

SNF-rapport nr. 02/01

NULLPUNKTSSTUDIE

**Markedsundersøkelse for oppdrettsproduktene Kveite,
Blåskjell og Røye i det profesjonelle markedet**

av

Eivind Farstad

SNF-prosjekt nr. 6107: " Nullpunktsstudie/markedsundersøkelse for
Kveite, Blåskjell og Røye".

Prosjektet er finansiert av Eksportutvalget for fisk

STIFTELSEN FOR SAMFUNNS- OG NÆRINGSLIVSFORSKNING
BERGEN, MARS 2001

© Dette eksemplar er fremstilt etter avtale
med KOPINOR, Stenergate 1, 0050 Oslo.
Ytterligere eksemplarfremstilling uten avtale
og i strid med åndsverkloven er straffbart
og kan medføre erstatningsansvar.

ISBN 82-491-0121-9

ISSN 0803-4036

Forord

Denne delrapporten er utført på oppdrag fra Eksportutvalget for fisk. Undersøkelseresultatene er ment å kunne benyttes til EFFs videre arbeid med markedsføring av oppdrettsproduktene kveite, blåskjell og røye, og spesielt som input til arbeidet med markedskommunikasjon i regi av EFF. Vi har kalt denne rapporten en "nullpunktsstudie" fordi den er utført for å kunne avdekke en del markedsmessige forhold (utgangssituasjon/nullpunkt) før eventuelle tiltak settes i verk. I etterkant av eventuelle tiltak kan at de samme forholdene måles for å avdekke om tiltakene har hatt den tiltenkte effekt (endring i holdninger, økning i brukskvantum e. l.).

Leseren gjøres oppmerksom på at denne prosjektrapporten kun omfatter resultatene fra en markedsundersøkelse utført i det profesjonelle markedet (serveringsnæringen) i Norge. I forbindelse med utviklingen av markedskonsepter for de aktuelle artene er det også utført komplementære undersøkelser på konsumentmarkedet i regi av EFFs andre samarbeidspartnere. Disse undersøkelsene er følgelig hverken rapportert eller henvist til i denne rapporten.

Til slutt takkes Siri Hamnvik ved Eksportutvalget for fisk for nyttige innspill, samt alle intervjuobjekter i Norge som har bidratt til undersøkelsen.

Bergen, mars 2001

Eivind Farstad

Innholdsfortegnelse

1 Bakgrunn og mandat	1
1.1 Undersøkelsens hensikt	1
1.2 Gjennomføring:	1
Intervjuoversikt	3
2 Bruk av sjømat i det profesjonelle markedet	4
2.1 Bruk og brukssituasjoner – Serveringsbedrifter	4
2.2 Bruk og brukssituasjoner – Detaljhandel	8
2.3 Forbruk og tilberedning – Serveringsbedrifter	12
2.4 Forbruk (salgsvolum) og tilberedning -Detaljhandel	15
3 Andre forhold av interesse	22
3.1 Begrepet ”Nye arter”, holdninger til opphav, leveranser – Serveringsbedrifter	22
3.2 Begrepet ”Nye arter”, holdninger til opphav, leveranser – Detaljhandelsbedrifter	26
4 Assosiasjoner og holdninger til artene	28
4.1 Assosiasjoner og holdninger - Servering	28
4.2 Assosiasjoner og holdninger - Detaljhandel	34
4.3 Markedsføring i bedriftsmarkedet	37
4.4 Generelle anbefalinger fra bedriftene for å øke bruk av artene	40
4.5 Nullpunktssituasjon for artene i serveringsnæringen	43
4.6 Nullpunktssituasjon for blåskjell i ulike markedssegment	52
4.7 Nullpunktssituasjon for kveite i ulike markedssegment	62
4.7 Nullpunktssituasjon for røye i ulike markedssegment	72
Appendiks: Intervjuguider	82

1 Bakgrunn og mandat

På grunnlag av tidligere samtaler og korrespondanse med eksportutvalget for fisk (EFF) fremlegges følgende rapport fra markedsundersøkelsen i regi av SNF:

1.1 Undersøkelsens hensikt

Hensikten med undersøkelsen har vært som følger:

Gjennomføring av en markedsundersøkelse i 7 ulike markedssegment med hensyn til

- kjennskap og kunnskap til kveite, blåskjell og røye
- holdninger til de tre aktuelle artene som oppdrettsprodukt
- brukssituasjoner/bruksmåter for artene
- holdninger til betegnelsen ”nye arter” og til norsk opphav
- innkjøp og leveranser

Undersøkelsesresultatene skal kunne benyttes EFFs videre arbeid med markedsføring av de aktuelle artene mot målgruppene som nevnt under, og som input til arbeid med markedskommunikasjon i regi av EFF.

1.2 Gjennomføring:

Undersøkelsen har vært gjennomført i november/desember 2000 som en serie telefonintervjuer av 25-40 minutters varighet for følgende markedssegmenter:

Respondentkategorier/målgrupper:

Toppklasserestauranter

Mellomklasserestauranter

- norske
- etniske
- sushi

“Billigrestauranter”

- kafeer/kafeteria
- kantiner

Hotell

- førsteklasse
- mellomklasse

- bankett

Persontransport

- flyselskaper
- ferger/"danskebåt"/cruise/hurtigrute

Catering

Detaljhandel

- fiskehandlere
- dagligvare/supermarked/kolonial

Undersøkelsesbyer har vært:

- Oslo
- Stavanger
- Bergen
- Trondheim
- Tromsø

Det er således utført omtrent 14 intervjuer i hver by, som det fremgår av intervjuoversikten på neste side.

I Appendiks har vi lagt ved to av intervjuguidene som ble benyttet i undersøkelsen. Resultatene fra undersøkelsen er vist og kommentert i kapitel 2-4 i rapporten. Leseren gjøres for øvrig oppmerksom på at nummereringen av tabeller og figurer er ikke gjort kronologisk, men samsvarer direkte med nummereringen på de tilsvarende spørsmål som ble stilt i intervjuene (slik det fremgår av intervjuguidene i Appendiks).

INTERVJUOVERSIKT

KATEGORI/BY	Oslo	Bergen	Stav.	Trondh	Tromsø	ANTALL
Toppklasse restauranter	Kveite	Blåskjell	Kveite	Kveite	Røye	3K,1B,1R
Bedriftens navn	Oro Rest.	Enhjørningen	Bølgen & Moi	Emilies	Emmas Drømme.	Kategori 1
Mellomklasse restauranter Norske	Røye	Kveite	Blåskjell	Røye	Kveite	2K,1B,2R
Bedriftens navn	Studio d Mar	Fiskekrogen	City Bistro	Havfruen	Skarven	Kategori 2
Mellomklasse restauranter Etniske	Blåskjell	Røye	Kveite	Blåskjell	Kveite Sushi meny	2K,2B,1R
Bedriftens navn	Al Amir	Primo Ciao	Mikado	Taj Tandori	Markens Grøde	Kategori 3
Mellomklasse restauranter Sushi	Kveite	Røye (Oslo)	Røye	Kveite	Blåskjell	2K,1B,2R
Bedriftens navn	Hou of Sushi	East Su&Nu	Seoul Bel.	East Su&Nu.	North Ea Sushi	Kategori 4
Billigrestauranter Kafé/Kro	Røye	Kveite	Blåskjell	Røye	Kveite	2K,1B,2R
Bedriftens navn	Kaffistova	Ervingen K.s	Tananger Bis	Ørens Kro	Paletten Kafe	Kategori 5
Billigrestauranter Kantine	Blåskjell	Røye	Blåskjell	Kveite	Røye	1K,2B,2R
Bedriftens navn	Norsk Hydro	Haukeland S	Stavanger S.	ISS T.h.	Statens Kan Tø.	Kategori 6
Hotell Førsteklasse	Kveite	Blåskjell	Røye	Kveite	Blåskjell	2K,2B,1R
Bedriftens navn	RSH Plaza	RSH Royal	RSH Stav.	RSH Roy. G	Rica Ishavsh.	Kategori 7
Hotell Mellomklasse	Røye	Kveite	Blåskjell	Røye	Kveite	2K,1B,2R
Bedriftens navn	F. Millenium	Terminus	Sacndic St.	Britannia H.	Scandic Tr.ø.	Kategori 8
Hotell Bankett	Blåskjell	Blåskjell	Kveite	Røye	Røye	1K,2B,2R
Bedriftens navn	RSH Plaza	RSH Norge	Clarion H St.	Augustin H.	Grand Nordic	Kategori 9
Persontransport Flyselskaper	Røye	Kveite	Blåskjell	Blåskjell	Kveite	2K,2B,1R
Bedriftens navn	Gate Gour O	Gate Gour B	Select S. P.	Select S.P.	Select Service P	Kateg. 10
Persontransport Ferger/cruise	Blåskjell	Kveite	Røye	Røye	Blåskjell	1K,2B,2R
Bedriftens navn	Color Festiv.	FjordLine E	MS Bergen	K.Harald H.r	Polarlys H.rute	Kateg. 11
Catering	Røye	Kveite	Røye	Blåskjell	Blåskjell	1K,2B,2R
Bedriftens navn	StatensKanC	Serv. Partner	N.OffshoreC	T. Selskapsm	Knoll & Tott C.	Kateg. 12
Detaljhandel Fiskehandlere	Blåskjell	Røye	Kveite	Blåskjell	Røye	1K,2B,2R
Bedriftens navn	Lofoten F.D	Nestun Fisk	Fiskehandel	Kleiven F.h	Dragøy AS	Kateg. 13
Detaljhandel Dagligvare	Kveite	Blåskjell	Kveite	Blåskjell	Røye	2K,2B,1R
Bedriftens navn	Centra Colus	Bikuben Oas	Eurospar H.	Bunnpris G.	ICALangnes	Kateg. 14
TOTALT	4K,5B, 5R	6K,4B, 4R	5K,5B, 5R	4K,5B, 5R	5K,5B, 5R	24K,23B, 23R

2 Bruk av sjømat i det profesjonelle markedet

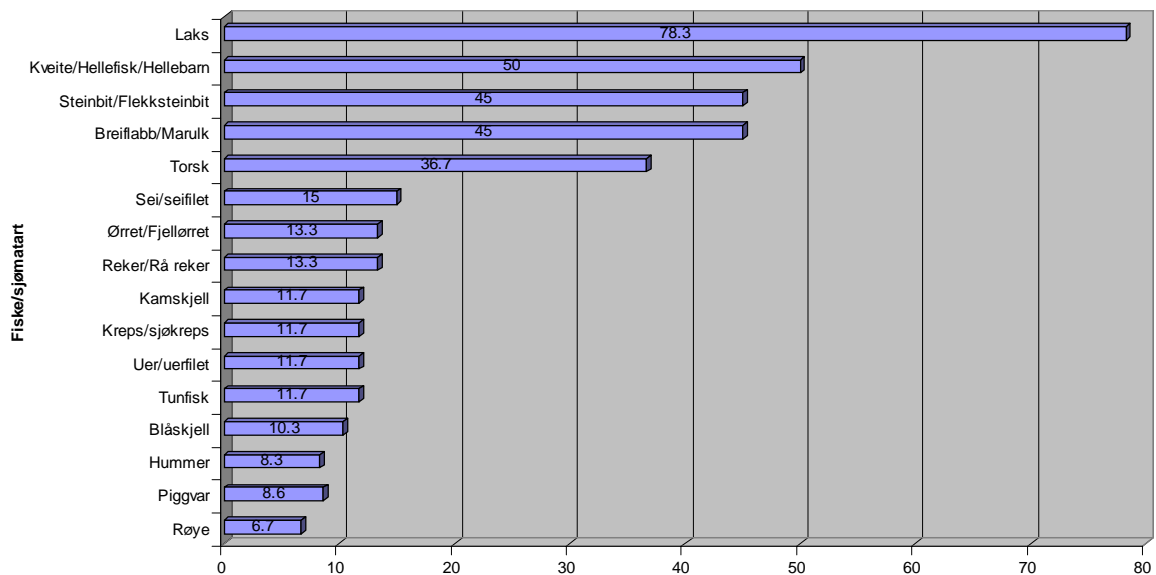
2.1 Bruk og brukssituasjoner – Serveringsbedrifter

Vi spurte de 60 serveringsbedriftene¹ i undersøkelsen hvilke sjømatprodukter som er mest vanlig på menyen deres. Dette er de produktene man enten selger mest av, arbeider mest med, eller er de vanligste hovedrettsråstoffene som perseptuelt ligger lengst fremst i respondentenes bevissthet.

Vi kan se fra figuren at laks er den store “vinneren” på menyen, og er representert hos drøye $\frac{3}{4}$ av serveringsbedriftene (47 av 60) i undersøkelsen. Verd å merke seg er også at halvparten av bedriftene nevner kveite blant de mest vanlige råstoffene. Dette er en overraskende høy andel, og meget positivt for den arten.

I øvre havdel av figuren finner vi også en del annen eksklusiv hvitfisk. Kantiner og kaféer bidrar også til et høyt innslag av torsk og sei (se også intervjuoversikten i avsnitt 1 for en kategorifordeling av deltagerbedriftene).

Figur 1 a: Mest vanlig på menyen



Ca 10% nevner blåskjell blant de mest vanlige rettene på menyen. Blåskjell er foreløpig mest vanlig som forret, som vi kan se i Figur 2a.

¹ Vi benytter her uttrykket “serveringsbedrifter” til tross for at ikke alle respondentene (som f. eks. flyselskaper, ferger, sykehus o.l.) i denne gruppen kan klassifiseres som rene serveringsbedrifter. I denne sammenheng er disse bedriftene likevel representert i kraft av å servere mat til betalende gjester, og betegnes derfor i denne rapporten som ”serveringsbedrifter”, selv om dette ikke en 100% korrekt betegnelse.

Røye er foreløpig ikke spesielt vanlig på menyen. Kun fire av bedriftene nevner røye i denne sammenheng.

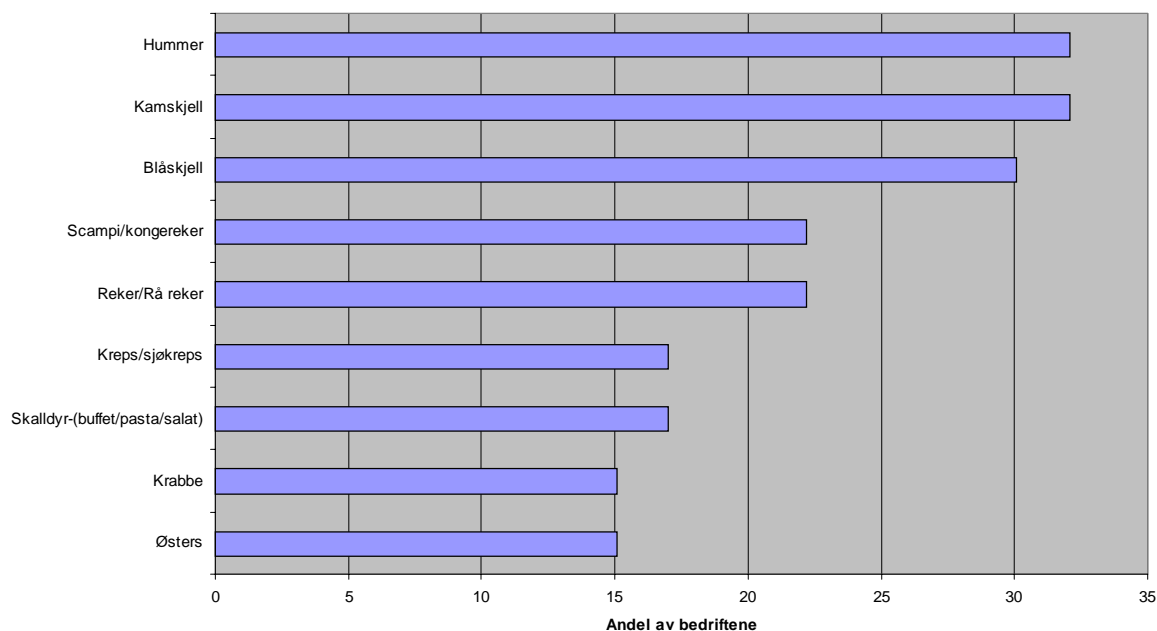
Vi var også interessert i *hvorfor* man benytter akkurat disse artene. Dette er viktig for å ”nøste opp” beslutningskriteriene for disse kundene. For de som har gitt en begrunnelse, ser vi at beslutningene styres av oppfatninger om hva kundene vil ha (naturlig nok), samt smaks- kvalitets- og prisvurderinger.

Tabell 1b: Årsaker til bruk av sjømaten på menyen

Årsaker til at man benytter disse råstoffene	Antall bedrifter	Prosentandel
Kundene vil ha det/lett å selge	25	50
God fisk/sjømat	10	19.6
Billig	6	11.8
Riktig pris (NB! ikke nødvendigvis det samme som “billig”)	6	11.8
Kvalitet	4	7.8
Det brukes fast på menyen	4	7.8
Optimal til vårt bruk/market/brukt lokalt	4	7.8

Vi spurte også om andre sjømatretter som man har på menyen. Her nevnes vanligvis skalldyr med et høyt innslag av typiske forretter, dvs. mat som respondentene nevner etter at de har ramset opp de typiske hovedrettene.

Figur 2a: Andre typer sjømat som brukes



Dette er produktene som gjerne ligger noe lengre bak perseptuelt i bevisstheten hos svargiverne, selv om dette likevel også er viktige råstoffer. Hummer og kamskjell er eksklusiv vare, og nevnes ca av hver

3. bedrift. Blåskjell kommer også høyt opp her, og blir nevnt av ca 30% av bedriftene som har svart i denne kategorien.

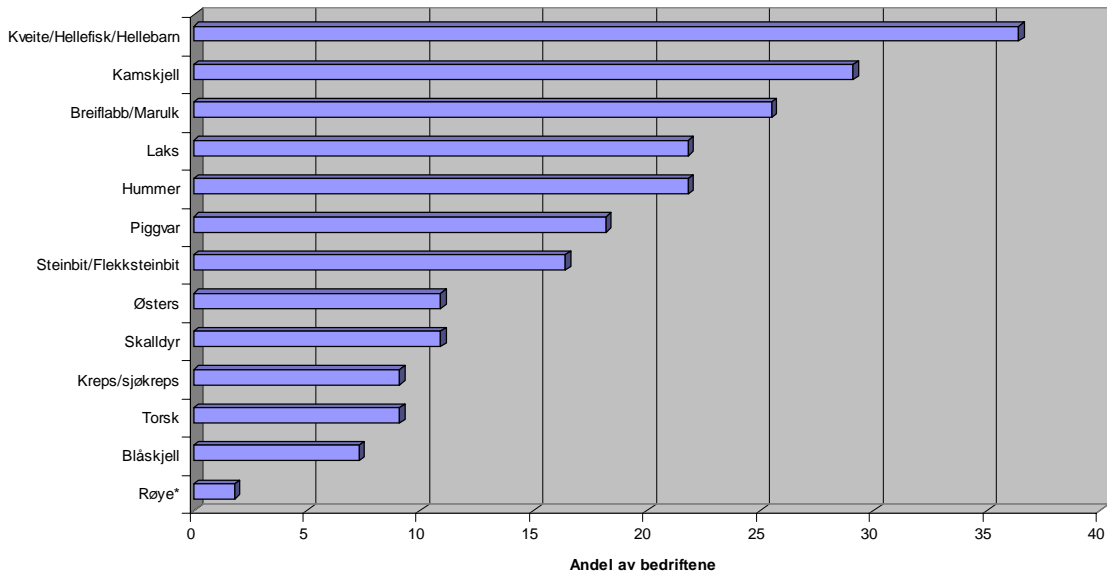
For de som har gitt en begrunnelse på hvorfor disse rettene blir valgt/i hvilke situasjoner de brukes, kommer selvfølgelig kundepreferanser frem som en viktig årsak. Bruk er også knyttet opp mot sesong eller tidspunkt i uken.

Tabell 2b: Årsaker til bruk

Hvorfor brukes disse råstoffene?	Antall bedrifter
Kundene vil ha det/lett å selge	5
Sesong/julebord eller lignende	4
Brukes på ukedagene	3
Gunstig som forret	3
Riktig pris	2
Ser visuelt bra ut/dekorativt	2

I posisjoneringsøyemed er det selvsagt interessant å finne ut hva det profesjonelle markedet mener er eksklusive arter. Vi spurte derfor hva man ville servere for de mer prominente gjestene som var ute etter et eksklusivt måltid.

Figur 3a: Serveres for finere middag (eksklusivt)



* En rekke andre arter rangerer mellom blåskjell og røye (30. plass)

Undertegnede har inntrykk av at kveite kan oppfattes som en "allrounder" fordi den benyttes av både topp- og mellomklasserestaurantene (og av enkelte i "billigsegmentet"). Piggvar blir for eksempel for dyrt for andre enn topprestaurantene og øvre del av mellomklassesegmentet. Kamskjell er "i vinden" for tiden, og breiflabb har vært det en stund. Laks oppfattes ikke som eksklusivt i toppsegmentet i det hele tatt, men dras opp her pga.

mellom- og billigsegmentet. Røye oppfattes som relativt eksklusivt og litt spennende av de få som bruker røye, men fisken er desverre ikke kommet godt nok inn i hele spekteret av markedet ennå.

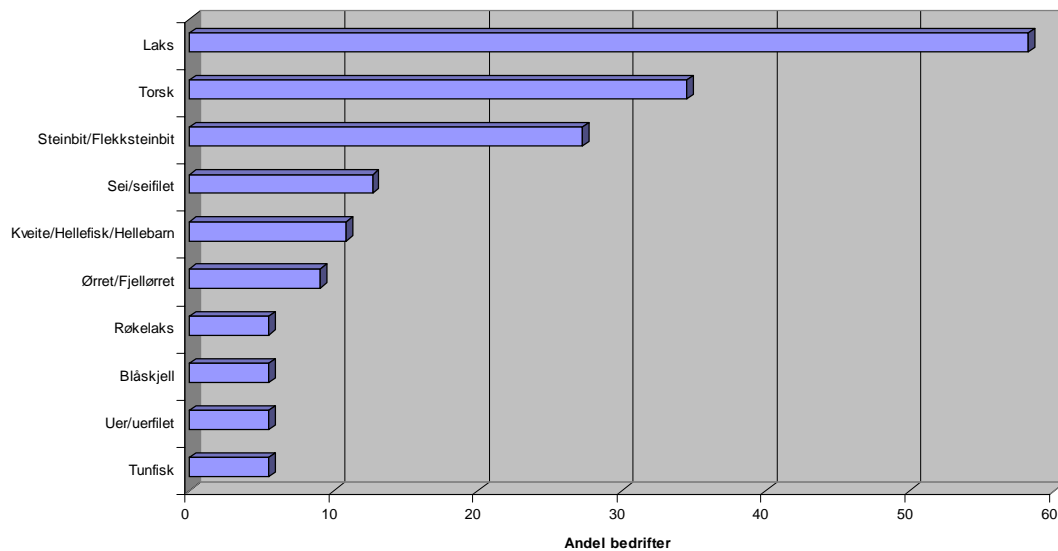
Tabell 3b: Årsaker til bruk i eksklusiv sammenheng

Hvorfor serverer man disse artene til en finere middag	Antall bedrifter
God fisk/sjømat	8
Eksklusivt	6
Brukes som forret	6
Kundene vil ha det/lett å selge	4
Kvalitet	3
På selskapsmeny (bryllup, barnedåp etc.)	3

Som det fremgår, kommer oppfatninger om smak, kvalitet og eksklusivitet frem her som begrunnelse for valg av disse artene. Etterspørsel fra kundene og spesifikke brukssituasjoner (til forret/til bryllup, barnedåp etc.) blir også nevnt her.

For en mer alminnelig middag for gjester som gjerne vil ha kvalitet til en relativt rimelig pris, ser vi fra Figur 4a at laks kommer godt ut.

Figur 4a: Serveres for alminnelig middag (kvalitet, men rimelig)



Laks er blitt prisgunstig etterhvert, og holder nå oftest god kvalitet på produktet. For bedrifter som har mange utenlandske gjester (vil ha norsk, lokal vare), og for catering/bankett/kantine/sushi-foretak, er laks en viktig råvare til hverdagsmenyen. Både torsk, sei steinbit, og ørret oppfattes

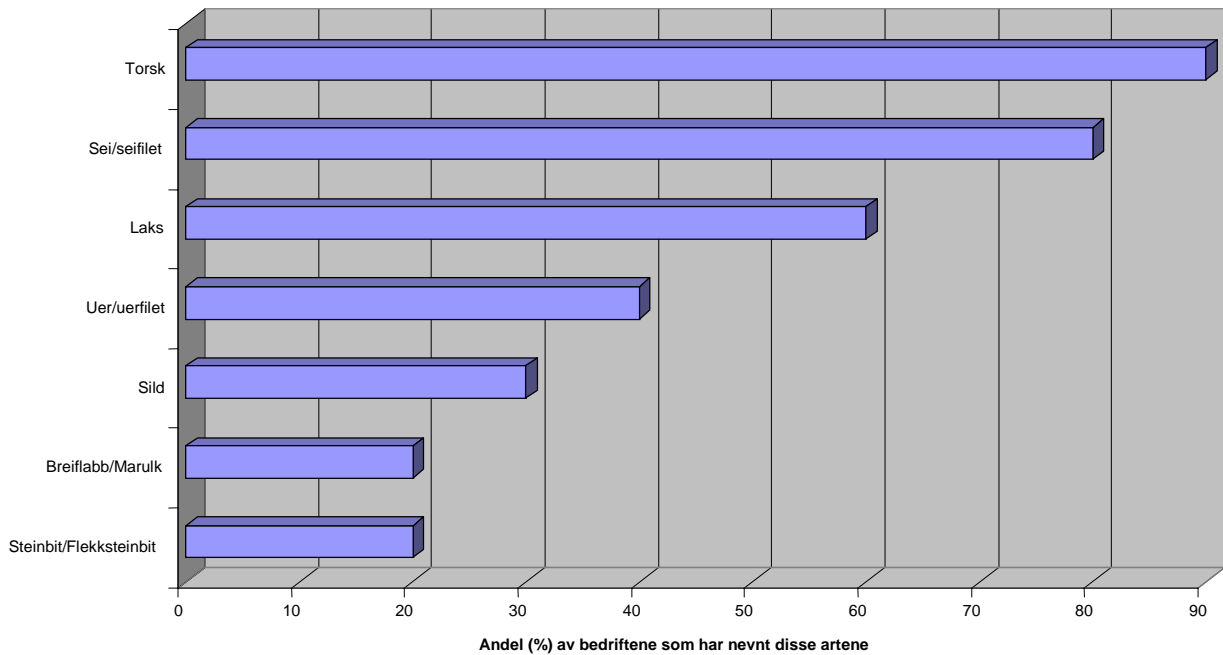
også som bra varer til en rimelig penge (spesielt kafé/kro/kantine-segmentet)

Årsakene til bruk ligger for så vidt i spørsmålet, men også momenter som a) Enkelt å legge opp/dandere (catering/bankett), b) Gunstig i sesong (f. eks. steinbit) - nevnes også ved siden av vurderinger som c) Gunstig pris/Billig og d) God fisk/sjømat.

2.2 Bruk og brukssituasjoner – Detaljhandel

På tilsvarende måte som for serveringsbedriftene spurte vi de 10 detaljhandelbedriftene (fiskehandlere og større dagligvarebutikker) i undersøkelsen hva som var det mest vanlige av sjømat i vareutvalget. Torsk og sei har bestandig vært en del av det norske kostholdet, og er det fremdeles. Disse artene blir nevnt av henholdsvis 90 og 80 prosent av intervjuobjektene i detaljhandelen.

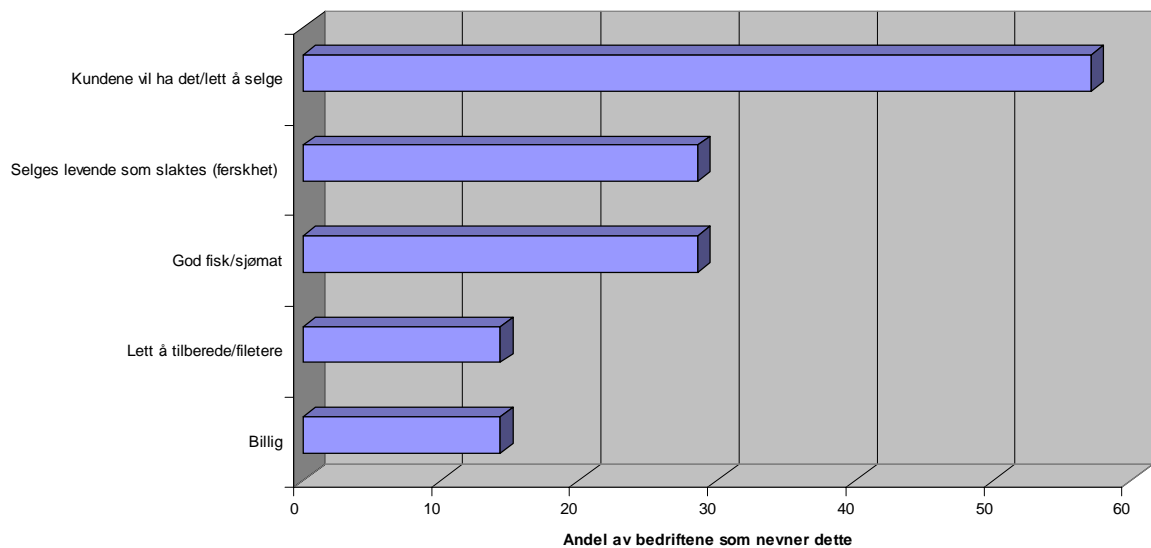
Figur 1d: Mest vanlig i vareutvalget (Detaljhandel)



Laks er en selvfølge, mens uer ser også ut til å være populært. For øvrig ble det nevnt ved et par tilfeller at røykte produkter er litt på vei ”ut”, og at yngre voksne er de som nå begynner å etterspørre mer eksotisk fisk og ”nye arter”. Ofte er det kunder mellom ca. 30-45 år som er mest interessert i å prøve ”ny” sjømat. Dette ser ut til å gjelde både for servering og detaljhandel.

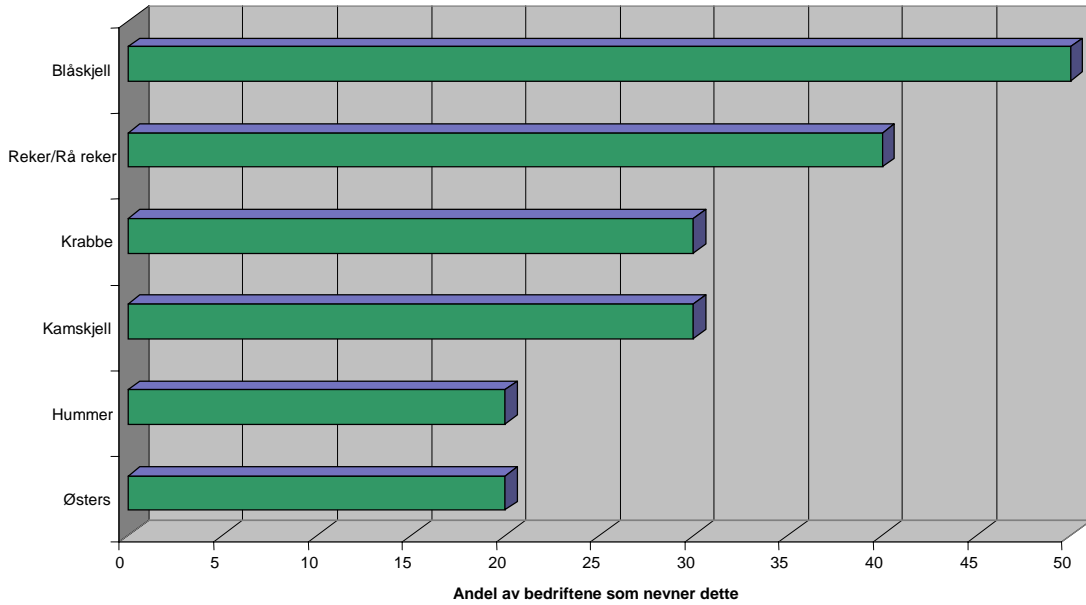
Årsaken til at disse artene er mest vanlig (se Figur 1f nedenfor), er nødvendigvis etterspørselsrelatert. Man kan anta at detaljhandelen er enda mer kundestyrtd enn serveringsbransjen, hvor en rekke andre forhold en kundeetterspørsel avgjør hva som havner på menyen (f. eks. kokkens bakgrunn og egne preferanser, restaurantkonsept, prisklasse o.l.) Andre viktige ting for detaljhandelen er å kunne tilby åpenbart fersk vare (f. eks. levende fisk som slaktes for kunden), samt enkelhet i håndtering (lagring, filetering etc).

Figur 1f: Hvorfor man har denne sjømaten i vareutvalget



Blant andre arter i vareutvalget nevnes de mest typiske skalldyrartene, hvor blåskjell er mest vanlig. Halvparten av respondentene nevner dette, mens 4 av 10 nevner reker. Blåskjell er nok mer en helårsrett enn reker i konsumentmarkedet – hadde vi gjennomført denne undersøkelsen i sommerhalvåret, hadde kanskje reker kommet først på listen.

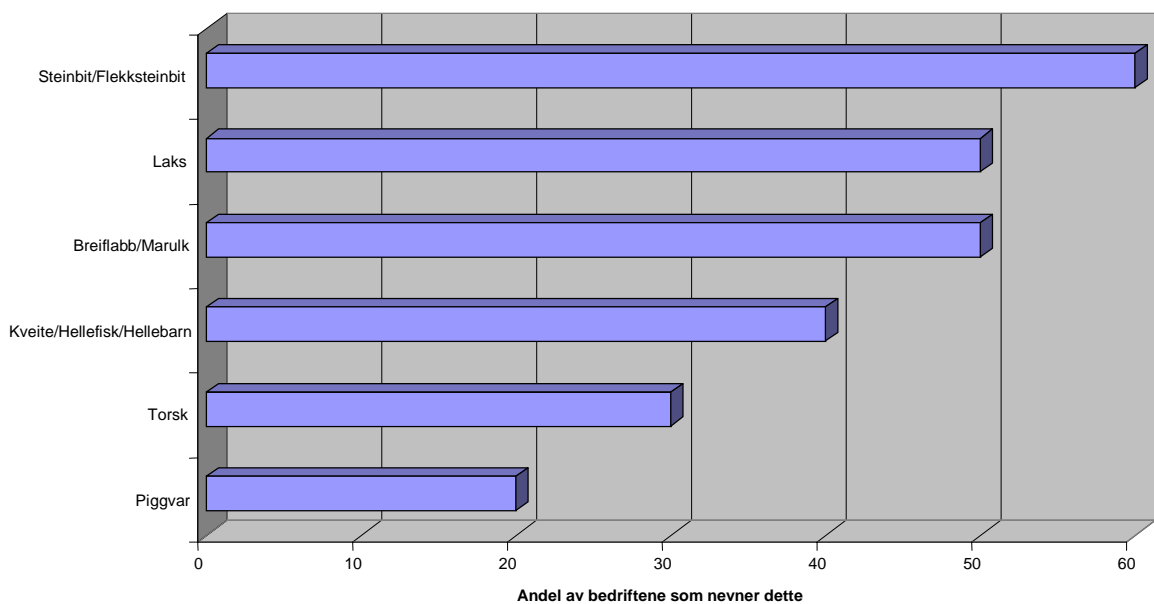
Figur 2d: Annet i vareutvalget



Detaljhandlerne nevner bl. a. viktigheten av å kunne tilby lokale produkter (særlig i Nord-Norge), samt ukedagstidspunkt (helgemat) eller sesonghensyn som årsak til at disse artene blir foretrukket.

Vi var også interessert i hvilke arter respondentene i denne kategorien ville anbefale sine kunder som var ute etter en eksklusiv sjømatmiddag. Steinbit og laks kommer godt ut her først og fremst på grunn av pris sett i sammenheng med oppfattet kvalitet.

Figur 3d: Sjømat som anbefales for en finere middag (eksklusivt)

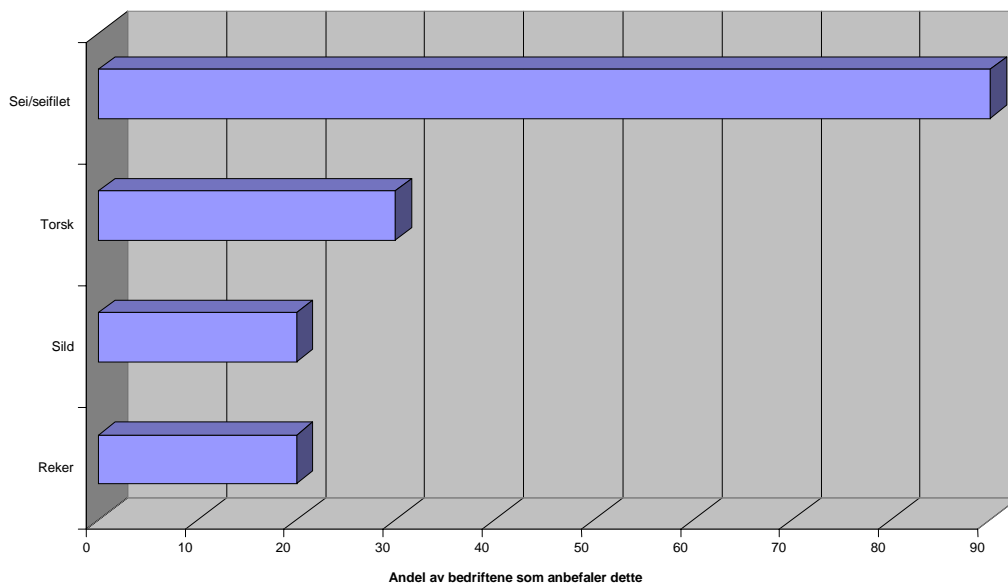


Breiflabb og kveite er også populært, men flere nevnte at kveite fortsatt er litt dyrt for ”hvermannsen”. Piggvar etterspørres fortrinnsvis av spesielt betalingsdyktige kunder som vet hva de skal ha for spesielle anledninger og ”kan” fisk godt. Mange trekker også frem torsk (torskerygg) som et bra produkt som har fått en renessanse som har fulgt av nye tilberedningsmåter.

