

Concurrentie uit Amerika?

Channel catfish introductie op de Europese markt

vertaald en bewerkt door Ronald Faber

Dit verhaal is een vrij vertaalde weergave van een artikel uit Seafood International (februari 1995) getiteld "Catfish heading into Europe". Het is geschreven door Herby Neubacher die uitlegt waarom de catfish uit het zuiden van Amerika het helemaal gaat maken op de Europese markt. Op nummer vijf in de Amerikaanse seafoodranglijst, en op de menukaart van de meest gerespecteerde restaurants, is de Channel catfish zijn positie aan het verstevigen als Amerika's meest favoriete vis.

De vis uit het verre zuiden heeft het gemaakt. Na tonijn, Alaska pollack, zalm en kabeljauw, komt de catfish als de meest populaire en is het een compleet succesverhaal geworden. Het vlees met hoog eiwit en laag vet gehalte heeft een zeer fijne smaak. Het is bovendien erg veelzijdig en kan bijna op alle manieren worden bereid, gefrituurd, gebakken, gestoomd, gegrild.

Net als kip is de catfish nu beschikbaar in een variëteit aan vers, ingevroren en verwerkte producten en te koop in supermarkten door heel de Verenigde Staten.

De reden van het grote succes is het dynamische marketingbrein, "The Catfish Institute" in Belzoni, Mississippi in het centrum van de catfishproductie.

Het "Institute" dat in 1986 door de producenten in het leven is geroepen heeft de consumptie zien stijgen van 186 g naar 426 g per persoon per jaar.

Channel catfish

De catfish (*Ictalurus punctatus*), "channel catfish" of "cat" is een kleine soort uit de familie van de zoetwatermeervallen. Het leefgebied zijn grote rivieren en meren in de zuidelijke sta-

ten van Amerika. De vis heeft 4 baarddraden, een schubloze huid en is blauwig van kleur. Zijn verschijning is slank en beweeglijk, het vlees stevig en zonder enige vorm van overtollige vet. Deze soort is gemakkelijk te herkennen in vergelijking met andere meervalsoorten door zijn gevorkte staart. Ze kunnen 40 jaar oud worden en een lengte bereiken van 1.2 meter en een gewicht van 26 kg.

Productie

Ongeveer 1.000 kwekers in Mississippi, Alabama, Arkansas en Louisiana produceren in 600 m² km water 200.000 ton jaarlijks. De catfishproductie is in Amerika gestegen van 2.600 ton in 1970 naar 225.000 in 1993. In de vijvers groeit de catfish van 60 g, het uitzetgewicht, naar een gemiddeld gewicht van 500-600 g. Het groeitraject duurt ongeveer 18 maanden, eerst in de hygiënische omstandigheden van de hatchery, nursery en dan in de kweekvijvers. De catfish groeit onder normale omstandigheden, in natuurlijke vijvers.

Verwerking

Drie weken voordat de vissen geoogst worden wordt een monster naar het verwerkingsbe-

drijf gestuurd voor een smaaktest. De vis wordt gefileerd, en daarna gekookt in een gesloten plastic zak in de magnetron en geproefd. Het resultaat moet een typische catfish smaak hebben is dit niet het geval dan worden de vissen niet geaccepteerd. Deze test wordt herhaald 1 dag voor de oogst. Voordat de verwerking begint worden de vissen ook veterinair en microbiologisch gecontroleerd. Als alle controles zijn goedgekeurd dan kan de verwerking beginnen. De vis wordt levend aangevoerd op het verwerkingsbedrijf, gedood (electrisch verdoofd en onthoofd), gefileerd en snel ingevroren. Een uur na binnenkomst verlaten de filets de vriestunnel.

Produkten

De meeste verwerkers zijn uitgerust met Baader 184 fileermachines die zowel heel als ontarmde vis kunnen fileren. De vissen worden onthuid na het fileerproces. De afwerking van de filets gebeurt handmatig, waarbij achtergebleven stukken vel, vin of graten worden verwijderd. De filets worden in verschillende vormen verkocht. Het belangrijkste produkt is de "shank" filet, een catfish filet waarvan de buikflap, de nugget (10-15 g), is weggesneden. De

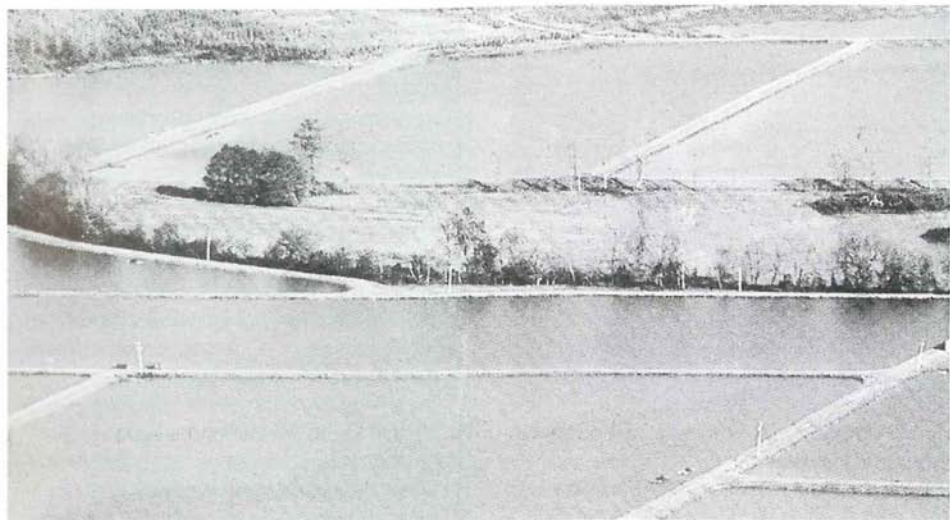
nuggets worden ingevroren en verkocht als halffabriekaat. Daarna worden er 2 cm dunne stroken diagonaal van de "shank" afgesneden en later gepaneerd en voornamelijk verkocht aan snackbars. Een gedeelte van de vis wordt zonder huid verwerkt tot steaks, schijven van 2-3 cm dik. Ongeveer 60 procent van de geproduceerde catfish wordt ingevroren verkocht, de overige 40 procent vers. De vis wordt in speciale koelkamers met vloeibaar stikstof afgekoeld tot -25 °C in een half uur tijd.

