

Wie het kleine niet Duurzame vis loont

Bart van Olphen is de mede-oprichter van het duurzame vismerk Fish Tales. Het merk werkt met kleinschalige visserijen die de visstand gezond en in tact houden. Daarmee biedt Fish Tales de consument een duurzaam alternatief aan verse vis en conservenvis.

Bijvangst in de reguliere visserij met grote trawlers is een groot probleem.

eert

TEKST
Kirsten Dorrestijn

ILLUSTRATIES
Janny Bosman, Fish Tales
en Tara Lambourne

Hij heeft een jetlag, want hij is net terug van een werkreis naar Alaska. Samen met een cameraman en de impact manager van Fish Tales heeft hij er de wilde zalm-visserij-gemeenschap bezocht waarmee ze samenwerken. Bart van Olphen (52) richtte in 2014 samen met compagnon Harm Jan van Dijk dit duurzame vismerk op. Het bedrijf werkt nu samen met zo'n twintig kleinschalige, duurzame visserijen over de hele wereld en levert behalve aan supermarkten en groothandels in Nederland, ook aan België, Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland en binnenkort ook aan Engeland. Bovendien verovert het merk gestaag de Amerikaanse markt.

Hoe ben je in de viswereld terechtgekomen?

“Als kind vond ik vis al machtig. We gingen weleens naar Parijs waar we dan een plateau fruits de mer bestelden. Na de Hogere Hotelschool ging ik als kok in driesterren-restaurants in Parijs werken. Vis vond ik het meest uitdagend om mee te koken. Later ging ik in een restaurant in Amsterdam werken. In de media hoorde ik weleens dat mensen niet veel vis eten. Eens in de veertien dagen en dan geijkte soorten zoals haring of gebakken vis. Maar in dat restaurant zag ik mensen andere vis bestellen: oesters, tonijn of zeewolf. Destijds lag bij de reguliere viswinkels niet meer dan zalm, kabeljauw, haring en gebakken vis in de vitrine. In 2002 startte ik een viswinkel op de Utrechtsestraat in Amsterdam met een ander assortiment, een soort visbelevingswinkel. We boden ook de juiste wijn erbij aan, kruiden en kookboeken. De mensen achter de toonbank waren kok geweest zodat ze uitleg konden geven hoe de vis te bereiden. Mensen willen wel nieuwe soorten proberen, maar vinden het eng. Ze weten vaak niet hoe ze die moeten bereiden. De winkel heb ik

uiteindelijk elf jaar gehad. In het begin kreeg ik veel publiciteit door het andere assortiment. Drie jaar later ging ik me puur focussen op duurzaam gevangen vis en daarvoor kreeg ik veel aandacht.”

Hoe ging die stap naar duurzaamheid?

“Toen ik startte was ik me nog niet bewust van de verschillen. Er stond op een gegeven moment iemand in de winkel die zei: ‘Tachtig procent van de vis die hier ligt, is van niet duurzame afkomst.’ Toen realiseerde ik me dat er ook zo iets als duurzaam gevangen vis bestaat. Ik ben me erin gaan verdiepen. Het is toch vreemd dat we onverantwoord omgaan met het enige voedsel dat we nog uit de wildernis halen? Als het er niet meer is, is het er ook echt niet meer. Ik ging vragen bij mijn toeleveranciers hoe het zat en die kwamen niet verder dan: ‘Alle vis is duurzaam’ of ‘duurzame vis bestaat niet’. Ik ben me gaan verdiepen in het MSC-keurmerk dat toen nog niet zo lang bestond. Er waren destijds zestien visserijen MSC-gecertificeerd, onder andere in Alaska, de westkust van Amerika, Vietnam, Australië, Zuid-Engeland en Zuid-Afrika. Vervolgens ben



Kleinschalige visserij op zalm kan ook economisch duurzaam zijn.

ik een reis gaan maken om die visserijen te bezoeken. Ook om die vis in mijn winkel te krijgen.”

Dat is een grote investering...