Disse artene blir anbefalt fordi disse artene er spesielt gode på smak, er eksklusive, eller har en god, tilberedningsvennlig konsistens. Gunstig pris i forhold til kvalitet blir også trukket frem (særlig for laks og steinbit), mens mulighet for å tilby levende vare (ferskhet – f. eks. levende torsk i kar) også er viktig. Enkelte detaljhandlere videreforedler også sjømaten selv (graving/røking/paté e.l.) og kan derfor garantere for kvaliteten.

Figur 4d nedenfor viser at sei/seifilet ofte blir nevnt som kvalitet for en billig penge, og blir anbefalt for gjester som er ute etter dette. Torsk faller også inn under denne kategorien i følge våre respondenter.

Figur 4d: Sjømat som anbefales for en alminnelig middag



Pris-, kvalitet- og sesonghensyn blir trukket frem som grunnlag for anbefalingene på dette punktet.

2.3 Forbruk og tilberedning – Serveringsbedrifter

Det er også essensielt å kunne få en indikasjon på forbrukskvanta for serveringsbedriftene for de aktuelle artene. Det er selvfølgelig interessant å finne ut i hvilken grad artene er i bruk på nåværende tidspunkt, slik at nåværende kvanta kan sammenlignes med forbruksutvikling over tid etter at eventuelle markedsføringstiltak er satt i kraft. Tabell 11a-c viser omtrentlig ukentlig forbruk på nåværende tidspunkt for blåskjell, kveite og røye for de serveringsbedriftene som har gitt oss et anslag på bedriftens forbruk.

Tabell 11a: Forbruk av blåskjell

Kategori	N (antall svar)	Min	Max	Gj. sn. per uke	(Gj. sn. per år)	St.av.
(Hvis oppgitt) Ville arter: Antall kg per uke	5	1	80	31,3	1628	32,34
(Hvis oppgitt) Oppdrett: Antall kg per uke	6	20	100	45,5	2366	28,52

For blåskjell ser vi at det er kun ca halvparten (11 av 23 blåskjellintervju) som har oppgitt brukskvanta. Relativ lav respons for denne gruppen skyldes hovedsakelig at det foreløpig er en del av bedriftene som ikke benytter blåskjell i det hele tatt. Spesielt gjelder dette vanligvis de etniske- og sushirestaurantene, samt flyselskapene. Catering, kafé/kro og kantine er også segmenter som ser ut til å bruke lite blåskjell.

For de som benytter blåskjell er det, som Tabell 11a viser, store variasjoner. Forbruket anslås til fra ca 1 kg per uke til 80 kg per uke for ville blåskjell, og 20 til 100 kg for dyrkede blåskjell. Gjennomsnittlig forbruk ligger henholdsvis på ca 30 kg (1,6 tonn i året) av ville blåskjell og ca 45 kg (2,4 tonn i året) for de som bruker dyrkede blåskjell.

Tabell 11b: Forbruk av kveite

Kategori	N (antall svar)	Min	Max	Gj. sn. per uke	(Gj. sn. per år)	St.av.
(Hvis oppgitt) Ville arter: Antall kg per uke	11	1	30	10,7	560	8,39
(Hvis oppgitt) Oppdrett: Antall kg per uke	10	1	20	9,2	478	6,74

For kveite er datagrunnlaget mer omfattende, hvor 21 av 24 har svart på spørsmålet om forbruk. Svarene indikerer også at kveite er en benyttet art i bortimot alle segmenter vi har undersøkt. Gjennomsnittlig ligger

forbruket blant bedriftene i undersøkelsen på omtrent 11 kg av vill kveite, mens bedriftene som bruker oppdrettskveite har drøye 9 kg i forbruk per uke. På årsbasis utgjør dette om lag et halvt tonn per bedrift. Også her ser man (på standardavviket i forhold til gjennomsnittet) at det er store variasjoner fra bedrift til bedrift.

Tabell 11c: Forbruk av røye

Kategori	N (antall svar)	Min	Max	Gj. sn. per uke	(Gj. sn. per år)	St.av.
(Hvis oppgitt) Ville arter: Antall kg per uke	3	10	33	17,7	919	13,28
(Hvis oppgitt) Oppdrett: Antall kg per uke	10	1	22	11,0	572	-

Røye er ikke like ofte brukt som de to andre artene. En god del av bedriftene bruker ikke røye i det hele tatt. Det segmentet som ser ut til å bruke røye oftest er de mer eksklusive restaurantene og hotellene. Røye er ikke nevneverdig benyttet i de etniske- og sushirestaurantene (i hvert fall foreløpig). Fisken er også lite brukt i billigrestaurantsegmentet, og kun små mengder i catering og bankett. For de som har anslått et forbruk, ligger dette på vel 18 kg i uken vill røye (drøye 900 kg i året), og ca 11 kg for oppdrettsrøyebrukerne (ca 570 kg i året). Det er også verd å merke seg at for de som oppgir forbruk er det over tre ganger så mange som benytter seg av oppdrettsrøye i forhold til bedrifter som kjøper vill fisk.

Årsaker til ikkebruk

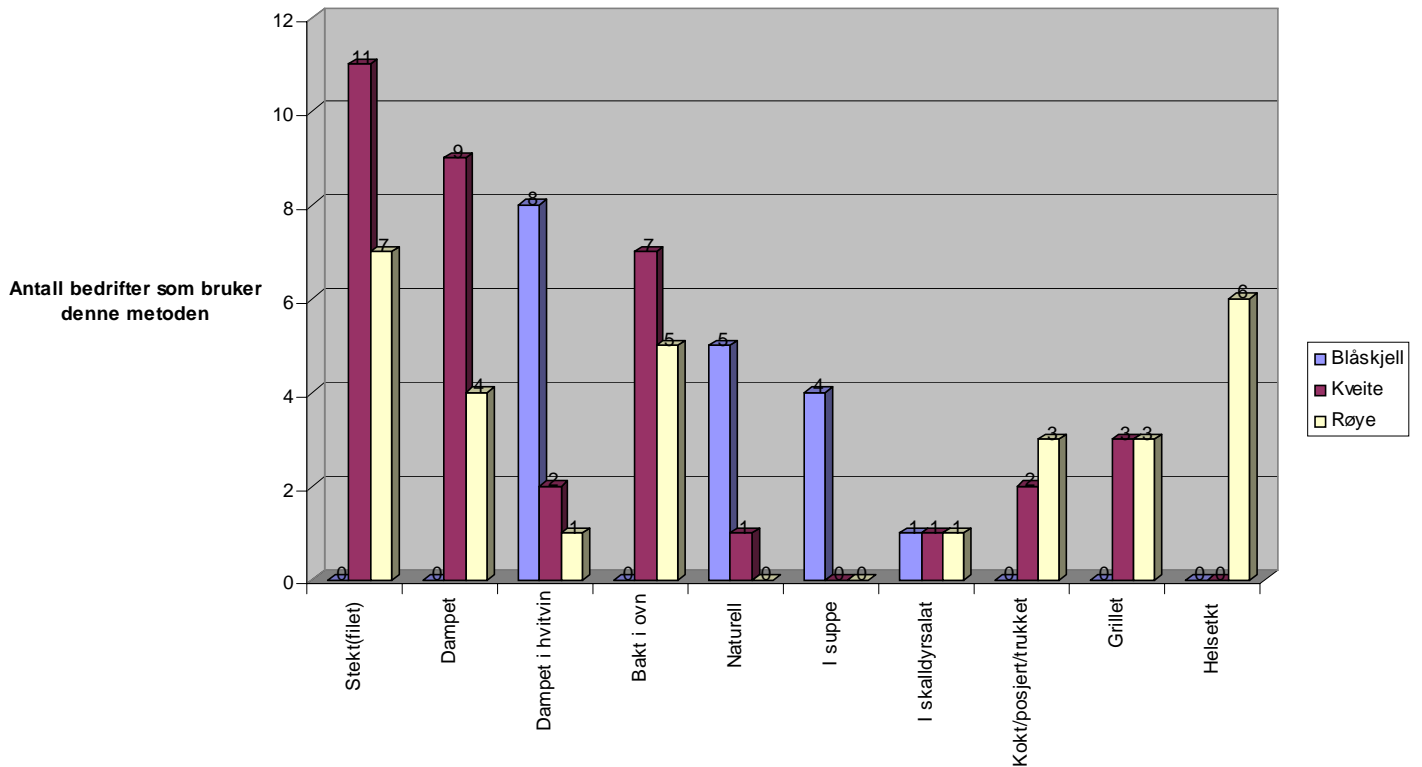
Vi spurte også de respondentene som ikke benyttet seg av den aktuelle arten hvorfor man ikke benyttet seg av produktet. Når det gjelder blåskjell er de mest typiske årsakene at man mener at blåskjell ikke er populært i bedriftens målmarked (typisk for de etniske/sushirestaurantene og flyselskaper²), man er skeptisk til blåskjell pga. algegiftfare, eller at man simpelt hen ikke liker blåskjell personlig. For de få som ikke benytter kveite nevnes for høy pris, for dårlig tilgang på vill kveite (for de som gjerne vil ha villkveite), eller for lav kvalitet på oppdrettsproduktet (fettinnhold, konsistens) som årsaker til ikkebruk. De som ikke benytter seg av røye peker på årsaker som for dårlig tilgang, at produktet ikke er tilbudt eller anbefalt av leverandør, samt at røye er for lite kjent i markedet (noe som gjør at etterspørselen fra kundene er for lav).

² Flyselskapene har begrenset meny, og er avhengig av at "alle" liker det som serveres. I tillegg peker flere på hensiktsmessig oppbevaring/tilberedning av blåskjell som et problem for denne type bedrifter.

Tilberedning

I markedsføringsammenheng er det også viktig med kunnskap om hvordan tilberedningspraksis for sjømatråstoffene er i det profesjonelle markedet. Dette er for å kunne posisjonere artene som sjømatråstoffer for denne delen av markedet. Knappt halvparten av bedriftene steker kveite som filet, og omlag 1/3 av bedriftene steker røye som filet. Damping og baking i ovn er også vanlig for disse to artene.

Figur 12a: Mest vanlige tilberedningsmetoder



Enkelte kjøkken foretrekker også å koke/porsjere eller grille disse fiskene. For blåskjell er de mest vanlige tilberedningsmetodene å dampe skjellene i hvitvin eller servere den som *naturell*. Blåskjell inngår også ofte som ingrediens i suppe.

2.4 Forbruk (salgsvolum) og tilberedning - Detaljhandel

Vi spurte også fiskehandlerne og dagligvarebedriftene om forbruk. Ingen av disse bedriftene oppga bruk av ville blåskjell, mens forbruket av dyrkede blåskjell lå på gjennomsnittlig 43 kg i uken blant de fire detaljhandelbedriftene som anslo forbruk. Av tabellen ser vi at det også her er store forskjeller i brukskvanta mellom bedriftene.

Tabell 11d: Forbruk av blåskjell i detaljhandelen

Kategori	N (antall svar)	Min	Max	Gj. sn. per uke	(Gj. sn. per år)	St.av.
(Hvis oppgitt) Ville arter: Antall kg per uke	0	-	-	-	-	-
(Hvis oppgitt) Oppdrett: Antall kg per uke	4	2	150	42,8	2226	71,55

En bedrift oppga bruk av vill kveite og tre oppga bruk av oppdrett i vareutvalget. For oppdrettsbrukerne utgjør dette gjennomsnittlig forbruk på ca 30 kg i uken, dvs. drøye halvannet tonn i året.

Tabell 11e: Forbruk av kveite i detaljhandelen

Kategori	N (antall svar)	Min	Max	Gj. sn. per uke	(Gj. sn. per år)	St.av.
(Hvis oppgitt) Ville arter: Antall kg per uke	1	8	8	8,0	416	-
(Hvis oppgitt) Oppdrett: Antall kg per uke	3	8	70	30,5	1586	34,36

Som vi ser, er det et liknende mønster som for kveite i forbruket av røye. Gjennomsnittlig forbruk av oppdrettsrøye ligger på 21 kg per uke for de bedriftene som bruker røye i vareutvalget, noe som tilsvarer et drøyt tonn i forbruk i året.

Tabell 11f: Forbruk av røye i detaljhandelen

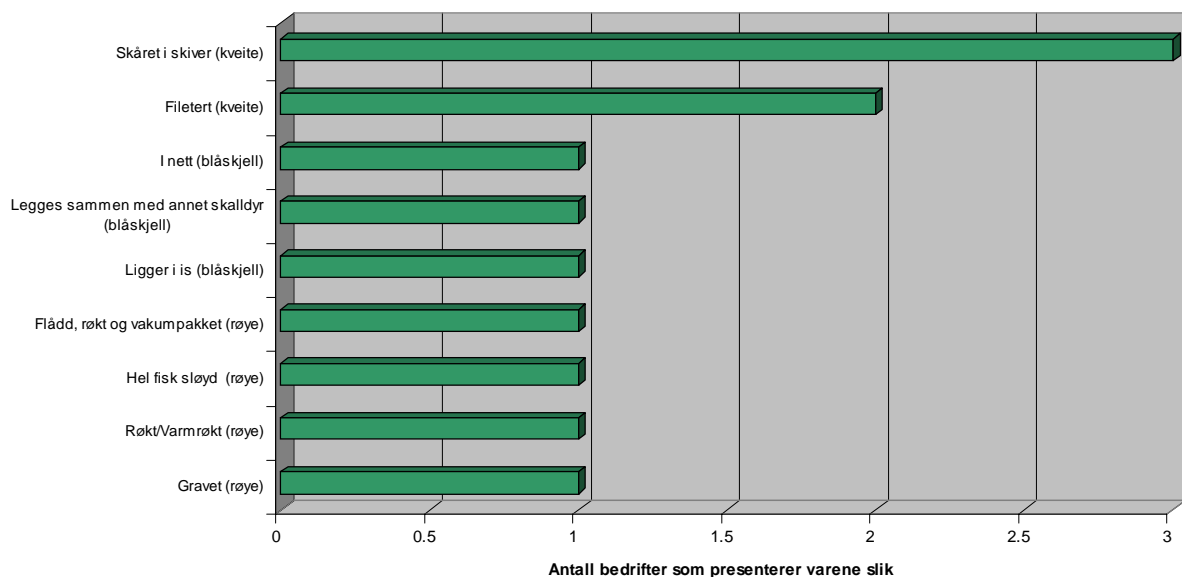
Kategori	N (antall svar)	Min	Max	Gj. sn. per uke	(Gj. sn. per år)	St.av.
(Hvis oppgitt) Ville arter: Antall kg per uke	1	30	30	30,0	1560	-
(Hvis oppgitt) Oppdrett: Antall kg per uke	3	13	30	20,8	1083	8,78

Det må bemerkes at datagrunnlaget for detaljhandelen på dette punktet kun bygger på fire observasjoner per art, noe som gjør at anslagene om forbruk ikke nødvendigvis kan generaliseres til å gjelde nasjonale gjennomsnitt. Opplysningene under dette punktet må derfor kun ses på som meget grove anslag.

Presentasjon i disk

For markedsføring av artene til konsumentmarkedet er det også interessant å finne ut litt om hvordan sjømatproduktene blir presentert for salg i detaljhandelen. Figur 12b nedenfor viser de mest typiske måten å presentere produktene på i disken. (Her må vi igjen minne om at undersøkelsen bygger på kun et fåtall observasjoner per art for dette segmentet.)

Figur 12b: Presentasjon i disk

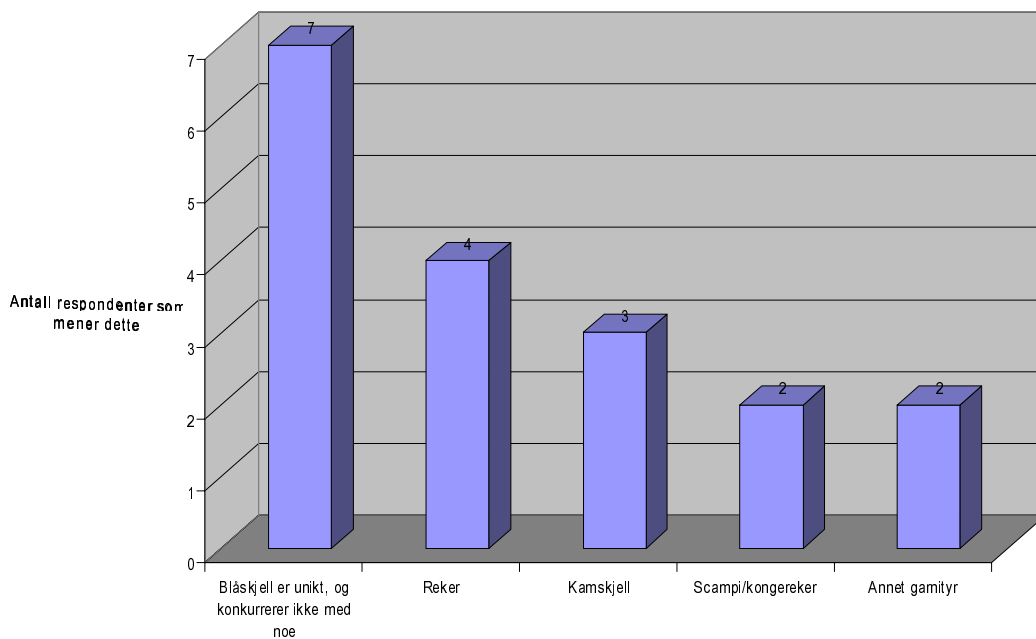


Alle de tre bedriftene som ble intervjuet om kveite presenterer fisken skåret i skiver (koteletter). To nevnte også at de presenterer fisken i filettform. Blåskjell blir gjerne lagt frem i nett, på is eller sammen med annet skalldyr når skjellene danderes i disken. Graving og røking av røye blir også til dels gjort i butikken. Røye som hel sløyd fisk eller gravet og vakuumpakket ble også nevnt som presentasjonsformer som ble benyttet.

2.5 Konkurrerende produkter på menyen- Serveringsbedrifter

Når vi nå har sett på hva serveringsbedriftene benytter og anbefaler for sine gjester/kunder, er det interessant å finne ut hva de aktuelle artene oppfattes å konkurrere med på menyen. I betydningen ”konkurrere med” mener vi hvilke andre sjømatprodukter som arten kan eventuelt substitueres med (byttes ut med/havner i samme kategori som) på menyen. Dette er viktig for å finne ut hvilke produkter artene må differensieres mot i markedskommunikasjonen. Vi har derfor spurt våre respondenter om dette.

Figur 15a: Hva konkurrerer med blåskjell på menyen?

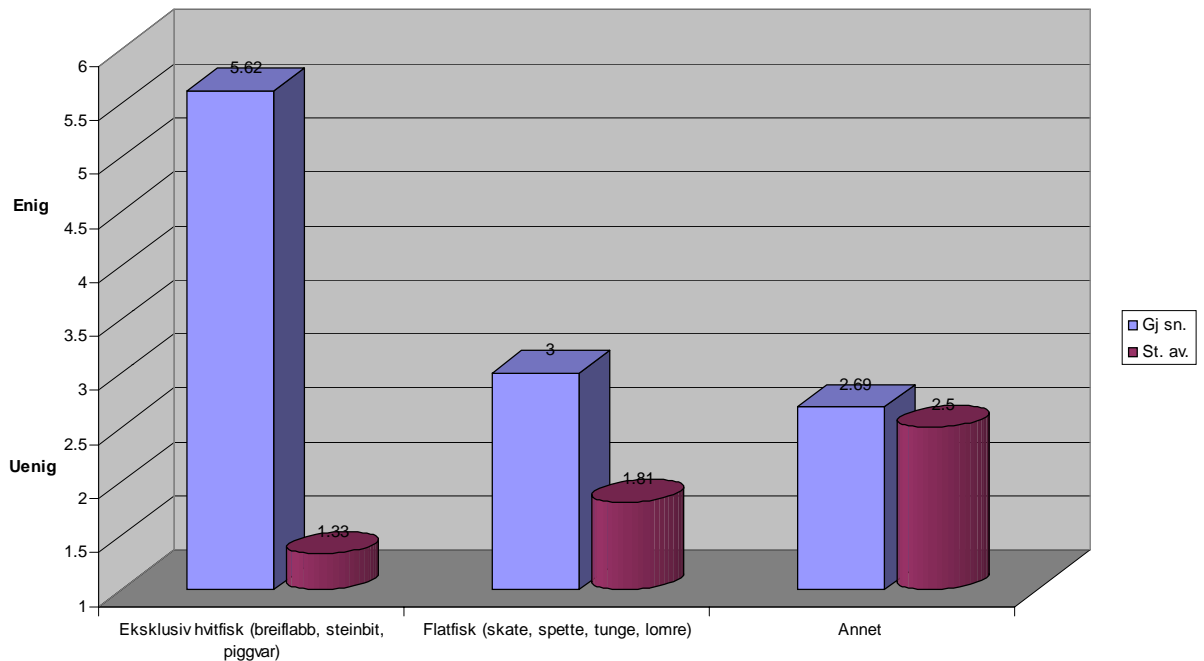


Som vi ser fra Figur 15a, mener ca 1/3 av bedriftene som ble intervjuet om blåskjell at dette produktet er såpass spesielt eller unikt at det faktisk ikke har en direkte konkurrent på menyen. Dette er for såvidt interessant i seg selv i posisjoneringssammenheng, siden produktet da ikke nødvendigvis overlapper med en rekke andre produkter man ønsker å posisjonere. Av de resterende bedriftene som har svart på dette, mener flest at blåskjell konkurrerer med reker. Først og fremst har vi inntrykk av at dette er fordi reker kan være en konkurrent som råvare både for brukssituasjonene som forret (skalldyrcocktail e.l.), i buffet/koldtbord, i supper/sauser og som garnityr/dekorasjon. Reker har også liknende særtrekk som blåskjell fordi at reker også a) er dekorativt visuelt/fargemessig, b) havner i skalldyrkategorien (sammen med blåskjell i salater/cocktails/buffet), c) mange liker det og d) det er forholdsmessig rimelig. Mye av det samme kan sies om

scampi/kongereker eller annet garnityr som sjøkreps, krepsehaler, oskjell hjerteskjell e.l. I mere eksklusive sammenhenger konkurrerer blåskjell med kamskjell, fortrinnsvis som forret (som f. eks. hvitvinsdampede blåskjell versus kamskjell servert i skjellet). Med hensyn til blåskjell som ingrediens, har mange problemer med å sammenligne blåskjell med f. eks. sopp. Det nærmeste her - er igjen annet skalldyr som pillede reker og krepsehaler. Som "kosemat" har vi inntrykk av at blåskjell havner i kategorien "sosial mat for spesielt interesserte", som f. eks. smalehovud, gravlaks eller lutefisk.

Når det gjelder kveite og røye var vi i stand til å få kvantifisert svarene i noe større grad. For kveite kan vi med ganske stor sikkerhet si at hovedkonkurrenten er annen eksklusiv hvitfisk, og da spesielt breiflabb. Dette kan vi se fra Figur 15b hvor denne kategorien (firkantet søyle til venstre) har høy gjennomsnittsscore 6.62 (!) av maksimalt 7.00 = "Helt enig", og samtidig lavt standardavvik på 1.33 (rund søyle til venstre) som indikerer lav spredning i svarene (dvs. at respondentene er enige om dette). Kategorien "Annen flatfisk"³ scorer betydelig lavere som direkte konkurrent (ett skalapoeng lavere enn "Middels enig" = 4.00).

Figur 15b: Hva konkurrerer med kveite på menyen?



³ Her bør det nevnes at piggvar sannsynligvis oppfattes mest som en eksklusiv hvitfisk, selv om det også er en flatfisk slik kveite også er.

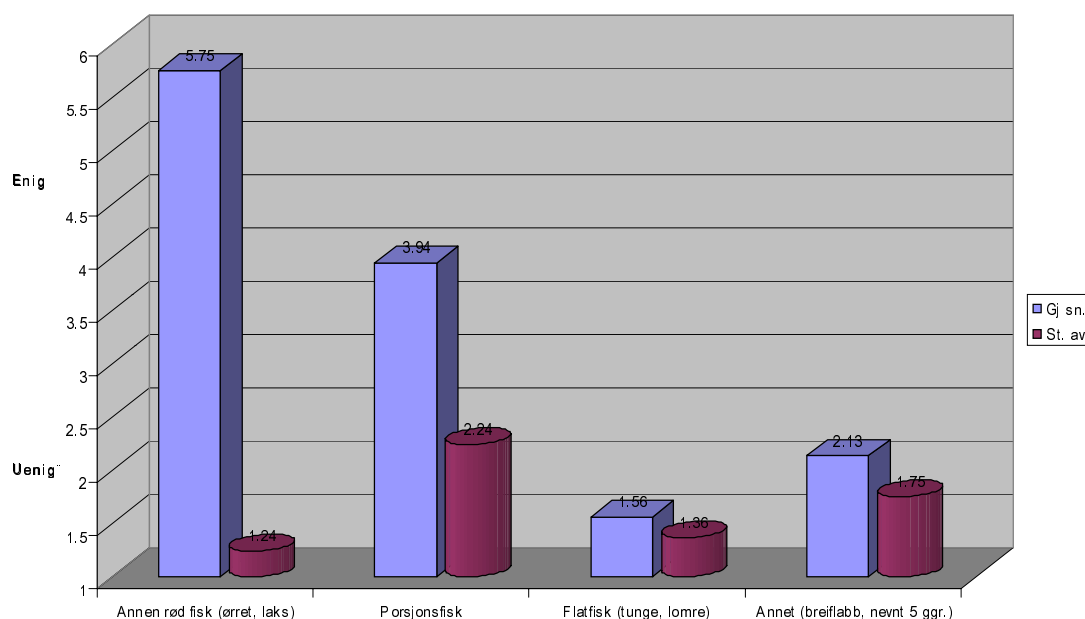
Dette er verdt å merke seg, fordi man kunne i utgangspunktet tenke seg at kveite konkurrerer med annen flatfisk pga. liknende filetering/tilberedning. Dette er altså ikke tilfellet, kveite havner først og fremst i kategorien "Eksklusiv hvitfisk" pga. pris, moderat/høy eksklusivitets- oppfatning, smak, konsistens og farge – egenskaper som deles med f. eks. piggvar og breiflabb.

En del andre arter ble nevnt som konkurrenter til kveite. Fortrinnsvis ble hummer og kamskjell eller mer eksotisk fisk som tunfisk og sverdfisk nevnt i denne sammenheng. Svarene er imidlertid mer usikre i denne kategorien.

EFF var spesielt opptatt av om røye først og fremst oppfattes som en *fisk med rødt kjøtt*, som en *porsjonsfisk* eller i kategori med mer *høyere priset fisk* som f. eks. (sjø)tunge. Figur 15c viser at våre svargivere er helt klare på dette punktet, om mulig mer enn i tilfellet med kveite. Røye oppfattes først og fremst som *en rød fisk*. Videre er respondentene bare halvveis enig i at røye fortrinnsvis er en porsjonsfisk som (f. eks. makrell eller abbor kan være).

Respondentene er, som det fremgår, helt uforstående til en kobling mot flatfisk som tunge eller lomre. Noe nærmere i konkurrentoppfatning ligger faktisk breiflabb, mest pga. eksklusivitetsoppfatningen.

Figur 15c: Hva konkurrerer røye med nå menner?

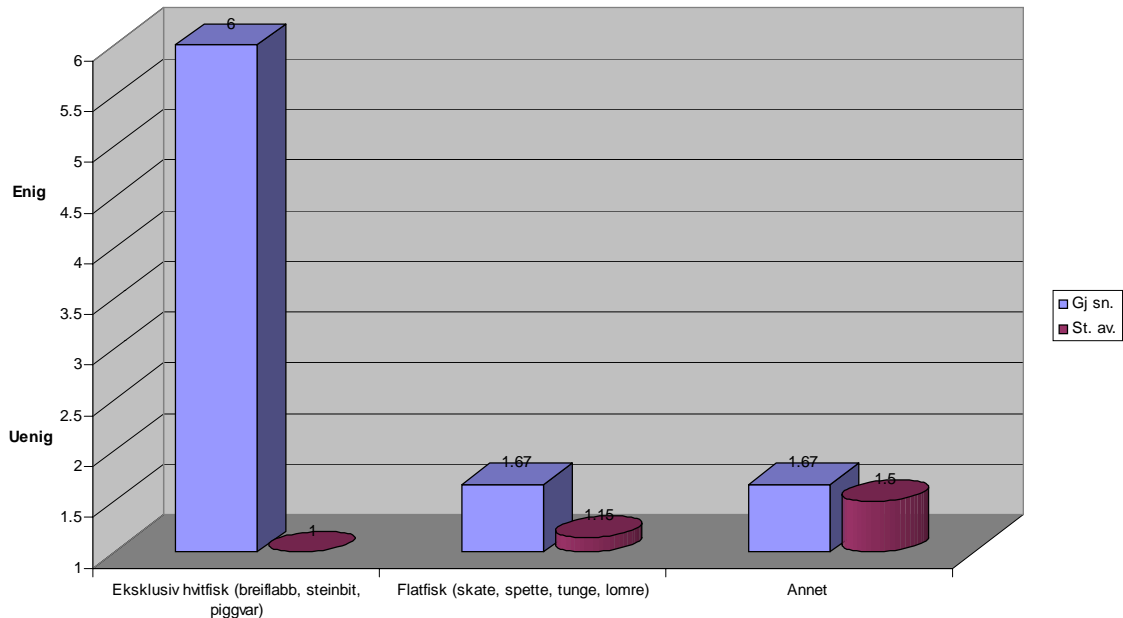


2.5 Konkurrerende produkter i sjømatvareutvalget - Detaljhandelsbedrifter

Av de tre bedriftene som ble intervjuet om blåskjell mente to at sterkeste konkurrent i vareutvalget var reker, og den siste mente at andre skjell generelt var de sterkeste konkurrentene til blåskjell i butikken.

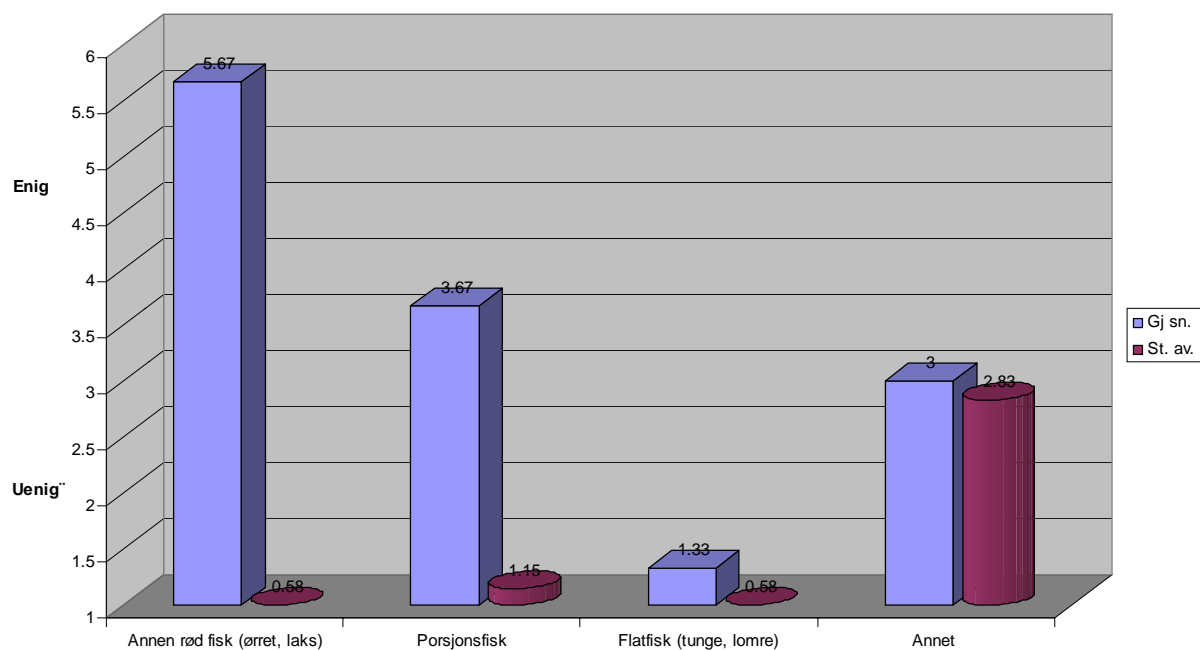
Når det gjelder de som ble intervjuet om kveite var respondentene våre i detaljhandelen helt enige seg imellom i at kveite konkurrerer med annen eksklusiv hvitfisk, som vist i Figur 15d. Våre tre ”kveiterespondenter” mente at kveite ikke konkurrerer i kategorien med annen flatfisk. Det er altså tydeligvis ikke de yre fysiske egenskapene som skiller kveite fra konkurrentene, først og fremst.

Figur 15d: Hva konkurrerer med kveite i vareutvalget?



For røye er det også tydelig at detaljhandelsbedriftene er på linje med i serveringsbedriftene i undersøkelsen. Røye konkurrerer først og fremst i kategorien *rød fisk* (dvs. med laks og ørret som er røde i kjøttet), og det er liten uenighet om dette. Man er også bare halvvegs enig i at røye konkurrerer med annen porsjonsfisk, men derimot helt enige i at røye ikke konkurrerer med flatfiskene tunge og lomre.

Figur 15e: Hva konkurrerer røye i vareutvalget?



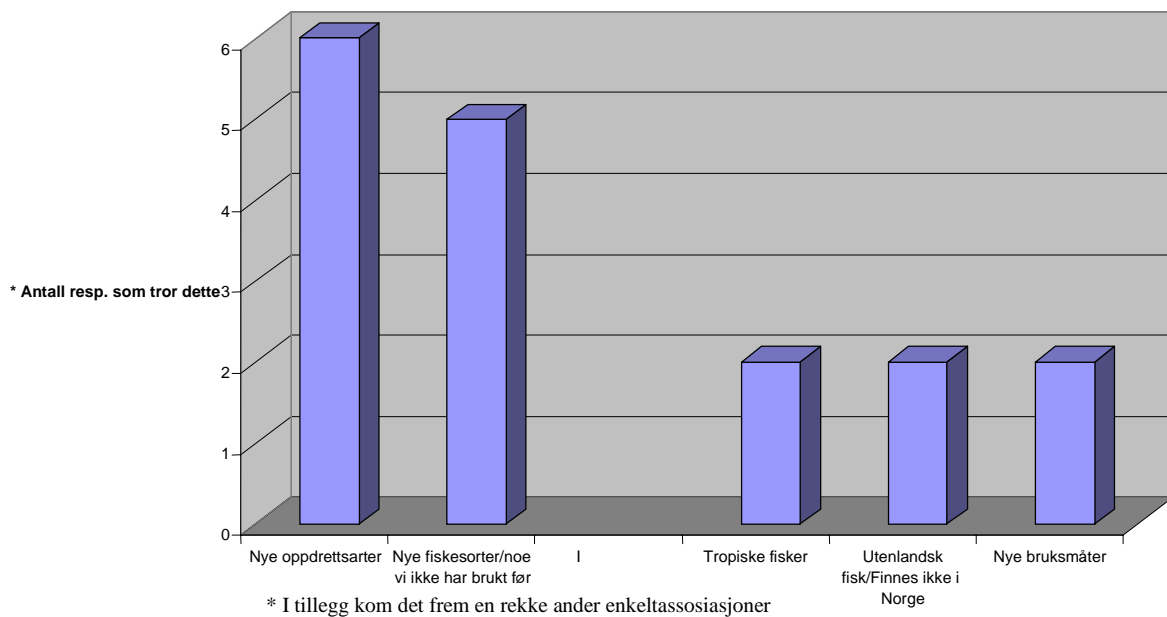
Under kategorien ”Annet” nevnes også mer eksklusiv fisk som breiflabb og til dels steinbit.

3 Andre forhold av interesse

3.1 Begrepet "Nye arter", holdninger til opphav, leveranser – Serveringsbedrifter

EFF uttrykte ønske om å få undersøkt oppfatninger og kjennskap til begrepet "Nye arter" som bl. a. har vært bruk som en arbeidstittel for oppdrettsarter som det er relativt nylig igangsatt produksjon på i Norge. Artene er selvfølgelig ikke "nye" i ordets rette forstand, noe som potensielt kan avstedkomme enkelte misforståelser, som denne undersøkelsen også kan tyde på. Vi spurte derfor respondentene om de hadde hørt om begrepet og hva de eventuelt forbandt med dette. En del har oppfattet begrepet gjennom media, har hørt om det gjennom kollegaer i sin bransje eller vært i kontakt med EFF. Ut over det var det en del som ikke hadde noen formening om hva dette er, samt en del som prøvde seg på en mer eller mindre fantasifull gjetning. Dette tyder på at begrepet kan være misvisende - og definitivt heller ikke tilstrekkelig innarbeidet i markedet. Figur 5a gir en oversikt over hvordan dette begrepet oppfattes av de som mente at de hadde noen formening om det

Figur 5a: Hva assosieres med "Nye arter"?

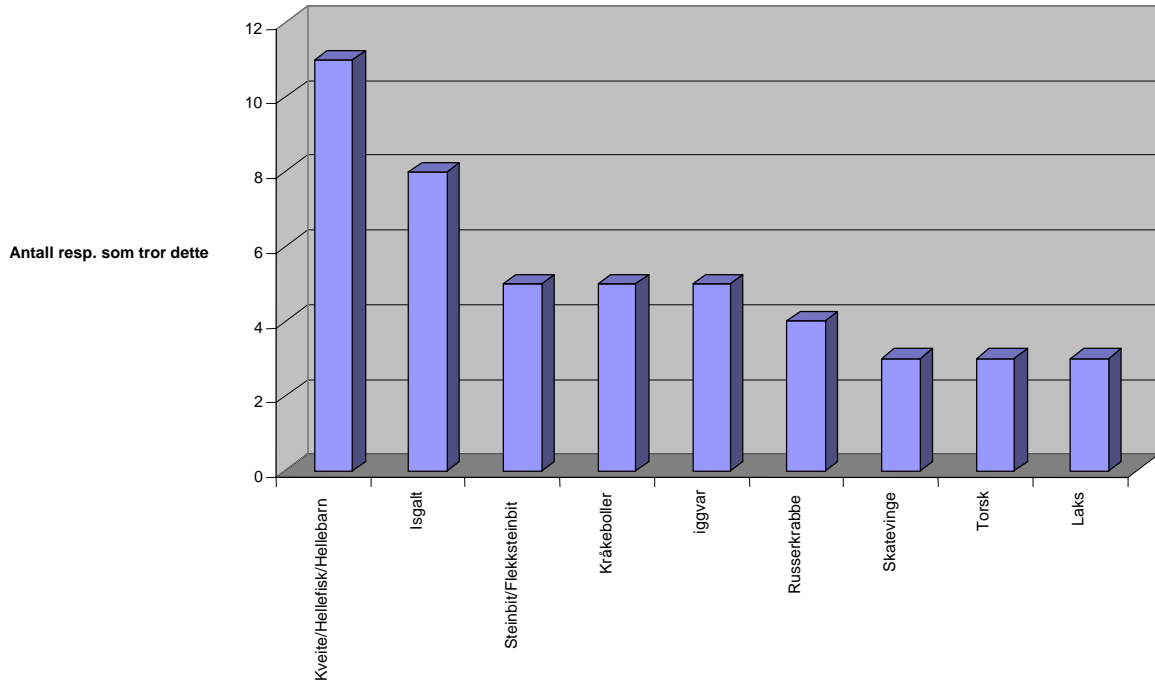


(dvs. litt over halvparten av respondentene - 26 av 50).

