

Biologisch gekweekte vis: stand van zaken en toekomstige ontwikkelingen

De mening van de handel over biologisch gekweekte vis

Door: dr. Magnus van der Meer en Nanke Stein (Agro Eco, Bennekom)

Agro Eco is een adviesbureau met meer dan 15 jaar ervaring in de biologische productieketen. In die periode heeft het bedrijf bijgedragen aan het tot stand komen van een regelmatige aanvoer van producten als biologisch vlees, melk, fruit, koffie, thee en katoen. Enkele jaren geleden werd gedacht dat, gezien de snelle groei van de visteelt in de wereld, er voor biologische vis een groeiemarkt zou ontstaan en werd vis opgenomen in het assortiment biologische producten. Voor het produceren van biologische vis zijn geïnteresseerde kwekers alleen niet genoeg: de hele productieketen moet aangepast worden. Er moeten regels komen voor het produceren en verwerken van biologische vis, en een voerfabrikant moet biologisch visvoer gaan maken. Maar het belangrijkste van alles is misschien wel dat er handelaren en verkopers moeten zijn die wat zien in het product. Zij weten vaak het beste wat aan de klant verkocht kan worden. Zonder geïnteresseerde handelaren zal de consument niet eens kennis kunnen maken met biologisch gekweekte vis.

Agro Eco heeft een onderzoek uit laten voeren onder handelaren in zowel de biologische- als de vissector. Om een zo goed mogelijke dekking van de (West-Europese) markt te krijgen, is getracht meerdere hoofdrolspelers uit ieder marktsegment mee te nemen. Alle handelaren werd verzocht een vragenformulier in te vullen. In dit artikel worden de resultaten van deze enquête gepresenteerd.

De vissector

De geïnterviewden

In de vissector zijn in totaal 29 groothandelaren en verwerkers geïnterviewd. De standplaats van de geïnterviewden waren redelijk goed verdeeld over West-Europa (uit Nederland, België, Frankrijk Schotland en Denemarken kwamen elk vijf handelaren, uit Ierland en Groot-Brittannië elk

twee). Een uitzondering was Duitsland: handelaren uit dat land ontbreken geheel onder de ondervraagden. De meeste handelaren handelden voornamelijk in zalm, forel of garnaal. Hun totale omzet lag tussen de 500 en 1000 miljoen Amerikaanse dollar per jaar.

Wat bepaalt de kwaliteit van vis?

Biologische vis is een nieuw product dat haar plekje op de vismarkt nog moet veroveren. Een veel gestelde vraag is dan ook "Aan wat voor eisen moet biologische vis voldoen om kansrijk geïntroduceerd te kunnen worden op de vismarkt?". Op het vragenformulier waren de kwaliteitskenmerken verdeeld in productfactoren (zoals versheid, smaak, kleur, voedingswaarde en vetgehalte), intrinsieke factoren (merk, milieu- en diervriendelijke productiemetho-

des en land van oorsprong) en promotie factoren (prijs, regelmatige aanvoer, verpakking, reclame activiteiten en verkoopkanaal). Er werd gevraagd om binnen elke groep van factoren de twee belangrijkste aan te geven. Per groep werd dan bekeken welke factoren de meeste stemmen kregen. De handelaren waren vrij unaniem in hun mening over de productkwaliteit: versheid en smaak kregen veel meer stemmen dan de eigenschappen kleur, voedingswaarde en vetgehalte (figuur 1). Van de intrinsieke factoren werden label en milieu als het belangrijkste genoemd, scoorde oorsprong (= plaats waar de vis geproduceerd of gevangen werd) iets lager. Diervriendelijkheid kreeg de minste stemmen. Van de promotie factoren werd "prijs" als belangrijkste eigenschap genoemd en verkoopkanaal als de minst belangrijke.

