

*Pangasius belangrijke volumemaker*

## **Meer vis op tafel tijdens crisis**

Door: Nederlands Visbureau

**Ondanks de economische crisis heeft de Nederlandse consument in 2009 niet bezuinigd op de aankoop van vis voor thuisverbruik. Dit bleek afgelopen maart tijdens de, door het Nederlands Visbureau georganiseerde, presentatie van de visconsumptiecijfers voor huishoudelijk gebruik. De visconsumptie is het afgelopen jaar met 4 procent gestegen naar ruim 57.000 ton. In geld werd in 2009 ruim 512 miljoen euro aan vis uitgegeven, ook een toename van 4 procent ten opzichte van 2008. Vooral tonijn in blik, gezouten haring, (diepvries) pangasius en zalm hebben het goed gedaan.**

Na twee jaar van stabilisatie liet 2009 weer een groei in het aantal kopende huishoudens zien. Ten opzichte van 2008 hebben 99.000 nieuwe huishoudens vis op tafel gezet. Ook at de Nederlander gemiddeld meer vis: 3,6 kilo vis in 2009, ten opzichte van 3,1 kilo in 2004. Wel zijn we minder frequent vis gaan kopen, een keer in de drie weken. De Nederlander at in 2009 in kilo's het meest tonijn in blik, op de voet gevolgd door (diepvries) pangasius. Belangrijke omzetmakers zijn gezouten haring en zalm. Supermarkten pakken het grootste gedeelte van de omzetgroei, naast de visspecialzaak.

Steeds meer jonge huishoudens onder de 35 jaar zijn vis gaan kopen, maar blijven achter op de bovenliggende leeftijdsklassen. "Voor de vissector ligt er een uitdaging om ook deze groep in contact te brengen met hogere viskwaliteiten", benadrukt Arjan van der Sande Lacoste van marktonderzoeksbureau GfK. De vijftigplussers, die ook meer met hun gezondheid bezig zijn, blijven nog steeds de grootverbruikers van vis. Het groeiende bewustzijn voor de gezondheidsaspecten van vis, een lage gemiddelde instapprijs van (diepvries) pangasius en de toegenomen algemene aandacht voor vis zijn andere oorzaken voor de positieve ontwikkeling in de consumptie.

Om de jonge huishoudens te stimuleren meer vis te eten, richt het Nederlands Visbureau zich in 2010 met de campagne 'Van vis krijg je nooit genoeg' op deze consumentengroep. Radiocommercials, advertenties, demonstraties tijdens evenementen en een geavanceerde internetsite [www.visrecepten.nl](http://www.visrecepten.nl) helpen de consument op weg.