
Nýsköpun & neytendur
Innovation & Consumers

Vinnsla, virðisaukning & eldi
Value Chain, Processing
& Aquaculture

Mælingar & miðlun
Analysis & Consulting

Líftækni & lífefni
Biotechnology & Biomolecules

Öryggi, umhverfi & erfðir
Food Safety, Environment
& Genetics



Bleikja á sérmarkaði

Birgir Þórisson
Gísli Kristjánsson
Sigrún Elsa Smáradóttir
Ólafur Ögmundarson

Vinnsla, virðisaukning og eldi

Skýrsla Matís 38-11
Nóvember 2011

ISSN 1670-7192

<i>Titill / Title</i>	Bleikja á sérmarkaði/Arctic Charr for the niche market		
<i>Höfundar / Authors</i>	Birgir Þórisson ¹ , Gísli Kristjánsson ² , Sigrún Elsa Smáradóttir ² , Ólafur Ögmundarson ² ¹ Klausturbleikja ehf, ² Matís ohf		
<i>Skýrsla / Report no.</i>	38-11	<i>Útgáfudagur / Date:</i>	Nóvember 2011
<i>Verknr. / project no.</i>	2037		
<i>Styrktaraðilar / funding:</i>	AVS rannsóknasjóður í sjávarútvegi - Forverkefni		
<i>Ágrip á íslensku:</i>	<p>Í þessari skýrslu er greint frá niðurstöðum forverkefnis um markaðssetningu á íslenskri eldisbleikju á sérmarkaði (e. <i>niche market</i>) í Þýskumælandi Evrópu. Upplýsinga var aflað hjá sérfræðingum á sviði markaðs- og sölumála í Þýskalandi með tölvupósti og viðtölum framkvæmdum í síma. Í skýrslunni er SVÓT-greining fyrir hugsanlega markaðssókn á sérmarkaði. Niðurstöður SVÓT-greiningar auðvelda yfirsýn yfir hvern þátt svo nýta megi styrkleika og tækifæri en draga úr áhrifum veikleika og ógnana.</p>		
<i>Lykilorð á íslensku:</i>	<i>Bleikja, Þýskumælandi markaður, SVÓT-greining</i>		
<i>Summary in English:</i>	<p>This report describes the results of pre-project on the marketing of Icelandic farmed Arctic charr in German-speaking Europe's niche market. Information was gathered from experts in the field of marketing and sales in Germany both by e-mail and interviews over phone. The report includes a SWOT analysis of the potential niche markets for Arctic charr. The results of the SWOT analysis give an overview of the current market situation for Arctic charr and strengthens the opportunities while reducing the impact of weaknesses and threats when Arctic charr is marketed.</p>		
<i>English keywords:</i>	<i>Arctic charr, German speaking market, SWOT-analysis</i>		

Efnisyfirlit

Samantekt	1
Inngangur	1
Bleikjumarkaðurinn í Þýskalandi	2
Bleikja í Þýskalandi	3
Möguleikar á sérmarkaði	4
SVÓT - greining.....	6
Styrkleikar	7
Veikleikar.....	8
Ógnanir.....	9
Tækifæri	10
Lokaorð	13
Heimildir.....	15
Vefheimildir.....	15
Skriflegar heimildir	15
Munnlegar heimildir.....	15
Ráðstefnurit	15

Samantekt

Íslendingar leiða framleiðslu á bleikju (*Salvelinus alpinus*) í heiminum. Mikil þekking er á eldi tegundarinnar og nokkur metnaður hefur verið lagður í að markaðssetja bleikju á stærri mörkuðum. Bleikjuframleiðsla á Íslandi árið 2010 var um 3500 tonn og spár gera ráð fyrir um 5000-6000 tonna framleiðslu árið 2015. Flestir bleikjuframleiðendur á Íslandi (og í heiminum) eru frekar smáir, framleiða innan við 200 tonn á ári. Lítið hefur verið gert í að klæðskerasauma markaðssetningu bleikju frá smáum framleiðendum sérstaklega að sérmörkuðum en í því gætu falist tækifæri, þar sem hærra verð fæst fyrir sérvöru en vöru framleidda í miklu magni.

Í þessari skýrslu er greint frá niðurstöðum forverkefnis um markaðssetningu á íslenskri eldisbleikju á sérmarkaði (e. niche market) í Þýskumælandi Evrópu. Upplýsinga var aflað hjá sérfræðingum á sviði markaðs- og sölumála í Þýskalandi með tölvupósti og viðtölum framkvæmdum í síma. Í skýrslunni er SVÓT-greining fyrir hugsanlega markaðssókn á sérmarkaði. Niðurstöður SVÓT-greiningar auðvelda yfirsýn yfir hvern þátt svo nýta megi styrkleika og tækifæri en draga úr áhrifum veikleika og ógnana.

Inngangur

Reiknað er með að framboð á eldisbleikju eigi eftir að aukast jafnt og þétt á næstu árum og að aukningin komi að mestu frá Íslandi. Svíar stefna einnig að því að auka bleikjuframleiðslu sína umtalsvert þó ekki sé fyrirséð hvernig það muni ganga eftir. Því er mikilvægt að markaðsstarf fyrir bleikju verði eftt til að tryggja áframhaldandi hátt afurðaverð og miðar könnunin á nýjum sérmörkuðum að því.

Það markaðsstarf sem skilað hefur mestum árangri til þessa er bein markaðssetning og þátttaka í sjávarútvegs- og matvælasýningum á helstu markaðssvæðum vörunnar. Markaðssetning bleikju er langtímaverkefni og því farsælast að markaðsstarfið sé stöðugt og taki breytingum samfara breytingum á mörkuðum. Bleikja er lítið þekkt afurð víðast hvar í Evrópu og því þarf að leggja mikla vinnu í að afla nýrra viðskiptavina (*Staða fiskeldis á Íslandi, framtíðaráform og stefnumótun Landssambands fiskeldisstöðva í rannsókn- og þróunarstarfi 2010-2013*).

