

## **Geir Sogn-Grundvåg**

**Present position** Senior researcher  
**Work address** Nofima, P.O. box 6122, NO-9291 Tromsø, Norway  
**Telephone** +47 77 62 90 91  
**E-mail** [geir.sogn-grundvag@nofima.no](mailto:geir.sogn-grundvag@nofima.no)

### **Degrees**

2001 Dr.Scient (Ph.D) in Marketing, Department of Social Science and Marketing, Norwegian College of Fishery Science, University of Tromsø, Norway.  
1994 Master of Science in Marketing, Department of Marketing, University of Stirling, Scotland.  
1992 Master of Science, Fisheries (major in marketing), Norwegian College of Fishery Science, University of Tromsø, Norway

### **Experience**

2007 - Assessed to have professorial competence in marketing, University of Stavanger, Norway.  
2003 - Senior researcher (Forsker I). Department of Strategy, Economics and Marketing, Norwegian Institute of Fisheries and Aquaculture Research, Tromsø, Norway  
2001-2003 Researcher (Forsker II). Department of Economics and Marketing, Norwegian Institute of Fisheries and Aquaculture Research, Tromsø, Norway  
1998-2001 Researcher (Forsker III). Department of Economics and Marketing, Norwegian Institute of Fisheries and Aquaculture Research, Tromsø, Norway  
1992-1997 Research assistant, Institute of Social Science and Marketing, Norwegian College of Fishery Science, University of Tromsø, Norway. (25% teaching load)

## Peer-reviewed journal articles

- Submitted Sogn-Grundvåg, G., Egeness, F.-A. and Dreyer, B. Competitive advantage in emerging industries, *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Under review Sogn-Grundvåg, G. and Young, J.A. De-commodifying farmed salmon, *Marine Resource Economics*.
- 2010 Ottesen, G.G., Foss, L. and Grønhaug, K. Exploring the Accuracy of SME Managers' Network Perceptions. In: Ellis, N., Tadjewski, M. and Pressey, A. (eds.) Business-to-Business Marketing. Volume 3: Industrial networks and b2b marketing strategy. Sage Library in Marketing. Originally published in *European Journal of Marketing*, 2004, 38(5/6), 593-607.
- 2009 Sogn-Grundvåg, G. and Østli, J. Consumer evaluation of unbranded and unlabelled food products: the case of bacalhau, *European Journal of Marketing*, 43(1/2), 213-228.
- 2009 Sogn-Grundvåg, G., Rånes, S.A., Grønhaug, K. and Gray, B. Co-creating value in a retail market setting, *Journal of Food Products Marketing*, 15(1), 1-14.
- 2008 Sogn-Grundvåg, G. and Grønhaug, K. How customer requests may lead firms astray: Conceptual issues and an empirical illustration, *Marketing Intelligence & Planning*, 26(4/5), 496-507.
- 2008 Bjørklund, O. Heide, M. and Ottesen, G.G. Farmed Atlantic cod: perceived quality and attitudes among European restaurant chefs, *Journal of Food Products Marketing*, 14(1), 51-67.
- 2007 Sogn-Grundvåg, G., Grønhaug, K., Lorentzen, T., Bendiksen, B.I. and Gilmore, A. Responding to eroding competitive advantage: observations from the Norwegian seafood industry, *The Marketing Review*, 7(3), 235-246.
- 2007 Gray, B.J., Ottesen, G.G., Bell, J., Chapman, C., and Whiten, G. What are the essential capabilities of marketers? A comparative study of managers', academics' and students' perceptions, *Marketing Intelligence & Planning*, 25(3), 271-295.
- 2007 Grønhaug, K. and Ottesen, G.G. Can theoretical knowledge and application yield competitive advantage? *Marketing Intelligence & Planning*, 25(3), 232-240.
- 2007 Ottesen, G.G. and Grønhaug, K. Do SMEs Influence their Markets? An Exploratory Study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(1), 36-47.
- 2006 Ottesen, G.G. Do upstream actors in the food chain know end-users' quality perceptions? Findings from the Norwegian salmon farming industry. *Supply Chain Management: An International Journal*, 11(5), 456-463.
- 2006 Ottesen, G.G. and Grønhaug, K. Pursuing opportunities: why so many fail and so few succeed. *European Journal of Marketing*, 40(1/2), 100-112.
- 2005 Ottesen, G.G. and Grønhaug, K. Positive illusions and new business creation.

*Creativity and Innovation Management*, 14(4), 405-412.

