



Keurmerken en labels voor verse Nederlandse vis

Een wegwijzer voor kenniskringen in de visserij

Caroline Melissant, Birgit de Vos en Wim Zaalmink

Keurmerken en labels voor verse Nederlandse vis

Een wegwijzer voor kenniskringen in de visserij

Caroline Melissant¹, Birgit de Vos en Wim Zaalmink (projectleider Kenniskringen Visserij)

¹ INZee Communicatie & Trends

Dit onderzoek is uitgevoerd door LEI Wageningen UR in opdracht van en gefinancierd door het ministerie van Economische Zaken, in het kader van het Beleidsondersteunend onderzoeksthema 'Verduurzaming visserij' (projectnummer BO-20-010-018)

LEI Wageningen UR
Wageningen, januari 2014

LEI Report 2013-069
ISBN 978-90-8615-665-8

Caroline Melissant, Birgit de Vos en Wim Zaalmlink, 2014. *Keurmerken en labels voor verse Nederlandse vis; Een wegwijzer voor kenniskringen in de visserij*. Wageningen, LEI Wageningen UR (University & Research centre), LEI Report 2013-069. 44 blz.; 1 fig.; 10 tab.; 4 ref.

Onderzoek naar keurmerken in de visserij, in opdracht van kenniskringen in de visserij. Er zijn veel verschillende keurmerken voor vis beschikbaar waardoor de visser niet meer weet wat voor hem belangrijk is. Het rapport beschrijft wat deze keurmerken inhouden en hoe belangrijk ze zijn voor de verschillende schakels in de visserijketen, zodat de aanvoersector hierop kan inspelen. De waarde en het belang die de verschillende schakels in de visserij keten hechten aan de diverse keurmerken zijn verschillend en afhankelijk van de waarde die de afnemer van vis hieraan hecht.

Research has been carried out into quality marks in fisheries, commissioned by knowledge networks in fisheries. There are many different quality marks available for fish, as a result of which the fishermen no longer know what is important for them. The report describes what these quality marks entail and how important they are for the various links in the fishing chain. This will allow the supply sector to respond to this. The value and the importance that the various links in the fisheries chain attach to the various quality marks vary, and they are dependent on the value that the buyer of the fish attaches to these quality marks.

Trefwoorden: Kenniskringen/Visserij/Ketenpartijen/keurmerken/Certificering

Dit rapport is gratis te downloaden op www.wageningenUR.nl/lei (onder LEI publicaties).

© 2014 LEI Wageningen UR

Postbus 29703, 2502 LS Den Haag, T 070 335 83 30, E informatie.lei@wur.nl,

www.wageningenUR.nl/lei. LEI is onderdeel van Wageningen UR (University & Research centre).



LEI hanteert voor haar rapporten een Creative Commons Naamsvermelding 3.0 Nederland licentie.

© LEI, onderdeel van Stichting Dienst Landbouwkundig Onderzoek, 2014

De gebruiker mag het werk kopiëren, verspreiden en doorgeven en afgeleide werken maken. Materiaal van derden waarvan in het werk gebruik is gemaakt en waarop intellectuele eigendomsrechten berusten, mogen niet zonder voorafgaande toestemming van derden gebruikt worden. De gebruiker dient bij het werk de door de maker of de licentiegever aangegeven naam te vermelden, maar niet zodanig dat de indruk gewekt wordt dat zij daarmee instemmen met het werk van de gebruiker of het gebruik van het werk. De gebruiker mag het werk niet voor commerciële doeleinden gebruiken.

Het LEI aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Het LEI is ISO 9001:2008 gecertificeerd.

LEI Report 2013-069

Foto omslag: Co de Kruijf / Hollandse Hoogte

Inhoud

	Woord vooraf	5
	Samenvatting	6
	S.1 Belangrijkste uitkomsten	6
	S.2 Overige uitkomsten	6
	S.3 Methode	7
	Summary	8
	S.1 Key findings	8
	S.2 Complementary findings	8
	S.3 Methodology	9
1	Inleiding	10
	1.1 Achtergrond	10
	1.2 Doelstelling en kennisvragen	10
2	Aanpak	11
3	Keurmerken en labels voor vis	12
	3.1 Inleiding	12
	3.2 Marine Stewardship Council (MSC)	13
	3.3 Friend of the Sea (FOS)	14
	3.4 Certificaat Verantwoordelijk Vissen (CVV)	15
	3.5 DUPAN	16
	3.6 Waddengoud	17
	3.7 Zuiderzeezilver	17
	3.8 NSFC Quality (North Sea Fish Center)	18
	3.9 Flyshoot Quality	19
	3.10 Vereniging van Beroepsmatige Handlijvissers Nederland (VBHL)	19
	3.11 VisWijzer	19
	3.12 Vis in het seizoen	20
	3.13 HACCP/BRC	20
4	De verschillende schakels in de visketen en hun wensen en behoeften ten aanzien van verse vis	21
	4.1 Inleiding	21
	4.2 Horeca	22
	4.3 Foodservice - kantines, zorginstellingen en fastfoodketens	23
	4.4 Retail - supermarkt	23
	4.5 Visdetailhandel en ambulant	24
	4.6 Groothandel	24
	4.7 Export	25
	4.8 Overige behoeften en wensen	25

5	Aanvoersector in relatie tot de verschillende afzetmarkten	26
5.1	Inleiding	26
5.2	Vraag naar vissoort per schakel in de visketen	26
5.3	Vraag naar vis in relatie met de vistechniek	27
6	Ketenpartijen en keurmerken en labels	29
6.1	Inleiding	29
6.2	Ketenpartijen en keurmerken en labels	29
6.3	Voor- en nadelen van keurmerken, labels en adviezen	31
7	Conclusies	32
	Literatuur en websites	33
	Bijlage 1 Samenvattende tabellen	34
	Bijlage 2 Checklist diepte-interviews	39
	Bijlage 3 Type keurmerken verse vis	40
	Bijlage 4 Behoeften in de visketen	41

Woord vooraf

Het project Kenniskringen in de Visserij is gericht op het beantwoorden van kennisvragen die door vissers samen met wetenschappers worden geformuleerd en die gerelateerd zijn aan verduurzaming van de visserij. Vanuit verschillende kenniskringen, en specifiek de kenniskring Flyshoot-visserij, kwam de vraag om meer inzicht te krijgen in de verschillende keurmerken voor verse vis. Welke keurmerken zijn er, wat betekenen deze keurmerken, hoe belangrijk zijn ze en hoe belangrijk zijn ze voor de visserspraktijk?

Voldoende reden om dit uit te zoeken. Vanuit het projectteam Kenniskringen Visserij is Carolien Melissant gevraagd om dit uit te werken. Samen met de LEI-medewerkers Birgit de Vos en Wim Zaalmink heeft dat geleid tot dit rapport.

Ik hoop dat dit onderzoek en de resultaten bijdragen aan meer inzicht bij de visser in de betekenis en de waarde van keurmerken. Zodat hij/zij een gefundeerde beslissing kan maken of een keurmerk past bij de (gewenste) bedrijfsvoering op het gebied van marktpositionering en duurzaamheidsinvesteringen.

