

Försäljning av matfisk

Innan du startar upp fiskodlingsverksamheten är det även väsentligt att planera vilka kunder, eller vilket kundsegment (typ av kunder) som du skall sälja din produkt till. Det kan även vara lämpligt att prioritera vilka kunder och kundsegment som passar för företaget, välja produktionsteknik samt utreda de ekonomiska förutsättningarna.

Utan avsättning för fisken erhålls inga intäkter varför en försäljningsstrategi är nödvändig att ta fram. En storskalig fiskodlare med väsentligt mer än 40 ton foderförbrukning (tillståndspliktig verksamhet) ingår ofta i en större koncern vilken samtidigt utgör den kund som sedan vidareförädlar fisken eller säljer den vidare till grossister eller andra stora kunder. Småskaliga fiskodlare med mindre än omkring 40 ton foderförbrukning har däremot sällan en enskild stor kund som köper upp produkten. De har därför både nackdelen att tvingas lägga ner mer tid på att söka kunder, men har samtidigt fördelen att själva kunna välja kunder och förädlingsstrategi. För en småskalig odlare kan det finnas möjligheter att samarbeta med både andra småskaliga odlare och/eller storskaliga odlare. Texten nedan riktar sig framförallt till småskaliga odlare (\leq ca 40 ton foderförbrukning).

Försäljningsstrategi

Några av de frågor som försäljningsstrategin bör omfatta är följande:

Vilka är dina framtida kunder? Vilka volymer kan de olika kunderna tänkas vilja köpa per tillfälle, med vilken frekvens önskar kunden leverans samt hur mycket önskar de i total årsleverans. När vill kunden ha fisken (dag/vecka och tid) och hur vill de ha fisken levererad? Vill de ha fisken levande, hel, filead och/eller ytterligare vidareförädlad (ex. rökt, gravad etc.)? Hur stora volymer skall hanteras vid leverans till enskilda kunder eller per dag? Vad behövs för förbrukningsmaterial för detta, antal lådor, mängd is, EU-pallar etc. och hur ska logistiken lösas? Kommer du att hinna med detta på egen hand, måste du anställa någon eller skall du anlita någon extern aktör för transportererna?

Vid en fodergiva om 40 ton (gränsen mellan anmälningspliktig och tillståndspliktig



Fiskfiléer för försäljning till slutkund. Foto: Håkan Emilsson

fiskodlingsverksamhet) blir produktionen av rund fisk ca 30-40 ton, beroende på foderkvalitet och hur duktig fiskodlaren är (utfodringseffektiviteten). Vid förädling av regnbåge motsvarar detta ca 20 ton filé. Nedanstående redovisning utgår därför från 40 ton hel fisk alternativt 20 ton filé.

Grossister

En möjlig försäljningsstrategi är att sälja fisken vid ett eller ett fåtal tillfällen per år. Detta underlättar avlivning och slakt och medger en tidseffektiv verksamhet samt minimerar transportererna. Detta förutsätter dock tillgång till en kund som vill köpa större mängder och har möjlighet att antingen förvara fisken eller som i sin tur har en stor kundkrets att sprida produkten inom, d.v.s. en grossist.

Då grossister hanterar stora volymer utgör din produkt dock endast en liten del av deras verksamhet och du har därmed relativt liten möjlighet att påverka försäljningspriset till grossisten. Du behöver därmed ha goda relationer till grossisten och allra helst ett bindande kontrakt som anger både pris, försäljningsvolym samt försäljningstillfälle. Annars kan du riskera att inte kunna sälja fisken vid den

tidpunkt som du måste slakta för att få den övriga fiskodlingsverksamheten att fungera. Större grossister har bättre kapacitet att ta emot stora volymer varor och en stor grossist kan t.ex. köpa in 35 ton fisk i ett enda parti, medan en mindre grossist behöver dela upp det i mindre partier om ex. 200 kg/vecka.

Det går visserligen nästan alltid att sälja fisk till grossister, men däremot inte till det pris som behövs för att få verksamheten lönsam. Den ekonomiska konsekvensen kan därför bli stor för odlaren om fisken måste säljas med lägre intäkt än produktionskostnaden.

Både grossister, dagligvaruhandel och förädlingsföretag av fisk kan emellanåt även vara intresserade av säsonginköp. Exempelvis ökar efterfrågan av fisk, och i synnerhet vidareförädlade produkter inför jul, påsk och midsommar.