Í þessari skýrslu er fjallað um *sérmarkaði* í þeim skilningi að það eru markaðir sem snúa að sérhæfðum hluta markaðarins. Framleiðendur á þessum markaði uppfylla þarfir sem hinn almenni framleiðandi leggur ekki áherslu á.

Sérmarkaðir, eru oft lítt þekktir þannig að smá fyrirtæki vita e.t.v. ekki af markaðnum og stór fyrirtæki einbeita sér að massamörkuðum. Færri aðilar eru í samkeppni og framboð og eftirspurn er minni á sérmörkuðum en á „venjulegum“ massamörkuðum. Til að fullnægja kröfum sérmarkaða þarf að aðgreina vöru frá almennri vöru. Ein aðferð er sú að tengja sérmarkaðsvöruna við upprunalandið. Hawaii hefur t.d. náð mikilli markaðshlutdeild í suðrænum ávöxtum vegna þeirrar ímyndar að Hawaii sé „paradís“ en þeir markaðssettu sínar vörur sem framandi (e. exotic) (Suryanata, 1999). Á sama hátt lögðu Íslenskir bleikjuframleiðendur eitt sinn áherslu á að markaðssetja bleikjuna sem dularfulla afurð frá landi íss og elda.

Ekki er síður mikilvægt að hlusta eftir „sérþörfum“ sérmarkaða og aðlaga vinnslu að þeim ef með þarf, mikill virðisauki getur falist í því fyrir framleiðendur.

Bleikjumarkaðurinn í Þýskalandi

Bleikja er nokkuð þekktur fiskur á þýskum markaði og ber nafnið Saibling. Hins vegar er *Arctischer Saibling* ekki mjög þekkt vara, en það er sú tegund sem alin er á Íslandi. Á markaði eru því nokkrar staðkvæmdarvörur, svo sem regnbogasilungur en hann er ódýrari og er til í miklu magni. Markaður fyrir laxfiska er einnig á sviðum sem íslenskir bleikjuframleiðendur hafa ekki verið að horfa til, svo sem reyktis fisks. Einn athyglisverðasti þátturinn við þýska markaðinn eru verðin sem þar sjást.

Ef verð á bleikju og staðkvæmum fiskitegundum er skoðað í Þýskalandi kemur í ljós 30-50% hærra verð fæst fyrir bleikju, lindableikju (*Salvelinus fontinalis* einnig „Elsässer Saibling“ á mörgum stigum framleiðslunnar) heldur en regnbogasilung (sjá töflu 2). Hins vegar er ekki gerður greinarmunur á þessum tegundum þannig að bleikja gæti verið í beinni samkeppni við hinar tegundirnar sem eru þekktari í Þýskalandi.

Eins og sést í töflu 2 þá er verð til neytenda á reyktri slægðri bleikju frá 12 – 28 €/kg og svipað verð fæst fyrir flökin, þá er margt sem bendir til þess að skilaverð til framleiðanda sé um 7-15€/kg.

Þrátt fyrir mörg vandamál er framúrskarandi gæði holdsins þáttur sem aðgreinir bleikju frá hinum tegundunum (Lippmann, Deutsche See).

Bleikja í Þýskalandi

Eins og staðan er í dag horfa þýskir neytendur mikið til svæðisbundinna afurða en það orsakast að stórum hluta vegna lítils innflutnings á sömu vöru. Fiskur; bleikja, regnbogasilungur og urriði, sem framleiddur er á ákveðnu svæði er að miklu leiti neytt á sama svæði. Hins vegar fer markaður fyrir fisk alltaf stækkandi í Þýskalandi sem mun kalla á aukinn innflutning því innanlandsframleiðsla mun ekki á að anna eftirspurn (Martin Hofstede).

Söluaðilar og framleiðendur bleikju sjá bjarta framtíð fyrir sér og stöðugt stækkandi markað sbr. „Marktanalyse für ökologische Aquakulturerzeugnisse“, þó svo að *Andreas Lippmann hjá Deutsche See* sjái litla markaðsmöguleika fyrir lífræna bleikju sem ræktuð er fjærri markaði vegna takmarkana sem vottunin hefur í för með sér.

Í ljósi umhverfissjónarmiða kaupir t.d. vefversluninni Deutsche See ekki lífrænar vörur sem fluttar eru með flugi, þar sem sótspor er meðal þess sem Deutsche See leggur mat á. Þetta veldur því að bleikjan frá Íslandi þyrfti að vera flökuð og undirkæld eða fryst á Íslandi og flutt með skipum.

Fyrir liggur að lífræn framleiðsla mætir kröfum háværs neytendahóps á þýskum mörkuðum. Merki um styrk lífrænnar framleiðslu á þýskum markaði er staða lífræns ræktaðs lax þar í landi (Albert Altena) og hversu mikið neytendur fara eftir leiðbeiningum Greanpeace um hvaða tegundir eru æskilegar til neyslu og hverjar ekki (Martin Hofstede).

Meðvitund neytenda um sjálfbærar fiskveiðar eykst og kröfur um lífræna ræktun vaxa. Kannanir sem gerðar hafa verið í Hollandi og Þýskalandi benda til að skilningur á hugtakinu „sjálfbærar fiskveiðar“ meðal neytenda hafi aukist úr 28% árið 2006 í 51% árið 2008 (Martin Hofstede).

Þýska vottunarfyrirtækið Naturland vottar framleiðslu á lífrænni bleikju og samkvæmt þeim staðli eru um 100 tonn framleidd þar á ári. Flestir þessara smáu framleiðenda í Þýskalandi selja bleikjuna til veitingahúsa í nágrenni sínu og skilaverðið er um 15 €/kg, um 30% hærra en fæst fyrir venjulega bleikju (Albert Altena).