Ir. L.C. van Staalduinen
Algemeen Directeur LEI Wageningen UR

Samenvatting

S.1 Belangrijkste uitkomsten

- Er zijn veel verschillende keurmerken en labels voor vis beschikbaar. Deze kunnen betrekking hebben op duurzaamheid, fysieke kwaliteit, herkomst, vangstmethode, behandeling en/of een combinatie van deze. Uit dit onderzoek blijkt dat bij alle schakels in de visketen, zowel bij vissers, verwerkers en eindafnemers, grote verwarring en zelfs grote onbekendheid is over de betekenissen, verschillen en overeenkomsten tussen de huidige keurmerken en labels. Er wordt al snel gedacht dat ieder keurmerk of label staat voor duurzaamheid en kwaliteit, terwijl dit lang niet altijd het geval is. Sommige keurmerken zeggen alleen iets over fysieke kwaliteit, en andere keurmerken alleen iets over duurzaamheid en niet over kwaliteit.
- Geen enkele schakel in de visketen wil er een nieuw keurmerk bij, want ieder keurmerk of label neemt extra kosten, tijd en administratie met zich mee die niet of nauwelijks door te berekenen zijn en waarvan de toegevoegde waarde op lange termijn onbekend is.
- De verschillende ketenpartijen hebben een verschillende behoefte aan keurmerken: de vraag naar specifieke keurmerken is sterk afhankelijk van de positie van de vrager in de keten en hun relatie met klantsegmenten (tabel S.1)

Tabel S.1

De behoefte aan keurmerken bij de verschillende ketenpartijen (X = er is specifieke behoefte/vraag)

	MSC	FOS	CVV	DUPAN	Wadden- goud	Zuiderzee zilver	NSFC a)	Fly- shoot	Vis- Wijzer	Vis in seizoen	HACCP /BRC
Horeca	X		X	X	X	X		X		X	X
Kantines, zorg en fast food	X			X					X	X	X
Supermarkt	X						X		X		X
Visdetail- handel				X				X	X	X	X
Ambulant				X					X	X	X
Groothandel	X	X									X
Export	X	X									X

a) NSFC is sinds mei 2013 gestopt wegens onvoldoende draagvlak in de vissector.

S.2 Overige uitkomsten

- De B2C (Business to Consumer)-keurmerken als MSC en FOS zijn goed bekend in de visketen. Deze keurmerken zijn internationaal gedefinieerd en er wordt breeduit over gesproken in de media.
- B2B (Business to Business)-keurmerken en keurmerken die (alleen) staan voor kwaliteit en herkomst blijven meer 'intern' in de visketen en worden overwegend gebruikt bij de inkoopbeslissing.
- Afnemers van verse vis vinden het noodzakelijk dat ook bij de aanvoer een kwaliteitssysteem voor voedselveiligheid wordt ingevoerd.

S.3 Methode

Dit onderzoek is voornamelijk uitgevoerd door deskresearch naar de betekenis van keurmerken aangevuld met diepte-interviews. De focus en meest belangrijke informatieverzameling lag gezien de vraagstelling bij de diepte-interviews met respondenten uit verschillende afzetkanalen van in Nederland vers aangevoerde en verkochte vis. Er zijn in totaal 12 interviews afgenomen bij horeca, foodservice, retail, export, visdetailhandel en de groothandel. Tijdens deze interviews is ingegaan op de wensen en behoeften die de inkopers en hun klanten hebben ten aanzien van keurmerken en labels.

Summary

Quality marks and labels for fresh Dutch fish; A guide to knowledge networks in fisheries

S.1 Key findings

- There are many different quality marks and labels available for fish. These can relate to sustainability, physical quality, origin, catching methods, treatment and/or a combination of these. This study reveals that there is great confusion about and even great unfamiliarity with the meanings and significance of and differences and similarities between the current quality marks and labels within all links in the fish chain - fishermen, processors and end customers. They tend to assume that every quality mark or label represents sustainability and quality; however, that is certainly not always the case. Some quality marks only concern the physical quality of the fish, while others refer only to sustainability and do not take quality into consideration at all.
- None of the links within the fish chain want an additional quality mark to be set up, as every quality mark or label involves extra costs, time and administration with limited or no opportunity to charge those costs on, and for which the added value in the longer term is unknown.
- The various chain parties have different needs with regard to quality marks: the demand for specific quality marks is greatly dependent on the position of the demanding party within the chain and their relationship with client segments (table S.1)

Table S.1

The need for quality marks among the various chain parties (X = there is a specific demand/need)

	MSC	FOS	CVV	DUPAN	Wadden- goud	Zuiderzee zilver	NSFC a)	Fly- shoot	Vis- Wijzer	Vis in seizoen	HACCP /BRC
Hotels/ restaurants/ catering	X		X	X	X	X		X		X	X
Canteens, care sector and fast food				X			X	X	X	X	X
Supermarket				X					X	X	X
Fish retail trade	X	X									X
Ambulant business	X	X									X

a) NSFC ceased operations with effect from May 2013 due to insufficient support within the fish sector.

S.2 Complementary findings

- The B2C (Business to Consumer) quality marks such as MSC and FOS are well-known within the fish chain. These quality marks are internationally defined and widely discussed in the media.
- B2B (Business to Business) quality marks and quality marks that only or chiefly represent quality and origin continue to be of more 'internal' importance within the fish chain and are mainly used for the purpose of making purchasing decisions.

-
- Buyers of fresh fish consider it necessary that a quality system for food safety also be introduced for landed fish.

S.3 Methodology

This study has been carried out primarily by means of desk research, looking at the meanings of quality marks, and supplemented by in-depth interviews. In view of the research question, the focus and most important method of data collection lay in the in-depth interviews with respondents from various distribution channels of freshly landed fish and fish sold (in the Netherlands). A total of 12 interviews took place with representatives of the hospitality industry, food service, retail, exporters, the fish retail trade and wholesalers. These interviews addressed matters such as the wishes and needs of the buyers and their clients regarding quality marks and labels.

1 Inleiding

1.1 Achtergrond

Keurmerken en labels zijn actuele onderwerpen die visserijondernemers bezighouden. Er is een grote diversiteit aan keurmerken en labels voor wilde vis die vers wordt aangevoerd op de Nederlandse visafslagen. Ondanks deze diversiteit overlappen ze elkaar ook op bepaalde aspecten. Het aantal keurmerken blijft groeien en het is niet altijd even duidelijk wat ze betekenen en wat hun toegevoegde waarde is voor de visketen. Het gevolg hiervan is dat men verdwaalt in de doolhof.

Hierdoor is het moeilijk voor visserijbedrijven om in hun duurzame bedrijfsvoering een bewuste keuze te maken die aansluit bij de vraag van de afnemer. Vanuit diverse Kenniskringen Visserij is de vraag gesteld een overzicht op te stellen van de verschillende keurmerken en labels in de visketen voor verse vis die wordt aangevoerd op de Nederlandse visafslagen. Ook is er gevraagd naar het belang van keurmerken en labels voor de volgende schakels in de visketen. Met andere woorden, vanuit de visserijaanvoersector is er behoefte aan meer transparantie over de keurmerken en labels voor vis.

1.2 Doelstelling en kennisvragen

In dit onderzoek staat de volgende hoofdvraag van ondernemers uit de kenniskringen centraal:

Hoe kan de aanvoersector bewuste keuzes maken en aansluiten bij de vraag van de afnemer in relatie tot keurmerken, labels en andere producteisen?

