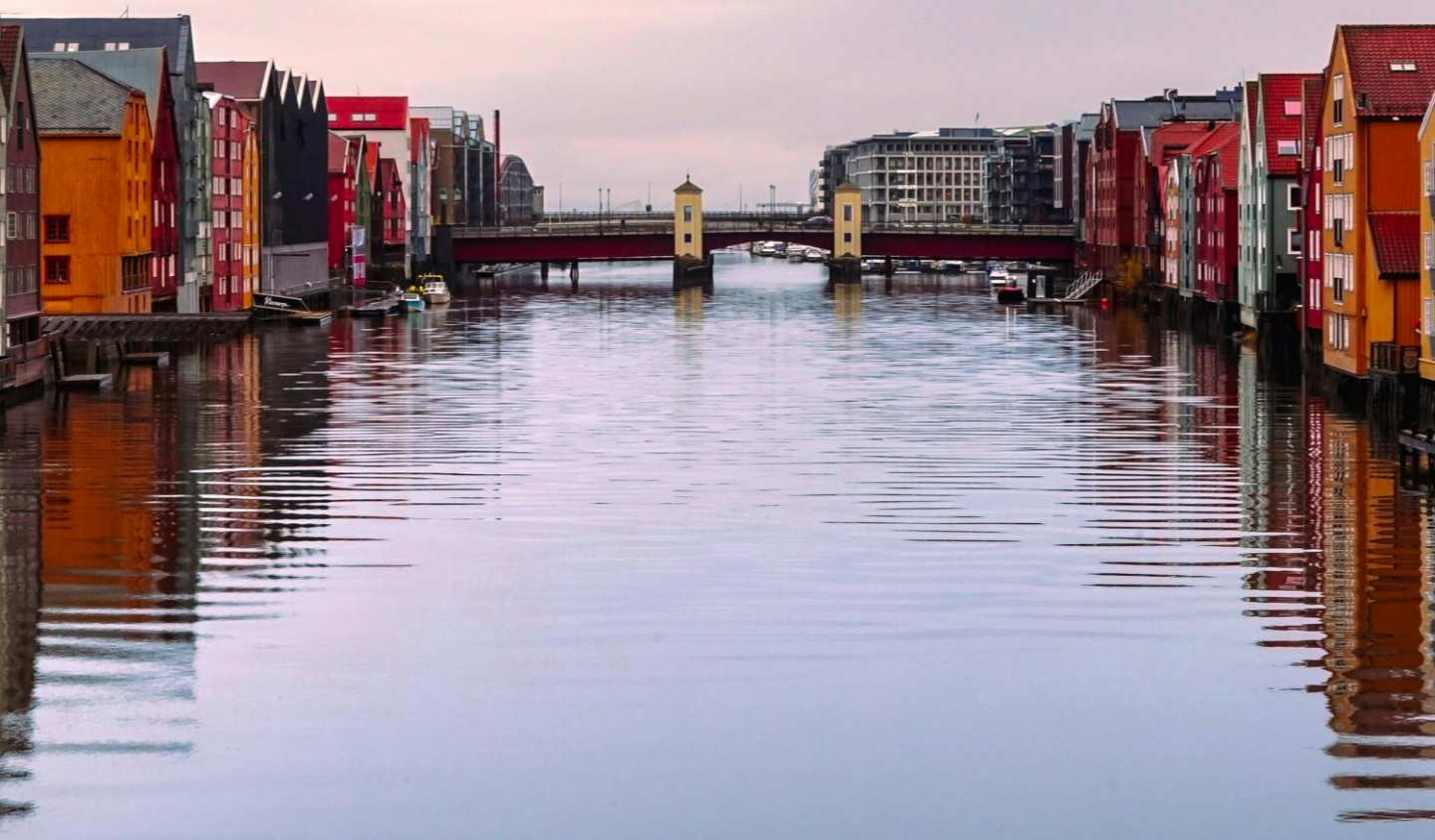


AQUA NOR: Sjømatnæringens viktigste møteplass

Ringvirkningsanalyse av Aqua Nor 2025



Utarbeidet for Nor-Fishing Foundation og støttet av Trøndelagsstiftelsen

Junior Consulting | Juni 2026

Stiftelsen Nor-Fishing ble etablert av og for sjømatnæringa, og har som oppgave å arrangere internasjonale teknologimesser for fiskeri og havbruk. Messen Nor-Fishing ble første gang arrangert i 1960 og har siden vært sjømatnæringas viktigste møteplass. I 1979 ble søstermessen Aqua Nor etablert og arrangert for første gang. De to teknologimessene har vokst fra beskjedne bransjesamlinger til to av verdens største fiskeri- og havbruksmesser. Hvert år samles tusenvis av utstillere, innkjøpere, forskere, studenter, investorer og myndighetspersoner fra over 80 nasjoner i Trondheim.

For Trondheim og Trøndelag representerer Aqua Nor langt mer enn en faglig og kommersiell begivenhet. Messen bidrar med betydelige ringvirkninger for hotell, restaurant, transport og handel i regionen, samtidig som den befester Trondheims posisjon som havbruks-hovedstad for sjømat, havbruksforskning og teknologiutvikling. For kystkommunene langs hele norskekysten fungerer Aqua Nor som en arena der leverandørbedrifter, oppdrettere, studenter, arbeidstakere og tjenesteytere møter internasjonale kunder og partnere, noe som utløser kontrakter, investeringer, muligheter og flere jobber i distriktene.

Denne rapporten bidrar til å dokumentere verdiskapingen Aqua Nor genererer for vertsbyen Trondheim, for Trøndelag som region, for næringslivet, og for de bedriftene som deltar som utstillere og besøkende. Rapporten belyser hvordan messen bidrar til økonomisk aktivitet, innovasjon og internasjonal synlighet, samt hvilke ringvirkninger arrangementet skaper lokalt og regionalt.