10% av respondentene i serveringsbedriftene (6 av 60, søylen til venstre i diagrammet) vet eksakt hva "nye arter" betyr, noen få er i nærheten av et riktig svar, mens resten enten gjetter feil eller forbinder ingenting med det eller ikke har hørt om begrepet. Enkelte negative assosiasjoner som "klonet fisk", "genmanipulert fisk" eller "fisk i bur" kom også frem.

Vi tok denne begrepskunnskapstesten litt videre og spurte respondentene hva slags arter de tror omfattes av ”nye arter”. Knappe halvparten av respondentene svarte på dette. Resultatet fremgår av figur 5b nedenfor.

Figur 5b: Hvilke arter er "Nye Arter"?

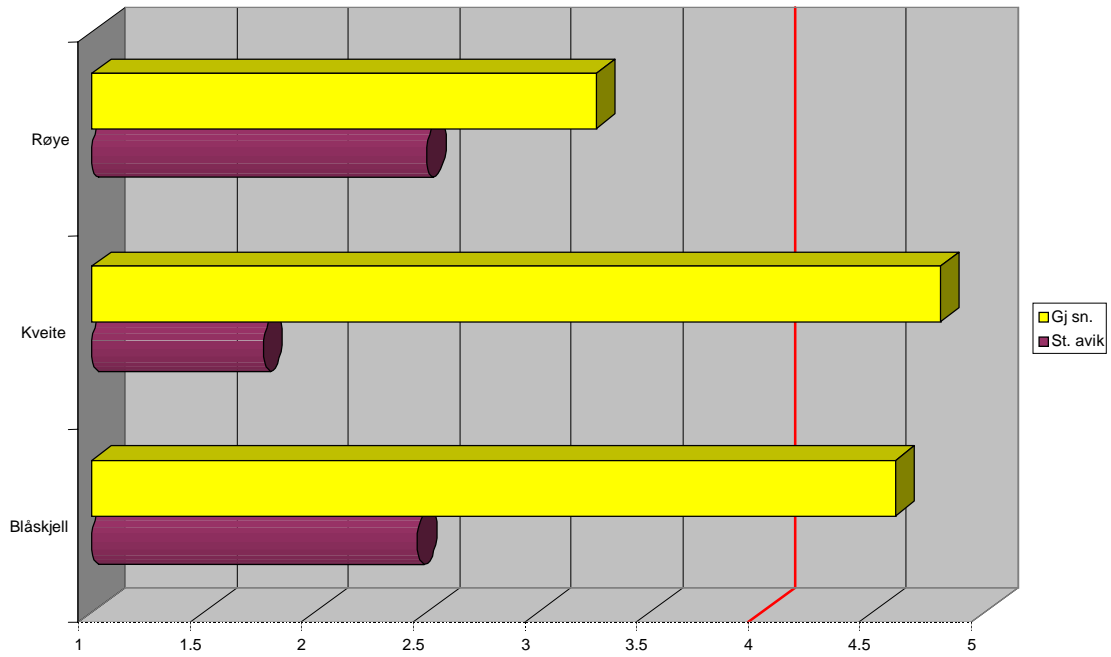


33 arter ble nevnt, hvorav mere kreative forslag som barracuda, sverdfisk og månefisk var blant de mest originale. Med litt hjelp fra intervjuer (sa etterhvert at det dreide seg om nye *oppdrettsarter*) greide en rimelig mengde av respondentene å nevne minst en ”ny art” som figuren ovenfor viser.

Opphav

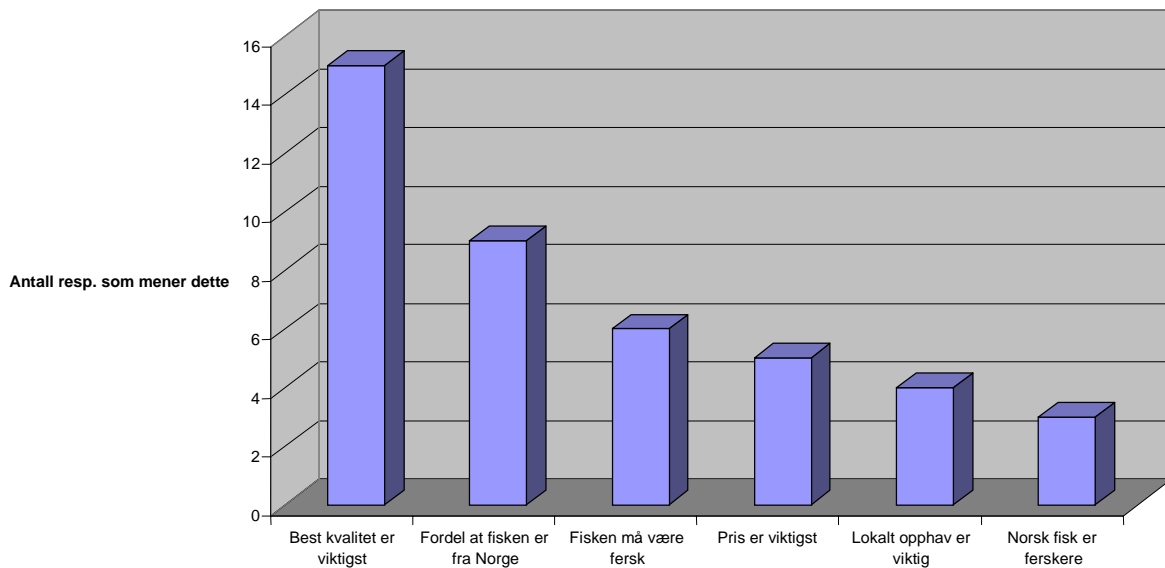
EFF var også interessert i finne ut om opphav for sjømaten hadde noen betydning for dette markedet. For en del av respondentene var dette viktig, mens en del andre var mer mindre likegyldig til om sjømaten var norsk. Figuren nedenfor viser hvordan respondentene oppfatter viktigheten av opphav fordelt på svargiverne for de tre artene adskilt.

Figur 6a: Betydningen av opphav



Her er det brukt en sjupunktsskala hvor 1= ikke viktig og 7 = meget viktig. Gjennomsnittet ligger rundt +4 som tilsvarer svar ”sånn midt i mellom” eller ”litt viktig, men ikke mye”. Relativt høyt standardavvik indikerer at det er en god del varians i svarene, dvs. meningene er delte om dette. Mest opptatt av opphav er ”kveiterespondentene”, som også er mest sikre i sine svar (lavest standardavvik). En del uttrykte også at de var mer opptatt av lokalt opphav (særlig i Tromsø) enn nasjonalt opphav.

Figur 6b: Kommentarer til spørsmålet om opphav

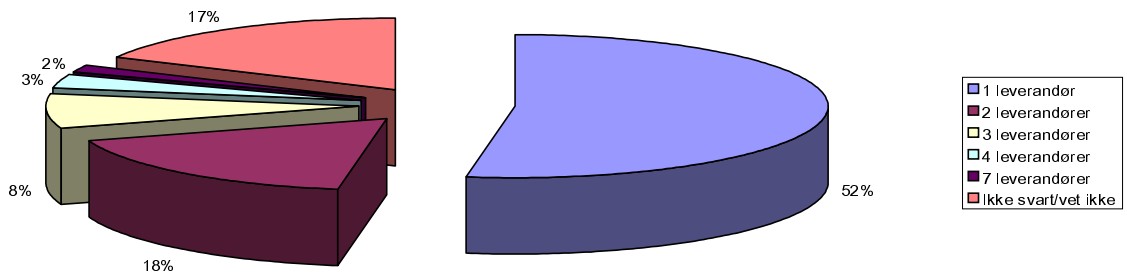


Som vi ser er en del mest opptatt av kvalitet og/eller pris. Andre foretrekker norsk fisk på grunn av ferskhetsgraden, eller norsk fisk generelt. Enkelte peker også på at utenlandsk fisk flys/fraktes inn med en ferskhetsgrad som er fullt ut akseptabel, og da blir andre kriterier som pris og kvalitet viktigere enn opphav. Som nevnt ovenfor er også en del opptatt av å kunne reklamere med lokalt opphav.

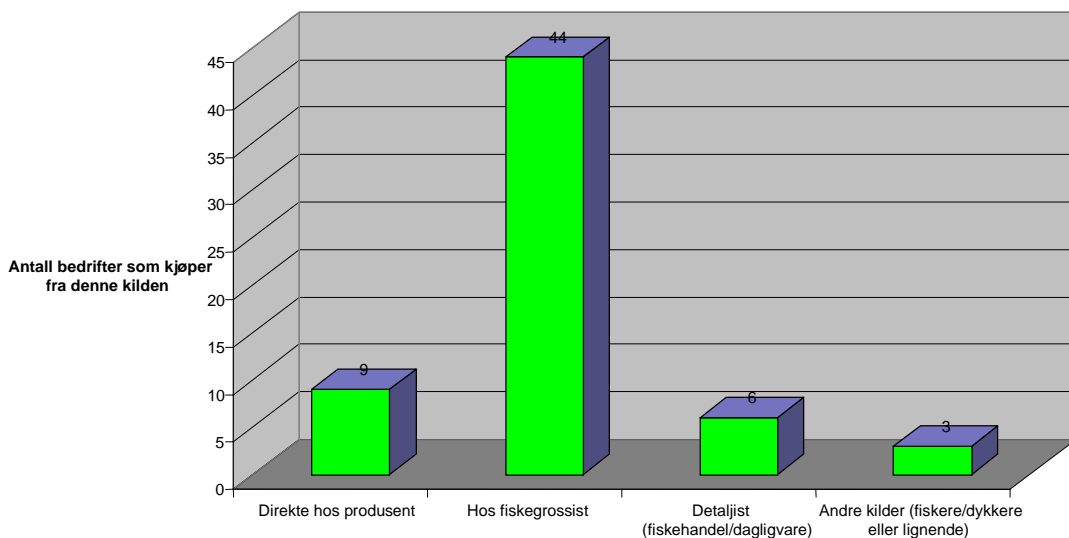
Leverandører

Vi fant det også interessant å undersøke hvor mange leverandører av sjømat som bedriftene benyttet seg av. Over halvparten nøyer seg med én leverandør, og kun et fåtall av bedriftene har mer enn to leverandører. Det er åpenbart at bedriftene er ganske så lojale overfor én eller to leverandører, som ofte beholdes som hovedleverandør over en årrekke.

Figur 7a: Antall sjømatleverandører bedriftene benytter



Figur 7b: Hvor sjømaten kjøpes fra



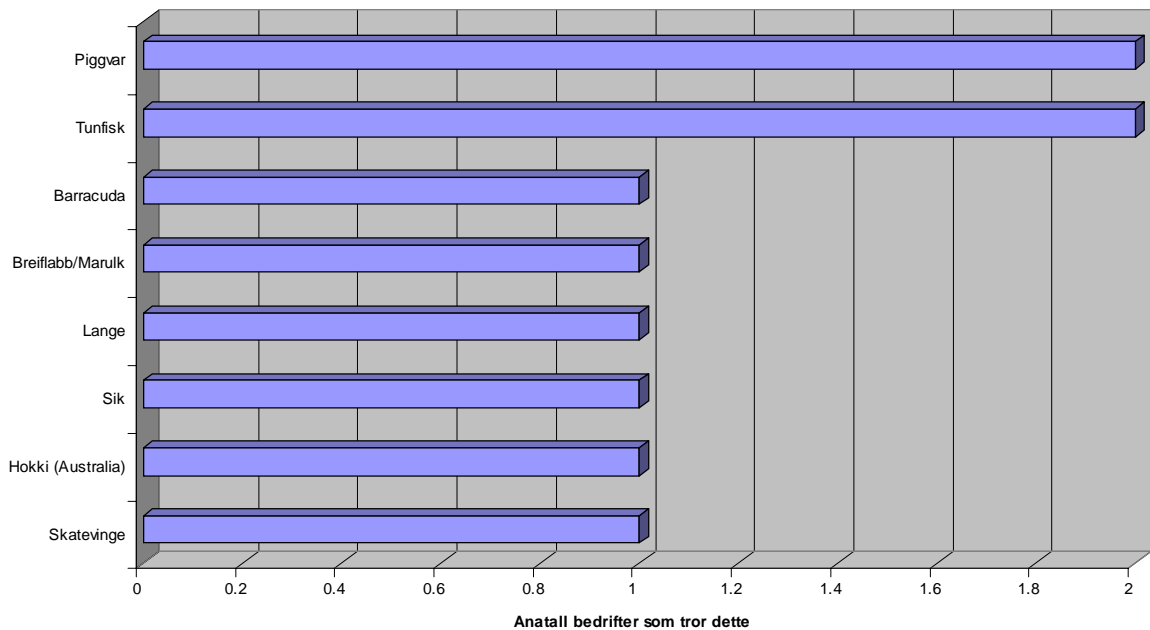
Det var også et ønske fra EFFs side å finne ut hvor disse bedriftene handler sjømaten sin fra, og spesielt om det var mange som handlet direkte fra oppdretter/produsent. Det viser seg at langt de fleste (ca 75%) handler hos fiskegrossist.

Omtrent 15% av bedriftene kjøper inn direkte fra oppdretter, mens et fåtall også benytter seg av innkjøp fra fiskehandel eller rett fra fiskere/dykkere. (NB! Enkelte bedrifter kjøper inn fra mer enn én kilde).

3.2 Begrepet "Nye arter", holdninger til opphav, leveranser – Detaljhandelsbedrifter

Vi testet også kunnskapsnivået hos detaljhandelbedriftene om begrepet "Nye arter". Her var kunnskapen enda dårligere enn hos serveringsbedriftene. Mange gjettet feil på hvilke arter dette begrepet henviser til, som det fremgår av Figur 5c.

Figur 5c: Hva detaljhandelen tror "nye arter" er

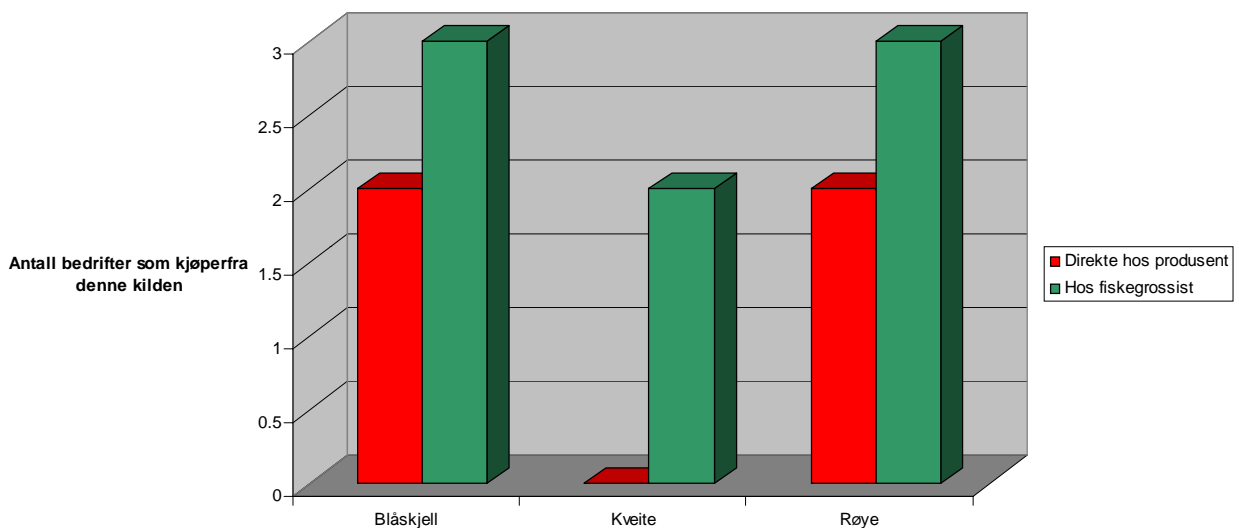


Kun et par av bedriftene var i stand til å nevne arter som inngår i ”Nye arter”. Ellers var det mange artsassosiasjoner til utenlandsk eller tropiske fisker. Begrepet ser altså ut til å være lite kjent i detaljhandelen.

På spørsmål om viktigheten av norsk opphav ble dette bedømt som noe under middels viktig (3,20 i gjennomsnitt og 2,15 i standardavvik på en sjupunktsskala), selv om det var en del spredning i svarene på dette punktet.

Tre av bedriftene oppga at de kun hadde én leverandør av sjømat, mens resten av enkeltbedriftene hadde henholdsvis 2, 3, 4, 9, 11 og 17 leverandører hver.

Figur 7c: Hvor detaljhandelen kjøper varene fra



For detaljhandelsbedriftene ser det ut til at tilbøyeligheten til å kjøpe direkte fra produsent er relativt større enn for serveringsbedriftene, selv om utvalget detaljhandelsbedrifter er for lite til å kunne si dette med sikkerhet. Flere av bedriftene som ble intervjuet om blåskjell og om røye benyttet seg av både grossist- og produsentleverandører. De vi intervjuet om kveite kjøpte imidlertid fisken sin kun fra grossist.

4 Assosiasjoner og holdninger til artene

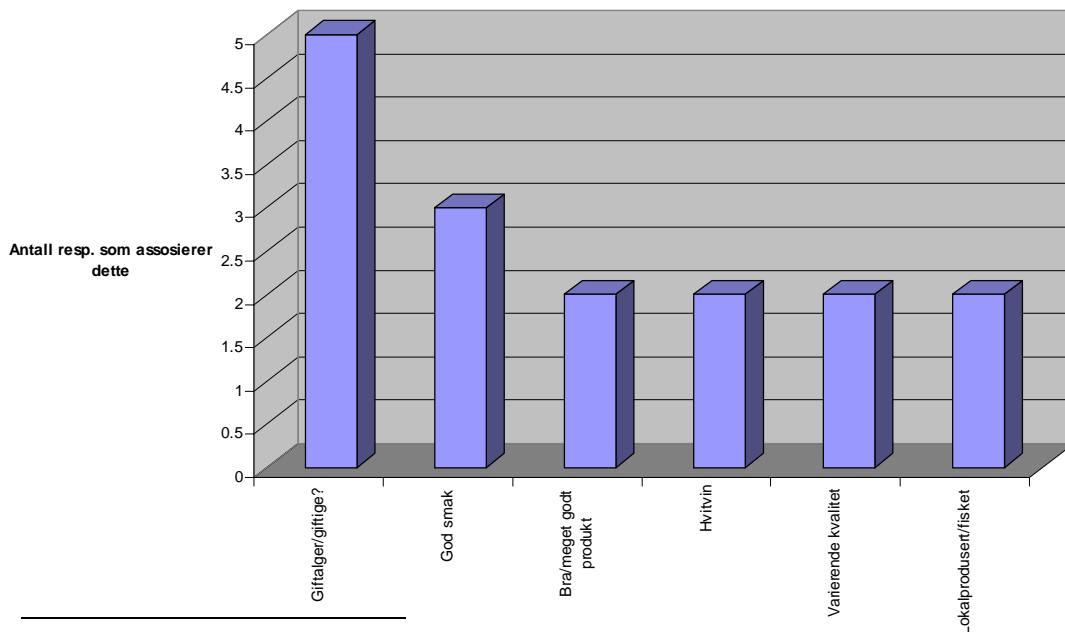
4. 1 Assosiasjoner og holdninger - Servering

Holdninger og assosiasjoner er viktig å måle i posisjoneringsøyemed. Når man skal utforme et overtalende kommunikasjonsbudskap⁴ (f. eks. en reklame info- eller PRkampanje), er det viktig i en innledende fase å legge vekt på positive momenter som mottaker av budskapet kan si seg umiddelbart enig i. Måling er derfor nødvendig for å finne frem til slike momenter hvor positive aspekter kan fremheves og negative tones ned. Vi har i denne undersøkelsen også lagt vekt på en både en kvalitativ (se spørsmål 8, 9 10 og 13 i intervjuguidene) og kvantitativ tilnærming (se spørsmål 14 i intervjuguidene). Spørsmål 14 er inkludert spesielt, slik at holdninger kan måles relativt nøyaktig med samme metode både før og (eventuelt) etter tiltak for å kunne måle en eventuelt effekt av kommunikasjonsmessige markedsføringstiltak.

Frie assosiasjoner er i praksis hva respondenten aller først tenker på nå han/hun blir introdusert for et begrep eller annet subjekt, og er vanligvis det som ligger fremst i bevisstheten hos vedkommende. Man kan også tenke seg at første-assosiasjonene fungerer som et slags kommunikasjonsmessig "filter" som man som markedsfører må trenge igjennom. Derfor er disse assosiasjonene viktige å måle.

Figur 8a viser hva svargiverne i "blåskjellintervjuene" assosierer med blåskjell.

Figur 8a: Assosiasjoner til Blåskjell



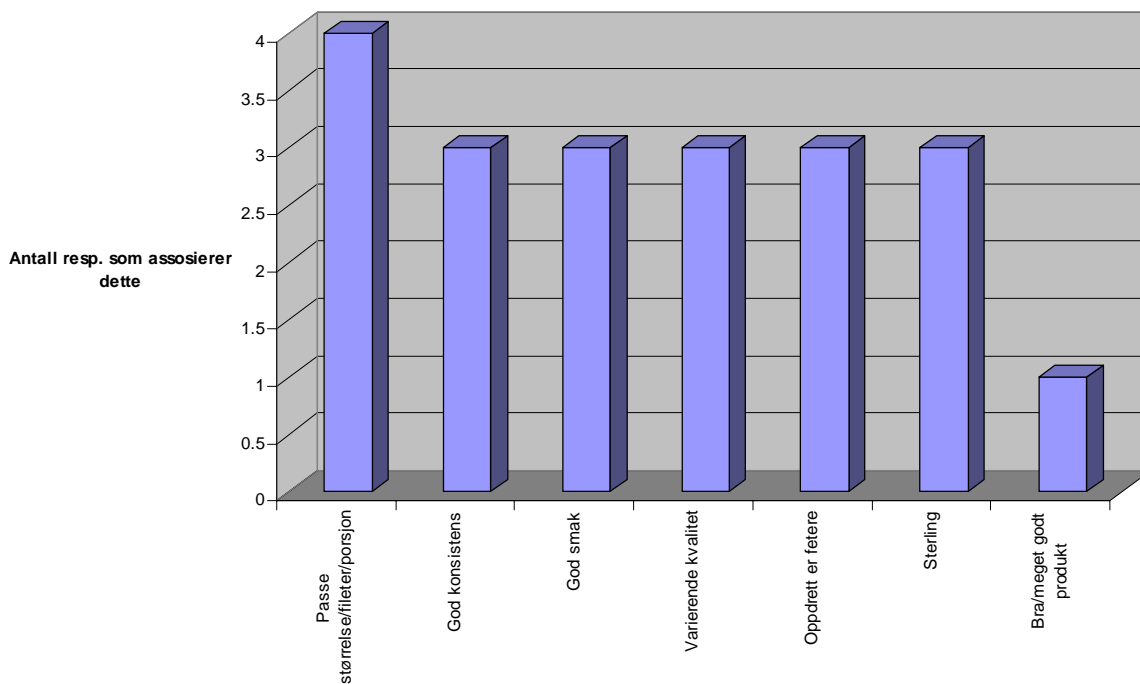
4

Jfr. Bovée, C.L & J.V. Thill (1992) "Business communication today". McGraw Hill, New York

Som vi ser, er den mest typiske assosiasjonen ”giftalger” (søylen til venstre). Fakta er at en del av respondentene (særlig de etniske) er meget skeptiske, bortimot livredde, for blåskjell forgiftet med alger. Dette er en åpenbart negativ assosiasjon, som må overkommes i markeds-kommunikasjonen. Ellers er det stort sett positive assosiasjoner (god smak/godt produkt) som kan fremheves. En del forbinder blåskjell med tilberedningsmetoden (hvitvin, som også er moderat positivt) og lokalt opphav (spesielt Stavanger-området, dvs. Lysefjorden) .

Når det gjelder kveite er assosiasjonene nesten udelt positive. For oppdrettskveite fremheves størrelsen som gunstig. Kveitas kjøttkonsistens trekker også opp, ved siden av god smak. Enkelte mener at oppdrettskveite er fetere enn vill, og av og til litt løsere i konsistensen, og noen få klager på varierende kvalitet på oppdrettsproduktet. Interessant er det også at assosiasjoner rundt merkenavnet *Sterling* også kommer frem. Undertegnede har på grunnlag av denne og en tidligere liknende undersøkelse fått inntrykk av at dette merkenavnet har fått satt seg godt i det norske kveitemarkedet.

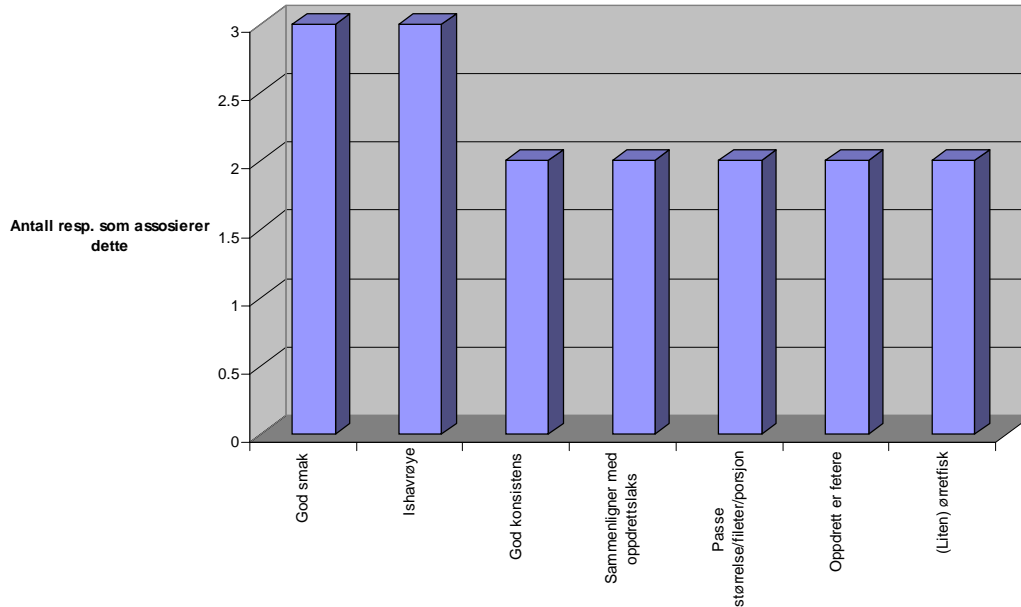
Figur 8b: Assosiasjoner til oppdrettskveite



For røye ser vi også at det er en hovedvekt av positive assosiasjoner. Det må bemerkes at røye ser ut til å være mindre kjent i målgruppen enn kveite og blåskjell (særlig gjelder dette for etniske restauranter), slik at enkelte ikke har assosiasjoner i det hele tatt. Positivt for røye er at den

oppfattes som spesielt god i smak, og har en god konsistens på kjøttet. Hendig størrelse, også for porsjon, trekker også opp.

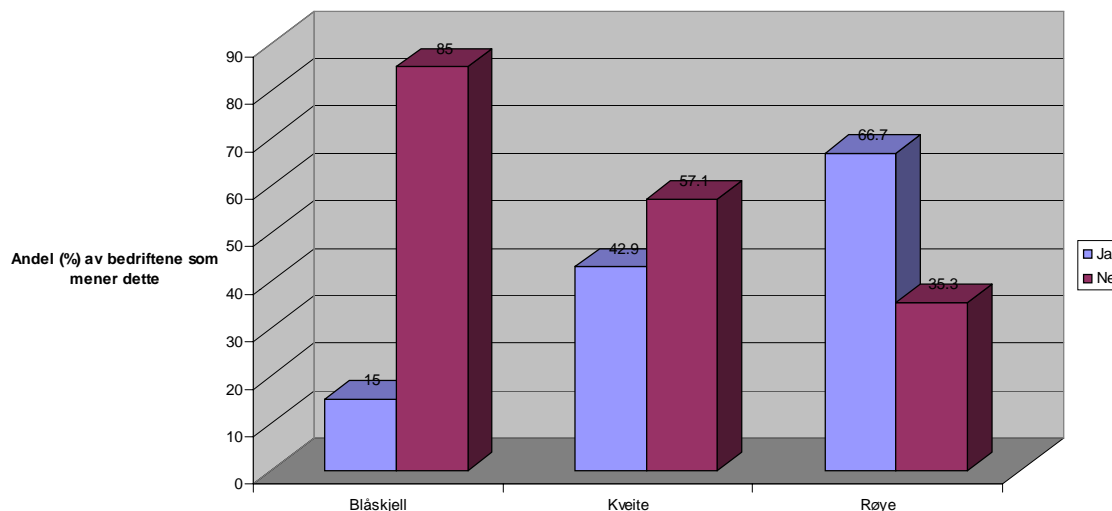
Figur 8c: Assosiasjoner til oppdrettsrøye



Flere forbinder røye med *Ishavsrøye*, som betegnes som et godt og spennende navn. Røye-entusiastene (fortrinnsvis i topp- i mellomsegmentet) liker røye på menyen fordi det er litt "nytt" og spennende og gir en overraskelse til kunden. For øvrig er det mange som sammenligner røye med laks og ørret, først og fremst på grunn av fargen (jf. også Figur 15c og 15e). Noen få klager også på litt ujevn kvalitet på oppdrettsproduktet.

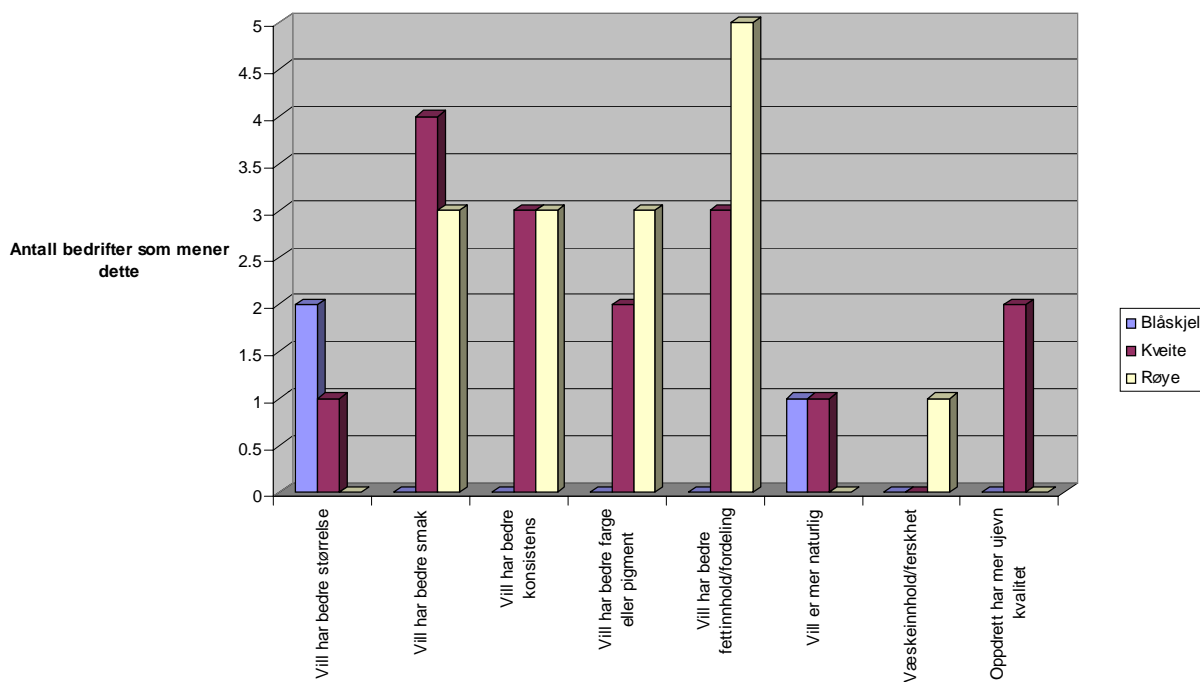
Vi var også interessert i å finne ut om respondentene mente om det er noen forskjeller på vill- og oppdrettssjømat for de aktuelle artene. Som det fremgår er det kun et fåtall som mener det er noen særlig forskjell på dyrkede og ville blåskjell. For kveite er det mer delte meninger om dette, mens for røye mener flertallet (2 av 3) at det er én eller flere forskjeller.

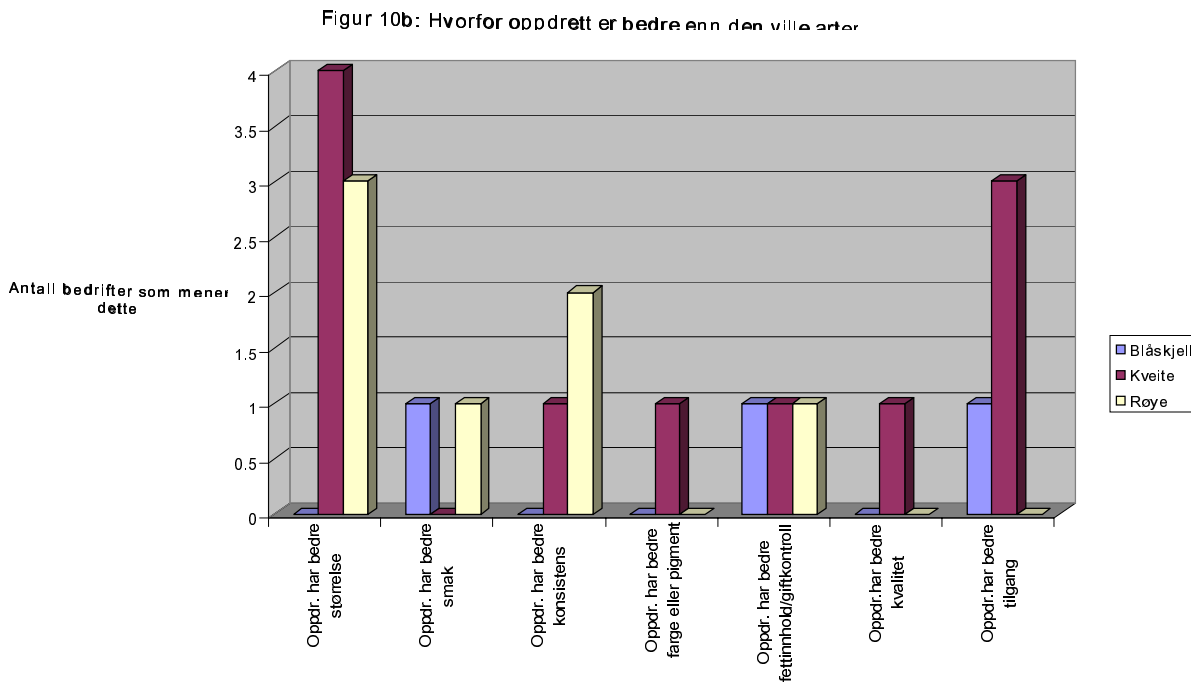
Figur 9a: Er det forskjell på vill og oppdrett av denne arten?



Figur 10a og 10b nedenfor viser oppfatninger om disse forskjellene. Figurere er for så vidt selvforklarende, men det kan bemerkes at oppdrett sliter litt med oppfatninger fettinnhold og "unaturlighet" men scorer positivt på gunstig størrelse. Som med mange andre produkter er det slik at noen simpelt hen "liker rød bil, mens andre vil ha blå bil".

Figur 10a: Hvorfor den ville arten er bedre enn oppdrett

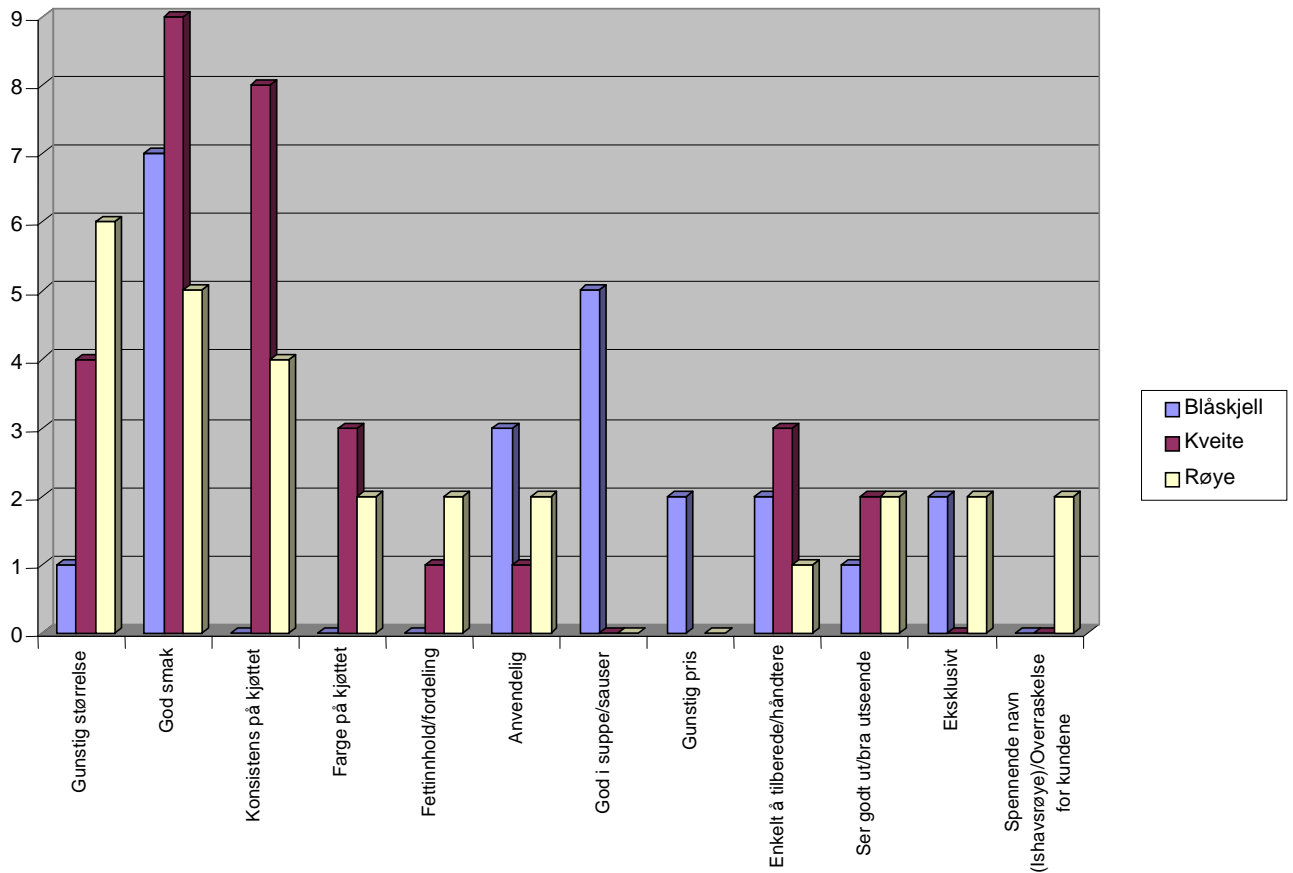




Dette er det selvfølgelig vrient å gjøre noe med, men en klar profilering på oppdrettproduktene udiskutable positive aspekter er kan bidra til å vri preferansene over mot oppdrettssjømat. For en del kokker og forbrukere gjelder det bare å få vedkommende til å prøve produktet. En del kokker har aldri prøvd oppdrettsproduktene, og vil forhåpentligvis få seg en positiv overraskelse hvis de gjør det.