- 2005 Ottesen, G.G. and Grønhaug, K. Exploring how Managers Conceive and Practice Market Orientation in near to “Perfect” Food Commodity Markets. *Journal of Food Products Marketing*, 11(2), 59-74.
- 2005 Gray, B., Ottesen, G.G. and Matear, S. Disseminating Academic Research Information to Marketing Practitioners: The Receiver's Perspective, *Marketing Intelligence & Planning*, 23(2), 124-135.
- 2004 Ottesen, G.G. and Grønhaug, K. Barriers to Practical Use of Academic Marketing Knowledge, *Marketing Intelligence & Planning*, 22(5), 520-530.
- 2004 Ottesen, G.G. and Grønhaug, K. Exploring the Dynamics of Market Orientation in Turbulent Environments: A Case Study, *European Journal of Marketing*, 38(8), 956-973.
- 2004 Ottesen, G.G., Foss, L. and Grønhaug, K. Exploring the Accuracy of SME Managers’ Network Perceptions, *European Journal of Marketing*, 38(5/6), 593-607.
- 2004 Ottesen, G.G. and Grønhaug, K. Perceived Opportunities and Pursued strategies in an Emerging Industry: The Case of Norwegian Blue Mussel Farming, *Aquaculture Economics and Management*, 8(1/2), 19-40.
- 2003 Ottesen, G.G. and Grønhaug, K. Primary Uncertainty in the Seafood Industry: An Exploratory Study of How Processing Firms Cope, *Marine Resource Economics*, 18(4), 363-371.
- 2002 Ottesen, G.G. and Grønhaug, K. Managers’ Understanding of Concepts: The Case of Market Orientation, *European Journal of Marketing*, 36(11/12), 1209-1224.
- 2002 Ottesen, G.G. and Grønhaug, K. Market Orientation and Uncertain Supply in Upstream Markets: An Exploratory Study, *European Journal of Purchasing and Supply Management*, 8(4), 209-219.
- 2002 Ottesen, G.G., Grønhaug, K. and Johnsen, O. Benefiting from Commissioned Research: The Role of Researcher – Client Cooperation, *Creativity and Innovation Management*, 11(2), 88-97.

### Popular science articles

- 2012 Sogn-Grundvåg, G. og Henriksen, E. Lønn som fortjent? *Matindustrien*, 1, xx-xx.
- 2011 Sogn-Grundvåg, G., Egeness, F.-A., Hermansen, Ø. og Larsen, T.A. Fangstbasert akvakultur av torsk: status og markedsstrategier, *Matindustrien*, 12, xx-xx.
- 2011 Sogn-Grundvåg, G. og Henriksen, E. Markedssvikt på første hånd. *Økonomisk fiskeriforskning*, 21, 1, 60-69.
- 2011 Young, J.A. og Sogn-Grundvåg, G. Linefisk fanger kunder i Storbritannia.

