



Verwerking van haring

Structuur van de sector en werkgelegenheid

De Nederlandse deelsector haringverwerking en -groothandel bestaat uit een groep van 9 bedrijven waarbij het grootste deel van hun omzet bestaat uit haringproducten. Naast haring verwerken en verhandelen zij ook andere vissoorten (bijvoorbeeld vers of diepgevroren plat- en rondvis, pelagische vis, niet-Europese vissoorten enzovoort). Deze bedrijven kennen zowel verwerkende als groothandelsactiviteiten van haring (maatjesharing, zure haring, marinades en conserven). Gemakshalve wordt er bij deze deelsector gesproken van haringverwerkende bedrijven, maar groothandel is voor de meeste bedrijven tegenwoordig ook van toepassing. Nederland kent geen verse aanvoer meer van haring, geschikt voor de zogenoemde Hollandse Nieuwe en maatjesharing. Veelal wordt de verse haring door buitenlandse (met name Noorse en Deense) bedrijven gevangen en al deels verwerkt (bijvoorbeeld gekaakt) voordat deze naar de in Nederland gevestigde bedrijven gaat voor verdere verwerking zoals fileren en dergelijke. Grote Nederlandse haringverwerkende bedrijven hebben vaak meerdere verwerkingsactiviteiten (fileren, portioneren, roken, zuren, zouten, bakken enzovoort), terwijl kleinere bedrijven vaak zijn gericht op één of enkele activiteiten (fileren en/of zuren enzovoort). De (ambulante) viswinkels die de haring (on)gefileerd krijgen aangeleverd voor consumenten zijn niet meegenomen in deze groep. Soms fileren en maken de visdetailhandels zelf de haring schoon. De visdetailhandel (viswinkels en -kramen) die haring verkopen, vallen onder de deelsector 'overige (binnenlandse) visverwerking en -groothandel'. De meeste haringverwerkende bedrijven zijn gevestigd in Katwijk en Bunschoten-Spakenburg.

Tabel 1.1 Profiel haringverwerkende- en groothandelsbedrijven in Nederland (2017)

Bedrijfsgrootte	Aantal bedrijven	Omzet (mln. euro)	Werkgelegenheid (aantal personen)	Werkgelegenheid (FTE)
Omzet tussen de 1 en 10 miljoen euro	3	18	42	41
Omzet groter dan 10 miljoen euro	6	192	377	308
Totaal	9	210	419	349

Bron: Wageningen Economic Research, 2019.

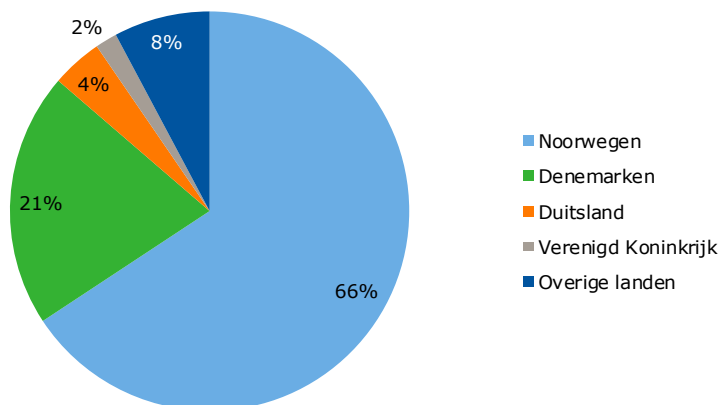
Het aantal bedrijven dat de verwerking en groothandel van haring als hoofdactiviteit heeft, was in 2017 substantieel lager dan in 2013, toen er nog 15 bedrijven binnen deze deelsector vielen. De daling van 15 naar 9 bedrijven komt voornamelijk door twee redenen: (1) een aantal kleinere haringverwerkers zijn gestopt vanwege faillissement, (2) een aantal zijn overgenomen door grotere bedrijven en (3) een aantal kleinere haringverwerkers kreeg een omzet die lager was dan de gehanteerde ondergrens van 1 miljoen euro. Ondanks het kleinere aantal bedrijven lag de omzet van de haringverwerkende bedrijven in 2017 op 210 miljoen euro, 45% hoger dan in 2013 toen de omzet 145 miljoen euro bedroeg. De overgebleven bedrijven hebben hun omzet dus zien toenemen. In 2017 hadden 6 bedrijven een omzet groter dan 10 miljoen. Deze bedrijven hadden samen een aandeel van meer dan 90% in de totale omzet van de deelsector (tabel 1.1). In 2013 lag dit aandeel nog op geschat 69% van de totale omzet. De omzetsijging is dan ook voornamelijk toe te schrijven aan de verbreding in productassortiment naar andere vissoorten en in activiteiten van grote bedrijven door schaalvergroting of overnames. Daarmee is de concentratie van de omzetverdeling steeds meer bij de grotere bedrijven komen te liggen. De omzet in haring is dus niet zozeer gestegen, maar eerder de afzet in andere vissoorten vanuit diversificatie door grotere bedrijven die zich meer en meer toeleggen op de groothandelsactiviteiten.

