

Oorzaken voor de achteruitgang in de Nederlandse Visteelt

Hans van Oostenbrugge, A.P. van Duijn, O. Schneider, M. Poelman, H. van der Veen en R. Beukers (LEI, IMARES)

De visteelt in Nederland heeft het zwaar de laatste jaren. Naar aanleiding van een vraag van LNV onderzocht het LEI, in samenwerking met IMARES en externe deskundigen de oorzaken van de achteruitgang. Tijdens de NGVA bijeenkomst van 21 januari jongstleden in Wageningen werden de voorlopige resultaten gepresenteerd. Belangrijke elementen zijn de toegenomen concurrentie van importproducten, hoge kosten en een gebrek aan ondernemerschap. Het rapport over de achteruitgang van de visteelt zal in de komende maanden uitkomen.

De Nederlandse visteeltsector staat sterk onder druk. De productie van kweekvis voor menselijke consumptie is de afgelopen twee jaar gedaald, na een groei vanuit het niets vanaf begin jaren tachtig. Om de omvang en de oorzaken van de achteruitgang beter in beeld te krijgen heeft het LEI, in opdracht van het Ministerie van LNV, samen met IMARES in het najaar van 2009 een onderzoek uitgevoerd. Door middel van interviews met diverse belanghebbenden binnen de visteeltsector en langs de productketen gerelateerd aan de visteeltsector zijn de perspectieven vanuit de sector geïnventariseerd. De uitkomsten zijn vervolgens geanalyseerd en zijn hier waar mogelijk aangevuld op basis van bestaand onderzoek. Tijdens de bijeenkomst werden de voorlopige uitkomsten gepresenteerd. Het rapport zal in de komende maanden openbaar gemaakt worden.

Achteruitgang visteelt in Nederland.

Vanaf begin jaren tachtig is de visteelt voor

menselijke consumptie snel gegroeid tot een maximum productie van ongeveer 10.000 ton. In de laatste jaren is echter een groot aantal bedrijven gestopt vanwege slechte economische resultaten en is de productie aan het dalen. Tabel 1 laat zien dat de productie voor bijna alle soorten in de afgelopen jaren is gedaald en dat deze daling in de laatste maanden van 2009 in een stroomversnelling is gekomen.

De gevolgen voor de achteruitgang in de sector verschillen per soort. In de presentatie is een overzicht gegeven van de verschillende oorzaken. Deze zijn verdeeld in een drietal aandachtsvelden: Markt, Kosten en Visie & ondernemerschap.

Competitieve afzetmarkt

De afzetmarkt voor visproducten is een wereldmarkt. Dat betekent dat ontwikkelingen op wereldschaal een groot effect hebben op de producten waarvoor geen lokale (niche) markt is. Eén van de meest bepalende

Gekweekte Vissoorten	2007-2008		September 2009		Verwachting voor eind 2009	
	Aantal bedrijven	Productie (tonnen/jaar)	Aantal bedrijven	Productie (tonnen/jaar)	Aantal bedrijven	Productie (tonnen/jaar)
Paling	43	4.250	20	3.000	19	<3.000
Afrikaanse meerval	18	3100	~10	1.500	5-6	1.000
Nijltilapia	4	840	0 a)	0	0	0
Tarbot	4	210	2	100	2	210 b)
Barramundi	2	135	0	0	0	0
Snoekbaars	2	130	3	130	3	130
Tong	1	10	1	20	1	20
Claresse®	1	100	3	2.500 c)	2	3.000 c)

a) Nog wel wat zeer kleinschalige productie; b) 2010; c) capaciteit.
Bron: 2007-2008 IMARES, 2009 en interviews.

Tabel 1: Productie van de belangrijkste vissoorten in Nederlandse visteelt

ontwikkelingen voor de wereldmarkt in de laatste jaren is de sterk gestegen productie van kweekvis in Oost Azië en daarmee de toestroom van goedkope visproducten naar de EU (Fig. 1). In 2008 bestond de import van bevroren filets in Nederland (totale waarde 372 mln Euro) voor een kwart uit pangasius die voor een prijs van rond de twee Euro per kg filet uit Vietnam kwam. Daarnaast werd ook veel Tilapia geïmporteerd, geholpen door de lage dollarkoers, tegen zeer scherpe prijzen. Daarnaast is ook de import van gevestigde Europese specialiteiten zoals de kabeljauw in de afgelopen jaren toegenomen door importen uit met name IJsland.

