

Belangrijkste uitkomsten

Vissers kunnen via internet, met een eigen ‘webmarket’, een aanzienlijk hogere omzet en een hogere marge per kilogram vis realiseren in vergelijking met de bestaande verkoopmethode via de visafslag. Met deze nieuwe afzetmogelijkheid in de keten voeren de vissers zelf de regie. De directe relatie met de klant die zo wordt gecreëerd, stelt de visser in staat om meer klantgericht te gaan opereren.

Voor de regio Zuid-Holland West wordt geschat dat in het eerste jaar een markt kan worden bediend met een omzet van bijna een miljoen euro. De helft van dat bedrag kan via de consumentenmarkt en een even groot bedrag kan via de zakelijke markt worden gerealiseerd. Het marktpotentieel voor de webmarket op termijn wordt geschat op een omzet van rond 13 miljoen euro, dat is ongeveer de helft van de totale markt in deze regio.

Vissers zullen zelf wel eerst in deze marktinnovatie moeten investeren. In dit rapport zijn vier scenario’s uitgewerkt waar vissers mee aan de slag kunnen: het aangaan van een eigen webmarket, een abonnementmodel, een model om als groep deel te nemen en een scenario om individueel als ondernemer deel te nemen aan een webmarket. Voor alle vier scenario’s zijn daarvoor investeringen, organisatie- en marketingkosten doorerekend, waarbij samenwerking met een organisatie als VersvandeKweker.nl veel voordelen lijkt op te leveren. Om maximaal rendement te kunnen halen uit de investering zullen vissers niet alleen moeten samenwerken met partijen in de visketen, maar ook met leveranciers van andere versproducten uit de land- en tuinbouwsector.

De in dit rapport kort uitgewerkte businesscase, webmarket “VersvandeVisser.nl”, verschaft Nederlandse Noordzeevissers inzicht

in de rollen, kosten en opbrengsten per ketenschakel. Hiermee is inzichtelijk gemaakt waar mogelijkheden voor vissers liggen om zelf binnen de keten een grotere rol te spelen in het vermarkten van duurzaam gevangen vis, waardoor betere opbrengsten kunnen worden gerealiseerd. Door aan te sluiten op een al opgezette webmarkettool, 'VersvandeKweker.nl', zou in samenwerking met de visafslag in Scheveningen (UFA, United Fish Auctions) en andere partijen, een pilot moeten worden gestart om rechtstreeks (via internet) verse vis en garnalen aan consumenten en zakelijke klanten te verkopen.

Het afzetgebied dat via VersvandeVisser.nl kan worden bediend, is in principe heel Nederland, en misschien zelfs ook nog wel net over de grens, maar in eerste instantie moet worden gefocust op de afzet in de provincie Zuid-Holland regio West. Uitgangspunt is om platvis, rondvis en garnalen te verkopen. De visafslag kan zijn faciliterende functie behouden en borg staan voor uitwisseling van informatie. Via de visafslagorganisatie kunnen tevens nieuwe activiteiten worden ontwikkeld, zoals vis (vacuüm) verpakken, orders opnemen en vis transport-klaar zetten. Visspecialisten of bezorgdiensten kunnen eventueel functioneren als afhaalcentra of bezorgers (logistiek naar de consument toe).

Met VersvandeVisser.nl wordt zo een nieuw, extra afzetkanaal benut zonder de bestaande kanalen te vervangen. Binnen het nieuw te ontwikkelen marktkanaal zullen groothandelaren en visverwerkers een andere of geen rol hebben. Vissers ondernemen in principe de nodige acties zoals uiteraard het vangen, strippen en koelen van vis, maar ook (eventueel) het sorteren, wegen, fileren, verpakken, vriezen, vervoeren en verder afhandelen van de vis. Via de beoogde webmarket en met behulp van sociale media kunnen consumenten en zakelijke klanten direct communiceren met de vissers, en andersom. Vissers geven informatie over de vers gevangen Noordzeevis en consumenten en zakelijke klanten geven belangrijke informatie over de vraagkant.

Belangrijk is dat visserijondernemers van een aanbod- naar een vraaggestuurde visserij overstappen. Verschillende klantsegmenten bieden "nieuwe" kansen voor het creëren van toegevoegde waarde en verschillende relaties vragen om andere vormen van onderhoud en bediening.

Methode

In deze korte studie is gekeken naar de mogelijkheden voor een alternatief marktmodel voor Noordzeevissers (de primaire aanvoersektor) om in de toekomst meer toegevoegde waarde te kunnen creëren. Met behulp van beschikbare literatuur en digitale bronnen is globaal in kaart gebracht hoe de afzet van visserijproducten in de visketen op dit moment is georganiseerd en waar de toegevoegde waarde en de marges per ketenschakel worden gerealiseerd.

Er is gekeken naar afzetkenmerken van de visserijsector en er zijn zes stakeholders uit de sector geïnterviewd. Dit heeft inzicht gegeven in de (huidige) knelpunten en wensen in de visserijsector met betrekking tot afzet en prijsvorming. Tijdens een expertmeeting is aanvullende informatie vergaard. Er is gebruik gemaakt van gegevens van Gfk en van LEI Wageningen UR. Aan de hand van het Business Model Canvas

en met behulp van een recent ontwikkeld model voor de Tuinbouwsector, genoemd 'VersvandeKweker.nl' is in dit rapport een relatief nieuw, toekomstig verdienmodel voor verse vis opgesteld: 'VersvandeVisser.nl'.