



Plus 11% in drei Jahren – wie in Norwegen gezielt der Pro-Kopf-Konsum von Fisch gesteigert wird.

4.11.2025

Fischwirtschaftsgipfel, Hamburg

Christine Iversen  
Country Director Germany



Was essen Norwegens  
Jugendliche am  
liebsten?



# Hünchen?

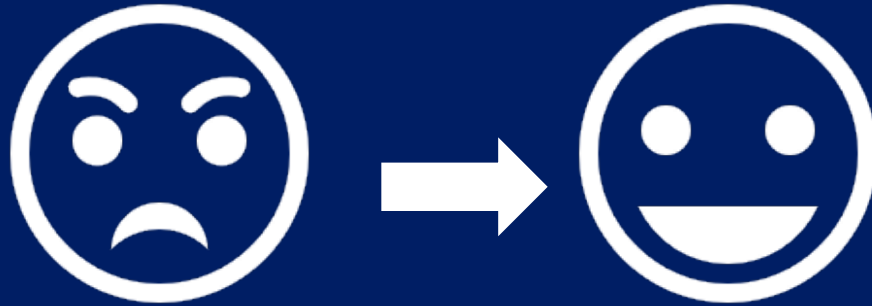


1) Tacos

2) Pizza

3) Sushi





**Vom «MUSS» zum «GENUSS»**

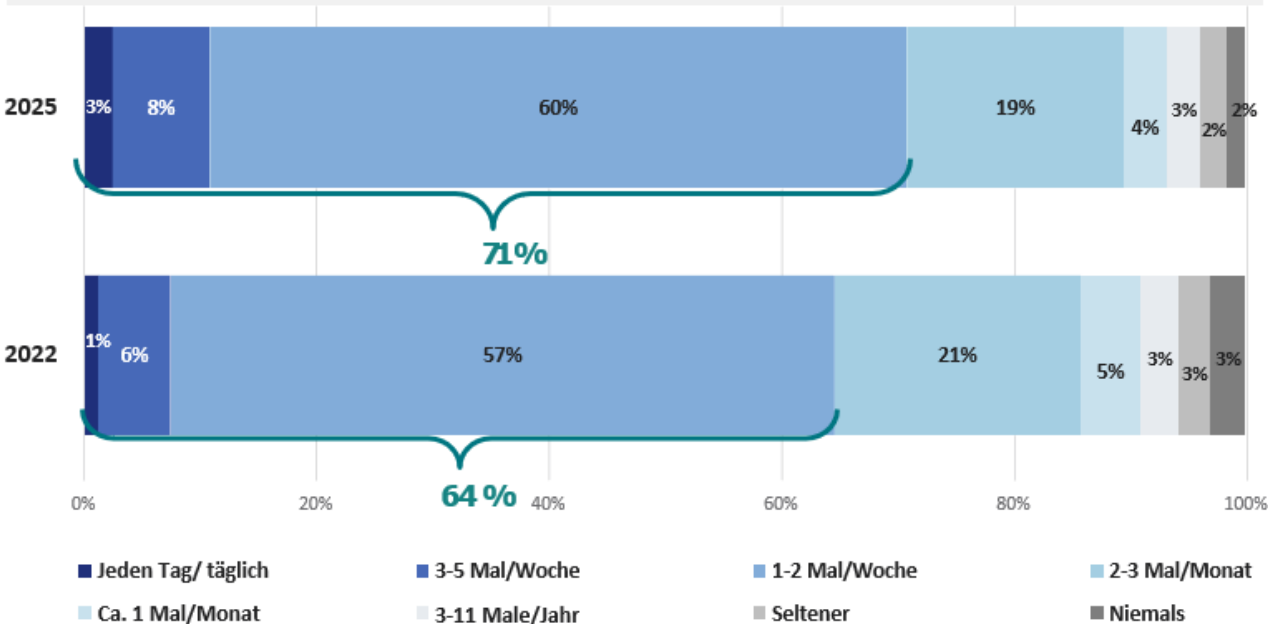


# Plus 11% in drei Jahren – immer mehr Kinder und Jugendliche essen regelmäßig Fisch.



## Fisch steht bei Kindern und Jugendlichen immer häufiger auf dem Abendbrottisch.

Wie oft isst du Fisch zum Abendessen?



Zunahme Fischkonsum bei Jugendlichen:  
**1–2 Mal/Woche: + 5,2%**  
**3–5 Mal/Woche: + 33%**  
**Täglich: + 200%**

Quelle: Ipsos Kids & Jugendliche Studie 2025

(Repräsentative Stichprobe von 8–19-Jährigen in Norwegen, erhoben per Online-Fragebogen unter erzieherischer Aufsicht (857 Teilnehmer.)



