



Hva med Hvaler-krabbe på restaurantmenyen, spør Knut Aage Gundersen. (Foto Hvaler-Krabbe)

# Hvaler-krabbe på menyen

Over lengre tid har Hvaler-Krabbe AS levert krabbe-produkter i nærmarkedet i tidligere Østfold til noen få utvalgte, og de siste månedene har også Oslo-markedet tatt imot produktene med åpne armer.

■ MORTEN HOLT,  
morten@askmedia.no

Hvaler-Krabbe er en gründerbedrift, og har siden 2017 drevet tradisjonelt fiske av krabbe, produsert og solgt krabbe og sjømat fra Hvaler.

De to fiskebåtene ligger i Utgårdskilen, som er Østlandets største fiskehavn.

– All sjømat du kjøper hos oss er fisket her. Vi er stolte av å kunne levere rett fra vår båt. Vi fisker, koker, renser og produserer alt av krabbe selv. Vi foredler og leverer samme dag, og kundene på Østlandet får derfor dagsfersk krabbe. Lokalene ligger på Greåker mellom Fredrikstad og Sarpsborg, nært E6, sier Knut Aage Gundersen.

Mange delikatessebutikker og restauranter i Oslo og Østfold området tilbyr nå krabber fra Hvaler-Krabbe. Restauranter som Katla, Lofoten fiskerestaurant og Hot Shop i Oslo og Slippen i Fredrikstad er blant dem som serverer Hvaler-krabbe. Du finner det også hos Vulkanfisk Mathallen, Fiskeriet, Lokal Harbitz Torg, Fjelberg Fisk og vilt, Georg A. Nielsen, Gutta fra havet og Brødrene Skogen, for å nevne noen

delikatessebutikker

## Hjelper produsenten

Gründer og lokalmatentusiast Gitte Hannemann Mollan tilbyr salg- og rådgivningstjenester fra produksjon til sluttbruker; fra jord og fjord til bord.

– Målet er å hjelpe primærprodusenten ut på markedet med produktene sine, og tilby forbrukerne gode og sunne norske matvarer rett fra bonden og fiskeren, sier hun, og forteller: – Vi startet samarbeid med Hvaler-Krabbe og Knut Aage Gundersen for en stund siden. Det unike er at Hvaler-Krabbe leverer fersk krabbe hele året, krabbene er håndrenset og derfor beholdes fibrene i kjøttet.

## Startet som hobby

Historien til Hvaler-Krabbe startet noen år tilbake da Knut Aage Gundersen kjøpte seg en liten sjark, og på hobbybasis fisket krabbe sammen med sønnen sin. Gleden med å være på havet, det å se muligheter i en uutnyttet ressurs, og i tillegg til å bygge arbeids-



plasser har vært og er hans drivkraft for Hvaler-Krabbe.

– Det har ikke vært noe tradisjon for kommersiell fiske av krabbe i Skagerak, og det er den ressursen Hvaler-Krabbe har gjort forretning av. Foredling og produksjons-kapasitet gjør at krabbeproduktene kan tilpasses det markedet etterspør, forklarer Gundersen.

## Kvalitet og smak

Han fortsetter:

– Vi brenner for god kvalitet og smak. Alle våre krabbeskjell blir derfor håndrenset. Ved å håndrense krabbeskjellene beholder vi fibrene

»»»



Vi har sett muligheter i en utnyttet ressurs, sier Knut Aage Gundersen hos Hvaler-Krabbe. (Foto: Hvaler Krabbe)

og strukturen i kjøttet. Dette skiller våre skjell fra skjell som er rensert med maskin. I Hvaler-Krabbes produkter blir det kun benyttet kvalitetsråvarer. Selve krabberåvaren kommer fra rent, klart og kaldt vann, og det unike norske klimaet gjør at smaken og kvaliteten på råvaren har en helt spesiell karakter. Hvaler-Krabbe samarbeider

med fagmiljøet, og legger stor vekt på å inneha den beste kompetansen.

