

**Björgvin Þór Björgvinsson og Ágúst Einarsson**

**Þýðing Þýskalandsmarkaðar fyrir íslenskan sjávarútveg**

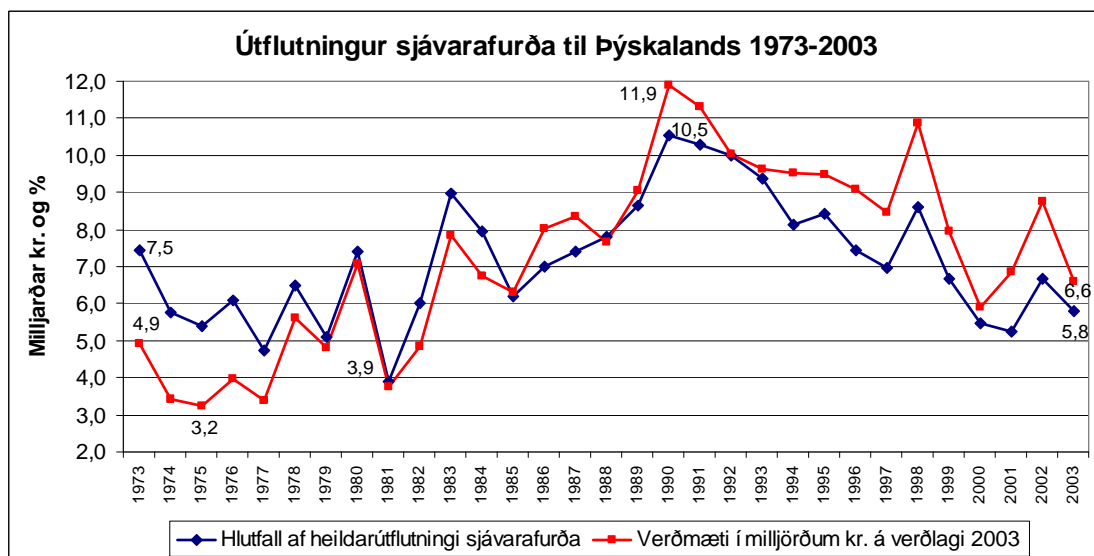
Tilgangur greinarinnar er að lýsa þýðingu Þýskalandsmarkaðar fyrir íslenskan sjávarútveg. Mjög mikilvægt er fyrir íslenska útflytjendur að fylgjast vel með í hvað átt neysla sjávarafurða á helstu kjarnamörkuðum er að þróast. Með betri þekkingu á markaðinum og neytendum hans er líklegt að íslenskir útflytjendur geti aukið útflutningsverðmæti sjávarafurða, m.a. til Þýskalands, á komandi árum.

**1. Þróun viðskipta við Þýskaland**

Útflutningur til Þýskalands árið 2003 nam 32 milljörðum kr. og var 17% af vöruútflutningi það ár. Þýskaland var þá í 2. sæti. Innflutningur frá Þýskalandi árið 2003 var 26 milljarðar kr. sem var 12% af vöruinnflutningi það ár. Þýskaland var í 1. sæti (Landshagir 2003). Þýskaland er því eitt mikilvægasta viðskiptaland Íslendinga. Hvað varðar útflutning á sjávarafurðum árið 2003 var Þýskaland í 6. sæti á eftir Bretlandi, Bandaríkjunum, Spáni, Danmörku og Portúgal. Bretland er langmikilvægasta markaðssvæðið fyrir íslenskar sjávarafurðir (Útvegur 2003).

Þýskaland er eitt fjölmennasta ríki Evrópu með rúmlega 82 milljónir íbúa. Þjóðverjar voru lengi vel ein af stóru fiskveiðiþjóðunum í Evrópu. Útfærsla fiskveiðilögsögu Íslendinga úr 50 í 200 sjómíllur árið 1975 hafði víðtæk áhrif á úthafsveiðar Þjóðverja og í stað í úthafsveiða var áhersla þar lögð á innflutning, framleiðslu og dreifingu sjávarafurða.

Ísland er eitt af þeim löndum sem hefur lengi flutt sjávarafurðir inn á þýska markaðinn, þ.e. fram til 1990 til þáverandi Vestur-Þýskalands. Sárálitill útflutningur var til fyrrum Austur-Þýskalands. Á síðustu árum hefur hins vegar dregið nokkuð úr útflutningi til Þýskalands. Þrátt fyrir það er Þýskaland mjög mikilvægur markaður fyrir íslenska útflytjendur, sérstaklega fyrir karfa. Mynd 1 sýnir þróun útflutnings á sjávarafurðum til Þýskalands í rúm 30 ár frá árinu 1973 til og með árinu 2003.