Ef farið er í samstarf við Naturland með lífræna bleikju myndu þeir aðstoða við markaðsmál og veita upplýsingar um stöðu á markaðnum hverju sinni. Þeir eru eina vottunarfyrirtækið svo vitað sé, sem bíður þessháttar þjónustu. Hins vegar er ekki á hreinu hvort Naturland myndi votta framleiðslu á bleikju á Íslandi, m.a. vegna flutninga. Ekki var farið í að skoða það í þessu verkefni enda um stærra mál að ræða en lagt var upp með hér.

Möguleikar á sérmarkaði

Til að draga fram sérstöðu íslensku bleikjunnar á markaði væri e.t.v. hægt að hanna nýja heildarímynd (e. concept) sem undirstrikaði sérstöðu og styddi við frekari markaðssetningu; hvar og við hvaða aðstæður íslensk bleikja er framleidd og að hún sé meðhöndluð skv. kröfum sem gerðar eru á tilteknum sérmarkaði, t.d. til matvæla sem neyta má hrárra s.s. sushi (e. sashimi-grade). Þannig myndu t.d. sérstakir gæða-bleikjuhnakkar henta inn á sushi- og sashimi veitingastaði og fyrir þá fást hátt verð.

Í dag er bleikja seld að mestu í beinni sölu en ein mjög athyglisverð vefbúð „Deutsche See“ hefur stundum bleikju á boðstólum. Sú hefur reyndar ekki verið raunin upp á síðkastið og að sögn Deutsche See orsakast það af litlu framboði. Vefbúðin er leiðandi í netsölu á fiski í Þýskalandi en þar eru seldir litlir skammtar af fiski, yfirleitt frosnum, á mjög háu verði. Allar vörur hjá Deutsche See eru skammtaflök (portion-flök) þar sem fiskurinn er frystur við -60°C.

Til að gefa smá dæmi um hvaða verð eru þar í gangi þá er eftirfarandi upplýsingar að finna á vefsíðu fyrirtækisins.

Regnbogasilungsflök frá Noregsfir. Handflökuð og snöggfryst í -60°C. Úr fiskeldi í Noregi. Flökuð og niðurskorin, beinlaus með roði. Sashimi-gæði.

380 g á 11,76 € (30,95 €/kg)

<http://shop.deutschesees.de/Fisch/Eismeerlachsforelle>

Laxaflök úr eldi frá Norðvesturströnd Skotlands með merki „Label Rouge“ sem er franskt og er staðfesting á gæðum. Frönsk vottun sem staðfestir góða meðhöndlun á dýrum. Handflökuð laxaflök, beinlaus með roði. Snöggfryst í -60°C.

400 g á 19,18 evrur (47,98 evrur/kg)

<http://shop.deutschesees.de/Fisch/Lachs-Label-Rouge>

Lífræn laxaflök, frá lífrænu eldi frá Outer Hebrides eða Shetland eyjum, ræktaðir í óblíðu skosku veðurfari. Laxinn er handflakaður og bitaður, beinlaus með roði. Snöggfrystur í 60°C. Sashimi-gæði.

360 g á 16,90 evrur, (46,94 evrur/kg)

<http://shop.deutschesees.de/Fisch/Lachs-BIO>

Kóngalaxaflök, veiddur í troll undan suðurströnd Alaska. Frystur í -60°C. handflökuð flakastykki, beinlaus með roði.

400 gr á 23,98 evrur (59,95 evrur/kg)

<http://shop.deutschesee.de/Red-King-Salmon>

Allar þessar vörur eru frystar í -60°C sem gefur góð fyrirheit um verð á frystum afurðum.

Þar sem þýski neytandinn er meðvitaður um umhverfissjónarmið gæti verið erfitt fyrir Íslendinga að fara inn á markað með ferska afurð flutta með flugi. En eins og áður segir kaupir Deutsche See t.d. ekki lífrænar vörur sem fluttar eru með flugi. Mikil vitundarvakning er með kolefnissporin. Eina flutningsleiðin fyrir íslenskan lífrænan fisk (fáist framleiðslan vottuð) á markaðinn er því með skipum. Því þarf að skoða vel möguleika sem undirkæling á bleikjuafurðum bíður upp á og þau tækifæri sem liggja í frystingu í Sashimi-gæðum.

Vert er að benda á að þegar lesnar eru lýsingar á fiskinum þá kemur strax fram hvernig t.d. mikið er gert úr sérkennum fisksins, hvernig hann er alinn ef um eldisfisk er að ræða og við hvaða aðstæður auk rekjanleika. Varðandi villta fiskinn þá er t.d. mikið gert úr uppruna hans, rekjanleika og hvernig hann er veiddur.

Hvað verðin varðar þá má sjá í töflu 1 verð á bleikju í Bæjaralandi frá árinu 2005. Um umtalsvert lægra verð er að ræða miðað við vefsíðuna Deutsche See. Það sýnir sig því að það er vert að leita eftir réttum smásöluáðilum til að koma vörunni á framfæri. Innan sviga í töflunni má sjá verðhækkun í prósentum sem átti sér stað milli árána 2004 og 2005.

Tafla 1 Meðalmarkaðsverð á bleikju í Bayern árið 2005

Fisktegund, - vara	Litlir viðskiptavinir /neytandi		Smásala veitingastaðir		Heildsala	
Fiskur og fiskafurðir						
Bleikja - lifandi	8,56	(+42%)	6,69	(+42%)	4,6	(+38%)
Bleikja tilbúin til eldunar	10,37	(+32%)	8,55	(+35%)	7,02	(+40%)
Bleikja - flökuð	18,45	(+20%)	15,99	(+26%)	10,53	(+12%)
Bleikja - reykt	15,77	(+21%)	13,96	(+29%)		
Bleikja - reykt flök	24,37	(+23%)	21,46	(+25%)		

Surveys at the Institute for Fisheries of the Bavarian State Institute for Agriculture

Í töflu 2 má sjá meðalverð frá framleiðanda í sölu á regnbogasilungi og bleikju við beina sölu til neytenda (BSV), sölu til smásala og veitingaþjónusta (SS/VÞ) og í gegnum heildsöluverslanir (HV) árið 2009 (€/kg).

