



Oppdragsrapport nr. 5 - 2018

Annechen Bahr Bugge og Alexander Schjøll

Forstudie om nedadgående norsk sjømatkonsum

SIFO

Forbruksforskningsinstituttet

HØGSKOLEN I OSLO
OG AKERSHUS

© Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet (tidl. Høgskolen i Oslo og Akershus)
Oppdragsrapport nr. 5 – 2018

Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet (tidl. Høgskolen i Oslo og Akershus)
Stensberggt. 26 – 7. etg.
Postboks 4 St. Olavs plass
0130 Oslo
www.hioa.no/sifo

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarfremstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

Tittel	Antall sider	Dato
Forstudie om nedadgående norsk sjømat-konsum	37 sider	18.04.18
Title	ISBN	
Pilot study on declining Norwegian seafood consumption	82-7063-472-7	
Forfattere	Prosjektnummer	Faglig ansvarlig sign.
Annechen Bahr Bugge og Alexander Schjøll	200603	
Oppdragsgiver		
SjømatNorge		
Sammendrag		
<p>I dette pilotprosjektet har vi gjennomført en studie der man ved hjelp av en mindre spørreundersøkelse, samt analyse av salgs- og forbruksstatistikker kartlegger hvilke faktorer som bidrar til at norske forbrukere spiser stadig mindre fisk og sjømat. Den betydelige prisveksten for fisk og sjømat de senere årene synes å ha effekt, men årsakene til den negative utviklingen er langt mer mangefasettert. Det er særlig de unge og barnefamilier som spiser lite fisk og sjømat. Mye tyder på at aldersforskjellene kan forklares som en generasjonsendring. De yngre mente for eksempel i langt større grad enn de eldre at fisk og sjømat ikke passet inn i spisemønsteret deres. Videre foretrekker de yngre kjøtt fremfor fisk og sjømat. De yngre var imidlertid ikke mer tilbøyelige enn de eldre til å mene at fisk var dyrt sammenlignet med kjøtt. De yngre forbrukergruppene mente i like stor grad som de eldre at fisk og sjømat smakte godt. Nesten ni av ti var helt eller delvis enig i denne påstanden.</p> <p>På bakgrunn av resultatene fra pilotstudien er det ønskelig å se nærmere på faktorer knyttet til priselastisitet, markedsføring og kommunikasjon og utvikling av produkter og spisekonsepter. Videre må det ses nærmere på uro og bekymring knyttet til oppdrettsfisk.</p>		
Summary		
<p>In this pilot project we have conducted a minor survey and analyzed sales statistics of seafood. The overall question is why Norwegians have a declining consumption of seafood? There has been a substantial price increase of seafood the last years, and this has of course reduced the consumption. However, other reasons apply as well. Especially young people and families with children have a low consumption of seafood. There seems to be a generation effect in the seafood consumption. Young people mean, to a greater extent than old people, that seafood does not fit within their eating pattern. However, neither old nor young people claim that fish was expensive as compared to meat. Younger consumers reported equally frequent as the older consumers that fish was tasty. Almost nine out of ten agreed in this statement.</p> <p>Based upon the results from the pilot study one should examine factors like price elasticity, marketing and communication as well as development of new products and eating concepts. In addition, one should further explore people's concern and worry of farmed fish.</p>		
Stikkord		
Alder, fisk, forbruk, generasjon, helse, livsfase, markedsføring, miljø, oppdrettsfisk, pris, spisekonsepter, spisevaner, utvalg		
Keywords		
Age, seafood, consumption, generation, health, phase of life, marketing, environment, farmed fish, price, eating concepts, eating habits, assortment		

Forstudie om nedadgående norsk sjømatkonsum

av

Annechen Bahr Bugge & Alexander Schjøll

2018

Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet – storbyuniversitetet
Postboks 4 St. Olavs plass, 0130 Oslo

Forord

Denne pilotstudien er basert på resultater fra en spørreundersøkelse om forbrukernes syn på fisk og sjømat, samt markedsrapporten fra Nielsen Norge. Ut fra dette ønsker vi å utvikle en større undersøkelse, som et ledd i arbeidet med å få en mer helhetlig forståelse av mat og forbruk. Prosjektet er initiert og finansiert av SjømatNorge. Innovasjon Norge har gitt økonomisk bidrag til prosjektet.

SjømatNorge har kommet med nyttige kommentarer, men det er SIFO som står alene ansvarlig for innholdet. Svein Ole Borgen ved SIFO har kvalitetssikret innholdet

Oslo, april 2018

Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet – storbyuniversitetet

Innhold

Forord.....	5
Innhold	7
1 Innledning	9
1.1 Bakgrunn.....	9
1.2 Hensikt og problemstilling.....	10
1.3 Metode og datamateriale	10
1.3.1 Spørreundersøkelsen	10
1.3.2 Salgsdata fra Nielsen Norge.....	11
2 Salgsutvikling fisk og sjømat 2016 til 2017	13
2.1 Ikke-bearbeidet fersk fisk.....	13
2.2 Dypfrost fisk	13
2.3 Skalldyr og skjell.....	14
2.4 Formet bearbeidet fisk.....	14
2.5 Fiskepålegg	15
2.6 Oppsummering.....	16
3 Salgsutviklingen av fisk og kjøtt sett i lys av prisutvikling	17
3.1 Salgsutviklingen av fisk og kjøtt.....	17
3.2 Prisutviklingen på utvalgte kjøtt- og fiskeprodukter.....	18
3.3 Oppsummering.....	19
4 Resultater fra omnibusen	21
4.1 Spisefrekvens av fisk og sjømat til middag.....	21
4.2 Drivere og barrierer for forbruk av fisk og sjømat.....	22
4.2.1 Smakspreferanser og praksiser.....	23
4.2.2 Fangst, produksjon, helse og miljø.....	25
4.2.3 Marked, pris, tilbud og kampanjer	28
4.3 Oppsummering.....	29
5 utfordringer og drivere	31
5.1 utfordringer.....	31
5.2 Drivere for fisk- og sjømatforbruk.....	32
6 Forslag til videre studier	35
6.1 Produktutvikling – nye og spennende hverdagsprodukter som appellerer til yngre og barnefamilier	35
6.2 Markedsføring – synlighet, framsnakk og analyse av markedskommunikasjon, produkter og spisekonsepter	36
6.3 Prisjustering – butikkeksperiment.....	36
Litteratur.....	37
Vedlegg 1: Omnibus	38
Vedlegg 2: Kronikk om fiskespising.....	40

Figur 3-1: Prisutvikling basert på konsumprisindeksen til SSB på utvalgte produktgrupper innen fisk og kjøtt

Figur 3-2: Pris i kr per kg for utvalgte ferskvarer innen fisk og kjøtt.....

Figur 3-3: Pris i kr per kg for utvalgte frossenvarer innen fisk og kjøtt.....	19
Figur 4-1: Hvor ofte spiser du fisk eller sjømat til middag?	21
Figur 4-2: Hvor ofte spiser du fisk eller sjømat til middag? Etter alder.....	22
Figur 4-3: Andel som er helt eller delvis enig i utsagnene.	23
Figur 4-4: Andel som er helt eller delvis enig i utsagnene. Etter alder.	24
Figur 4-5: Andel som er helt eller delvis enig i de nevnte utsagnene. Etter kjønn.....	25
Figur 4-6: Andel som er helt eller delvis enig i de nevnte utsagnene.	26
Figur 4-7: Andel som er helt eller delvis enig i de nevnte utsagnene. Etter alder.....	27
Figur 4-8: Andel som er helt eller delvis enig i utsagnene.....	28
Figur 4-9: Andel som er helt eller delvis enig i utsagnene. Etter alder.	29
Figur 5-1: Andel som er helt eller delvis enig i utsagnene.....	31
Figur 5-2: Andel som er helt eller delvis enig i utsagnene.....	32
Figur 6-1: Eksempel på Gildes kampanje for «hverdagslam».	35
Tabell 2-1: Volumsalg i kg (1000) av ikke-bearbeidet fersk fisk.	13
Tabell 2-2: Volumsalg i kg (1 000) av frossen fisk.....	13
Tabell 2-3: Volumsalg i kg (1 000) av skalldyr og skjell.....	14
Tabell 2-4; Volumsalg i kg (1 000) av formet bearbeidet fisk.	14
Tabell 2-5: Volumsalg i kg (1 000) av ferskt fiskepålegg.....	15
Tabell 2-6: Volumsalg i kg (1 000) av langtidsholdbart fiskepålegg.	15
Tabell 2-7: Volumsalg i kg (1 000) av utvalgte påleggsalternativer til fiskepålegg.	16
Tabell 3-1: Salgsutvikling for utvalgte ikke-bearbeidede kjøtt- og fiskeprodukter.	17

1 Innledning

Tall fra Norges Sjømatråd viser at salget av fisk hadde en nedgang på 15 prosent fra 2015 til 2016. Laks var den fisken som stod for det meste av volumnedgangen. Nedgangen er en del av en større trend hvor man ser at stadig flere forbrukere velger bort fisk og sjømat. I løpet av de siste fem årene har volumnedgangen vært på totalt 26 prosent (Norges Sjømatråd 2017). Hva skyldes så denne negative utviklingen: Er fisk og sjømat for dyrt? Har forbrukerne for dårlige matlagingskunnskaper? Er kvaliteten og utvalget av fisk og sjømat for dårlig? Skyldes det bekymringer omkring produksjon og fangst? Eller er det rett og slett slik at fisken har blitt utkonkurrert av kjøtt? Denne rapporten forsøker å gi noen svar på disse spørsmålene.

1.1 Bakgrunn

Den 6. desember 2016 ble det inngått en intensjonsavtale om tilrettelegging for et sunnere kosthold mellom helsemyndigheter og matvarebransje innenfor seks innsatsområder. Per 2017 hadde 74 virksomheter og organisasjoner sluttet seg til avtalen.¹ Gjennom avtalen forpliktet partene seg til å bidra til å øke befolkningens inntak av fisk og sjømat med 20 prosent i tråd med *Nasjonal handlingsplan for bedre kosthold 2017-2021*.² Det langsiktige målet er at befolkningen skal ha et inntak av disse matvarene på nivå med kostrådene.