De werkgelegenheid die gerelateerd is aan de verwerking van en handel in haringproducten wordt geschat op 419 personen en 349 fte. Het aantal personen en fte is sterk gedaald ten opzichte van 2013. Toen ging het om respectievelijk 510 personen en 390 fte. Bij meerdere grote bedrijven zijn ondanks de omzetsijging steeds meer verwerkingsactiviteiten uitbesteed aan binnenlandse verwerkingsbedrijven (tabel 1.2). Hierdoor is er steeds meer sprake van een tweedeling tussen gespecialiseerde verwerkende- en groothandelsbedrijven. De toegenomen omzet bij deze bedrijven is vooral behaald in de toenemende groothandelsactiviteiten. Waar vroeger een of twee types visproducten werden verkocht aan afnemers, is het assortiment aanzienlijk uitgebreid. Dit eist vaak meer van de opslagcapaciteit dan per se in arbeidsactiviteiten, omdat de producten nog nauwelijks verdere verwerking behoeven. Doordat de omzet in haring niet zozeer is gestegen, is de werkgelegenheid ook niet toegenomen. Deze is eerder afgenomen omdat er steeds machinaal wordt verwerkt. De eerste verwerking (kaken, vriezen, pekelen enzovoort) voor de welbekende Hollandse maatjesharing gebeurt al decennialang in Noorwegen, Denemarken en Duitsland omdat de haring hier voornamelijk voor de kust wordt gevangen. De nabijgelegen verwerkingscapaciteit in deze landen geeft weer kwaliteits- en efficiëntievoordelen.

Grote haringverwerkende bedrijven geven echter aan dat Nederlandse bedrijven steeds minder zijn uitgerust om de haring te verwerken. Doordat er al decennia geen verse aanvoer van haring meer is in Nederland, is de meeste verwerking zoals het kaken en vriezen ook steeds meer naar de landen verschoven waar de vangst plaatsvindt. De verwerkingscapaciteit qua personeel en machines voor de haring in Nederland is door de jaren heen sterk gekrompen. Het fileren van haring wordt steeds vaker machinaal in plaats van handmatig gedaan. Deze verschuiving naar vaker in het buitenland en machinaal verwerken verklaart dan ook vermoedelijk de afname van de totale werkgelegenheid in de deelsector haringverwerking. Van het totale aantal personen is 90% werkzaam bij bedrijven met een omzet groter dan 10 miljoen euro. Dit is een vergelijkbaar beeld met 2013. Aangezien de omzet van deze grotere bedrijven is gestegen tussen 2013-2017 maar het aantal werknemers ongeveer gelijk is gebleven, is er sprake van een toegenomen arbeidsefficiëntie. Van het personeel bestond in 2017 ongeveer 71% uit productiewerknemers, 27% uit verkoop- en ondersteuningsmedewerkers en 2% uit directie. Op de vraag hoe bedrijven denken dat de omzet zich zal ontwikkelen in 2019, antwoorden de meeste grote bedrijven een gelijk beeld of lichte stijging te verwachten. Kleine haringverwerkers verwachten een kleine daling. Wat betreft werkgelegenheid zien de meeste bedrijven in de nabije toekomst geen veranderingen. Wel zijn de geïnterviewde bedrijven bezorgd over de geconstateerde vergrijzing onder haringinkopers.