# WER ?



...und viele weitere Beteiligte.

Physische Verfügbarkeit



Geistige Verfügbarkeit

INNOVATION

MARKETING

KAMPAGNEN

WIE ?

WERBUNG

PR

POS

360°

SCR

SOCIAL MEDIA  
MAßNAHMEN

# INNOVATION als Wachstumstreiber

Umsatz



NORWEGIAN SALMON  SASHIMI QUALITY  
**SALMA®**

# BESTSELLER optimieren, um sie relevant zu halten

Lofoten





# Alltagshelfer: Schnell, einfach, lecker.

NORWEGIAN SALMON  SASHIMI QUALITY  
**SALMA®**

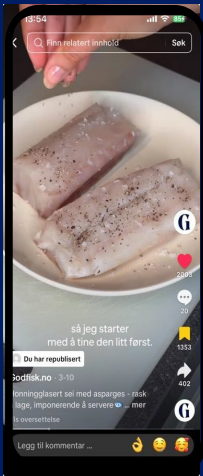
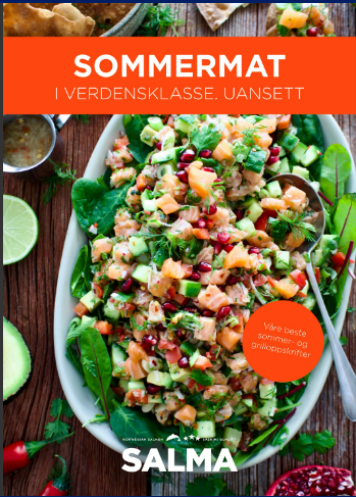
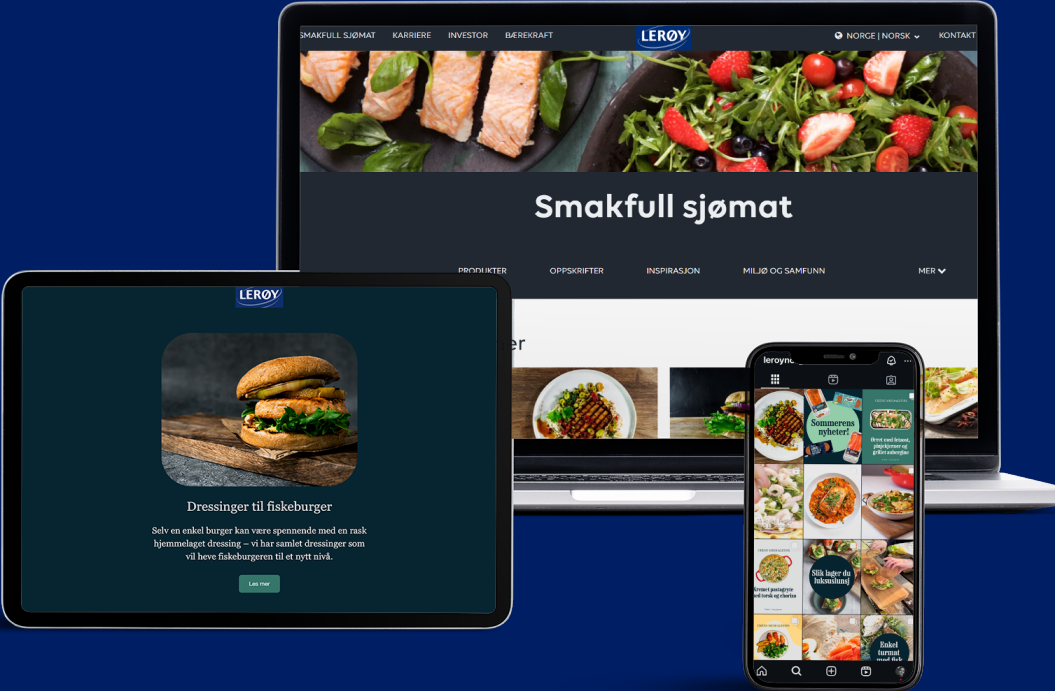


# Saisonale Anlässe und Essgewohnheiten gezielt nutzen





# MARKETING





# Sponsoring als Brücke zur Zielgruppe – glaubwürdig, relevant, wirkungsvoll



«Menu: Isst wie ein Weltmeister» Ukemeny: Spis som en verdensmester



Fra venstre: Bendik Gjerdalen, Øyvind Kirkhus, Hanne Ellertsen, Marcus Kleveland og Mons Røisland. Foto: Petter Ulsletten/Brettforbundet

