

Verse vis en vissoep van **Scheveninger' Best**

Keurmerk verbindt ketenpartijen

Tekst: Lieneke Schuitemaker

Foto's: Scheveninger' Best

- ▶▶▶ **Drie Scheveningse ketenpartijen: rederij Jaczon, de visafslag en W.G. den Heijer, werken samen aan een kwaliteitskeurmerk voor Scheveningse vis en visproducten. Onder het merk Scheveninger' Best worden duurzame vissoorten van het seizoen aangeboden. Daar vallen minder bekende soorten onder als inktvis, mul en poon, maar ook bekendere soorten als schol, kabeljauw en tong.**

Projectleider Tilly Sintnicolaas deed het idee voor Scheveninger' Best op in Australië. "Vissers in Sydney lieten aan consumenten zien waar hun vis vandaan komt. Iedereen kent Scheveningen, maar vooral door de pier. De gemeente Den Haag heeft de ambitie om toekomst te geven aan de Scheveningse haven. Ze willen daar meer bezoekers trekken en mensen informeren over vis. Dit project past daar heel goed in. Ook is er vanuit het ministerie van EL&I subsidie beschikbaar voor projecten die duurzaamheid, innovatie en marktgerichtheid combineren."

De producten van een kwaliteitsmerk voor vis moeten een duidelijke waarde hebben voor de consument, aldus Sintnicolaas. "Lekker, duurzaam en gemak moeten de uitgangspunten vormen. Daarom is vanaf het begin topkok Pierre Wind betrokken bij

het project. Dat is een Hagenaar met liefde voor Scheveningen die bovendien goed is in productontwikkeling."

Vissersverhalen

Scheveninger' Best wil aandacht vragen voor verse vis uit de Noordzee en mensen stimuleren om meer te kiezen voor vis uit de eigen kustwateren. "Op die manier kunnen vissers een thuismarkt ontwikkelen. We hebben ervoor gekozen om onder het merk Scheveninger' Best vis van de laatste dag apart in de markt te zetten. We zorgen dat die herkenbaar is als premium vis door een tag in de kieuw, die al aan boord wordt aangebracht." De laatste dagvis wordt na het 'taggen' verpakt in kistjes van 20 kilo op slurrie-ijs, zodat er minder beschadigingen zijn en de vis langer houdbaar is. "Die vis zie je straks in de viswinkel en de horeca door

het hele land. Juist in een viswinkel in bijvoorbeeld Eindhoven komt dat heel goed tot zijn recht. En de visverkoper heeft een verhaal: deze vis is gisteren gevangen en heeft een aparte behandeling gehad." Vissers treden hiermee uit de anonimiteit, aldus Sintnicolaas. "Er is ook een website, www.scheveningerbest.nl, met verhalen van vissers en informatie over duurzaamheid. En we gaan inspelen op de seizoenen. Nu is er bijvoorbeeld een grote aanvoer van poon. Die gaan we ook verkopen onder Scheveninger' Best."

Soepverpakking

Naast de verse vis zullen er vooral toegevoegde waardeproducten ontwikkeld worden voor Scheveninger' Best. Het eerste ligt er al: vissoep zonder conserveringsmiddelen, voorzien van het ronde blauwe logo



met Sch' Best. "Het bijzondere aan deze soep is dat de vis apart wordt bijgeleverd, in een doorzichtig bakje bovenop de soepverpakking. Dat geeft de visspecialist de mogelijkheid om verse vis naar keuze toe te voegen." De twee eerste soepen zijn een bouillabaisse en scholroomsoep. "De bouillon voor de bouillabaisse wordt getrokken van schalen van Noordzeegarnalen, die van de scholsoep van scholgraten. We hebben heel veel testen laten doen. Beide soepen scoorden een 8 in smaakpanels. Iedereen is lyrisch over de smaak. En de vis houdt een bite omdat die pas op het laatst toegevoegd wordt." Er komt eveneens een verpakking voor de supermarkt, maar daarbij wordt een vaste hoeveelheid vis geleverd, zodat de visspecialist zich kan blijven onderscheiden. "Nederland is een soepenland", aldus Sintnicolaas. "Maar vissoep wordt nog niet veel gegeten. Echt lekkere vissoep was er eigenlijk nog niet. Pierre Wind zag met een mogelijkheden en hij kwam ook met het idee van de twee componenten." Het gaat om echte verse soep, in twee of drie variaties, zonder conserveermiddelen. "Daardoor is het product maximaal tien dagen houdbaar. Dat stelt natuurlijk wel eisen aan de distributie en logistiek." Volgens Sintnicolaas is er convenience met vis nodig, wil je mensen over de streep trekken om meer vis te gaan eten. Pierre Wind heeft al heel wat ideeën voor concepten, vertelt ze. "Bijvoorbeeld winterstamppot met een visgehaktbal. We zijn nu op zoek naar goede partners om die ideeën verder uit te werken. In Scheveningen zijn die voorzieningen er nog niet." Het is soms lastig om alle plannen gerealiseerd te krijgen, constateert Sintnicolaas. "Het is voor de betrokken bedrijven ook geen dagelijkse kost. Maar de samenwerking wordt door iedereen als interessant ervaren."

Vlaggetjesdag

Dat beaamt ook Johan van Nieuwenhuijzen, directeur van de Scheveningse visafslag, onderdeel van United Fish Auctions. "Goede samenwerking komt in de visketen niet altijd van de grond. Maar om de marges te verbeteren, is die samenwerking wel noodzakelijk. Dan ontstaat een idee hoe je partijen als vissers, kopers en afslag met elkaar zou kunnen verbinden. Een project als Scheveninger' Best is daarvoor een goed instrument."

Het is volgens Van Nieuwenhuijzen een heel leerzaam en interessant proces om met alle partijen rond de tafel te zitten. "Je leert je eigen beperkingen en die van de andere partijen kennen. De verschillende partners hebben allemaal hun sterke punten, die kun je inzetten om gezamenlijk aan projecten te werken. Daarvoor moet je wel bereid zijn om te durven delen en om kennis en financiën open op tafel te leggen. Maar ik denk dat het belang van duurzaamheid de verschillende ketenpartijen steeds vaker zal samenbrengen."

De visser wil in zijn ogen terugkoppeling krijgen uit de markt. "Maar dan moet je wel duidelijk maken wat je te bieden hebt. Dat doe je bijvoorbeeld door het taggen van Scheveningse kwaliteitsvis." Het label wordt in eerste instantie regionaal

uitgetest. "De viswinkels en vishoreca zijn in deze regio goed vertegenwoordigd, evenals de andere marktpartijen. We kunnen hier goed uittesten wat we moeten doen om Scheveninger' Best succesvol in de markt te zetten." Dat uittesten moet heel zorgvuldig gebeuren, aldus Van Nieuwenhuijzen, want de beperkte houdbaarheid van met name de verse soepen stelt hoge eisen aan de logistiek en distributie.

"Er is veel belangstelling voor de verschillende producten van Scheveninger' Best, ook voor de verpakking met twee componenten. Dat is erg leuk." Het nieuwe merk is op vlaggetjesdag (11 juni) officieel gelanceerd. Scheveninger' Best was toen ook de gelukkige laatste bidder op het eerste vaatje Hollandse Nieuwe. De opbrengst, 67.750 euro, ging naar Jantje Beton. <<<<



Scheveninger scholroomsoep. De visingrediënten worden apart bijgeleverd, in een doorzichtig bakje bovenop de soepverpakking.