For de som har deltatt er det tydelig at Aqua Nor spiller en viktig rolle for både næringa og for regionen for øvrig. Rapporten understøtter dette. Den gir et faktabasert og helhetlig grunnlag for å forstå Aqua Nor som møteplass for havbruksnæringa, og hvilken rolle messen spiller i utviklingen av norsk sjømat- og leverandørindustri. Dette er særlig relevant i en tid der både næringa og messen selv møter økende internasjonal konkurranse.

Tusen takk til Trøndelagsstiftelsen for støtte til prosjektet og Junior Consulting for et godt arbeid og en god rapport.

7. mai 2026

Kristian Digre
CEO, Stiftelsen Nor-Fishing

211 MNOK

totale
ringvirkninger

211 millioner i totale økonomisk ringvirkninger for regionen

Aqua Nor 2025 genererte om lag 211 MNOK i samlet verdiskaping for regionen. Av den direkte omsetningen på 222 MNOK skapes det 100 MNOK i direkte verdiskapning og ytterligere 111 MNOK i indirekte ringvirkninger.

25 000

besøkende

Ingen havbruksarena i Norge matcher bredden til Aqua Nor

Messen samlet i 2025 over 700 utstillere fra 80 nasjoner og om lag 25 000 besøkende over tre dager. Messen samler hele verdikjeden, fra oppdretter til teknologileverandør, forskning, studenter og myndigheter, og kobler Trondheims forskningsmiljøer mot internasjonale aktører.

78 %

fikk nye leads

Deltakerne kommer for relasjonene som er vanskelig å erstatte

Nesten åtte av ti utstillere genererer nye leads og forretningsmuligheter på messen. 100 % rapporterer positiv kommersiell effekt. Nettverk og relasjonsbygging oppgis som en av de viktigste motivasjonene for deltakelse, sammen med direkte salg og markedsføring.

20x

en aktørs ROI på
messen

Én av tre utstillere melder om nye samarbeid

Flere utstillere beskriver at relasjoner knyttes på Aqua Nor og formaliseres i ukene og månedene etter. To caseeksempler viser betydelig kommersiell uttelling, med rapportert kontraktsverdi tilsvarende 20–80x og 6–24x av messekostnaden.

56 %

utvikler teknologi
knyttet til messen

Halvparten av utstillerne utvikler teknologi tilknyttet Aqua Nor

Messen fungerer som utstillingsvindu for ny havbruksteknologi. Innovasjonsprisen har konkret kommersielt utfall, med pilotkunder og nye samarbeid som direkte resultat av messedeltakelse.

140 årsverk

som følge av
messen

Messeuken blir til lønn, skatt og arbeidsplasser

Aqua Nor 2025 genererte om lag 108 MNOK i brutto lønnsutbetalinger og 48 MNOK i skatter og avgifter gjennom direkte, indirekte og induserte effekter. Sysselsettingseffekten tilsvarer om lag 140 heltidsekvivalente årsverk, fordelt på rundt 180 sysselsatte personer.

01 BAKGRUNN OG METODE

02 ØKONOMISKE RINGVIRKNINGER

03 AQUA NOR SOM MØTEPLASS FOR HAVBRUKSNÆRINGEN

04 KONKLUSJON OG ANBEFALINGER

VEDLEGG

Sjømatnæringens viktigste møteplass samler næringen i Trondheim

Aqua Nor arrangeres annethvert år i Trondheim av Stiftelsen Nor-Fishing og er verdens største akvakulturteknologimesse. I 2025 samlet messen rundt 25 000 besøkende over tre dager. Over 700 utstillere fra 80 nasjoner deltok, fra norske oppdrettere og teknologileverandører til internasjonale aktører som det irske BIM-paviljongen, som deltok for første gang.

Messen er langt mer enn en handelsarena. Den fungerer som sjømatnæringens viktigste samlingspunkt, der teknologiutviklere møter oppdrettere, politikere møter næringsliv, og innovasjon vises frem. Tradisjonene strekker seg tilbake til Nor-Fishing på 1960-tallet, og Trondheim har gjennom NTNU og SINTEF-miljøet en posisjon som kompetanseklunge for havbruksteknologi.



Kilde: Aqua Nor / Nor-Fishing Foundation, spørreundersøkelse besøkende, utstillersliste 2025, intervjuer

«Aqua Nor er en verdifull messe som betyr mye for oss. Omdømme i bransjen er absolutt en viktig driver for å delta, vi har prioritert denne messen av den grunn.»