De toegenomen beschikbaarheid van goedkope alternatieven heeft voor Afrikaanse meerval en (in mindere mate ook) voor Tilapia in de afgelopen jaren geleid tot een steeds sterkere prijsdruk. Deze prijsdruk is sterk doordat beide soorten in hetzelfde marktsegment (witvismarkt) vallen als de geïmporteerde alternatieven en voor de consument weinig onderscheidend zijn. Een belangrijk deel van de geïmporteerde pangasiusfilet en en tilapiafilet worden in de detailhandel ontdooit en als verse

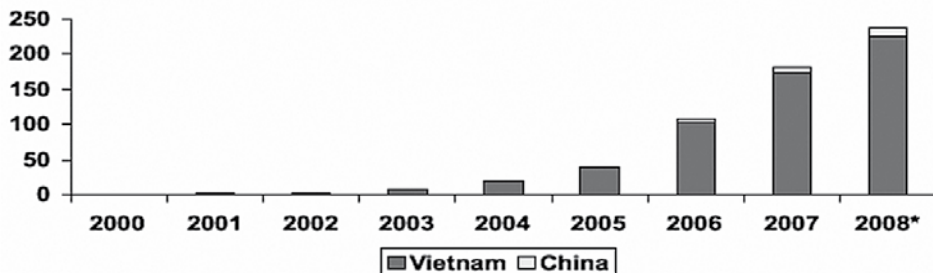
vis verkocht. Momenteel loopt er een Europese discussie over deze zogenaamde "refreshed" vis en mogelijk moet het vanaf 2011 voor de consument duidelijk zijn of een product ingevroren is geweest. Het is echter de vraag of daarmee de consument zal kiezen voor het verse product, als hij hiervoor meer moet betalen dan voor een vergelijkbaar "refreshed" product. Ook duurzaamheid is voor de consument momenteel (nog) geen argument om meer te betalen voor een kweekvisproduct, alhoewel het voor veel supermarkten wel een voorwaarde is voor opname in het assortiment.

Naast de toegenomen concurrentie speelt ook de economische crisis mee in de keuze van de consument. Uit een studie van het GFK (2009) blijkt dat de consument niet minder vis is gaan eten dan voorheen, maar dat wel vaker goedkopere vissoorten (refreshed/diepvries) worden gekocht. Daarbij wordt weinig onderscheid gemaakt tussen de verschillende soorten witvis.

Voor veel van de kwekers is afzet via de supermarkt überhaupt geen optie vanwege de leveringsseizoen (volumes, frequentie) die deze bedrijven stellen. Vaak wordt dan ook gezocht naar lokale afnemers bij horeca

Invoer pangasius door EU (miljoen kilo's)

Bron: Eurostat



Figuur 1: Import van Pangasius in de EU (*1.000 ton) * voorlopig cijfer Bron: Eurostat (2009).

en de visdetailhandel. Omdat de kweker echter geen assortiment kan bieden en het hierbij om kleine hoeveelheden gaat is eigen distributie relatief duur. Daardoor is de kweker vaak afhankelijk van distributie door groothandel die wel een assortiment kan bieden. De groothandel heeft echter ook de concurrerende importsoorten in het assortiment. Daarnaast is het voor de groothandel lastig (en duur) kleine hoeveelheden verse vis in het assortiment op te nemen. Ook problemen in het productieproces kunnen bijdragen aan een verlies van de afzetmarkt. Voor paling is de afhankelijkheid van het wilde bestand, dat gezien wordt als bedreigd, een groot risico. In de afgelopen maanden hebben verschillende supermarkten deze vis uit de schappen genomen vanwege het slechte imago. Als laatste wordt door veel geïnterviewden aangegeven dat marktinformatie erg moeilijk beschikbaar is.

Moeizame financiële en kennismarkt

Naast de afzetmarkt worden ook problemen op de financiële markt en de kennismarkt genoemd als oorzaken voor de huidige situatie. De laatste tijd zijn de financieringsmogelijkheden voor de visteelt sector ge-

slonken doordat banken kritischer aankijken tegen initiatieven in de sector. Dit heeft met name te maken met het relatief grote aantal faillissementen in de afgelopen jaren. Daardoor is het imago van de sector negatief en wordt de sector door de banken gezien als risicovol. Daarnaast ontbreekt het de sector aan een goede kennisstructuur waardoor het voor ondernemers moeilijk is om de prestaties van hun bedrijfsvoering te verbeteren. Dit geldt overigens zowel voor toegankelijkheid van kennis uit met overheidsgeld gefinancierde onderzoeks- en innovatietrajecten als voor uitwisseling van kennis tussen verschillende ondernemers.

