

Vi trenger flere sjømat-influensere!

Av: Siril Alm, førsteamanuensis Handelshøgskolen ved UiT og forsker Nofima

Tidligere publisert på Intrafish [Vi trenger flere sjømat-influensere! | IntraFish.no](https://www.intrafish.no/nyheter/2020/09/24/vi-trenger-flere-sjomat-influensere/)



www.shutterstock.com · 1711777081

Til tross for at folk er blitt mer opptatt av å ha et sunt kosthold, har sjømatkonsumet vært dalende i flere år -spesielt blant den unge befolkningen. Kan sosiale medier og influensere være løsningen på problemet?

Viktig målgruppe

Helsemyndighetene anbefaler å spise sjømat til middag [to til tre ganger i uka](#), altså 300 til 450 gram ren fisk, for å gi grunnlag for god helse. Det er de eldste av oss som spiser mest sjømat. Konsumet til 18 til 34 åringene, spiste hele [46 prosent](#) mindre sjømat fra 2012 til 2017. Fortsetter denne trenden vil vi knapt ha sjømatpisere i fremtiden.

De unge voksne er spesielt interessant å nå, fordi de er i en livsfase hvor de ofte bryter med sine foreldres matvaner og danner sine egne matvaner. Dette påvirker deres barns kosthold. Klarer sjømatnæringen å treffe denne målgruppen med gode tiltak, kan vi kanskje klare å snu statistikken.

Ønsker å spise mer sjømat

I Nofima-undersøkelsen «Sjømat som hverdagsmiddag», som er finansiert av Nærings- og fiskeridepartementet, undersøkte vi hva som motiverte og hindret 26 unge voksne i å spise

mer sjømat til middag. Deltakerne ble bedt om å fotografere middagstallerkenene sine i to uker. Disse ble så diskutert i individuelle intervju.

Selv om utvalget er lite og ikke er representativt, siden de fleste var enslige kvinner i 20-årene, er det gledelig at de fleste ønsket å spise mer sjømat. Antall sjømatmiddager varierte fra én gang i måneden til seks ganger i uka. Disse rettene besto som regel av laks eller ørret, som sjelden ble tilberedt slik de fikk den i oppveksten. Retter som poke bowl og sushi ble beskrevet som spennende retter som digitale plattformer, ved hjelp av delikate bilder, hadde inspirert dem til å lage. Dette ble også avspeilet i de 367 fotografiene som var sendt inn. 30 prosent av bildene inneholdt sjømat og over halvparten var med laks eller ørret.

Digitale inspirasjonskilder

Deltakerne i studien fortalte at de ofte brukte sosiale medier og influensere på Instagram, Pinterest, Youtube, og blogger for å få inspirasjon til å prøve ut nye matretter. Vi ba dem sende oss navn og internettlenker til de kildene som de med sikkerhet visste hadde inspirert dem til å lage nye middagsretter. En nærmere undersøkelse av disse kildene, som var 18 nettsider, 8 instagramprofiler og 9 blogger, viste at disse inneholdt nesten 30.000 middagsoppskrifter, der 21 prosent inneholdt sjømat - hovedsakelig med laks.

Som regel søkte deltakerne etter oppskrifter via Google, som ofte førte dem til ulike nettsider. Det hendte også at de gikk direkte inn på nettsidene fordi de visste at de ville finne gode oppskrifter der. Den mest brukte nettsiden (nevnt av 14 deltakere) var matprat.no, som promoterer egg og kjøtt på vegne av landbruksindustrien.

Bare 3 deltakere hadde hentet inspirasjon fra godfisk.no, som er sjømatindustriens markedsføringskanal. Enkelte hadde aldri hørt om godfisk.no. Av de ni bloggene vi undersøkte, var fire vegetarblogger. Samme tendens kunne vi se av de åtte Instagram kontoene. Disse var ofte sponset av matprodusenter av for eksempel vegetariske matprodukter. Bloggerne oppga ingen sjømataktører som sponsor eller samarbeidspartner

Knytte sjømat til vegetartrenden

Flere av deltakerne hadde enten vært vegetarianere eller ønsket å spise mer vegetarisk. Det var hovedsakelig to grunner til at de sluttet å bare spise vegetarisk. Tre av kvinnene var nylig blitt samboere og opplevde at partneren ønsket å spise kjøtt. Kompromisset ble da å ha mye grønnsaker sammen med kjøttmaten. En annen forklaring var at de ønsket å spise mer variert ved å inkludere animalske matvarer i kostholdet. De fleste ønsket å kutte ned på det røde kjøttet og spise mat som er mer bærekraftig, som for eksempel grønnsaker, kikerter og bønner.

Flere av deltakerne fortalte at de sjelden husket på å lage sjømat. Da vi spurte om de kunne tenke seg å ha sjømat sammen med vegetarrettene, var de fleste positiv til det. De brukte blogger og influensere til å lære seg å lage vegetariske retter, og hadde derfor ikke vurdert sjømat som et alternativ.

Deltaker 18: «Jeg har aldri tenkt over å ta fisk på spyd. Men nå fikk jeg lyst til å prøve».



Foto deltaker 22: Vegetarrisotto med sopp inspirert av bloggen Emilienuitrition

[Samarbeid med influenserne](#)

Våre funn indikerer at sjømatnæringen kan nyte godt av å komme seg på nett - i de rette kanalene. Ved å samarbeide med influensere og nettsider som inspirerer de unge voksne til å lage nye middagsretter, kan man markedsføre sjømat som spennende, bærekraftig og smakfull -som en del av en sunn og aktiv livsstil.