Helsedirektoratet anbefaler at man spiser fisk til middag to til tre ganger i uken, og også gjerne bruker fisk som pålegg. Kostrådet tilsvarende totalt 300–450 g fisk i uken, og minst 200 g bør være fet fisk. I spørreundersøkelsen *Norkost 2010–2011* var gjennomsnittlig inntak av fisk rundt 300 g i uken blant kvinner og 450 g i uken blant menn. Blant kvinnene var det rundt 30 prosent og blant mennene rundt 40 prosent som spiste mer enn 375 g fisk i uken. Andelen som spiste den anbefalte mengden fet fisk på minst 200 g i uken, var rundt 20 prosent blant kvinnene og rundt 25 prosent blant mennene.³ Lignende resultater kom frem av tidligere SIFO-studier.⁴

De nevnte studiene viste at forbruket av fisk er særlig lavt i de yngre aldersgruppene. I Ungkost 2015–2016 var gjennomsnittlig inntak av fisk rundt 25 g per dag blant 9- og 13-åringer, mens gjennomsnittsinntaket av kjøtt var henholdsvis rundt 100 g og 125 g per dag. For 4-åringer var gjennomsnittsinntaket av fisk rundt 30 g og av kjøtt rundt 60 g per dag.⁵

Lignende tall kommer frem av Helsedirektoratets *Utviklingen i norsk kosthold 2017* der vi ser at kjøttforbruket har fortsatt å øke, og nedgangen i fiskeforbruket er betydelig. Fiskeforbruket var vesentlig lavere enn kjøttforbruket. Regnet som hel urenset fisk (rund vekt) var forbruket

¹ <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/signerte-intensjonsavtale-for-sunnere-mat/id2522820/>

² <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nasjonal-handlingsplan-for-bedre-kosthold-20172021/id2541870/>

³ <https://helsedirektoratet.no/Lists/Publikasjoner/Attachments/301/Norkost-3-en-landsomfattende-kostholdsundersokelse-blant-menn-og-kvinner-i-norge-i-alderen-18-70-ar-2010-11-IS-2000.pdf>

⁴ http://www.hioa.no/extension/hioa/design/hioa/images/sifo/files/file79986_healthmeal_seminarrapport_150115_-_web.pdf

⁵ <https://www.fhi.no/globalassets/dokumenterfiler/rapporter/ungkost-rapport-24.06.16.pdf>

redusert med ca. 7 prosent i perioden 2006-2016, fra ca. 50 kg til ca. 46 kg per person per år. Fra 2015 til 2016 ble fiskeforbruket redusert med ca. 4 prosent.⁶

Resultatene fra undersøkelsene som er referert ovenfor, reiser en rekke spørsmål om hvilke faktorer som er bestemmende for utviklingen i spisemønsteret, hvilke matvarer som blir foretrukket/ikke foretrukket og hvorfor. Mange har pekt på det er særlig ugunstig at konsumprisindeksen har økt betydelig mer for fisk enn for kjøtt de siste ti årene. I vår undersøkelse vil vi derfor se nærmere på hvordan prisutviklingen vurderes og mottas av forbrukerne. Tidligere SIFO-studier har også vist at en økende andel av forbrukerne er bekymret for mulige negative helse- og miljømessige konsekvenser av å ha et høyt forbruk av oppdrettsfisk. Dette er også et tema vi vil se nærmere på. Videre blir gjerne faktorer som tidsknapphet og dårlige matlagingsferdigheter antatt å ha betydning for at mange velger bort fisk og sjømat. Det er nettopp slike faktorer som vil bli sett nærmere på i denne pilotstudien.

1.2 Hensikt og problemstilling

Hensikten med dette pilotprosjektet er å gjennomføre en studie der man ved hjelp av en mindre spørreundersøkelse, samt analyse av salgs- og forbruksstatistikker, skal kartlegge hvilke faktorer som bidrar til at norske forbrukere ikke spiser mer fisk og sjømat.

Rapporten vil avsluttes med forslag til videre studier. Resultatene fra piloten vil danne grunnlag for grundigere studier av hvilke faktorer som bidrar til den uheldige forbruksutviklingen i fisk- og sjømatforbruket. Spørsmålene i piloten har altså til hensikt å avdekke hvorvidt man bør sette søkelys på: 1) Pris, kampanjer eller markedsføring. 2) Utvalg og kvalitet. 3) Preferanser og kunnskaper. 4) Uro og bekymring for helse og miljø. Ut fra hva vi har avdekket som barrierer kan det være snakk om å gjøre eksperiment i butikk for å endre prisene, dra på feltarbeid i utlandet for å lære mer osv.

1.3 Metode og datamateriale

Resultatene i dette notatet bygger på innsamling og analyse av en spørreundersøkelse om forbruksmønsteret av fisk og sjømat. Videre har vi analysert Nielsen Norges markedsrapport fra 2018. Dette er en rapport som viser faktisk salg i alle dagligvarebutikker etter varegruppe i 2016 og 2017.

1.3.1 Spørreundersøkelsen

Det ble utarbeidet en WEB-survey til et representativt utvalg av den norske befolkning (N = 1503). I spørreundersøkelsen ble det spurt om spisefrekvens av fisk og sjømat, samt at respondentene måtte ta stilling til en rekke påstander om disse to matvarene. Dette ble sett i lys av bakgrunnsvariabler som kjønn, alder og husholdstype. Det ble foretatt statistiske analyser ved hjelp av dataprogrammet SPSS. Pearson's kji-kvadrat-test ble brukt for å sammenligne svarfrekvensen i de forskjellige gruppene. Vi har valgt $p < 0.05$ som signifikansnivå. Dataene baserer seg på et representativt utvalg. Datainnsamlingen ble foretatt av Norstat i januar 2018. Alle spørsmålene finnes i vedlegg 1.

⁶ <https://helsedirektoratet.no/Lists/Publikasjoner/Attachments/1414/Utviklingen-i-norsk-kosthold-2017-IS-2680.pdf>

1.3.2 Salgsdata fra Nielsen Norge

Vi har benyttet rapporten *Market Trends Norway 2018* fra Nielsen Norge. Denne rapporten viser alt salg fordelt etter varegruppe i norske dagligvarebutikker. Den er gruppert på varegruppenivå. Rapporten presenterer både faktisk salg i volum og i kr. Ved hjelp av disse størrelsene har vi beregnet gjennomsnittlig salgspris inkl. avgifter. Rapporten presenterer tall for 2015-2017, men vi tar kun for oss utviklingen fra 2016 til 2017.

2 Salgsutvikling fisk og sjømat 2016 til 2017

Før vi presenterer resultatene fra spørreundersøkelsen vil vi se litt nærmere på detaljene i salget av fiske- og sjømatprodukter i perioden 2016 til 2017. Alle tall i dette kapitelet er hentet fra Nielsen Norges *Market Trend Reports 2018*.

2.1 Ikke-bearbeidet fersk fisk

Tabell 2-1: Volumsalg i kg (1000) av ikke-bearbeidet fersk fisk.
Kilde: Nielsen Norge (2018).

Kg	Salg i 1 000 kg		% -endring
	2016	2017	
Laks	6 842	5 640	-17,1
Torsk	3 043	3 070	0,9
Ørret	1 205	845	-29,8
Sei	346	301	-13
Steinbit	113	167	47,6
Sild	255	219	-14
Makrell	175	161	-7,8
Annet	2 293	1 859	-18,9
Sum	14 272	12 262	-14,1

Totalsalget av ikke-bearbeidet fersk fisk hadde en nedgang på 14,1 prosent fra 2016 til 2017. Laks og ørret var produktene med størst prosentvis salgsnedgang. Salget av torsk viste en svak økning (0,9 prosent). Av de andre produktene var det kun steinbit som hadde en økning (47,6 prosent). Salget av sei, sild og makrell var redusert med mellom 7 og 15 prosent.

2.2 Dypfrost fisk

Tabell 2-2: Volumsalg i kg (1 000) av frossen fisk.
Kilde: Nielsen Norge (2018).

Kg	Salg i 1 000 kg		% -endring
	2016	2017	
Fiskefilet	8 334	7 838	-5,9
Panert fisk	3 686	3 719	0,9
Bearbeidet fisk	3108	3 130	0,7
Hel fisk	442	378	-14,4
Sum	15 569	15 065	-3,2

Salget av dypfrost fisk hadde en nedgang på 3,2 prosent i perioden 2016 til 2017. Størst var nedgangen i salget av hel frossen fisk. Deretter fulgte frossen fiskefilet. Frossen panert og bearbeidet fisk hadde en svak økning.

2.3 Skalldyr og skjell

Tabell 2-3: Volumsalg i kg (1 000) av skalldyr og skjell.
Kilde: Nielsen Norge (2018).

Kg	Salg i 1 000 kg		% -endring
	2016	2017	
Reker/scampi	2 787	3 094	11,0
Øvrige skalldyr	1 398	1 930	38,1
Skjell	662	607	-8,4
Annen sjømat	0	3	-
Sum	4 848	5 634	16,2

Salget av reker, scampi og øvrige skalldyr økte med hhv. 11 prosent og 38,1 prosent i perioden 2016 til 2017.

2.4 Formet bearbeidet fisk

Tabell 2-4: Volumsalg i kg (1 000) av formet bearbeidet fisk.
Kilde: Nielsen Norge (2018).

Kg	Salg i 1 000 kg		% -endring
	2016	2017	
Fiskekaker	4 539	4 348	-4,2
Fiskeburger	1 451	1 933	33,3
Fiskepudding	2 420	2 313	-4,4
Fiskeboller	707	670	-5,1
Fiskekarbonader	733	641	-12,5
Annen bearbeidet fisk	18	37	103,5
Sum	9 868	9 943	0,8

Av formet bearbeidet fisk var det en nedgang i salget av fiskekarbonader, -boller, -pudding og -kaker. Salget av fiskeburger hadde økt med 33,3 prosent. Også salget av kategorien «annen bearbeidet fisk» hadde økt betraktelig i perioden 2016 til 2017.

2.5 Fiskepålegg

Hos Nielsen deles fiskepålegg inn i to kategorier, fersk og langtidsholdbart. Vi begynner med å se på det ferske.

Tabell 2-5: Volumsalg i kg (1 000) av ferskt fiskepålegg.

Kilde: Nielsen Norge (2018).

Kg	Salg i 1 000 kg		% -endring
	2016	2017	
Laksepålegg	2 184	1 961	-10,2
Ørretpålegg	624	545	-12,6
Makrellpålegg	218	139	-36,4
Annet fiskepålegg	45	32	-30,0
Sum	3 071	2 676	-12,9

Det var en betydelig nedgang i salget av ferskt fiskepålegg. Størst var nedgangen i salget av makrellpålegg (36,4 prosent). Også salget av «annet fiskepålegg» var betydelig redusert. Ørret- og laksepålegg var redusert med hhv 12,6 og 10,2 prosent.

Tabell 2-6: Volumsalg i kg (1 000) av langtidsholdbart fiskepålegg.

Kilde: Nielsen Norge (2018).

Kg	Salg i 1 000 kg		% -endring
	2016	2017	
Makrell langtidsholdbar	5 376	5 195	-3,4
Påleggskaviar	2 589	2 511	-3,0
Skalldyr	998	929	-6,9
Sild i glass/pose/spann	2 531	2 292	-9,4
Tunfisk	2 535	2 082	-17,9
Sardiner/brisling	343	299	-12,8
Ansjos	92	116	26,1
Laks langtidsholdbar	56	56	0,0
Sum⁷	16 717	15 580	-6,8

Som vi ser er det fall for samtlige varianter av langtidsholdbart fiskepålegg. Unntaket er laks som har uendret salg, mens ansjos har en kraftig salgsøkning. Totalsalget er imidlertid for lavt til at dette salget skal ha noe som helst ernæringsmessig betydning.

De fleste fiskepålegg har altså opplevd en salgsnedgang. På brødiskiven er det lett å bytte ut fisk med annet, f.eks. ost eller fisk. I tabell 2-7 ser vi på utvalgte påleggsvarianter som kan erstatte fisk.

⁷ Summen her gjenspeiler ikke verdiene i tabellen fordi flere av produktene i denne kategorien ikke er fiskepålegg.

Tabell 2-7: Volumsalg i kg (1 000) av utvalgte påleggsalternativer til fiskepålegg.
Kilde: Nielsen Norge (2018).

Kg	Salg i 1 000 kg		% -endring
	2016	2017	
Salami	3 693	3 741	1,3
Kokt skinke	6 547	6 611	1,0
Påleggssalater	337	330	-2,1
Fersk leverpostei	37	34	-8,1
Faste hvitoster	43 032	43 129	0,2
Halvfaste hvitoster	2 331	2 348	0,7
Syltetøy	15 002	14 882	-0,8

Som vi ser er det ikke lett å se om fiskepålegg har tapt i forhold til andre påleggsvarianter. Riktignok har salget av ost økt, men økningen er mye mindre enn fallet i fiskepålegg. En forklaring kan være at nordmenn spiser mindre brød. Fra 2016 til 2017 falt brødsalget med 2,6 prosent (Nielsen Norge 2018).

