

[innovatieagroennatuur.nl](http://www.innovatieagroennatuur.nl)

Innovatie Agro & Natuur | "Ik ga de zee op met een boodschappenlijstje"

4-5 minutes



Louwe de Boer, directeur van de [Ekofish Group](#), had duidelijk lol in deze uitspraak van zijn broer Jan, schipper op de PD 147. En zo is het ook. Je maakt afspraken met de klant en die moet je nakomen. Het blijkt een heel eind te kunnen, vissen op bestelling. Vissers weten als geen ander waar de vis zit. Dat betekent wel dat je soms minder kunt aanlanden of eerder terug moet naar de haven.

Dit soort zaken kwam op tafel bij een workshop in Urk, waar we met de Ekofish Group en [Sligro](#) hun ketensamenwerking onder de loep namen.



"Overleg op Urk" - op de rug gezien v.l.n.r. Auke Pasterkamp en

Louwe de Boer van Ekofish en in het gezicht v.l.n.r. Ron Koks, Dirk Korf en Jelle Landstra.

Een breuk met de traditionele gang van zaken in de visserij. Innovatie Agro & Natuur heeft [Berenschot](#) ingeschakeld om dit op een rij te zetten. De uitkomsten willen we delen met de gehele kottervisserij. Er leiden meerdere wegen naar Rome, maar Ekofish is een inspirerend voorbeeld.

Ik vind het bijzonder hoe Ekofish in een paar jaar een ketensamenwerking heeft georganiseerd met 14 vissersschepen uit Nederland en Denemarken, transport onderneming [Merema Transport](#), verwerker [Korfvis](#) en [Diepvries Urk](#). Er zijn inmiddels ca. 30 afnemers, waaronder Sligro.

Berenschot maakte eerder in opdracht van het [Visserij InnovatiePlatform](#) en Innovatie Agro & Natuur de publicatie [Vissen voor de Markt](#). Daarin staan een aantal ketenmodellen die kansrijk zijn voor de visserijsector. De bevindingen daarin willen we dichterbij de praktijk brengen.

In Vissen voor de Markt wordt Ekofish nog alleen genoemd als leverancier van [MSC-gecertificeerde schol](#) in het "One Stop Shop"-model. Maar wat mij betreft zijn ze inmiddels een voorbeeld van een producentenorganisatie van streekproducten.

Het begint er allemaal mee dat de visserman meer geld voor zijn vis wil. Maar waarom zou een afnemer dat betalen? Het antwoord ligt in de afzetketen.

"De visser moet zijn vis niet blind op de kade gooien" zei Ron Koks, visinkoper van Sligro. Een betere prijs gaat niet vanzelf. Je moet de volgende schakels in de keten leren kennen, ontdekken wat hun wensen zijn en die vervullen. Wel voor een prijs natuurlijk!

Louwe de Boer stelde "Waar mijn klant meer op kan verdienen

kan ik meer voor vragen". Bied je afnemer toegevoegde waarde, neem hem werk uit handen, bied hem zekerheid. Daar wil hij best voor betalen.

Ekofish vist niet zelf, maar is de ketenregisseur. Ekofish spreekt met de aangesloten vissers en de retail volumes, sortering en (vaste) prijzen af. Ook koopt Ekofish voor de aangesloten schepen brandstof en quotum in, voor hen een kostenbesparing.

De ketenpartners van Ekofish zijn zelfstandige bedrijven. Onderling vertrouwen, elkaar voortdurend op de hoogte houden en afspraken nakomen zijn essentieel. Geen kwestie van regeltjes, maar van een houding ten opzichte van elkaar. En elkaar het succes gunnen, want succes heb je alleen samen.

Het wordt me steeds duidelijker dat aanlanden van vis en vervolgens afwachten wat je ervoor krijgt geen toekomst heeft. Vissers zullen de wal op moeten gaan en met de klanten in gesprek. Dus samenwerken: met de ketenpartners, maar zeker ook onderling als vissers. Hoe groter je aanbod, hoe flexibeler je bent en hoe meer marktmacht je hebt!

Aan de Ekofishketen wordt nog steeds bijgeschaafd. Sorteren voor de klant kan ook aan boord of door de verwerker: minder kosten, maar ook minder onderbreking van de koelketen en dus ook betere kwaliteit. Dat laatste geldt ook voor zeevries. Vrij toegang tot elkaars computersystemen betekent minder afstemmingsbehoefte, maar ook een snellere en kwalitatief betere verwerking. Duidelijk is dat uiteindelijk alleen de ketenschakels zullen overblijven die toegevoegde waarde leveren.