Ragnhild Løken Lie, Mørenot Aquaculture

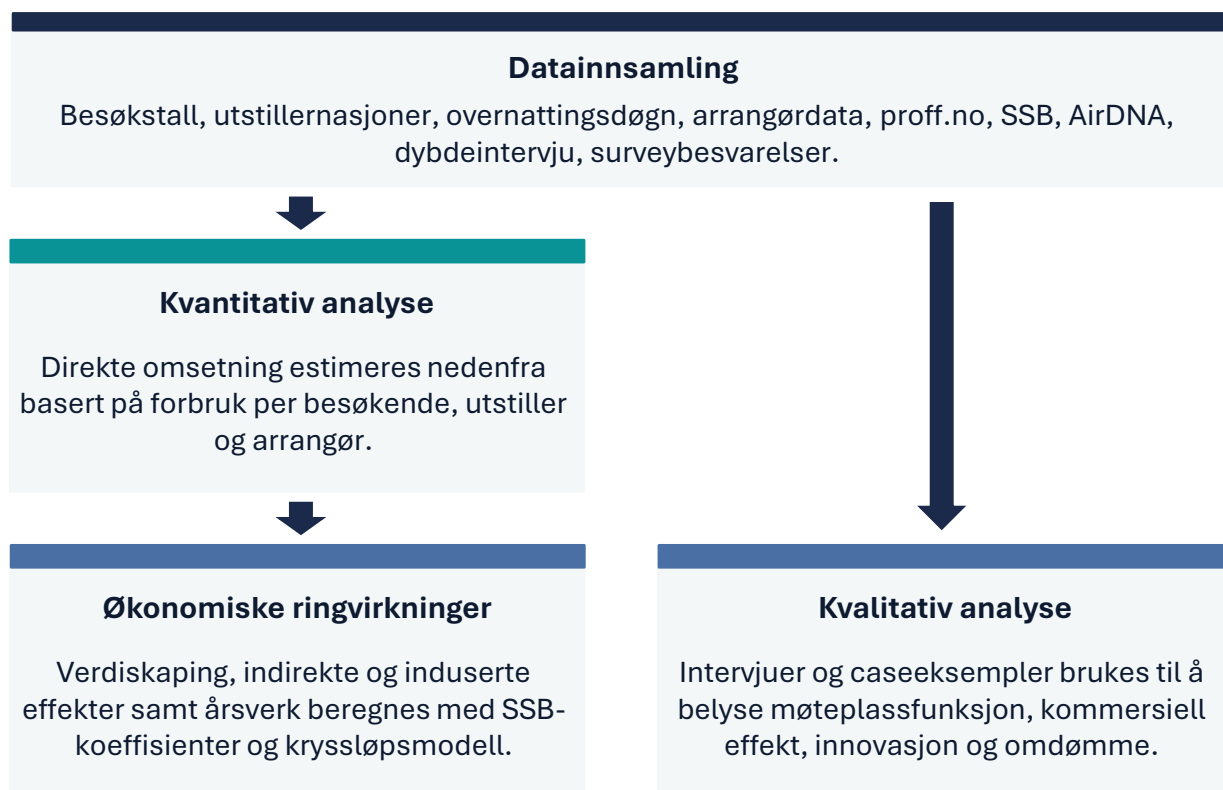


Analysen bygger på spørreundersøkelser, dybdeintervjuer og offentlig statistikk

Analysen bygger på spørreundersøkelser, dybdeintervjuer, arrangørdata og offentlig statistikk. Fire spørreundersøkelser ble gjennomført blant besøkende og utstillere, med til sammen 164 respondenter: 89 norske besøkende, 37 norske utstillere, 34 internasjonale besøkende og 4 internasjonale utstillere. I tillegg ble det gjennomført 11 dybdeintervjuer med sentrale aktører, herunder utstillere som Akva Group, Mørenot Aquaculture, Scale AQ og SalMar, samt lokale næringsaktører som Clarion Hotel Brattøra og Søstrene Karlsen. Verdiskapningskoeffisienter fra SSB har også blitt brukt.

Analysen estimerer brutto ringvirkninger i Trondheim for perioden. Forbrukstall per besøkende og per utstillerdag er estimert med utgangspunkt i surveydata. Surveydataen hadde begrenset responsrate og vi har derfor kontrollert estimatene mot tilgjengelige referansepunkter. Verdiskapningskoeffisienter er hentet fra SSBs input/output-tabell 1850 for symmetrisk innenlandsproduksjon (industri x industri), oppdatert november 2025. De nasjonale koeffisienter er i denne rapporten brukt som proxy for regionale koeffisienter. Hotellpriser er estimert med bakgrunn i informasjon fra arrangør, og AirBnB-priser er hentet fra AirDNA via Explore Trøndelag.

Metodisk tilnærming fra datagrunnlag til hovedfunn



Full metodebeskrivelse i vedlegg.

02

ØKONOMISKE RINGVIRKNINGER

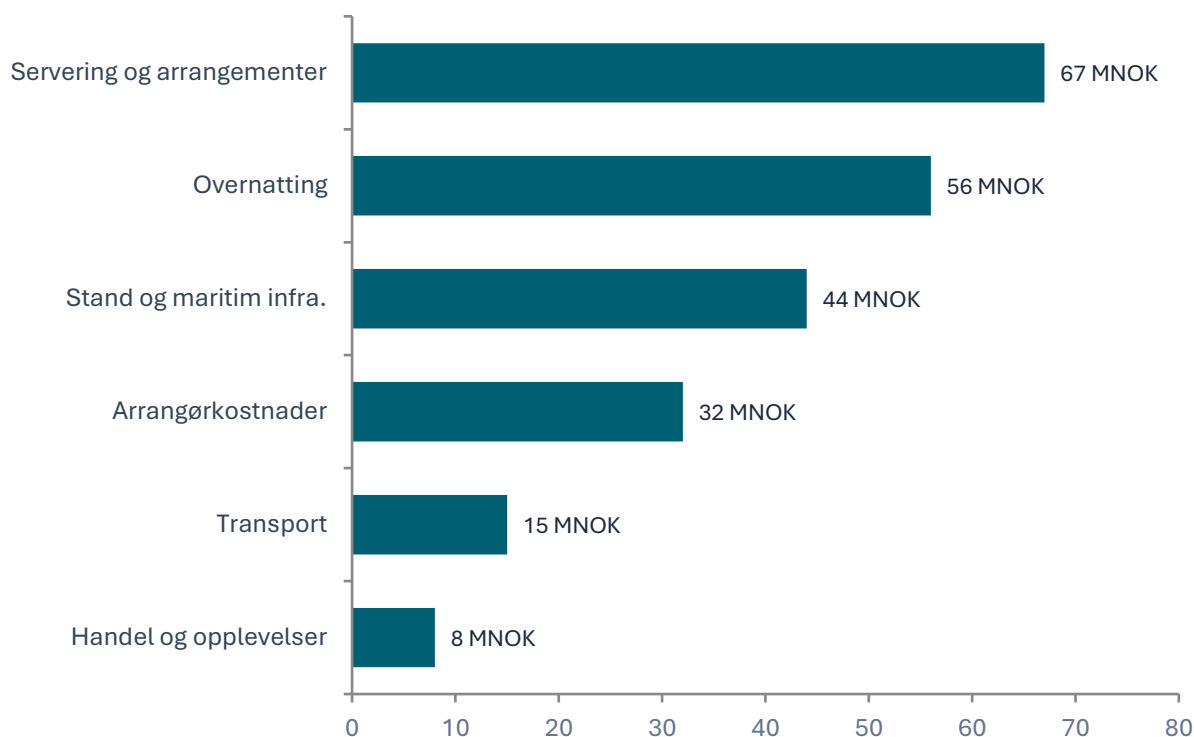


Aqua Nor 2025 genererte om lag 222 MNOK i direkte omsetning i Trondheimsregionen

Aqua Nor genererer i løpet av noen dager i august like mye omsetning som en mellomstor norsk bedrift, og nedslagsfeltet er en svært stor bredde av trønderske aktører.