Promotie

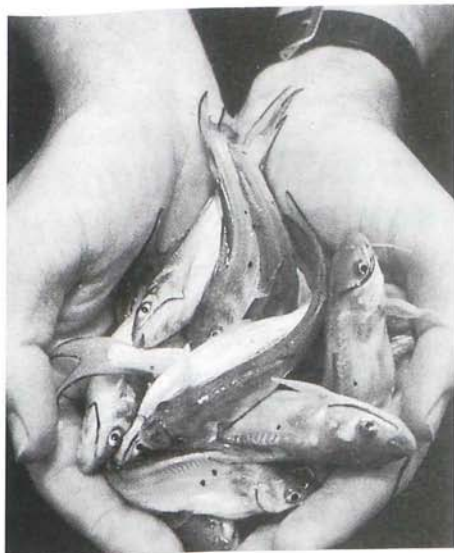
In de afgelopen jaren is \$16 miljoen uitgegeven aan advertenties en brochures om de catfish te promoten. Het grootste probleem dat moest worden overkomen was de naam van de vis. Veel mensen beschouwden de catfish als een laag gekwalificeerde, op de bodem levende aaseter. Het "Catfish Institute" is erin geslaagd om deze mythe te weerleggen en de consumenten en de handel te overtuigen van de voordelen van gekweekte vis.

Nieuwe markten

In 1993 heeft het "Institute" zich voorgenomen om zich te oriënteren op de Europese



◆ Kweekvijvers



◆ *Handvol fingerlings*

markt. Duitsland werd gekozen als eerste land voor de promotie van catfish en de "German Catfish Institute" werd opgezet in Hamburg. De marketingstrategie is er niet in eerste instantie gericht op de groothandel maar op de cateringbedrijven en de restaurants. De Individual Quick Frozen (IQF), graat en huidlose filets van 150 g per stuk blijken te voldoen aan de eerste doelgroep. De promotie activiteiten zullen zich in de tweede plaats richten op de groothandel. De prijs van de vis ligt in Duitsland tussen DM 12 (\$ 7,8) en DM 15 (\$ 9,7) per kg. Dit is vergelijkbaar met de prijs van ingevroren zalmstukken. Het Institute heeft het afgelopen jaar een groep van de belangrijkste inkopers uitgenodigd in "Catfish Country" om de kwekerijen en de verwerkingsbedrijven te bezoeken. Dit jaar zullen mensen van de groothandel en media worden uitgenodigd. Daarnaast zullen er advertentiecampaagnes in handelstijdschriften voor catering en restaurants worden gestart en brochures en mediahandleidingen worden uitgereikt. Dit jaar moet er meer catfish op de Duitse markt worden afgezet en er zal gewerkt worden aan de ontwikkeling van een gerookt catfishproduct.

Naschrift

Moet deze ontwikkeling door de Nederlandse meervalsector nu als een bedreiging worden beschouwd of kan de Afrikaanse meerval mee in het kielzog van de Channel catfish?

Voorop gesteld moet worden dat de beide vissoorten danig van elkaar verschillen wat betreft smaak, kleur en structuur van de filet. Het sterke punt van de in Nederland gekweekte vis is dat het vers, dus niet ingevroren naar de groothandel in Europa kan gaan in tegenstelling tot de diep gevroren catfish. Op de versmarkt kunnen beide vissen waarschijnlijk goed naast elkaar worden verkocht. De grootste concurrentieslag zal plaats vinden tussen de verwerkte producten die bestemd zijn voor de "fast-food" industrie. Deze producten zijn meestal voorzien van een laag paneermeel en onderdrukken daarmee de typische kenmerken van de visfilet. De Amerikanen zullen zeer professioneel en eensgezind de Europese markt gaan bestormen. De Amerikanen hebben niet voor niets de Duitse markt als startpunt uitgekozen wetende dat 80 procent van de Nederlandse meerval rechtstreeks op die markt wordt afgezet.

Verwarring zou kunnen ontstaan tussen beide vissen doordat zowel de Afrikaanse meerval als de Channel catfish zich bedienen met de naam "Wels".

Aan financiële middelen zal het waarschijnlijk niet ontbreken, de promotionele kosten bedroegen in Amerika de laatste jaren \$ 16 miljoen. Ongeveer 20 procent van dit bedrag is vergelijkbaar met de jaarlijkse ruwe omzet van de Nederlandse meervalteelt (1.000 ton à 4,25 per kg).

Een eenduidig antwoord is op de bovengestelde vraag niet te geven, maar dat de Channel catfish gaat komen, dat is zo goed als zeker.