Aanvoer en import

Zoals eerder beschreven, wordt de meeste haring door buitenlandse bedrijven gevangen en op maat (verwerkt) aangeleverd aan Nederlandse haringverwerkingsbedrijven. Vaak bestaat de verwerking in het buitenland uit het kaken, vriezen en/of pekelen van haring. Vooral vissers (bedrijven) uit Noorwegen, Denemarken, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk vangen de haring die voor de maatjes of Hollandse Nieuwe bestemd is. De meeste geïmporteerde haring voor Hollandse Nieuwe wordt gevangen in de Noordzee en het Skagerrak. Nederland kent zelf al lange tijd geen eigen aanvoer meer van verse haring. Naast de reeds in het buitenland verwerkte haring die wordt geïmporteerd, wordt er ook diepgevroren haring van Nederlandse trawlerrederijen aangekocht om te dienen als grondstof voor zure haringproducten, marinades en conserven. Doordat de import ook bestaat uit diepgevroren hele haring van buitenlandse trawlers in het bezit van Nederlandse pelagische reders, is het lastig om een nauwkeurig beeld te scheppen van de haringimport uit de handelsdata. In het verleden werd door Nederlandse bedrijven aangegeven dat ongeveer 10% van het totale volume vers gevangen haring uit de Noordzee en Skagerrak door de Nederlandse bedrijven (verder) werd verwerkt en verhandeld. De verwachting is dat dit beeld niet is gewijzigd. Wanneer de diepgevroren hele haring uit de handelsstatistieken niet wordt meegenomen, komt 66% van het importvolume van haring (met name bevroren filets, gepekeld of gekoelde haring maar exclusief diepgevroren hele haring) uit Noorwegen (zie figuur 1.1.), gevolgd door Denemarken (21%), Duitsland (4%), Verenigd Koninkrijk (2%) en overige landen (8%). Sommige van die buitenlandse verwerkingsbedrijven zijn in handen van Nederlandse bedrijven.



Figuur 1.1 Belangrijkste importlanden voor haring (exclusief diepgevroren hele haring) in 2018
Bron: Eurostat, 2019.

Op de vraag hoe het aanbod van grondstoffen zich komend jaar (2019) zal ontwikkelen, gaven bedrijven aan dat ze nauwelijks verandering verwachten. Het haringbestand bevindt zich al ruim 10 jaar boven het streefniveau voor maximaal duurzame oogst (ICES, 2019). De visserijdruk is laag en ontwikkelt zich stabiel. Wel geeft de International Council for the Exploration of the Sea (ICES) aan dat de aanwas van jonge haring terugloopt door een verslechtering van het paaibestand.

Productie en verwerking

Er vindt een duidelijke verschuiving plaats van bedrijven die de verwerking uitbesteden naar gespecialiseerde haringverwerking, met name in het binnenland (tabel 1.2). De concentratie van haringverwerking in Nederland vindt in toenemende mate plaats bij enkele gespecialiseerde bedrijven. In 2013 werd nog 64% van de haring in het eigen bedrijf verwerkt. In 2017 was dit nog gemiddeld 36%. Individuele gespecialiseerde bedrijven verwerken nog veelal 60-70% van de behaalde omzet zelf in producten. Grotere bedrijven die zich meer toeleggen op andere vissoorten en nieuwe haringproducten, besteden de haringverwerking steeds meer uit. De haringverwerking door buitenlandse bedrijven is stabiel met 18% in 2017, terwijl deze in 2013 19% bedroeg. De

belangrijkste buitenlandse verwerking vindt plaats in Duitsland, Denemarken, Noorwegen en Polen. Het kaken van haring is een belangrijke verwerkingsactiviteit die veelal in deze landen wordt uitgevoerd. Eenmaal in Nederland aangekomen wordt de haring verder verwerkt (vaak tot maatjesharing) en verhandeld.

In tegenstelling tot 2013 (14%) werd er in 2017 gemiddeld genomen geen verwerkte haring van gelieerde bedrijven in het buitenland aangekocht. Deze constatering is sterk afhankelijk van welk Nederlands bedrijf wordt bevraagd. Er zijn Nederlandse haringbedrijven die bijvoorbeeld in Noorwegen verwerkingsbedrijven in eigendom hebben. Dit aantal is echter beperkt. Het meest opvallend is de sterke toename van aangekochte verwerkte haring van Nederlandse bedrijven in 2017 (46%). Dit aandeel was in 2013 nog 3%. Zoals eerder beschreven heeft dit met name te maken met de verschuiving van kernactiviteiten tussen gespecialiseerde haringverwerkende bedrijven en groothandelsbedrijven die de haringverwerking uitbesteden. Tijdens interviews werd aangegeven dat de haringverwerking in Nederland steeds geconcentreerder en schaarser wordt. Dit is tevens een reden voor zorg, geven bedrijven aan, want de afhankelijkheid van buitenlandse verwerking neemt toe.