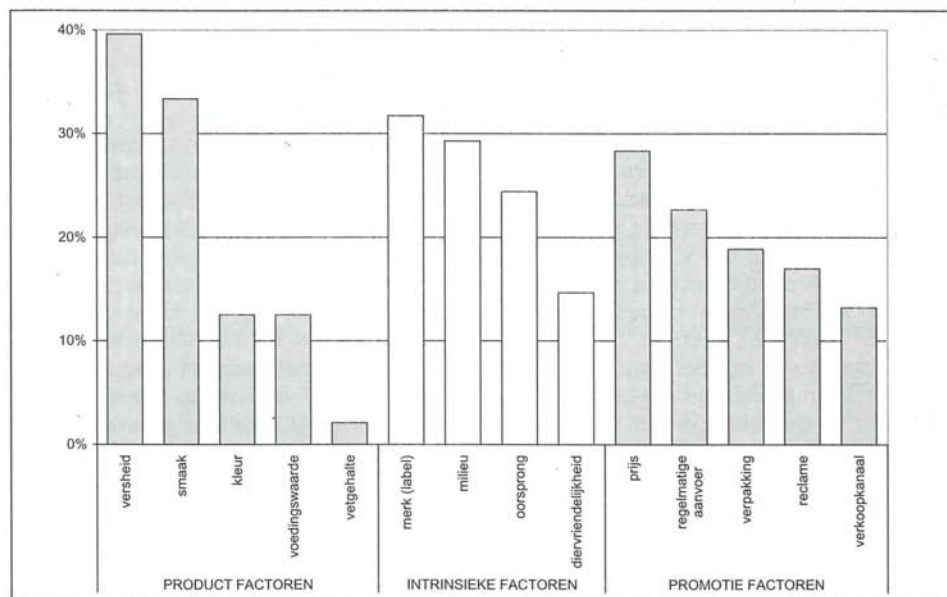
Gekweekte of gevangen vis

Om een idee te krijgen wat de houding van de ondervraagden was ten opzichte van

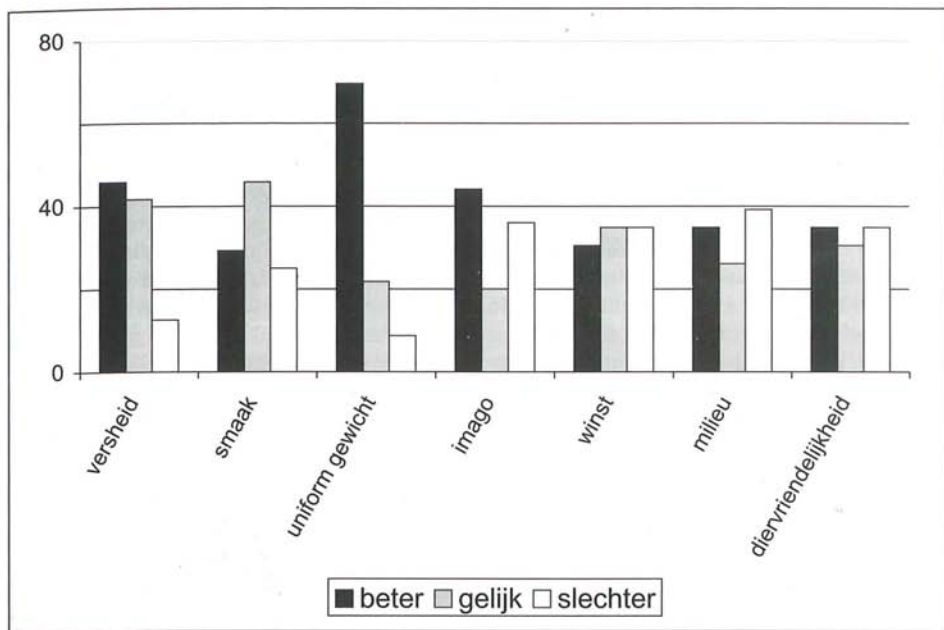
gekweekte vis werd hen gevraagd de kwaliteit van gekweekte en gevangen vis te vergelijken. Figuur 2 toont hoeveel van de ondervraagden van mening waren dat gekweekte vis over het algemeen beter scoort wat betreft een uniformere maat, versheid, imago (!) en smaak. Bij smaak moet overigens wel opgemerkt worden dat maar liefst 48% van de ondervraagden aangaven geen kwaliteitsverschillen te kennen tussen gekweekte en gevangen vis. Wat betreft diervriendelijkheid scoorden gekweekte en gevangen vis precies gelijk. Gevangen vis scoorde wel een ietsje hoger wat betreft winstgevendheid en milieu.