Hoge kosten

De kosten in de Nederlandse visteelt zijn momenteel voor veel soorten (te) hoog in vergelijking met concurrerende producten uit het buitenland. Dit heeft een aantal fundamentele oorzaken die moeilijk te veranderen zijn. Zo zijn de klimatologische omstandigheden voor viskweek in Nederland suboptimaal. Daardoor is het noodzakelijk de vissen te kweken in relatief dure, recirculatie systemen. Deze systemen hebben ook voordelen, met name op het gebied van ecologische duurzaamheid.

Zolang deze grotere duurzaamheid echter niet leidt tot een hogere prijs leveren de gebruikte systemen een economisch nadeel op. Daarbij komt ook dat de laatste jaren weinig verbetering gemaakt is in de kostenefficiëntie van de viskweek. Dit heeft voor een deel ook te maken met strenge (Europese) regelgeving voor het kweken van vis op gebieden als milieu, dierwelzijn en visvoer.

Naast de kosten van het systeem zijn ook de kosten van arbeid in Nederland hoog ten opzichte van de landen waar de concurrerende soorten worden gekweekt.

Ondernemerschap en visie

Gezien de bovenstaande omstandigheden is de viskweek in Nederland geen sector waar je gemakkelijk winsten haalt. Om een economische positief resultaat te halen moet er gelet worden op kostenbesparing, maar zeker ook op een goede aansluiting van de productie bij de marktvraag. Met uitzondering van de palingkweek is dit vaak niet het geval. Veel kweekbedrijven worden opgezet vanuit een visie op de kweek, maar zonder rekening te houden met de wensen van toekomstige afnemers. Daarbij blijkt het dat de meeste succesvolle introducties van nieuwe (kweek)vissoorten op de Europese markt goedkope alternatieven zijn voor al bestaande producten. Introductie van nieuwe producten vergt veel promotie en dan nog is succes zeker niet verzekerd (LEI, 2008).

Een ander aspect van het ondernemerschap is ook de samenwerking, tussen kwekers, maar ook samenwerking met andere ketenpartijen. Daarnaast is ook een samenwerking/coördinatie gewenst tussen de verschillende belanghebbenden in de viskweeksector.

De overheid heeft volgens de respondenten ook in de laatste jaren geen duidelijke langetermijnvisie getoond. Het beeld is ontstaan dat de overheid weinig naar de sector

luistert, maar links en rechts geld zaait in projecten die vaak niet tot het gewenste resultaat leiden. Daarbij moet worden aangetekend dat de bewegingsruimte van de overheid wordt beperkt door strikte EU regels.

Strategische keuzes voor de toekomst

Bovenstaande analyse van de huidige problemen geeft te denken over de toekomst van de visteelt sector in Nederland. Om die toekomst te kunnen waarborgen moeten er een aantal strategische keuzes worden gemaakt. Hiervoor ligt een duidelijke verantwoordelijkheid bij de sector, maar de overheid kan hierin ook een belangrijke rol in spelen. De eerste vraag is hoe de sector er over 10 jaar uit moet zien. Is dit een sector die zich richt op productie van tonnen vis, of wordt er vooral gestreefd naar toegevoegde waarde of zelfs naar productie en vermarkting van kennis. De visteelt sector in Nederland heeft een aantal Unique Selling Points (bijvoorbeeld duurzaamheid), maar welke zijn dat en hoe kunnen die goed in de markt worden gezet. Als dit toekomstbeeld helder is kan ook worden bepaald wat de beste manier is om tot deze situatie te komen. Dat kan zijn vanuit de huidige sector, maar dat hoeft niet. Ook zal duidelijk moeten worden welke rol de overheid in dit proces gaat spelen, faciliterend of leidend.

Literatuur

- GfK, Ontwikkelingen vis, schaal- en schelpdieren Nederland. GfK Panel Services, 2009.
- Positioneringsgroep, Consument aan het roer, Consumentendenken in de Nederlandse visketen. Hilversum, 2008.
- Smit, J.P.G., Globale inschatting van het marktpotentieel van in Nederland te kweken vissoorten. LEI Wageningen UR, Den Haag, 2008.