- Matindustrien*, 5, 48-50.
- 2011 Sogn-Grundvåg, G. og Henriksen, E. Linefiskens omdømme som konkurransefortrinn. *Matindustrien*, 3, 40-42.
- 2010 Sogn-Grundvåg, G. og Young, J.A. Noen observasjoner i det franske laksemarkedet. *Norsk Fiskeoppdrett*, juni, 38-41.
- 2010 Young, J.A., Sogn-Grundvåg, G. & Felzensztein, C. Hva skjer i Chile? Kommer det et nytt ”vulkanutbrudd”? *Norsk Fiskeoppdrett*, 5, 36-39.
- 2010 Sogn-Grundvåg, G. Produktdifferensiering: Muligheter og forutsetninger, *Fisk, Industri & Marked*, 5, 52-53.
- 2010 Sogn-Grundvåg, G. og Young, J.A. Kan teknologi bidra til differensiering og konkurransefortrinn innen laksenæringen? *Norsk Fiskeoppdrett*, februar, 34-37.
- 2010 Sogn-Grundvåg, G., Grønhaug, K., Egeness, F.-A. og Trollvik, T. Suksessfaktorer for torskeoppdrett: Finnes de? *Økonomisk fiskeriforskning*, 9-16.
- 2010 Sogn-Grundvåg, G. og Young, J.A. Produktdifferensiering i skotsk lakseindustri, *Norsk Fiskeoppdrett*, januar, 50-54.
- 2009 Sogn-Grundvåg, G. og Young, J.A. Differensieringsmuligheter for laks: Egenskaper ved eksklusiv røkelaks. *Norsk Fiskeoppdrett*, november, 27-31.
- 2009 Samuelsen, S.H. og Sogn-Grundvåg, G. Kan norske laksebedrifter oppnå konkurransefortrinn gjennom differensiering? *Norsk Fiskeoppdrett*, oktober, 14-17.
- 2008 Sogn-Grundvåg, G. Kveita – havets dronning, *Økonomisk fiskeriforskning*, 18, 1-3.
- 2008 Bjørklund, O., Sogn-Grundvåg, G., Grønhaug, K. og Skallerud, K. Produktdifferensiering: Hva og hvorfor? *Magma*, 11(5), 95-104.
- 2008 Weihe, R. og Sogn-Grundvåg, G. Differensieringsstrategier innen Irsk lakseoppdrett. Hvorfor får irene bedre betalt for laksen sin. *Norsk Fiskeoppdrett*, august, 9-12.
- 2008 Sogn-Grundvåg, G., Pleym, I.E. og Grønhaug, K. Trusler og muligheter innen lakseoppdrett. *Norsk Fiskeoppdrett*, juli, 10-13.
- 2008 Sogn-Grundvåg, G., Egeness, F.-A. og Dreyer, B. Kilder til konkurransefortrinn innen torskeoppdrett. *Norsk Fiskeoppdrett*, juni, 8-11.
- 2008 Sogn-Grundvåg, G., Grønhaug, K., Lorentzen, T.L. og Bendiksen, B.I. Når konkurransefortrinn forvirrer: Er det mulig å gjenvinne profitable markedsposisjoner? *Magma*, 11(2), 74-82.
- 2007 Egeness, F.-A. og Sogn-Grundvåg, G. Hvorfor mislykkes nye sjømatprodukter? *Norsk fiskerinæring*, 11/12, 75-76.
- 2007 Sogn-Grundvåg, G., Egeness, F.-A. og Dreyer, B. Utnyttelse av konkurransefortrinn

- innen torskeoppdrett. *Økonomisk Fiskeriforskning*, 17, 34-39.
- 2007 Borch, O.J., Dreyer, B., Roaldsen, I. & Sogn-Grundvåg, G. Økologisk oppdrettstorsk – nye markedsmuligheter. *Fisk, Industri og Marked*, 7, 10-11.
- 2007 Ottesen, G.G., Lorentzen, T.L., Bendiksen, B.I. Når konkurransefortrinn forvitrer. *Fisk, Industri og Marked*, 4/5, 20-21.
- 2007 Egenes, F.-A. og Ottesen, G.G. Produktutvikling – et glemt kapittel i norsk sjømatnæring? Kronikk i *Sunnmørsposten*.
- 2007 Borch, O.J., Dreyer, B., Ottesen, G.G. og Roaldsen, I.H.E. Torskoppdrett på tur opp? Kronikk i en rekke aviser og bransjeblader.
- 2007 Egenes, F.-A. og Ottesen, G.G. Hvordan lykkes i det norske sjømatmarkedet? *Fisk, Industri og Marked*, 2, 38-39.
- 2007 Ottesen, G.G., Egenes, F.-A., Grønhaug, K. Kan bedriftene lære noe av fiaskoprodukter? *Magma*, 10(2), 77-82.
- 2006 Ottesen, G.G., Egenes, F.-A., Grønhaug, K. og Gray, B. Kan bedriftene lære noe nyttig av fiaskoprodukter? *Økonomisk Fiskeriforskning*, 16, 48-61.
- 2006 Lorentzen, T.L., Ottesen, G.G., Grønhaug, K. og Svorken, M. Økt satsing på ferskfisk: Hvilke utfordringer opplever bedriftene, *Økonomisk Fiskeriforskning*, 16, 39-47.
- 2005 Borch, O.J., Karlsen, Å., Løvland, J., Dreyer, B. og Ottesen, G. Hvordan går det med oppdrettstorsken? Kronikk i en rekke aviser.
- 2005 Ottesen, G.G. og Rånes, S.A. Produktutvikling og nærkontakt i fiskebutikken. *Fisk Industri og Marked*, 10, 22-23.
- 2005 Ottesen, G.G., Rånes, S.A., Grønhaug, K. og Gray, B. Produktutvikling i fiskebutikker gjennom interaksjon med forbruker, *Økonomisk Fiskeriforskning*, 15, 1-6.
- 2004 Ottesen, G.G. og Grønhaug, K. Utnyttelse av muligheter: hvorfor er det så vanskelig – og hva skal til for å lykkes? *Økonomisk Fiskeriforskning*, 14, 7-14.
- 2004 Ottesen, G.G. Når kundeønsker leder bedrifter på villspor. *Fisk, Industri og Marked*, Nr 7 (september), 20-21.
- 2004 Ottesen, G.G. og Grønhaug, K. Kundeønsker som krever endring: lønner det seg å lytte?, *Magma*, 7(4), 54-59.
- 2004 Ottesen, G.G. og Grønhaug, K. (Over)optimisme og utvikling av nye næringer, *Magma*, 7(1), 81-87.
- 2003 Ottesen, G.G. og Grønhaug, K. Strategisk endring i fiskeindustrien: Hvorfor går det ikke alltid som planlagt? *Økonomisk Fiskeriforskning*, 13, 1-10.
- 2003 Ottesen, G.G. Markedsfokus blant blåskjeloppdrettere. *Norsk Fiskeoppdrett*, 7, 26-28.