2.6 Oppsummering

For så å si samtlige fiskeprodukter har det vært en salgsnedgang i perioden 2016-2017. De få produktene som har fått en økning kan ikke veie opp for at det totalt ble solgt betydelig mindre fisk i 2017 enn i 2016.

3 Salgsutviklingen av fisk og kjøtt sett i lys av prisutvikling

Den betydelige nedgangen i salget av fisk de seneste par årene, har gjerne blitt satt i sammenheng med den store prisveksten på laks, samt at kjøtt relativt sett har blitt billigere. I det følgende vil vi derfor se nærmere på salgs- og prisutviklingen for hhv. fisk og kjøtt. Alle tall er hentet fra Nielsen Norges markedsrapport hvis ikke annet er angitt.

3.1 Salgsutviklingen av fisk og kjøtt

Tabell 3-1: Salgsutvikling for utvalgte ikke-bearbeidede kjøtt- og fiskeprodukter.
Kilde: Nielsen Norge (2018).

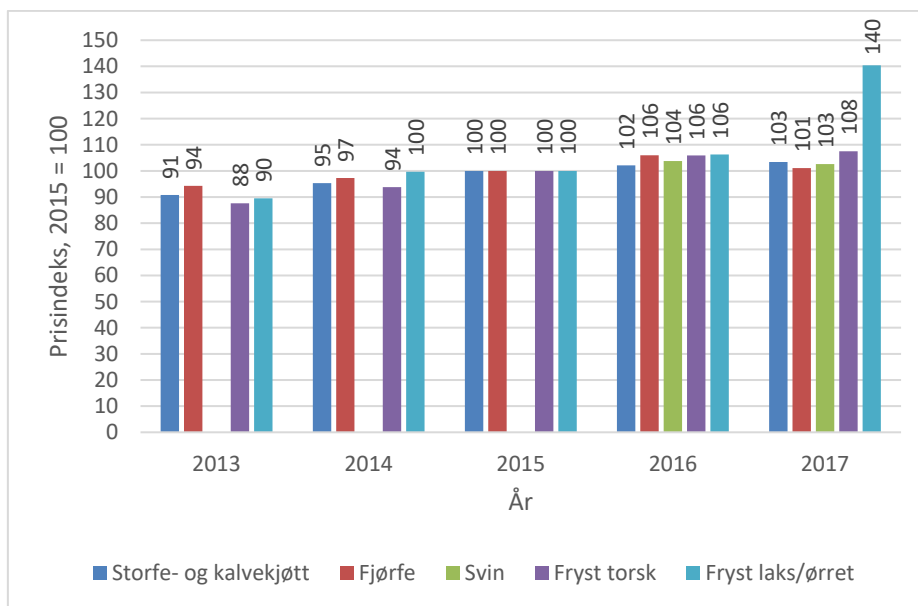
Produktgruppe	Salg i 1 000 kg		% -vis endring
	2016	2017	
Ikke-bearbeidet storfekjøtt	6 940	6 909	-0,5
Ikke-bearbeidet svin	27 091	26 111	-3,6
Ikke-bearbeidet kylling	21 972	23 577	7,3
Ikke-bearbeidet laks	6 842	5 640	-17,6
Ikke-bearbeidet torsk	3 043	3 070	0,9

Som vi ser av tabell 3-1 har salget falt for alle produktgrupper fra 2016 til 2017, med unntak av ikke-bearbeidet kylling.

3.2 Prisutviklingen på utvalgte kjøtt- og fiskeprodukter

Figur 3-1: Prisutvikling basert på konsumrisindeksen til SSB på utvalgte produktgrupper innen fisk og kjøtt

Indeks: 2015 = 100. Kilde: SSB (2018).⁸

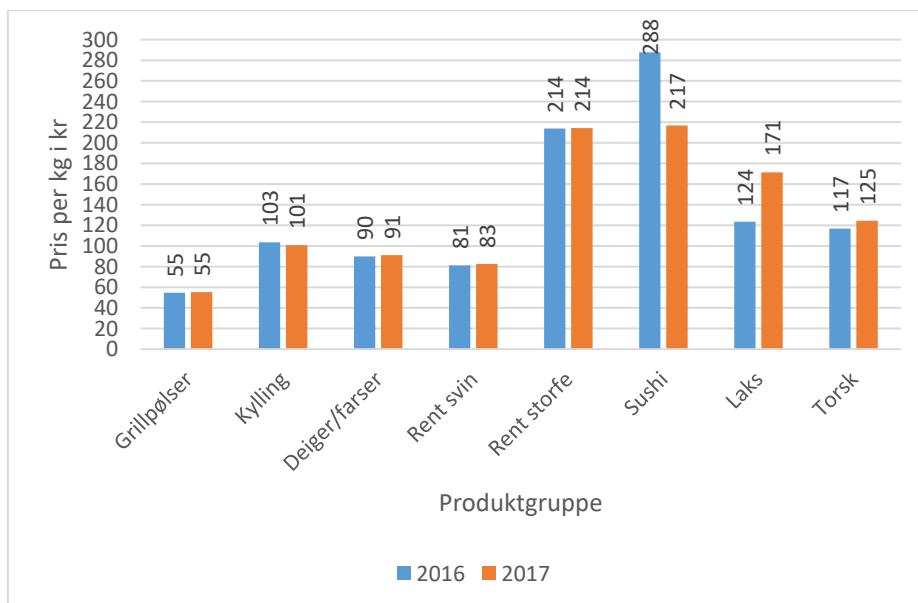


Som vi ser er det stabil prisutvikling fram til 2016. Da stiger prisen på fryst laks/ørret med 6 prosent, mens prisstigningen for storfe- og kalvekjøtt kun er på 2 prosent. Denne utviklingen blir enda mer dramatisk i 2017. Da øker prisen på fryst laks/ørret med hele 32 prosent. For storfe- og kalvekjøtt er det kun en vekst på én prosent (fig. 3-1).

Vi skal nå ser mer inngående på prisutviklingen for kjøtt og fisk. I figur 3-2 ser vi pris per kg for ferskvarer.

Figur 3-2: Pris i kr per kg for utvalgte ferskvarer innen fisk og kjøtt.

Kilde: Nielsen Norge (2018).



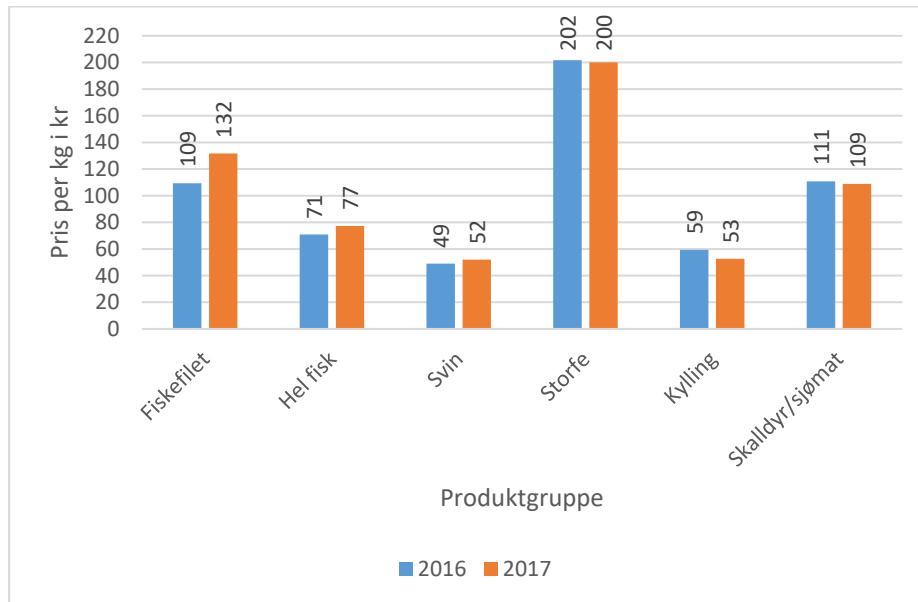
⁸ SSB har ikke tall for svin for 2013-2015.

Figur 3-2 viser to viktige forhold. For det første ser vi at fisk gjennomgående er dyrere enn kjøtt per kg. Unntaket er rent storfe som koster omtrent det samme som sushi (i 2017). Det andre er den kraftige prisveksten på de fleste fiskeprodukter. Unntaket her er sushi hvor prisen har falt med 25 prosent fra 2016 til 2017. Laks kostet kun 21 kr mer enn kylling per kg i 2016. I 2017 var prisforskjellen 70 kr per kg.

Vi går nå over til frossenvarer. Figur 3-3 viser prisutviklingen der.

Figur 3-3: Pris i kr per kg for utvalgte frossenvarer innen fisk og kjøtt.

Kilde: Nielsen Norge (2018).



For frossenvarer er bildet litt annerledes enn for ferskvarer. Det dyreste produktet er storfe, men her har prisen faktisk falt med 2 kr per kg fra 2016 til 2017. Frossen kylling har også opplevd en prisnedgang i den perioden. Hovedpoenget står imidlertid fast: Fisk har blitt dyrere, og spesielt frossen fiskefilet har blitt mye dyrere. Her har kg-prisen steget med 21 prosent siden 2015.

3.3 Oppsummering

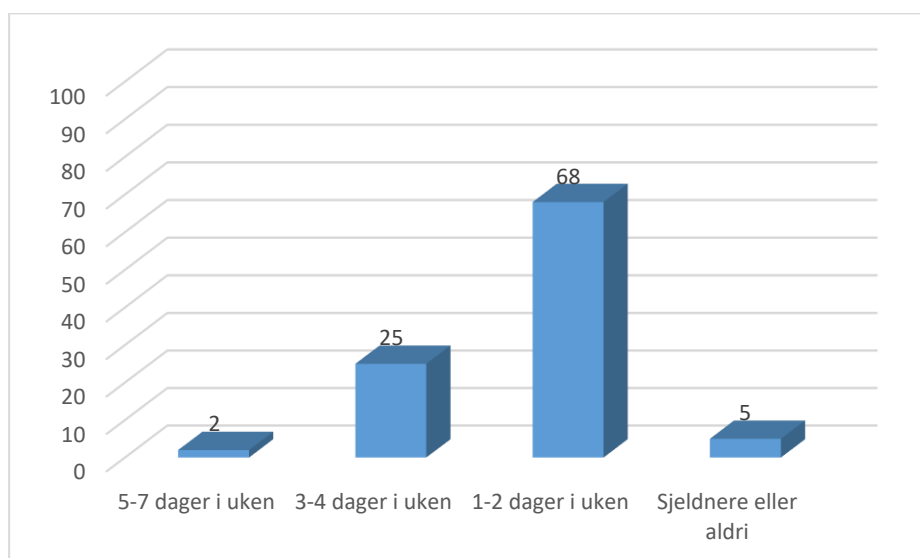
Fisk er gjerne et substitutt til kjøtt, man spiser normalt *enten* kjøtt eller fisk til middag. Fiskeforbruket har falt markant siden 2016, spesielt for laks. De fleste produkter innen fisk og sjømat opplever redusert salg. Imidlertid finnes det unntak, som f.eks. sushi.

Én mulig grunn til at forbruket av fisk har falt er økt pris, spesielt har prisen økt relativt til kjøtt. I 2016 var kg-prisen for fersk laks 124 kr, mens den var 103 kr for kylling. I 2017 er de tilsvarende tallene hhv. 171 kr og 101 kr. Laks har altså blitt 38 prosent dyrere, mens kylling faktisk har blitt to prosent billigere siden 2016. I hvilken grad pris kan forklare det fallende fisk- og sjømat salget vil bli diskutert i kapittel 6 der vi kommer med forslag til videre studier.