Restauranger

En annan strategi kan vara att kontinuerligt slakta fisk från odlingen och leverera till kunder med lägre inköpsvolymers såsom restauranger, fiskdiskar och konsumentnära marknader. Detta kräver dock mer tid för att träffa kunder och marknadsföra produkterna. En potentiell fördel är emellertid det lokala nätverk som du förhoppningsvis kan bygga upp och underhålla. Dessutom utgör "storytelling", d.v.s. att kunderna känner till den lokalproducerade fiskens historia, en ökad möjlighet att få ut det försäljningspris som behövs för fisken eller den vidareförädlade fiskprodukten. Med en kontinuerlig kundkontakt är det även lättare att känna av variationer i marknaden och kunna justera pris och produktion.

Skaffa inte fler kunder än att du klarar av att leverera det kunderna efterfrågar. Om kunden blir utan förväntade leveranser riskerar ex. restauranger att välja att ta bort produkten från menyn och ersätta den med något annat. Att återfå en missnöjd kund kräver mycket mer arbete än att skaffa en ny. Det finns dock inte oändligt med lämpliga kunder i ditt närområde varför varje kund är viktig att behålla.

Restauranger kan beroende på storlek köpa 10-300 kg/vecka. Det är därför bättre att ha kontinuerlig leverans till färre kunder och parera eventuella tillfälliga överskott av fisk genom försäljning till fiskdiskar, marknader och grossister.

Fiskauktion

I Stockholm, Smögen och Göteborg finns även etablerade fiskauktioner. På dessa säljs i princip all fisk som levereras till auktionen även om det kan uppstå situationer då en del fisk blir osåld. Fiskpriset utropas på en hög nivå och sjunker efterhand. Köparen inväntar ett så lågt pris som möjligt men innan fisken tar slut. För säljaren är det är därför



Rom från kramning vid avelsfiske av en lokal öringstam.
Foto: Tina Hedlund

viktigt att det finns tillräckligt med köpare för att hålla upp prisnivån. För säljaren är det därmed inte priset på den första fisken som säljs som avgör om affären varit god utan om även den sista fisken säljs till ett bra pris. Till en fiskauktion kan man leverera från relativt små volymer till större partier.

Direktförsäljning till privatpersoner

Om fisken förädlas (fileas, röks, gravas etc.) kan direktförsäljning till privatpersoner vara ett alternativ. Däremot köper privatpersoner i Sverige endast mycket lite fisk som inte är förädlad, t.ex. filead, rökt, gravad eller kryddad. Förädlingen kräver emellertid utökad investering i livsmedelsgodkända lokaler, med tillhörande utrustning samt kräver kompetent personal.

Att förädla fisk är underlag för ett separat företag utöver fiskodlingsverksamheten. Man kan även köpa in fisk från andra fiskodlare för att utöka råvarutillgången. Ett annat alternativ kan vara att flera odlare går samman och gemensamt driver ett slakteri och/eller vidareförädling. Med en lokal odling och förädling har företagaren kontroll längs hela processen hela vägen fram till slutkunden, vilket ger högre marginaler än att endast arbeta med ett steg i processkedjan. Spårbarhet är även något som efterfrågas allt mer av slutkunder.

För närvarande efterfrågas alltmer lokalproducerade produkter bland privatpersoner. Den svenska konsumtionen av fisk uppgår till ca 15-20 kg per person och år. En del av konsumtionen fisk äts på restaurang, medan huvuddelen av resten köps fryst eller som färdiga rätter.

Anta att du säljer till privatpersoner (motsvarande 16 kg/person och år) som ersätter 25 % av sin fiskkonsumtion med lokalproducerad fisk. Detta innebär fyra kilo per år eller en kundkrets om 5 000 personer för att sälja 20 ton fiskfilé. Privatpersoner efterfrågar däremot små förpackningar då de köper små kvantiteter åt gången. För 20 ton filé innebär detta t.ex. drygt 33 000 förpackningar om 600



Regnbåge odlas även för utsättning för sportfisket. Foto: Daniel Wikberg.

gram vardera och ett krav på försäljning av ca 110 förpackningar/dag. Vid en försäljning om 300 dagar per år innebär detta ca 110 förpackningar om dagen.

En möjlighet är även försäljning via internet. Kunden kan då betala via internet och hämta ut fisken lättillgängligt där du själv står alternativt att du samarbetar med ett utlämningsställe där många kunder passerar. Försäljning kräver därför tillgång till personal. Dessa kan dock nyttjas även i andra delar av verksamheten, t.ex. fiskodlingen, när behov uppstår. Det kan däremot vara bra att ha i åtanke att dessa kanske inte har rätt kompetens för odlingsverksamheten eller är intresserade av andra arbetsuppgifter.