Tafla 2 Meðalverð frá framleiðanda í sölu á regnbogasilungi og bleikju við beina sölu til neytenda (BSV), sölu til smásala og veitingaþjónusta (SS/VÞ) og í gegnum heildsöluverslanir (HV) árið 2009 (€/kg)¹

		Vinnslustig						
		Regnbogasilungur					Bleikja	
Sambandsríki	Markaður	Lifandi/ferskur	Tilbúinn til eldunar (heill)	Reyktur (heill)	Snyrt flök	Fersk flök	Reykt flök	Reykt
Baden -Württemberg	BSV	6,5-8	7,0-10,0			15-18	20-23	23-28
Bayern	BSV	6,1	8,4	13,6	20,6	15,7	20,8	16,7
		4,9	6,8	11,2		13	17,5	14,3
		3,6	5,5	9,4		9,1	14	12,8
Niedersachsen	BSV		8,0-9,0	12,0-14,0		13,0-18,0	17,0-22,0	
		6,0-7,0						
Rheinland-Pfalz	BSV	6	8,0-10,0	12,0-16,0		13,0-18,0	17,0-22,0	
	SS/VÞ	8,2						
	HH	3,9						
Sachsen-Anhalt	BSV	5,8-6,9	6,6-7,9	11,0-14,9				
		4,7-4,8	5,5-5,75	7,0-10,5				
	SS/VÞ	3,3-4,2		5				
Thüringen	BSV	5,5-6,5	6,0-8,0	10,0-13,0	25,0-30,0	12,0-14,0	14,0-20,0	12,0-18,0
		5,0-8,0	5,5-8,0	9,0-12,0	22,0-30,0		14,0-18,0	10,0-15,0
		2,8-3,3				10,0-14,0		

Eins og sést í töflunni þá eru umtalsvert hærri verð fyrir reyktan regnbogasilung en fyrir ferskan. Einnig er athyglisvert að sjá að bleikjan er seld á herra verði í Baden-Württemberg en regnbogasilungurinn á sama svæði. Reyking eykur geymsluþol bleikjunnar og leysir þannig ákveðin vandamál tengd fjarlægð frá markaði auk þess sem reykingunni fylgir aukinn virðisauki sem felur í sér tækifæri fyrir Íslenska bleikjuframleiðendur.

SVÓT - greining

Upplýsingar um markaðssetningu á bleikju frá Íslandi eru til, þar sem unnin hafa verið verkefni um markaðssókn afurðarinnar m.a. með styrkjum frá AVS en niðurstöður þeirra verkefna eru ekki aðgengilegar. Við vinnslu þessa verkefnis var óskað eftir upplýsingum frá þeim sem fengið hafa styrki frá

¹ Annual Report to the German inland fishery in 2009, Dr Uwe Bramick

AVS til markaðssetningar á bleikju en án árangurs sem er miður þegar um almannafé er að ræða sem veitt er í rannsóknir.

Þær upplýsingar um markaði sem hafðar eru til hliðsjónar í eftirfarandi SVÓT-greiningu eru fengnar frá aðilum sem höndla með fisk; villtan og alinn í Þýskalandi auk upplýsinga úr markaðsrannsóknum á þýskum sérvörumarkaði um árabíl. Vitnað hefur verið í þessa aðila í textanum hér á undan, svo sem *Andreas Lippmann hjá Deutsche See* og *Albert Altena hjá Naturland*

Styrkleikar

- Íslendingar eru stærstu framleiðendur á bleikju í heiminum og eru ráðandi á flestum útflutningsmörkuðum
- Náttúruauðlindir, hreint vatn og jarðvarmi
- Bleikjan hefur gott orðspor í Þýskalandi
- Lítil bleikjuframleiðsla í Þýskalandi
- Ísland og íslenskar vörur vel kynntar í Þýskalandi

Ráðandi á útflutningsmörkuðum

Íslendingar eru reynsluríkari og stærri en aðrir á bleikjumarkaði í heiminum. Þessi reynsla er styrkleiki fyrir Íslendinga þegar kemur að samkeppni við framleiðendur annarra landa. Gott hráefni og þekking á meðhöndlun skilar sér í hágæðavöru frá Íslandi.

Náttúruauðlindir

Íslendingar búa yfir miklu magni jarðvarma. Heitt vatn og orka eru nauðsynlegir þættir fyrir bleikjueldi og gæti því lægri framleiðslukostnaður en hjá sambærilegum framleiðendum erlendis gefið Íslendingum forskot í verðsamkeppni. Gott aðgengi að hreinu vatni og jarðvarma gerir framleiðsluna einnig vistvæna, sem er mikill styrkur með tilliti til aukinnar umhverfisvitundar neytenda.

Orðspor bleikjunnar

Þrátt fyrir að markaðurinn sé lítill í Þýskalandi hefur bleikjan á sér gott orðspor. (*Albert Altena, Naturland*)

Lítill bleikjuframleiðsla í Þýskalandi

Bleikjuframleiðsla í Þýskalandi er um 700 tonn í dag og mest er framleitt í Baden-Württemberg og Bæjaralandi í suðri. Stærsti hlutinn er ræktaður í eldi, þó eitthvað sé veitt í vötnum. Fimm bændur á

Bæjaralands-svæðinu stunda seiðaeldi en aðeins einn af þeim framleiðir matfisk (Annual Report to the German inland fishery in 2009).