4 Resultater fra omnibussen

I dette kapitlet vil vi presentere resultatene fra spørreundersøkelsen (omnibussen). Respondentene ble spurt om spisefrekvens av fisk og sjømat, samt oppfatninger omkring pris, tilgjengelighet, kvalitet, kunnskap, produksjon og smakspreferanser. Hensikten var altså å kartlegge faktorer som bidrar til den betydelige nedgangen i fiskeforbruket de siste årene.

4.1 Spisefrekvens av fisk og sjømat til middag

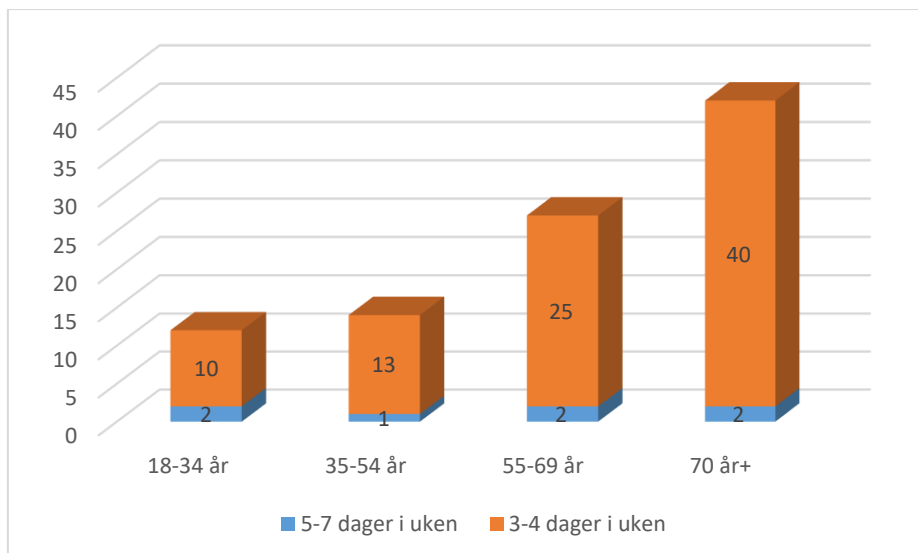


Figur 4-1: Hvor ofte spiser du fisk eller sjømat til middag? Prosent. N = 1 503.

Det var få som sjelden eller aldri spiste fisk eller sjømat til middag. For de aller fleste var dette noe man spiste til middag 1-2 dager i uken.⁹ Relativt mange hadde også fisk- eller sjømat til middag 3-4 dager i uken.

Som vi ser i figur 4-2 har alder stor effekt på spisefrekvens.

⁹ Kostholdsradene anbefaler at man spiser fisk og sjømat til middag to til tre ganger per uke. Med svar-kategorien «1-2 ganger per uke» kan det være at noen i denne kategorien faktisk spiser to ganger per uke og dermed er på anbefalt nivå.



Figur 4-2: Hvor ofte spiser du fisk eller sjømat til middag? Etter alder. Prosent. N = 1 503. (p<0.001)

I alle aldersgruppene var det svært få (1-2 prosent) som spiste fisk eller sjømat til middag hver dag eller nesten hver dag. De eldste hadde imidlertid en langt hyppigere spisefrekvens enn de andre aldersgruppene. Fire av ti i alderen 70 år eller eldre spiste fisk eller sjømat til middag tre-fire dager i uken. Til sammenligning var det 25 prosent i alderen 55-69 år som spiste dette like ofte. I de yngste aldersgruppene (18-34 år og 35-54 år) var det 10-13 prosent som hadde like høy spisefrekvens. 12 prosent i den yngste aldersgruppen spiste aldri fisk og sjømat til middag.

Kjønn hadde effekt på spisefrekvens. Flere menn (31 prosent) enn kvinner (21 prosent) spiste fisk eller sjømat til middag 3 dager i uken eller oftere. Det var også noen flere kvinner (7 prosent) enn menn (4 prosent) som aldri spiste dette til middag (p<0.001).

Blant de som aldri spiste fisk var det 25 prosent som begrunnet dette med at de var vegetarianere, og 11 prosent begrunnet det med allergi. De aller fleste (65 prosent) mente det skyldtes andre grunner. Kommentarene til dette spørsmålet viste at dette for de aller fleste handlet om at de ikke likte fisk og sjømat.

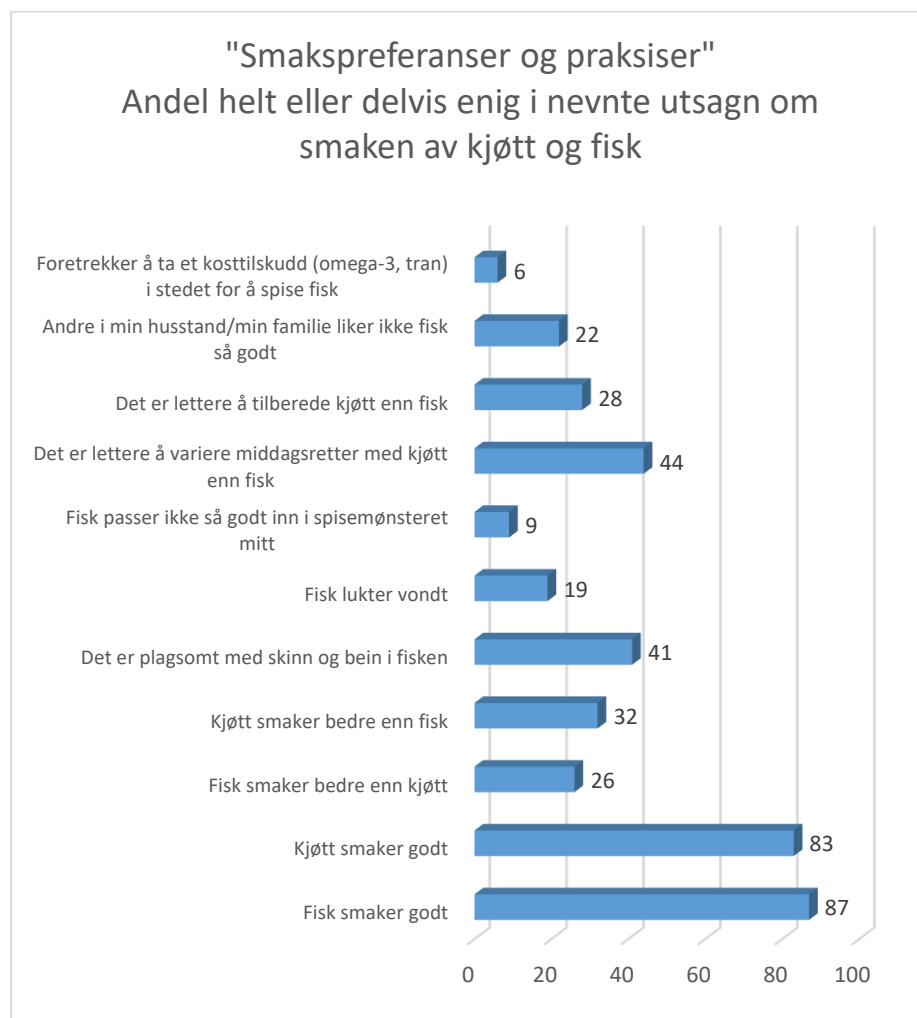
I den sammenheng må det nevnes at langt flere kvinner (33 prosent) enn menn (16 prosent) begrunnet fravær av fisk i kostholdet med at det var barn i husholdet.

Barn i husholdet hadde negativ effekt på spisefrekvens av fisk. I husstander med ingen barn under 18 år var det 29 prosent som spiste fisk 3 dager i uken eller oftere. Deretter sank spisefrekvensen med antall barn. I hushold med ett eller flere barn var det om lag 15 prosent som spiste fisk like ofte (p<0.05).

4.2 Drivere og barrierer for forbruk av fisk og sjømat

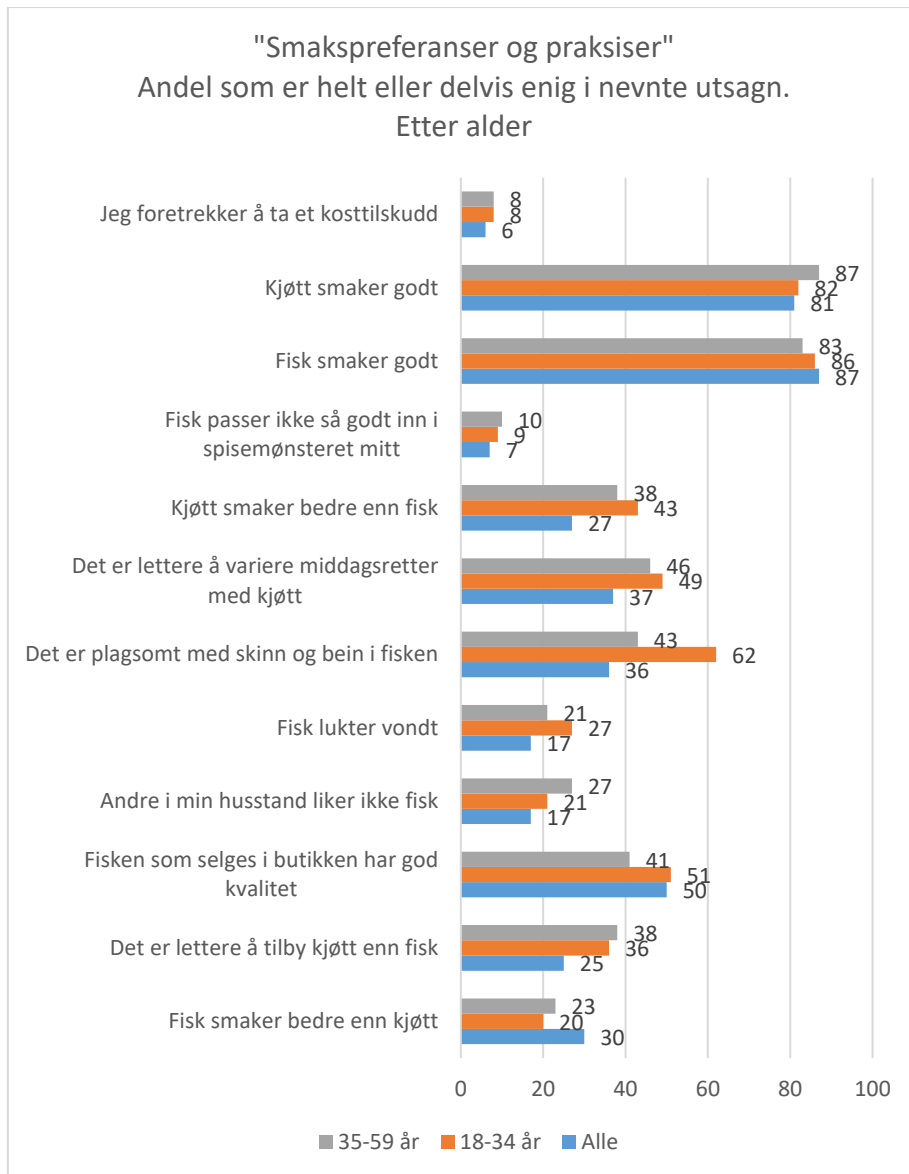
Med unntak av dem som spiste fisk og sjømat hver dag eller nesten hver dag, ble respondentene bedt om å ta stilling til en rekke påstander omkring disse matvarene.