Samlet direkte omsetning fra besøkende, utstillere og arrangør er estimert til om lag 222 MNOK. Estimater er bygget nedenfra med utgangspunkt i surveydata for forbruk per besøkende og per utstillerdag, kombinert med faktiske besøkstall fra arrangør.

Servering og bedriftsarrangementer er den største enkeltposten med om lag 67 MNOK (derav servering 39 MNOK og bedriftsarrangementer 28 MNOK), etterfulgt av overnatting på 56 MNOK (derav hotell 48 MNOK og AirBnB 8 MNOK). Stand og maritim infrastruktur utgjør 44 MNOK, arrangørkostnader brukt lokalt 32 MNOK, transport 15 MNOK og handel og opplevelser 8 MNOK.



Sum direkte omsetning: **~222 MNOK** (estimat)

Kilde: Spørreundersøkelser, arrangørdata, AirDNA

Restaurantene spiller en sentral rolle i å underbygge det sosiale og får derfor flerdoblet omsetningen i messeuken

En av Aqua Nor sine viktigste funksjoner er å bygge relasjoner og knytte næringa tettere sammen. Mye skjer inne i messehallen, men vel så mye av nettverksarbeidet foregår etter arbeidsdagen, når aktiviteten flytter seg ut i byen: kundemøter fortsetter over en middag, kontrakter diskuteres over en kaffe, og nye samarbeid starter i tilfeldige samtaler på restaurant. Trondheimsrestaurantene spiller en sentral rolle i å fasilitere dette.

Servering og bedriftsarrangementer genererer til sammen om lag 67 MNOK i direkte omsetning. Flere av restaurantene doubler omsetningen i messeuken, og Solsiden har befestet seg som arena for utenfor-messe-aktiviteter. 49 % av respondentene i spørreundersøkelsen blant utstillerne holdt bedriftsarrangementer med en gjennomsnittskostnad på 161 000 kroner. Gitt at dette er representativt for messen vil dette gi anslagsvis 28 MNOK.

Det er her mye av den sosiale infrastrukturen ligger. Som Nina Karlsen ved Søstrene Karlsen beskriver er det de samme firmaene som kommer tilbake hvert år, der restauranten benyttes til alt fra bedriftsarrangementer til uformelle møteplasser. Byen og Solsiden har blitt faste arenaer for både planlagte middager og drop-in, for mingling og tilfeldige kundemøter som forsterker messens verdi utover det som skjer i hallene. Flere utstillere fremhever også nærheten som avgjørende. Man kan bevege seg fritt mellom messen og arrangementer i sentrum, og på ettermiddagen og kvelden «koker det på Solsiden, det koker i sentrum».

49 %

av utstillere¹ holdt arrangement

~39 MNOK

i omsetning for restauranter

~28 MNOK

i omsetning for arrangementer

~67 MNOK

totalt for servering og arrangementer

«Omsetningsmessig er dagene det arrangeres Aqua Nor fantastiske for oss uansett vær eller vind. Omsetningen vår blir nesten tredoblet og det føles som om det er lørdag hele uken.»

Nina Karlsen, Søstrene Karlsen



1. 49 % av respondentene i spørreundersøkelsen blant utstillere
Kilde: Spørreundersøkelse utstillere (n=41), intervjuer, arrangørdatab

Messeuken løfter reiselivet i Trondheim

Når Aqua Nor fyller Trondheim med titusener av besøkende merkes det tydelig i reiselivet. Hotellene fylles opp, restauranter og utleieaktører får en travel uke, og byen opplever en markant oppsving i etterspørselen.

Hotellkapasiteten i Trondheim har vært en reell utfordring under Aqua Nor. Belegget har ligget tett opp mot 100 % gjennom messeuken, og både utstillere og internasjonale besøkende har pekt på press på priser og tilgjengelighet. Utfordringen håndteres nå gjennom kapasitetsutvidelse. Om lag 500 nye hotellrom står klare til Aqua Nor 2027, og AirBnB-tilbudet har vokst 55 % siden 2023.

Gjennomsnittlig hotellpris under Aqua Nor 2025 lå på 3 692 kroner per natt, på nivå med Nor-Shipping i Oslo (3 465) og lavere enn ONS i Stavanger (4 386). Trondheim hadde 95 % belegg under messeuken. Prisnivået følger de samme dynamikkene som ved andre store bransjemesser i Norge, der hotellprisnivået i snitt har doblet seg siden før pandemien. AirBnB-tilbudet demper presset på hotellprisene og gir besøkende et reelt alternativ. 2 500 enheter var utleid under Aqua Nor 2025 til en snittpris på 1 524 kroner, og 66 % av tilgjengelige enheter ble leid ut i messeuken.

95 %	~48 MNOK	~8 MNOK	~56 MNOK
hotellbelegg Trondheim	derav hotell	derav AirBnB og annet	direkte omsetning overnatting

«Hotellkapasiteten i Trondheim vil være 4 500 rom i 2026. Boutique-hotellet Villa Nord åpner høsten 2026, og ytterligere tre konferansehoteller er under planlegging, noe som samlet vil øke kapasiteten med over 1 000 rom.»

Stiftelsen Nor-Fishing / Aqua Nor FAQ (2026)



AQUA NOR

Stand, arrangør, transport og handel gir ytterligere 99 MNOK i direkte omsetning lokalt

Utover overnatting og servering fordeler de direkte effektene seg på fire kategorier som til sammen utgjør om lag 99 MNOK. Stand og maritim infrastruktur er den største enkeltposten med 44 MNOK, der gjennomsnittlig standkostnad i Trondheim er om lag 98 000 kroner per utstiller. Arrangørens egne lokale innkjøp utgjør 32 MNOK, transport 15 MNOK og handel og opplevelser 8 MNOK.