Tabel 1.2 Verwerking en productie haringverwerkende- en groothandelsbedrijven in 2013 en 2017

Verwerking (% van de omzet)	2013	2017
Verwerking door gelieerde bedrijven in het buitenland	14%	46%
Verwerking in eigen bedrijf	64%	36%
Aangekocht van buitenlandse bedrijven	19%	18%
Aangekocht van Nederlandse bedrijven	3%	0%
Totaal	100%	100%

Bron: Wageningen Economic Research, 2019.

Markt

Belangrijkste producten

Hoewel voor in Nederland gevestigde haringverwerkende bedrijven het merendeel van de omzet uit haringproducten bestaat, is een duidelijke verruiming van het assortiment zichtbaar met andere vissoorten. In tegenstelling tot 2013 werd er in 2017 minder omzet behaald met haringproducten. In 2013 bestond ongeveer 81% van de omzet uit haringproducten zoals gezouten en zure haring of maatjes gefileerd, in olie of gekookt. In 2017 was dit 54% van de omzet (tabel 1.3). De verklaring is dat steeds meer van origine haringverwerkende bedrijven zich toeleggen op de groothandel van andere vissoorten. Zo groeide de afzet van diepgevroren pelagische vissoorten zoals makreel en horsmakreel van 4% (2013) naar 12% (2017). De groep overige producten (anders dan haring) is ook gestegen, van 13% (2013) naar 33% (2017). Bij de overige producten waren de top 3 producten voor de omzet: verse en diepgevroren Europese platvis (12%), verse en diepgevroren rondvis zoals kabeljauw enzovoort (9%) en verse of diepgevroren niet-Europese rondvis zoals heek, Alaska pollack, koolvis enzovoort (5%).

Tabel 1.3 Omzet producten haringverwerkende- en groothandelsbedrijven in 2013 en 2017

Omzet producten (% van de omzet)	2013	2017
Diverse haringproducten (maatjes: gefileerd, in olie, gekookt; gezouten, zuur enzovoort)	81%	54%
Overige producten	13%	33%
Zeegevroren pelagische vis (pakken haring, (hors)makreel, blauwe wijting, sardinella)	4%	12%
Gerookte haring en makreel	2%	1%
Totaal	100%	100%

Bron: Wageningen Economic Research, 2019.

Verpakking

De omzetverdeling naar type verpakking tussen 2013 en 2017 gaf min of meer hetzelfde beeld. In 2013 werden gemiddeld genomen de meeste producten verkocht en geleverd als groothandelsverpakking, waarbij 36% als diepvries en 27% als vers (tabel 1.4). Het totaal marktaandeel van groothandelsverpakkingen is iets toegenomen, maar opvallend is dat de verhouding tussen vers en diepvries is omgekeerd naar respectievelijk 28% diepvries en 39% vers. Doordat deze deelsector een klein aantal bedrijven kent, zijn de onderlinge verschillen groot voor de omzetverdeling naar verpakkingsvorm per individueel bedrijf. De haringverwerkende bedrijven die hoofdzakelijk meer haring fileren dan de meer groothandelsbedrijven, lieten een groei zien in de afzet van verse maatjesharing richting het kanaal groothandel (waaronder binnenlandse visdetailhandel). De verwerking naar consumentenverpakking had een totaal aandeel van 24% in 2017 (vergelijkbaar met de 26% in 2013), bestaande uit diepvries (16%) en vers (8%). Opvallend is dat het aandeel vers hier gedaald is in vergelijking met 2013 (-7%), terwijl dat van diepvries is toegenomen (+5%). De toename in diepvries consumentenverpakking was vooral te merken doordat grotere haringverwerkers hier een groot aandeel kenden in de totale omzet. De resterende verpakkingsvormen bestonden uit conserven (8%) en maaltijden en/of maaltijdcomponenten (1%).