4.2.1 Smakspreferanser og praksiser



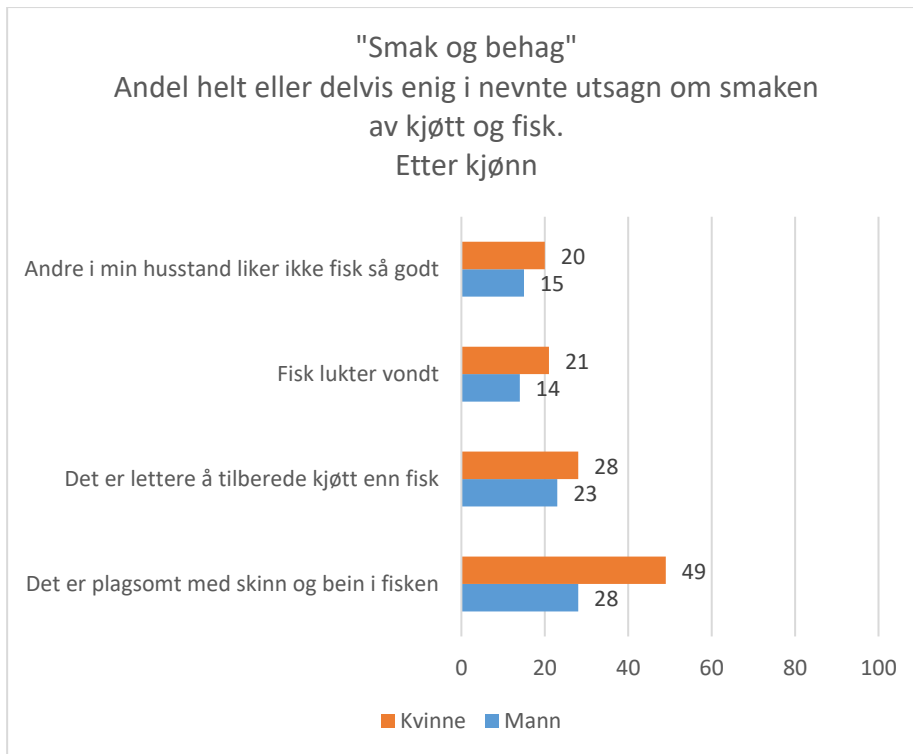
Figur 4-3: Andel som er helt eller delvis enig i utsagnene. Prosent. N = 1 431.

Svært mange ga uttrykk for at de likte smaken av fisk. Denne andelen var attpåtil noe større enn for kjøtt. I det hele tatt tydet svarene på at fisk og kjøtt var omtrent like godt likt. Det var imidlertid tydelig at mange oppfattet det som lettere å variere middagsretter med kjøtt enn med fisk. Relativt mange var negative til skinn og bein i fisk. Tre av ti mente det var lettere å tilberede kjøtt enn fisk. To av ti mente fisk luktet vondt. Om lag like mange ga uttrykk for at andre i husholdet ikke likte fisk. Få erstattet fiskemiddag med kosttilskudd.



Figur 4-4: Andel som er helt eller delvis enig i utsagnene. Etter alder. Prosent. N = 1 431

At de yngre aldersgruppene har en langt lavere spisefrekvens enn de eldre, kan delvis forklares med faktorer knyttet til smakspreferanser og spisemønster. Selv om de yngre i stor grad er enig i utsagnet om at fisk smaker godt, så mente svært mange av dem at kjøtt likevel smakte bedre enn fisk. De syntes også at det var lettere å tilberede kjøttretter enn fiskeretter. Videre at det var lettere å variere med kjøttretter til middag. Den yngste alderskategorien (18-34 år) var betydelig mer negative til skinn og bein i fisk. Det er også grunn til å tro at barn i husholdet er en begrensning. Folk i alderen 35-59 år uttrykte i størst grad at andre i husholdet ikke likte fisk. Alder hadde ingen effekt på synet på utvalget av fisk og sjømat i butikk. Det samme gjaldt hvorvidt man ofte ble fristet av gode kampanjer eller tilbud på fisk og sjømat.



Figur 4-5: Andel som er helt eller delvis enig i de nevnte utsagnene. Etter kjønn. Prosent. N = 1 431.

Det var langt flere kvinner enn menn som var helt eller delvis enig i påstanden om at det var plagsomt med skinn og bein i fisken. Videre var det flere kvinner enn menn som mente det var lettere å tilberede kjøtt enn fisk enn menn. Kvinner var også mer tilbøyelige enn menn til å være enig i påstanden om at fisk luktet vondt. Det samme gjaldt påstanden om at andre i min husstand eller familie ikke likte fisk.

Husstander med hjemmeboende barn under 18 år hadde en lavere spisefrekvens enn hushold uten. I denne gruppen var det også langt flere som var helt eller delvis enig i utsagnet om at «Andre i min husstand/min familie liker ikke fisk så godt». Blant dem som ikke hadde hjemmeboende barn var det 13 prosent som var helt eller delvis enig, mot i overkant av 30 prosent blant dem med ett eller flere barn.

4.2.2 Fangst, produksjon, helse og miljø

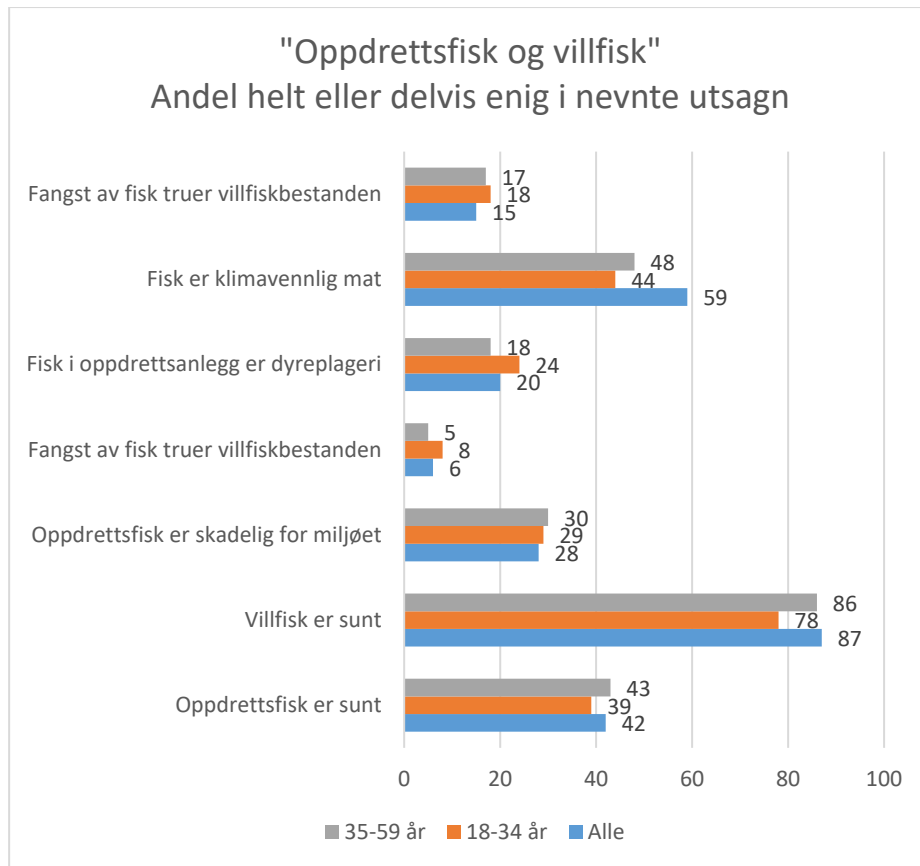
Svarene i surveyen viste at mulige negative konsekvenser av fangst og produksjon av hhv. oppdrettsfisk og villfisk var noe mange respondenter syntes det var vanskelig å ha noen formening om. Andelen som svarte «vet ikke» var langt høyere på disse påstandene enn dem som handlet om smakspreferanser og lignende. Særlig gjaldt dette den yngste aldersgruppen.



Figur 4-6: Andel som er helt eller delvis enig i de nevnte utsagnene. Prosent. N = 1 431.

Tidligere SIFO-studier har vist at en svært stor andel av forbrukerne er skeptiske til oppdrettsfisk. I perioden 2011 til 2014 økte andelen som helst ville begrense inntaket av dette fra 22 prosent til 46 prosent. Dette ble begrunnet med bekymringer både omkring helse og miljø (Bugge red. 2015, Bugge 2015).

Vår survey tyder på at lite er endret de seneste par årene. Ni av ti mente altså at villfisk var å betrakte som sunn mat. Til sammenligning var det bare fire av ti som sa det samme om oppdrettsfisk. Generelt var fisk å betrakte som klimavennlig mat, men tre av ti mente oppdrettsfisk var skadelig for miljøet. Det var få som mente fangstmetodene av villfisk var å betrakte som fiskeplageri. To av ti mente derimot at fisk i oppdrettsanlegg hadde dårlig velferd. Like mange mente fangst av villfisk truet villfiskbestanden. Det må imidlertid bemerkes at andelen som svarte «vet ikke» var høyere på spørsmålene fiskefangst og –produksjon, klima og etikk (13-18 prosent). De yngre ga uttrykk for større usikkerhet omkring disse spørsmålene enn de eldre.

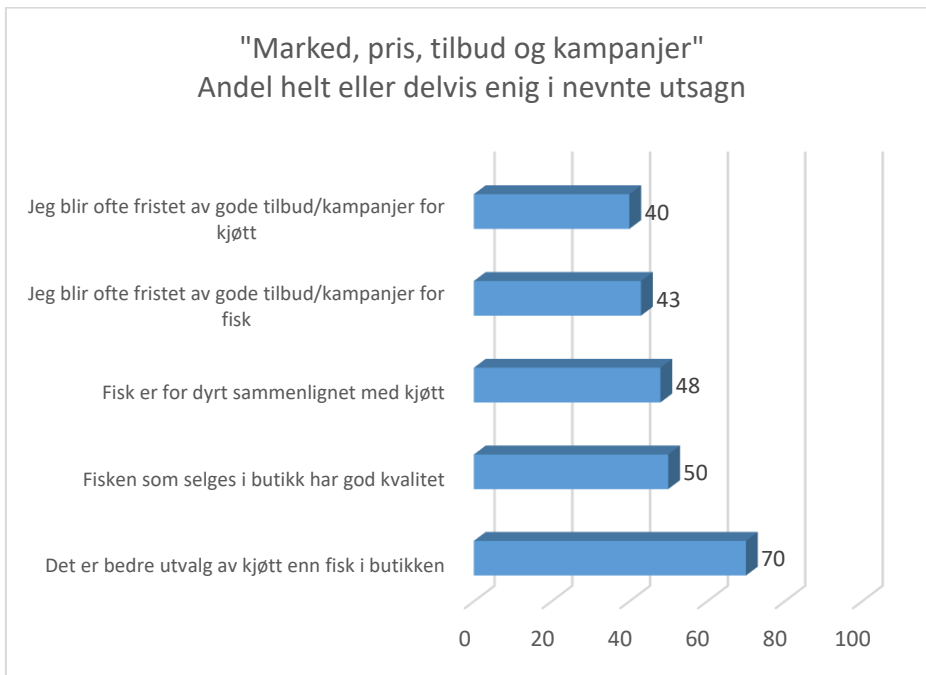


Figur 4-7: Andel som er helt eller delvis enig i de nevnte utsagnene. Etter alder. Prosent. N = 1 431.

