vurdere hvorvidt dette var en viktig faktor med tanke på forbruk av laks i fremtiden. Dette spørsmålet ble ikke besvart med samme entydighet som med dyrevelferden. Fem respondenter mente at dette var uviktig, mens andre mente det ville bli viktig. Hvorfor man ser denne splittelsen har ingen enkel forklaring, men det er mulig at ulike "matvareskandaler" i kombinasjon med sunnhetsaspektet for matvarekonsumet er forklaringsfaktorer.

Diskusjonene omkring genetisk modifiserte organismer har versert i flere år. Debattene har vært splittede både med hensyn til standpunkt og hvilke produkter som "kan"

modifiseres. På den ene siden blir genetisk modifisering ansett som en mulighet til å øke produktiviteten av matvaresektorene, mens det på den annen side knyttes emosjonelle forhold og usikkerhet omkring GMO. I tillegg er bekymringen stor for at man får en utvikling mot storskaladrift som vanskelig lar seg reversere eller stoppe.

I vår analyse ble respondentene først bedt om å beskrive i hvilken grad genetisk modifisert fisk eller fiskefôr ville påvirke konsumet av laks i fremtiden. Responsten til dette spørsmålet var klar. 12 av 15 mente at import av genetisk modifisert laks eller bruk av genetisk modifisert fiskefôr ville få negative ringvirkninger for laks. Ifølge våre respondenter er GMO lite verdsatt blant tyske konsumenter, og det antas at dette vil gi en negativ innvirkning på kjøpsatferden. Våre resultater stemmer godt overens med undersøkelsen fra Frankrike, hvor respondentene ikke ville introdusere genmodifisert laks til sine kunder, før konsumentene har endret sitt syn på saken. Tabell 3 oppsummerer resultatene fra vår undersøkelse.

Tabell 3 Oppsummering

<i>Importert laks i 1999</i>	86.685 tonn
<i>Positive attributter</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Stabil leveranse ▲ Stabil kvalitet ▲ Stabil/lav pris
<i>Negative attributter</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▼ Høyt fettinnhold ▼ Bruk av antibiotika ▼ Miljømessig
<i>Muligheter for vekst</i>	Fersk/frosset laks, naturlig laks, ferske/frosne ferdigretter, mulig vekst for røkt laks
<i>Faktorer som forventes å påvirke konsum:</i>	
■ Tilberedningstid	Veldig viktig
■ Demografi	Relevant
■ Dyrevelferd	Veldig viktig
■ GMO aspekter	Veldig viktig
■ GMO i fôr	Veldig viktig

Så hva kan vi forvente av det tyske laksemarkedet?

Selv om utsiktene er gode for den fremtidige lakseeksporten til Tyskland, er oppdrettsnæringen sårbar for forbrukernes holdninger og reaksjoner. Forbrukerne stiller strenge krav til kvaliteten på produktene. Dette omfatter ikke bare smak og utseende, men også forhold ved produksjonene, som eksempelvis innholdet i fôr, ressursbruk, økologi og miljøbelastning.

Tyskerne er miljøbevisste og har et negativt forhold til masseprodusert mat basert på intensiv kvegavl. Bildet av laksen som husdyr kan gi assosiasjoner til problemene

som de siste årene har rammet landbruket i EU. Tyske forbrukere er skeptisk til oppdrettsfisk fordi de mener det brukes for mye antibiotika og andre medisiner. På den andre siden er de positivt innstilt til oppdrettsfisk hvis det kan minske presset på de naturlige bestandene.

Laks er i dag så rimelig at den vil bli valgt i vanlige kantiner på bedrifter og i offentlige institusjoner. Forutsatt at prisnivået holdes lavt vil veksten i lakseforbruket kunne bli sterkt innen ikke kommersielle virksomheter, som eksempelvis skoler, barnehager og helseinstitusjoner.



Referanser

- Abbors, T. (2000). The Structure and Development of the world salmon market. The Uusimaa Employment and Economic Development Centre. Fisheries Unit. Fisheries and Game Management, 46/2000.
- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (2001). Jahresbericht über die Deutsche Fischwirtschaft 2000.
- Ekspertutvalget for fisk (2001). *Ekspertstatistikk*.
- Eurofish (2000). Fish import nation Germany. *Eurofish Magazine*, December 6/2000.
- Eurostat (2000). Diverse statistiske opplysninger, videreformidlet av Ekspertutvalget for Fisk.
- FIZ (2000). Daten und Fakten. Fisch Informations Zentrum. Hamburg, september. www.fisch-grosshandel.de.
- GfK (2001). Total marked. IRI/GfK Retail Service GmbH, Nurnberg.
- Hansen, K. & L. F. Jeppesen (2001). The Spanish Market for Farmed Salmon – A Study of Wholesale and Supermarket Buyers. Aarhus School of Business, MAPP.
- Hansen, K. (2000). Markedsanalyser sei – Innkjøpsadferd for fisk i tyske kantiner. Internt arbeidsnotat, Fiskeriforskning, Tromsø.
- Kristoffersen, E.M. (1999). Tyskland som marked for laks og lakseprodukter. Rapport 1/1999, Fiskeriforskning, Tromsø.
- Lahidji, R., W. Michalski & B. Stevens (1998). The future of food: An overview of trends and key issues. In: The future of food: Long-term prospects for the agro-food sector. OECD, Paris.
- Nilssen, F. & M.C. Monfort (2000). The Future for Salmon in France. Report 8/2000, Fiskeriforskning, Tromsø.
- Johnsen, O. & F. Nilssen (2001). Vareflyt av laks i Tyskland. Rapport 9/2001, Fiskeriforskning, Tromsø.
- Johnsen, O. & F. Nilssen (2001). The Future for Salmon in Germany. Rapport 10/2001, Fiskeriforskning, Tromsø.
- USDA (2000). Germany Fishery Products Annual 2000. Kurz P.O. Foreign Agricultural Service. GAIN report. Global Agriculture Information Network. 9/28/2000. www.fas.usda.gov.

Noter

- 1) Artikkelen baseres på en markedsundersøkelse gjennomført av Fiskeriforskning i 2001. Se Johnsen, O. & F. Nilssen (2001). The Future for Salmon in Germany. Report 10/2001, Fiskeriforskning, Tromsø.
- 2) Mangelfulle skjemaer var hovedårsaken til dette.
- 3) Før 1993 var EU statistikken justert, og derfor er ikke tallene sammenlignbar.
- 4) ANUGA – Allgemeine Nahrungs und Genussmittel Ausstellung (Global nærings- og nytelsesmiddelmesse). Köln, 13-18 okt. 2001.
- 5) Se kildeanvisning i Kristoffersen, 1999.