Is het labelen van vis de moeite waard?

Bij de vraag over het gebruik van een kwaliteitslabel gaf de meerderheid (17 van de 29) aan dat men geen enkel label gebruikte. Eén ondervraagde gaf aan dat hij druk bezig was om een label te krijgen, een andere gaf aan dat hij een eigen label voerde. De andere ondervraagden gaven aan dat ze



Figuur 1: Factoren die de kwaliteit van vis bepalen



Figuur 2: Kwaliteitsaspecten van gekweekte ten opzichte van gevangen vis

geen label hadden omdat "er geen vraag naar is" (4 ondervraagden), "er geen standards zijn" (3), "het te duur is" (1) of "kan geen leverancier vinden" (1).

Ondervraagden werden daarna gevraagd of de introductie van een biologisch label voor vis volgens hen zin had. Een (bijna) ongelooflijk hoog percentage van 86% (25 van de 29) gaf op die vraag een positief antwoord. Als belangrijkste argumenten voor zo'n label werden opgegeven "imago" en "markt" (zie figuur 3).

Twee van de vier ondervraagden die aangaven geen nut te zien in een biologisch label voor vis geloofden er niet in omdat ze dachten dat er geen markt voor zou zijn ("Vis is toch al biologisch?"). Ook het gebrek aan eenduidige standards voor biologische vis, het gebrek aan deugdelijke EU regels voor biologische vleesproducten en de soms slechtere kwaliteit van biologische vis (hierbij werd gerefereerd aan de bleke

kleur van biologische zalm in Engeland) werden genoemd als factoren die succes van een biologisch vis label in de weg zouden kunnen staan.

Van de 26 handelaren die aangaven veel te zien in een biologisch label, waren 24 van mening dat het biologische label er zo spoedig mogelijk zou moeten komen. Precies de helft van het aantal ondervraagden zou biologische vis in het assortiment opnemen zodra zij dachten dat er markt voor was, de andere helft wilde wachten tot de klanten expliciet naar het product zouden vragen. De antwoorden op de vraag of men nu al een markt voor biologische vis dacht te hebben gaven hetzelfde beeld te zien: 64% (18 van de 28) gaf daar een positief antwoord op. Tenslotte werd handelaren gevraagd hoe veel de prijs van biologisch gekweekte vis boven die van gangbare vis zou mogen liggen. De schattingen liepen uiteen van 10 tot 30% (Figuur 4).

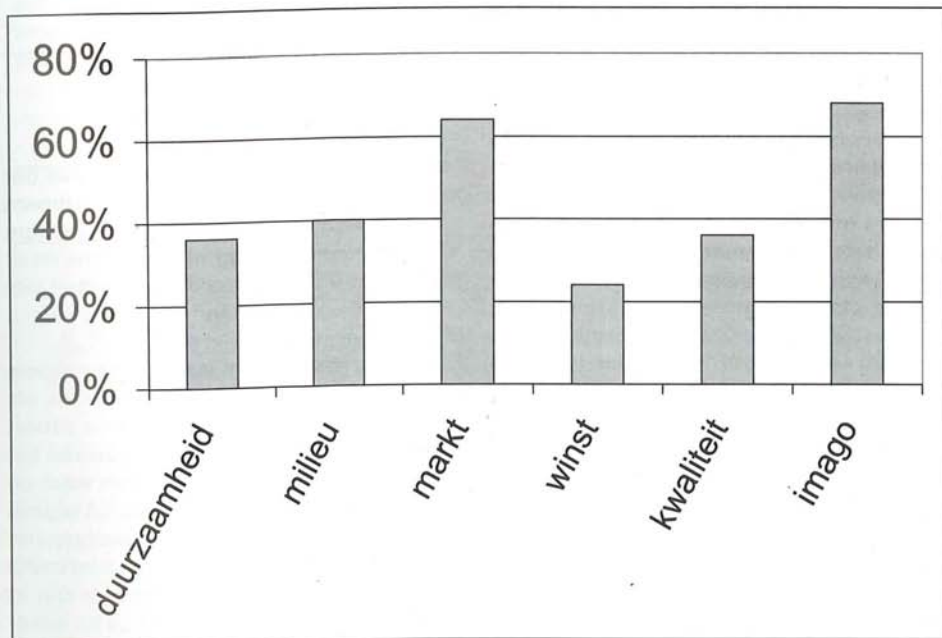
De meningen van de biologische sector en de supermarkten

