

## VOGIR

Eltak sérhæfir sig í sölu og þjónustu á vogum



Þjóðum **MESTA** úrval á Íslandi af smáum og stórum vogum



Hlíðasmára 14 | S: 588 2122  
www.eltak.is

**SMARTLAND**  
MÖRTU MARÍU

**mbl.is**

# Leita upplýsinga bæði af umbúðum og á netinu

Ásgeir Ingvarsson  
ai@mbl.is

Upplýsingar á fiskumbúðum þurfa að vera skýrar og heiðarlegar. Breytilegt getur verið eftir markaðssvæðum hvað neytendur vilja vita um fiskinn. Víða í Evrópu vill fólk fá það staðfest að eldisfiskur hafi lifað við góð skilyrði.

Þegar neytendur kaupa fiskpakkningu úti í matvöruverslun vilja þeir hafa ákveðnar lágmarksupplýsingar á pakkningunni en geta fundið ítarlegri upplýsingar á netinu. Þýskir neytendur kunna að meta eftirmerkingar á pakkningum gefa til kynna að varan hafi verið framleidd með ábyrgum hætti, en spænskir neytendur hafa mestan áhuga á upplýsingum um gæði vörunnar og hvernig best er að elda hana.

Þetta segir Yvonne Feucht, doktorsnemi hjá Háskólanum í Göttingen og sérfræðingur hjá Theunen-markaðsrannsóknastofnuninni í Þýskalandi. Yvonne var hér á landi í september og flutti erindi á Alþjóðlegu sjávarútvegs-



Morgunblaðið/Árni Sæberg

Í Evrópu virðast neytendur kunna að meta að vita sögu fisksins sem þeir kaupa og t.d. finna tengingu við fólkíð sem á útgerðina sem veiddi fiskinn eða fiskeldisstöðina þar sem hann var ræktaður. Sjómannslífið um borð í Vigra RE 71.

ráðstefnunni um vörumerkingar og upplýsingagjöf til neytenda.

Theunen-stofnunin heyrir undir þýska landbúnaðarráðuneytið og sinnir markaðsrannsóknunum á sviði landbúnaðar, timburiðnaðar og sjávarútvegs.

## Umbúðir og net haldast í hendur

Yvonne segir rannsóknir sjávarútvegsdeildar Theunen-stofnunarinnar hafa leitt í ljós að neytendur eru duglegir að leita upplýsinga á netinu og gera þá kröfu til bæði framleiðenda og seljenda sjávarafurða að þeir haldi úti vefsíðum með gagnlegum upplýsingum. „Það á alls ekki við alla neytendur, en margir nota samt netið til að fræðast betur um uppruna fisksins, heilnæmi hans og gæði. Kaupendur fisks vilja pakkningar sem hafa skýrar og hnitmiðaðar upplýsingar, en á netinu vilja þeir finna ítarupplýsingarnar og þykir oft mjög ánægjulegt að geta fundið uppskriftir.“



Yvonne Feucht

Flestir láta þætti á borð við útlit, áferð og verð fisksins ráða valinu úti í búð, en Yvonne segir að um 25% evrópskra neytenda leggi á sig meiri rannsóknarvinnu þegar þeir velja fisk og gaumgæfi upplýsingar á pakkningum eða á netinu. Einnig mælist munur á milli þjóða og getur t.d. hegðun pólskra neytenda verið mjög frábrugðin hegðun neytenda hinum megin við landmærin í Þýskalandi:

„Mælingar sýna að úti í búð vilja pólskir neytendur fyrst og fremst vita hvað fiskurinn kostar, en þegar þeir leita upplýsinga á netinu hafa þeir mestan áhuga á að fræðast um velferð fisksins. Kannanir sem gerðar hafa verið á Spáni sýna að neytendur þar í landi leggja