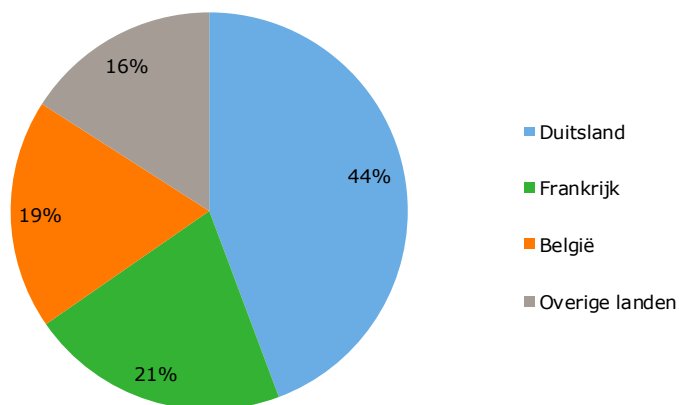
Tabel 1.4 Presentatie en verpakkingsvorm

Verpakking eindproduct (% van de omzet)	2013	2017
Groothandelsverpakking	63%	67%
Groothandelsverpakking diepvries	36%	28%
Groothandelsverpakking vers	27%	39%
Consumentenverpakking	26%	24%
Consumentenverpakking diepvries	11%	16%
Consumentenverpakking vers	15%	8%
Conserven	11%	8%
Maaltijden en/of maaltijdcomponenten	0%	1%
Totaal	100%	100%

Bron: Wageningen Economic Research, 2019.

Afzetmarkt

De belangrijkste afzetmarkten voor verwerkte haringproducten uit Nederland (naar exportwaarde, exclusief diepgevroren hele haring) zijn Duitsland, Frankrijk en België (figuur 1.2). Respectievelijk is het aandeel per land: 44%, 21% en 19%. Het resterende aandeel van overige landen bedraagt 16%. Duitsland blijft de belangrijkste afzetmarkt, met name voor de maatjesharing en zure haringproducten. In eerdere jaren behoorde Polen ook tot de top drie exportlanden maar de export naar dit land is in de laatste jaren sterk teruggelopen. Ook Rusland was een van de grootste afzetmarkten, maar vanwege het importverbod door de Russische overheid op visproducten uit de EU is de afzet naar dat land weggefallen ten opzichte van 2013.



Figuur 1.2 Belangrijkste exportlanden voor haring (exclusief diepgevroren hele haring) in 2018
Bron: Eurostat, 2019.

De binnenlandse afzetmarkt was qua aandeel van de omzet in 2017 (tabel 1.5) steeds belangrijker geworden voor haringverwerkende bedrijven. In 2013 werd nog bijna de helft van de omzet (46%) in het buitenland verdiend, waar dit in 2017 nog slechts 19% was. Daarbij was de binnenlandse afzet toegenomen van 54% (2013) tot 81% (2017). De belangrijkste verandering in de periode 2013-2017 was de afname in de afzet richting de buitenlandse visgroothandel met gemiddeld 28% (van 31% naar 3%). Tegelijk was de verkoop aan de binnenlandse visdetailhandel sterk gestegen van 20% naar 51%. Dit kan deels verklaard worden door de samenstelling van bedrijven die hebben deelgenomen aan de gegevensverzameling. Echter, bij zowel grotere als kleinere bedrijven is duidelijk te zien dat de Nederlandse markt de belangrijkste afzetmarkt is. De twee belangrijkste kanalen daarbij waren de Nederlandse supermarkten en de binnenlandse visdetailhandel (visspecialzaken en dergelijke). Enkele verwerkende- en groothandelsbedrijven hebben in 2017 driekwart van de omzet in haring aan de ambulante haringhandel (zoals viskramen) en visdetailisten (viswinkels) geleverd. De meerderheid van hun omzet werd al verdiend aan de Nederlandse visdetailhandel, maar was verder toegenomen door een toenemende vraag vanuit dit kanaal dat zich wil onderscheiden met de kwaliteit en beschikbaarheid van de haring in het steeds kortere haringseizoen voor consumenten. In de handelstatistieken is terug te zien dat met name de verse of gekoelde haringfilets vanaf 2015 sterk zijn afgenomen in de export, in het bijzonder naar Duitsland en in minder sterke mate naar Frankrijk. Vermoedelijk zijn de verse of gekoeld verwerkte haringproducten steeds vaker bestemd voor Nederlandse afnemers in de plaats van het buitenland.