Ísland vel kynnt í Þýskalandi

Ísland og íslenskar útflutningsvörur eru vel þekktar í Þýskalandi eins og sást á Bókamessunni í Frankfurt haustið 2011 þar sem Ísland var heiðursgestur og fékk mikla opinbera umfjöllun. Þann meðbyr á að nýta. Það felast því tækifæri í því að stækka markaði fyrir íslenska bleikju þar í landi.

Veikleikar

- Lítil samstaða milli íslenskra framleiðenda
- Fjarlægð frá mörkuðum – Kostnaðarsamir flutningar á fiski með flugi
- Íslendingar háðir þýskum söluskrifstofum
- Lítil markaður
- Ferskar afurðir vinsælli

Lítill samstaða

Við upplýsingaöflun fyrir þetta verkefni voru framleiðendur ekki mjög viljugir til að deila upplýsingum um útflutning og markaði. Þess ber þó að geta að opinbert fé hefur í sumum tilvikum verið sett í markaðssetninguna meðal annars á formi styrkja úr AVS rannsóknarsjóðnum.

Tilfinning höfunda skýrslunnar var einnig sú að ekki sé mikil samstaða meðal bleikjuframleiðanda á Íslandi. Þeir skipi sér frekar í flokka en að sameinast til að ná sameiginlegu markmiði sínu, að auka framleiðsluna í takt við stækkandi markaði. Lítil samstaða gerir líka heildstæðari „uppruna-markaðssetningu“ á íslenskri bleikju erfiðara fyrri. Mun auðveldara væri að vinna að slíkri markaðssetningu ef framleiðendur stæðu saman um ímyndarvinnuna en slík markaðssetning myndi gagnast litlum framleiðendum, sem margir hverjir hafa ekki bolmagn til að búa til sitt eigið merki/nafn á markaði ekki síður en stórum framleiðendum.

Þrátt fyrir að mikil eftirspurn sé eftir bleikju og framleiðendur tali um opinberlega að þeir geti selt um helmingi meira en þeir eru að framleiða í dag virðist lítið vera gert til að anna þessari umframeftirspurn. Þessi ósamstaða milli bleikjuframleiðenda er veikleiki í markaðssetningu á bleikju, sérstaklega í ljósi þess að eftirspurn virðist mun meiri en framboðið.

Fjarlægð frá mörkuðum

Veikleiki Íslands í samkeppni við aðra framleiðendur á markaði í Þýskalandi er fjarlægðin frá mörkuðum. Mikil vitundarvakning hefur verið í umhverfismálum í Þýskalandi og kolefnismengun er þar ofarlega í huga fólks. Flugfiskur er því ekki jafn vinsæll og fiskur fluttur á annan máta sem veikir enn frekar stöðu íslenskra framleiðenda þegar kemur að markaðssetningu og sölu á ferskum fiski. Því þarf að kanna hversu vel bleikjuafurðir henta til ferskfishsflutninga með gámum sjóleiðis. Fjarlægðin frá markaðinum gerir flutningana með flugi kostnaðarsamari en flutning vöru samkeppnisaðila innan Þýskalands og jafnvel frá Noregi. Flutningur á frystum flökum sjóleiðina er einnig dýrari heldur en hjá samkeppnisaðilum (Albert Altena, Naturland / Andreas Lippmann Deutsche See).

Háðir Þýskum söluskrifstofum

Smáir bleikjuframleiðendur í Þýskalandi selja bleikju beint inn á veitingahús í sínum héruðum en Íslendingar þyrftu e.t.v. fyrst í stað að fara í gegnum söluskrifstofur eins og Deutsche See ytra. (Albert Altena, Naturland). Hér er þó ekki um annan raunveruleika að ræða en gengur og gerist í öðrum löndum.

Lítill markaður

Þýski bleikjumarkaðurinn er ekki stór í heildina, en 2008 var hann um 730 tonn (Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft). Markaður fyrir lífræna bleikju er um 100 tonn á ári (Albert Altena) Fyrir venjulega bleikju er þörf Deutsche See áætluð um 200 kg á viku þegar eftirspurnin er mikil (A. Lippmann). Vaxtarmöguleikar eru því vissulega fyrri hendi á þýska bleikjumarkaðnum, hvort sem um er að ræða lífræna bleikju eða hefðbundna, en spurning hversu hratt markaðurinn getur vaxið.

Fersk bleikja vinsælli en fryst

Mest öll bleikjan á Þýskalandsmarkaði er fersk. Vegna fjarlægðar Íslendinga frá markaði og vinnsluáferða sem notaðar eru í dag er erfitt að bjóða upp á ferska bleikju nema með flugi. Mjög mikilvægt að kanna möguleika á undirkælingu bleikjuafurða til flutnings með skipum.

Ógnanir

- Þjóðverjar gætu aukið framleiðslu úr eigin héruðum
- Staðkvæmdarvörur vinsælar
- Aukin bleikjuframleiðsla í öðrum löndum en Íslandi

Þjóðverjar vilja þýskt, eða vöru vottaða af Þýskum vottunaraðilum

Samkvæmt Albert Altena kaupa veitingastaðir helst bleikju beint frá framleiðendum í sínu héraði sem er hindrun fyrir Íslendinga. Meiri eftirspurn er þó eftir bleikju en framboð og því ætti íslenska bleikjan að geta komið inn. Það gæti ógnað Íslendingum á markaði ef að þýsku framleiðendurnir, sem eru smáir í dag, færu að stækka.

Staðkvæmdarvörur vinsælar

Regnbogasilungur, urriði og sjósilungur frá Noregi eru vinsælar afurðir í Þýskalandi. Ekki er víst að Þjóðverjar séu til í að borga mikið hærra verð fyrir íslenska bleikju en þær vörur sem nú þegar eru til staðar af svipuðum tegundum.