## EINHER SÝNILEIKI BETRI EN ENGINN

Að halda úti vefsíðu með upplýsingum um fiskinn felur í sér viðbótar- kostnað fyrir sjávarútvegsfyrirtæki. Hanna þarf síðuna, skrifa texta og taka ljósmyndir og halda síðunni við. Getur fljótt orðið dýrt að halda úti vandaðri vefsíðu. Yvonne segir ekki hafa verið rannsakað hvaða kröfur neytendur sjávarafurða geri varðandi útlit vefsíðna og framsetningu efnis, en þó verði að telja líklegt að minni kröfur séu gerðar til smærri fyrirtækja og gæti einföld og ódýr vefsíða dugað. „Við sjáum að unga fólkíð vilt og breitt um Evrópu notar netið mikið til upplýsingaöflunar og virðist í það minnsta vera betra fyrir sjávarútvegsfyrirtæki að vera með einhvern sýnileika á netinu frekar en engan.“

ekki mikla áherslu á upplýsingar um sjálfbærni veiðanna en vilja upplýsingar sem staðfesta gæðin,“ segir Yvonne. „Þýskir neytendur leggja mikið upp úr því að fiskpakkningar sýni að fiskurinn var veiddur á sjálfbæran hátt, en bæði Bretum og Þjóðverjum þykir alveg nóg af upplýsingum á fiskpakkningunum nú þegar og vilja ekki að meiru sé hlaðið á umbúðirnar þótt þeir vilji ekki heldur að dregið sé úr upplýsingagjöfni. Þeir sjá líka netið sem eins konar framlengingu á umbúðunum þar sem finna má ítarlegri upplýsingar um vöruna.“

## Var hugsað vel um fiskinn?

Yvonne bendir á að á öllum helstu markaðssvæðum Evrópu virðist neytendur vilja þekkja sögu fisksins sem þeir kaupa, t.d. með því að geta fundið fróðleik á netinu um fjölskylduna sem rekur útgerðina sem veiddi fiskinn eða fiskeldisstöðina þar sem hann var ræktaður. „Á öllum mörkuðum má líka sjá að neytendum er umhugað um velferð dýra og er þar ákveðin smitun að eiga sér stað frá landbúnaði yfir í sjávarútveg. Áhyggjur af velferð fisksins virðast eiga minna við um villtan fisk; frekar að fólk vilji fá það staðfest að eldisfiskur hafi ekki þurft að búa við mikil þrengsl í kvíunum og honum hafi verið slátrað á mannúðlegan hátt.“

Þótt neytendur vilji upplýsingar segir Yvonne að ekki sé þar með sagt að sjávarútvegsfyrirtæki verði að bera allt á torg. „Það má alls ekki villa um fyrir neytendum, en sumar upplýsingar þarf ekki að hafa í forgrunni. Þannig virðist það ekki hjálpa seljendum eldisfisks að taka sérstaklega fram á pakkningum ef fiskurinn hefur verið ræktaður án notkunar sýklalyfja. Það eru upplýsingar sem betra er að hafa aðgengilegar á vefsíðu fyrir þá sem vilja endilega vita.“

Neytendur þurfa að vinna úr ógrynni upplýsinga þegar þeir versla í matinn og segir Yvonne að reyna verði að hafa pakkningar skýrar og auðskiljanlegar. Á sumum markaðssvæðum þekkja neytendur vel ákveðin merki, sem t.d. votta sjálfbærni veiða, og geta þessi merki miðlað miklum upplýsingum hratt og vel. „Upprunamerking getur þjónað sama tilgangi og virðast t.d. þýskir og breskir neytendur treysta því að fiskur frá Noregi og Alaska sé gæðavara sem framleidd er með ábyrgum hætti. Neytendur eru kannski ekki gagnert að leita að fiski frá þessum löndum, en ef þeir sjá upprunamerkinguna vita þeir að varan er í lagi. Í öðrum tilvikum, eins og í Frakklandi, er seljendum að takast að fá betra verð fyrir fiskinn ef tekið er fram að um innlenda framleiðslu sé að ræða.“

## Vörur, vélbúnaður og þjónusta fyrir minni fiskibáta



**Plastviðgerðir**  
**Rafgeymar**  
**Dætur**  
**Varahlutir**

**BALDUR HALLDÓRSSON ehf**  
Skipasmiður

Hlíðarenda | 602 Akureyri | 462 3700 | baldurhalldorsson.is

## Vörur fyrir sjávarútveginn

Skipastál • Lunningajárn • Bakjárn  
Kælirör • Fiber- og galvanhúðaðar ristar  
Svört- og ryðfrí rör og fittings  
Al • Ryðfrítt stál • PVC plötur  
POM öxlar • PE plötur  
Lokar af ýmsum gerðum



Opið virka daga kl. 8-17

Skútuvoði 4, Rvk  
Rauðhelli 2, Hafnarfirði  
Sími 568 6844 | ga@ga.is | ga.is