Tabel 1.5 Afzetkanalen van haringverwerkende bedrijven in 2013 en 2017

Afzetkanaal (% van de omzet)	2013	2017
Buitenland	46%	19%
Grootwinkelbedrijven	6%	7%
Buitenlandse visdetailhandel	0%	4%
Visverwerkende bedrijven	5%	3%
Visgroothandel	31%	3%
Andere groothandel in het buitenland (importeur, agenten food, diepvries)	0%	1%
Grootverbruik	4%	1%
Binnenland	54%	81%
Visdetailhandel	20%	51%
Grootwinkelbedrijven	10%	19%
Visgroothandel	11%	6%
Visverwerkende bedrijven	0%	4%
Grootverbruik	3%	1%
Overige groothandels	1%	0%

Bron: Wageningen Economic Research, 2019.

Ontwikkelingen en perspectief

Ontwikkelingen in de afgelopen vijf jaar

Het aanbod van grondstoffen is stabiel blijkt uit de gesprekken met haringverwerkende- en groothandelsbedrijven. De concentratie van haringproductie is toegenomen waardoor de verwerking bij enkele gespecialiseerde bedrijven in Nederland ligt. De grotere bedrijven kennen vaak naast de haringverwerking nog andere bedrijfsactiviteiten gericht op andere vissoorten door strategische samenwerkingsverbanden of door overname(s). De vangst en verwerking van haring vindt vooral in Noorwegen en Denemarken plaats. Een ontwikkeling is dat de Duitse markt in toenemende mate wordt bediend door in Polen gevestigde bedrijven, waar de arbeidslonen veel lager liggen. Nederlandse haringverwerkende bedrijven willen daardoor steeds nauwer betrokken zijn bij de vangst en verwerking door samenwerking met of overname van deze buitenlandse bedrijven. Net als in voorgaande jaren staan de marges op het product volgens meerdere Nederlandse bedrijven nog steeds onder druk. De bedrijven zeggen unaniem dat de marges gemiddeld genomen zijn verslechterd. Enkele bedrijven geven aan dat deze verbeterd zijn door strategische samenwerking of overnames waardoor de onderhandelingspositie verbeterd is. Daarentegen zijn de winsten gelijk gebleven. Bedrijven geven hier niet meteen een duidelijke verklaring of reden voor. Aangegeven wordt dat haring sterk seizoensgebonden is. De kwaliteit van haring is onder andere afhankelijk van het vetpercentage. Het is en blijft een natuurproduct waarbij het ieder jaar afwachten is hoe de kwaliteit zal zijn en of deze tijdig op de markt kan komen voor het kortere seizoen voor de consument. De afgelopen jaren kwam er minder kleine haring op de markt, zo geven Nederlandse verwerkers aan. De financiële positie van bedrijven is stabiel. Met name gespecialiseerde verwerkende bedrijven geven aan dat de concurrentiepositie ten opzichte van buitenlandse bedrijven verslechterd is. In de interviews met bedrijven werd hier geen specifieke reden voor genoemd naast de algemene trend dat in Nederland gevestigde bedrijven een steeds kleinere rol krijgen in het verwerkingsproces van de haring. Hierdoor neemt de afhankelijkheid van aanlevering en kwaliteit toe voor bedrijven die geen eigen aanvoer, samenwerking of integratie met de buitenlandse leveranciers kennen. Ook wordt de vergrijzing van consumenten van haring vaak genoemd als een zorg. Bedrijven zien dat de consumptie van haring door jongere consumenten beperkt blijft of verder afneemt in Nederland. Bedrijven zijn bang dat als de huidige jonge generatie haring niet meer weet te waarderen, ze dat ook niet zullen doen op latere leeftijd. Verder is er in de sector veel te doen over drastische lagere vangstadviezen doordat biologische onderzoekers een onverwachts afnemende visstand lijken te meten. Bedrijven ervaren het als teleurstellend, als later moet worden teruggekomen op eerdere zorgelijke berichtgeving van diezelfde onderzoeksorganen. Het kwaad is dan volgens de geïnterviewden al geschied, want burgers zien de rectificaties niet, waardoor verkeerde beelden blijven bestaand.