Stiftelsen Nor-Fishing er en ideell organisasjon som reinvesterer overskuddet i næringen, og arrangørens 32 MNOK i lokale innkjøp fordeler seg bredt på trondheimsbaserte leverandører av standbygging, teknisk rigg, catering og logistikk. Standpostene treffer dermed en lang rekke lokale håndverkere og tjenesteytere fremfor å konsentreres om få aktører.

Transportposten dekker taxi og kollektivbruk under messen, med Trøndertaxi som hovedleverandør. Handel og opplevelser omfatter dagligvarer og fritidsaktiviteter utover selve arrangementet, og Skansens havneområde fungerer som et supplerende sjøsideareal for utstillere med fartøy.

~44 MNOK	~32 MNOK	~15 MNOK	~8 MNOK
stand og maritim infrastruktur	arrangørkostnader	transport	handel og opplevelser

«Aqua Nor er unik i den forstand at den samler store deler av næringen på en komprimert plass.»

Trond Davidsen, Sjømat Norge



Kilde: Spørreundersøkelser blant utstillere, arrangørdata (Nor-Fishing), Trøndertaxi

Messen kobler Trondheims forskningsmiljøer og leverandørindustri mot internasjonale aktører

Trondheim har gjennom NTNU, SINTEF Ocean, Havforskningsinstituttet og den planlagte Norsk havteknologisenter (tidl. Ocean Space Center) en posisjon som kompetanseklunge for havbruksteknologi. Aqua Nor annethvert år er den tydeligste markeringen av denne posisjonen, både nasjonalt og internasjonalt.

Denne internasjonale synligheten har konsekvenser utover messeuken. Den forsterker Trondheims attraktivitet for forskere, talenter og investeringer innen havbrukssektoren. Flere intervjuobjekter beskriver at messen er en vesentlig årsak til at internasjonale aktører forbinder Trondheim med norsk havbruksnæring.

Aqua Nor 2025 inkluderte også fremtidens fagarbeidere gjennom Student Camp, der studenter fra ulike fagbakgrunner fikk muligheten til å utvikle teknologiske løsninger for næringen. Dette gir deltakerne et innblikk i bransjen og kontakt med potensielle arbeidsgivere.

«Aqua Nor bidrar helt klart til innovasjon. Det er ingen tvil om at denne messen er viktig for den teknologiske utviklingen.»

Dag Roar Opdal, Marint Samarbeid

Kilde: 71 dybdemålvjuer og anglerdata

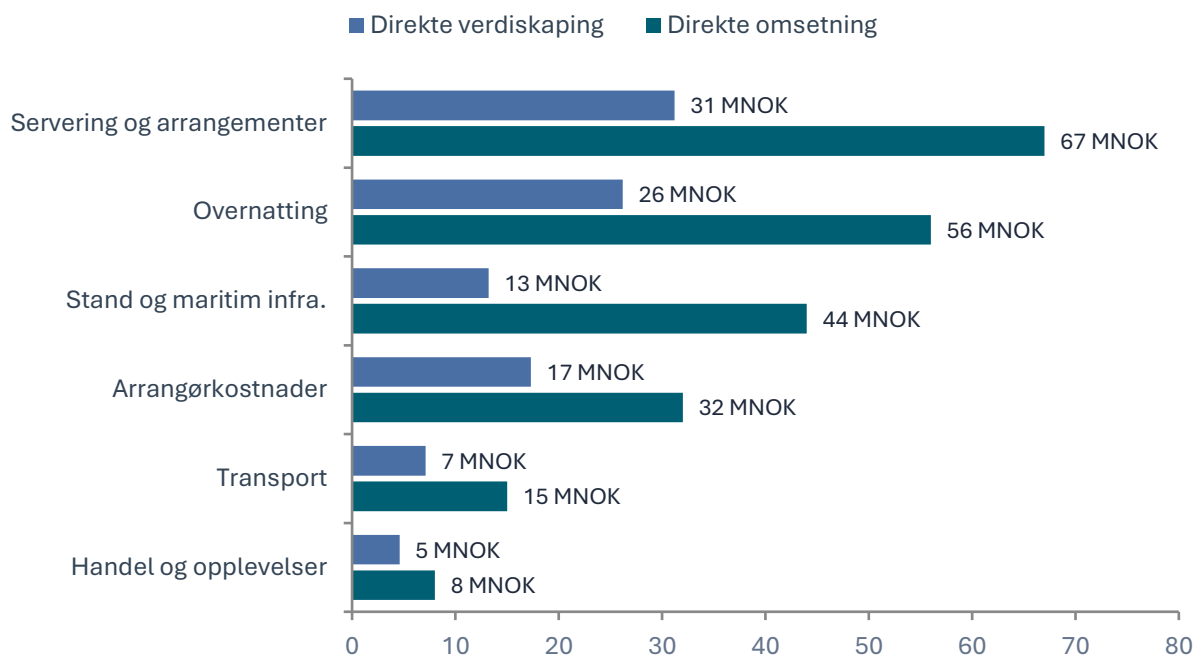
Fra 222 MNOK i omsetning til 100 MNOK i direkte verdiskaping

Omsetningen på 222 MNOK er aktiviteten Aqua Nor genererte i regionen, men ikke alt blir igjen som lokal verdi. Råvarer, teknisk utstyr og annen vareinnsats kjøpes i stor grad utenfra. Det som faktisk forblir i Trondheimsregionen som lønn, driftsresultat og kapitalslit, kalles verdiskaping.

SSBs kryssløpstabell (ESA 1850) gir en verdiskapingskoeffisient for hver næring. Hotell, arrangement og standbygging er arbeidsintensive og har høy koeffisient. Handel og transport har lavere fordi vareinnsats og drivstoff utgjør en større andel. Anvendt på de seks kategoriene gir det om lag 100 MNOK i direkte verdiskaping. Dette tilsvarer hele 100 direkte årsverk.