Het doel van dit onderzoek is dan ook inzicht te geven in kenmerken van de diverse labels en keurmerken voor vis en het belang hiervan voor de diverse schakels in de visketen. Gerelateerd aan deze doelstelling zijn de volgende deelvragen onderzocht:

- Welke keurmerken en labels zijn er voor vers aangevoerde vis in Nederland?
- Waarin verschillen de keurmerken en labels op het gebied van betekenis, kenmerk, gebruikersgemak en beleving?
- Welke wensen en behoeften (ten aanzien van vissoort, volumes, kwaliteit, duurzaamheid, vistechiek en dergelijke) hebben de verschillende schakels in de visketen bij de in- en verkoop van verse vis met of zonder keurmerk/label, en voldoen de keurmerken hieraan?
- Naar welke keurmerken en labels in de verschillende schakels in de visketen is er vraag?

2 Aanpak

Om de kennisvragen te beantwoorden is in dit onderzoek gebruik gemaakt van deskresearch en diepte-interviews.

In eerste instantie is met deskresearch informatie uit bestaande rapporten en bronnen (vooral websites) gebruikt met betrekking tot kenmerken en productie-eisen van de diverse keurmerken en labels.

De focus en voornaamste informatieverzameling voor dit onderzoek lag bij de diepte-interviews met respondenten uit de verschillende afzetkanalen van in Nederland vers aangevoerde en verkochte vis. Er zijn in totaal 12 interviews afgenomen bij horeca, foodservice, retail, export, visdetailhandel en de groothandel. Tijdens deze interviews is ingegaan op de wensen en behoeften die de inkopers en hun klanten hebben ten aanzien van keurmerken en labels.

Tabel 1 geeft een overzicht van de geïnterviewde bedrijven en de verdeling over de verschillende afzetmarkten. In bijlage 1 is de checklist weergegeven die als handvat is gebruikt voor de diepte-interviews.

Tabel 1

Respondenten diepte-interviews en afzetmarkt¹

	Horeca	Foodservice	Retail	Export	Visdetailhandel /ambulant	Groothandel
Schmidt Zeevis	X			X		
Q-Vis	X					
Sligro	X	X				
Fishmasters		X				
Sodexo		X				
Mayonna			X			
NSFC			X	X		
Seafood Connection			X	X		
FishPartners					X	
Heinen & Koelewijn	X				X	
W.G. Den Heijer				X	X	X
Dayseaday				X		X

¹ De afzetmarkt waarover de respondent is geïnterviewd is aangekruist. Dit hoeft echter niet in te houden dat de respondent alleen actief is in de aangekruiste markt.

3 Keurmerken en labels voor vis

3.1 Inleiding

Een keurmerk is een oordeel over een product dat inzicht geeft in vangst, verwerking en herkomst, en garandeert een afgesproken standaard, een kwaliteit of een gedefinieerde duurzaamheid. Een keurmerk is altijd te herkennen aan een logo. Er kunnen verschillende soorten keurmerken worden onderscheiden:¹

- *Eerste graad*
Ontwikkeld door onafhankelijke partijen (vaak maatschappelijke organisaties) die geen belangen hebben bij productie, handel en verkoop.
- *Tweede graad*
Ontwikkeld door overkoepelende bedrijfsorganisaties voor hun leden. Leden bepalen samen de criteria, eventueel samen met deskundigen. Organisaties regelen zelf ook de controle.
- *Derde graad*
Ontwikkeld door individuele bedrijven, gebaseerd op hun eigen productstandaarden ('self declarations'); deze worden vaak meer als marketingtool gebruikt.

Keurmerken en labels ontstaan vaak door misstanden en een toenemende bezorgdheid over uitputting van natuurlijke bronnen, voedselveiligheid en onzekerheid over herkomst van voedsel. En soms ook door de behoefte aan erkenning. Ze creëren een verhaal, beleving en iets tastbaars rondom een product, dienst of sector. In dit geval vis en de vissector.

Wanneer een keurmerk ontstaat door misstanden en het bestaande wil beïnvloeden en veranderen botst het in de opstartfase tegen verzet. Verzet uit de markt omdat het niet aansluit op de praktijk en behoeften. Maar ook omdat er vooruitstrevende standaarden en criteria opgesteld worden door derden. Veelal aangezwengeld door maatschappelijke organisaties. Een derdegraads keurmerk daarentegen ontstaat in de sector zelf en is een verlengde van de bestaande bedrijfsvoering. En sluit daardoor vaak naadloos aan op de bestaande wensen en behoeften. Beiden hebben geen statische voorschriften, maar veranderen en werken continu aan verbeteringen.

Een keurmerk biedt toegevoegde waarde op het gebied van duurzaam denken en doen, maatschappelijk verantwoord ondernemen en markttoegang. Maar het kan ook de handel belemmeren als het hebben van een keurmerk een must is om een markt te kunnen betreden. Een label (vanuit de derde graad) heeft een meer commerciële insteek en kan naast verantwoord ondernemen en markttoegang ook financiële toegevoegde waarde bieden.

In de vissector zijn verschillende keurmerken voor verse vis, meestal van de eerste of tweede graad. De term keurmerk en label wordt vaak door elkaar heen gebruikt. Het label is vaak bedoeld om de afnemer meer informatie over het product te geven zoals bijvoorbeeld herkomst, vangstmethode enzovoort.

De keurmerken en labels die op dit moment in gebruik zijn of gebruikt kunnen worden staan in tabel 2.

¹ Bron: Meeusen en Deneux (2002).

Tabel 2

Overzicht van de onderzochte keurmerken voor verse aangevoerde vis in Nederland

Keurmerk / label	Gericht op	Type
MSC	Duurzaamheid	Eerste graad
FOS	Duurzaamheid	Eerste graad
CVV	Mvo, kwaliteit	Tweede graad
DUPAN	Duurzaamheid	Tweede graad
Waddengoud	Regionaal	Tweede graad
Zuiderzeezilver	Regionaal	Tweede graad
NSFC Quality	Kwaliteit	Derde graad
Flyshoot Quality	Kwaliteit	Derde graad
VBHL	Duurzaamheid	Tweede graad
Viswijzer	Consumentenadvies	n.v.t.
Vis in het seizoen	Consumentenadvies	n.v.t.
HACCP/BRC	Kwaliteitssysteem	n.v.t.

De volgende paragrafen beschrijven de keurmerken op het gebied van criteria die gehanteerd worden, de wijze waarop het keurmerk is georganiseerd en wordt beheerd (inclusief de certificering), kosten, mate van gebruik en het belang ervan voor de verschillende schakels in de visketen.

De tabellen 3 en 4 in bijlage 1 geven een schematische en samenvattende weergave van dit hoofdstuk. In bijlage 2 worden het type keurmerken en labels nader omschreven.

3.2 Marine Stewardship Council (MSC)

Het MSC-keurmerk is een wereldwijd keurmerk dat garant staat voor goed beheerde, duurzame wilde visserijen. MSC is een onafhankelijke non-profitorganisatie en beheert de MSC-standaarden voor duurzame visserij en ketencertificering.