Mynd 1: Útflutningur sjávarafurða til Þýskalands 1973-2003 í milljörðum kr. á verðlagi ársins 2003 og sem hlutfall af heildarútflutningi sjávarafurða

Eins og sést á mynd 1 var útflutningsverðmæti sjávarafurða til Þýskalands 4,9 milljarðar kr. árið 1973, fór hæst árið 1990 í 11,9 milljarða og var lægst 3,9 milljarðar árið 1981 og var 6,6 milljarðar árið 2003. Sem hlutfall af heildarútflutningi sjávarafurða var Þýskalandsmarkaður með 7,5% hlutdeild árið 1973 og fór hæst í 10,5% hlutdeild árið 1990, var lægst árið 1991 með 3,9% og með 5,8% hlutdeild árið 2003.

Á næstu áratugum er gert ráð fyrir umtalsverðri fólksfækkun í Þýskalandi en mannfjöldaspár áætla að íbúafjöldinn í Þýskalandi verði 65 til 70 milljónir árið 2050. Gert er ráð fyrir að fæðingartíðni lækki sem verður til þess að umtalsvert fleiri deyja en fæðast. Árið 1950 voru íbúar Þýskalands 69 milljónir en þá var aldurssamsetning þjóðarinnar allt önnur. Helmingi fleiri einstaklingar voru þá undir 20 ára aldri en yfir 59 ára. Árið 2050 er talið að þetta muni vera öfugt, þ.e. helmingi fleiri Þjóðverjar verða eldri en 59 ára en þeir sem eru yngri en 20 ára (*Bevölkerungsentwicklung Deutschlands bis zum Jahr 2050*, 2003).

## 2. Grunngerð Þýskalandsmarkaðar

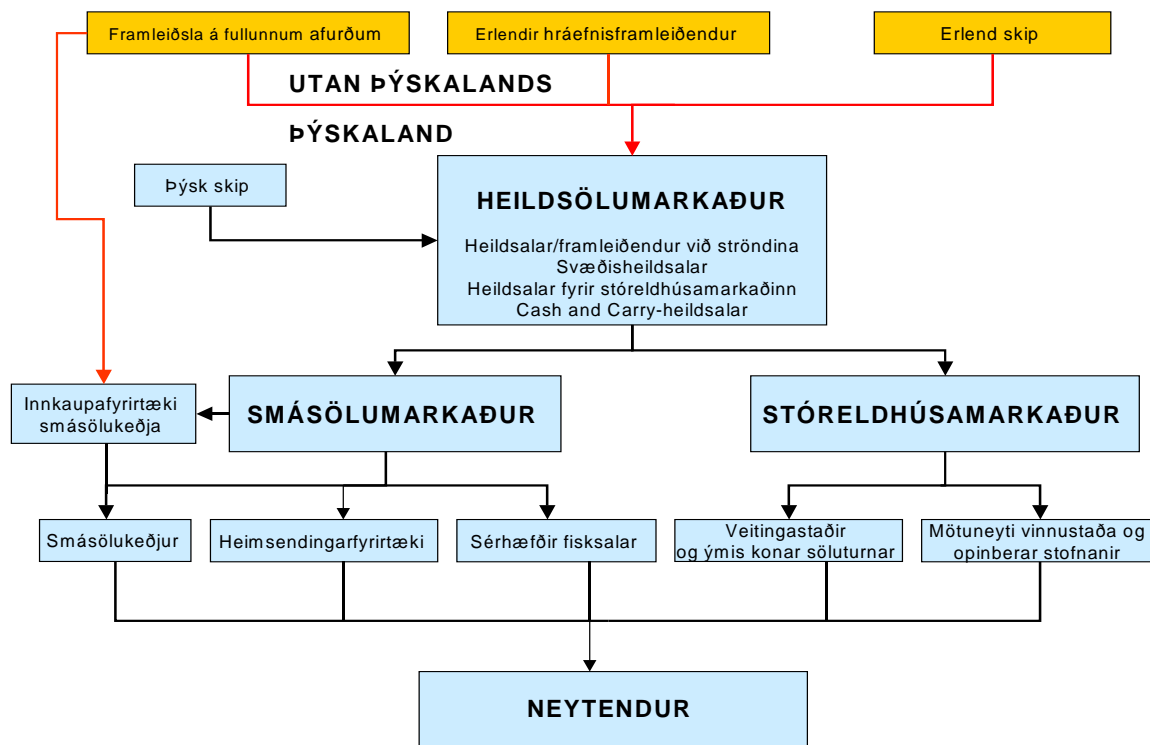
Þýskur sjávarútvegur hefur gengið í gegnum miklar tæknibreytingar og framfarir á síðustu 15 árum. Þegar umfangsmiklar úthafsveiðar Þjóðverja í NA-Atlantshafi lögðust af fyrir rúmum 25 árum gerðu þeir sér grein fyrir að styrkleiki þeirra myndi ekki liggja í veiðunum sjálfum heldur í vinnslu og dreifingu. Nú eru þýsk framleiðslufyrirtæki á sviði sjávarútvegs mjög vel útbúin tæknilega og nokkur þeirra eru á meðal stærstu fyrirtækja á þessu sviði í Evrópu.