Det var særlig i den yngste aldersgruppen at andelen «vet ikke» var høy (20-30 prosent). De syntes opplagt det var vanskelig å ta stilling til hvorvidt oppdrettsfisk var sunt, hvorvidt fangst- og produksjonsmetoder ivaretok fiskens velferd eller truet villfiskbestanden. De var også mer usikre enn de andre aldersgruppene på hvorvidt fisk var å betrakte som klimavennlig mat. De eldre var noe mer skeptiske enn de yngre til hvorvidt oppdrettsfisk var sunt.

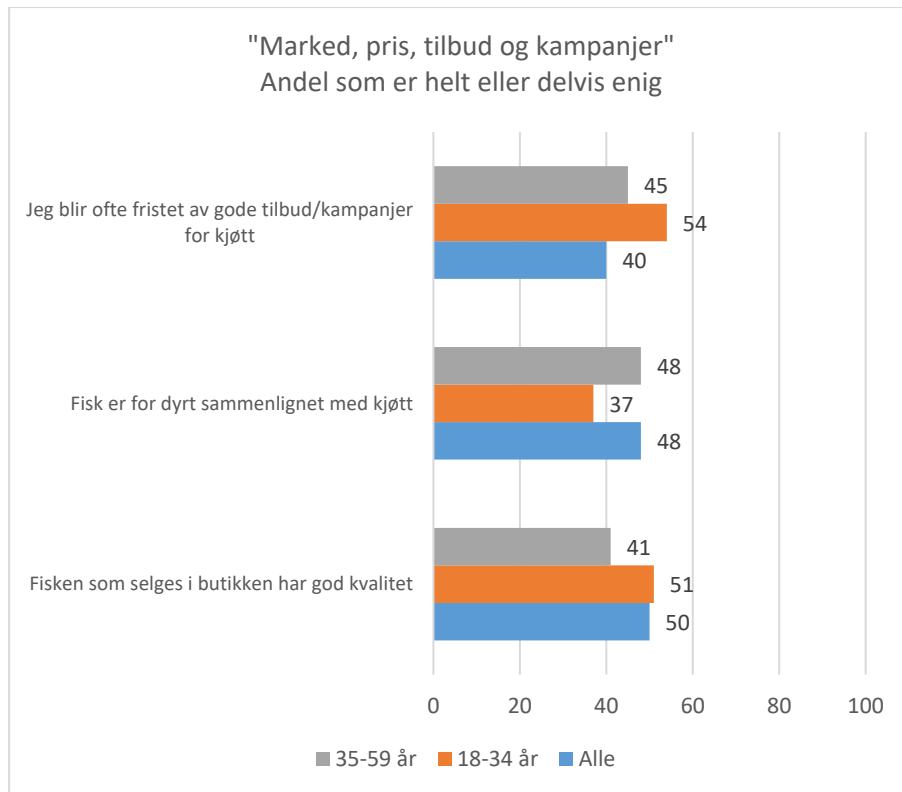
På påstandene omkring miljø, klima, produksjons- og fangstmetoder var det langt flere kvinner enn menn som svarte «vet ikke». Flere menn (49 prosent) enn kvinner (37 prosent) mente oppdrettsfisk var sunt. 13 prosent av kvinnene, mot 4 prosent av mennene, svarte at de ikke kunne ta stilling til denne påstanden («vet ikke»). Det samme mønsteret kom frem av påstanden om at villfisk var sunt. 21 prosent av kvinnene, mot 7 prosent av mennene svarte «vet ikke» på påstanden om at oppdrettsfisk var skadelig for miljøet. Og 30 prosent av kvinnene, mot 6 prosent av mennene, kunne ikke ta stilling til hvorvidt fangst av fisk truet villfiskbestanden. Lignende svarfordeling fant man på spørsmålene om at fangstmetodene av villfisk og produksjonsmetodene av oppdrettsfisk var å betrakte som fiskeplageri.

4.2.3 Marked, pris, tilbud og kampanjer



Figur 4-8: Andel som er helt eller delvis enig i utsagnene.
Prosent. N = 1 431.

Av respondentenes svar kan det tyde på at utvalget av fisk er en større barriere enn økte priser. Som nevnt mente mange det var lettere å variere middagen med kjøttretter enn fiskeretter. Så mange som syv av ti mente dessuten at det var bedre utvalg av kjøtt enn fisk i butikken. Fire av ti mente at de ofte ble fristet av tilbud og kampanjer – det gjaldt både for fisk og kjøtt. Om lag halvparten mente likevel at fisk var for dyrt sammenlignet med kjøtt. Like mange ga uttrykk for at fisken som selges i butikken hadde god kvalitet.



Figur 4-9: Andel som er helt eller delvis enig i utsagnene. Etter alder. Prosent. N = 1 431.

Alder hadde ingen effekt på hvorvidt man lot seg friste av gode tilbud og kampanjer for fisk. Når det gjaldt kjøtt, var det imidlertid flere i den yngste aldersgruppen (18-34 år) som mente de lot seg friste av tilbud og kampanjer. At de yngste i minst grad oppfattet fisk som for dyrt sammenlignet med kjøtt, må antakelig ses i sammenheng med deres relativt lave spisefrekvens. De som spiser mest har antakelig også merket prisutviklingen på lommeboken. Respondenter i alderen 35-59 år var i minst grad fornøyd med kvaliteten på fisk som selges i butikken. Andre SIFO-studier har vist at det nettopp er denne gruppen som er mest interessert i matlaging og utprøving av nye ingredienser og smaker (Bugge 2015).

Kjønn hadde ingen effekt på synet på utvalg av fisk i butikk, priser på fisk sammenlignet med kjøtt eller markedsføring og kampanjer for henholdsvis fisk og kjøtt.

Størrelsen på husstanden (antall hjemmeboende barn under 18 år) hadde ingen effekt på oppfatningen om hvorvidt fisk var dyrere sammenlignet med kjøtt.

4.3 Oppsummering

Fisk- og sjømatforbruket er langt lavere i de yngre aldersgruppene enn i de eldre. Å forklare slike aldersforskjeller forutsetter at man vurderer både kohort- og livsløpsforandringer. Det er mye som tyder på at forskjellene i spise-mønsteret i stor grad kan forklare som et resultat av kohort- eller generasjonsendringer, og ikke livsfaseendringer. En viktig endring i nordmenns spise-mønster gjennom hele etterkrigstiden har vært en betydelig nedgang i forbruket av fisk, poteter og melk. Omvendt har det vært en betydelig økning i forbruket av kjøtt (SSB forbruksundersøkelsene). De eldre har et betydelig høyere forbruk av fisk, poteter og melk enn de yngre. De har også et lavere forbruk av kjøtt enn de yngre. Det synes altså som om dette er et spise-mønster de har tatt med seg gjennom hele livet. Det er også verdt å nevne at hvitt kjøtt er noe de eldre spiser langt mindre av enn de yngre. Dette var et produkt som nordmenn for alvor innlemmet i spise-mønsteret sitt gjennom 1990- og 2000-tallet. Selv om mat- og spisevaner

endres gjennom livsløpet, så er det også en rekke produkter (og tilberedningsmetoder) som er nokså kjennetegnende for de enkelte generasjonene.

Hva er så årsaken til at de yngre spiser langt mindre fisk og sjømat enn de eldre? Mye tyder på at det eksisterende markedet er i utakt med de yngres smakspreferanser og praksiser. De yngre mente i langt større grad enn de eldre at kjøtt smakte bedre enn fisk. Videre var de unge også mer tilbøyelige til å være enig i påstanden om at fisk og sjømat ikke passet inn i spisemønsteret deres. Fisk med skinn og bein synes også å være nokså uaktuelt for de yngre aldersgruppene. De yngre var også mer tilbøyelige til å være enig i påstanden om at de lot seg friste av kampanjer og gode tilbud for kjøtt.

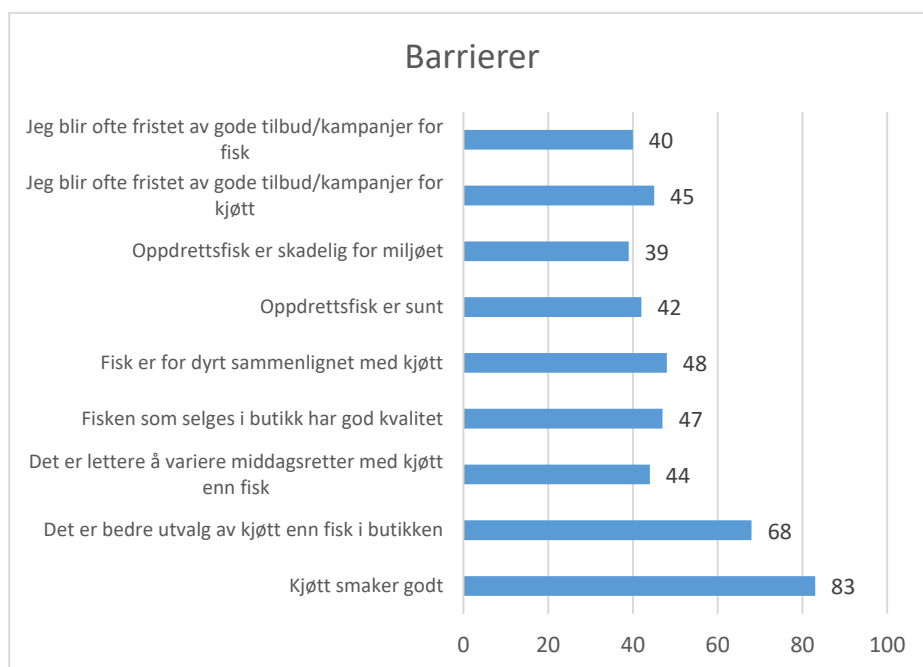
Med tanke på de betydelige økte prisene for fisk- og sjømatprodukter, var det overraskende at så mange ikke mente dette var en begrensende faktor. Vi vil likevel anta at prisutviklingen de seneste par årene har hatt en effekt på forbruket. Økte priser forklarer imidlertid ikke den langsiktige nedadgående forbruksutviklingen av fisk og sjømatprodukter.

Villfisk synes å ha en langt høyere matkulturell og ernæringsmessig status enn oppdrettsfisk. Det vil kreve et betydelig informasjon- og kommunikasjonsarbeid for å overbevise forbrukerne om at oppdrettsfisk er sunn og trygg mat.

5 Utfordringer og drivere

Resultatene fra spørreundersøkelsen tyder på at den relative prisutviklingen kan forklare en del av nedgangen i forbruket av fisk og sjømat, men ikke alt.

5.1 Utfordringer



Figur 5-1: Andel som er helt eller delvis enig i utsagnene. Prosent. N = 1 431.

Mye tyder på at den betydelige nedgangen i fiskeforbruket i stor grad skyldes en generasjonsendring. Mens fisk og sjømat utgjør en relativt stor andel av spisemønsteret til forbrukergruppene i alderen 50 år eller eldre, så er fisk og sjømat i stor grad valgt bort av de yngre aldersgruppene. Videre velger også hushold med hjemmeboende barn under 18 år i langt større grad bort fisk og sjømat enn husholdene uten barn.