Visserijcertificering

De MSC-certificering wordt door een derde partij gedaan. Een onafhankelijke onderzoeksinstituting toetst de MSC-standaard. Het beoordelingstraject duurt meestal twaalf tot achttien maanden of langer. Het traject is openbaar, transparant en elke stakeholder kan participeren in het traject als het gaat over inspraak of bezwaar. Om in aanmerking te komen voor een MSC-keurmerk moet een visserij voldoen aan eisen op het gebied van: visbestand, effecten op het ecosysteem en visserijbeheer. De certificeerder beoordeelt op vissoort, vistechiek, bijvangst en visgebied.¹

Als een visbestand onder de wetenschappelijke limiet is, dan wordt het uitgesloten van certificering. Zit het visbestand hierboven maar nog wel onder het vastgestelde doel, dan is een beheerplan een vereiste.

MSC bepaalt de kosten van certificering niet. Die bepalen de certificeringsbureaus zelf en die kunnen onderling verschillen. Het visserijbedrijf, de handelaar en/of verwerker die zich wil certificeren sluit een overeenkomst met het certificeringsbureau, niet met MSC.

Kosten

Een visserijcertificering duurt tussen de 1 en 3 jaar, afhankelijk van de wetenschappelijke gegevens en input van de stakeholders. Het behaalde visserijcertificaat is 5 jaar geldig. Als indicatie kan aangenomen worden dat het bedrag tussen 10.000 en 100.000 euro per visserij ligt. Hierbij is geen

¹ Bron: www.msc.org, www.wnf.nl.

rekening gehouden met de kosten van een eventuele pre-audit en extra onderzoekskosten bij bijvoorbeeld visserijen op ongequoteerde vissoorten. De kosten kunnen dan met circa 100.000 euro oplopen. Hoe groter de visserijgroep dat het certificaat deelt, des te lager zijn de kosten per deelnemer.

Er vindt ook een jaarlijkse audit plaats om te kijken of er geen wijzigingen zijn die de scores beïnvloeden en of de visserij de termijnen voor het vervullen van eventuele condities nakomt.

Ketencertificering

Zowel de visserij, individuele visserijbedrijven en groepen, als ketenpartners dienen zich te certificeren zodat de duurzame vis door de hele keten traceerbaar is. De chain of custody voor de keten (zekerheid van certificering door de keten heen) kost indicatief gemiddeld 1.500 euro. De hoogte van het bedrag is afhankelijk van het certificeringsbureau, of het gaat om één of meerdere bedrijven of locaties, gevestigd in binnen- of buitenland, een administratief kantoor, verwerker, restaurant enzovoort. Als het bedrijf ISO9001 gecertificeerd is, kan het goedkoper uitpakken door middel van een gecombineerde audit. Dit is mogelijk omdat MSC CoC en ISO in de standaarden overlap hebben.

Het CoC-certificaat is drie jaar geldig. De CoC-audits zijn afhankelijk van het risicoprofiel en vinden eens in de zes maanden, jaar of achttien maanden plaats.

Kosten

Schakels in de visketen betalen de onafhankelijke certificeerder voor scope-uitbreidingen zoals nieuwe vissoorten- en producten die toegevoegd worden aan het MSC-assortiment of het doorgeven van een nieuwe leverancier.

De MSC-organisatie vraagt en ontvangt jaarlijks financiële bijdragen en royalty-percentages uit de logolicenties. Gecertificeerde visserijen, niet-commerciële organisaties zonder foodservice-activiteiten, de media en geaccrediteerde onderwijsinstellingen hoeven geen vergoedingen of royalty's te betalen voor het gebruik van het MSC-keurmerk.

De meeste bedrijven in de visketen moeten wel een jaarlijks bedrag betalen. Dat bedrag is gebaseerd op de totale waarde van MSC-gecertificeerde vis-, schaal- en schelpdierproducten die het bedrijf verkoopt/inkoopt gedurende een Brits boekjaar (april-maart).

Bij een waarde tussen de USD 0 en 200.000 is het jaarlijkse bedrag USD 250. Vanaf USD 200.000 tot 500.000 is het USD 1.000 en bij een waarde meer dan USD 500.000 betaalt het bedrijf USD 2.000 per jaar.

Op consumentenverpakkingen en menukaarten in bijvoorbeeld restaurants moeten er jaarlijkse royalty's worden betaald aan de hand van een staffelsysteem. Bij een omzet van USD 15 en 30 miljoen aan MSC-producten is dat 0,45%.

Voor zelfstandige verkooppunten met minder dan USD 200.00 (148.000 euro) omzet aan MSC-producten geldt een jaarlijkse vaste vergoeding van 185 euro voor het mogen gebruiken van het logo.¹

3.3 Friend of the Sea (FOS)

FOS is een keurmerk voor duurzame vis, wild gevangen of gekweekt. Het is een wereldwijd onafhankelijke organisatie die visproducten certificeert afkomstig uit duurzame visserijen en aquacultuur.

¹ Bron: www.msc.org en persoonlijk contact MSC kantoor Den Haag.

Visserijcertificering

Een onafhankelijke onderzoeksinstelling toetst de standaard van FOS voor zowel visserijen als productiesystemen in de kweeksector. Tijdens het certificeringstraject van FOS kunnen stakeholders (bijvoorbeeld milieuorganisaties) alles inzien en opmerkingen inbrengen. Alleen visserijen die niet overbevist zijn komen in aanmerking voor het FOS-keurmerk. De standaard omvat ook criteria op het gebied van visbestand, impact van het ecosysteem, selectiviteit visserij, management, en sociaal verantwoord ondernemen.¹ In tegenstelling tot MSC kan een vissoort dat is overbevist niet worden gecertificeerd met beheerplannen en condities.

Voor de bepaling van het effect op het ecosysteem wordt gekeken naar de vistechiek en het effect daarvan op de zeebodem, bijvangst, foodmiles, het brandstofverbruik en visgebied.

Het keurmerk heeft ook een sociaal-maatschappelijk karakter omdat de lagere certificeringskosten het voor kleine visserijen mogelijk maakt in te stappen.²

Kosten

De kosten van een visserijcertificering zijn indicatief 11.500 euro inclusief 2.500 euro kosten aan royalty's voor het gebruik van het logo. Dit zijn de kosten voor het eerste jaar. Het certificaat is drie jaar geldig. Na het derde jaar vindt er een nieuwe audit plaats, een hercertificering. Kosten daarvoor bedragen circa twee derde van de kosten voor de eerste certificering. Dat is circa 8.500 euro inclusief de royalties voor het vierde jaar. Voor het tweede en derde jaar ofwel de jaren tussen de hercertificeringen betaalt men jaarlijks 2.500 euro aan royalty's. Er vinden dan geen audits plaats.

In bovenstaand voorbeeld is geen rekening gehouden met de kosten voor begeleiding van het traject, eventuele extra activiteiten en/of onderzoeken die moeten worden uitgevoerd enzovoort. Hoe groter de visserijgroep die het certificaat deelt, des te lager zijn de kosten per deelnemer.