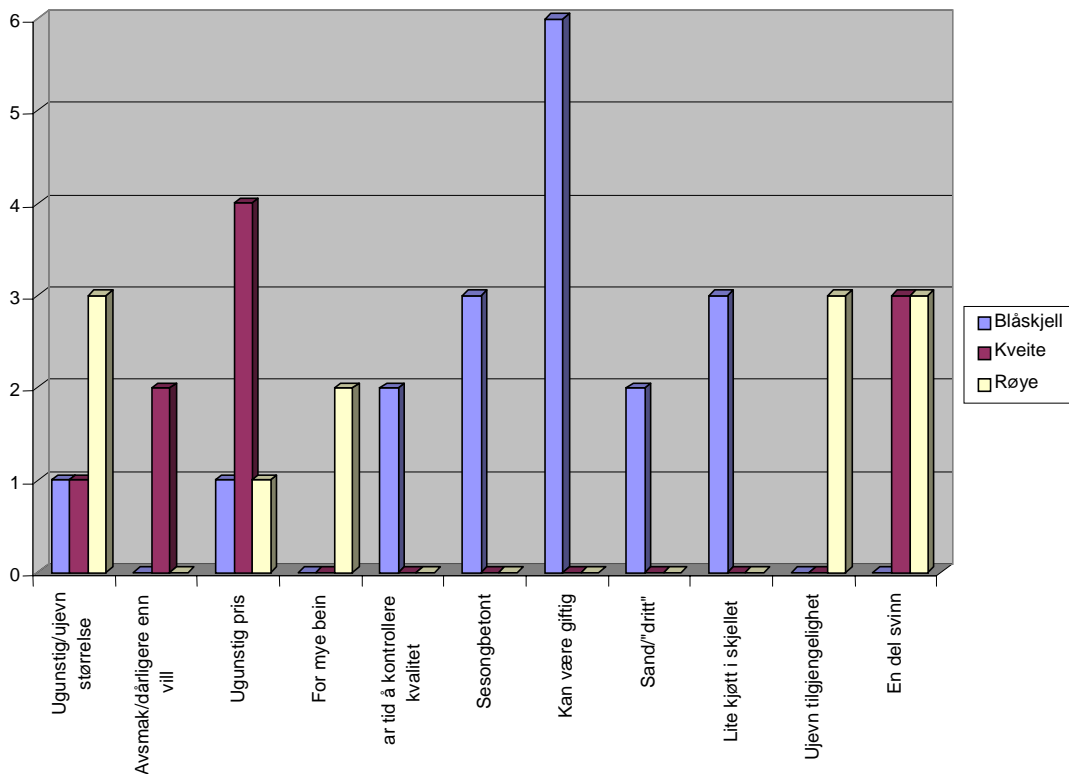
I denne sammenheng er det interessant å se på hva bedriftene ser på som spesielt positivt eller negativt *i forhold til annen sjømat* for de artene vi har studert. Figur 8a viser hvor mange bedrifter som har nevnt en gitt positiv egenskap med de aktuelle artene. Alle artene kommer positivt ut på god smak og gunstig størrelse. Kveite og røye blir også likt av enkelte respondenter for konsistensen på fiskekjøttet. Noen bedrifter trekker også frem anvendelighet, enkelhet i tilberedning og utseende (dekorativt) som positive egenskaper ved disse artene. For blåskjell blir også momenter som produktets egnethet som ingrediens i sauser og supper, samt gunstig pris trukket frem. "Ishavsrøye" blir nevnt som et spennende navn og en overraskelse på menyen av et par bedrifter. Noen få bedrifter nevner også eksklusivitet for både blåskjell og røye. Fra Figur 14k(2) senere i denne rapporten ser vi at blåskjell kun blir nevnt av kro/kafé- og kantinesegmentet som eksklusivt, som utgjør de to bedriftene som har nevnt dette som vist i Figur 8a. Selv om kveite ikke eksplisitt har blitt nevnt som eksklusivt i denne sammenheng, vet vi at kveite blir oppfattet som eksklusivt i en del segmenter (jf. Figur 14s(1)). Et par bedrifter har også nevnt fettkonsistens/fordeling som positivt for både kveite og røye.

Figur 13a: Oppfattes som spesielt positivt med artene



Vi spurte også respondentene om det var noe spesielt negativt de forbandt med artene. I noen få tilfeller ble ugunstig størrelse eller ujevnhet i størrelsene på sjømaten nevnt. Dette er gjerne sett i forhold til den ville varianten av arten, særlig for røye, hvor noen kunne ha tenkt seg litt større fisk og jevnere størrelse. For kveite spesielt er ankepunktene i enkelte tilfelle at fôr setter smak på fisken som man ikke finner på den samme måten hos vill fisk. Noen reagerer også på litt for høy pris. Dette gjelder først og fremst ”billigsegmentet” kro/kafé og kantine og noen få bedrifter i mellomklassesegmentet. Noen reagerer også negativt på at det blir en del tilberedningssvinn. Spesielt gjelder dette for røye, som har også mye ben som i enkelte tilfeller må plukkes ut for hånd (som er kjedelig tidkrevende). Tilgjengelighet blir trukket frem som for dårlig for røye, både her og i fm. andre spørsmål i intervjuene. For dårlig tilgjengelighet kan være en av årsakene til at røye er relativt beskjedent representert på menyen på tvers av segmentene. For blåskjell er det store ankepunktet bekymring for giftalger. Videre blir bl.a. sand og ”skjegg” på skjellet, samt litt lavt kjøttinnhold per skjell sett på som negativt.

Figur 13b: Oppfattes som spesielt negativt ved artene



Sesongavhengighet, samt tid som går med til å kontrollere kvalitet kommer også frem som negative aspekter. Sett i sammenheng med antallet positive assosiasjoner, er heldigvis antallet negative assosiasjoner som kommer frem markant lavere (Figur 13a og 13b sammenlignet). Det er gunstig for artene.

4.2 Assosiasjoner og holdninger - Detaljhandel

Som for serveringsbedriftene spurte vi detaljhandelsbedriftene i undersøkelsen hva de assosierte med de aktuelle oppdrettsartene. Tabell 8d viser et utvalg av disse første-assosiasjonene.

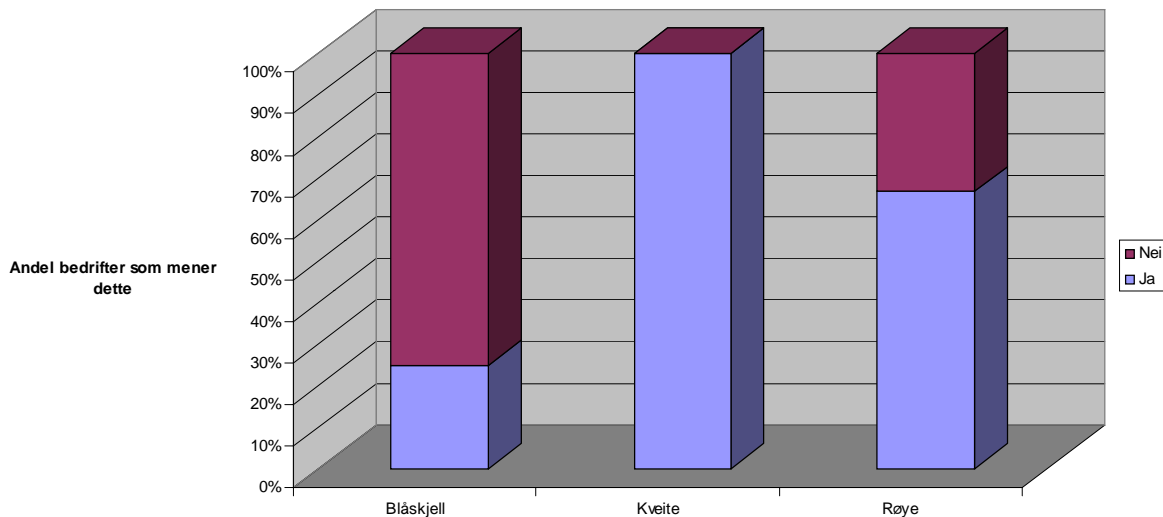
Som vi ser er det for det meste positive assosiasjoner til produktene. For alle artene har minst en av bedriftene antydnet at de synes at oppdrettsproduktet er bra eller at oppdrett er nødvendig for å møte etterspørselen.

Tabell 8d: Assosiasjoner til artene hos detaljhandelen

Blåskjell	Kveite	Røye
Bra/meget godt produkt	Bra/meget godt produkt	Lokalprodusert/fisket
Muslinger	Passe størrelse/fileter/porsjon	Tilgjengelighet på oppdrettsfisk er et pluss
Spesielt produkt	Eksklusivt	Oppdrett er nødvendig/positivt - OK produkt
Restaurantmat	God konsistens	<i>Vill fjellrøye</i> har ikke alltid bra kvalitet
	Liten fisk (oppdrett)	Røkt/varmraket
	Oppdrett er nødvendig/positivt - OK produkt	

Fra Figur 9c ser vi omtrent det samme mønsteret som for serveringsbedriftene på spørsmålet om de ville artene er forskjellig fra oppdrettsvariantene av artene. I begge segmentene mener flertallet at det ikke er særlig forskjell mellom dyrkede og ville blåskjell, mens for røye mener flertallet at det *er* en forskjell.

Figur 9c: Er det forskjell mellom oppdrettsjømaten og ville arter



Den eneste vesentlige forskjellen er at flertallet av serveringsbedriftene mener at det ikke er særlig forskjell mellom vill og oppdrettskveite, mens alle detaljhandelbedriftene vi snakket med om kveite mener at det er det.

Hva disse oppfattede forskjellene går ut på ser vi i Tabell 10c. For de som mener at det er forskjeller mellom oppdrett- og vill sjømat, er man positiv til dyrkede blåskjell pga. kvalitet og giftalgekontroll, mens både kveite og røye kommer positivt ut mht. størrelse. Størrelsen på fisken kan selvfølgelig være en faktor når fiskeproduktet skal plasseres i disk.

Tabell 10c: Hvorfor oppdrett- og vill sjømat er forskjellig

Oppfattede forskjeller (antall resp. som har nevnt dette)	Blåskjell	Kveite	Røye
Oppdrett har bedre størrelse	-	2	1
Oppdrett har bedre farge eller pigment	-	1	-
Oppdrett har bedre giftkontroll	1	-	-
Oppdrett har bedre kvalitet	1	-	-
Vill har bedre konsistens	-	1	-
Vill har bedre farge eller pigment	-	1	-
Vill har bedre smak (Oppdrettsfôring kan gi avsmak på kjøttet)	-	-	1

Enkelte har også nevnt at fôring kan gi en unaturlig smak på fiskekjøttet, og for serveringsbedriftene har dette også vært nevnt mht. kveite.

Tabell 13c: Spesielle, positive trekk ved artene

Positive trekk ved artene (antall resp. som har nevnt dette)	Blåskjell	Kveite	Røye
God smak	2	2	2
Ser godt ut/bra utseende	-	1	-
Lite ben	-	1	-
God til å lage koteletter av	-	1	-
God som varmrøkt	-	-	1
Gunstig størrelse (porsjonsfisk)	-	-	3

Tabell 13d: Spesielle, negative trekk ved artene

Negative trekk ved artene (antall resp. som har nevnt dette)	Blåskjell	Kveite	Røye
Ugunstig/ujevn størrelse	-	-	3
Tidvis dårlig/Ujevn kvalitet	1	1	-
Ujevn tilgang	-	-	2
En del svinn	-	-	2
Sensibel fisk - lett å ødelegge ved tilberedning	-	1	-
Mangler store størrelser (2kg)	-	-	1
For mye ben	-	-	2

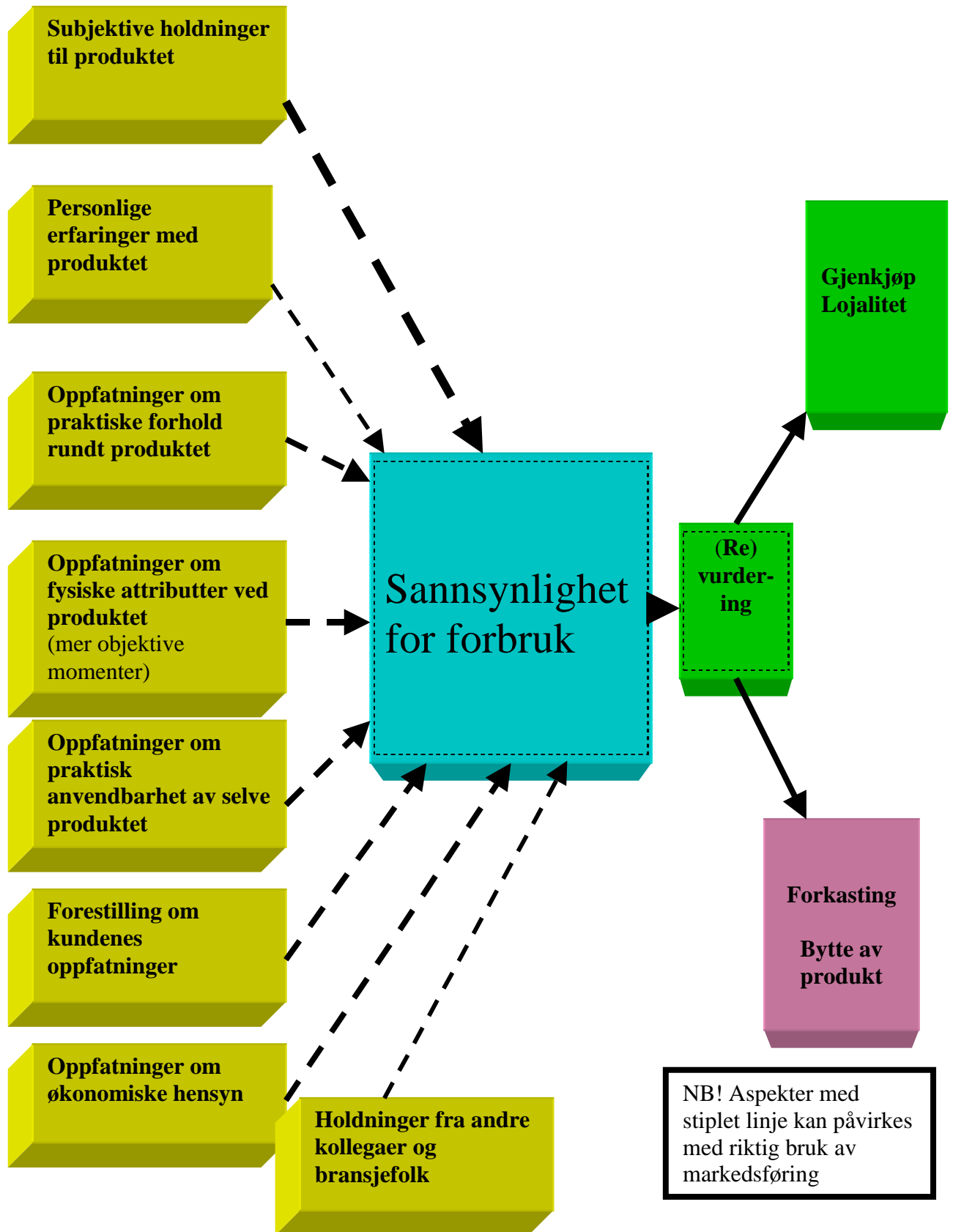
God smak er noe som flere nevner som spesielt positivt med alle tre produktene. Videre blir røyens størrelse nevnt som positivt, særlig som porsjonsfisk som passer godt til å tilberede hjemme.

Som vi ser i Tabell 13d, er det også enkelte som *ikke* liker størrelsen på (oppdretts)røye. Negativt er også at fisken oppfattes å gi en del svinn ved tilberedning (både for videreforedling i butikken og for kundene som tar hel fisk med hjem), og inneholder for mye små ben som av og til må plukkes ut for hånd. Mangel på tilgang er også nevnt for røye. Noen få nevner ujevn kvalitet som et problem for både blåskjell og kveite.

4.3 Markedsføring i bedriftsmarkedet

Når man ønsker å markedsføre seg overfor det profesjonelle markedet bør man være klar over at industriell (eller bedrift-til-bedrift) kjøpsatferd i mange tilfeller skiller seg fra konsumentkjøpsatferd. Beslutningene som tas og det som påvirker kjøpsbeslutningene er vanligvis av langt mer kompleks karakter for innkjøp for bedrifter enn for konsumenter. For eksempel er det normalt en mye mer kompleks beslutning å bestemme hva en skal ha på menyen i en restaurant enn å bestemme hva man skal velge til middag hjemme i helgen. I privattilfelle er ikke risikoen større enn at man f. eks. kan komme i skade for å fornærme ektefellen, mens i det profesjonelle tilfellet må man ta hensyn til kundeprofil, restaurantkonseptet, leverandører, myndigheter, bedriftens lønnsomhet, osv. - og i ytterste konsekvens, å beholde sin egen jobb. Dette betyr at et produkt ikke nødvendigvis kan markedsføres likt i konsument- og bedriftsmarkedet. I Figur 14a nedenfor gis en kort oversikt over noen momenter som kan påvirke beslutningene for en profesjonell aktør.

Figur 14a:
Påvirkningsmuligheter for markedsføring mot det profesjonelle markedet



Hvordan respondentene oppfatter de ulike momentene relatert til Figur 14a er vist i Figur 14 b-ag på de følgende sidene. Her er også figurene relativt selvforklarende, slik at nærmere kommentarer skal være unødvendig.

Det bør bemerkes at spørsmålene for kveite/røye og blåskjell er stort sett like, men enkelte steder er spørsmål for blåskjell ulikt for de to andre artene (se også intervjuguidene i vedleggene). For spørsmålene til venstre på grafene gjelder (hvor det er "to spørsmål i ett") det til venstre for "/" kveite og røye, mens til høyre gjelder for "/" gjelder blåskjell⁵.

Figurene 14b-j gjelder for serveringsbedriftene isolert sett, og Figurene 14k-ag inkluderer også detaljhandelen som ett av 6 segmenter⁶.

Likhet mellom segmentene

Hvis man studerer Figurene 14 k-ag (på sidene 55-84) nærmere, så kan man (visuelt) se at det ser ut til å være lite avvik i hvordan respondentene har svart på tvers av de segmentene vi har undersøkt. For å eventuelt bekrefte/avkrefte dette har vi foretatt en enkel korrelasjonssjekk på dataene for spørsmål nummer 14. Dette ble gjort for å kontrollere om det er stort avvik i hvordan respondentene har svart i de ulike segmentene fordelt på de tre artene i undersøkelsen. Tabell 14ah nedenfor viser et utsnitt av korrelasjonsmatrisene mellom markedssegmentene for de tre artene.

Tabell 14ah: Samvariasjon mellom segmentene for de tre artene (korrelasjonskoeffesienter)

Segment/art	Blåskjell	Kveite	Røye
1. klasse	1. klasse	1. klasse	1. klasse
Bankett/catering	0.68	0.67	0.69
Mellomklasse	0.67	0.85	0.76
Etnisk, sushi	0.41	0.85	0.74
Kro og kantine	0.45	0.70	0.74
Detaljhandel	0.78	0.95	0.68

⁵ NB! På spørsmålene relatert til kundenes oppfatninger om hvorvidt kvinner, menn, barn eller eldre liker en gitt art spesielt godt, hadde mange av respondentene vanskeligheter med å svare. Vi fikk derfor et relativt høyt antall svar i "Vet ikke" kategorien. Dette gjelder spesielt Figurene F14 g, 14o, 14w og 14ac. Svarene på disse spørsmålene, som vist i de nevnte figurene, må derfor vurderes kritisk med dette i tankene.

⁶ I kategoriene "Detaljhandel" i Figur 14s-ag inngår Fiskehandlere og Dagligvare. I "1. Klasse" inngår Førsteklasserestauranter og Førsteklassehoteller. I "Mellomklasse" inngår Mellomklasserestauranter, Mellomklassehoteller og Ferger/cruise. I "Etnisk og sushi" inngår Etniske og Sushirestauranter. I "Kro/kafé og kantine" inngår Kro/kafé og Kantinerestauranter. I "Bankett, catering og fly" inngår Hotellbankett, Catering, og Flyselskaper (egentlig cateringselskaper som selger spesielt til flyselskaper).

For eventuelle lesere som ikke er spesielt bevandret i statistikk, så viser tallene i tabellen hvor stort samsvar det er mellom segmentene for de tre artene. Disse tallene (korrelasjonskoeffesientene) kan variere mellom -1,00 (totalt motsatt) til +1,00 (perfekt samsvar). Et ”meget høyt” tall f. eks. 0.95 betyr at svarene er nærmet identiske. Alt over 0.6 kan sies å være ”høyt” i denne sammenheng. Tallet i øvre venstre hjørne (0,68) i tallmatrisen viser samvariasjonen mellom 1. klasserestaurantene og bankett/catering/flyselskap- bedriftene for blåskjell (0,68 er ganske høyt her). Det betyr at 1. klasserestaurantene og bankett/catering/flyselskap- bedriftene har svart temmelig likt på de fleste av dimensjonene vi har spurt om i spørsmål 14 (se intervjuguide). Som man kan se videre av tabellen, er det betydelig samsvar for alle segmentene for alle tre arter. Unntakene er for ”Etnisk, sushi” og ”Kro og kantine”- segmentet som avviker en del fra hva 1. klasserestaurantene har svart om blåskjell (korrelasjonskoeffesient lik 0,41 og 0,45, henholdsvis). De et etniske restaurantene er som nevnt ganske skeptiske til blåskjell, og både denne type restauranter og kro/kafé og kantine- restauranter bruker lite blåskjell på menyen. Derfor er det noe avvik i hvordan disse bedriftene har svart på spørsmålene om blåskjell i forhold til f. eks. 1. klasserestaurantene. Spesielt høyt samsvar ser vi at det er for kveite, hvor segmentene ikke skiller seg nevneverdig fra hverandre i svargivingen. Det er interessant å merke seg at korrelasjonskoeffesienten er så høy som 0,95 mellom 1. klasserestaurantene og detaljhandelsbedriftene (nederst i midtraden). Det betyr at disse to segmentene har nesten helt identiske meninger om kveite.

Fra dette kan vi slutte at det sannsynligvis er lite å hente på å differensiere markedsføringen fra ett segment til et annet, spesielt for kampanjer som fokuserer på å endre holdninger hos målgruppene. Det kan altså vise seg å være bortkastede midler å lage forskjellige kampanjer for ulike segment. Generelt kan man si at dette gjelder bortsett fra noen få unntak, som f. eks. ”Etnisk, sushi” og ”Kro og kantine” -segmentene mht. blåskjell.

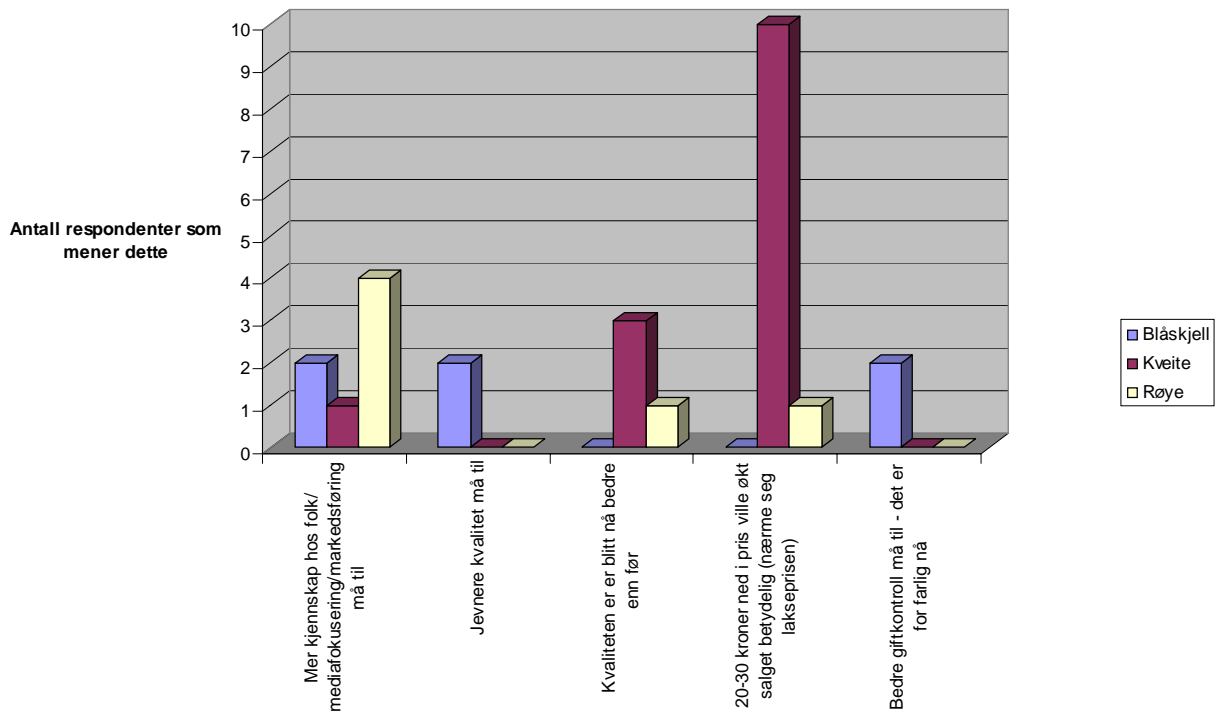
4.4 Generelle anbefalinger fra bedriftene for å øke bruk av artene

Vi spurte også bedriftene om det var andre forhold som burde nevnes i forbindelse med markedsføring av oppdrettsproduktene, og hva som skal til for at bedriftene skal øke sin bruk av de aktuelle artene. For blåskjell kommer momenter som bedre algekontroll og giftsikkerhet som en av de viktigste hinderne, i tillegg til jevnere kvalitet på produktene. Videre etterlyser en del respondenter mer mediefokusering og konsument-

markedsføring for å få folk til å øke bruken av blåskjell privat, som også kan dra med seg etterspørsel fra tidligere ikkebrukere i restaurantmarkedet.

Positivt for kveite er at en del bemerker at kvaliteten på oppdrettsproduktet er blitt bedre enn før. En av de viktigste hinderne for økt forbruk både i servering- og konsumentmarkedet er fortsatt prisen på kveite, i følge en god del av våre respondenter. På spørsmål om hvor mye prisen må ned for at forbruket skal øke betraktelig, svarte hele 10 av bedriftene at kveite må 20-30 kroner ned i pris. Det antas å ville ha økt salget betydelig. Unntaket her er toppklassesegmentet hvor pris ofte er underordnet andre egenskaper ved produktet.

Figur 16: Andre forhold som bør nevnes



I detaljhandelen vil en nedgang i pris sannsynligvis øke bruken av fisken som hverdagskost (ikke bare for spesielle anledninger og helger). Problemet med en prisreduksjon er samtidig at det kan gå utover eksklusivetsoppfatningen slik det har gjort med laks. Imidlertid har kveite såpass mange gode egenskaper som restaurantfisk, at det trolig skal mye til for at toppklassesegmentet vil droppe fisken ved en eventuell prisreduksjon pga. et resulterende fall i eksklusivetsoppfatningen i markedet. Eksklusivitet kan opprettholdes ved forseggjort tilberedning (noe som også sannsynligvis også gjelder for røye).

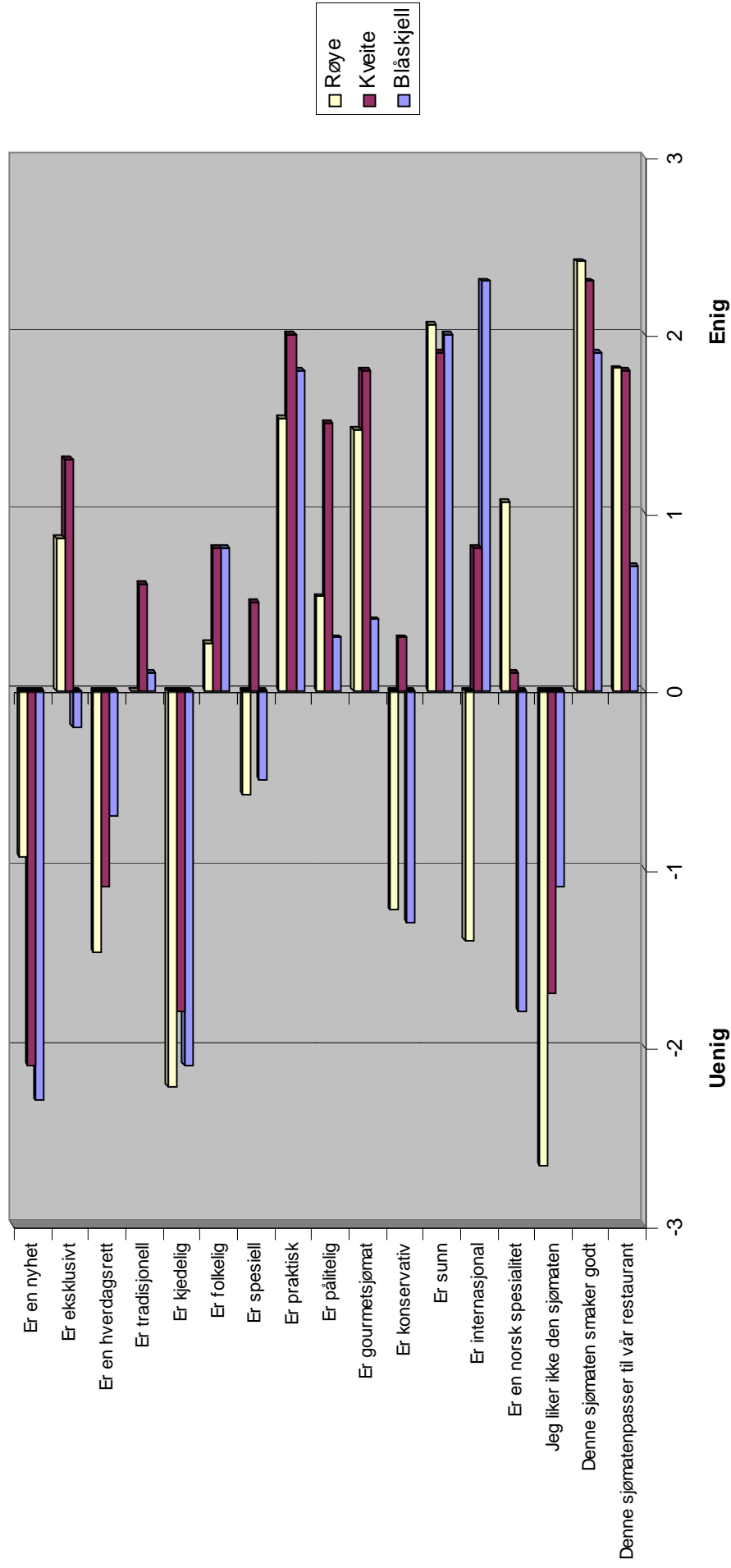
Hvorvidt det er produksjonsmessig mulig å produsere kveite billigere i fremtiden slik at det er lønnsomt å selge større volum til lavere pris, er nok kanskje fortsatt et åpent spørsmål.

Når det gjelder røye er det først og fremst mer kjennskap hos folk/mediefokusering/markedsføring som må til. Differensiering i forhold til de lavere prisede laks- og ørretproduktene kan være gunstig. Økt tilgjengelighet (distribusjon) vil også trolig virke positivt på forbruket. Enkelte nevner også at 20-30 kroner ned i pris ville økt salget betydelig. Da vil pris på røye nærme seg lakseprisen, som er en av røyens hovedkonkurrenter på menyen og i vareutvalget⁷.