Aukin bleikjuframleiðsla í öðrum löndum en Íslandi

Síðustu ár hafa verið blikur á lofti um að Svíar ætli að auka ársframleiðslu sína á bleikju umtalsvert á næstu árum. Ekkert hefur orðið af því ennþá. Hins vegar hafa þeir alla burði til að þess, m.a. í vötnum í norðurhluta Svíþjóðar og því ber að hafa það í huga. Ekki þarf að stafa ógn af þessari þróun ef rétt verður staðið að markaðssetningu vörunnar þar sem öflug kynning á bleikju á þýska markaðnum gæti einnig gagnast íslenskum bleikjuframleiðendum.

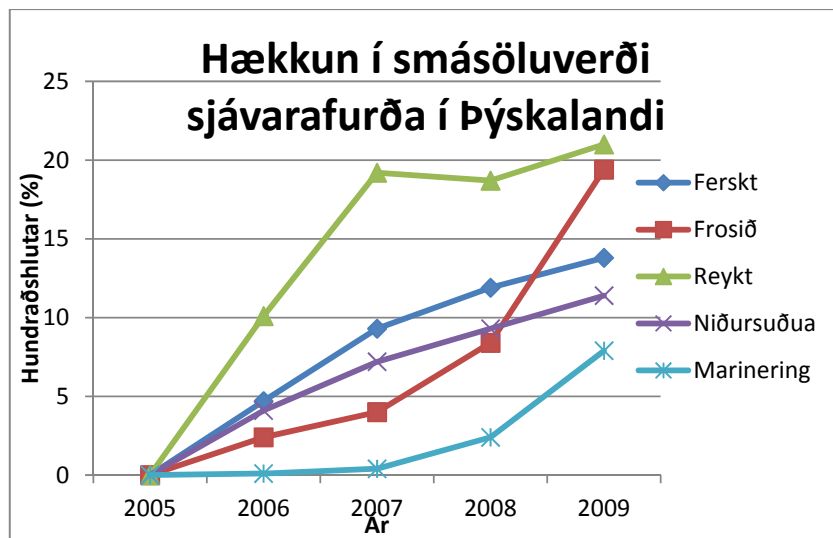
Tækifæri

- Hækkandi smásöluverð sjávarafurða í Þýskalandi
- Stækkandi markaður fyrir lífrænt vottaða bleikju
- Útflutningur með skipi
- Reykt bleikja – Hlusta eftir sérþörfum markaðarins
- Tækifæri til að skapa bleikju sérstöðu vegna uppruna, tengja Íslandi með sýnilegum rekjanleika
- Náttúruauðlyndir á Íslandi gera það að verkum að framleiðslan er vistvæn og hagkvæm
- Lífrænt vottuð bleikja
- Litlar líkur á aukinni bleikjuframleiðslu í Þýskalandi
- Nýjar skilgreindar vörur

Hækkandi verð

Smásöluverð á sjávarafurðum í Þýskalandi hefur farið stöðugt hækkandi frá árinu 2005.

Möguleiki er á því að fá vottun á íslensku bleikjuna hjá Naturland í gegnum íslenska vottunarfyrirtækið Tún ehf. Eins og staðan er í dag votta þeir þó hvorki bleikju ræktaða í kerjum (tank based) né hringrásarkerfi (recirculation systems).



(Fisch Wirtschaft, daten und fakten 2010)

Verð fyrir lífræna bleikju er um 15 evrur/kg í dag (guttet, fresh, Farm gate, direct sales) og er það um 30% hærra verð en fyrir venjulega bleikju. Þýskir framleiðendur lífrænnar bleikju sem selja beint inn á veitingastaði fá enn hærra verð. (Albert Altena)

Stækkandi markaður fyrir lífræna bleikju

Þýskaland er stærsti markaður í Evrópu fyrir lífrænar vörur. Samkvæmt Albert Altena hjá Naturland er markaðurinn fyrir lífræna bleikju um 100 tonn á ári og fer stækkandi. Í Sviss hefur lífræni markaðurinn verið að stækka um 3-6% árlega frá árinu 2006 og gert er ráð fyrir svipuðum vexti í Þýskalandi og Austurríki. Tækifæri geta falist í því fyrir Íslendinga að fá íslenska bleikju vottaða sem og í hefðbundinni framleiðslu á bleikju þar sem markaður fyrir hana fer einnig stækkandi.

Útflutningur með skipi á ferskum bleikju afurðum og hágæða frystum bleikju afurðum.

Aukning á líftíma ferskrar heillar bleikju og bleikjuflaka myndi gera útflutning með gámum mögulegan, það myndi auka samkeppnishæfni íslenskrar bleikju á þýskum markaði en aukin krafa um sem minnst sótspor hefur dregið úr vinsældum flug fisks á markaði í Þýskalandi. Ef lausn myndist sem sameinaði ferskleika og skipaflutninga myndi það skapa íslenskri bleikju tækifæri til að verða ráðandi á markaði vegna smæðar bleikjueldis í Þýskalandi. Því felast mikiltækifæri í því að kortleggja möguleika á undirkælingu á bleikjuafurðum og flutning með skipum.

Í vefverslun Deutsche See má sjá frosin laxa- og silungaflok í sashimi-gæðum á 40-60 €/kg. Þessi markaður gæti verið hentugur sérmarkaður fyrir bleikjuna en til þess þyrfti að fara í markaðsstarf til að virkja eftirspurnina. Markaðssetning á íslenskri eldisbleikju í sashimi-gæðum þar sem fiskurinn er fangaður,

unninn frystur og pakkað fyrir dauðastirðnun. Þessi svokallaða pre-rigor vinnsla verður til þess að fiskurinn hefur fallegri áferð, útilokar los og gefur ferskara bragð auk þess sem geymsluþol eykst til muna með pre-rigor vinnslu. Laxeldisfyrirtækið SALMA í Noregi auglýsir að í mesta lagi fjórar klukkustundir líði frá því að fiskur syndir í sjó þar til búið er að pakka honum og væri hægt að vinna og markaðssetja íslenska bleikju á sama hátt.