Het behalen van het FOS-certificaat is in vergelijking met het behalen van MSC een minder lang traject van hooguit een paar maanden. Het traject is ook minder ingewikkeld en kostbaar. Notitie daarbij is dat de standaarden en daarbij de inhoudelijke betekenis van de standaarden ver uit elkaar liggen en dus niet met elkaar zijn te vergelijken.³

3.4 Certificaat Verantwoordelijk Vissen (CVV)

CVV komt oorspronkelijk uit Groot-Brittannië, waar het Responsible Fishing Scheme (RFS) is ontwikkeld. Het is een onafhankelijke certificering van vissersschepen die voldoen aan alle wettelijke verplichtingen op het gebied van verantwoorde vangst, verwerking, opslag, bemanningseisen, milieumaatregelen en voedselveiligheid. Het is een nationaal keurmerk en wordt beheerd door het Productschap Vis.⁴

Certificering

Een onafhankelijke onderzoeksinstelling voert de audit uit aan boord op de vissersschepen.⁵

CVV heeft een eigen standaard en is gebaseerd op de uitvoering van de gehele bedrijfsvoering. De invulling van de verschillende wettelijke regelingen maakt deel uit van de beoordeling. Het gaat om de vragen: 'Ben ik als vissende ondernemer verantwoord(elijk) bezig?' 'Pak ik mijn verantwoordelijkheid zodanig op dat ik in aanmerking kom voor het CVV-certificaat?' De certificering richt zich op de bedrijfsvoering van het visserijbedrijf en is niet gericht op certificering van een visserij, bestanden,

¹ Bron: www.friendofthesea.org.

² Bron: www.friendofthesea.org / Review of Fish Sustainability Information Schemes - Final report January 2010, Project no: ZO1141 - by MRAG.

³ Bron: certificering Nederlandse staandwantvisserij CVO.

⁴ Productschap Vis verdwijnt en bouwt momenteel af. Het is nog onduidelijk wie de nieuwe beheerder van het CVV wordt.

⁵ Bron: www.certificaatverantwoordelijkvissen.nl.

visgebieden en dergelijke. CVV is een keurmerk voor een schip en niet voor een specifieke vissoort zoals wel het geval is bij MSC en FOS. De hele vangst van een schip is daarmee automatisch gecertificeerd en krijgt de status 'verantwoord gevangen'.

Kosten

De werkwijze is als volgt: er wordt een pre-audit uitgevoerd aan boord van de schepen door de buitendienstmedewerkers van het Productschap Vis. Dat is de allereerste controle. Vervolgens wordt door een onafhankelijke partij de audit afgenomen voor certificering. De indicatieve kosten hiervan bedragen 700 euro per visserijbedrijf. Het CVV-certificaat is drie jaar geldig. Er vinden tussendoor geen audits plaats.

Na drie jaar moet het visserijbedrijf de certificering opnieuw doorlopen. De kosten hiervoor zijn circa 400 euro. Aan het gebruik van het logo door de certificaathouder zijn geen kosten verbonden.¹

3.5 DUPAN

DUPAN staat voor Duurzame Paling Nederland. Als vertegenwoordiging van de palingsector wil DUPAN haar verantwoordelijkheid nemen en een substantiële bijdrage leveren aan de realisatie van het Nederlands Aalherstelplan. DUPAN heeft daartoe een fonds opgericht waaruit zij investeert in de uitzet van paling in het oppervlaktewater en de uitzet van volwassen, geslachtsrijpe paling in zee. Ook wordt het fonds ingezet voor onafhankelijk, wetenschappelijk onderzoek als basis voor gefundeerd beleid, voor een blijvend herstel van de palingstand in de Nederlandse wateren. DUPAN zet zich in voor de invoering van diervriendelijker vangst-, kweek-, en verwerkingsmethoden en maakt daarover concrete afspraken met de binnen DUPAN verenigde partijen.

Vissers, kwekers en handelaren die zich aansluiten bij DUPAN leveren een financiële bijdrage voor het fonds en mogen het logo van DUPAN gebruiken op en bij het product.²

In Stichting DUPAN zijn verenigd: de Combinatie van Beroepsvissers, de Vereniging van Nederlandse Viskwekers en de Nederlandse Vereniging van Palinghandelaren en verwerkers. Deze verenigingen hebben regels en standaarden waar de leden en dus ook de leden van DUPAN aan moeten voldoen. Het gaat om duurzaamheidsmaatregelen op het gebied van visserij, traceerbaarheid, kweek, leefomstandigheden, afdoding, verwerking, hygiëne enzovoort. Ook werkt de sector volgens de regels van het Nederlands Aalbeheerplan en de Europese Aalverordening.

Voor wat betreft visbestand en vismethodes van glasaal is een traject op Europees niveau in wording met plannen voor een chain of custody, waarin de duurzaamheid vergelijkbaar met de MSC CoC-standaard zal worden afgedekt.

Certificering

DUPAN is er voor bedrijven in het productieproces die een product produceren en verkopen dat voor de consument bestemd is en aangesloten zijn bij CvB, NEVEVI en NeVePaling. DUPAN is uitsluitend te gebruiken op het product paling. Bedrijven worden niet gecertificeerd maar kunnen zich aansluiten door middel van een gebruikersovereenkomst. Handelspartijen kunnen een afnemerslicentie afsluiten op voorwaarde dat zij paling inkopen bij een deelnemer van het Duurzaam Paling Fonds. De overeenkomsten zijn onbeperkt geldig, mits aan de regels wordt voldaan. De controle daarop wordt uitgevoerd door DUPAN.

¹ Bron: secretariaat Productschap Vis/ CVV. Met de afbouw van Productschap Vis zal het secretariaat van CVV bij een andere instelling binnen de sector komen te liggen. Waar is op dit moment nog onduidelijk.

² Bron: www.dupan.nl.

Bij DUPAN certificeren vissers en ketenpartijen zich als het ware door middel van het onderschrijven van een gebruikersovereenkomst en/of een handboek opgesteld door de beheerder. Daarnaast is er het vereiste dat je als (visserij)bedrijf aangesloten bent bij een overkoepelende gevestigde vereniging.

De overeenkomsten met de leden en partners in de keten die de standaard onderschrijven zijn onbeperkt geldig, mits aan de regels wordt voldaan.

Kosten

Voor de gerealiseerde verkopen worden afdrachten geïnd voor het fonds. Per 100 gram levend, geslacht of heel gerookt product paling wordt er 5 cent afgedragen. Per 100 gram gefileerde paling gaat het om een afdracht van 10 cent. Een onafhankelijk kantoor controleert het afdrachtsysteem.¹

3.6 Waddengoud

Waddengoud is een streekkeurmerk voor producten en diensten uit het Waddengebied. Het keurmerk biedt de garantie dat onder andere vis en visproducten afkomstig zijn uit kleinschalige visserijen in het Waddengebied. Het gaat hier bijvoorbeeld om garnalen, harder, zeebaars, kokkels, mosselen, snoekbaars, oesters, tong, spiering en strandkrabben. Het is een keurmerk voor streekproducten die gevangen en verwerkt worden in het Waddengebied op een zo verantwoord mogelijke manier. Het keurmerk wordt beheerd door Stichting Waddengroep.²

Certificering

Vissers en ketenpartijen certificeren zich door middel van het onderschrijven van een gebruikersovereenkomst en/of een handboek opgesteld door de beheerder. Het keurmerk heeft in zijn criteria opgenomen dat de gebruikers van het keurmerk met respect moeten omgaan met de natuur en het dierenwelzijn en dat een visserijbedrijf of visverwerkend bedrijf in en/of nabij het Waddengebied moet opereren. Het keurmerk biedt lokale producenten ondersteuning op het gebied van pr en promotie.³

De certificering wordt uitgevoerd door een persoon binnen de eigen organisatie. Een verkopende partij van producten voorzien van een Waddengoud-keurmerk kan zich niet certificeren, maar committeert zich door middel van een overeenkomst aan het keurmerk.