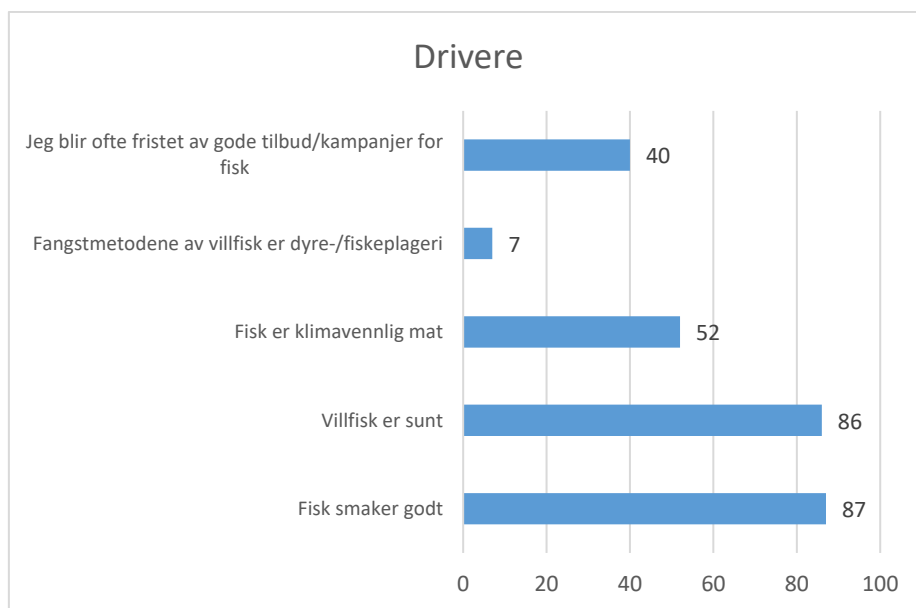
Selv om også mange i denne gruppen svarte at de syntes fisk smakte godt, var det også svært mange i denne kategorien som mente utvalget av kjøtt i butikken var bedre enn fisk. Videre at det var lettere å variere middagsretter med kjøtt enn fisk. Tidligere SIFO-studier har vist at yngre forbrukere har en langt høyere spisefrekvens av italienske (pasta og pizza), tex-mex (tacos, fajitas og enchilladas) og asiatiske (wok og risretter) matretter enn de eldre. Hvitt kjøtt, svine- og biffstrimler, kjøttdeig og karbonadedeig inngår som et sentralt element i dagens bruk av disse rettene. Yngre forbrukere og barnefamilier har også et langt høyere forbruk av slike produkter enn eldre forbrukere samt hushold uten barn. Særlig gjelder dette hvitt kjøtt, kjøttdeig

og karbonadedeig. For å lykkes med økt salg av fisk og sjømat i disse forbrukergruppene, må tilbudet av fisk og sjømat i større grad tilpasses nye spisemønstre.

Nesten halvparten mener også at fisk er dyrt sammenlignet med kjøtt. I hvilken grad har dette slått ut på spisemønsteret av de forskjellige produktene? Vi vet at salget av skalldyr har økt betydelig, torskesalget er omtrent uendret mens salget av laks og ørret har hatt en betydelig nedgang. Hvordan har så prisutviklingen på disse produktene vært, og hvordan kan dette forklare endringene? Når det gjelder fiskepållegg, har alle påleggstypene hatt en betydelig nedgang. Særlig gjelder det ferskt makrellpållegg og langtidsholdbar tunfisk. I hvilken grad er så pris vs. faktorer som kvalitet og egnethet avgjørende?

En stor andel av forbrukerne var for eksempel uenig i at fisk i butikk har god kvalitet. Videre var det altså mange – særlig blant de yngre – som mente det var bedre utvalg av kjøtt enn fisk og sjømat i butikken. Det kan være grunn til å tro at betalingsvilligheten ville vært høyere om en større andel mente fisk og sjømat hadde god kvalitet, samt at man oppfattet produktene som mer egnet i det spisemønsteret man har etablert. Av Niensens Norges markedsrapport kom det for eksempel frem at salget av fiskekarbonader var nedadgående. Omvendt økte salget av fiskeburger. Antakelig appellerer burgere i større grad til yngre enn karbonader. Da spørres det bare om smaken og kvaliteten (innhold av fisk osv.) på disse fiskeburgerne greier å utkonkurrere kjøttburgerne.

5.2 Drivere for fisk- og sjømatforbruk



Figur 5-2: Andel som er helt eller delvis enig i utsagnene. Prosent. N = 1 431.

Ni av ti mente fisk smakte godt, det tilsier et potensial og at fisk faktisk kan få økt salgsvekst igjen. Det var imidlertid tydelig at villfisk hadde en langt høyere ernæringsmessig status enn oppdrettsfisk. Om lag halvparten mente fisk var å betrakte som klimavennlig mat. SIFO-studier viser at matforbrukene i økende grad er blitt opptatt av at maten de velger ikke skal ha negative konsekvenser verken for egen helse eller dyr, natur og miljø (Bugge 2015). På bakgrunn av slike betraktninger, har kjøtt blitt et produkt stadig flere uttrykker at de ønsker å begrense inntaket av. God smak – særlig på villfisk – samt færre negative konsekvenser for helse og miljø enn kjøtt – bør i større grad kunne bidra til økt forbruk.

For å lykkes med målsettingene om økt forbruk må man i større grad lykkes med å overbevise forbrukerne om at oppdrettsfisk er vel så trygg og sunn som villfisk. Videre er det tydelig at

kampanjer og markedsføring vil være viktig for å friste forbrukerne til å putte mer av dette på tallerkenen.

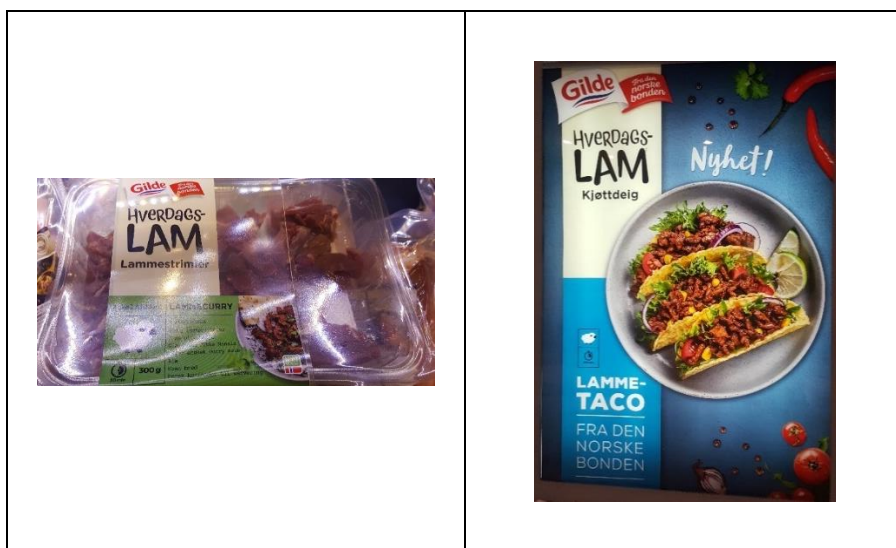
6 Forslag til videre studier

Ut fra resultatene vil vi foreslå videre studier langs tre dimensjoner: Produktutvikling, markedsføring/holdningsendring og prisjustering. I det følgende diskuteres disse tre.

6.1 Produktutvikling – nye og spennende hverdagsprodukter som appellerer til yngre og barnefamilier

Resultatene tyder på at det er viktig at hverdagsmaten er rask og enkel å lage, sunn og smakfull. Fisk er åpenbart sunt - og det synes respondentene også - og smakfull. Barrieren går på at fisk kanskje ikke er så lett å tilberede, i hvert fall er dette noe forbrukerne *tror*. En mulig løsning er derfor å få laget produkter av fisk som er raske og enkle å tilberede, kort sagt hverdagsmat. Det er sentralt at det finnes fiskeprodukter for enhver anledning. Eksempler på anledninger der fisk kan brukes mer er ved woking, grilling, i salater (for eksempel poke og ceviche) og til retter som appellerer til de yngre og barnefamilier, for eksempel asiatisk (sushi, sashimi og wok), texmex (tacos og enchilladas) og italiensk (pasta og risotto).

I mars 2018 har kjøttprodusenten Nortura¹⁰ kjørt en kampanje for «hverdagslam». Bakgrunnen er at lammeforbruket er fallende, samtidig som det er ønskelig å opprettholde nasjonal produksjon ut fra landbrukspolitiske hensyn. Resultatet er dermed at man i stadig større grad produserer for lager. Nortura ønsket derfor å få forbruket av lammekjøtt opp. Spesielt ønsket man å vise at lam er noe man ikke bare kan bruke til fårrikål og til påske; lam går fint til hverdags også. Dermed har man laget produkter som kan erstatte storfekjøtt i populære retter som taco og indiske retter. Figur 6-1 gir en smakebit.



Figur 6-1: Eksempel på Gildes kampanje for «hverdagslam».
Foto: SIFO.

¹⁰ Nortura eier merkevaren Gilde.

Fisk står ovenfor mange av de samme utfordringene som lam. Forbruket av lam er fallende mens andre typer kjøtt vokser. Fiskeprodukter som ligner på Gildes hverdagslam kan være en vei å gå. Da treffer man barnefamiliene. Det er velkjent at måltidsvaner etableres tidlig i livet. Derfor må fiskeindustrien lage fisk som barn og unge vil ha, ellers kan en hel generasjon av forbrukere forsvinne.

6.2 Markedsføring – synlighet, framsnakk og analyse av markedskommunikasjon, produkter og spisekonsepter

I spørreundersøkelsen tok vi for oss mange etiske og miljømessige sider ved fangst og oppdrett. Vi fant at «vet ikke»-andelene på disse spørsmålene var svært høye, særlig blant de yngre. Fiskeindustrien bør derfor forsøke å informere forbrukerne om disse forholdene. På den måten får man klargjort fordelene ved fisk vs. kjøtt, men får også indirekte profilert fisk. Fisk er langt mindre synlig i annonsekampanjer og i butikk enn kjøtt (Rosenberg og Vittersø 2014). Følgelig må fisk mer på agendaen dersom forbruket skal opp.

Tidligere SIFO-studier viste at en viktig begrunnelse for å ikke spise mer fisk og sjømat er knyttet til bekymringer omkring produksjon av oppdrettsfisk. I tidsrommet 2011 til 2014 økte andelen som helst ikke ville spise for mye av sistnevnte fra 22 prosent til 46 prosent. Årsaken var mulige negative konsekvenser for egen helse, miljøet og fiskevelferd. Det kreves betydelig «framsnakk» for å overbevise forbrukerne om at oppdrettsfisk er god og trygg mat som man gjerne kan øke forbruket av (Bugge red. 2015, Bugge 2015).

Det bør også gjøres grundig undersøkelser og analyser av markedskommunikasjon, produkter og spisekonsepter (som har lyktes) i andre land. En måte å gjøre det på er å gjennomføre et feltarbeid på verdens største matmesse, Grüne Woche som avholdes i Berlin i januar hvert år. På den måten kan man få inspirasjon om framtidens mattrender og hvordan dette kan markedsføres. Vi foreslår at to forskere reiser ned i januar 2019.

Andre forslag kan være å utvikle oppskrifter med viktige matkulturelle opinionsformere som bloggere, matkasser og nettbutikker.

6.3 Prisjustering – butikkekspériment

Vi har dokumentert en formidabel prisøkning på fisk, spesielt laks de seneste årene. Imidlertid viste ikke vår spørreundersøkelse at forbrukerne synes fisk er spesielt dyrt. Det kan være grunn til å betvile et slikt resultat. Folk har en tendens til å si noe annet enn hva de gjør. Holdning er ikke nødvendigvis det samme som handling.

