



Administrerende direktør Brynjar Kværnstuen i Vesterålen Havbruk. Foto: Einar Aslaksen

19-10-2021 14:12 CEST

Digitalt grep skal trygge fremtidens fiskekjøpere

Hva skjer når «Generasjon Z» skal begynne å kjøpe fisk, spør administrerende direktør Brynjar Kværnstuen i Vesterålen Havbruk. På Sjømatrådets torskefiskkonferanse 21. oktober forteller han hvordan de nå rigger seg for å nå fremtidens fiskekjøpere.

Vesterålen Havbruk holder til på Myre og ble etablert i 2012. Der driver de fiskemottak og torskeoppdrett, har eierskap i flåteleddet og er på eiersiden i produksjonsfabrikken Primex.

- Vi er knyttet til en rekke ledd i verdikjeden gjennom både transportledd, mottak og salgsapparat i Frankrike. Det gir oss et veldig godt utgangspunkt for å spore all aktivitet fra fisken kommer opp fra havet og til den havner hos forbrukeren, sier Brynjar Kværnstuen.

Ønsker mer informasjon

Han kom inn i Vesterålen Havbruk i fjor og har siden jobbet med å utvikle teknologiske løsninger for fremtiden. Han er spesielt opptatt av å nå «Generasjon Z», som er betegnelsen på dem som er født etter 1996. På konferansen #Torskefisk2021 i Tromsø 21. oktober forteller han hvorfor.

[Vil du delta på #Torskefisk2021? Husk at du kan være med digitalt. Meld deg på gratis her.](#)

- Fremtidens generasjon vil ikke utelukkende stole på et tredjepartsstempel. De ønsker mer informasjon og trygghet rundt produktet de skal spise. Denne generasjonen er vokst opp med mobiltelefon og er vant til å ha all nødvendig informasjon tilgjengelig der. Når mange av disse i dag har gjort et bevisst valg ved å ikke spise fisk, kjøtt eller kylling, kan det skyldes at de ikke vet hvor råvaren kommer fra og hva de putter i seg, sier Kværnstuen.

Digital plattform

Det er bakgrunnen for at Vesterålen Havbruk har utviklet en digital plattform som de skal teste ut mot forbrukerleddet. I vintersesongen 2022 vil deler av produktene deres være utstyrt med en QR-kode som kan brukes til å formidle all relevant informasjon om fisken.

- Vi startet å jobbe med en egen sporbarhetsapp tidligere i år. Nå er prototypen laget, og jeg gleder meg til å fortelle mer om den på #Torskefisk2021. Idet vi ruller ut appen, vil all aktivitet rundt torsken vår være sporbar og dokumentert. Det gjelder alt fra den blir fanget og til den ligger i butikken. Vi har basert denne informasjonen på en blockchain-teknologi hvor hver transaksjon legges inn og ikke kan endres, sier den administrerende direktøren.

Forventer mer

Han tror at fremtidens fiskespisere kommer til å forvente mye mer av alle som selger sjømat.

- For at vi skal kunne drive matproduksjon på en troverdig måte, kommer det

i fremtiden til å bli krav om full sporbarhet og åpenhet rundt alt vi gjør. Det betyr at all informasjon om bærekraft, helsemessige forhold, fangstmetode og ingredienser i fiskefôret må være lett tilgjengelig for allmennheten. Det skjer neppe til neste år eller om to år, men kanskje om 5-10 år. Da er det «Generasjon Z» som er beslutningstagere og som setter kravene, sier Brynjar Kværnstuen.

Økt troverdighet

Han føler seg sikker på at troverdigheten rundt et bærekraftig fiskeri og oppdrett vil styrke seg mot forbruker ved hjelp av sporbarhet.

- Men om en slik løsning vil bli nyttiggjort av resten av næringen eller om den vil få flere unge til å spise fisk i fremtiden, gjenstår å se, understreker han.

Norges sjømatråd er en markedsorganisasjon som jobber sammen med den norske sjømatnæringen for å øke verdien av norsk sjømat i etablerte og nye markeder verden over.

Selskapets 70 medarbeidere gjør dette via verdiskapningsområdene markedsadgang, markedsinnsikt, markedsføring, PR og beredskap.

Sjømatrådet er et statsaksjeselskap som er eid av Nærings- og fiskeridepartementet og finansieres av sjømatnæringen gjennom en lovpålagt avgift på all eksport av norsk sjømat.

Selskapet har hovedkontor i Tromsø og 13 kontorer i utlandet.

Kontaktpersoner



Dag Sørli

Pressekontakt

Kommunikasjonsrådgiver

ds@seafood.no

+47 970 16 311