



‘Blijven werken aan bewustwording in de visserij’

Ketenprojecten in de visserij zijn er nog maar weinig. Te weinig, vindt Maarten Mens van het Productschap Vis. Eigenlijk verdient duurzame vangst een hogere prioriteit. ‘Dat is nodig voor een *licence to produce*.’

Vis is een prachtproduct en de sector is ook geweldig. Dat wil Maarten Mens in ieder geval gezegd hebben. ‘Kom maar eens op een visafslag, je proeft daar een heel bijzondere sfeer, of in een haven of op een bedrijf waar je tot je enkels in het water staat. Dan voel je hoe mooi het ondernemerschap hier is.’
Hoe geweldig de sector ook is, het maakt de worsteling naar een nieuwe visserij er niet minder om. Vooral in het begin van de keten – de visserij zelf – moet nog flink veranderen, verzekert Mens. Pas als de visserij de kritiek van maatschappelijke organisaties op vangstmethoden kan doorstaan, kunnen projecten verderop in de keten, gericht op de afzet, zoden aan de dijk zetten, is zijn overtuiging.

>> In 2007 is geld vrijgemaakt om projecten te stimuleren in de keten. Wat is daarvan terecht gekomen?

‘We hebben daar onder andere een film van gemaakt met voorbeelden van initiatieven in de visserij. Eentje ging over de visserijcoöperatie in Urk die een nieuwe weegschaal heeft ontwikkeld, waarmee je precies kan zien waar en hoe de vis is gevangen, wat de kwaliteit is. Daarmee maak je de keten transparanter. Die film hebben we op verschillende plaatsen aan de vissers laten zien. Een omslag bereik je er niet mee, maar het heeft wel geïnspireerd.’

>> Zijn er nu meer initiatieven in de keten?

‘Nog te weinig. Inmiddels hebben we namelijk heel andere problemen, vooral met de economie. Handelaren raken hun Noordzeevis minder makkelijk kwijt en kunnen niet meer voorspellen hoeveel ze iedere week af kunnen zetten. Daar komt bij dat de boomkorvisserij onder grote maatschappelijke druk staat. Grote afnemers twijfelen of ze daar nog wel vis van willen kopen. Het gaat er nu vooral om de huidige afzet te behouden.’

>> Zijn er dan helemaal geen initiatieven om meerwaarde te creëren?

‘Het VIP – het Visserij Innovatie Platform – heeft een aantal ideeën gehonoreerd. Een voorbeeld is het initiatief ZuiderZeeZilver, dat vis

als zeebaars af wil zetten als streekproduct. Of het idee van een grote vishandelaar in Amsterdam om vis als seizoensproduct op de markt te zetten. Hij heeft hierover al een prachtige serie boeken gemaakt en heeft nu subsidie gekregen van het VIP om wetenschappelijk te laten onderzoeken wat er aantoonbaar beter is aan seizoensvis. Maar op korte termijn bevordert dat de afzet niet.’

>> Dan is een project dat zich specifiek richt op de afzet van duurzame vis, toch juist zinvol?

‘Ik denk dat je duurzame vis meer als een *licence to produce* moet zien. Als ik in de winkel kom dan ga ik ervan uit dat alle vis duurzaam is en wil ik er niet méér voor betalen. Het werkt niet als een klein project zich daar op richt, omdat het dan snel te duur wordt. Ook zijn de stromen dan veel te klein om een aparte afzet voor elkaar te krijgen. Ik ken wel een visser die op eigen houtje probeert zijn hele vloot MSC-gecertificeerd (MSC staat voor het Marine Stewardship Council, red.) te krijgen; dat wil dan zeggen dat hij duurzaam produceert. Dat certificaat lukt wel, hij heeft het bijna. Maar de afzet is heel wat lastiger.’

>> Moeten de ketens veranderen, minder tussenhandel bijvoorbeeld?

‘Dat werkt zeker niet. De handelaar heeft zoveel ervaring met de afzet, kent de wegen precies en weet wat de afnemer precies wil.’

>> Wat moet er dan gebeuren?

‘Overleggen en afspraken maken met elkaar. De handel ziet bijvoorbeeld graag dat de visserman in het begin van het jaar veel minder schol vangt. De vis is dan kuitziek (de vis zit vol hom en kuit, red.) en daardoor erg mager. De kwaliteit is dan dus slecht. Net na de zomer zijn ze juist vet en kan de visser er meer van vangen om toch zijn quotum vol te vissen. Als handel en visser dit soort afspraken gaan maken, weet iedereen waar hij aan toe is. Je zou dus vaker een aantal handelaren en vooruitstrevende vissers bij elkaar moeten zetten om misverstanden over en weer te

doorbreken. De vissers weten niet wat verderop in de keten allemaal gebeurt en de handelaar weet niet wat de visserman beweegt en hoe hij zijn bedrijf runt. De visser vraagt zich bijvoorbeeld af waarom de vis voor die hoge prijs in de winkel ligt terwijl hij er veel minder voor krijgt. Sommigen denken dat de handelaar al het geld opstrijkt. Ruim je zo'n misverstand uit de weg, dan leg je de basis voor goede afspraken.'

>> Het klinkt wel mager: overleggen om de sector vooruit te helpen.

'Misschien wel, maar je moet niet vergeten dat dit soort veranderingen tien jaar geleden nog helemaal niet zo speelde. Er was nauwelijks sprake van een duurzaamheidsbeleid, laat staan van contact tussen vissers en maatschappelijke organisaties. Dat is veranderd. Wij hebben nu bijvoorbeeld regelmatig overleg met het Wereld Natuur Fonds en Stichting De Noordzee. Als iemand mij dat tien jaar geleden had voorspeld, had ik hem voor gek verklaard. Ook steeds meer vissers zien in dat zij toch aan de maatschappelijke eisen moeten voldoen, al kan dat besef nog groter.'

>> Wat is de rol van het Productschap in de verandering van de visserijketen?

'Wij proberen met elkaar objectieve informatie te geven over hoe het nou werkelijk zit met de Noordzeevervisserij. Wat niet goed gaat, maar ook wat inmiddels al bereikt is. Feiten en fictie van elkaar scheiden. Dat is ook heel belangrijk naar de afnemers toe, naar supermarkten en versmarkten. We maken bijvoorbeeld factsheets, waarbij Stichting De Noordzee ook meedenkt over de inhoud. En als het gaat om inspirerende voorbeelden is er het VIP, ingesteld door LNV. Dat helpt initiatieven met subsidie op weg.'

>> Wat voor toekomst heeft de Noordzeevervisserij?

'Ik denk een heel gezonde. Als we maar blijven werken aan de bewustwording dat er nog heel veel moet gebeuren om maatschappelijk verantwoord te vissen. De vloot zal misschien nog wel in omvang afnemen, maar wat overblijft heeft een prachtige toekomst.'