Margvíslegar tæknibreytingar undanfarin ár og áratugi hafa haft mjög mikil áhrif á neysluvenjur fólks. Ísskápar og frystikistur hafa haft gríðarleg áhrif á geymslumöguleika sjávarafurða og annarra matvæla og örbylgjuofninn kom af stað byltingu í gerð tilbúinna rétta. Þýskir neytendur eru mjög meðvitaðir um hollustu sjávarafurða og það skiptir þá máli að fá nákvæmar upplýsingar um fiskinn sem þeir borða. Þjóðverjar tengja fisk mikið við hið hreina og ósnortna í náttúrunni og þeir eru í eðli sínu mjög kröfuharðir á hreina náttúru og hollt lífverni.

Fiskneysla í Þýskalandi tengist að miklu leyti hefðum og siðum sem eiga rætur sínar að rekja til kaþólsku kirkjunnar. Fyrr á öldum mátti fólk ekki borða kjötafurðir eða afurðir af dýrum með heitt blóð á föstudögum og á föstunni (*Fisch in der Fastenzeit* 2002). Þessir gömlu siðir og hefðir í tengslum við fiskneysluna eru enn sterkar í vitund þýskra neytenda. Margir tengja ferskan fisk við föstudaga og víða í Þýskalandi er enn haldið í þá hefð að hafa fisk á föstudögum. Jafnframt er fiskneysla Þjóðverja mjög tengd hátíðisdögum, ferðalögum og sérstökum tilefnum.<sup>1</sup> Þjóðlegar hefðir geta falið í sér margvísleg viðskiptatækifæri með því að sérhæfa framleiðsluna og vanda markaðssetningu. Ísland og íslenskur sjávarútvegur hafa jákvæða ímynd hjá fyrirtækjum og neytendum í Þýskalandi og mikilvægt er fyrir Íslendinga að halda þeirri ímynd.

Margt sem tengist félags- og menningarlegum þáttum í Þýskalandi hefur breyst á síðustu árum og áratugum eins og í öðrum vestrænum ríkjum. Máltíðum hefur fækkað á heimilum og þær eru ekki lengur eins formlegar og áður. Einnig er sífellt herra hlutfall máltíða á heimilum, keyptar tilbúnar. Fyrir nútíma fjölskyldu eru þægindi og hentugleiki lykilatriði. Fólk er reiðubúið að borga meira fyrir tilbúin matvæli í stað þess að eyða miklum tíma í sjálfa eldamennskuna. Fjölskyldur kaupa máltíðir í meira mæli en áður í stað hráefnis. Eftirspurn hefur aukist mikið eftir máltíðum sem fara í sömu umbúðum úr frysti í örbylgjuofn, á bord og í ruslið.<sup>2</sup> Atvinnuþátttaka kvenna hefur aukist mikið á síðustu áratugum og hefur það valdið miklum breytingum á heimilishaldi og neysluvenjum í hinum vestræna heimi. Á

síðustu þremur áratugum hefur sjávarútvegur í Þýskalandi breyst mikið. Stærsta breytingin er sú að eigin framleiðsla hefur dregist mikið saman og innflutningur aukist mjög mikið. Hin síðari ár hefur meira en helmingi þess afla sem Þjóðverjar veiða verið landað erlendis. Fiskeldi er óverulegt í Þýskalandi. Með minnkandi fiskveiðum hefur áherslan í þýskum sjávarútvegi verið í átt að aukinni framleiðslu og betri dreifingu sjávarafurða. Mynd 2 sýnir dreifileiðir í verslun með sjávarafurðir í Þýskalandi.



Mynd 2: Dreifileiðir í verslun með sjávarafurðir í Þýskalandi

Eins og sést í mynd 2 skiptist heilsölumarkaðurinn í meginatriðum í tvo markaði, smásölumarkað og stóreldhúsamarkað. Frá þeim er fjölbreytt stig dreifingar til neytenda.