Reykt bleikja

Í Þýskalandi er reykt bleikja þekkt vara og því gætu falist tækifæri í því að markaðssetja íslenska reyktu bleikju þar í landi. En þá er mikilvægt að taka mið af því hvaða aðferðir við vinnsluna/reykinguna markaðurinn í Þýskalandi vill. Hlusta eftir þörfum markaðarins.

Upprunatenging í markaðssetningu

Bleikjumarkaðurinn er í dag fremur lítill þar sem ekki er mikið framboð af bleikju, mesta framleiðsla á bleikju í heiminum er á Íslandi og því miklir möguleikar sem felast í því að styrkja forystu íslenskra framleiðenda og skapa bleikjunni þá ímynd að gæðableikja sé íslensk bleikja.

Annað atriði sem nauðsynlegt er að byggja inn í markaðssetninguna er fullur og sýnilegur rekjanleiki, allt niður á fyrstu stig eldisins. Það er mjög einfalt með eldisfisk þar sem allt framleiðsluferlið er skilgreint frá frjóvgun til slátrunar. Nýta ætti betur þá reynslu sem menn hafa af rekjanleika við vinnslu á villtum fiski í eldinu.

Náttúru og umhverfissjónarmið

Mögulegt er að nýta við markaðssetningu að framleiðsla bleikju á Íslandi er vistvæn vegna mikils magns af hreinu vatni og jarðvarma. Byggja upp heildstæða ímynd fyrir íslenska bleikju sem byggir á gæðum, hreinleka og vistvænum framleiðsluháttum.

Ala á sérstöðu vörunnar

Tengja sérmarkaðsvöruna við upprunalandið og hreinleika íslenskrar náttúru, nýta kynningu Íslands sem bókmenntalands og áfangastað ferðamanna við markaðssetningu á sérvörunni, t.d. með því að fara í samstarf við útgefendur, ferðaskrifstofur og ferðamálayfirvöld.

Lífrænt vottuð bleikja

Ef íslenskir framleiðendur vilja sækja inn á hinn stækkandi lífræna bleikjumarkað er nauðsynlegt að laga framleiðslu, slátrun, kælingu og flutningsleiðir að þörfum þess sérmarkaðar. Mikinn virðisauka er að

sækja með lífrænni vottun og því mikil sóknarfæri sem felast í frekari rannsóknum og framþróun bleikjueldis á Íslandi í þessa átt.

Litlar líkur á aukinni bleikjuframleiðslu í Þýskalandi

Vegna aukins vatnsskorts í Þýskalandi eru litlar líkur á því að þar í landi verði bleikjuframleiðsla aukin umtalsvert. Í því felast mikil tækifæri fyrir íslenska framleiðsluaðila til að ná fótfestu á þessum markaði aðlagi þeir sig að þörfum markaðarins.

Nýjar vörur skilgreindar á markaði

Ný skilgreining á bleikju í sushi og surimi felur í sér mikil tækifæri fyrir íslenska bleikjuframleiðendur. Um kostnaðarsamt ferli er að ræða sem einstaka bleikjuframleiðendur standa varla undir og myndi því að öllum líkindum krefjast opinbers stuðnings. Hins vegar er hér um að ræða sérmarkað sem gerir miklar kröfur um gæði og ferskleika hráefnis sem bleikjan stendur fyllilega undir. Verð fyrir hráefni á þessum markaði eru líka umtalsvert hærri en annars gengur og gerist og því er eftir miklu að slægjast. Þær litlu tilraunir sem gerðar hafa verið á þessum markaði gefa vísbendingar um að hægt væri að ná lengra á þessum markaði.

Lokaorð

Viðfangsefni þessa forverkefnis sem styrkt var af AVS var að gera SVÓT greiningu á möguleika bleikjunnar á svokölluðum sérvörumarkaði (*niche market*) fyrir fersk flök og einnig frystar bleikjuafurðir en vísbendingar eru um að möguleikar séu á að selja frystar bleikjuafurðir t.d. á þýska markaðnum (Deutsche See, 2010). Að auki voru möguleikar fyrir umhverfisvottaða bleikju (*organic*) skoðaðir. Með því að gera SVÓT greiningu á þessum markaði fékkst mynd af þeim möguleikum sem litlir bleikjuframleiðendur hafa til að koma vöru sinni á þennan nýja markað og jafnvel fá herra verð fyrir afurðirnar en gerist í dag.

Til að ná þeim markmiðum sem sett voru í verkefnisumsókninni hefði þurft að ná til réttra aðila á þýska markaðnum og nálgast upplýsingar sem aflað hefur verið í íslenskum verkefnum sem styrkt hafa verið af AVS og snúa að markaðssetningu á bleikju. Nokkuð auðveldlega gekk að ná sambandi við þýsku aðilana og þeir svöruðu í flestum tilvikum þeim fyrirspurnum sem sendar voru til þeirra. Hins vegar fengust engar upplýsingar frá styrkþegum AVS verkefna. Æskilegra væri að niðurstöður verkefna af þessi tagi væru aðgengilegar allri greininni sem gætu þá nýtt sér niðurstöðurnar til að efla markaðsstöðu íslenskrar eldisbleikju í heild. Þetta á sérstaklega við þar sem um styrki úr opinberum sjóðum er að ræða. Það að

niðurstöður fyrri markaðsgreininga eru ekki aðgengilegar takmarkar að einhverju leiti niðurstöður þessa forverkefnis þar sem ekki var hægt að sjá hvaða spurningum hefur þegar verið svarað. Hins vegar skilaði verkefnið athyglisverðum niðurstöðum og fram komu atriði sem skoða þarf frekar þegar hugað er að markaðssetningu á íslenski bleikju í Þýskumælandi Evrópu.