Kosten

Vissers en toeleveranciers betalen geen kosten voor de certificering, audits enzovoort. De visser en/of handelaar die de producten verwerkt en verkoopt betaalt 2,5% van de omzet van Waddengoud-vis. Audits worden steekproefsgewijs uitgevoerd, in principe jaarlijks. Een certificaat blijft behouden tenzij de standaard wijzigt of het bedrijf niet meer aan de standaard voldoet.⁴

3.7 Zuiderzeezilver

Zuiderzeezilver is een keurmerk voor wild gevangen snoekbaars, rode baars en bot uit het voormalige Zuiderzeegebied, tegenwoordig het IJsselmeer, Markermeer en de Randmeren. Gecertificeerde vissers voorzien de gevangen vis direct aan boord van een label met barcode die in de hele keten traceerbaar is. Het Zuiderzeezilver-keurmerk is ontwikkeld voor de visserijketen die voldoet aan de gestelde 'Criteria voor Duurzaamheid en Kwaliteitszorg'. De criteria zijn gericht op een verantwoord beheer van de visbestanden, de leefomgeving en het behoud van de goede kwaliteit van de (seizoens)vis.

¹ Bron: persoonlijk contact secretariaat DUPAN.

² Bron: www.waddengoud.nl.

³ Bron: www.waddengoud.nl.

⁴ Bron: persoonlijk contact secretariaat Waddengoud.

Certificering

Het Zuiderzeezilverkeurmerk wordt beheerd door de PO IJsselmeer en valt daarmee onder de beheer- en visplannen van de PO waarin onder andere de seizoenen, kwaliteit en visbestand zijn opgenomen. De leden vissen volgens de regels van de PO. De kwaliteit van de vis wordt gecontroleerd door de afslagmedewerkers op de veiling.¹

Het Zuiderzeezilver certificeert individuele schepen en wordt voornamelijk gebruikt voor de vissoorten snoekbaars en bot uit het IJsselmeer.

Ook visverwerkende bedrijven kunnen zich aansluiten door middel van het onderschrijven van het handboek met richtlijnen over onder andere labeling en track & trace. Vissers en schakels in de visketen certificeren zich door middel van het onderschrijven van een gebruikersovereenkomst en/of een handboek opgesteld door de beheerder. Daarnaast is er het vereiste dat je als (visserij)bedrijf aangesloten bent bij een overkoepelende gevestigde vereniging.

Voor de certificering vindt er een audit plaats aan boord van het schip. Dat is eenmalig. Vervolgens wordt alle aangevoerde snoekbaars en bot gecontroleerd op de afslag door de afslagmedewerkers.

Kosten

De kosten van het certificaat worden via de PO doorberekend aan de deelnemers. De handel betaalt geen kosten. Zij onderschrijven de richtlijnen over labeling en track & trace.²

3.8 NSFC Quality (North Sea Fish Center)³

Het NSFC stelt zich tot doel het perspectief voor duurzame visserij te verbeteren door middel van het ontwikkelen, introduceren en bewaken van een duurzame standaard voor Noordzeevis.

Het NSFC richt zich in eerste instantie op schol van vissersschepen die CVV gecertificeerd zijn en voldoen aan de kernwaarden wild gevangen op de Noordzee, vers, natuurlijk en zuiver, gezond en lekker, gegarandeerde en gecontroleerde kwaliteit en duurzaam visserijbeleid. Uitbreiding naar alle vissoorten van de Noordzee in de toekomst is wenselijk. Het NSFC is een initiatief van de Nederlandse vissector, die haar eigen standaarden, criteria en certificering waarborgt met het kwaliteitslabel NSFC Quality.⁴

Certificering

Visserijbedrijven die zich hebben aangesloten bij het NSFC Quality-keurmerk hebben getekend voor een duurzaamheidsverbeterprogramma met als doel en intentie de MSC-standaard te behalen. Om aan te sluiten moet het visserijbedrijf CVV gecertificeerd zijn. Dat borgt het verantwoord ondernemen op de gebieden kwaliteit, hygiëne, arbeidsomstandigheden en voldoen aan wet- en regelgeving. De controles van het verbeterprogramma lopen mee met de certificeringen en audits van MSC en CVV.

Schakels in de visketen (handel) die zich committeren aan het NSFC Quality-keurmerk en zijn standaarden moeten minimaal MSC CoC-gecertificeerd zijn.⁵

NSFC Quality is een ketencertificering voor vissers, afslagen, verwerkers en retailers waarbij afslagen zorgen dat er controle is op CVV en het NSFC-verbeterprogramma. Daarnaast zorgt de afslag dat de informatie gecommuniceerd wordt naar de kopers zodat tracking en tracing is gegarandeerd.

Focus voor certificeringen ligt in de scholketen van vissers tot afslagen, verwerkers en retailers.

¹ Bron: www.zuiderzeezilver.nl en persoonlijk contact met secretariaat keurmerk.

² Bron: persoonlijk contact secretariaat Zuiderzeezilver.

³ NSFC is sinds mei 2013 gestopt wegens onvoldoende draagvlak in de vissector.

⁴ Bron: www.fishcenter.nl.

⁵ Bron: persoonlijk contact secretariaat NSFC en informatie verkregen uit diepte-interview.

Kosten

Er zijn voor een CVV gecertificeerd visserijbedrijf geen kosten aan de certificering verbonden. Dit geldt ook voor een MSC CoC-gecertificeerde handelaar. Het NSFC vraagt de aanvoerders van schol 0,5 cent per aangevoerde kilo schol af te dragen aan het marketingfonds van NSFC, dat de promotie voor het product schol nationaal en internationaal wil oppakken en verbeteren.¹

3.9 Flyshoot Quality

Flyshoot Quality is een kwaliteitsmerk voor vis gevangen door de flyshooters GO1, SL9, SL27 en UK153. Het merk is gebaseerd op een samenwerking tussen de visserijbedrijven die in gezamenlijkheid streven naar een verantwoorde visserij en het aan wal zetten van kwalitatieve flyshootvis als rode poon, mul, inktvis, zeebaars en andere seizoensvis. De vis wordt gevangen in de Noordzee en het Kanaal.

Het merk biedt de garantie dat de vis afkomstig is van een flyshooter en staat voor superieure kwaliteit. Het merk wordt beheerd door de visserijbedrijven die zich daartoe georganiseerd hebben.²

Flyshoot Quality is geen keurmerk, maar een label voor de visserijtechniek Flyshoot. Dit kwaliteitslabel staat voor seizoensvis gevangen met een verantwoorde vistechiek van uitmuntende kwaliteit. De kwaliteit vloeit voort uit de langzame brandstofbesparende vistechiek. Vier flyshooters met bijna allemaal het CVV-certificaat hebben dit merk in de markt gezet.