### 3. Fiskneysla í Þýskalandi

Fisksala í Þýskalandi er háð árstíðarsveiflum eins og á við um sjávarafurðir um allan heim. Þýskir neytendur haga sér á svipaðan hátt og neytendur annarra landa. Neysla á fiski á heimilum dregst verulega saman yfir sumarmánuðina og eru bein tengsl á milli hita í veðri og fiskkaupa, þ.e.a.s. með hækkandi hita minnkar fiskneyslan (Benedikt Höskuldsson 1992).<sup>3</sup> Neyslan er mest yfir vetrartímamann, frá október fram að páskum þegar hún nær hámarki. Margfalt meiri fiskneysla er í N-Þýskaland heldur en í öðrum landshlutum enda liggur eingöngu norðurhluti landsins að sjó. Fiskneysla á hvern íbúa í Þýskalandi hefur verið stöðug síðustu 7 árin eða á bilinu 12,4 til 14,0 kg. Árið 2002 var Alaskaufsi vinsælasta fisktegundin á þýska markaðinum með 32% markaðshlutdeild en næst kom síld með 16% hlutdeild. Síðar kom túnfiskur (12%), lax (8%), lýsingur (6%) og karfi (5%). Neysla á Alaskaufsa hefur aukist verulega síðustu ár og neysla á síld hefur dregist saman.

Matvælamarkaðurinn í Evrópu er margslunginn og flókinn og því er ekki auðvelt að finna út hvað veldur breytingum á neysluvenjum fólks en talið er að menningarleg áhrif leiki þar mjög stórt hlutverk. Þægindi, bragð og góð gæði er það sem fiskneytendur meta sem mikilvægustu þættina í sambandi við fiskneyslu nú á tímum (Lindenberg 1999). Fiskur og aðrar sjávarafurðir eiga sína aðdáendur í Þýskalandi líkt og í öðrum löndum. Það er óumdeilt að þýskir neytendur tengja fisk við heilnæmi og náttúru. Fólki gerir kröfur um hreina náttúru og heilbrigt líferni og er talið að þessi viðhorfsbreyting komi fiskneyslunni til góða.

#### 4. Markaður fyrir íslenskar sjávarafurðir í Þýskalandi

Við upphaf verslunar á milli Íslands og Þýskalands um miðja 15. öld sóttust Þjóðverjar einkum eftir lýsi og skreið hjá Íslendingum. Á 16. öld voru miklar siglingar á milli Hamborgar og Íslands og umtalsverð viðskipti voru á milli þjóðanna, sérstaklega ef tekið er mið af mannfjölda og líf skjörum á Íslandi á þeim tíma. Líkt og 15. öldin í sögu Íslands er nefnd „enska öldin“ þá hefur 16. öldin oft verið nefnd „þýska öldin“ vegna mikilla áhrifa og ítaka þýskra Hansakaupmanna á íslenska verslun.<sup>4</sup>

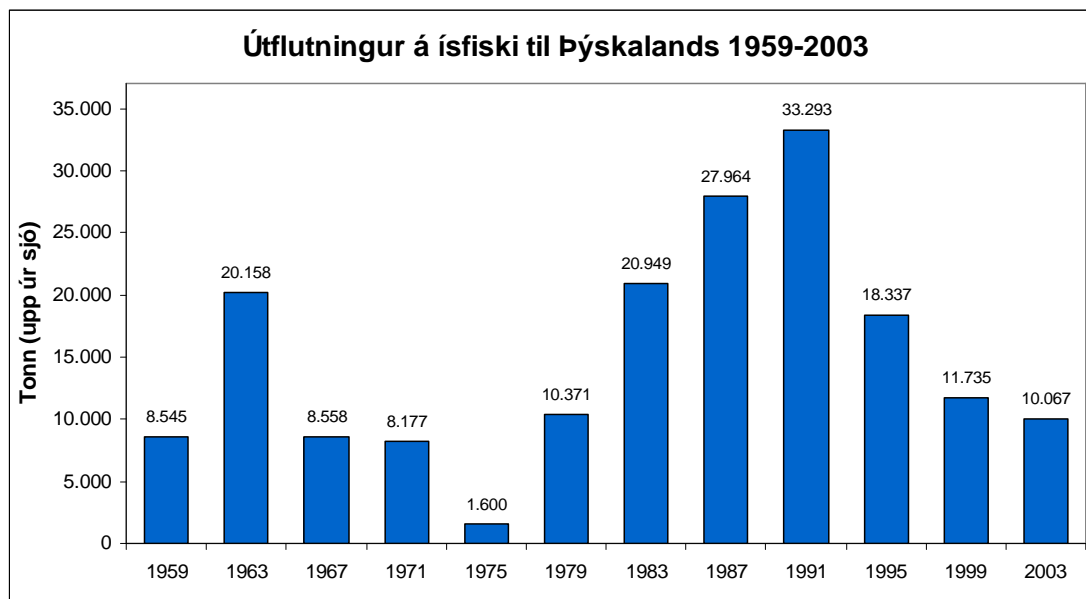
Á seinni hluta 16. aldar lagðist útgerð Þjóðverja af en engu að síður héldu þeir áfram verslun með íslenska skreið og réðu Íslandsversluninni fram til 1602. Þegar einokunarverslunin komst alfarið í hendur danskra kaupmanna urðu Þjóðverjar þeirra stærstu og traustustu viðskiptavinir á meginlandinu en Danir voru milliliðir allra viðskipta milli Íslands og Þýskalands á tíma einokunarinnar. Undir lok einokunartímans þegar saltfiskur tók að leysa skreiðina af hólmi sem helsta útflutningsvara Íslendinga sáu Þjóðverjar um að koma þeim fiski á markað í Evrópu (Jón Þ. Þór 2002).