De vraag naar duurzaamheid neemt toe, zo geven bedrijven aan, met name vanuit het retailsegment. Afnemers zijn vaak niet bereid te betalen voor de duurzaamheidscertificering, terwijl verwerkers vaak meer betalen voor het inkopen van gecertificeerde producten. De schorsing van het MSC-label voor makreel door de vermoedelijke bedreiging (welke later werd bijgesteld) van het visbestand in de Noordoost Atlantische oceaan heeft een negatieve invloed gehad op de verkoop en het vertrouwen in het product (makreel) naar de retail. De angst bestond dat dit ook effect kon hebben op de verkoop van haring, maar dat bleef uit.

Een ander punt van zorg is de Brexit, waardoor wateren gesloten kunnen worden voor haringvangst door Europese visserijbedrijven. Ook bevindt een belangrijk deel van de aanwas (paaigebied) van de haring zich in Britse wateren ten noorden van de Schotse kust. Nederlandse bedrijven geven aan dat onderhandelingen tussen de EU, Noorwegen en het VK over het duurzaam beheer en vangstrechten voor de migrerende haring bemoeilijkt kunnen worden bij een No Deal van de Brexit, wanneer er dus geen duidelijk afspraken kunnen worden gemaakt tussen het VK en Europa.

Perspectief

Samenvattend zijn de grootste uitdagingen voor de toekomst van haringbedrijven in Nederland: een vergrijzende consument, promotiecampagnes voor een (ver)nieuw(d) productimago en marketing om nieuwe (export)markten en klantsegmenten aan te boren.

De aanvoer en verwerking van haring is de laatste jaren stabiel. De afzet naar binnenlandse en buitenlandse visdetailhandel neemt toe in omzet. De markt voor haring is traditioneel en de

consument vergrijst, wat leidt tot bezorgdheid bij de haringverwerkende bedrijven. De taak voor de gehele haringsector is nieuwe markten aanboren. In beperkte maar toenemende mate worden door middel van promotiecampagnes nieuwe consumentsegmenten (met name jongeren) gestimuleerd haring te consumeren. Zo heeft Het Nederlands Visbureau afgelopen jaar sterk ingezet op de campagne Hollandse Nieuwe Stijl. Daarbij wordt de haring als nieuw product in diverse producten gepresenteerd in grote steden van Nederland door middel van bijvoorbeeld mobiele foodtrucks of pop-up tasting (stands midden op straat). Het belang is om ook jonge generaties bekend te maken met de veelzijdigheid die haring kan bieden. Innovatieve gerechten met haring zijn bijvoorbeeld verrassende taco's, bijzondere salades, originele sushi en zelfs culinaire gerechten op sterrenniveau. De doelgroep is met name millennials (iedereen geboren tussen 1980 en 2000), die volgens de campagnemakers continu op zoek zijn naar nieuwe ervaringen en veel waarde hechten aan authenticiteit. Daar hoort ook het experimenteren met oer-Hollandse producten als haring bij. Daarnaast wil de sector met haring inspelen op een gezonde levensstijl die voor deze generatie steeds belangrijker wordt. Hier liggen kansen om haring als superfood meer te promoten. Ook in Duitsland en Noorwegen wordt veel promotie gedaan met haring uit Nederland. Bijvoorbeeld tijdens de Grühne Woche in Duitsland en tijdens de visbeurs North Atlantic Seafood Conference in Bergen. De start van het haringseizoen met de veiling van het eerste vaatje Hollandse Nieuwe blijft een essentieel onderdeel van de haringpromotie. Maatjesharing is een traditioneel product met een sterke marktpositie. Aan de andere kant is het hierdoor lastig om nieuwe haringproducten op de markt te brengen. Nieuwe markten voor haringproducten worden voorzichtig verkend, zoals Azië en Oost-Europa. Doordat jongere consumenten in belangrijke buitenlandse afzetmarkten niet automatisch het eetpatroon van haring door de vergrijzende kopers overnemen, staan de Nederlandse haringbedrijven ook hier voor een uitdaging. Extra marketinginspanningen kunnen worden ingezet om nieuwe klantsegmenten (zoals gezondheidsbewuste consumenten) of geheel nieuwe exportmarkten aan te boren.