“Ik kon de reis maken omdat ik een boekcontract kreeg bij een Engelse uitgeverij en MSC een deel financierde. Het werd een kookboek in combinatie met reisverhalen over



de duurzame visserij, met als doel om deze op de kaart te zetten: *Het Fishes Kookboek* (Fontaine Uitgevers, 2009 – ook in het Engels verschenen red.). Twee van die vissen heb ik uiteindelijk ook in mijn winkel verkocht. Ik was op dat moment de enige die op een bewuste manier duurzaam gevangen vis aanbood. Zo hebben we op een gegeven moment ook de stap naar de supermarkten gezet. Ik kon de vis makkelijker naar Europa halen als ik meer afzetkanalen had.”

Hoe was het om die kleinschalige, duurzame visserijen te zien werken?

“De reguliere visserij kent gigantische schepen met massale vangst en veel bijvangst. Maar de MSC-gecertificeerde visserijen die ik bezocht waren anders. Die zijn uniek. De mensen spreken heel anders over hun werk, ze kiezen bewust voor deze manier van vissen en ze kunnen dat veel massaler doen.”

die visserijen. Ons doel is om de wereld van vis te verduurzamen én mensen bewust te maken. We hoeven helemaal niet minder vis te eten, maar moeten wel goede keuzes maken. Er is een alternatief. Om de grote massa te bereiken bieden we soorten zoals zalm, mosselen en tonijn. Kijk, ik krijg jou niet zo gemakkelijk van zalm over op pieterman. Of van zalm naar schol. Maar wel van niet-duurzaam gevangen zalm naar duurzaam gevangen zalm. De visserijen waar we mee werken, vissen zo dat het visbestand gezond en in tact blijft, waardoor je altijd kunt blijven vissen. De zalmvisserij in Alaska bijvoorbeeld, telt met ‘fish wheels’ molens, sensoren en dammen in de rivier, hoeveel zalmen er de rivier opkomen. Als het er genoeg zijn voor genoeg aanwas, mogen ze er op voorafgestelde tijden op vissen. Dat is een voorbeeld voor de wereld. Zo kun je oneindig blijven vissen.”



Fair Trade tonijn wordt op duurzame wijze met de hengel gevangen.

Het is toch vreemd dat we onverantwoord omgaan met het enige voedsel dat we nog uit de wildernis halen? Als het er niet meer is, is het er ook echt niet meer.

Dat was het begin van Fish Tales?

“We besloten een merk op te richten voor de retail. Daardoor liggen we nu bij bijna alle grote supermarkten: Albert Heijn, Dirk van den Broek, Plus, Deka en de Jumbo. Alle visserijen waarmee we werken zijn MSC-gecertificeerd. We zijn ook het enige merk dat contact heeft met al

Wat verkoopt Fish Tales en overstijgt de vraag soms niet het aanbod?

“Een twintigtal visproducten, waaronder visconserven: zalm, tonijn, sardines, ansjovis, makreel en mosselen. We doen ook verse vis, zoals mosselen en gerookte zalm. Mosselen halen we uit

Nederland, want die groeien hier. Bij duurzame visserij geldt trouwens alleen het aanbod. We zijn nog niet bij de limiet, daar zijn we nog te klein voor. 20 tot 25 procent van de oceanen wordt heel goed bevestigd. Dat gaat om heel veel kilo's. Vissers werken ook graag met ons samen omdat wij hun verhaal vertellen.”

Wie eet er wel eens pieterman?



Volgens Bart van Olphen kan de consument vandaag de keuze maken.





Via qr-codes op de producten kunnen consumenten filmpjes zien waar de vis vandaan komt. Worden die veel bekeken?

“Dat weet ik niet, maar we gebruiken de content ook bijvoorbeeld als ik bij *Tijd voor Max* iets vertel, of voorheen bij *Koffietijd*, of in *Foodies Magazine*. Ons doel is om zoveel mogelijk mensen bekend te maken met visserijen die het goed doen. De beelden laten zien, doet iets met mensen. Door de emotionele benadering denken mensen: daar wil ik wel aan bijdragen.”

Duurzaamheid is een ‘hot topic’. Zie je concurrenten opstaan?