Á 20. öldinni jukust viðskipti landanna jafnt og þétt. Á fyrstu áratugum 20. aldarinnar hófust siglingar Íslendinga með ferskan, ísaðan fisk til Bretlands (Hull, Grimsby og Fleetwood) og Þýskalands (Bremerhaven og Cuxhaven). Í byrjun fyrri heimstyrjaldarinnar jukust þessar siglingar og náðu svo hámarki í seinni heimstyrjöldinni. Árið 1952 tóku Ísland og Þýskaland upp stjórn málasamband og frá þeim tíma hafa viðskipti þjóðanna farið vaxandi.

Við útfærslu íslensku landhelginnar úr 4 í 12 mílur árið 1958 var sett löndunarbann á íslenska togara í Bretlandi og stóð það til ársins 1961. Á þessum tíma jukust mikið siglingar með ferskan fisk til Bremerhaven og Cuxhaven í V-Þýskalandi. Útflutningur á ísfiski frá Íslandi til Þýskalands náði hámarki árið 1989 þegar útflutt magn var 35.600 tonn, þar af karfi 24.500 tonn, ufsi 6.400 tonn og þorskur 1.500 tonn. Blómatími ísfiskútflutnings Íslendinga til Þýskalands var á árunum 1983-1993 þegar útflutt magn fór varla undir 20 þúsund tonn. Siglingar með ferskan fisk til Þýskalands, einkum karfa og ufsa, var mikilvægur þáttur víða. Þannig skipti þessi útflutningur miklu máli í Reykjavík og Hafnarfirði þar sem nokkrar útgerðir höfðu sérhæft sig á þessu sviði. Fyrir aðra staði eins og Sauðárkrók skiptu siglingar á Þýskaland einnig miklu máli.

Siglingarnar á Þýskaland drógust smátt og smátt saman eftir því sem frystitogurum fjölgaði en mörgum af þeim ísfisktogurum sem stunduðu Þýskalandsmarkaðinn var breytt í frystitogara. Miklar breytingar í íslenskum sjávarútvegi undanfarnin ár endurspeglast m.a. í mikilli fjölgun frystitogara. Þannig var um 1980 nær enginn afli sjófrystur en tuttugu árum síðar var um 30% af heildarbotnfisksaflanum sjófrystur (Ágúst Einarsson 2003). Einnig jókst útflutningur á frystum og ferskum flökum í kjölfar aðildarinnar að Evrópska efnahagssvæðinu sem

tók gildi árið 1994. Mynd 3 sýnir útflutning á ísfiski til Þýskalands á fjögurra ára tímabili frá 1959 til 2003.



Mynd 3: Ísfisksútflutningur til Þýskalands 1959-2003 í tonnum upp úr sjó

Eins og sést í mynd 3 náði ísfisksútflutningurinn hámarki um 1990. Árið 1975 settu þýsk yfirvöld á löndunarbann á Íslendinga vegna útfærslu íslensku fiskveiðilögsögunnar í 200 sjómílu og það skýrir hrun í útflutningi það ár eins og sést í mynd 3. Ferskur íslenskur fiskur er mjög mikilvægur fyrir fiskvinnslur í N-Þýskalandi en um 70-80% af ferskum karfa sem kemur til löndunar þar kemur frá Íslandi (Ægir 1960-2003 og Útvegur 1983-2003). Upp úr 1990 jókst mjög útflutningur á verðmætari afurðum, þ.e. á lausfrystum flökum og bitum, bæði inn á stóreldhúsamarkaðinn og í neytendaumbúðum fyrir smásöluverslarnir. Útflutningur á ferskum flökum jókst mikið með EES-samningnum. Tollar á unnum afurðum frá Íslandi voru veruleg aðgangshindrun fyrir útflutning frá Íslandi inn á þýska markaðinn. Aðildin að EES-samningnum árið 1994 breytti þessu. Nú ríkjja ekki aðrar aðgangshindranir en þær sem felast í fjarlægð frá markaðinum.