In de biologische sector werden Nederlandse belanghebbenden uit de twee belangrijkste marktkanalen geïnterviewd: gespecialiseerde biologische winkels (5 ondervraagden) en de normale supermarkten (5 ondervraagden). Daarnaast zijn nog interviews gehouden met vier groothandelaren in biologisch voedsel en met twee (biologische) cateraars. Het aantal geïnterviewden per categorie was te laag om de antwoorden uitgebreid te analyseren. In het volgende daarom een korte beschrijving van de belangrijkste resultaten.

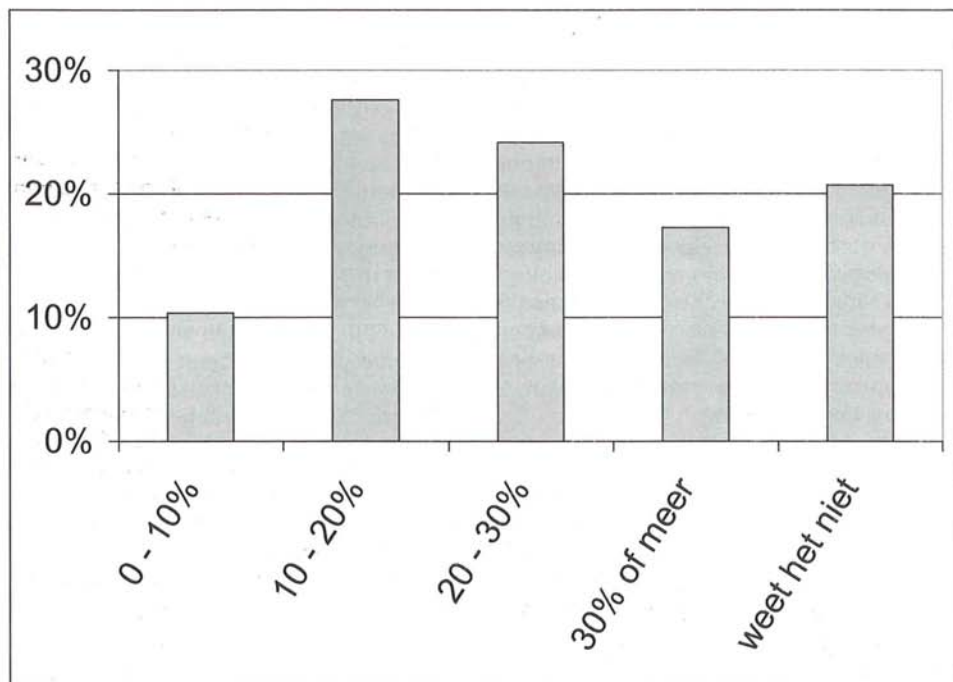
Biologische winkels

Twee van de biologische winkels gaven aan dat ze minder dan 2000 producten verkochten, drie meer dan 2000. (Ter vergelijking: gangbare supermarkten in Nederland hebben een assortiment van meer dan

10.000 producten.) Alle biologische winkels gaven aan dat ze vis in hun assortiment hadden. Het ging hier in alle gevallen om verse en gerookte zalm en forel. Alle winkeliers gaven aan dat de omzet in biologische vis in hun winkels laag was en allen verwachtten dat de omzet wel zou toenemen. Gezien de huidige lage omzet, is het met onze gegevens niet mogelijk om aan te geven wat de verwachte omzet in de toekomst in dit marktsegment zou kunnen zijn. Als meest interessante soorten om op te nemen in het assortiment aan biologische vis werden zalm, forel én meerval genoemd. Drie ondervraagden dachten dat klanten bereid zouden zijn 10 tot 20% extra te betalen voor biologische vis, de andere twee dachten dat 20 tot 30% haalbaar zou zijn. De schattingen wat betreft de extra prijs voor biologische vis stemt goed overeen met die van de vishandelaren (figuur 4).