For å kontrollere for handling/holdning-problematikken kan man gjennomføre et eksperiment i butikk der prisene justeres. Kundene som er i butikken informeres ikke om at prisene justeres, de vil tro at endrede priser er en kampanje. Ved å justere prisene og måle salget kan vi få et inntrykk av hvor prisfølsomt (dvs. priselastisk) etterspørselen er. Ut fra et slikt eksperiment vil vi kunne si om salget påvirkes mye av prisen, eller om forbrukerne «tåler høye priser».

Litteratur

Bugge, A. (2015) *Mat, måltider og moral. Hvordan spise rett og riktig*. SIFO-rapport nr. 3-2015. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO). URL: http://www.hioa.no/extension/hioa/design/hioa/images/sifo/files/file80368_sifo_fagrapport_3_2005_mat.pdf [Lesedato: 17.04.2018]

Bugge, A. red. (2015) *HealthMeal. Hvordan nå de ernæringspolitiske målsettingene om økt forbruk av fisk og grønnsaker*. Prosjektnotat nr. 1-2015. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO). URL: http://www.hioa.no/extension/hioa/design/hioa/images/sifo/files/file79986_healthmeal_seminarrapport_150115_-_web.pdf [Lesedato: 17.04.2018]

Nielsen Norge (2018): *Market Trends Norway 2018. Grocery Trade and Convenience Trade*. Oslo: Nielsen Norge.

Norges Sjømatråd (2017): *Sterk nedgang i det norske sjømatkonsumet*. URL: <http://seafood.no/aktuelt/nyheter/sterk-nedgang-i-det-norske-sjomatkonsumet> [Lesedato: 01.04.2018]

Statistisk sentralbyrå (SSB) (2018): *Tabell 03014. Konsumprisindeks, etter konsumgruppe, statistikkvariabel og år*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.

Vittersø, G. og T. G. Rosenberg (2014): *Kjøtt og reklame. En studie av annonsering og reklame for kjøtt i det norske matmarkedet*. Oppdragsrapport nr. 4-2014. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO). URL: http://www.hioa.no/extension/hioa/design/hioa/images/sifo/files/file79841_oppdagsrapport_4-2014_web.pdf [Lesedato: 17.04.2018]

Vedlegg 1: Omnibus

Spørsmål 1:

Hvor ofte spiser du fisk/sjømat til middag?

- Daglig
- 5-6 ganger i uken
- 3-4 ganger i uken
- 1-2 ganger i uken
- Aldri

Spørsmål 2:

Hvor uenig eller enig er du i følgende påstander. Svar kategorien går fra 1 til 5 der 1 er «helt uenig» og 5 er «helt enig». Du kan også svare «vet ikke/ikke relevant».

- Oppdrettsfisk er sunt.
- Villfisk er sunt.
- Fisk smaker bedre enn kjøtt.
- Fisk er for dyrt sammenlignet med kjøtt.
- Det er bedre utvalg av kjøtt enn fisk i butikken.
- Det er lettere å tilberede kjøtt enn fisk.
- Fisken som selges i butikk har god kvalitet.
- Andre i min husstand / min familie liker ikke fisk.
- Oppdrettsfisk er skadelig for miljøet.
- Fangst av fisk truer villfiskbestanden.
- Fisk lukter ofte vondt.
- Det er plagsomt med skinn og bein i fisken.
- Jeg blir ofte fristet av gode tilbud / kampanjer for fisk.
- Fangstmetodene av villfisk er dyre-/fiskeplageri.
- Fisk i oppdrettsanlegg er dyre-/fiskeplageri.
- Det er lettere å variere middagsretter med kjøtt enn fisk.
- Kjøtt smaker bedre enn fisk.
- Jeg blir ofte fristet av gode tilbud / kampanjer for kjøtt.
- Fisk smaker godt.
- Fisk er klimavennlig mat.
- Kjøtt smaker godt.
- Jeg foretrekker å ta et kosttilskudd (omega-3) i stedet for å spise fisk.

Filter: Alle som svarte «Aldri» i spørsmål 1 får spørsmål 3.

Spørsmål 3:

Hva er grunnen til at du ikke spiser fisk? Flere svar mulig.

- Allergisk mot fisk / sjømat.
- Vegetarianer
- Annet

Filter slutt. Alle får spørsmål 4.

Spørsmål 4:

- a) Hvor ofte tar du vitaminer?
- Aldri / nesten aldri.
 - Iblant.
 - Ganske ofte.
 - Svært ofte.
- b) Hvor ofte tar du omega-3 / tran?
- Aldri / nesten aldri.
 - Iblant.
 - Ganske ofte.
 - Svært ofte.

Vedlegg 2: Kronikk om fiskespising

Kronikken nedenfor stod på trykk i Nationen 27.02.2017. Den er skrevet av SIFO-forskerne Annechen Bahr Bugge og Silje Elisabeth Skuland. Den oppsummerer forskningsprosjektet HealthMeal finansiert av Norges forskningsråd.

Hvorfor spiser vi så lite fisk?

For å lykkes med økt forbruk av fisk og sjømat må det bli mer framsnakk og mindre baksnakk av en stor og viktig produktgruppe som oppdrettslaks.

Den 13. februar hadde Dagsrevyen et innslag om nordmenns nedadgående fiskeforbruk. Det siste året hadde sjømatforbruket blitt redusert med syv prosent. Det var særlig de unge under 34 år som sviktet fisken. Og verst var det for forbruket av laks hvor man registrerte en nedgang på 24 prosent.

SIFO ledet nylig et prosjekt som satt søkelys på muligheter og begrensninger for økt sjømatforbruk. Bakgrunnen var at forbruket av fisk og annen sjømat var betydelig lavere enn det Helsemyndighetene anbefalte: 300–450 gram ren fisk i uken.

Av SIFOs tall fra 2014 kom det frem at det bare var 17 prosent som spiste den anbefalte mengden med fisk og sjømat. Hvorfor er det så vanskelig å nå de ernæringspolitiske målsettingene? Er fisk og sjømat er for dyrt? Skyldes det dårlig kunnskaper? Dårlig kvalitet eller dårlig utvalg?

Eller er det rett og slett slik at fisk blir utkonkurrert av kjøtt?

I SIFOs undersøkelse ble alle respondentene som spiste mindre enn anbefalt mengde spurt om årsaken til at de ikke spiste mer fisk og sjømat. Den vanligste begrunnelsen respondentene oppga var at de foretrakk kjøtt (42 prosent). At så mange ga uttrykk for at de foretrakk kjøtt, er ikke overraskende når man ser nærmere på en faktor som markedsføring og reklame.

I perioden 1995 til 2010 økte reklameutgiftene til kjøtt med 62 prosent. Til sammenligning økte utgiftene til reklame for fisk og sjømat med bare 20 prosent. Sammenligner vi de totale utgiftene til matreklame i samme periode går annenhver krone til kjøtt mens bare en av fem går til fisk- og sjømatreklame. En gjennomgang av mat-reklame på TV2 viste at mange dyktige og karismatiske kokker fungerte som ivrige ambassadører for spennende kjøttretter til gunstige priser. Ikke rart forbrukerne blir fristet til å putte kjøtt på tallerkenen. Det bør i denne sammenhengen også nevnes at prisen på fisk har økt betydelig mer enn for kjøtt de siste årene.

Gjennom 2000-tallet har nordmenn blitt eksponert for en rekke motedietter, og særlig lavkarbodietten har hatt stort gjennomslag i det norske kostholdet. I 2014 svarte 25 prosent at de hadde forsøkt denne dietten, noe som blant annet innebar økt inntak av kjøtt og mettet fett. Altså nok begrensende faktor for økt fiskeforbruk.

Det er imidlertid ikke bare preferansen for kjøtt som synes å være en viktig forklaring. SIFOs undersøkelser viser også at det har vært en betydelig økende skepsis til produksjonsmetoden av fisk og sjømat. Fra 2011 til 2014 økte andelen som mente de ville begrense inntaket av oppdrettsfisk fra 22 til 46 prosent. Kun 7 prosent var helt enig i utsagnet «sjømat fra oppdrettsnæringen er like sunn som sjømat fra havet». Over halvparten (56 prosent) var helt eller delvis uenig i dette utsagnet. Det var også på denne tiden at Niels Christian Geelmuyden kom med svært krass kritikk av oppdrettsnæringen.

"Når forbrukerne ble bedt om å rangere hva de oppfatter som sunn mat, kom fisk på andre plass."

I bestselgerboken «Sannheten på bordet» hevdet han at hver femte oppdrettslaks døde i anleggene på grunn av dårlige forhold og at ingen annen matvare inneholdt flere miljøgifter enn oppdrettslaks. Ikke så rart forbrukerne ble bekymret for å putte oppdrettslaks på tallerkenen.

Hva var det så de bekymret seg for? Over halvparten svarte at de var urolige for hvilke konsekvenser denne produksjonsmetoden kunne ha for miljøet og fiskevelferd. Nesten like mange var urolige for helsekonsekvensene.

For å lykkes med økt forbruk av fisk og sjømat må det bli mer framsnakk og mindre baksnakk av en stor og viktig produktgruppe som oppdrettslaks. Som den fransk antropologen Claude Lévi-Strauss så klokt påpekte: «Mat må ikke bare være godt å spise, men også godt å tenke med!» Den omfattende kritikken gjør ikke oppdrettsfisk godt å tenke med. Her har altså forskerne, produsentene og helsemyndighetene en jobb å gjøre med å informere forbrukerne om helse- og miljøeffektene av denne type mat. Videre må sjømat i større grad markedsføres som smakfull mat til god pris.

Til tross for mye baksnakking, viser SIFOs undersøkelser at det er all grunn til å kunne lykkes. Når forbrukerne ble bedt om å rangere hva de oppfatter som sunn mat, kom fisk på andre plass – bare slått av grønnsaker. Syv av ti svarte at de var opptatt av å spise sunt. Og seks av ti ga uttrykk for at de er svært eller ganske interessert i matlaging. Det var også mange (61 prosent) som svarte at de var fortrolige med å lage fiskeretter.

Den røde fisk er også noe som skårer høyt på listen over hva forbrukerne var smakfull mat. Seks av ti mente dette. Mathistoriske undersøkelser viser at hva man mener smaker godt og vondt til alle tider hadde vært nært knyttet til et samfunns ernæringsmessige kunnskaper og dets verdier. Vår kunnskap om fiskens helsebringende egenskaper (mager, sunt fett osv.), samt vårt ønske om sunne og slanke kropper burde altså være en mulighet for betydelig økt forbruk av nettopp fisk og sjømat.

Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved Høgskolen i Oslo og Akershus (HiOA) har et spesielt ansvar for å bidra til kunnskapsgrunnlaget for forbrukerpolitikken i Norge og skal utvikle ny kunnskap om forbruk, forbrukerpolitikk og forbrukernes stilling og rolle i samfunnet.

Sentrale forskningstema er:

- forbrukerne i markeder og forbrukervalg
- husholdningenes ressursdisponeringer
- forbrukerøkonomi - gjeldsutvikling og fattigdom
- teknologisk utvikling og forbrukernes hverdag
- digitalt hverdagsliv og mestring
- miljøeffekter av ulike typer forbruk
- mat- og spisevaner
- tekstiler - verdikjeder - konsekvenser for hverdagsliv og miljø
- forbrukets betydning for inkludering i sosialt hverdagsliv
- forbrukerpolitikk

SIFO

Forbruksforskningsinstituttet

**HØGSKOLEN I OSLO
OG AKERSHUS**

Boks 4 - St. Olavs plass - N-0030 Oslo.

Besøksadresse: Stensberggata 26, 7 etg.

Telefon: +47 67 23 50 00

E-mail: post@hioa.no **Internett:** www.hioa.no/sifo