Hva betyr 100 MNOK i verdiskaping helt konkret? Det betyr at 63 MNOK ble utbetalt i lønn til ansatte i bl.a. hoteller, restauranter, transportselskaper og standbyggere i Trondheimsregionen i løpet av messeuka, tilsvarende 100 årsverk. I tillegg genererte messen 18 MNOK i netto driftsresultat, altså overskudd som styrker bedriftenes økonomi og muliggjør fremtidige investeringer i regionen.

Verdiskapingen betyr også penger til fellesskapet. Av de 100 MNOK gikk 15 MNOK til personskatt, 9 MNOK til arbeidsgiveravgift og 4 MNOK i netto merverdiavgift. Til sammen utgjør det 28 MNOK i skatter og avgifter fra de direkte effektene alene. Vareinnsatsen som ikke ble til lokal verdiskaping forsvant ikke. Den ble til omsetning hos leverandører lenger ned i verdikjeden, som igjen skapte sin egen verdiskaping. Det er dette de indirekte og induserte ringvirkningene fanger opp.

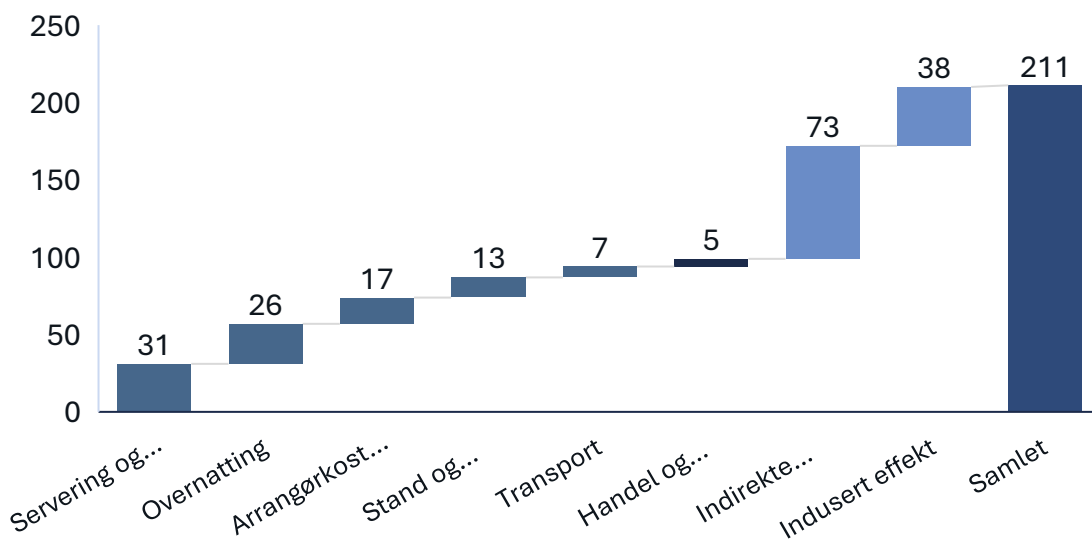


Kilde: SSB kryssløpstabell (ESA 1850), spørreundersøkelser, arrangørdatabase, AirDNA

Messens verdiskaping forplanter seg og generer 211 MNOK i samlede økonomiske ringvirkninger i Trondheim

Effekten stopper ikke kun med de direkte omsetning og verdiskapingen. Når underleverandører får oppdrag og lokalt ansatte bruker lønnen sin i regionen, løftes omsetningen og verdiskapingen videre gjennom indirekte og induserte virkninger/effekter. Messen satte i gang om lag 444 MNOK i økonomisk aktivitet gjennom hele verdikjeden, hvorav 222 MNOK i direkte omsetning, 152 MNOK i indirekte omsetning-/produksjonsverdi hos underleverandører og 70 MNOK i industert omsetning-/produksjonsverdi gjennom ansattes forbruk. Av dette ble **211 MNOK til faktisk verdiskaping** for regionen.

De mest betydningsfulle bidragene til den indirekte verdiskapingen kommer fra eiendomstjenester, varehandel, elektrisitet-, gass- og varmtvannsforsyning samt produksjon av matvarer. De indirekte effektene ga en verdiskaping på omtrent 73 MNOK. I tillegg har lønnsutbetalinger som følger av de direkte og indirekte ringvirkningene gitt opphav til en industert effekt på 38 MNOK gjennom husholdningenes konsum.



Aqua Nor 2025-ukene ga omtrent 48 MNOK i skatt og avgifter fra direkte og indirekte verdiskaping til det offentlige – nok til å lønne 48 sykepleiere i ett helt år¹. Det utbetales også 108 MNOK brutto i lønn som strømmer gjennom Trondheimsøkonomien. Bak tallene ligger 88 i direkte årsverk, om lag 37 i indirekte og 15 induserte og dermed totalt ~140 heltidsekvivalente årsverk (tilsvarende ~180 sysselsatte) som følge av messen.

108 MNOK i brutto lønnsutbetalinger	~140 årsverk (~180 sysselsatte)	48 MNOK skatter og avgifter	211 MNOK i total verdiskaping
--	--	---------------------------------------	---

Kilde: SSB I/O-tabell 1850 (2023), spørreundersøkelser, arrangørdata.

¹Sykepleierligning: 42 MNOK skatt / ~1 MNOK total kostnad per årsverk (lønn 613 000 kr + sosiale kostnader, SSB 2024).



03

AQUA NOR SOM MØTEPLASS OG VEKSTMOTOR

SalMar prioriterer Aqua Nor og legger halvårspresentasjonen sin til messen i 2027

– Aqua Nor er etter vår mening sjømatnæringens viktigste møteplass, men også stedet hvor vi som oppdrettere får presentert det siste innen havbruksteknologi, forskning og utvikling. Det er derfor helt naturlig for oss å bruke Aqua Nor til å presentere SalMar sine finansielle og operasjonelle resultater, sier Runar Sivertsen, strategidirektør i SalMar, i en pressemelding.