Figuur 3: Argumenten voor biologisch gelabelde vis



Figuur 4: Verwachte meerprijs van biologische vis

De supermarkten

Alle geïnterviewde supermarkten gaven aan dat ze zowel vis als biologische producten in hun assortiment hadden. Het aantal biologische producten in de winkel is stijgende, zo werd door allen aangegeven. Wat betreft soorten ging de voorkeur van allen uit naar de zalm, gevolgd in de meeste winkels door forel en paling (o.a. Konmar en Albert Heijn). In een andere winkelketen (Schuitema) stonden mosselen en garnalen op de tweede plaats. Bij alle winkels waren verse en gerookte producten het meest in trek. Sommige winkels gaven aan dat hun assortiment aan vis met opzet vrij klein werd gehouden "om de klant niet in verwarring te brengen". (Blijkbaar verwacht men bij de klant weinig "onderscheidend vermogen" wat betreft visproduc-

ten!) Bij sommigen bestond er vrees dat biologische vis het normale visassortiment geen goed zou doen, de klant zou immers kunnen redeneren dat de biologische vis er is, omdat er met het gewone product iets mis is.

In het algemeen hebben de grotere ketens een groter assortiment aan zowel vis als biologische producten. Met name Albert Heijn heeft gewerkt aan het krijgen van het imago van "kwaliteitswinkelketen waar de klant naar toe gaat voor (zee)vis". Volgens deze keten is de kern van haar bestaan het leveren van producten van de allerbeste kwaliteit: "Kwaliteit moet voelbaar zijn in alles wat zij doet. In goede, veilige en lekkere producten. In het winkelen, dat plezierig en gemakkelijk is. In de sfeer die de mede-

werkers creëren." Biologische vis lijkt ons prima te passen in zo'n strategie.

Conclusie

Geen enkele van de ondervraagden uit de vishandel was actief in de handel in biologische vis. Het zal dan ook duidelijk zijn dat uit de resultaten van deze enquête geen vergaande conclusies getrokken mogen worden. De steeds weer terugkerende positieve houding ten opzichte van biologische geteelde vis lijkt toch wel aan te geven dat er serieuze interesse voor bestaat van de kant van de vishandelaren. Dat lijkt opmerkelijk, zeker gezien het feit dat de enquête reeds in 2000 is uitgevoerd. Ontwikkelingen sinds die tijd in de vleessector rechtvaardigen de veronderstelling dat anno 2002 die belangstelling zeker niet minder is geworden.

Wat betreft de winkelketens lijkt biologische vis vooral aan te sluiten bij het assortiment van de "kwaliteitsketens" die ook nu al een groter assortiment hebben aan zo-

wel vis als biologische artikelen. Introductie van biologische vis in de supermarkten lijkt voorlopig echter beperkt te blijven tot het een enkele keer het uitproberen van een product in een klein aantal winkels. Al was het alleen maar dat, met uitzondering mogelijk van zalm, biologische producten nog niet massaal op de markt komen. Uiteindelijk zal de vraag van de consument de beslissende factor zijn voor het al dan niet groeien van de biologische visteelt.

Het meest in het oog springende resultaat van deze studie is misschien wel dat de vishandelaar (die juist onbekend is met biologische producten) de vraag van de consument naar biologische vis hoger inschat dan de supermarktketens (die niet alleen al biologische producten in hun assortiment hebben, maar ook aangeven dat ze er steeds meer van verkopen). Het is duidelijk dat overstappen van gewone visteelt naar biologische teelt een grondige voorbereiding vergt om de afzet van het product zeker te stellen.