Bokning av fisklåda ("fiskhotell")

En odlare kan även erbjuda kunder att boka en viss mängd fisk på våren som de sedan hämtar efter att fisken slaktats. De kan även erbjudas besöka fiskodlingen under den period som "deras fisk" är under tillväxt. Som en extra tjänst kan man även erbjuda fisken vidareförädlad. Kunden betalar en viss del i samband med att fisken reserveras och slutbetalning sker vid leverans. En positiv effekt av detta upplägg är att odlaren får in likvida medel under våren då det normalt inte sker någon försäljning av matfisk. Det ger även odlaren en möjlighet att ge en positiv bild av sin fiskodlingsverksamhet och kunden får möjlighet att säkerställa fiskleverans.

Offentlig upphandling

I Sverige serveras varje dag 3,5 miljoner måltider till sjukhus, skolor, militär och äldreboende som upphandlats offentligt. Det pågår för närvarande en debatt om hur reglerna för offentlig upphandling kan anpassas för att möjliggöra inköp från mindre producenter. Några av svårigheterna som kan uppstå för de små producenterna är krav på leverans året om eller krav på leverans av fler än en produkt, t.ex. ost, lök, potatis etc.

Några svenska kommuner och offentliga aktörer har förändrat upphandlingsförfarandet och fler arbetar

med detta. Förutsatt att producenten klarar av att uppfylla kraven i upphandlingen finns en stor potential i offentliga upphandlingar. Ett exempel är en kommun utanför Stockholm med 40 000 invånare, där inköpen av laxfilé uppgår till 40 ton årligen.

Fisk till utsättning

Det finns en betydande efterfrågan av levande fisk för utsättning. Denna kan översiktligt uppdelas i två kategorier, dels för sportfiske, ex. put&take, där man sätter ut fisk för att fånga och dels förstärkning av naturliga vilda bestånd. All utsättning av fisk kräver emellertid utsättningstillstånd från länsstyrelsen. För att kunna leverera levande fisk behövs dessutom transportutrustning och fisktransportstillstånd.

Utsättningar för sportfiskeändamål genomförs huvudsakligen av företag med sportfiskevatten som säljer fiskekort, enskilda fiskerättsägare eller fiskevårdsföreningar. Dessa köper regnbåge, öring, röding, gös och ål för utsättningar.

Utsättningar för att förstärka hotade vilda bestånd genomförs i huvudsak av kommuner och länsstyrelser men kan i vissa fall även genomföras av fiskevårdsområden. Valet av art och i de flesta fall även stam avgörs av de lokala förutsättningarna och vad det är för bestånd som skall förstärkas. Många arter, bl.a. öring, är uppdelade i lokala stammar som är anpassade till förutsättningarna och förhållandena i det specifika vattendraget. Utsättningarna inriktas därför allt mer på lokala stammar och att rommen måste tas från lokal avelsfisk. Det kan därför finnas en ny nisch att odla flera olika lokala stammar parallellt i mindre mängder för förstärkningsutsättningar. Utsättningar av fisk genomförs även i stor skala inom ramen för de vattendomar som finns för vattenkraftsreglering av olika sjöar och älvar. Både odling av sättfisk och utsättningarna sker vanligen av kraftverksbolagen själva men en ökad medvetenhet om de lokala stammarnas betydelse skulle kunna öka förutsättningarna för mindre lokala odlare att leverera fisk till dessa utsättningar.



Sättfisk i odling. Foto: Stig Emilsson

Samarbete

Samarbete mellan olika företag kan ofta gynna verksamheten hos respektive företag, undersök därför möjligheten till olika typer av samarbeten. Det kan vara andra små producenter som distribuerar varor till kunder som redan är eller kan bli nya kunder. Samarbetet kan omfatta leveranser, nyttjande

av livsmedelsgodkända lokaler eller personal. Huvudsyftet är att de delaktiga parterna gynnas och att skapa ökad kundnytta.

Andra möjligheter som kan övervägas är att ha flera avsättningsmöjligheter för fisken, även om det sammanlagt kan medföra något dyrare omkostnader. Detta minskar risken för osåld fisk.

Hushållningssällskapet

Ventilgatan 5 D, 653 45 Karlstad | Telefon 054-54 56 00

Vi har kompetens inom lantbruk, landsbygd, mat och miljö. Vi bedriver försöks- och utvecklingsverksamhet vilket bidrar till att vi alltid kan ge våra kunder den senaste kunskapen. Vår rådgivning är fristående, det vill säga helt fri från kommersiella och partipolitiska intressen. www.hushallningssallskapet.se

Hushållnings
sällskapet