Tækifærin eru til staðar þegar kemur að auknum útflutningsmöguleikum á bleikju á Þýskumælandi markað Evrópu.

Hækkandi verð	Smásöluverð á sjávarafurðum í Þýskalandi hefur farið stöðugt hækkandi frá árinu 2005.
Stækkandi markaður fyrir lífræna bleikju	Þýskaland er stærsti markaður í Evrópu fyrir lífrænar vörur. Ef íslenskir framleiðendur vilja sækja inn á hinn stækkandi lífræna bleikjumarkað er nauðsynlegt að laga framleiðsluna, slátrun, kælingu og flutningsleiðir að þörfum þess sérmarkaðar. Mikinn virðisauka er að sækja með lífrænni vottun og því mikil sóknarfæri sem felast í frekari rannsóknum og framþróun bleikjueldis á Íslandi í þessa átt.
Tækifæri í þróun á vinnslu og kælingu	Nauðsynlegt er að kortleggja þá möguleika sem undirkæling á bleikjuafurðum býður upp á og hversu vel bleikjuafurðir henta til ferskfisksflutninga með gámum sjóleiðis. Einnig er þarf að skoða vel þau tækifæri sem liggja í frystingu bleikjuafurða í Sashimi gæðum. Gætu íslenskar bleikjuafurðir t.d.hentað í hágæða netverslun með fisk.
Útflutningur með skipi	Aukning á líftíma ferskrar heillar bleikju og bleikjuflaka myndi gera útflutning með gámum mögulegan sem myndi auka samkeppnishæfni íslenskrar bleikju á Þýskum markaði, en aukin krafa um sem minnst sótspor hefur dregið úr vinsældum flug fisks á markaði í Þýskalandi.
Náttúru og umhverfissjónarmið	Mögulegt er að nýta við markaðssetningu að framleiðsla bleikju á Íslandi er vistvæn vegna mikils magns af hreinu vatni og jarðvarma. Byggja upp heildstæða ímynd fyrir íslenska bleikju sem byggir á gæðum, hreinleka og vistvænum framleiðsluháttum.
Sérvara á markaði	Hlusta á þarfir markaðarins, t.d. varðandi reyktu bleikju en hún er mjög þekkt og er vinsæl í Þýskalandi. Reykingunni fylgir aukinn virðisauki sem felur í sér tækifæri fyrir Íslenska bleikjuframleiðendur. Einnig þarf að kanna möguleika bleikjuafurða á sushi og surimi markaði í Evrópu og víðar en sá markaður greiðir mjög hátt verð.
Upprunatenging í markaðssetningu	Nauðsynlegt er að byggja inn í markaðssetninguna fullann og sýnilegan rekjanleika, allt niður á fyrstu stig eldisins.
Efla samstöðu íslenskra bleikjuframleiðenda	Mun auðveldara væri að vinna að heilsteyptri markaðssetningu eins og „upprunamarkaðssetningu“ ef um samstillt átak væri að ræða og framleiðendur stæðu saman um ímyndarvinnuna og áherslur í markaðsmálum . Mikil tækifæri liggja í því að skapa beiskjunni þá ímynd að „gæðableikja sé íslensk bleikja“. Ísland hefur í dag það forskot að vera stæðasta bleikjuframleiðslu þjóðin, mikil tækifæri felast í því að nýta það forskot.

Heimildir

Vefheimildir

<http://www.smartzville.com/what-will-people-buy/>

<http://sbinfoCanada.about.com/cs/marketing/g/nichemarket.htm>

<http://www.homebiz-direct.com/what-is-niche-marketing.html>

www.salma.no

www.northernaquafarms.com/arcticchar.html - Arctic Char Aquaculture - History and Experiences

www.deutschesee.de

Skriflegar heimildir

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft : Angewandte Genomics: Dokumentation, Analyse und Aquakulturpotential natürlicher aquatischer Ressourcen: Seesaiblings- Populationen (Salvelinus cf. umbla) in Deutschland. Projekt Nr.: 07BM025. Gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) Betreut durch die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE). Laufzeit: 07.10.2008 – 31.07.2010. Projektnehmer: Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL). Institut für Fischerei Weilheimer Straße 8, 82319 Starnberg. E-Mail: Fischerei@LfL.bayern.de. Telefon: 08151 2692-0 Abschlussbericht.

Department of Economics, McMaster University, Kenneth Taylor Hall, 1280 Main Street West, Hamilton, ON, Canada L8S 4M4. Received 8 October 2008; revised 7 July 2009; accepted 5 August 2009. Available online 12 August 2009.

Fisheries Nwt General Date of Report: 1993. Author R.t. & Associates. Catalogue Number: 3-14-39)

„Marktanalyse für ökologische Aquakulturerzeugnisse“. Tobias Lasner und Prof. Dr. Ulrich Hamm, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing an der Universität Kassel (ALM); mit Beiträgen von Manuel Aas und Dr. Martin Oberle, Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, Außenstelle für Karpfenteichwirtschaft (LfL). Universität Kassel Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing Steinstrasse 19 37213 Witzenhausen.

Munnlegar heimildir. Viðtöl við eftirfarandi aðila:

Andreas Lippmann – Markaðssviði Deutsche See – Viðtal framkvæmt í gegnum síma 22.6.2011

Albert Altena – Naturland – Viðtal framkvæmt í gegnum síma 23.6.2011

Ráðstefnurit

Martin Hofstede. Sjávarútvegsráðstefnan 2010. <http://www.sjavarutvegsradstefnan.is/efni/dagskra>