#### Populært med sjømat

Krabbe-markedet vurderes som godt. Sjømat og krabbe er populært på grunn av at det er sunt, og forbruker er villig til å betale for et godt sjømatmåltid. Forskning viser at sjømat inneholder viktige næringsstoffer og undersøkelser viser at nordmenn spiser for lite sjømat og det er søkelys på at

vi skal øke sjømatinntaket, både fra myndighetene, sjømatrådet og enkeltaktører.

Hvaler-Krabbe er en ansvarlig samsfunnsaktør, og tar et klart ansvar for flere av FNs bærekraft mål.

– Som eneste produsent av fylte krabbeskjell i Norge, har vi UV-stråling i vårt produksjonslokale. Dette anlegget dreper alle bakterier, opplyser Gundersen.

*Du kan lese mer på [Hvaler-krabbe.no](http://Hvaler-krabbe.no)*

## Hjelper lokalmatprodusenter

– Målet mitt er å hjelpe lokalmatprodusenter til å nå ut med sine gode produkter, sier gründer Gitte Hannemann Mollan.

– Det kan være alt fra råd til forretningsideen til det å finne riktig salgskanal. Jeg tilnærmer meg alle prosjekter med godt humør, engasjement og en målsetting om god vekst. Jeg er over snittet interessert i mat, og er opptatt av miljø og bærekraft. Jeg tror på mer mangfold og norsk matproduksjon. Det har åpnet seg opp nye kanaler med lokale marked og digitale plattformer, og det gir muligheter for småskalaproduksjon og salg, forteller hun.

– Jeg har tro på kvalitet fremfor kvantitet, mer naturlige og rene produkter fremfor prosessert mat, og at flere prioriterer gode mat- og kulturopplevelser. Jeg tror også mange av oss ønsker å vite hva vi spiser, og hvor maten kommer fra. Min oppgave er å være en god og nyttig lagspiller, slik at småskalaprodusenter får støtte, og oppnår et økende salg. Etter

mange år i bransjen har jeg øyet for hva som skal til for å lykkes.

#### Markedsfører, diplomøkonom og gründer

Hannemann Mollan er markedsfører, diplomøkonom og gründer, og har 25 års erfaring innen markedsføring, salg, prosjektledelse og kommunikasjon. Hele livet har hun vært opptatt av mat, og lange, gode og hyggelige måltider har alltid vært «normalen» i hennes familie. På matfattet ligger det ofte fisk, kjøtt eller fjærkre – og alltid mye, fargerike grønnsaker.

– Det å skape en god balanse av gode, sunne og bærekraftige måltider er gøy og kreativt arbeid, og her ligger det for meg mye motivasjon i det å bidra til mer matglede og matkultur, sier hun.

– Jeg har hatt mange lærerike år i et av Norges største næringsmiddelsselskap, Tine,

og arbeidet med merkevarer i hele min karriere. I mange år har jeg også jobbet som leder, blant annet ledet jeg «Trade Marketing»-avdelingen i Tine. I min siste stilling var jeg direktør for det tyske og polske markedet i sjømatrådet, med ansvaret for norsk sjømat, og ledet kontoret i Hamburg.

– Jeg har lang erfaring med å lede ulike prosjekter, og har ledet lanseringsprosjekter som produktsjef i Jensen & Co, kampanjeprosjekter i Tine, som f.eks. matglede-kampanjer. I løpet av tiden i sjømatrådet hadde jeg ansvaret for blant annet skrei-åpning for fiskeriministeren i Hamburg. Jeg har lang erfaring med analysearbeid fra tiden i AC Nielsen, og senere er kompetansen benyttet ofte, nå senest i sjømatstudien for det tyske markedet. Kommunikasjon, PR og beredskap er områder jeg alltid har vært opptatt av, og har



Gitte Hannemann Mollan. (Foto: Privat)

kompetanse på. Blant annet har kommunikasjonsarbeidet av oppdrettsfisk på det tyske markedet gitt meg tøffe og unike erfaringer, forteller hun.

Hennes utdannelse er fra Norges Markedsskole/BI som diplomeksportøkonom, med deler av studiet i Tyskland. I tillegg har hun et masterprogram prosjektledelse fra BI.