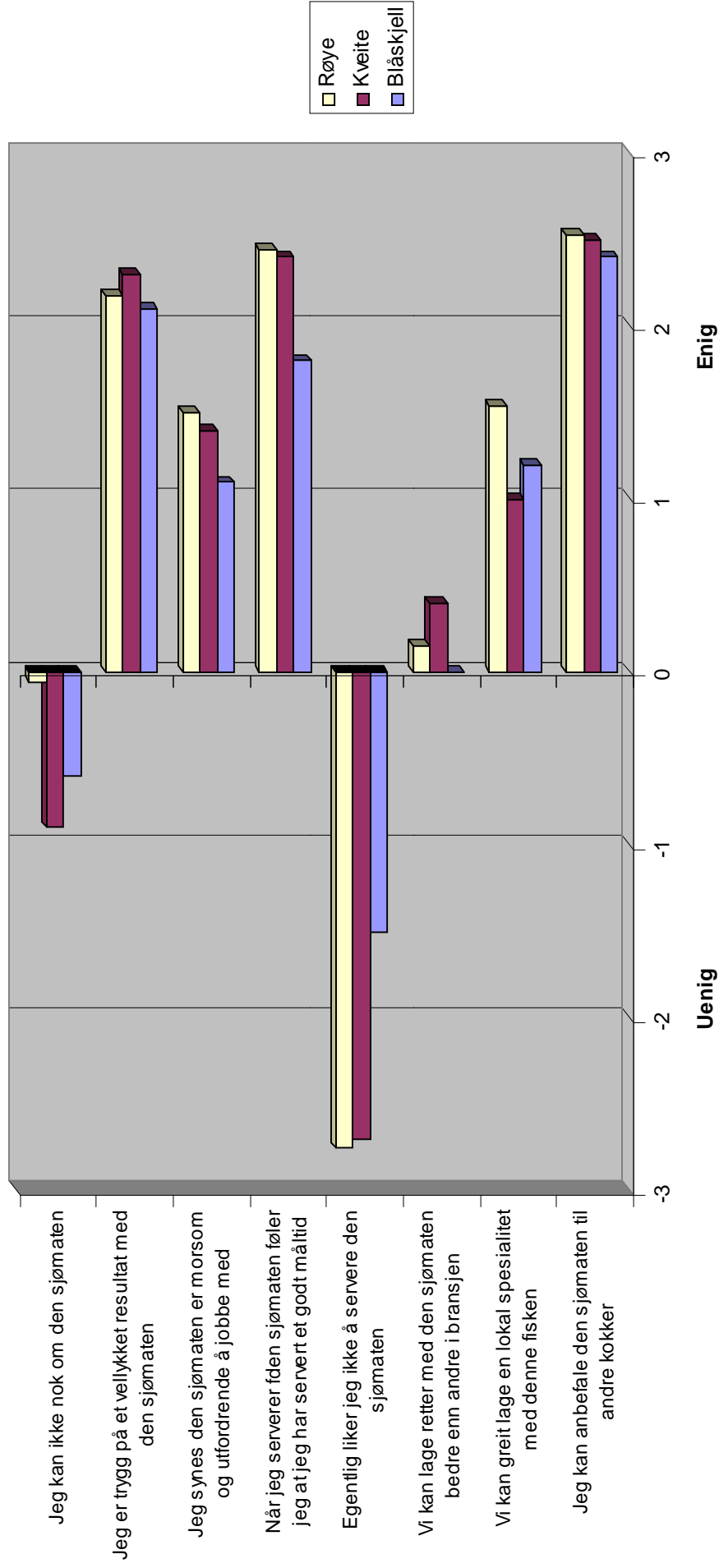
⁷ (jf. også Figur 15c og 15e)

4.5 Nullpunktssituasjon for artene i serveringsnæringen

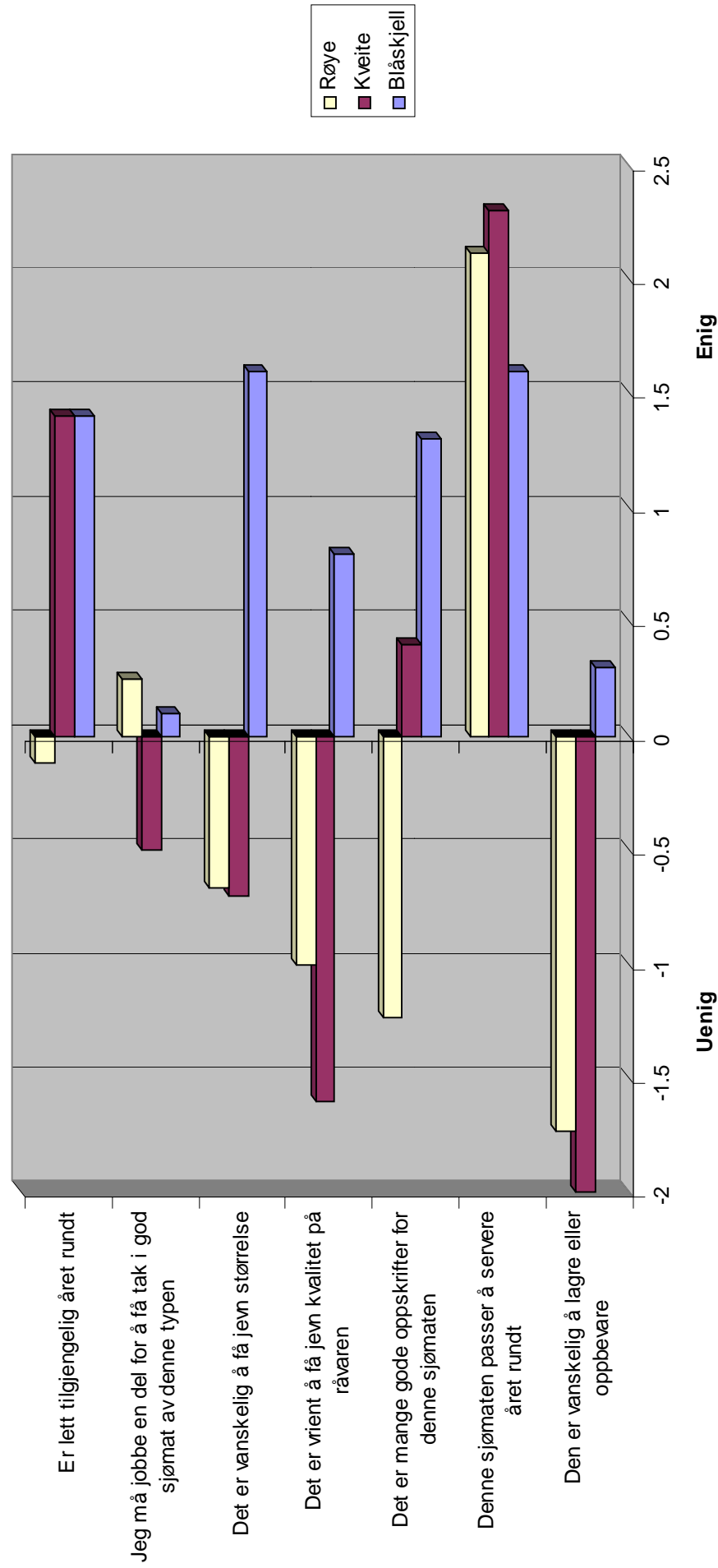
Figur 14b: Holdning til produktet



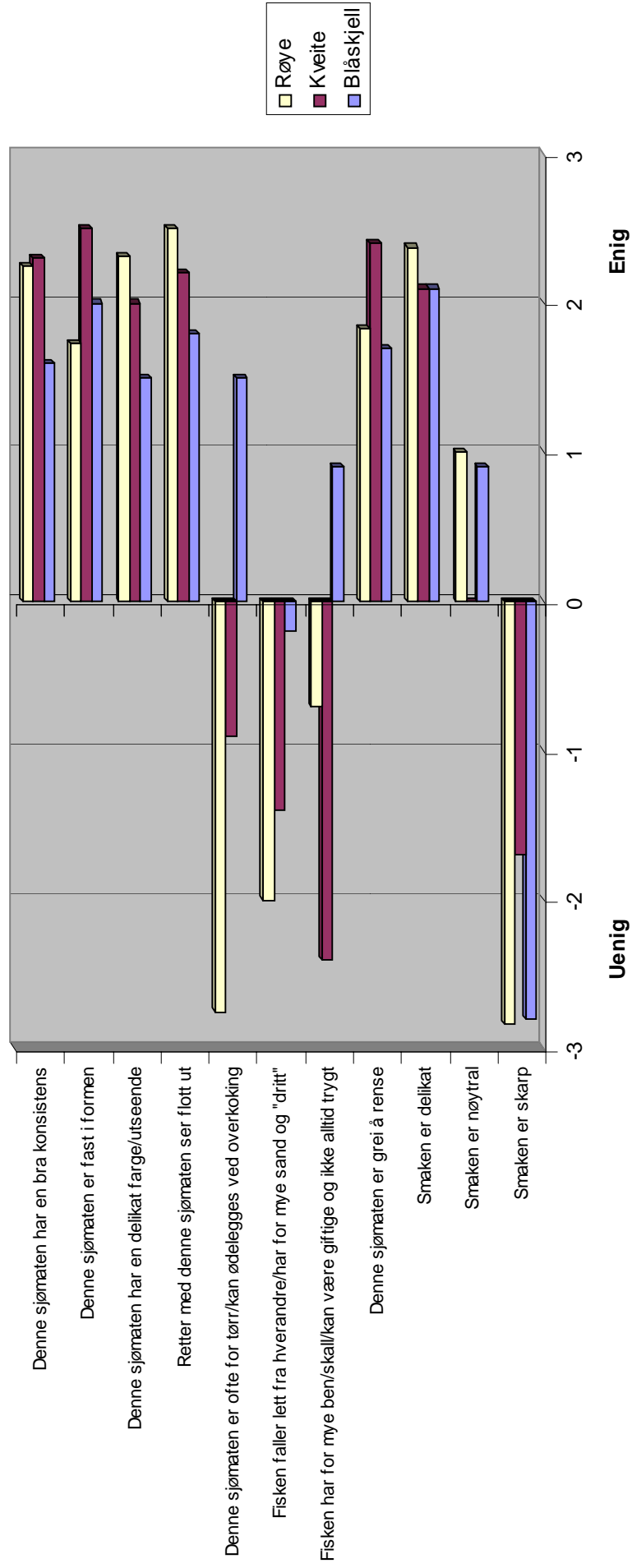
Figur 14c: Personlige erfaringer med produktet



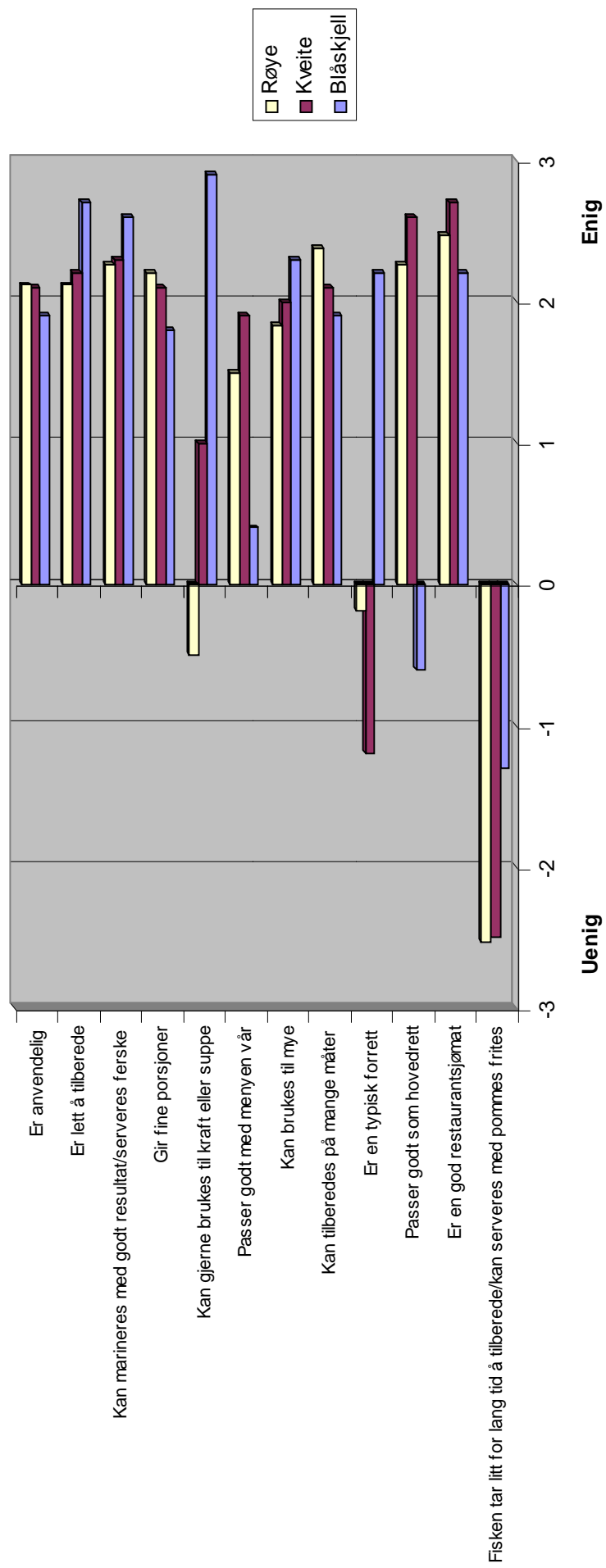
Figur 14d: Vurdering av praktiske forhold



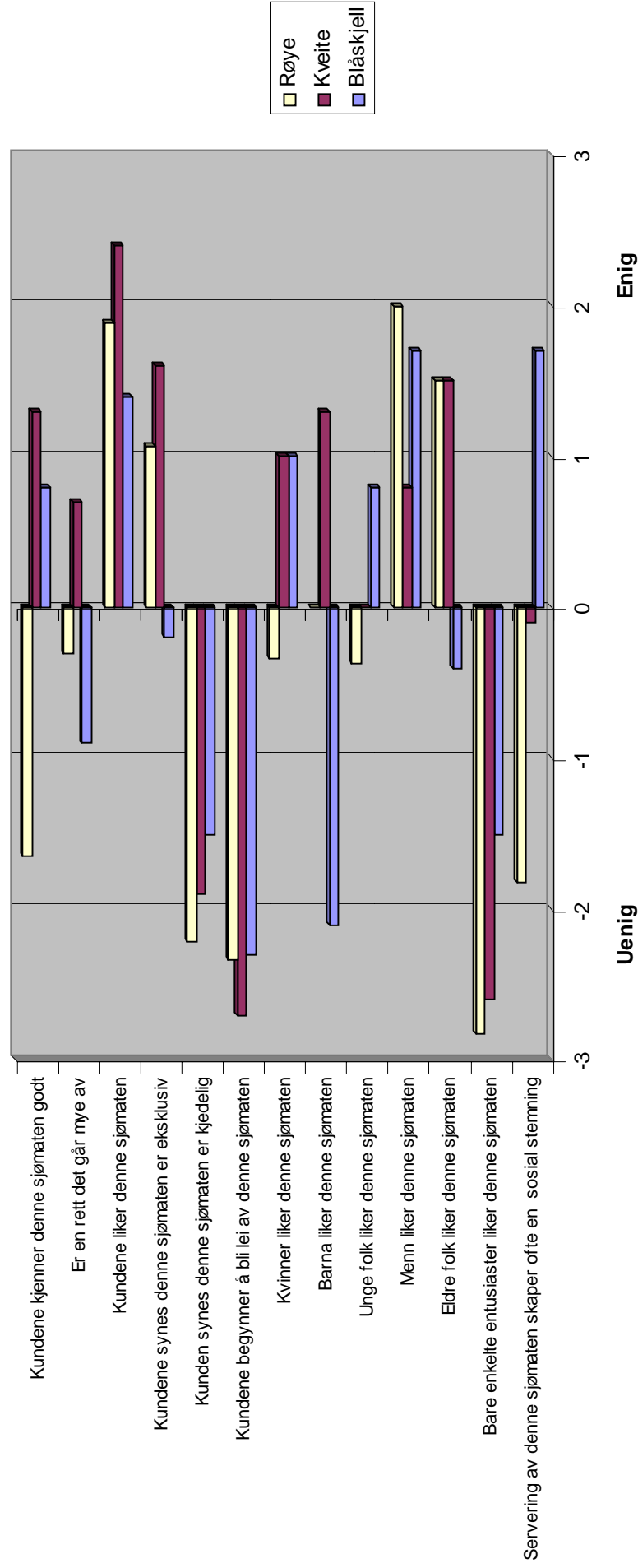
Figur 14e: Vurdering av fysiske attributter ved produktet



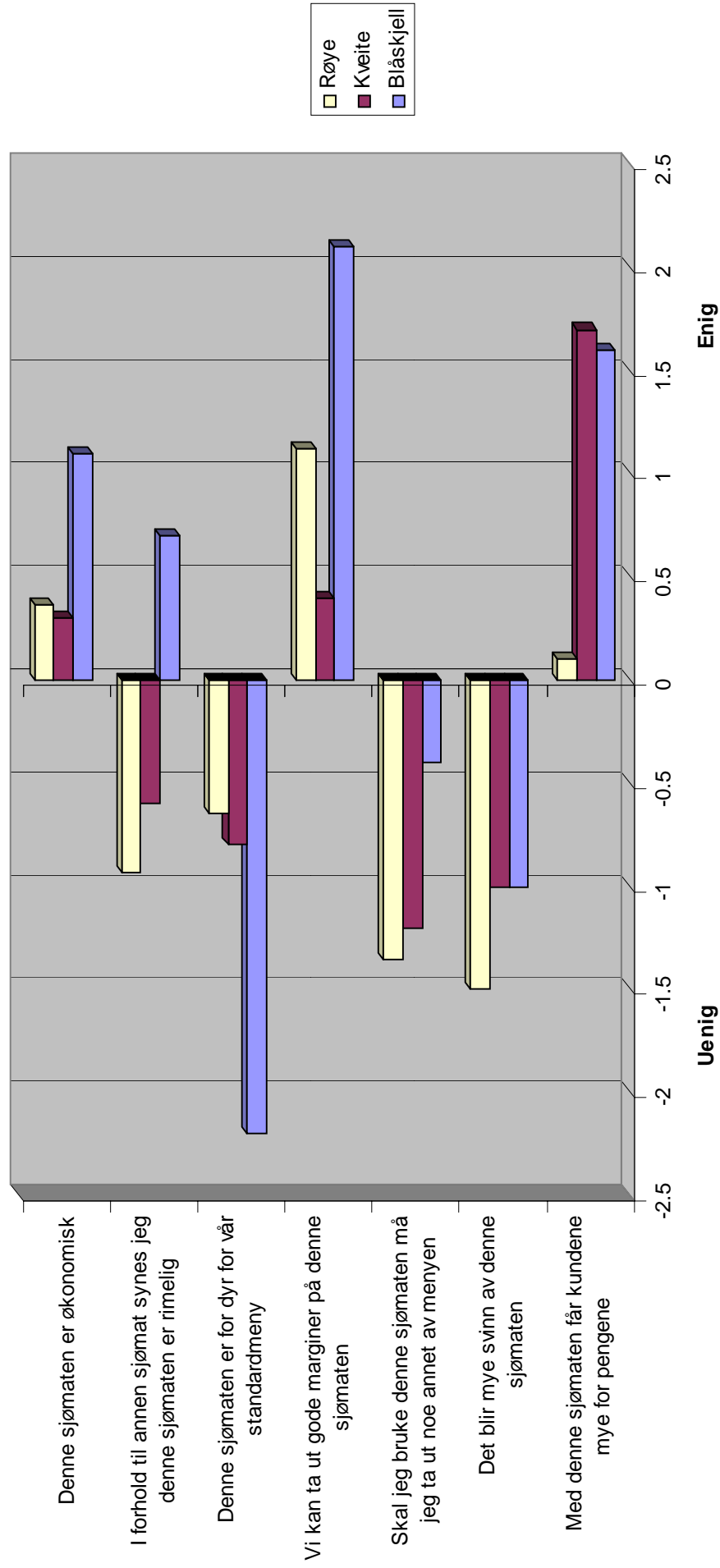
Figur 14f: Vurdering av praktisk anvendbarhet



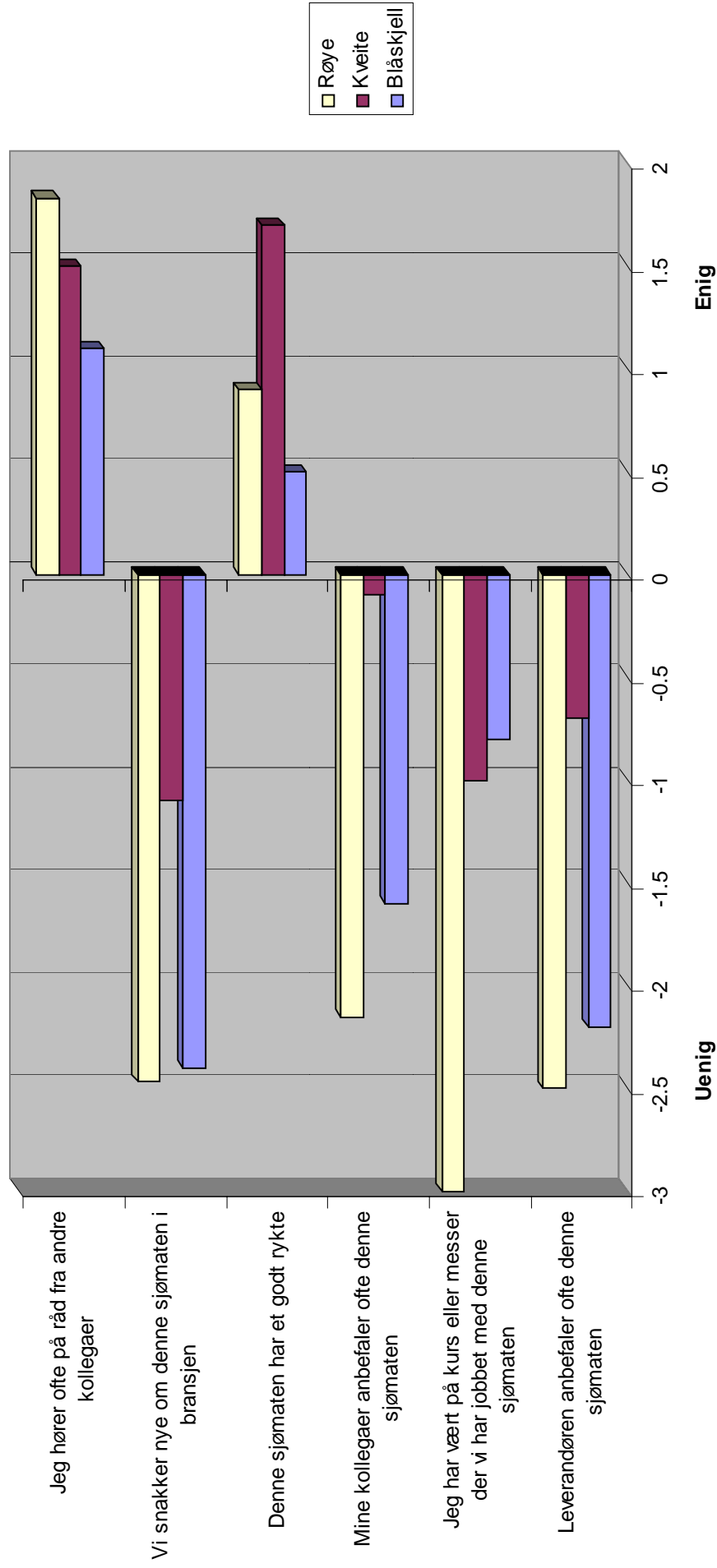
Figur 14g: Vurdering av kundenes oppfatninger



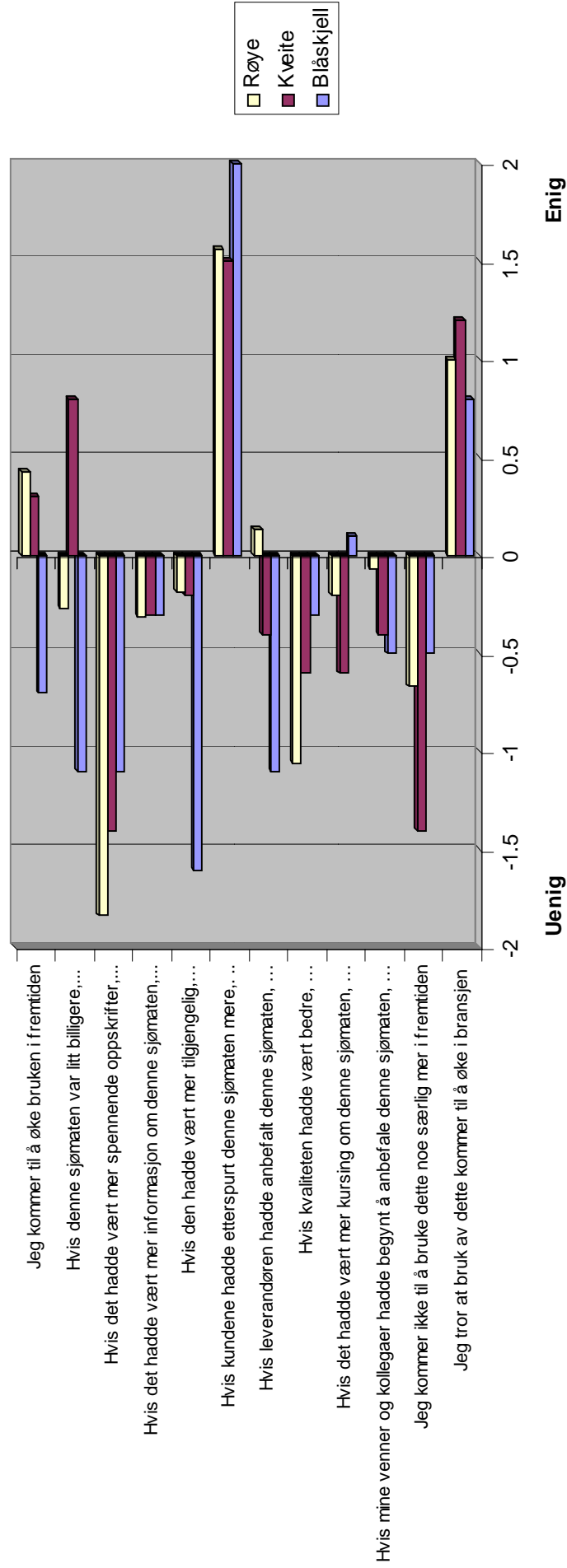
Figur 14h: Økonomiske hensyn



Figur 14i: Påvirkning fra kollegaer og bransje

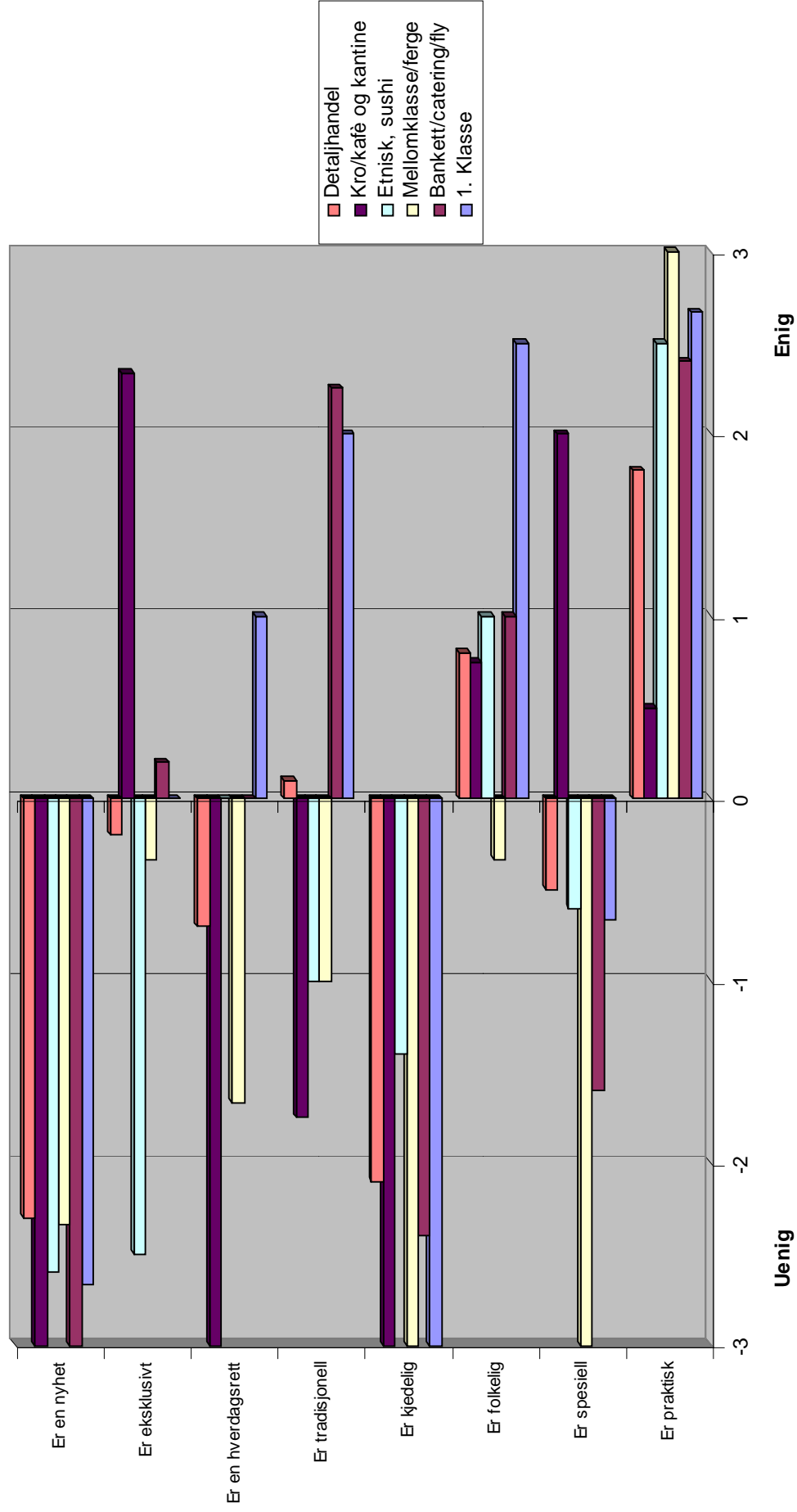


Figur 14j: Sansynlighet for forbruk

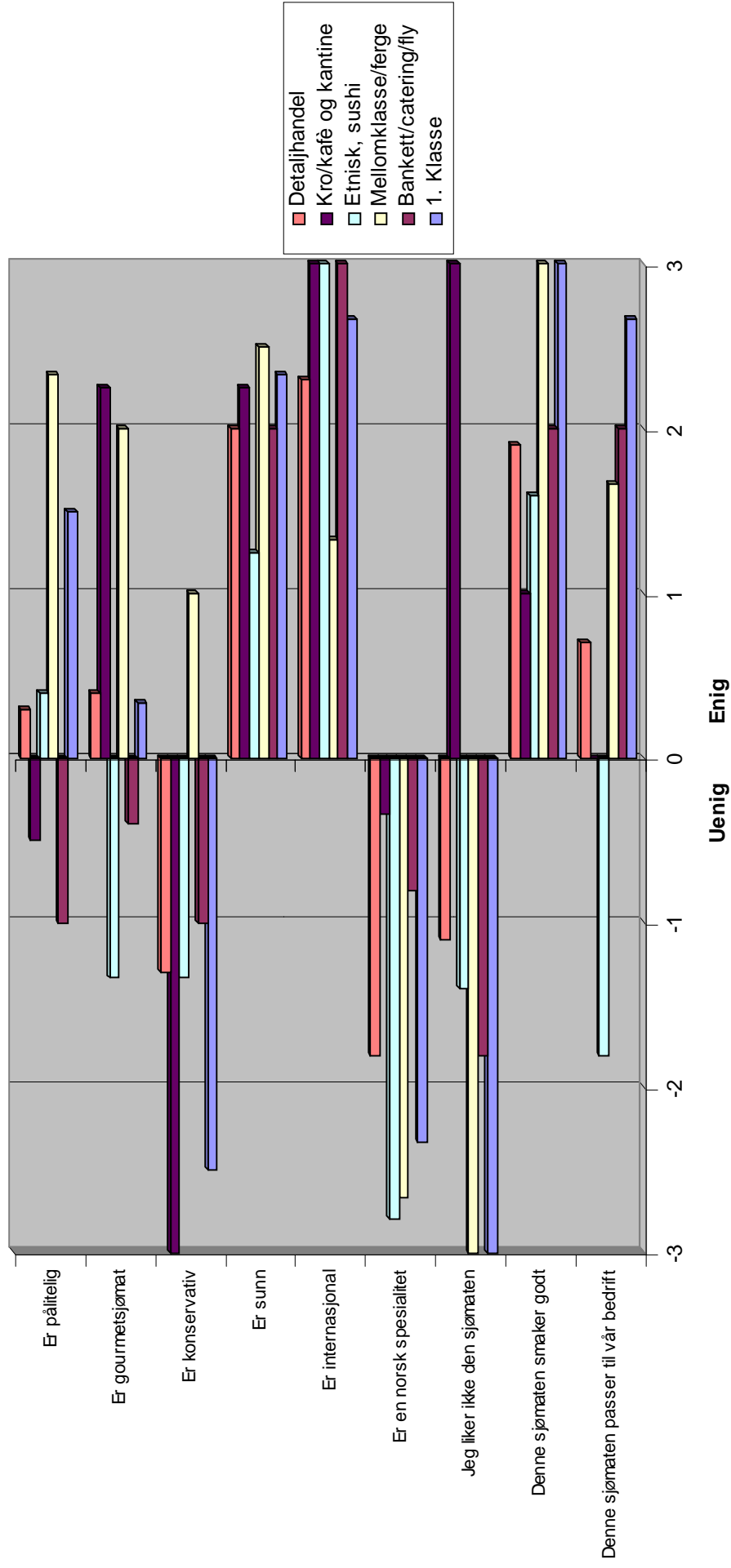


4.6 Nullpunktssituasjon for blåskjell i ulike markedessegment

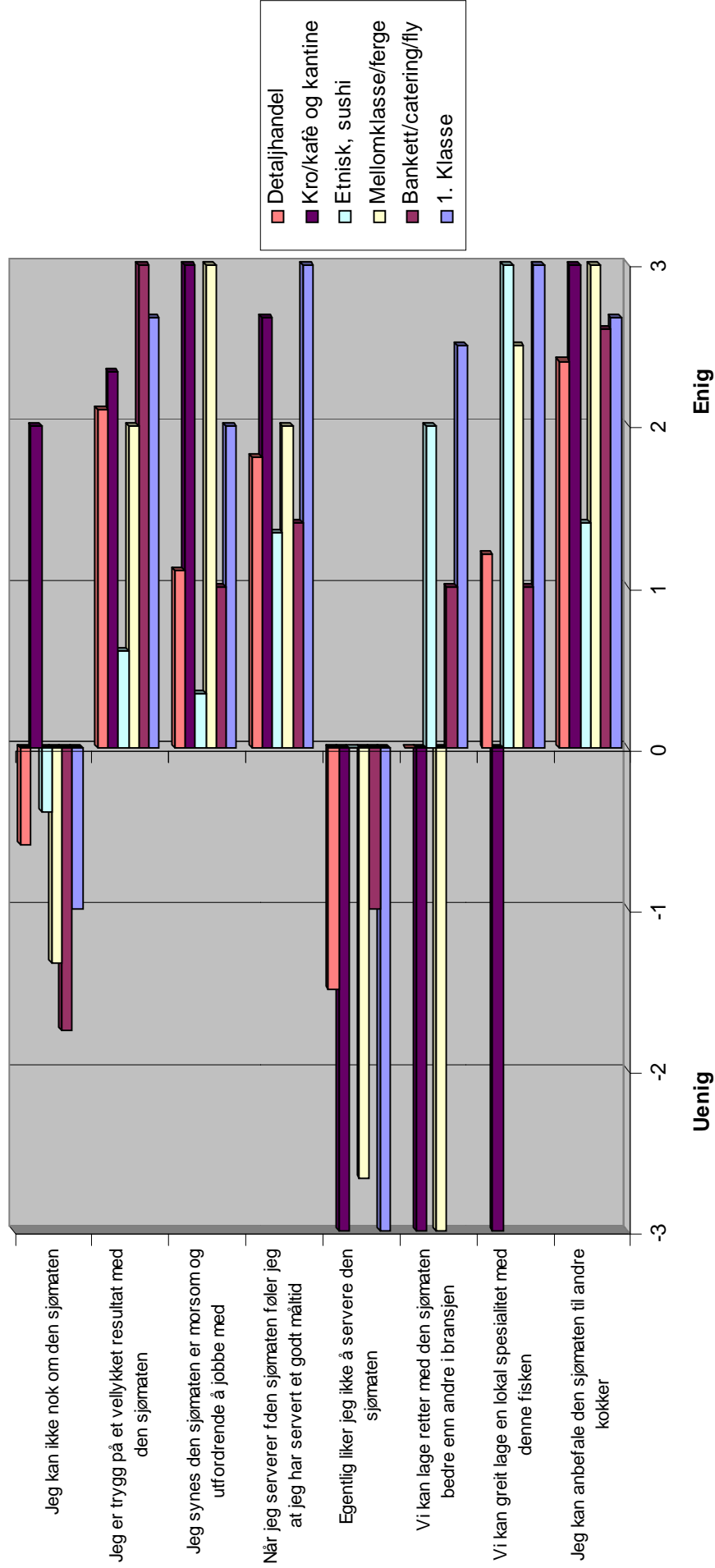
Figur 14k(1): Holdninger til produktet blåskjell i ulike segment



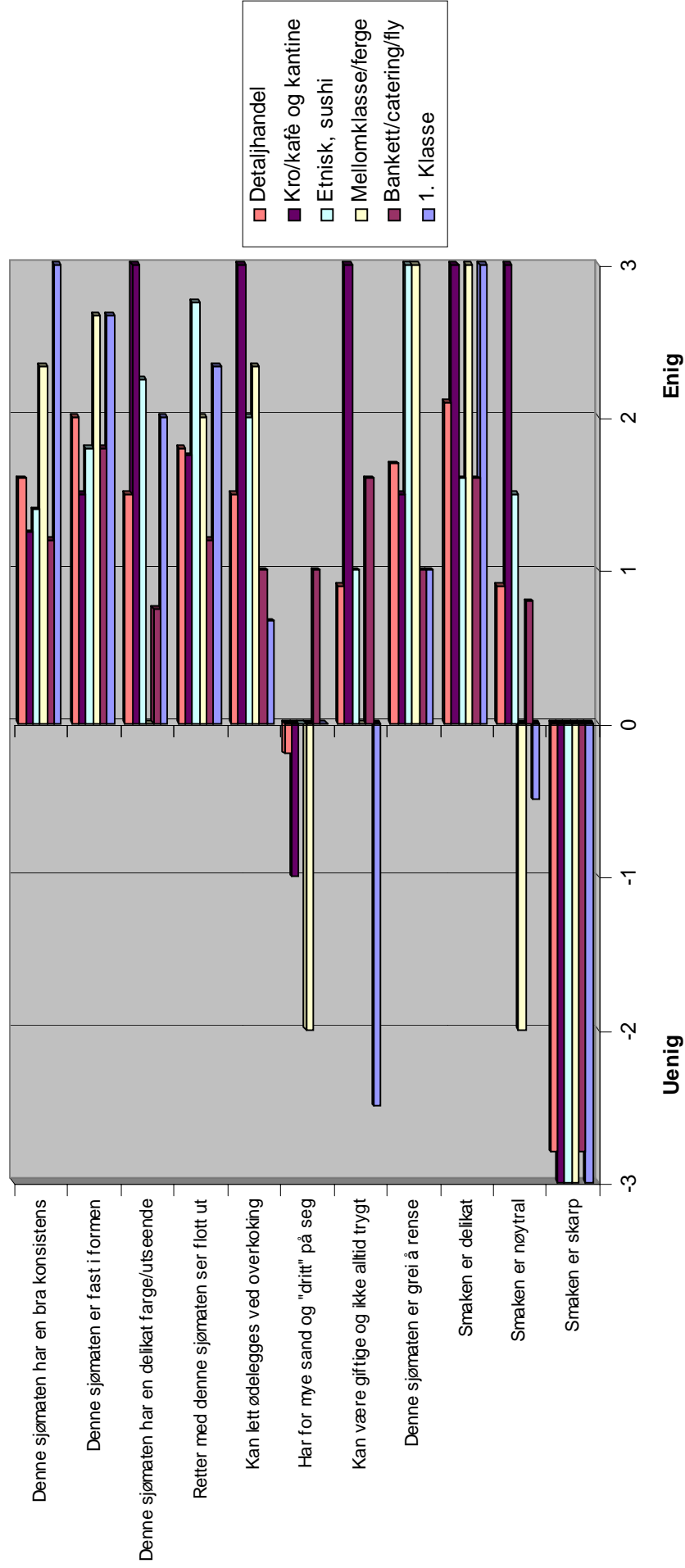
Figur 14k(2): Holdninger til produktet i ulike segment



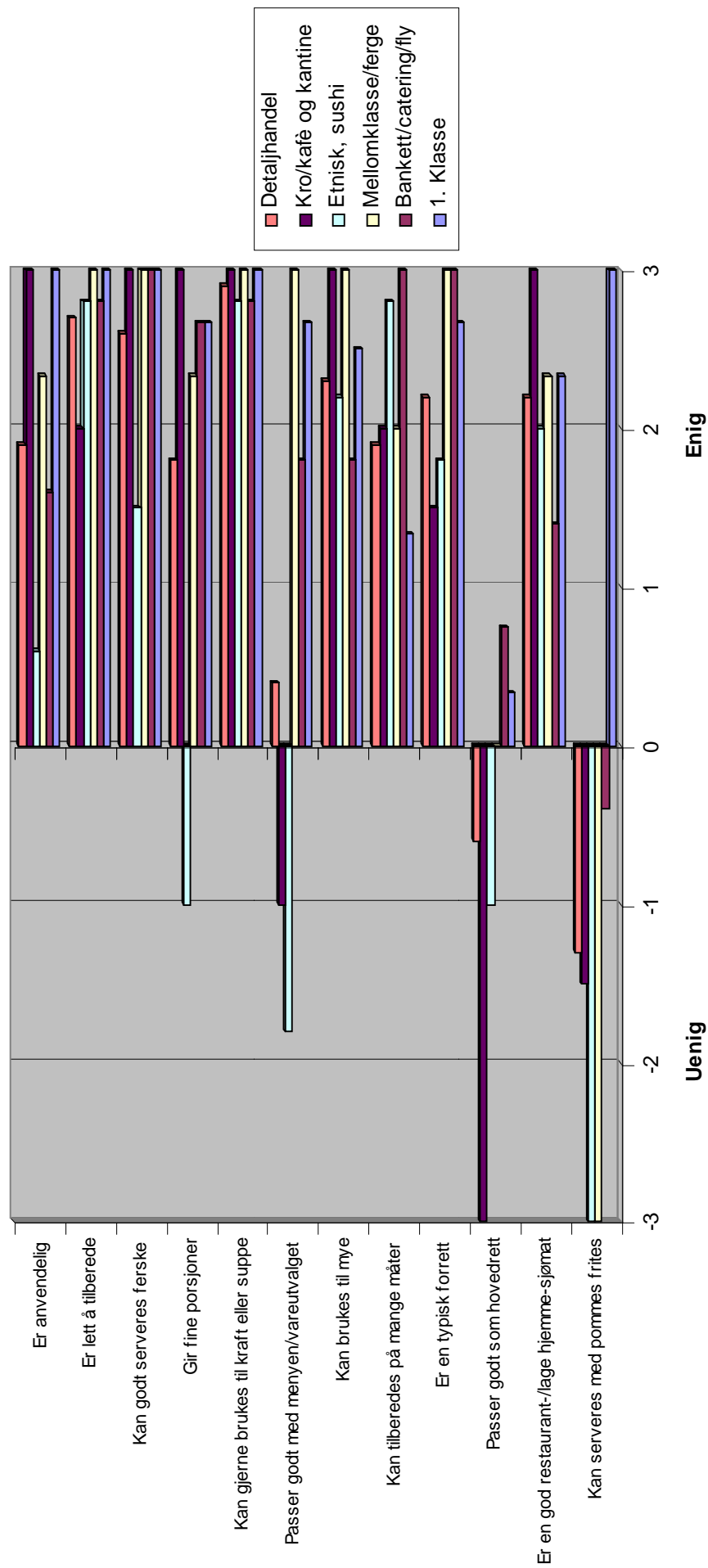
Figur 14L: Personlige erfaringer med blåskjell i ulike segment