3.10 Vereniging van Beroepsmatige Handlijnvissers Nederland (VBHL)

Sinds maart 2007 wordt door twintig leden van de vereniging alle gevangen vis gelabeld. Het label geeft de garantie dat de vis met de hengel is gevangen vanaf een kleine boot. Het label staat garant voor de vistechiek en dagverse ongeschonden vis. De handlijnvissers vangen hoofdzakelijk zeebaars, maar ook kabeljauw voor de Nederlandse kust.³

VBHL is een label dat de vistechiek lijngevangen waarborgt met een tag in de kieuwen.

Daarmee wordt ook de kwaliteit van de aangevoerde dagverse vis door de leden van de Vereniging van Beroepsmatige Handlijnvissers Nederland gegarandeerd. De handlijnvisserij op zeebaars is sinds 2011 ook MSC gecertificeerd.⁴

3.11 VisWijzer

De VisWijzer is een advies en wordt gemaakt door Stichting De Noordzee met als doel de consumptie van duurzame vis te bevorderen. De VisWijzer heeft als doel om alle vis 'blauw' (ofwel MSC gecertificeerd) te krijgen. Daarom hanteert de VisWijzer dezelfde criteria als MSC, maar wel volgens eigen methodiek. Wanneer alle vis MSC gecertificeerd is, zal de VisWijzer uiteindelijk overbodig worden. Nu biedt het een handvat voor een duurzame keuze in het geval dat een visproduct geen keurmerk heeft.

¹ Bron: persoonlijk contact secretariaat NSFC Quality.

² Bron: www.flyshootvis.nl.

³ Bron: www.vhbl.nl.

⁴ Bron: www.vhbl.nl.

Voor de beoordelingen worden de meest recente wetenschappelijke gegevens over visbestanden gebruikt. Daarnaast worden databases als www.fao.org, www.fishbase.org, wetenschappelijke publicaties, documenten en informatiebronnen van leveranciers gebruikt. Elke vissoort wordt apart beoordeeld. De beoordelingsmethode bestaat uit een vragenlijst voor wild gevangen vissoorten en een vragenlijst voor gekweekte vissoorten. Per vraag zijn punten te verdienen. De hoeveelheid punten bepaalt of de vis in het rood, oranje of groen komt. Wanneer een vis 0-40% heeft, is deze vis rood.

Wanneer deze 40-60% van de punten haalt, is deze oranje. Wanneer de vis meer dan 60% haalt, valt deze in de groene kolom. De criteria voor wilde vis zijn:

1. de biologische kenmerken van de vis (sommigen vissoorten kunnen beter tegen bevissing dan andere soorten)
2. de effecten van visserij en vistechiek (Zijn er veel bijvangst? Veroorzaakt het vistuig schade aan de bodem?)
3. (de effectiviteit van) beheersmaatregelen. (Dit gaat om zowel maatregelen van de overheid als maatregelen door vissers zelf.)¹

3.12 Vis in het seizoen

Stichting Vis & Seizoen, viskalenders en andere initiatieven om kuitzieke vis te mijden vallen onder vis in het seizoen. De basis is dat er geen vis wordt gevangen, verwerkt of verkocht die kuitziek is. Deze vis moet met rust worden gelaten om zich te kunnen voortplanten. Vis in de kuitzieke periode is mager, heeft minder visvlees en is minder van kwaliteit, wat de smaak niet ten goede komt. Dat is echter niet statisch en aan veranderingen onderhevig.

Het werken met een viskalender waarop vissoorten staan weergegeven per seizoen is een initiatief van groothandelaren die de horeca bedienen. Ook het Nederlands Visbureau staat achter de seizoenen, evenals vele visserijbedrijven.²

Welke vis in welk seizoen het beste gegeten kan worden is schematisch weergegeven in viskalenders. Het Productschap Vis heeft een dergelijke kalender uitgebracht, evenals verschillende handelaren.

3.13 HACCP/BRC

HACCP is de afkorting van Hazard Analysis Critical Control Points. Het is een procesbeheersings-systeem gericht op het produceren van veilige en deugdelijke voedingsmiddelen. HACCP is een onderdeel van BRC en is van toepassing op een productieproces. Een BRC-certificaat toont aan dat een organisatie voldoet aan de eisen van het British Retail Consortium (BRC). Een BRC-certificering geeft zekerheid over de beheersing van het productieproces van voedingsmiddelen. Met een BRC-certificaat wordt voldaan aan wet- en regelgeving en wordt productveiligheid en product-aansprakelijkheid verzekerd. De eisen van de BRC-norm hebben betrekking op een betere veiligheid en beheersing van consumentenproducten en vereist de aanwezigheid van een kwaliteits-managementsysteem en de toepassing van HACCP. Ook vereist BRC dat het product, proces en personeel in het systeem zijn opgenomen.³

¹ Bron: www.goedervis.nl, www.noordzee.nl.

² Bron: www.visenseizoen.nl, www.pvis.nl, www.visbureau.nl, www.dejuistevis.nl.

³ Bron: www.brcglobalstandards.com.

4 De verschillende schakels in de visketen en hun wensen en behoeften ten aanzien van verse vis

4.1 Inleiding

Iedere schakel in de keten heeft eigen wensen en behoeften ten aanzien van de inkoop van vis. Deze wensen en behoeften staan in relatie met de vraag van hun klanten en uiteindelijk de laatste schakel in de keten: de eindafnemer. Om deze relatie tussen de schakels in de visketen en hun behoeften te begrijpen volgt hierna een beschrijving van de verschillende ketenpartijen en hun wensen en behoeften met betrekking tot verse vis verkregen uit het marktonderzoek. Hoofdstuk 6 gaat verder in op deze behoeften en legt de relatie tussen het visserijbedrijf en de afzetmarkt.

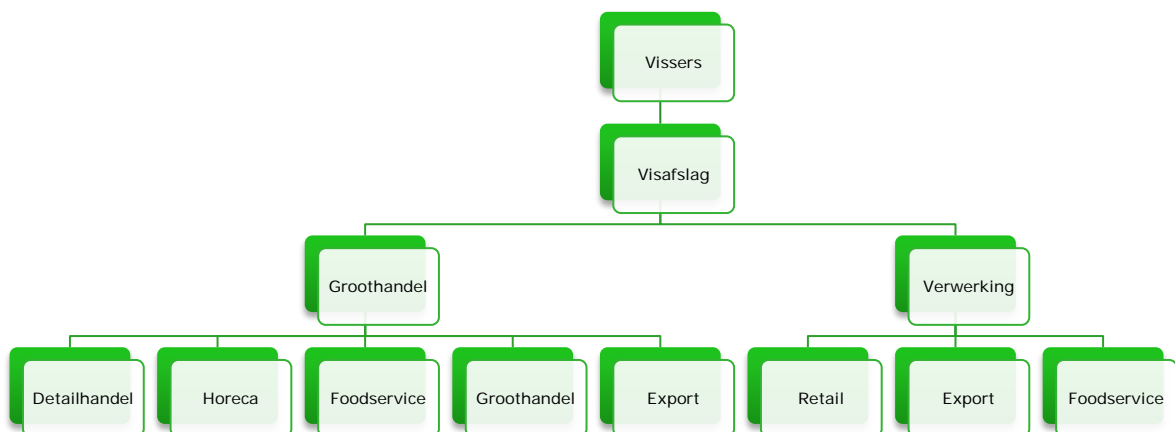
Bij deze behoeften ten aanzien van kwaliteit kan men denken aan:

- vistechniek
- visgebied
- volume en continuïteit
- versheid en spreiding aanvoerdagen
- intrinsieke kwaliteit (productkenmerken kleur, smaak enzovoort)
- extrinsieke kwaliteit (prijs, merknaam, garantie enzovoort)
- verhaal visserman
- seizoen
- mvo
- keurmerk
- prijs
- maatvoering

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de volgende ketenpartijen en hun wensen en behoeften:

- horeca
- foodservice
- retail
- export
- visdetailhandel/ambulante handel
- groothandel

De tabellen 5 en 9 in bijlage 1 geven een schematische en samenvattende weergave van dit hoofdstuk. Bovengenoemde behoeften worden in bijlage 3 nader omschreven.