- 2002 Ottesen,G.G. og Grønhaug,K. Markedstilpasning blant oppdrettere av marine arter. *Økonomisk Fiskeriforskning*, 12, 61-83.
- 2002 Ottesen,G.G., Grønhaug,K. og Johnsen,O. Kan oppdragsforskningen gjøres mer nyttig?, *Økonomisk Fiskeriforskning*, 12, 1-10.
- 2002 Ottesen,G.G. og Grønhaug,K. Markedsorientering i “perfekte” sjømatmarkeder, *Økonomisk Fiskeriforskning*, 12, 32-39.
- 1999 Ottesen,G.G. Strategi og markedstilpasning i oppdrettsnæringen, *Økonomisk Fiskeriforskning*, 9, 128-139.
- 1998 Ottesen,G.G. Læringsevne og lønnsomhet i fiskeindustrien, *Økonomisk Fiskeriforskning*, 8, 15-22.

### Peer-reviewed conference papers

- 2007 Felzensztein,C., Ottesen,G.G. and Young,J.A. Market based value-adding and differentiaion in salmon clusters: an international networking approach. In Batt, P.J. and Purchase, S. (Eds) *International Markets and Processes. Proceedings of the third meeting of the IMP Group in Asia. Phuket, Thailand 9-13 December 2007*. ISBN 1 74067 563 0.
- 2007 Sogn-Grundvåg,G., Egeness,F.-A. and Dreyer,B. Exploiting competitive advantage in emerging industries. In Thyne,M., Deans,K.R. and Gnoth,J. (eds.) *Australia New Zealand Marketing Academy Conference (ANZMAC). Conference Proceedings*, 3-5. December 2007, Department of Marketing, University of Otago, Dunedin, New Zealand. pp. 865-871. ISBN: 978-1-877156-29-9.
- 2006 Ottesen,G.G., Rånes,S.A., Grønhaug,K. and Gray,B. Do firms learn from interactions with customers in mass-markets characterised by classical contracts and interactions? An Exploratory Study, In Avlonitis,G.J., Papavassiliou,N. and Papastathopoulou,P. (ed.) *35<sup>th</sup> European Marketing Academy Conference (EMAC). Conference Proceedings*, 23-26 May, Athens, Greece.
- 2005 Ottesen,G.G., Rånes,S.A. and Grønhaug,K. Engaging consumers as co-producers: some unexplored issues. In Purchase,S. (ed.) *Australia New Zealand Marketing Academy Conference (ANZMAC). Conference Proceedings*, 5-7. December 2005, Freemantle, Australia. pp. 73-76. ISBN: 0-646-45546-X.
- 2005 Ottesen,G.G. and Grønhaug,K. Pursuing opportunities: why so many fail and so few succeed. Poster presented at EMAC, 24-27 May, Milan, Italy.
- 2004 Ottesen,G.G. and Grønhaug,K. (2004) Customer responsiveness: exploring why things go wrong. In Wiley,J. (ed.) *ANZMAC 2004 Conference Proceedings*, Wellington, New Zealand, 29. November – 1. December 2004. ISBN CD: 0-475-22215-1
- 2003 Medlin,C., Ottesen,G.G. and Foss,L. Adaptive versus exchange interactions by individuals in an industrial network, In Kennedy,R. (ed.) *ANZMAC 2003 Conference Proceedings*, Adelaide, Australia 1<sup>st</sup>-3<sup>th</sup> December 2003. pp. 993-999. ISBN:

