



Fisker du med den rigtige madding?

FOTO: JENS BURSELL

Hvad fisker forbrugerne efter?

Når forbrugerne køber fisk er holdbarhed, hygiejne, kvalitetsgaranti, bekvemmelighed og produktinformation afgørende for købsbeslutningen. Det stod klart efter den seneste Cryovac PACKFORUM -workshop om emballering af fisk og skaldyr.

Fisk er et relativt komplekst produkt at købe og tilberede. Forbrugerens valg af produkter er derfor baseret på en afvejning af hele produktmixet; kvalitet, kommunikation, pris, detailforretning og emballage. Samtidig har den moderne forbruger ifølge UK's førende detailkæde, Tesco, en klar holdning til emballering af fisk. Kunderne kan for eksempel ikke lide lugten af fisk, utætte pakninger og fiskesaft. Endelig kræver de information om produktet samt en vis holdbarhed.

Hos Tesco har de forsøgt at imødekomme kundernes krav ved at vælge vakuum- og topsvejse pakninger, mens kravet om klar information har ført til brug af "mavebælte"-etiketter for at udnytte pladsen bedst muligt. Der var blandt workshopens deltagere desuden en klar opfattelse af, at enten kontrolleret atmosfære (MAP) eller vakuumemballering er metoder, som i høj grad giver emballageproducenterne mulighed for at sætte kundens krav i højsædet. Om vigtigheden af at holde fokus på kunden siger Jerry Hooper fra Tesco UK – Der er kun én måde at gøre det rigtige på, og det er at lytte til kunden, lytte til kunden og lytte til kunden igen.

CONVENIENCE I FOKUS

Hos den førende italienske fiskeproducent, Nuova Azzurro, lægges der stor vægt på at kunne tilbyde et bredt udvalg af pakkestørrelser, fordi kundernes præferencer spænder vidt. Samtidig er færdigretter, der er klar til opvarmning, et af de områder som de spår en stor fremtid. Denne holdning deles af Tesco UK, som i særdeleshed tror på convenience-produkter til mikrobølgeovn, ovn og fryser. Dette vil betyde en øget efterspørgsel efter nye emballagetyper som fx emballage med integreret sikkerhedsventil til mikrobølgeovn.

Belgiske De Graaf Food Service er blandt de producenter, der tilbyder løsninger til convenience-produkterne. Deres koncept hedder Darfresh FTF (Flex-Tray-Flex), og består af fleksible over- og underbaner omkring en stiv bakke. Denne konstruktion er ideel til tilberedning af færdigretter, fordi den bevarer rettens smag, saft, vitaminer og næringsmæssige værdi. Samtidig er pakkeprocessen tilpasset pasteurisering, hvilket sikrer en lang holdbarhed. Cryovacs nyste bud på convenience-emballage hedder Cryovac Steam Cooking til dampning af friske færdigretter i mikrobølgeovn. Produktet består af en stiv bakke, en vandholdig serviet, en film til topsvejsning samt et ventilationshul eller ventil – en emballering der skulle egne sig godt til tilberedning af fisk.

Workshoppen i Packforum viste, at et bredt produktsortiment, øget bekvemmelighed samt klar og præcis information er det, kunderne vil have. Men hvor mange kunder detailhandler og producenterne ender med at få på kroen afhænger samtidig af, hvordan det enkelte produkt positioneres og differentierer sig i forhold til andre friske færdigretter.