Framleiðsla Íslendinga inn á þýska markaðinn hefur breyst mikið á síðustu 15-20 árum. Á þeim tíma var mikið flutt út af ferskum ísfiski og frystum botnfiski í blokk en nú er framleiðslan meira fersk flök og fullunnar afurðir í neytendaumbúðum. Þarna er um að ræða afurðir sem þurfa enga frekari meðhöndlun áður en þeim er komið fyrir í ferskfiskborðum eða frystikistum smásölukeðjanna. Áður fyrr voru íslensku frystihúsin einungis hráefnisframleiðendur fyrir stóru fyrirtækin í Þýskalandi eins og *Unilever (Iglo)*, *Frosta* og *Pickenpack*. Á smásölumarkaðnum hafa íslenskir framleiðendur og útflytjendur valið þá leið að selja íslenska karfann til þýsku stórfyrirtækjanna og forðast samkeppni við þau fyrirtæki sem ráða lögum og lofum þar í landi. Markaðssetning vörumerkis er gríðarlega kostnaðarsöm og þess vegna hafa íslenskir aðilar frekar valið þá leið að selja þessum fyrirtækjum fisk og pakka honum undir þeirra eigin vörumerkjum (Jón Hjaltason o.fl. 1996).

Á 10. áratug síðustu aldar eignuðust tvö íslensk fyrirtæki, Samherji og Útgerðarfélag Akureyringa, meirihluta í tveimur af stærri útgerðarfélögum Þýskalands. Rekstur félaganna var þungur í upphafi en íslensku fyrirtækin gerðu umtalsverðar breytingar á rekstri beggja fyrirtækjanna. ÚA seldi sinn hlut í

*Mecklenburger Hochseefischerei* árið 1998 eftir erfiðan rekstur. Samherji á ennþá þýska útgerðarfyrirtækið *Deutsche Fischfang Union* auk þess sem þeir voru í hópi fjárfesta sem keyptu þýska fiskvinnslufyrirtækið *Hussmann & Hahn* árið 2000. Þrátt fyrir að útflutningsverðmæti íslenskra sjávarafurða til Þýskalands hafi dregist nokkuð saman á síðustu árum eru Íslendingar mikilvægir birgjar fyrir þýska markaðinn. Það á sérstaklega við um íslenska karfann. Ódýr hvítfiskur frá Kína hefur þó haft sín áhrif á markaðsstöðu íslenskra útflytjenda. Engu að síður hefur framleiðsla íslenskra fyrirtækja þróast meira í átt að verðmætari afurðum þannig að samkeppnin er ekki enn beint við framleiðendur í Kína.

Íslenskir útflytjendur hafa á síðustu árum selt meira af fullunnum afurðum inn á þýska smásölumarkaðinn og verður áhugavert að sjá hvort þeir muni reyna komast enn frekar inn á þann markað í framtíðinni eða leggja meiri áherslu á stóreldhúsamarkaðinn eða jafnvel heimsendingarfyrirtæki. Samkeppnin á smásölumarkaðinum er hörð og þar skiptir verð og öruggar afhendingar mestu máli.

## 5. Möguleikar í framtíðinni

Sjávarútvegur í Þýskalandi hefur tekið miklum breytingum á síðustu 20 árum. Þjóðverjar voru lengi vel ein af stóru fiskveiðiþjóðunum í Evrópu eða allt þar til Íslendingar færðu sína fiskveiðilögsögu úr 50 í 200 sjómíllur árið 1975. Það varð upphafið að miklum samdrætti í veiðum og auknum innflutningi, framleiðslu og dreifingu sjávarafurða í Þýskalandi.

Þjóðverjar framleiða mikið af frystum, tilbúnum réttum eins og fiskstautum (*Fischstäbchen*) og gæðaflökum (*Schlemmerfilets*). Hráefnið er að stærstum hluta Alaskaufsi sem fluttur er inn frá Kína, Bandaríkjunum og Rússlandi. Þjóðverjar eru einnig framarlega í framleiðslu á maríneruðum og niðursoðnum síldarafurðum og frystum náttúrulegum flökum.