0868039837

- 2003 Ottesen,G.G. and Grønhaug,K. The Influencing Manager: An Exploratory Study of Market Driving Behaviour, In Kennedy,R. (ed.) ANZMAC 2003 Conference Proceedings, Adelaide, Australia 1<sup>st</sup>-3<sup>th</sup> December 2003. pp. 1080-1086. ISBN: 0868039837
- 2003 Grønhaug,K. and Ottesen,G.G. Internationalization of Competence-Intensive Services: An Analytical Approach. Proceedings of the 17<sup>th</sup> Nordic Conference on Business Studies. 14-16 August 2003, Reykjavik, Iceland.
- 2003 Matear, S., Ottesen,G.G., Gray,B., Osborne,P. Disseminating Marketing Research to Practitioners: Exploring the usefulness of different Dissemination Modes. Proceedings of the Academy of Marketing Conference. 8-12 July, Aston Business School, Birmingham, UK.
- 2002 Ottesen,G.G. and Grønhaug,K. The Dynamics of Market Orientation in Turbulent Environments, In Shaw, R.N., Adam,S. and McDonald,H. (eds) ANZMAC 2002 Conference Proceedings, Deakin University, Melbourne, Australia 2<sup>st</sup>-4<sup>th</sup> December 2002. pp.511-516. ISBN: 07300-2562-4.
- 2002 Grønhaug,K. and Ottesen,G.G. Networks and Competitive Advantage in the New Economy, Joint ANZMAC/EMAC symposium "Marketing Networks in a Global Economy", Perth, Australia, 16-17<sup>th</sup> December.
- 2002 Ottesen,G.G. and Grønhaug,K. Securing Vital Inputs in Unpredictable Supply Environments. In Evans,K.R. and Scheer,L.K. (eds.) Marketing Theory and Applications. Proceedings of the 2002 American Marketing Association Winter Educators' Conference. 22-25 February 2002, Austin, Texas. pp. 129-135. ISBN: 0-87757-299-2.
- 2001 Ottesen,G.G., Johnsen,O. and Grønhaug,K. Enhancing the use of Commissioned Research: From Research Data to Knowledge Use. In Chetty,S. and Collins,B. (eds.) ANZMAC 2001 Conference Proceedings, Massey University, Auckland, New Zealand, 1<sup>st</sup>-5<sup>th</sup> December 2001. ISBN: 0-473-08206-3.
- 2001 Ottesen,G.G. and Grønhaug,K. Securing Critical Inputs in Unpredictable Supply Environments, In Stefansson,G. And Tılanus,B. (eds.) NOFOMA Conference Proceedings, June 14<sup>th</sup> – 15<sup>th</sup>, Reykjavik, Iceland. ISBN: 91-631-1112-8.
- 2000 Ottesen,G.G. Top Managers and Market Orientation, in O'Cass,A.(Ed.), ANZMAC 2000 Conference Proceedings, Griffith University, Gold Coast, Australia, 28th November - 1<sup>st</sup> December. ISBN: 0-86857-978-5.
- 2000 Ottesen,G.G. and Grønhaug,K. Exploring the Practice of Marketing Orientation, in O'Cass,A.(Ed.), ANZMAC 2000 Conference Proceedings, Griffith University, Gold Coast, Australia, 28th November - 1<sup>st</sup> December. ISBN: 0-86857-978-5.
- 2000 Ottesen,G.G. and Grønhaug,K. The Strategy – Performance Link and the Moderating Role of Market Knowledge, In: Wierenga, B.; Smidts, A. and Antonides G. (Eds.).

EMAC 2000 Conference Proceedings. Rotterdam, 23-26 May. ISBN: 90-5892-003-8.

- 1999 Ottesen,G.G. and Borch,O.J. Value System Learning and Governance Form, in McAuley,A. and Sparks,L. (Eds), Academy of Marketing Conference, University of Stirling 7-9 July. ISBN: 1-85769-115-6.
- 1997 Ottesen,G.G. and Myrland,Ø. Does it pay to be market oriented? Empirical Evidence from the Norwegian Salmon Farming Industry, proceedings of the 14th Nordic Conference on Business Studies. August, Bodø.
- 1997 Ottesen,G.G. Thinking and Practising Market Orientation: An In-Depth Empirical Exploration, proceedings of the 14th Nordic Conference on Business Studies. PhD.-Conference, August, Bodø.