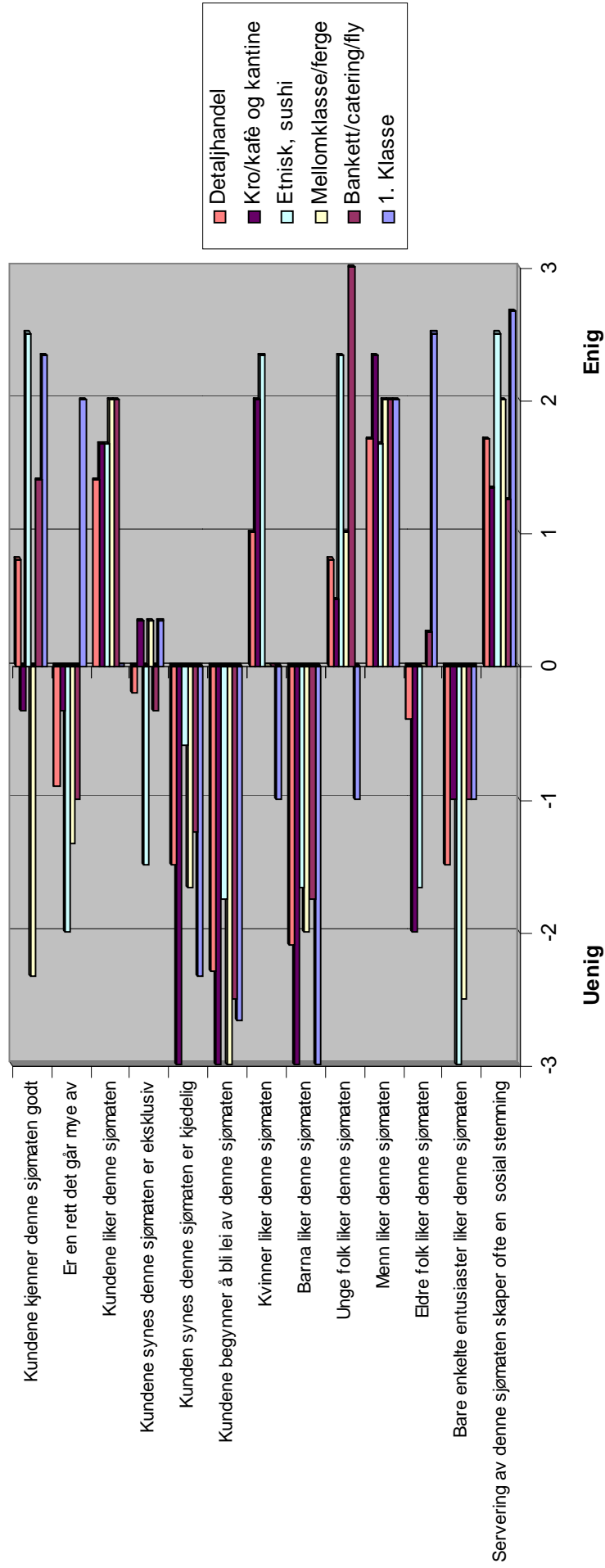
Figur 14m: Oppfatninger om fysiske attributter ved blåskjell i ulike segment



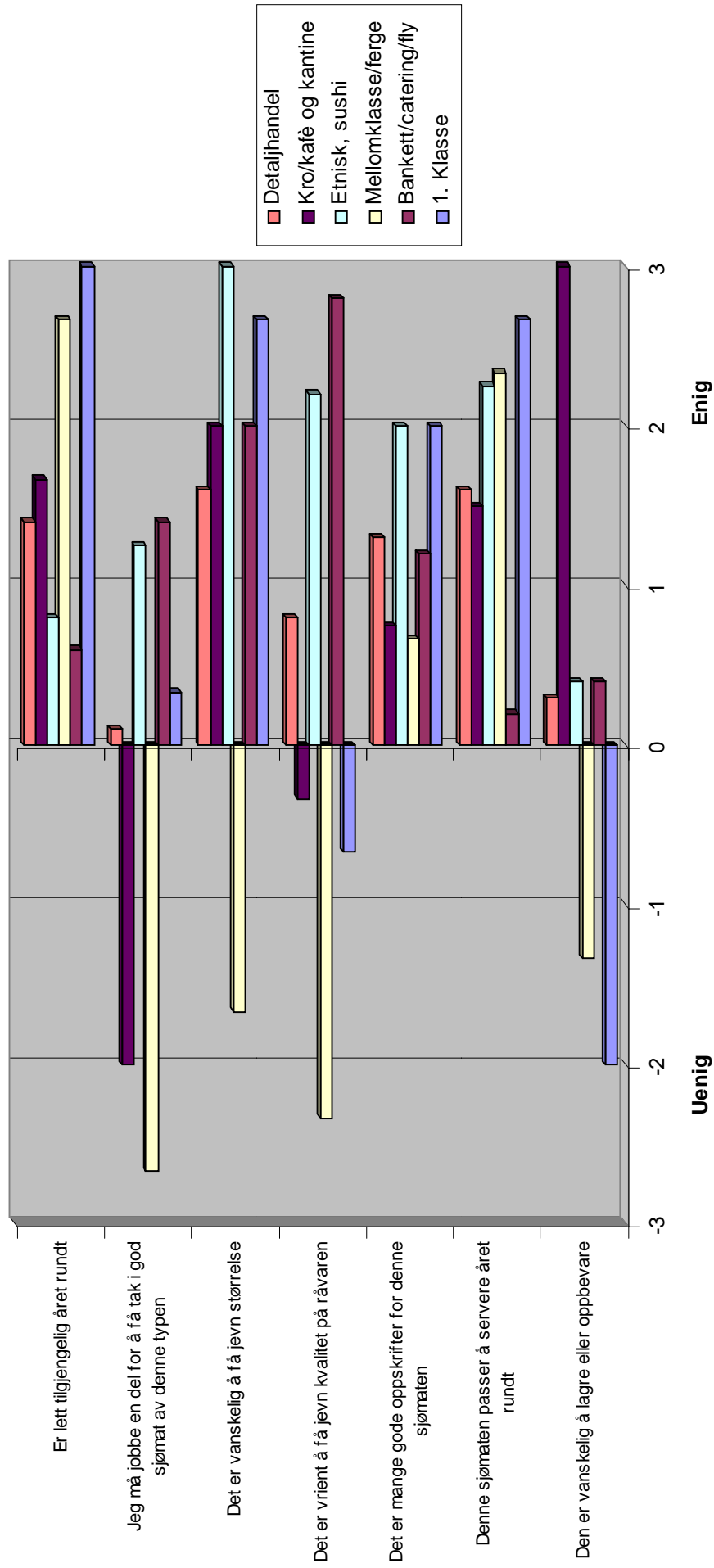
Figur 14n: Vurdering av praktisk anvendbarhet av blåskjell i ulike segment



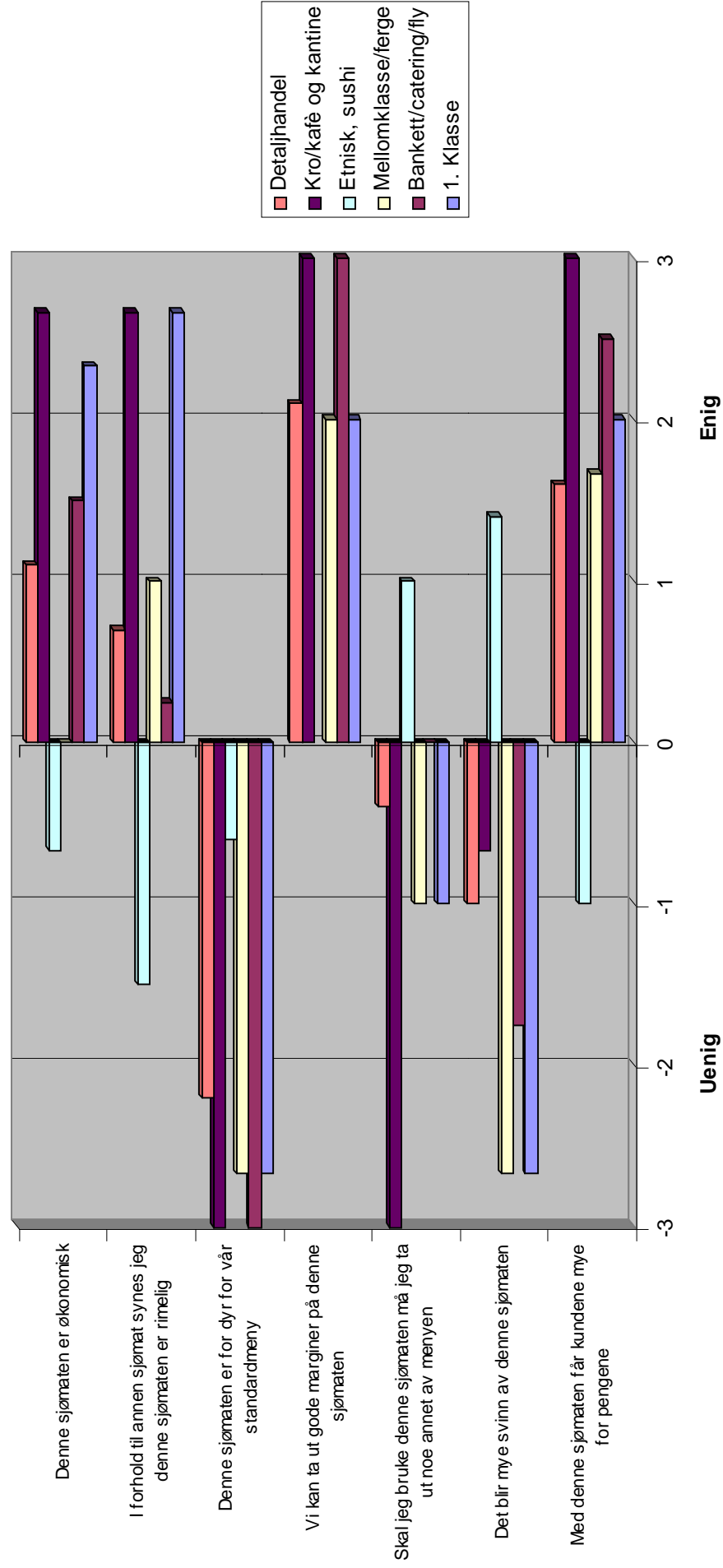
Figur 14o: Vurdering av kundenes oppfatninger



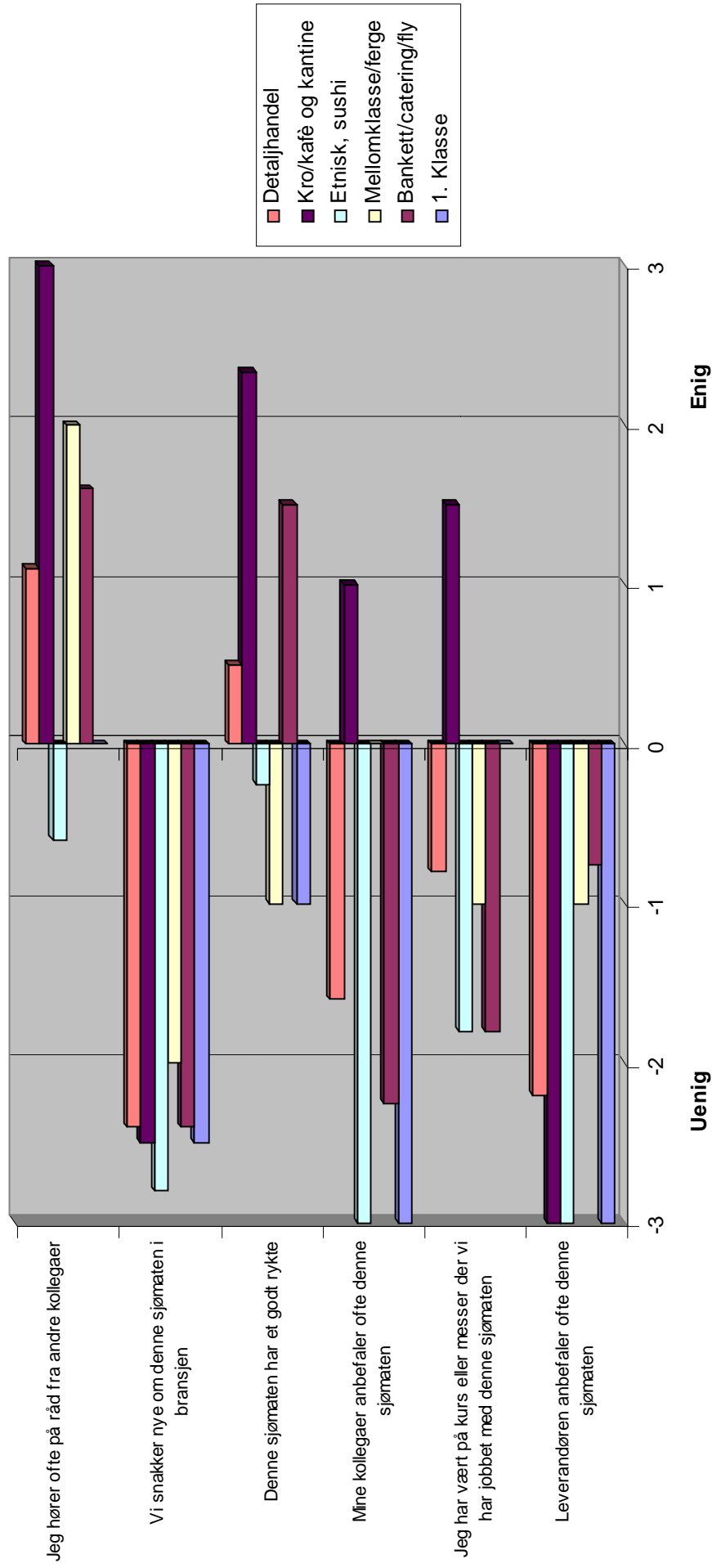
Figur 14p: Vurdering av praktiske forhold ved blåskjell i ulike segment



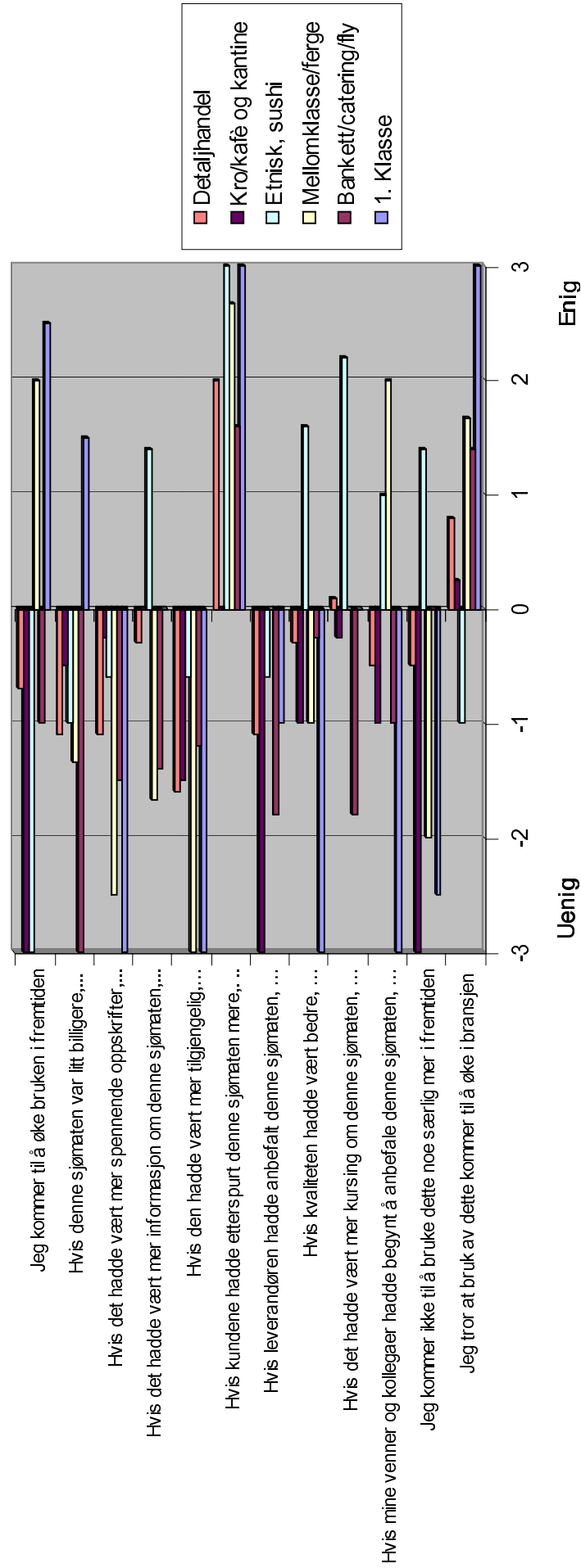
Figur 14p(2): Økonomiske hensyn for blåskjell i ulike segment



Figur 14q: Påvirkning fra kollegaer og bransje om blåskjell i ulike segment

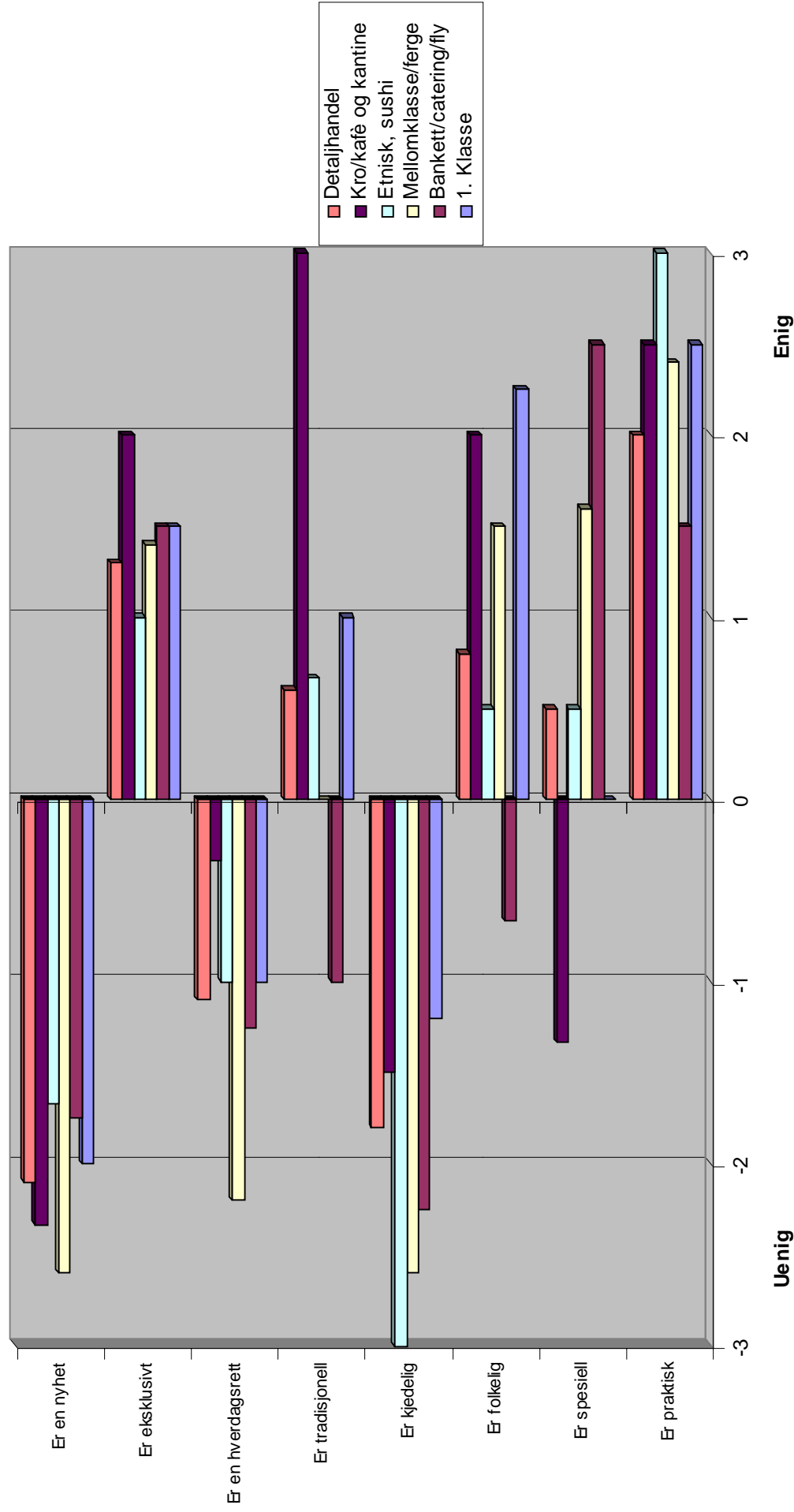


Figur 14r: Sannsynligheten for bruk av blåskjell for ulike segment

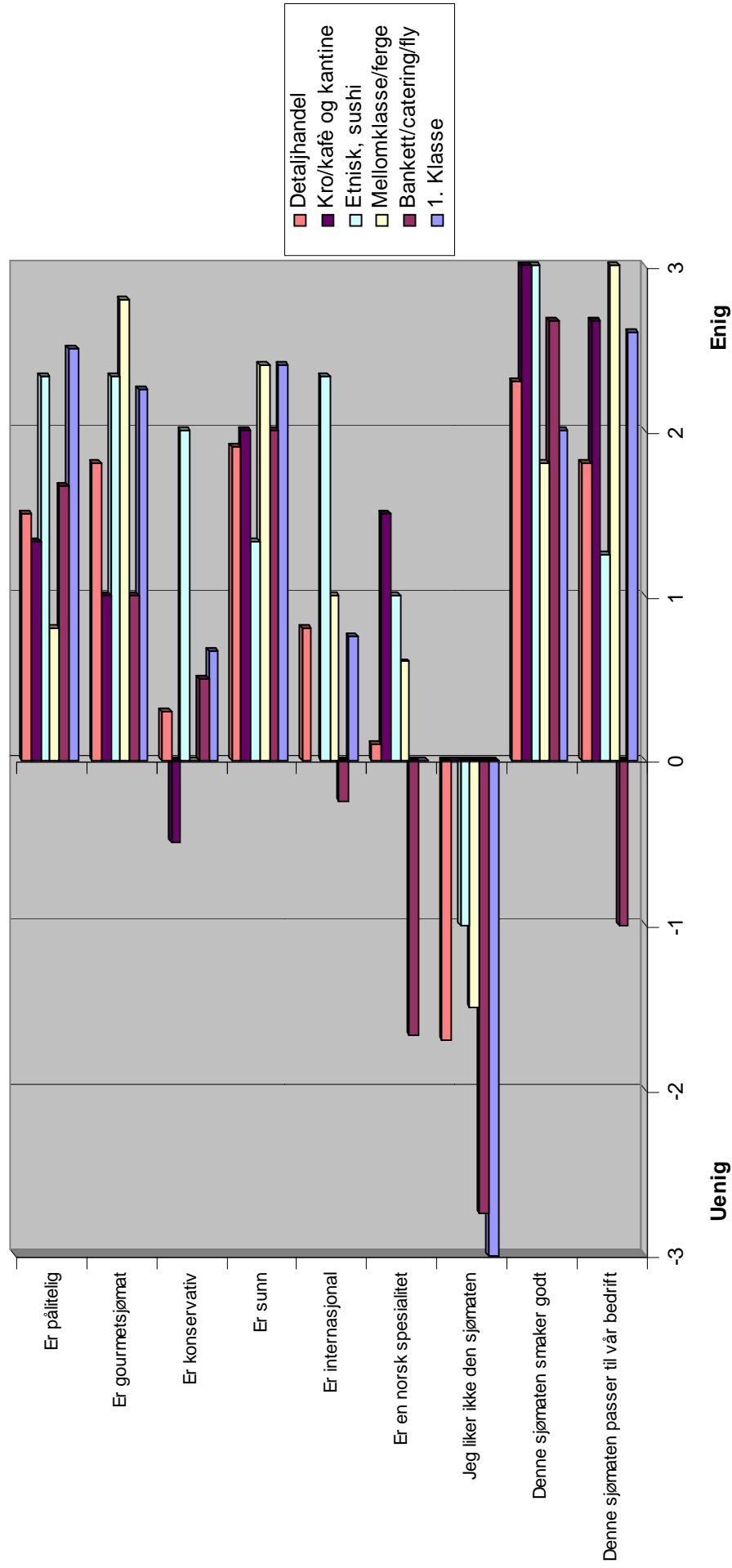


4.7 Nullpunktssituasjon for kveite i ulike markedssegment

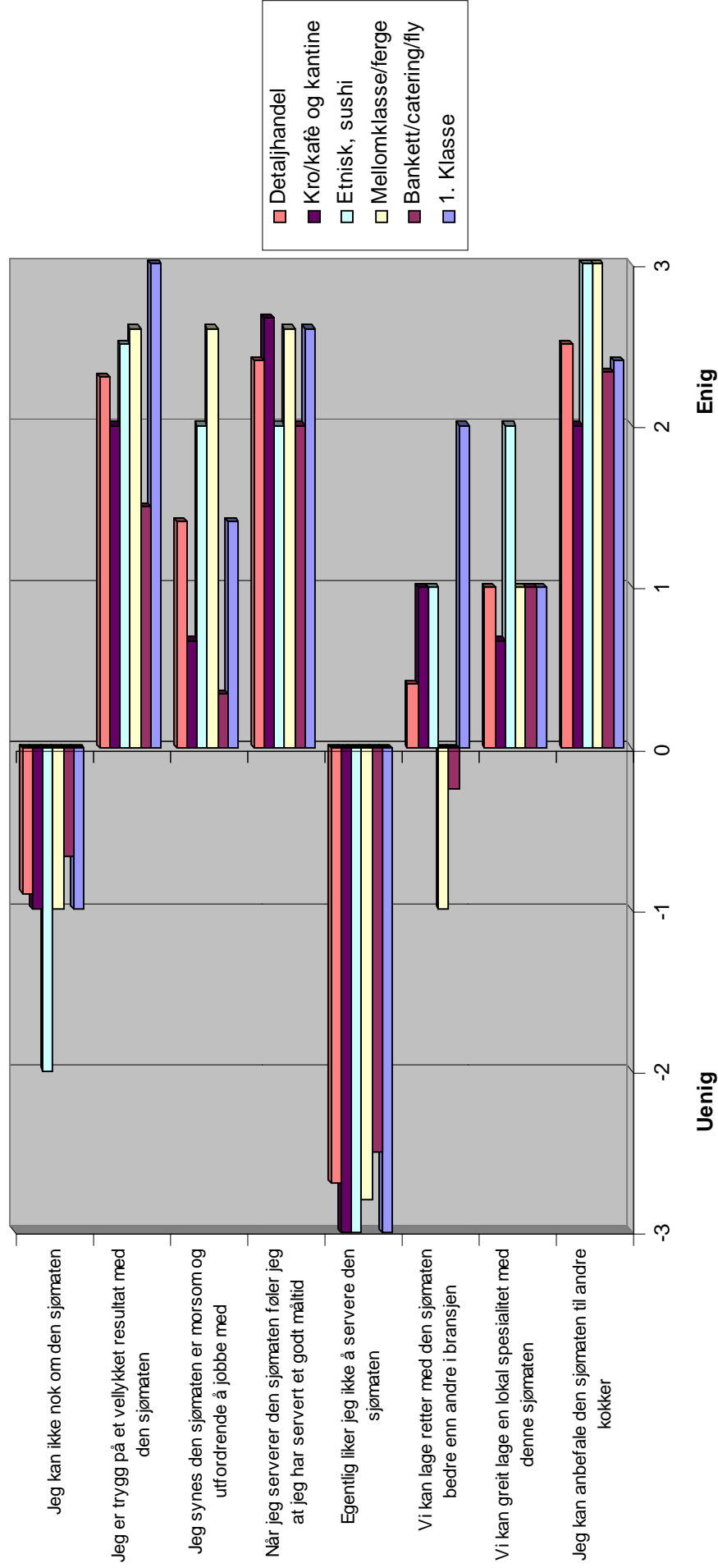
Figur 14s(1): Holdninger til produktet kveite i ulike segment



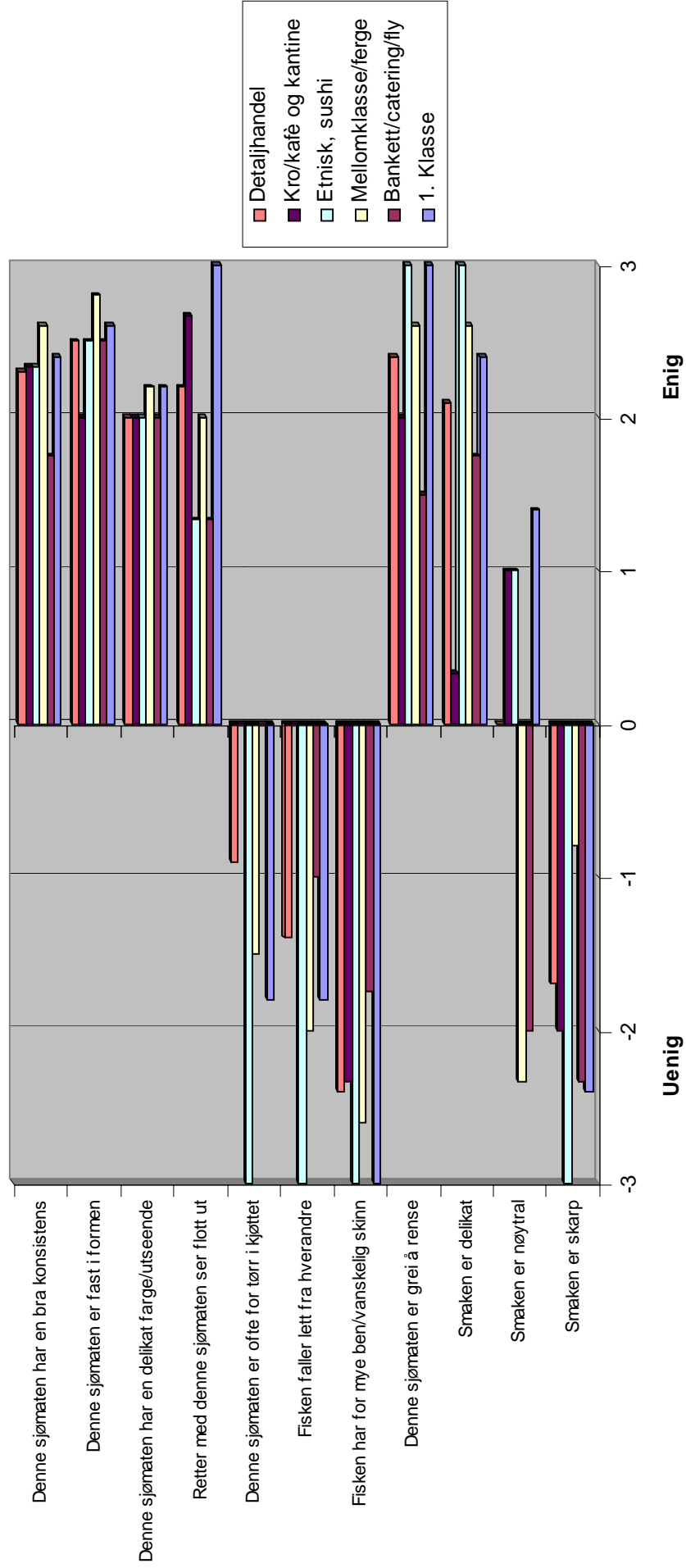
Figur 14s(2): Holdninger til produktet kveite i ulike segment



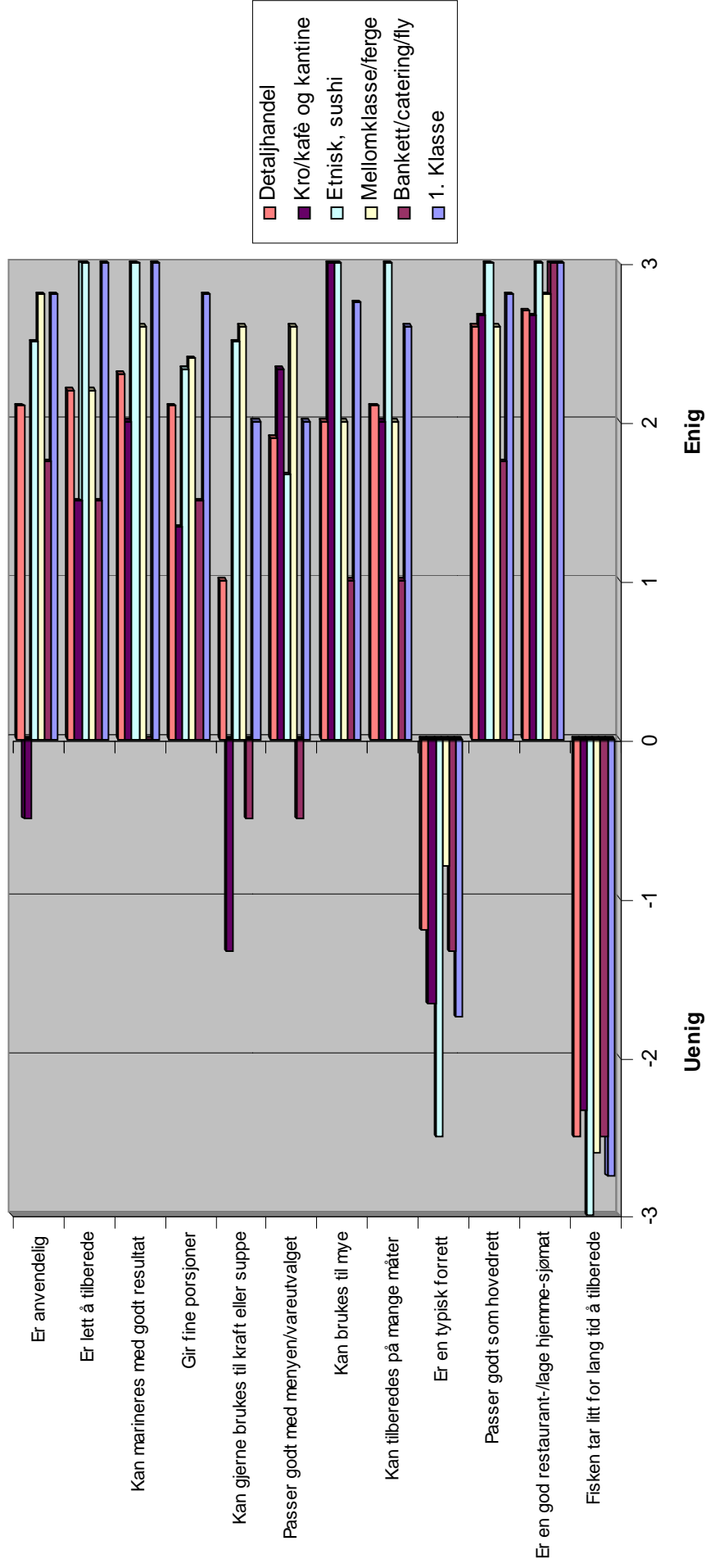
Figur 14t: Personlige erfaringer med kveite i ulike segment



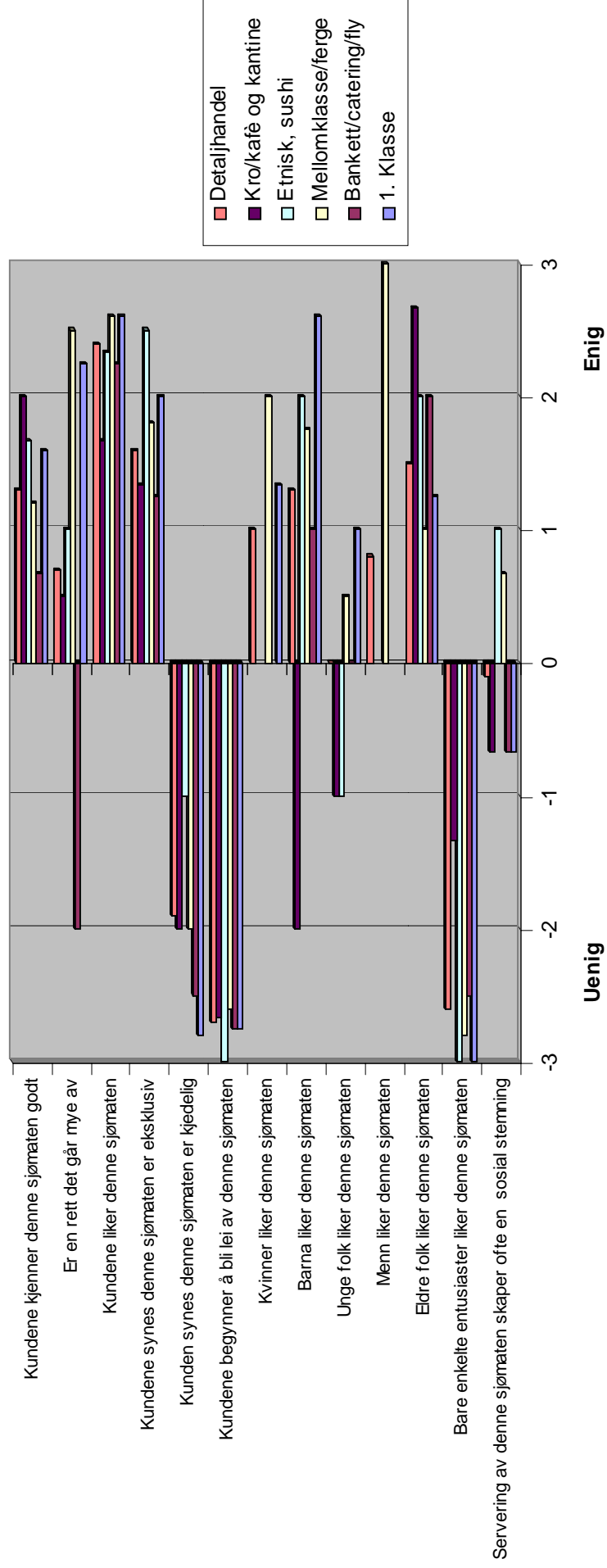
Figur 14u: Oppfatninger om fysiske attributter ved kveite i ulike segment