Appendix Methodiek

Bijgaande factsheet over de verwerkende- en groothandelsbedrijven voor de haringverwerking is gebaseerd op een analyse van zowel algemene gegevens als specifieke individuele bedrijfsgegevens. Om deze gegevens te verzamelen is gebruik gemaakt van een aantal bronnen:

- Een inventarisatie van de bedrijven in de visverwerkende industrie is gebaseerd op de gegevens van de Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit (NVWA) en ter benchmark de lijst van het voormalig Productschap Vis. Tegelijk is bij de Kamer van Koophandel (KvK) gecontroleerd of ieder geselecteerd bedrijf in 2017 nog actief was onder de vermelde naam.
- Alleen bedrijven met een omzet hoger dan 1 miljoen euro in 2017 zijn geselecteerd. Deze minimale drempelwaarde van 1 miljoen euro wordt gehanteerd om daarmee de economisch actieve verwerkende- en groothandelsbedrijven te onderscheiden van de passieve ondernemingen. Of van bedrijven waarbij visproducten (inclusief schaal- en schelpdieren) slechts een klein aandeel vertegenwoordigen in een breed assortiment van voedingsproducten.
- Bedrijven zijn ingedeeld naar deelsector op basis van het belangrijkste product in omzet. Wanneer dit haringproducten waren, zijn de bedrijven voor deze deelsector geselecteerd.
- Onder alle bedrijven is een digitale enquête verspreid met vragen over de bedrijfsomvang, omzetgegevens, herkomst van grondstoffen, verwerkingsactiviteiten, in- en verkoopstromen, afzetkanalen, werkgelegenheid, (duurzaamheid)certificering, trends, ontwikkelingen en perspectieven. Deze enquête was gelijk aan die van het voorgaande onderzoek naar de economische prestaties van de visverwerkende- en groothandelssector in Nederland (Beukers, 2015).
- De verzamelde bedrijfsgegevens zijn geaggregeerd tot sectortotalen waarbij individuele bedrijfsgegevens niet zijn terug te leiden.
- Met een aantal bedrijven in de sector zijn face-to-face diepte-interviews gehouden om de gegevens te duiden en verder in te gaan op de trends en ontwikkelingen.
- De bedrijven die niet hadden gereageerd op de digitale enquête zijn telefonisch benaderd met een ingekorte versie van de vragenlijst. In deze ingekorte vragenlijst is alleen gevraagd naar de bedrijfsomzet in vis, schaal- en schelpdieren, de werkgelegenheid (aantal arbeidsplaatsen en aantal fte), de verdeling van de omzet over export en afzet op de binnenlandse markt, en de verdeling van de omzet over de belangrijkste producten.
- Informatie over de import en export van de producten in deze deelsector zijn verkregen vanuit de internationale handelsstatistieken (Eurostat).
- Informatie over de grondstofvoorziening (vangsten, productie enzovoort) zijn uit verschillende bronnen verkregen en worden als zodanig in de tekst benoemd.
- Van de bedrijven waarvan geen individuele informatie is verkregen, zijn de omzet en werkgelegenheid gebaseerd op informatie van de KvK voor het jaar 2017. Wanneer deze gegevens voor specifiek het jaar 2017 ontbraken, werden deze geschat op basis van bedrijfsgegevens die in eerdere jaren bij de KvK zijn ingediend. Aangezien het aantal werknemers niet altijd in fte wordt vermeld, is aangenomen dat 85-90% van het aantal personeelsleden uitgedrukt kan worden in fte. Deze aanname is gebaseerd op de beschikbare resultaten en interviews met bedrijven.

Tabel 1.6 Overzicht van de verzamelde data die zijn gebruikt als basis voor deze factsheet

Bron	Aantal waarnemingen	Aandeel bedrijven
Totaal aantal bedrijven	9	100%
Digitale enquêtes	3	33%
Telefonische enquêtes	1	11%
Diepte-interviews	4	44%

Bron: Wageningen Economic Research, 2019

Referenties

Beukers, Rik, 2015. De Nederlandse visverwerkende industrie en visgroothandel; Economische analyse van de sector, ontwikkelingen en trends. Wageningen, LEI Wageningen UR (University & Research centre), LEI Report 2014-026. 84 blz.; 20 fig.; 44 tab.; 7 ref.

ICES, 2019. Vertaald door Wageningen Marine Research:

<https://www.wur.nl/nl/nieuws/Economisch-belangrijkste-doelsoorten-voor-de-Nederlandse-visserij-staan-er-goed-voor.htm>

Contact

Wageningen Economic Research
Postbus 1, 2501 AA Den Haag
2595 BM Den Haag
www.wur.nl/economic-research

Geert Hoekstra
Economisch onderzoeker
T +31 (0)70 335 8330
E geert.hoekstra@wur.nl

2019-079a