“Nog te weinig. Ik hoop dat iedereen deze kant op gaat. We zijn best wel groot aan het worden in Amerika. Daar liggen we bij de grootste retailer van de wereld. We willen die voortrekkersrol hebben, om zowel de consument als de inkopers van supermarkten te laten zien dat het anders kan. Ik zie de inkopers van supermarkten langzaam veranderen, maar dat is een reactief proces, niet proactief. Het gaat vaak met veel tegenzin, maar de consument vraagt erom. Iedereen aan wie je vraagt ‘Wil je dat jouw kinderen later ook nog vis

blijven eten’ zou dat bevestigend beantwoorden. Maar dan komt het heikele punt: wil je er moeite voor doen, een omweg voor maken en er meer voor betalen? Dan gaat het qua bedrag nog niet eens om zo’n groot verschil als bijvoorbeeld tussen reguliere kip en biologische kip.”

Je tiende boek verschijnt volgend jaar. Waar gaat het over?

“Al mijn boeken hebben een haakje met vis. Zo heb ik ook *Vis uit Blik* geschreven, over koken met geconserveerde vis. Mensen hebben vaak de indruk dat die niet zo lekker is, maar dat komt doordat supermarkten jarenlang het goedkoopst mogelijke hebben ingeslagen. Mijn nieuwste boek gaat over vis van de barbecue. Er wordt veel vlees op de barbecue gegeten, maar mensen vinden het vaak ingewikkeld om er vis op te leggen: het velletje blijft plakken, hij valt door het rooster, de vis wordt droog of hij blakert zwart. In de landen waar ik kleinschalige visserijen bezoek, wordt de vis juist vaak op vuur gebakken. Daar heb ik inspiratie opgedaan.”

Jullie verkopen behalve wilde vis ook kweekzalm. Waarom?

“Kweken is een oplossing voor de visbestanden in oceanen. Maar wat ik niet begrijp is dat je kweekzalm 5 kilo aan wilde vis voert, terwijl je er maar 1 kilo zalm voor terug krijgt. Een jaar geleden ontmoette ik Alf Knutsen van het eiland Indre Kvarøy bij de Poolcirkel, die al drie generaties bezig is om het ideale visvoer te kweken. Nu heeft hij nog maar 480 gram wilde vis nodig om tot 1 kilo gekweekte vis te komen. De rest is plantaardig. Bovendien gebruikt hij afsnijdsels van filets, van MSC-gecertificeerde visserij. Ik was daarvan onder de indruk en vond dat wij het in het assortiment moesten hebben. Er zijn meerdere kwekers die het goed doen, maar ik vind wel dat het lekker moet smaken.”

Wanneer de hele visserij wereldwijd duurzaam is, is jouw doel dan behaald?

“Die missie komt nooit af. Duurzaamheid is een rekbaar begrip.

Duurzaamheid vanuit mariene biologie is één, maar sociaal economisch is een tweede. Veel mensen die afhankelijk zijn van visserij leven in ontwikkelingslanden. 15 procent leeft in een soort van slaafachtige omstandigheden. De visserijgemeenschappen zijn dus ook belangrijk om je op te richten. Daarom ben ik trots dat we de eerste Fair Trade MSC-visserij hebben begeleid naar deze certificaten. Wat dierenwelzijn betreft, zijn we ook nog in een primair stadium. Als je kijkt naar tonijn in Indonesië zou die wat diervriendelijker kunnen worden gedood. En we kunnen nadenken hoe we de CO₂-uitstoot kunnen reduceren, bijvoorbeeld door vissers met zonnepanelen te laten varen in plaats van met aggregaten. Er is nog zo veel te doen. En we hebben ook geen keus. Over tien, twintig, dertig jaar bestaat er alleen nog maar duurzame vis, of de vis bestaat niet meer. Dat is de essentie van het begrip duurzaamheid. Met vis zijn we heel dichtbij de grens. Met paling en rog om er twee te noemen, moeten we echt voorzichtig zijn. Vaak is de weg



Wereldwijd werken vissers onder de vlag van Fish Tales aan het verduurzamen van de visserij.

naar duurzaamheid nog heel lang, maar de consument kan vandaag de keuze maken, want het duurzame alternatief is er.”