Ved å knytte rapporteringen tettere til Aqua Nor ønsker SalMar å samle investorer, samarbeidspartnere, leverandører og øvrige næringsaktører på ett sted.

– Aqua Nor er drevet av og for sjømatnæringen, og har gjennom flere tiår vist evne til å samle oppdrettere, politikere, relevante beslutningstakere, studenter, internasjonale aktører og leverandørindustrien til en faglig sterk møteplass. Det ønsker vi i SalMar å støtte opp om, sier Sivertsen.

Han trekker særlig frem nærheten til Trondheimsfjorden, SINTEF og NTNU som viktige faktorer.

– Muligheten til å se leverandørenes løsninger i sjø betyr mye for oss. Messeområdet ved sjøsiden på Skansen gjør Aqua Nor ekstra relevant for oss som oppdrettsselskap, sier han.

Kilde: Uttalelser fra pressemelding gjengitt i iLaks, 1. april 2026



Nesten åtte av ti utstillere genererer nye leads og alle spurte rapporterer positiv kommersiell effekt

Resultatene fra utstillersundersøkelsen viser at nettverk og relasjonsbygging er den klart viktigste motivasjonen for deltakelse, foran direkte salg og markedsføring. Nesten åtte av ti utstillere oppgir at de genererte nye leads under messen, og samtlige rapporterer positiv kommersiell effekt. 32 % melder om nye samarbeid eller kontrakter som direkte følge av Aqua Nor 2025.

Intervjuene peker på et gjennomgående mønster: relasjoner initieres på messen, gjennom samtaler, demonstrasjoner og uformelle møter, og formaliseres i ukene og månedene etter. Den fysiske tilstedeværelsen gir rom for tillitsbygging og faglig dialog som utstillerne fremhever som avgjørende for de kommersielle utfallene.

«Aqua Nor er sjømatnæringens viktigste møteplass, det er ingen andre plasser man møter så mange. Det er kundene – som er de aller viktigste – bransjeorganisasjoner, konkurrenter, investorer og folk flest.»

SCALE AQ

Anita Hårstad & Øyvind Andre Haram, Scale AQ

78 %

av utstillere
genererte nye leads

32 %

melder om nye samarbeid
eller kontrakter

100 %

rapporterer positiv
kommersiell effekt

Return on Investment (ROI)¹ for to av utstillere

To av utstillere illustrerer den kommersielle effekten av Aqua Nor 2025. En teknologileverandør med en messekostnad på ~800 000 kroner rapporterte nye kontrakter verdt mellom 5 og 20 MNOK som direkte følge av messen. Dette tilsvarer en kontraktsverdi på minimum 6 ganger messekostnaden². En annen utstillere, med en messekostnad på ~250 000 kroner, rapporterte tilsvarende kontraktsverdi, tilsvarende mer enn 20 ganger messekostnaden².

Caseksempelene viser at Aqua Nor kan gi betydelig kommersiell uttelling for enkelte utstillere, selv med konservative anslag for kontraktsverdi.

Kilde: Spørreundersøkelse utstillere Aqua Nor 2025 (n=41), intervjuer

1. Tallene bør tolkes som kontraktsverdi relativt til messekostnad, ikke som netto avkastning

2. Henholdsvis 6x-24x og 20x-80x

Aqua Nor er den viktigste politiske arenaen hvor næringen og politikere møtes for å forme fremtiden til norsk havbruk

Når næringen og politikerne trenger å snakke sammen, skjer det på Aqua Nor. Siden starten har Aqua Nor bevisst lagt til rette for at politikere og beslutningstakere møter næringen ansikt til ansikt. Ikke bare på en paneldebatt, men i en hel uke der reguleringer diskuteres, tall presenteres og meninger brytes. Det gjør Aqua Nor til noe mer enn en messe. Det er havbruksnæringens politiske verksted og det er nettopp i de viktigste øyeblikkene at denne arenaen viser sin verdi.

Da grunnrenteskatten truet med å endre spillereglene for hele næringen i 2023, var det Aqua Nor som samlet partene. Da Havbruksmeldingen og ferske tall for laksedødelighet i 2025 krevde svar, var det på Aqua Nor hvor Veterinærinstituttet la frem tallene, Line Ellingsen og NHO formulerte næringens svar, og fiskeriminister Marianne Sivertsen Næssv (Ap) måtte stå til rette sammen med representanter fra Senterpartiet, Fremskrittspartiet, Høyre og Venstre i en fullstappet sal i Mendelsohn. Under samme messe samlet Aqua Nor, Wiersholm og Arctic Securities-næringsstopper og politikere til faglig og sosial samling og paneldebatt, der temaene strakte seg fra politikk og rammevilkår til finansiering og vekst, med statssekretær Even Tronstad Sagebakken og Gustav Witzøe blant deltakerne.

Aqua Nor sørger også for at den neste generasjonen får en plass i samtalen. Under messen i 2025 ble det arrangert både ungdomspolitisk og lokalpolitisk debatt, der dagens og fremtidens beslutningstakere fikk brynt seg på de samme spørsmålene, vist fram sine standpunkter og utfordret hverandre.

Det er denne kombinasjonen som gjør Aqua Nor unik: ferske data på bordet, næringens tyngste stemmer i salen, og politikerne som må svare. Uten denne arenaen ville næringen og politikerne mistet det viktigste møtepunktet de har for å forme fremtiden til norsk havbruk sammen. Aqua Nor er stedet der rammevilkårene diskuteres, der kursen korrigeres, og der næringen og nasjonen finner retning sammen.

Kilde: Aqua Nor / Nor-Fishing Stiftelsen, 19. august 2026



GreenFox Marine: fra innovasjonspris til kontrakt på tolv måneder

GreenFox Marine vant Nor-Fishings Innovasjonspris 2025 for en fullautomatisk AI- og ultralydbasert løsning som kjønnsorterer laks. Kort tid etter messen inngikk de en større kontrakt.