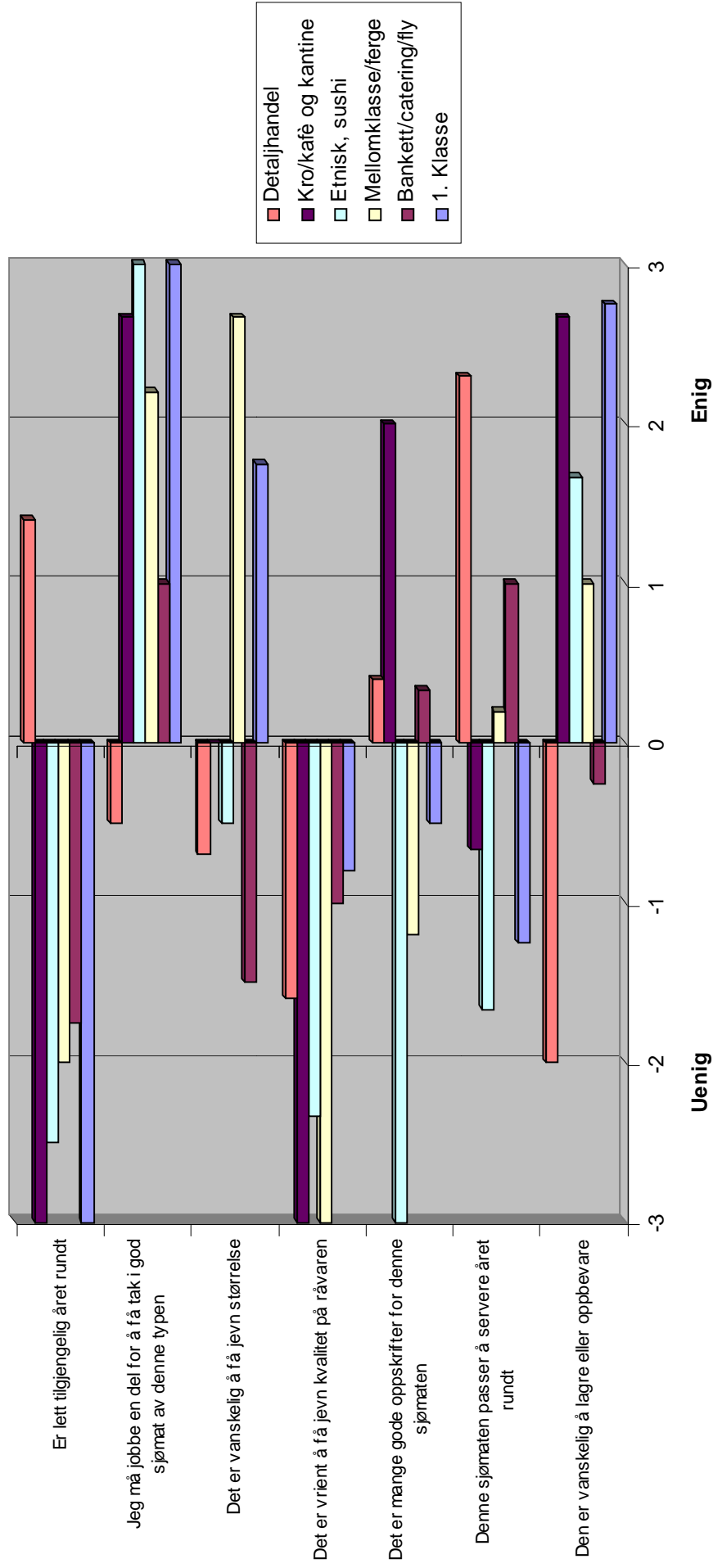
Figur 14v: Vurdering av praktisk anvendbarhet av kveite i ulike segment



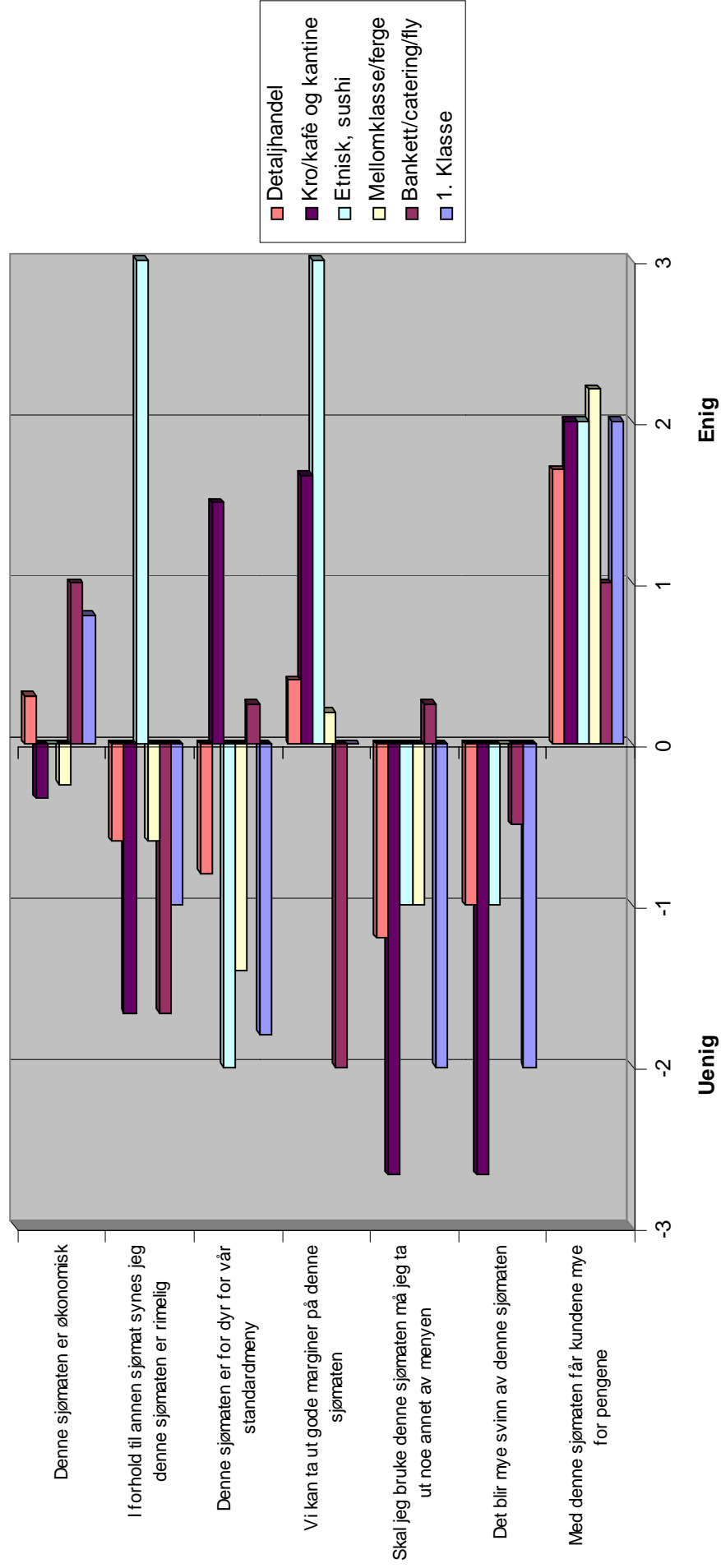
Figur 14w: Vurdering av kundenes oppfatninger av kveite



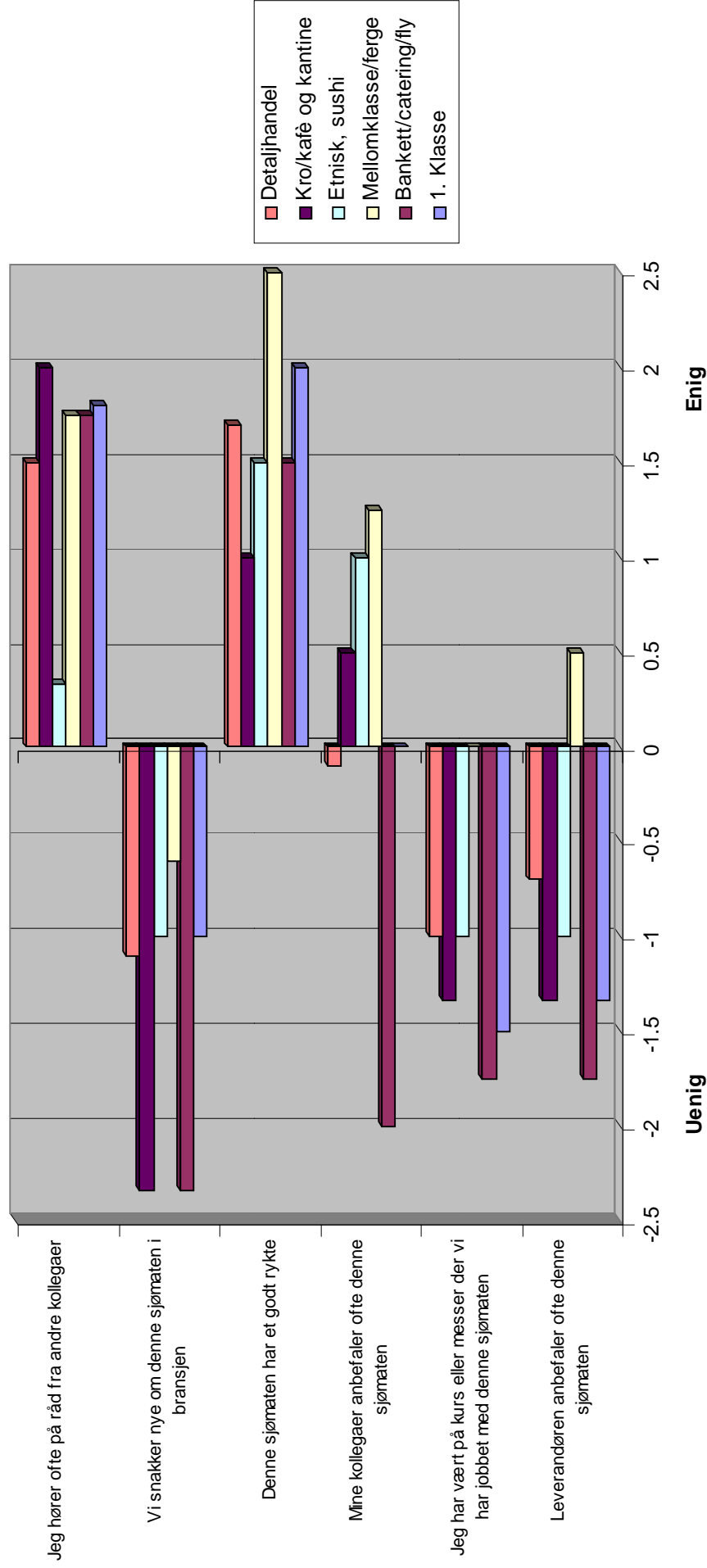
Figur 14x: Vurdering av praktiske forhold ved kveite i ulike segment



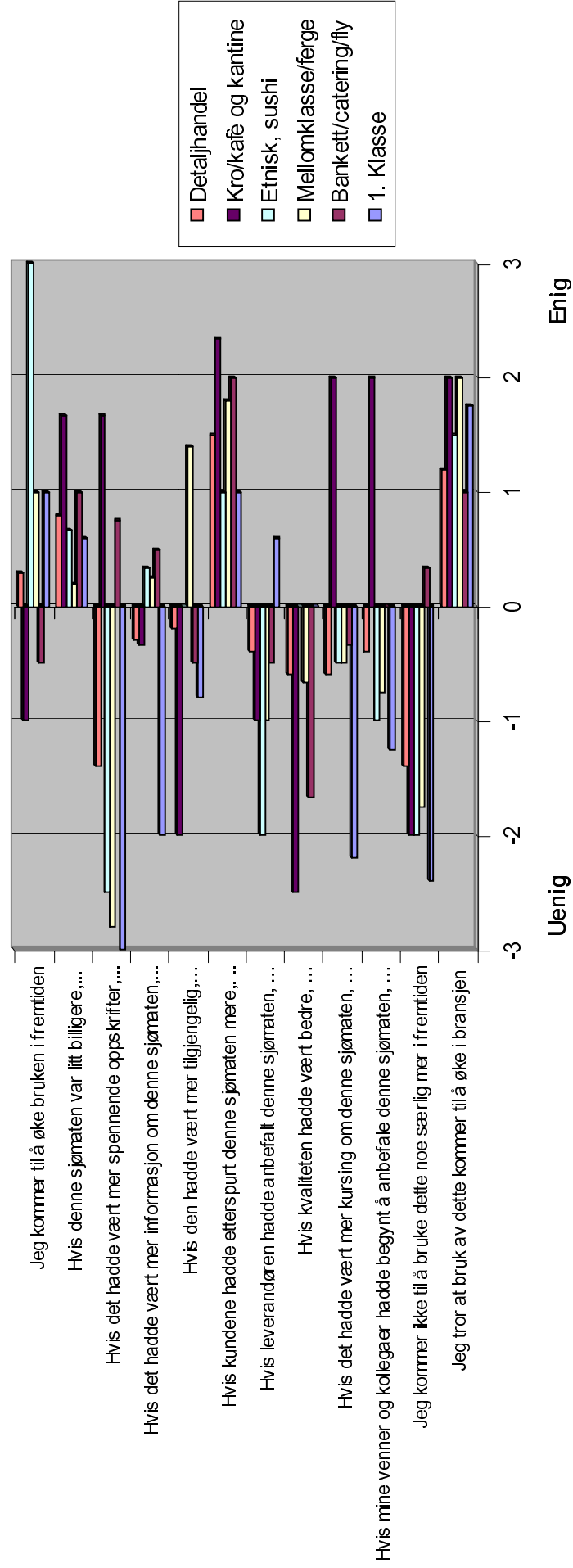
Figur 14y: Økonomiske hensyn for kveite i ulike segment



Figur 14z: Påvirkning fra kollegaer og bransje om kveite i ulike segment

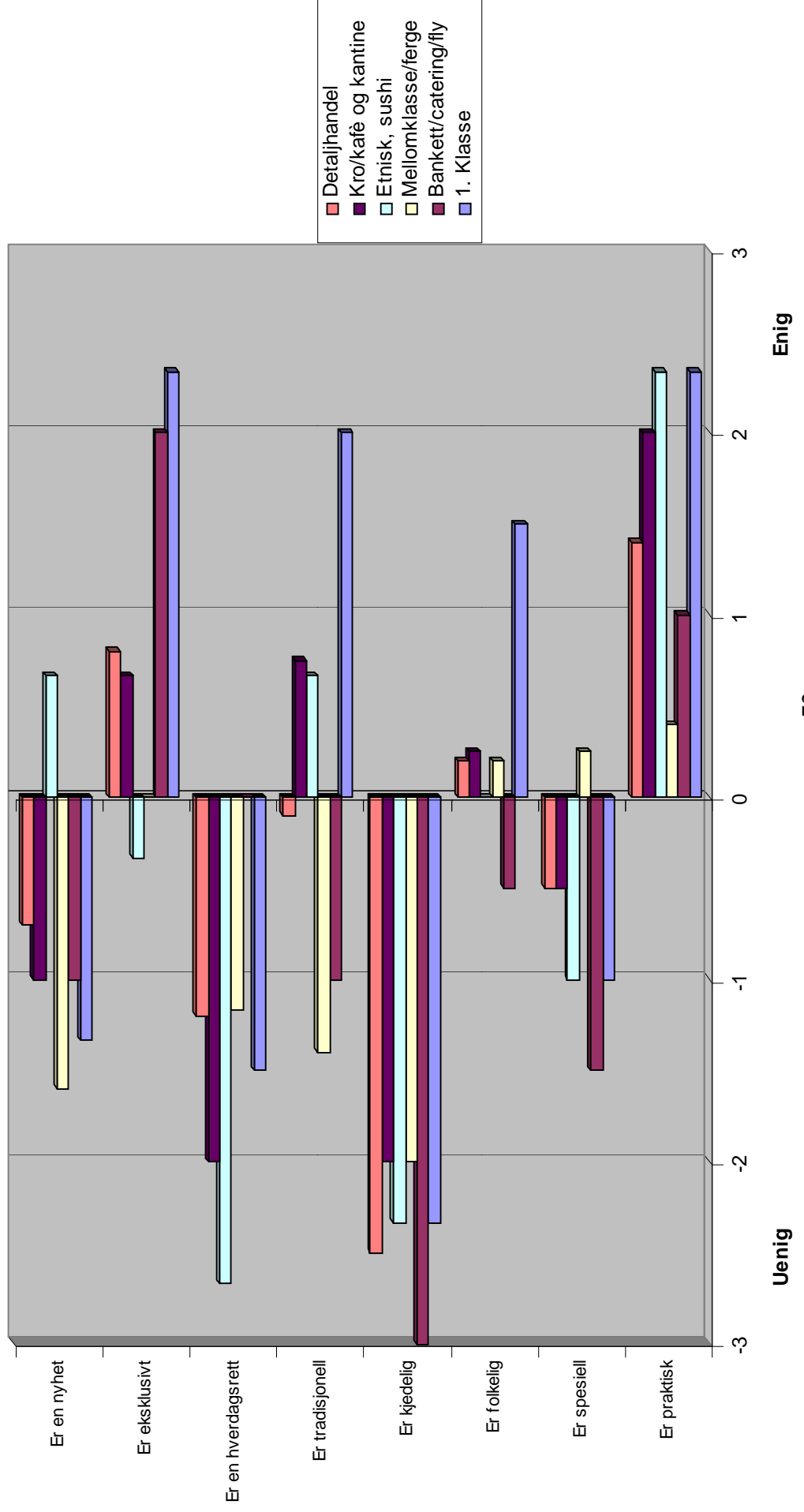


Figur 14æ: Sannsynlighet for forbruk av kveite for ulike segment

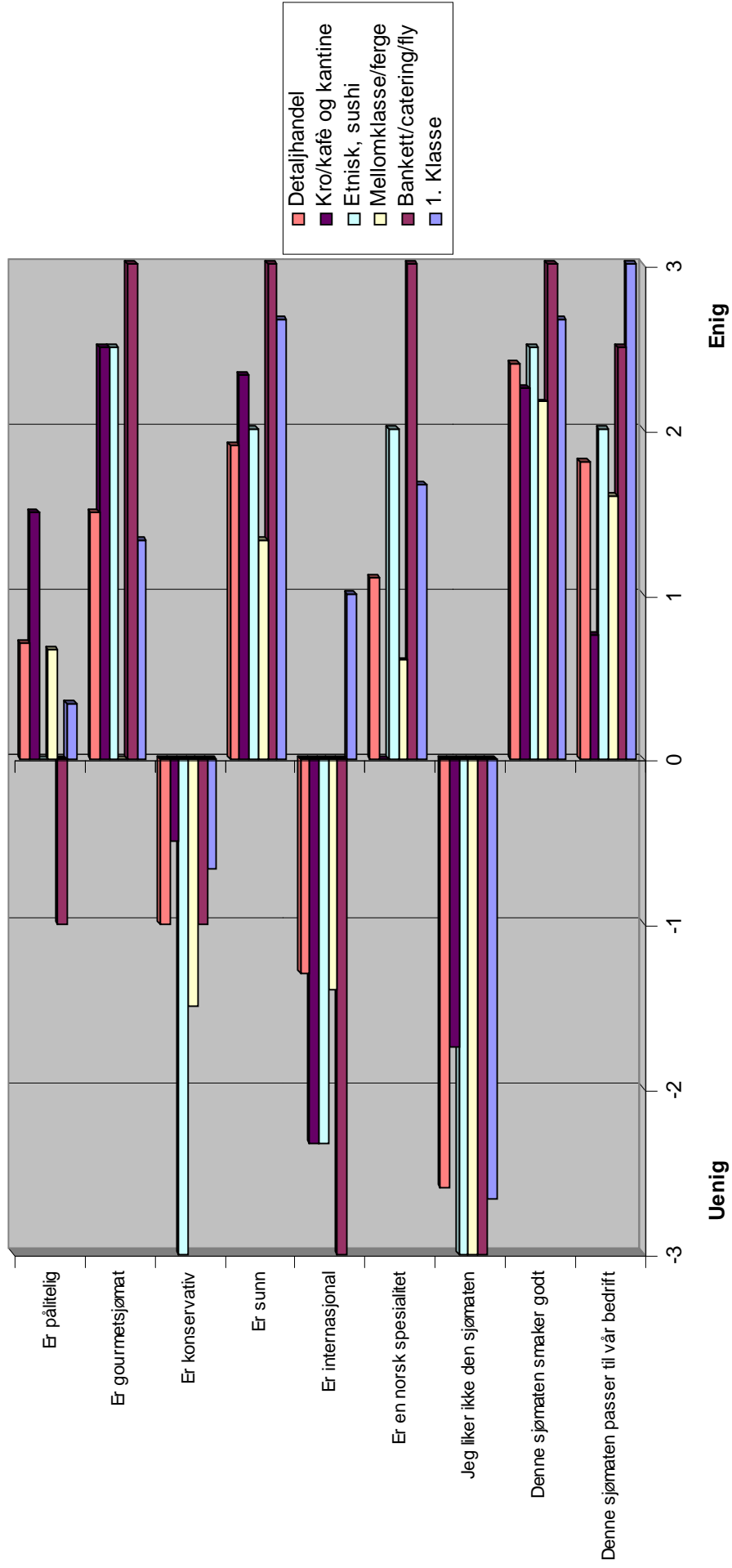


4.7 Nullpunktssituasjon for røye i ulike markedssegment

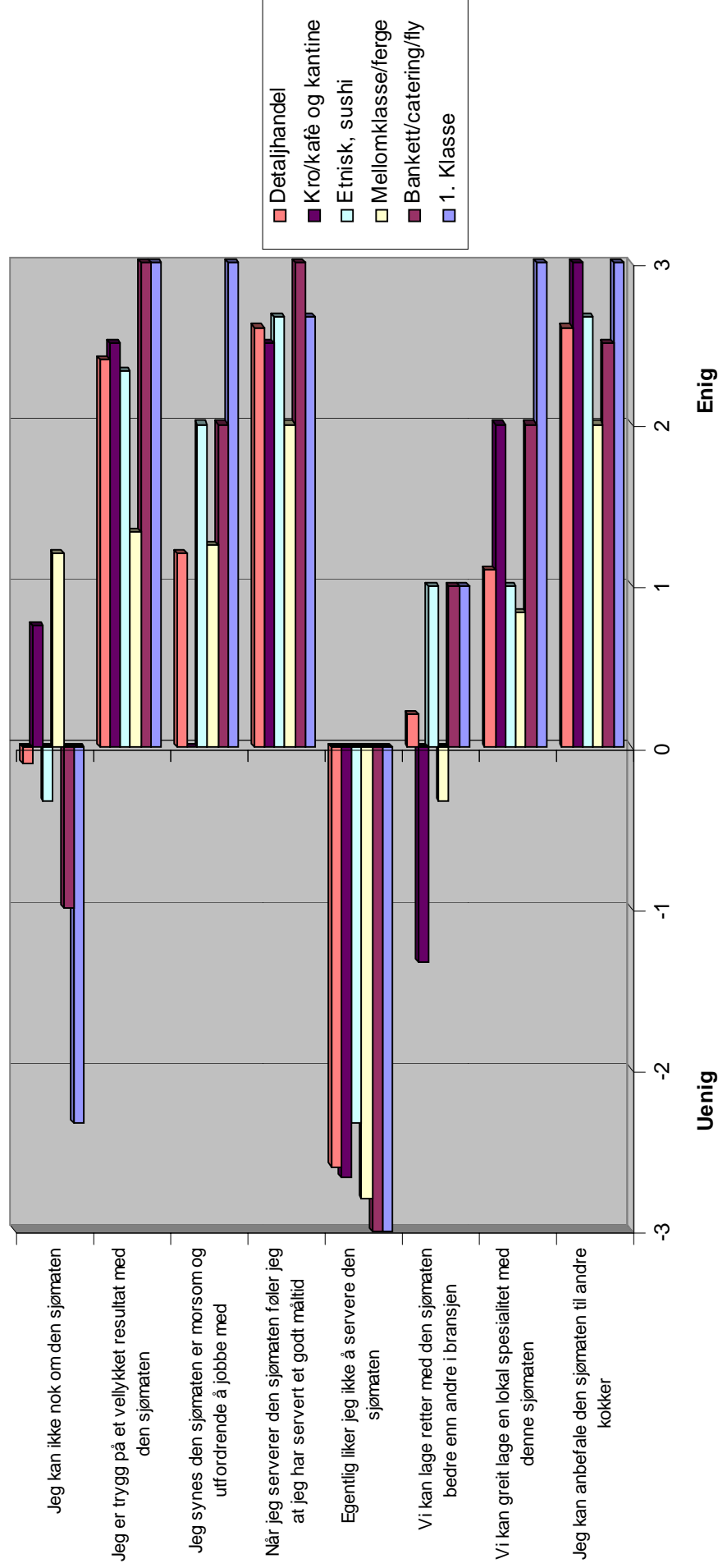
Figur 14ø(1): Holdninger til produktet røye i ulike segment



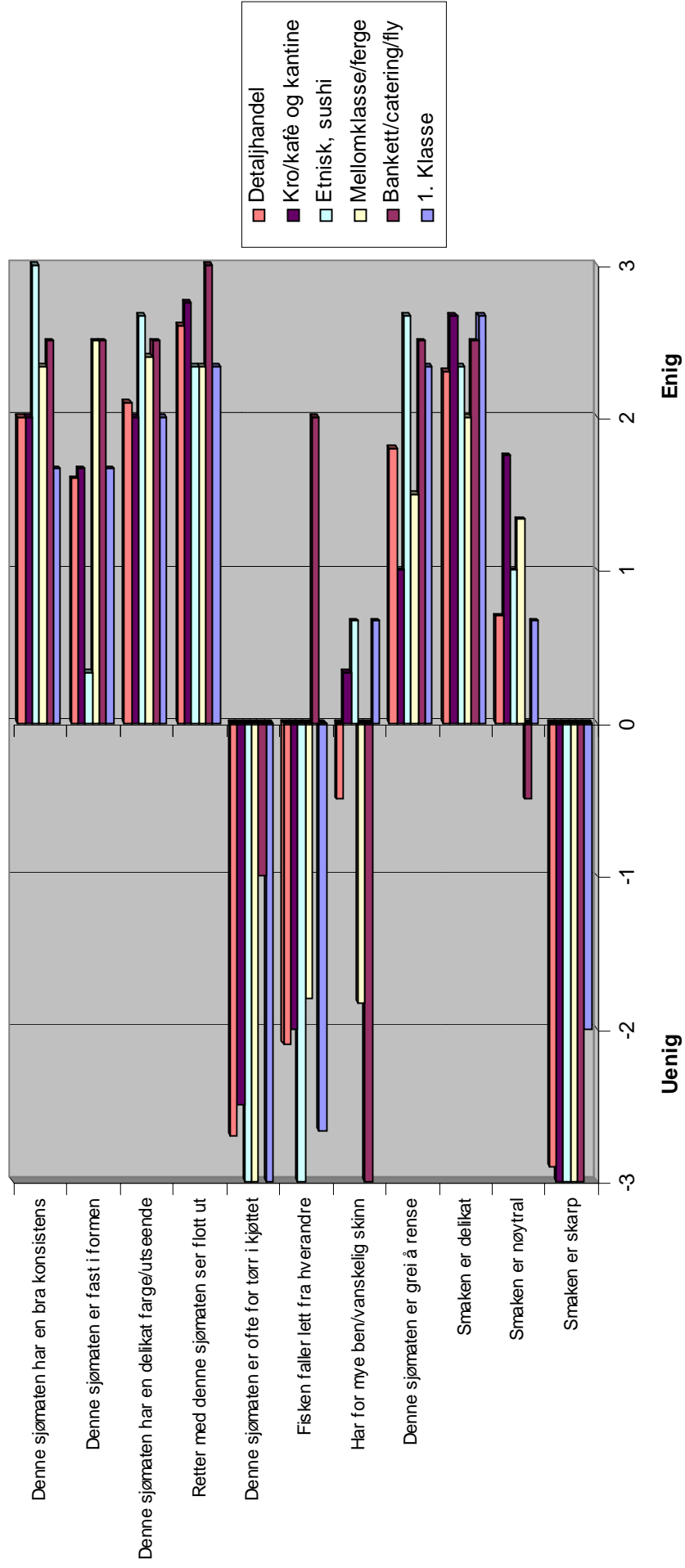
Figur 14ø(2): Holdninger til produktet røye i ulike segment



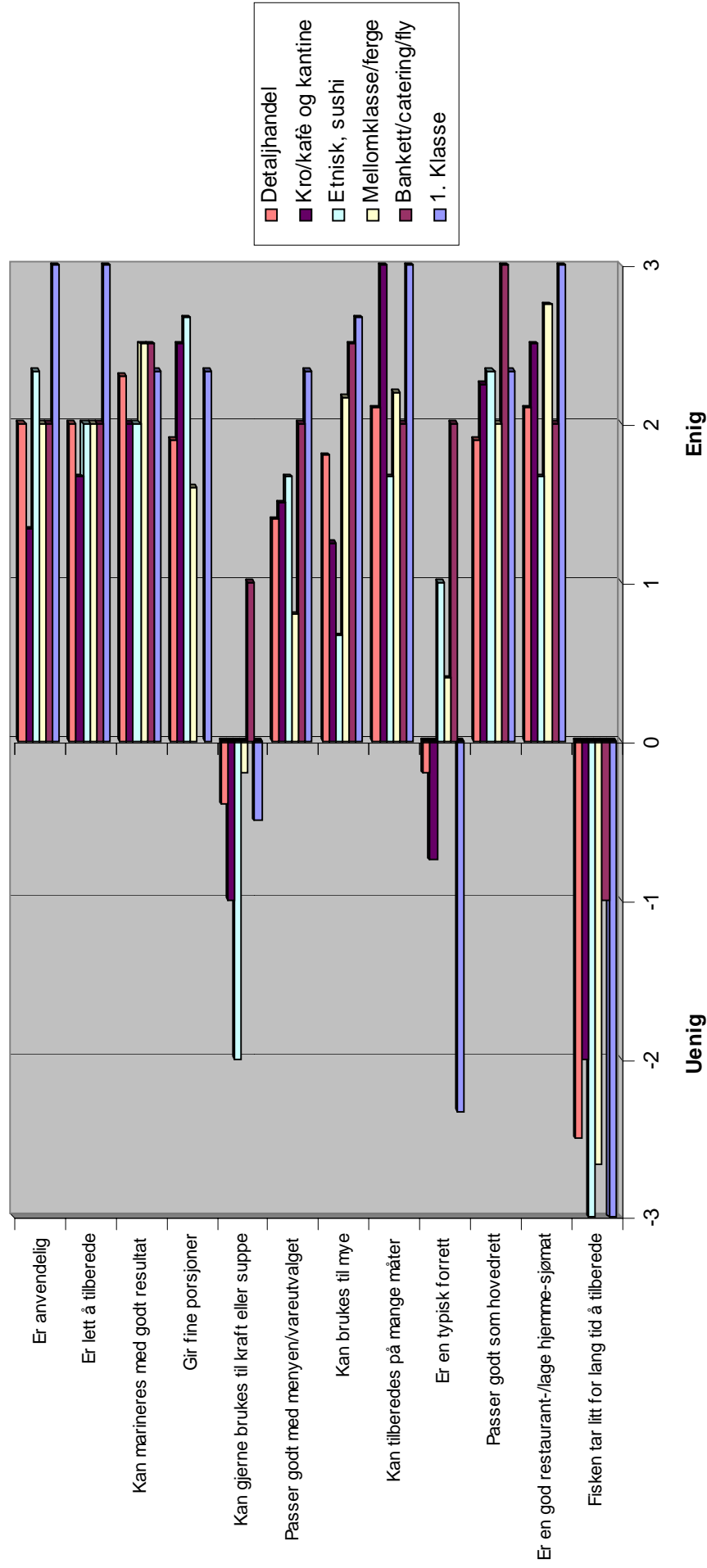
Figur 14å: Personlige erfaringer med røye i ulike segment



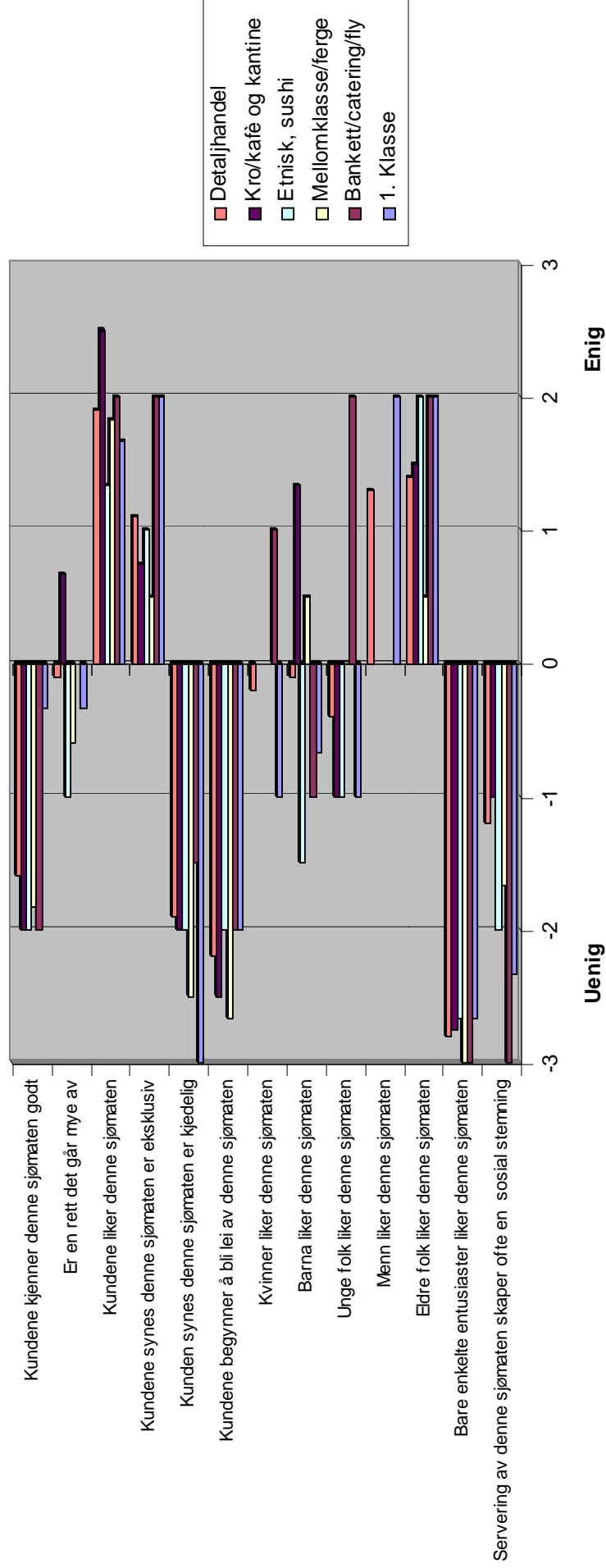
Figur 14aa: Oppfatninger om fysiske attributter ved røye i ulike segment