Á síðustu 20 árum hefur orðið mikil samþjöppun á þýska smásölumarkaðinum eins og víða annars staðar í V-Evrópu. Árið 2000 voru fimm stærstu smásölukeðjurnar í Þýskalandi með 62,8% markaðshlutdeild (44,7% árið 1990 og 26,3% árið 1980). Á síðustu 10 árum hefur verið mestur vöxtur hjá afsláttarkeðjum en árið 2001 höfðu þær 33,5% markaðshlutdeild í smásölnni (24,3% árið 1992) og gera spár ráð fyrir tæplega 40% markaðshlutdeild þeirra árið 2003. Á sama tímabili fjölgaði afsláttarkeðjum í Þýskalandi úr 9.500 í 14.000. Fyrirtækið *Aldi* er með ráðandi stöðu þýskra afsláttarkeðja eða 48% markaðshlutdeild árið 2001. Þessar tölur segja meira en mörg orð um hvar mesti vöxturinn er í þýskri smásölu í dag.

Eftir sameiningu Þýskalands árið 1990 urðu mjög miklar skipulagsbreytingar í þýskri smásöluverslun með sjávarafurðir. Áherslan varð meira í áttina að frystum, tilbúnum réttum og sjálfsafgreiðsla tók að leysa gamla fiskborðið af hólmi. Hin síðari ár hefur dregið úr sölu sjávarafurða í fiskbúðum og fiskborðum smásöluverslana en afsláttarkeðjurnar hafa aukið sína fiskisölu umtalsvert.

Engar teljandi aðgangshindranir eru fyrir íslenskar sjávarafurðir inn á þýska markaðinn fyrir utan fjarlægðina sem skiptir ekki sköpum. Íslensk fyrirtæki hafi þróað afurðir sínar í sífellt meiri fullvinnslu og gert úr þeim verðmætari afurðir. Þýskaland er hágæðamarkaður fyrir íslenskar sjávarafurðir. Það að standa utan Evrópusambandsins skiptir ekki máli fyrir þróun frekari viðskipta sem sést best á því að Þýskaland er eitt helsta viðskiptaland Íslendinga. Ef kaupmáttur helst hár í Þýskalandi bendir ekkert til annars en að Þýskalandsmarkaður verði áfram mjög mikilvægur fyrir íslenskar sjávarafurðir enda hefur mikil markaðsþekking um Þýskaland safnast saman í íslenskum fyrirtækjum undanfarna áratugi.

Víðtæk þekking á erlendum neytendum þar sem lýðfræðilegir þættir og breytingar á félags- og menningarlegum þáttum eru skoðaðar, skiptir miklu máli fyrir þá sem selja þangað vörur. Miklar breytingar hafa orðið á samsetningu þýsku þjóðarinnar með tilkomu fjölda innflytjenda til Þýskalands. Það getur skipt miklu að kanna vel neysluvenjur þessara hópa ekki síður en annarra. Líklegt má telja að þau fyrirtæki sem huga vel að greiningum markaða sinna öðlist samkeppnisforskot á þau sem láta það hjá líða. Útflutningur sjávarafurða skiptir íslenska þjóðarbúið gríðarlegu miklu máli. Þess vegna er nauðsynlegt að þekkja þá markaði mjög vel sem kaupa af okkur sjávarafurðir. Þannig verður hægt að sjá betur í hvaða átt neyslan þróast og síðast en ekki síst hvaða viðhorf neytendur hafa á viðkomandi mörkuðum til sjávarafurða.