Innovasjonsprisen ble en inngangsbillett og illustrerer hvorfor 56 % av utstillerne svarer at de utvikler teknologi knyttet til Aqua Nor. For aktører som GreenFox Marine gir Aqua Nor en stor eksponering for både nasjonale og internasjonale aktører

12 måneder

fra innovasjonspris på Aqua Nor til signert leveranse på deres fullautomatiske produkt

Utvikling

Den første automatiserte løsningen for sortering

Anerkjennelse

Nor-Fishings Innovasjonspris 2025

Ny kontrakt

Signert kort tid etter messen

Installasjon

Leveranse hos ny kunder

«Vi opplever at det har gitt oss god effekt å vinne innovasjonsprisen, og det bidro til å skaffe en kontrakt. Vi opplevde oss mer sett av kunder i etterkant, og det er viktig for oss da dette blir et referanseprosjekt.»

Kjersti Jullum, GreenFox Marine



Kilde: Dybdeintervju GreenFox Marine (2025), Nor-Fishings innovasjonspris 2025, utstillerundersøkelse Aqua Nor 2025.

Wiersholm inngår samarbeid med Aqua Nor fram til 2031

Aqua Nor og advokatfirmaet Wiersholm har inngått en samarbeidsavtale fram til 2031 som skal styrke den faglige tyngden for Norges største havbruksmesse. Fjorårets felles fagseminar samlet over 300 deltakere og en lang venteliste med folk som ville få dette med seg.

– Å kunne ha et solid, relevant og aktuelt fagtilbud som dette er kjempeviktig for oss. Vi arrangerer fra før av Aqua Nor-konferansen dagen før messen starter med tradisjonell fagprogram, men nå tar vi det videre. Da var det viktig for oss å velge de beste partnerne, og Wiersholm er blant disse, sier Kristian Digre, daglig leder i stiftelsen Nor-Fishing.

Muligheten til å bygge og ivareta kunnskap om bransjen er en stor verdi ved messen.

– Gode juridiske råd krever at man forstår helheten. Det holder ikke å lese regelverket. Man må forstå hvordan det treffer aktørene i praksis, i driften og i investeringsbeslutningene. Aqua Nor er den viktigste arenaen i Norge for å være i takt med næringen, sier Erik Staurset Andresen i Wiersholm.

Wiersholm er trygge på valget om å nå binde seg til Aqua Nor for flere år.

– Aqua Nor har vært en bauta i norsk havbrukshistorie, og sånn vi ser det er det ingen grunn til at det ikke fortsatt vil være en ekstremt aktuell og viktig møteplass, sier Sigrid Ratvik Østvik i Wiersholm.

Kilde: Intrafish, 16. mars 2026



Bilde: Intrafish

04

KONKLUSJON OG ANBEFALINGER

Aqua Nor er havbruksnæringens viktigste møteplass og en betydelig verdiskaper for Trondheimsregionen

I løpet av én uke samlet Aqua Nor 2025 oppdrettere, leverandører, forskning, kapital, myndigheter og internasjonale aktører i Trondheim. Det gjør messen til en av få arenaer der hele havbruksnæringen møtes fysisk, på tvers av verdikjede, geografi og rolle. Messen utløste om lag 211 MNOK i samlede økonomiske ringvirkninger, samtidig som den skaper kommersiell verdi gjennom relasjoner, kontrakter og teknologiutvikling som formaliseres i etterkant. For å sikre denne posisjonen bør Aqua Nor videreutvikles som arena for hele verdikjeden.

211 MNOK

verdiskaping
i regionen

78 %

utstillere fikk nye leads

56 %

utvikler teknologi
knyttet til messen

«Aqua Nor er utrolig viktig for næringslivet og for Trondheim. Det er alle mann på jobb, og det trykker det vi holder på med.»

Lasse Waagbø, Clarion Hotel Brattøra (intervju)



Anbefalinger

- Sikre Trondheims kapasitet fram mot 2027 og 2031**
Hotellbelegget lå på 95 % i 2025. Bygg videre på samarbeidet med hotellnæringen, og Visit Trondheim og kommunen med en felles plan for overnatting, transport og messeareal mot 2027 og 2031.
- Bevar bredden som messens viktigste kjennetegn**
Aqua Nors styrke er at hele verdikjeden møtes. Prioriter tiltak som opprettholder bredden over tiltak som kun øker volumet.
- Gjør Innovasjonsprisen til en kommersialiseringsmotor**
GreenFox Marine gikk fra pris til kontrakt på tolv måneder. Bygg ut prisen med investor- og pilotkundeprogram og strukturert oppfølging av vinner og finalister.
- Mål og dokumenter de langsiktige effektene fram mot Aqua Nor 2027**
Gjenta ringvirkningsanalysen, men legg til systematisk måling av leads, kontrakter, piloter, innovasjon, rekrutteringer og internasjonale koblinger.

Kontaktpersoner

Ta gjerne kontakt med prosjektteamet ved spørsmål om analysen eller dens resultater.



Cathy Ho

Ansvarlig partner

cathy.ho@juniorconsulting.no



Simen L. Birkeland

Prosjektleder



Hannah Aarset

Konsulent



Espen Selliken

Konsulent



Preben Thambiah

Prosjektkoordinator
(ekstern)

Om Junior Consulting

Junior Consulting er et konsultentselskap som er styrt og drevet av studenter ved NTNU. Selskapet tar på seg oppdrag innen strategi, teknologi/IT og design. Formålet er å bistå næringslivet med tjenester av høy kvalitet, samtidig som konsulentene skaffer relevant og verdifull arbeidserfaring.

Det er akademisk bredde blant selskapets ansatte, med bakgrunn fra industriell økonomi og teknologiledelse, datateknologi, industriell design, kommunikasjonsteknologi m.fl.

Junior Consulting

[Elgeseter Gate 26A, 7030 Trondheim](#)

www.jrc.no

WELCOME TO

AQUA NOR

Beyond-class technology