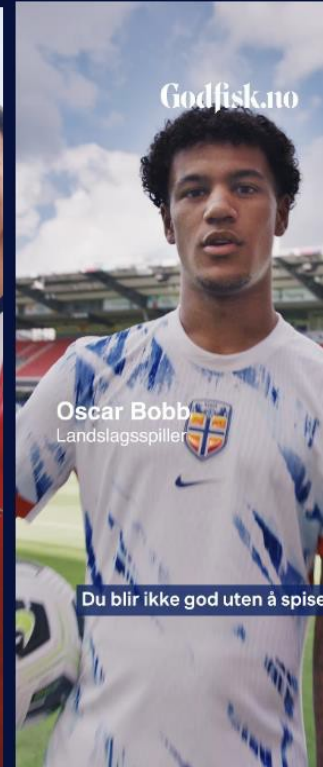
## Brettforbundet og Lerøy inngår samarbeid

Lerøy ønsker å nå de unge, og ser store muligheter i det nye partnerskapet.





# Erling Haaland & Norwegens Nationalteams als Markenbotschafter für „Seafood from Norway“





# Erling Haaland auch in Deutschland „on air“

SEAFO  
FROM  
NORWAY  
NOD



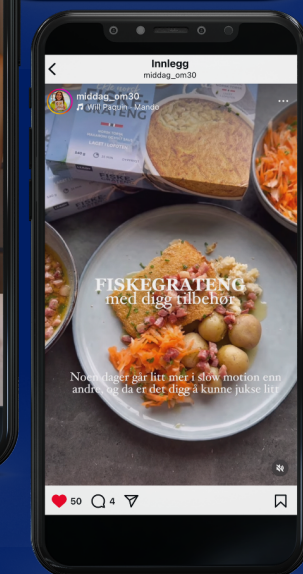
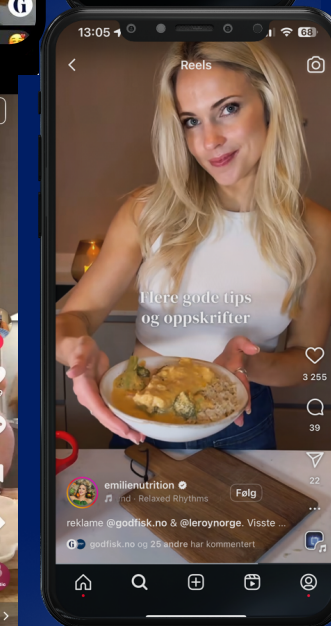
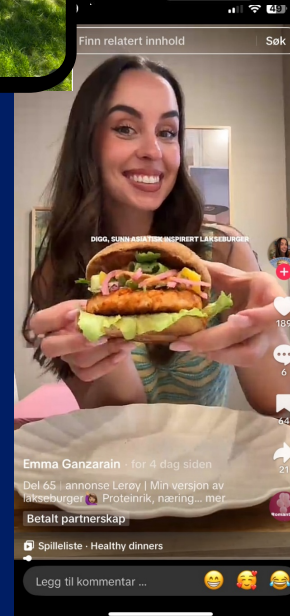
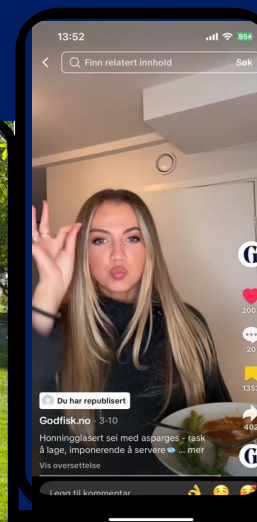