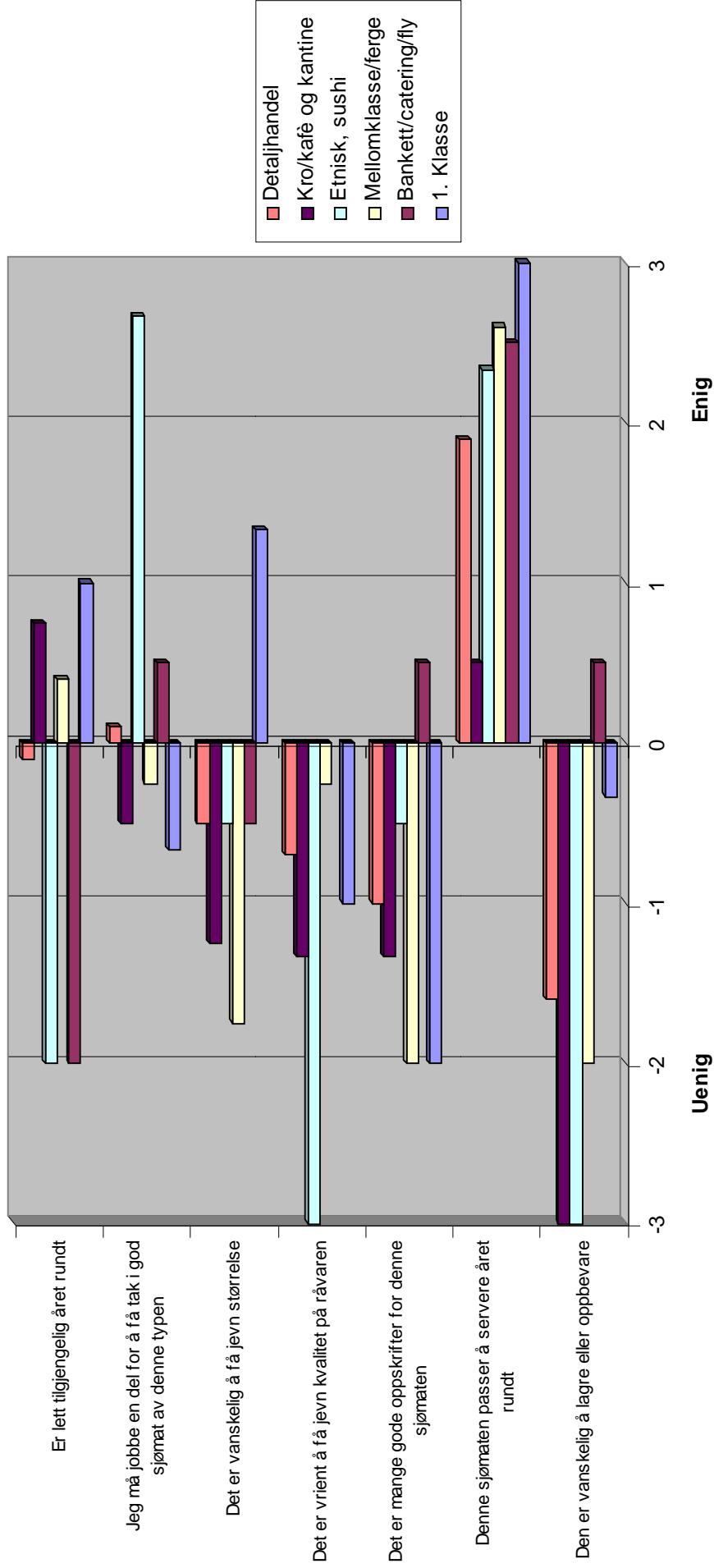
Figur 14ab: Vurdering av praktisk anvendbarhet av røye i ulike segment



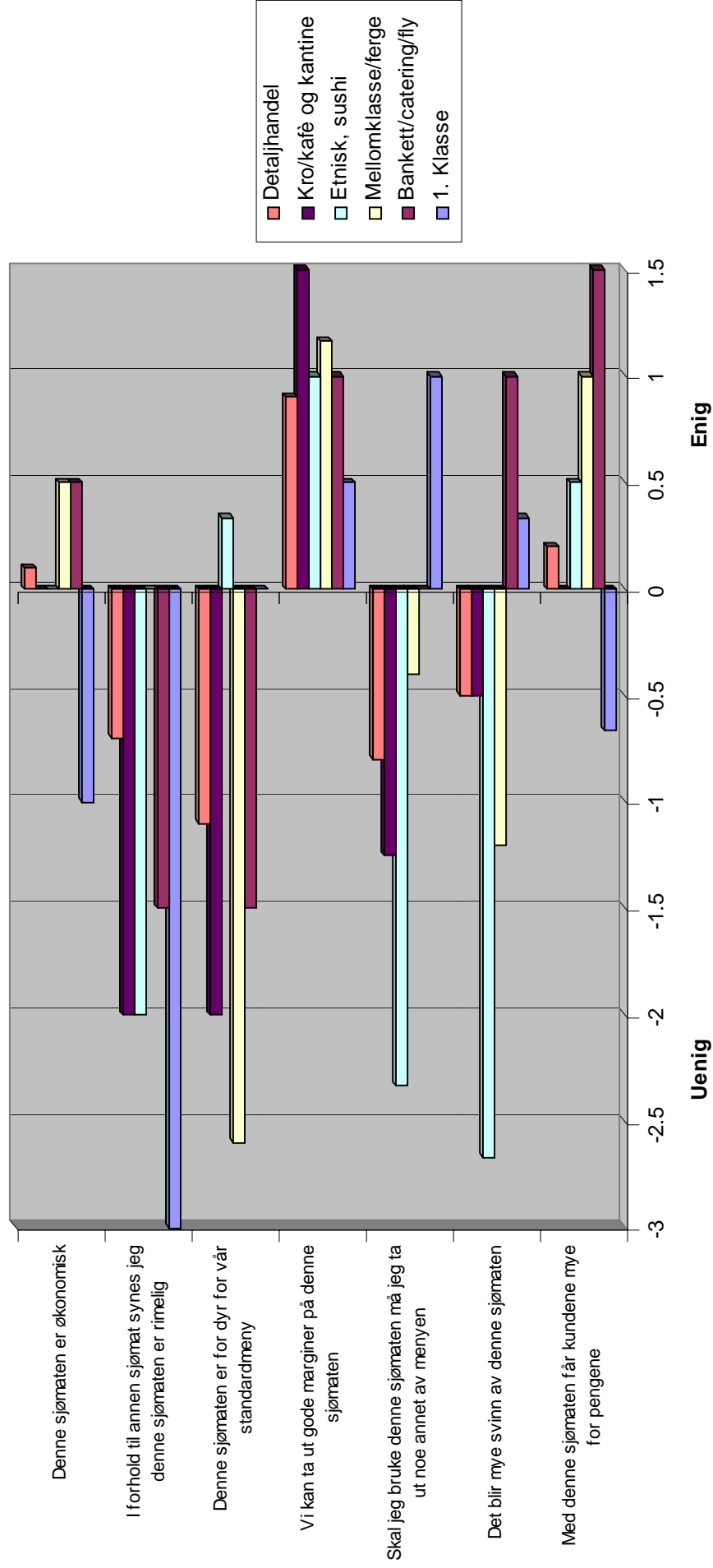
Figur 14ac: Vurdering av kundenes oppfatninger av røye i ulike segment



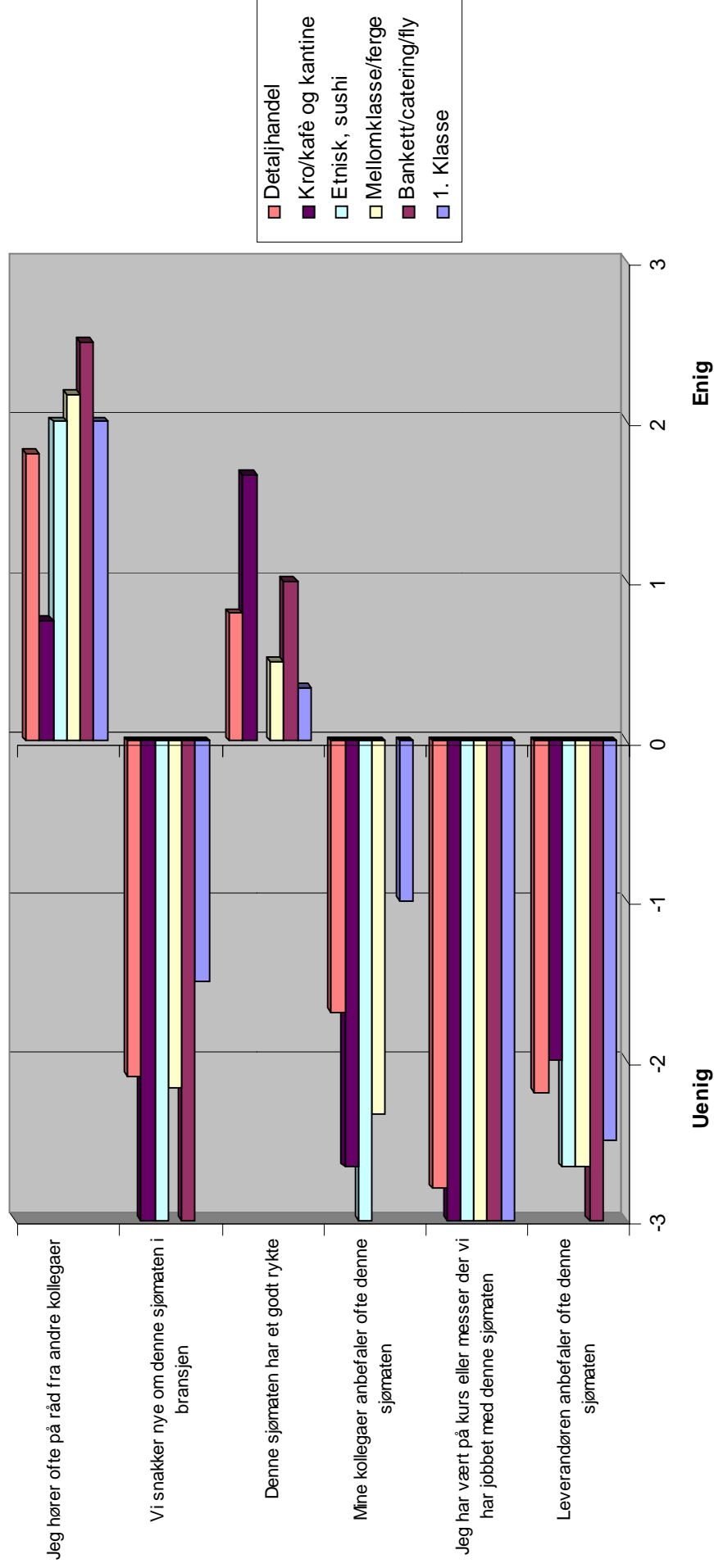
Figur 14ad: Vurdering av praktiske forhold ved røye i ulike segment



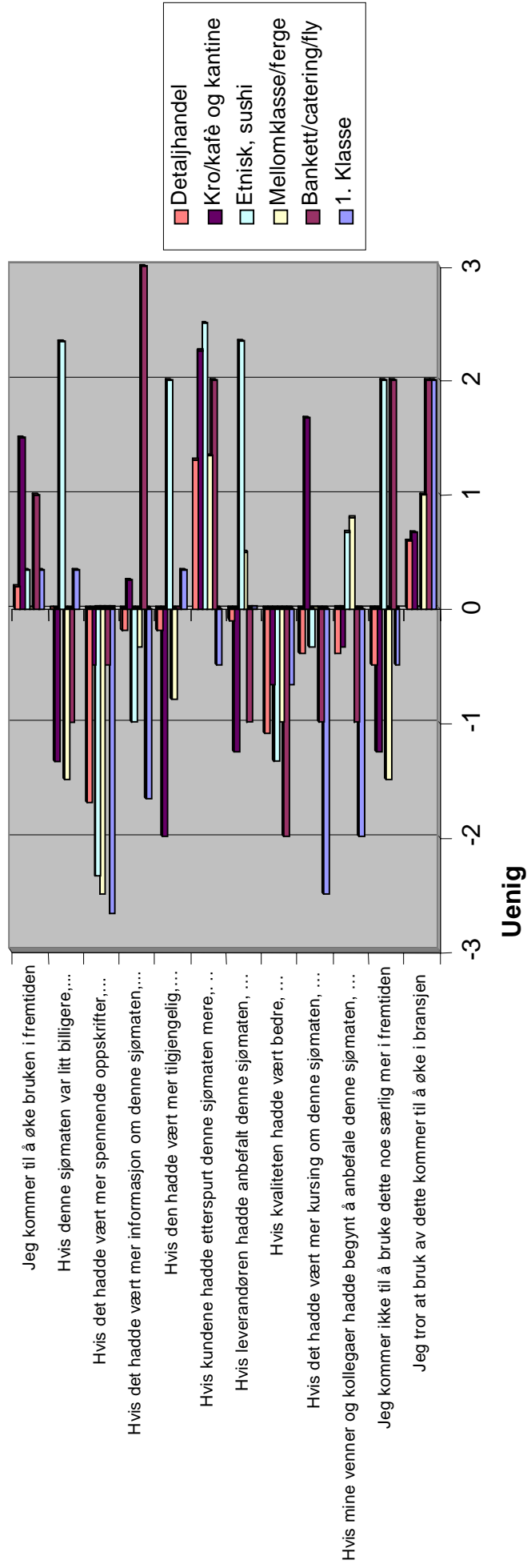
Figur 14ae: Økonomiske hensyn for røye i ulike segment



Figur 14af: Påvirkning fra kollegaer og bransje om røye i ulike segment



Figur 14ag: Sannsynlighet for forbruk av røye for ulike segment



Appendiks

Intervjuguider for undersøkelsen

NB! I dette appendiks er to av fire versjoner av intervjuguiden vedlagt. De andre to versjonene som ikke er inkludert er tilnærmet identiske de to vedlagte, og er laget for intervju av serveringsbedriftene om blåskjell og for detaljhandelen om kveite/røye.

<p>9. Mener du at det er forskjeller mellom oppdrettsFISKEN og villFISKEN? (Hvis JA: fortsett, hvis NEI gå til sp. 11) Hvilke forskjeller er dette?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>																								
<p>10. Hvorfor mener du oppdrettsFISKEN er dårligere/bedre enn vill?</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center; width: 50%;"><i>Vill</i></td> <td style="text-align: center; width: 50%;"><i>Oppdrett</i></td> </tr> <tr> <td>Bedre størrelse</td> <td>Bedre størrelse</td> </tr> <tr> <td>Bedre smak</td> <td>Bedre smak</td> </tr> <tr> <td>Bedre konsistens</td> <td>Bedre konsistens</td> </tr> <tr> <td>Bedre farge/pigment</td> <td>Bedre farge/pigment</td> </tr> <tr> <td>Bedre fettinnhold</td> <td>Bedre fettinnhold</td> </tr> <tr> <td>Bedre kvalitet</td> <td>Bedre kvalitet</td> </tr> <tr> <td>Mer naturlig</td> <td>Bedre tilpasset/kontrollert</td> </tr> <tr> <td>Bedre pris</td> <td>Bedre pris</td> </tr> <tr> <td>Bedre vanninnhold</td> <td>Bedre vanninnhold</td> </tr> <tr> <td>Annet</td> <td>Annet</td> </tr> <tr> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> </table>	<i>Vill</i>	<i>Oppdrett</i>	Bedre størrelse	Bedre størrelse	Bedre smak	Bedre smak	Bedre konsistens	Bedre konsistens	Bedre farge/pigment	Bedre farge/pigment	Bedre fettinnhold	Bedre fettinnhold	Bedre kvalitet	Bedre kvalitet	Mer naturlig	Bedre tilpasset/kontrollert	Bedre pris	Bedre pris	Bedre vanninnhold	Bedre vanninnhold	Annet	Annet	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<i>Vill</i>	<i>Oppdrett</i>																								
Bedre størrelse	Bedre størrelse																								
Bedre smak	Bedre smak																								
Bedre konsistens	Bedre konsistens																								
Bedre farge/pigment	Bedre farge/pigment																								
Bedre fettinnhold	Bedre fettinnhold																								
Bedre kvalitet	Bedre kvalitet																								
Mer naturlig	Bedre tilpasset/kontrollert																								
Bedre pris	Bedre pris																								
Bedre vanninnhold	Bedre vanninnhold																								
Annet	Annet																								
.....																								
<p>11. Ca. hvor mye av FISKEN tar dere inn om året (eventuelt: i måneden/uken)?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Villkg pr.(eventuelt: i måneden/uken) • Oppdrett.....kg pr.....(eventuelt: i måneden/uken) <p><i>NB: Hvis svaret er "ingenting", spør</i> Hvorfor bruker dere ikke oppdrett (eller vill) FISKEN?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>																								
<p>12. Hvordan tilbereder dere (eventuelt) fisken?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>																								
<p>13. Hva vil du trekke frem som spesielt positivt med FISKEN? Om noe – hva vil du trekke frem som spesielt negativt med FISKEN?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>																								

SNF rapport nr. 02/01

14.	PÅSTAND	SKALA							
	<i>HOLDNINGER TIL PRODUKTET (FISKEN)</i>	Helt uenig						Helt enig	Vet ikke
1	Er en nyhet	1	2	3	4	5	6	7	0
2	Er eksklusiv	1	2	3	4	5	6	7	0
3	Er en hverdagsfisk	1	2	3	4	5	6	7	0
4	Er tradisjonell	1	2	3	4	5	6	7	0
5	Er kjedelig	1	2	3	4	5	6	7	0
6	Er folkelig	1	2	3	4	5	6	7	0
7	Er spesiell	1	2	3	4	5	6	7	0
8	Er praktisk	1	2	3	4	5	6	7	0
9	Er pålitelig	1	2	3	4	5	6	7	0
10	Er en gourmetfisk	1	2	3	4	5	6	7	0
11	Er konservativ	1	2	3	4	5	6	7	0
12	Er sunn	1	2	3	4	5	6	7	0
13	Er internasjonal	1	2	3	4	5	6	7	0
14	Er en norsk spesialitet	1	2	3	4	5	6	7	0
15	Jeg liker ikke den fisken	1	2	3	4	5	6	7	0
16	Fisken smaker godt	1	2	3	4	5	6	7	0
17	Fisken passer til vår restaurant	1	2	3	4	5	6	7	0
	<i>PERSONLIGE ERFARINGER</i>	Helt uenig						Helt enig	Vet ikke
18	Jeg kan ikke nok om denne fisken	1	2	3	4	5	6	7	0
19	Jeg er trygg på et vellykket resultat med denne fisken	1	2	3	4	5	6	7	0
20	Jeg synes fisken er morsom og utfordrende å jobbe med	1	2	3	4	5	6	7	0
21	Når jeg serverer fisken føler jeg at jeg har servert et godt måltid	1	2	3	4	5	6	7	0
22	Egentlig liker jeg ikke å servere fisken	1	2	3	4	5	6	7	0
23	Vi kan lage retter med denne fisken bedre enn andre i bransjen	1	2	3	4	5	6	7	0
24	Vi kan greit lage en lokal spesialitet med denne fisken	1	2	3	4	5	6	7	0
25		1	2	3	4	5	6	7	0

SNF rapport nr. 02/01

Jeg kan anbefale denne fisken til an. kokker									
<i>FYSISKE ATTRIBUTTER</i>		Helt uenig						Helt enig	Vet ikke
26	Fisken har en bra konsistens	1	2	3	4	5	6	7	0
27	Fisken er fast i formen	1	2	3	4	5	6	7	0
28	Fisken har en delikat farge	1	2	3	4	5	6	7	0
29	Retter med fisken ser flott ut	1	2	3	4	5	6	7	0
30	Fisken er ofte for tørr	1	2	3	4	5	6	7	0
31	Fisken faller lett fra hverandre	1	2	3	4	5	6	7	0
32	Fisken har for mye ben/skall	1	2	3	4	5	6	7	0
33	Fisken er grei å rense	1	2	3	4	5	6	7	0
34	Smaken er delikat	1	2	3	4	5	6	7	0
35	Smaken er nøytral	1	2	3	4	5	6	7	0
36	Smaken er skarp	1	2	3	4	5	6	7	0
<i>PRAKTISK ANVEDNBARHET</i>		Helt uenig						Helt enig	Vet ikke
37	Er anvendelig	1	2	3	4	5	6	7	0
38	Er lett å tilberede	1	2	3	4	5	6	7	0
39	Kan marineres med godt resultat	1	2	3	4	5	6	7	0
40	Gir fine porsjoner	1	2	3	4	5	6	7	0
41	Kan gjerne brukes til kraft eller suppe	1	2	3	4	5	6	7	0
42	Passer godt med menyen vår	1	2	3	4	5	6	7	0
43	Kan brukes til mye	1	2	3	4	5	6	7	0
44	Kan tilberedes på mange måter	1	2	3	4	5	6	7	0
45	Er en typisk forrett	1	2	3	4	5	6	7	0
46	Passer godt som hovedrett	1	2	3	4	5	6	7	0
47	Er en god restaurantfisk	1	2	3	4	5	6	7	0
48	Fisken tar litt for lang tid å tilberede	1	2	3	4	5	6	7	0
<i>KUNDENES OPPFATNINGER</i>		Helt uenig						Helt enig	Vet ikke
49	Kundene kjenner fisken godt	1	2	3	4	5	6	7	0
50	Er en rett det går mye av	1	2	3	4	5	6	7	0
51	Kundene liker fisken	1	2	3	4	5	6	7	0

SNF rapport nr. 02/01

52	Kundene synes fisken er eksklusiv	1	2	3	4	5	6	7	0		
53	Kunden synes fisken er kjedelig	1	2	3	4	5	6	7	0		
54	Kundene begynner å bli lei av fisken	1	2	3	4	5	6	7	0		
55	Kvinner liker fisken	1	2	3	4	5	6	7	0		
56	Barna liker fisken	1	2	3	4	5	6	7	0		
57	Unge folk liker fisken	1	2	3	4	5	6	7	0		
58	Menn liker fisken	1	2	3	4	5	6	7	0		
59	Eldre folk liker fisken	1	2	3	4	5	6	7	0		
60	Bare enkelte entusiaster liker denne fisken	1	2	3	4	5	6	7	0		
61	Servering av fisken skaper ofte en sosial stemning	1	2	3	4	5	6	7	0		
PRAKTISKE FORHOLD									Helt uenig	Helt enig	Vet ikke
62	Er lett tilgjengelig året rundt	1	2	3	4	5	6	7	0		
63	Jeg må jobbe en del for å få tak i god fisk av denne typen	1	2	3	4	5	6	7	0		
64	Det er vanskelig å få jevn størrelse	1	2	3	4	5	6	7	0		
65	Det er vrient å få jevn kvalitet på råvaren	1	2	3	4	5	6	7	0		
66	Det er mange gode oppskrifter for fisken	1	2	3	4	5	6	7	0		
67	Fisken passer å servere året rundt	1	2	3	4	5	6	7	0		
68	Den er vanskelig å lagre eller oppbevare	1	2	3	4	5	6	7	0		
ØKONOMISKE HENSYN									Helt uenig	Helt enig	Vet ikke
69	Fisken er økonomisk	1	2	3	4	5	6	7	0		
70	I forhold til annen fisk synes jeg fisken er rimelig	1	2	3	4	5	6	7	0		
71	Fisken er for dyr for vår standardmeny	1	2	3	4	5	6	7	0		
72	Vi kan ta ut gode marginer på fisken	1	2	3	4	5	6	7	0		
73	Skal jeg bruke denne fisken må jeg ta ut noe annet av menyen	1	2	3	4	5	6	7	0		
74	Det blir mye svinn av denne fisken	1	2	3	4	5	6	7	0		
75	Med denne fisken får kundene mye for pengene	1	2	3	4	5	6	7	0		

	PÅVIRKNING FRA KOLLEGAER OG BRANSJE	Helt uenig					Helt enig		Vet ikke
76	Jeg hører ofte på råd fra andre kollegaer	1	2	3	4	5	6	7	0
77	Vi snakker nye om denne fisken i bransjen	1	2	3	4	5	6	7	0
78	Fisken har et godt rykte	1	2	3	4	5	6	7	0
79	Mine kollegaer anbefaler ofte denne fisken	1	2	3	4	5	6	7	0
80	Jeg har vært på kurs eller messer der vi har jobbet med denne fisken	1	2	3	4	5	6	7	0
81	Leverandøren anbefaler ofte denne fisken	1	2	3	4	5	6	7	0
	SANNSYNLIGHET FOR KJØP	Helt uenig					Helt enig		Vet ikke
82	Jeg kommer til å øke bruken av denne fisken i fremtiden	1	2	3	4	5	6	7	0
83	Hvis denne fisken var litt billigere, ville jeg brukt mer av den	1	2	3	4	5	6	7	0
84	Hvis det hadde vært mer spennende oppskrifter, hadde jeg brukt mer av fisken	1	2	3	4	5	6	7	0
85	Hvis det hadde vært mer informasjon om fisken, ville jeg ha brukt mer av den	1	2	3	4	5	6	7	0
86	Hvis den hadde vært mer tilgjengelig hadde jeg brukt mer av den	1	2	3	4	5	6	7	0
87	Hvis kundene hadde etterspurt fisken mere, hadde jeg brukt mer av den	1	2	3	4	5	6	7	0
88	Hvis leverandøren hadde anbefalt fisken, hadde jeg brukt mer av den	1	2	3	4	5	6	7	0
89	Hvis kvaliteten hadde vært bedre, hadde jeg brukt mer av den	1	2	3	4	5	6	7	0
90	Hvis det hadde vært mer kursing om denne fisken, hadde jeg brukt mer av den	1	2	3	4	5	6	7	0
91	Hvis mine venner og kollegaer hadde begynt å anbefale denne fisken, hadde jeg begynt å bruke mer av den	1	2	3	4	5	6	7	0
92	Jeg kommer ikke til å bruke noe særlig mer av denne fisken i fremtiden	1	2	3	4	5	6	7	0
93	Jeg tror at bruk av denne fisken kommer til å øke i bransjen	1	2	3	4	5	6	7	0

Intervjuguide for detaljhandelen om blåskjell

Spørsmål	Anmerkninger																												
1. Hvilke <u>fiskearter/type sjømat</u> har dere vanligvis i disken?HvorforHvorfor.....Hvorfor.....Hvorfor.....																												
2. Hender det også at dere også har annen type fisk eller annen sjømat i vareutvalget?Hvilke sit.....Hvilke sit.....Hvilke sit.....Hvilke sit.....																												
3. Når du skal anbefale fiskemat til en kunde som skal servere en <u>finere middag</u> – hvilke arter vil du da anbefale? (Hvilke arter vurderer du som de mest eksklusive)?HvorforHvorfor.....Hvorfor.....Hvorfor.....																												
4. Når du skal anbefale fiskemat til en kunde som skal servere en <u>mer alminnelig middag</u> – hvilke arter vil du da vurdere?HvorforHvorfor.....Hvorfor.....Hvorfor.....																												
5. Kjenner du begrepet ”Nye arter”? (Hvis JA: fortsett, hvis NEI gå til spm. 7) Hvilke arter tenker du på da?																												
6. I hvilken grad er opphav (hvor sjømaten kommer fra) viktig for ditt valg av sjømaten dere selger?	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Ikke viktig</th> <th colspan="5"></th> <th colspan="2">Meget viktig</th> <th>Vet ikke</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> <th>0</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Ikke viktig							Meget viktig		Vet ikke	1	2	3	4	5	6	7	8	0									
Ikke viktig							Meget viktig		Vet ikke																				
1	2	3	4	5	6	7	8	0																					
7. Hvor mange sjømatleverandører bruker dere? _____ Handler dere direkte hos produsent? Andel innkjøp _____% Handler dere fra fiskegrossist? Andel innkjøp _____% Handler dere sentralt (hos kjede)? Andel innkjøp _____% Andre typer leverandører? Andel innkjøp _____%																												
8. Hvis jeg sier ordet ”BLÅSKJELL”, hva er det første du tenker på om det produktet?																												

<p>9. Mener du at det er forskjeller mellom oppdretts-BLÅSKJELL og villsankede BLÅSKJELL? (<i>Hvis JA: fortsett, hvis NEI gå til sp. 10</i>) Hvilke forskjeller er dette?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>																																	
<p>10. Hvorfor mener du oppdrettsBLÅSKJELL er dårligere/bedre enn ville BLÅSKJELL?</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;"><i>Vill</i></td> <td style="text-align: center;"><i>Oppdrett</i></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bedre størrelse</td> <td>Bedre størrelse</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>Bedre smak</td> <td>Bedre smak</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>Bedre konsistens</td> <td>Bedre konsistens</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>Bedre farge/pigment</td> <td>Bedre farge/pigment</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>Bedre giftkontroll</td> <td>Bedre giftkontroll</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>Bedre kvalitet</td> <td>Bedre kvalitet</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>Mer naturlig</td> <td>Bedre tilpasset/kontrollert</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bedre pris</td> <td>Bedre pris</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bedre ferskhhet</td> <td>Bedre freskhhet</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Annet</td> <td>Annet</td> <td></td> </tr> </table> <p>.....</p>	<i>Vill</i>	<i>Oppdrett</i>		Bedre størrelse	Bedre størrelse	Bedre smak	Bedre smak	Bedre konsistens	Bedre konsistens	Bedre farge/pigment	Bedre farge/pigment	Bedre giftkontroll	Bedre giftkontroll	Bedre kvalitet	Bedre kvalitet	Mer naturlig	Bedre tilpasset/kontrollert		Bedre pris	Bedre pris		Bedre ferskhhet	Bedre freskhhet		Annet	Annet		<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<i>Vill</i>	<i>Oppdrett</i>																																	
Bedre størrelse	Bedre størrelse																																
Bedre smak	Bedre smak																																
Bedre konsistens	Bedre konsistens																																
Bedre farge/pigment	Bedre farge/pigment																																
Bedre giftkontroll	Bedre giftkontroll																																
Bedre kvalitet	Bedre kvalitet																																
Mer naturlig	Bedre tilpasset/kontrollert																																	
Bedre pris	Bedre pris																																	
Bedre ferskhhet	Bedre freskhhet																																	
Annet	Annet																																	
<p>11. Ca. hvor mye av BLÅSKJELL tar dere inn om året (<i>eventuelt: i måneden/uken</i>)?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Villkg pr.(<i>eventuelt: i måneden/uken</i>) • Oppdrett.....kg pr.....(<i>eventuelt: i måneden/uken</i>) <p><i>NB: Hvis svaret er "ingenting", spør</i> Hvorfor bruker dere ikke oppdrett (eller ville) BLÅSKJELL?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>																																	
<p>12. Hvordan presenterer dere (eventuelt) BLÅSKJELL i disken?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>																																	
<p>13. Hva vil du trekke frem som spesielt positivt med oppdrettsBLÅSKJELL? Om noe – hva vil du trekke frem som spesielt negativt med oppdrettsBLÅSKJELL?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>																																	

SNF rapport nr. 02/01

14.	PÅSTAND	SKALA							
	<i>HOLDNINGER TIL PRODUKTET (BLÅSKJELL....)</i>	Helt uenig						Helt enig	Vet ikke
1	Er en nyhet	1	2	3	4	5	6	7	0
2	Er eksklusivt	1	2	3	4	5	6	7	0
3	Er en hverdagsrett	1	2	3	4	5	6	7	0
4	Er tradisjonell	1	2	3	4	5	6	7	0
5	Er kjedelig	1	2	3	4	5	6	7	0
6	Er folkelig	1	2	3	4	5	6	7	0
7	Er spesiell	1	2	3	4	5	6	7	0
8	Er praktisk	1	2	3	4	5	6	7	0
9	Er pålitelig	1	2	3	4	5	6	7	0
10	Er gourmetsjømat	1	2	3	4	5	6	7	0
11	Er konservativ	1	2	3	4	5	6	7	0
12	Er sunn	1	2	3	4	5	6	7	0
13	Er internasjonal	1	2	3	4	5	6	7	0
14	Er en norsk spesialitet	1	2	3	4	5	6	7	0
15	Jeg liker ikke blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
16	Blåskjell smaker godt	1	2	3	4	5	6	7	0
17	Blåskjell passer til vår butikk	1	2	3	4	5	6	7	0
	<i>PERSONLIGE ERFARINGER</i>	Helt uenig						Helt enig	Vet ikke
18	Jeg kan ikke nok om Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
19	Jeg er trygg på et vellykket resultat når vi tar inn Blåskjell for salg	1	2	3	4	5	6	7	0
20	Jeg synes Blåskjell er morsomt og utfordrende å jobbe med	1	2	3	4	5	6	7	0
21	Når jeg anbefaler Blåskjell føler jeg at jeg har gitt kunden grunnlaget for et godt måltid	1	2	3	4	5	6	7	0
22	Egentlig liker jeg ikke å selge Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
23	Vi kan tilby Blåskjell på en bedre måte enn andre i bransjen	1	2	3	4	5	6	7	0
24	Vi kan greit anbefale en lokal spesialitet med Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
25		1	2	3	4	5	6	7	0

SNF rapport nr. 02/01

Jeg kan anbefale Blåskjell til andre i bransj.									
<i>FYSISKE ATTRIBUTTER</i>		Helt uenig					Helt enig		Vet ikke
26	Blåskjell har en bra konsistens som råvare	1	2	3	4	5	6	7	0
27	Blåskjell får en fin konsistens etter tilberedning	1	2	3	4	5	6	7	0
28	Blåskjell har et delikat utseende	1	2	3	4	5	6	7	0
29	Blåskjell ser flott ut i disken vår	1	2	3	4	5	6	7	0
30	Blåskjell er lett å ødelegge ved overkoking	1	2	3	4	5	6	7	0
31	Blåskjell har for mye sand og "dritt" på seg	1	2	3	4	5	6	7	0
32	Blåskjell kan være giftige, og man kan ikke alltid være 100% trygg	1	2	3	4	5	6	7	0
33	Blåskjell er greit å rense	1	2	3	4	5	6	7	0
34	Smaken er delikat	1	2	3	4	5	6	7	0
35	Smaken er nøytral	1	2	3	4	5	6	7	0
36	Smaken er skarp	1	2	3	4	5	6	7	0
<i>PRAKTISK ANVEDNBARHET</i>		Helt uenig					Helt enig		Vet ikke
37	Er anvendelig	1	2	3	4	5	6	7	0
38	Er lett å tilberede	1	2	3	4	5	6	7	0
39	Kan serveres ferske med godt resultat	1	2	3	4	5	6	7	0
40	Gir fine porsjoner	1	2	3	4	5	6	7	0
41	Kan gjerne brukes til kraft eller suppe	1	2	3	4	5	6	7	0
42	Passer godt med vareutvalget vårt	1	2	3	4	5	6	7	0
43	Kan brukes til mye (stuinger, saus og pynt)	1	2	3	4	5	6	7	0
44	Kan tilberedes på mange måter	1	2	3	4	5	6	7	0
45	Er en typisk forret	1	2	3	4	5	6	7	0
46	Passer godt som hovedrett	1	2	3	4	5	6	7	0
47	Er en god lage-hjemmet rett	1	2	3	4	5	6	7	0
48	Blåskjell kan serveres med pommes frites som tilbehør	1	2	3	4	5	6	7	0
<i>KUNDENES OPPFATNINGER</i>		Helt uenig					Helt enig		Vet ikke
49	Kundene kjenner Blåskjell godt	1	2	3	4	5	6	7	0
50	Blåskjell er en rett det går mye av	1	2	3	4	5	6	7	0

SNF rapport nr. 02/01

51	Kundene liker Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
52	Kundene synes Blåskjell er eksklusivt	1	2	3	4	5	6	7	0
53	Kundene synes Blåskjell er kjedelig	1	2	3	4	5	6	7	0
54	Kundene begynner å bli lei av Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
55	Kvinner liker Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
56	Barna liker Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
57	Unge folk liker Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
58	Menn liker Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
59	Eldre folk liker Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
60	Bare enkelte entusiaster liker Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
61	Servering av Blåskjell skaper ofte en sosial stemning	1	2	3	4	5	6	7	0
<i>PRAKTISKE FORHOLD</i>		Helt uenig						Helt enig	Vet ikke
62	Blåskjell er lett tilgjengelig året rundt	1	2	3	4	5	6	7	0
63	Jeg må jobbe en del for å få tak i gode Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
64	Det er vanskelig å få jevn størrelse på B.s.	1	2	3	4	5	6	7	0
65	Det er vrient å få jevn kvalitet på råvaren	1	2	3	4	5	6	7	0
66	Det er mange gode oppskrifter for Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
67	Blåskjell passer å servere året rundt	1	2	3	4	5	6	7	0
68	Blåskjell er vanskelig å lagre eller oppbevare	1	2	3	4	5	6	7	0
<i>ØKONOMISKE HENSYN</i>		Helt uenig						Helt enig	Vet ikke
69	Blåskjell er økonomisk	1	2	3	4	5	6	7	0
70	I forhold til annen fisk synes jeg Blåskjell er rimelig	1	2	3	4	5	6	7	0
71	Blåskjell er for dyrt for vårt standardutvalg	1	2	3	4	5	6	7	0
72	Vi kan ta ut gode marginer på Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
73	Skal jeg bruke Blåskjell må jeg ta ut noe annet av vareutvalget	1	2	3	4	5	6	7	0
74	Det hender ofte at jeg må kaste Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0
75	Med Blåskjell får kundene mye for pengene	1	2	3	4	5	6	7	0

	PÅVIRKNING FRA KOLLEGAER OG BRANSJE	Helt uenig							Helt enig	Vet ikke
76	Jeg hører ofte på råd fra andre kollegaer	1	2	3	4	5	6	7	0	
77	Vi snakker nye om Blåskjell i bransjen	1	2	3	4	5	6	7	0	
78	Blåskjell har et godt rykte	1	2	3	4	5	6	7	0	
79	Mine kollegaer anbefaler ofte Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0	
80	Jeg har vært på kurs eller messer der vi har jobbet med Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0	
81	Leverandøren anbefaler ofte Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0	
	SANNSYNLIGHET FOR KJØP	Helt uenig							Helt enig	Vet ikke
82	Jeg kommer til å øke bruken av Blåskjell i fremtiden	1	2	3	4	5	6	7	0	
83	Hvis denne Blåskjell hadde vært litt billigere, ville jeg brukt mer av det	1	2	3	4	5	6	7	0	
84	Hvis det hadde vært mer spennende oppskrifter, hadde jeg brukt mer Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0	
85	Hvis det hadde vært mer informasjon om Blåskjell, ville jeg ha brukt mer av det	1	2	3	4	5	6	7	0	
86	Hvis den hadde vært mer tilgjengelig, hadde jeg brukt mer Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0	
87	Hvis kundene hadde etterspurt Blåskjell mere, hadde jeg brukt mer av det	1	2	3	4	5	6	7	0	
88	Hvis leverandøren hadde anbefalt Blåskjell oftere, hadde jeg brukt mer av det	1	2	3	4	5	6	7	0	
89	Hvis kvaliteten hadde vært bedre, hadde jeg brukt mer Blåskjell	1	2	3	4	5	6	7	0	
90	Hvis det hadde vært mer kursing om Blåskjell, hadde jeg brukt mer av det	1	2	3	4	5	6	7	0	
91	Hvis mine venner og kollegaer hadde begynt å anbefale Blåskjell oftere, hadde jeg begynt å bruke mer av det	1	2	3	4	5	6	7	0	
92	Jeg kommer ikke til å bruke noe særlig mer av Blåskjell i fremtiden	1	2	3	4	5	6	7	0	
93	Jeg tror at bruk av Blåskjell kommer til å øke i bransjen	1	2	3	4	5	6	7	0	

<p>15. Hva konkurrerer med blåskjell i vareutvalget ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - som skalldyr? - som kosemat (er det reker)? - som ingrediens (er det sopp, reker)? - annet? <p>S.d:.....</p> <p>.....</p> <p>K.m:.....</p> <p>.....</p> <p>Ingr.:.....</p> <p>.....</p> <p>Annet.:.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>16. Vi har nå snakket litt om BLÅSKJELL som produkt. Er det andre ting om BLÅSKJELL du synes bør nevnes i denne sammenheng?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

TAKK SÅ MYE FOR HJELPEN!