## Heimildir

- Ágúst Einarsson (2002). Íslenskur sjávarútvegur – Breytingar síðustu áratugi og afkomumælingar. Í *Rannsóknir í félagsvísindum IV*. Reykjavík: Háskólaútgáfan.
- Benedikt Höskuldsson (1992). *Fersk flök í Þýskalandi*. Reykjavík: Útflutningsráð Íslands.
- Bevölkerungsentwicklung Deutschlands bis zum Jahr 2050*, (2003). Wiesbaden: Statistisches Bundesamt Deutschland. Slóðin er <http://www.destatis.de/download/veroe/bevoe.pdf>
- Björgvin Þór Björgvinsson (2003). *Sjávarútvegur í Þýskalandi. Fiskneysla, helstu einkenni markaðarins og staða íslenskra fyrirtækja*. MS-ritgerð. Reykjavík: Viðskipta- og hagfræðideild Háskóla Íslands og Sjávarútvegsstofnun Háskóla Íslands.
- Fisch in der Fastenzeit* (2002). Hamburg: Fisch-Informationszentrum. Slóðin er [http://www.fischinfo.de/deutsch/index/meldungen\\_index.jsp?mode=aktuelles2&&id=480](http://www.fischinfo.de/deutsch/index/meldungen_index.jsp?mode=aktuelles2&&id=480)
- Jahresbericht über die deutsche Fischwirtschaft* (1999), (2000), (2001) og (2002). Bonn. Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten.
- Jón Hjaltason, Hjalti Einarsson og Ólafur Hannibalsson. *Sölumiðstöð hraðfrystihúsanna – III. Yfir lönd, yfir höf*. (1996). Reykjavík: Sölumiðstöð hraðfrystihúsanna.
- Jón Þ. Þór (2002). *Sjósókn og sjávarfang – saga sjávarútvegs á Íslandi*. Akureyri: Bókaútgáfan Hólar.
- Landshagir (2003). Reykjavík: Hagstofa Íslands.
- Lindenberg, J. C. (1999). *Seafood and the European Consumer*. In Proceedings from Ground Fish Forum in London. Reykjavík.
- Qualitative Wirkungsanalyse von Zugangshemmnissen beim Produktbereich "Fisch."* (2002). Köln: Rheingold-Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen.
- Senauer B., Asp E. & Kinsey J. (1991). *Food Trends and the Changing Consumer*. St. Paul: Eagan Press.
- Útvegur 1983-2003. Reykjavík: Fiskifélag Íslands og Hagstofa Íslands.
- Ægir 1960-2003. Reykjavík: Fiskifélag Íslands.

**Björgvin Þór Björvinsson starfar hjá SÍF en hann útskrifaðist með MS-gráðu í sjávarútvegsfræðum frá Háskóla Íslands í júní 2003. Meistaraprófsritgerð hans heitir „Sjávarútvegur í Þýskalandi. Fiskneysla, helstu einkenni markaðarins og staða íslenskra fyrirtækja“, en þessi grein byggir á hluta hennar.**

**Ágúst Einarsson er prófessor í Viðskipta- og hagfræðideild Háskóla Íslands og var aðalleiðbeinandi Björgvins við meistaraprófsritgerð hans.**

---

<sup>1</sup> Þegar Þjóðverjar fara í sumarfrí til sólarlanda eru þeir mjög jákvæðir fyrir því að borða fisk þó svo að heitt sé í veðri. Það er eins og hinn hefðbundni Þjóðverji, sem í sínu hversdagslífi er fastur í samfélagi þar sem reglur og agi ráða ríkjum, sleppi af sér beislinu þegar hann kemst til sólarlanda. Af þeim sökum er hann mun opnari fyrir neyslu á ferskum fiski þar en heima í Þýskalandi (*Qualitative Wirkungsanalyse von Zugangshemmnissen beim Produktbereich "Fisch"* 2002).

<sup>2</sup> Einn þáttur sem á stóran þátt í breyttum neysluvenjum Þjóðverja er aukinn fjöldi útlendinga sem flutt hafa búferlum til landsins. Þessir nýju íbúar Þýskalands hafa að stórum hluta komið frá Tyrklandi, fyrrum Júgóslavíu, Ítalíu og Grikklandi, löndum þar sem fiskneysla hefur ekki verið áberandi í neysluvenjum fólks. Árið 2002 voru 7,4 milljónir útlendinga búsettar í Þýskalandi og eru flestir frá Tyrklandi eða tæpar 2 milljónir. Þessi þróun hefur orðið til þess að Þjóðverjar hafa í auknum mæli tekið upp hluta af matarmenningu þessara þjóða eins og *Kebab* frá Tyrklandi, *Giros* frá Grikklandi og *pizza* og *pasta* frá Ítalíu.

<sup>3</sup> Hið sterka samband milli hita, fiskneyslu og verðs sáú Íslendingar mjög vel við sölu á ísfiski á uppboðsmörkuðunum í Bremerhaven og Cuxhaven. Ef hitnaði í veðri þegar fiskurinn var seldur lækkaði verð verulega og kaupendur áttu oft í verulegum erfiðleikum við að selja fiskinn.

<sup>4</sup> Árið 1540 náðu Hansakaupmenn nánast allri Íslandsversluninni í sínar hendur. Það gerðu þeir með því að hrekja Englendinga á brott úr Grindavík og frá öðrum bækistöðvum á Suðurnesjum og við Faxaflóa. Þjóðverjar stunduðu verslun um allt Ísland og sinntu lítt um bann konungs og ákvæði Píningsdóms frá 1490 um vetursetu útlendinga. Talið er að 40-50 þýsk skip hafi stundað veiðar frá Suðurnesjum um 1540.