# ..und im deutschen Handel





# Social Media-Strategie mit Zielgruppenfokus via Influencern ... bezahlt & organisch





# Bezahlte & redaktionelles PR trägt bei

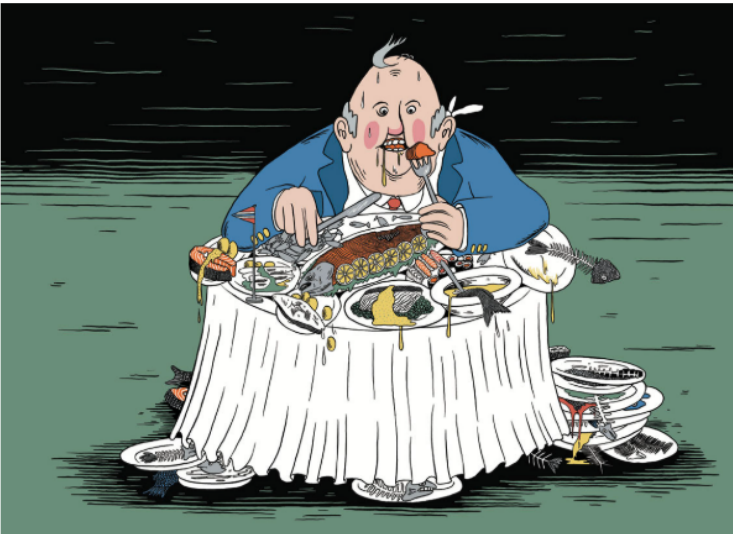
KRONIKK

## Bør vi spise mer fisk – eller mindre?

BÆREKRAFT

Bjørn J. Bolann, Sandra Huber, Maria Averina, Merete Eggesbø, Ingrid Hokstad, Jan Brox, Peter Ørebech, Anne-Lise Bjørke-Monsen. Om forfatterne

I all mat finnes det miljøgifter. EU har satt nye grenseverdier for hvor høyt inntak av miljøgifter som kan anses som trygt. I Norge ligger gjennomsnittlig inntak over grensene, og fet fisk er den største kilden. Likevel anbefaler norske myndigheter alle aldersgrupper å spise mer fisk.



Illustrasjon: Anders Kvammen

## Forskere og leger advarer: Mener barn må spise mindre fisk

Barn og alle som planlegger å få barn bør begrense inntaket av fet fisk, hevder en gruppe norske leger og forskere.



Hanne Kreutz-Hansen

Tirsdag 4. juni 2024 kl. 18:52

### Nettavisen.



KJEMIKALIERIK MAT: Spesielt en av matvarene på dette fatet har særlig mye av det kreftfremkallende kjemikaliet. Foto: Solrun Dregelid

## Disse matvarene inneholder verstingkjemikalie: – Kreftfremkallende hos mennesker

Det er særlig gjennom disse matvarene vi får i oss det kreftfremkallende, syntetiske kjemikaliet.



Dette pålegget er den viktigste bidragsyteren til altfor høye nivåer av miljøgifter hos barn.

### Nettavisen.



STØRST BIDRAG: Det er særlig gjennom en av disse fiskesortene vi får i oss mest miljøgifter.

VG

VG Live VGTV VG+ Sport TV-guide Tips oss

Venstre: – Aldri før har de redaktørstyrte mediene vært viktigere

# Im norwegischen LEH hat die Kategorie Fisch eine zentrale strategische Rolle.

- Fischkonsum nachhaltig steigern
- Junge Shopper und Familien gewinnen









# Mehrfachplatzierung von Fischprodukten

Frischer Fisch am **Anfang** der Frischezone.

Fisch bewusst als „**billig**“ bezeichnet, um dem exklusiven Image entgegenzuwirken.

# Fünf Preis-Mechanismen stärken das Preis-Leistungs-Image für FISCH

«Gesundheit  
des Volkes!»

1. Preis-Check
2. Preis-festgenagelt
3. Großeinkauf
4. Kiwi kämpft für niedrige Preise
5. Kiwi drückt die Preise

NORWEGIAN SEAFOOD COUNCIL

## JA TIL BILLIGERE FISK

*Sunnhet til folket!*

**PRIS-SJEKK**

**KIWI PRISLÅS**

**BILLIG PARTIVARE**

KIWI'S PRISLØFTE  
**“VI GIR OSS ALDRI PÅ PRIS!”**

**KIWI PRESSER PRISENE!**

Physische Verfügbarkeit



Geistige Verfügbarkeit

INNOVATION

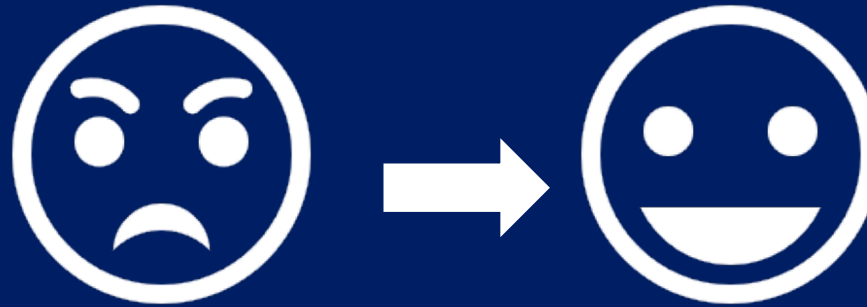
MARKETING

KAMPAGNEN

WERBUNG

POS

PR



Vom «MUSS» zum «GENUSS»

SOCIAL MEDIA  
MAßNAHMEN

SCR



FAZIT:

Genuss + Zusammenarbeit

Christine Iversen  
Markt Direktorin Deutschland  
[ci@seafood.no](mailto:ci@seafood.no)  
+47 47811131