4.2 Horeca

De sector horeca omvat hotels, restaurants en cafés in zowel het lage (bijvoorbeeld lunchcorner), midden (bijvoorbeeld brasserie) en hoog (bijvoorbeeld sterrenrestaurant) segment. De horeca koopt over het algemeen verse grondstoffen en producten in. Vis is daar een onderdeel van en wordt ingekocht als vuile vis ofwel hele vis die de koks zelf verwerken tot bijvoorbeeld filets. Maar als die expertise niet in de keuken is of het ontbreekt aan mankracht en tijd, dan koopt men schoongemaakte vis in. Voorbeelden hiervan zijn schoongeschubd, filet met vel, filet zonder vel enzovoort. Kwaliteit is belangrijk voor deze sector. Een sterrenrestaurant stelt een hogere prioriteit aan kwaliteit dan bijvoorbeeld een lunchcorner.

Behoeften en vraag

Intrinsieke en extrinsieke kwaliteit is voor de horeca het belangrijkste. Kwaliteit is subjectief en daarom echter moeilijk meetbaar. Om een zo goed mogelijke keuze te maken bij de inkoop van vis hebben horecaleveranciers een aantal aandachtspunten waar ze de intrinsieke en extrinsieke kwaliteit van de vis proberen in te schatten.

Zo hebben ze voorkeur voor bepaalde schepen en vissers die voor hen een goede en continue kwaliteit aanvoeren. Kwaliteit staat in relatie met de verzorging van de vis aan boord, de vistechiek en het seizoen. Een goede kwaliteit vis krijgt een goede verzorging aan boord. Verder let de horecaleverancier bij de inkoop op goed geijde vis, kleinere viskisten, een continue maatvoering en korte visreizen (niet langer dan vier dagen). Een ander aspect dat invloed heeft op de kwaliteit zijn de verschillende vistechieken die worden gebruikt binnen de vloot. De vistechiek kan door de mate van beschadigingen aan de vis de houdbaarheid van de vis beïnvloeden. Daarnaast vertelt de vistechiek de inkoper ook iets over of de visserij verantwoord is of niet. Of een vistechiek verantwoord is, wordt door externe factoren, informatie en een eigen mening gevormd.

Seizoensvis hangt samen met kwaliteit. Vis in het seizoen heeft meer visvlees en is beter van smaak. Vis gevangen buiten het seizoen, in de kuitperiode, heeft weinig vlees en geen goede smaak. Volgens de horeca hangt seizoensvis ook samen met duurzaamheid omdat je kuitzieke vis buiten het seizoen niet moet vangen.

Een duurzaamheidslabel zegt niets over kwaliteit. Kwaliteitskeurmerken en labels hebben een verhaal dat interessant is voor de horeca. Het voegt waarde toe aan het product. Horecaleveranciers hechten veel waarde aan informatie, promotie- en beeldmateriaal vanuit de aanvoersektor ter ondersteuning van hun verkoopverhaal. Hoewel de horecaleveranciers graag wat meer geven op de veiling, vragen hun klanten in de horeca veelal om een goede kwaliteit tegen een lage prijs.

Keurmerk en markttoegang

De meeste horecaleveranciers zijn MSC CoC-gecertificeerd om hun verantwoordelijkheid te tonen op het gebied van duurzaamheid en te kunnen voldoen aan de vraag naar MSC-producten. De horecaleverancier kiest voor MSC omdat het een internationaal bekende en erkende standaard heeft voor wild gevangen vis. Het helpt om toegang te krijgen bij grote horecaketens, maar levert financieel geen toegevoegde waarde op. Het kost tijd en geld. De vraag naar MSC-gecertificeerde vis is klein. Dit komt onder andere omdat het nog niet leeft in de horeca. Ook speelt prijs in recessietijd een belangrijkere rol dan duurzaamheid. Daarnaast is het aanbod van MSC-gecertificeerde vis op de visafslagen in Nederland vrijwel nihil. Kwaliteit is voor de horeca belangrijker maar daar zegt het keurmerk niets over. Ook niet over de seizoenen waar de horeca veel waarde aan hecht. Want ook buiten het seizoen mag de aangevoerde vis het MSC-logo dragen. Dit zijn redenen voor horecaleveranciers om verder te kijken dan een keurmerk en zich te richten op kwaliteitskeurmerken, labels, streekproducten, vistechieken en het verhaal van de visserman. Een verhaal of iets tastbaars als een tag, visbriefje, logo zijn waardevolle verkooptools. Of het duurzaam is of niet wordt door de horecaleverancier en horeca afgewogen aan de hand van informatie, kennis en een eigen visie.

4.3 Foodservice - kantines, zorginstellingen en fastfoodketens

De foodservice omvat bedrijfskantines van bedrijven, verenigingen, organisaties en overheidsinstellingen, maar ook zorginstellingen als ziekenhuizen, verzorgingstehuizen en rustoorden. Met fastfoodketens worden onder andere snackbars en tankstations bedoeld. De foodservice werkt met visproducten die alleen nog op locatie bereid hoeven te worden. Denk aan bijvoorbeeld scholrolletjes, visburgers, visfrietjes enzovoort. Deze markt vraagt naar zowel verse als diepvriesvis.

Behoeften en vraag

De foodservice stelt hoge prioriteit aan duurzaamheid, mvo en keurmerken. Mocht een vissoort (nog) niet gecertificeerd zijn, dan wordt de VisWijzer gebruikt om de duurzaamheid vast te stellen. Ook wordt de informatie achter het keurmerk zoals een visteknik en visgebied door de foodservice gebruikt om tot een oordeel te komen of iets wel of niet duurzaam is. Er wordt gevraagd naar gecertificeerde visproducten die in verschillende sorteringen/maten verkrijgbaar zijn met een continue volume en een continue prijs het hele jaar door. Het product moet een neutrale smaak hebben, het liefst effen wit van kleur zijn, en bij voorkeur altijd gelijk qua kleur en vorm. De kantines, zorginstellingen en fastfoodketens willen graag ontzorgd worden op het gebied van informatie en promotie. Deze informatiestroom is bij voorkeur niet in vakjargon en niet te technisch zodat de hele keten hetzelfde verhaal kan vertellen.

Keurmerk en markttoegang

Om als leverancier toegang te krijgen tot kantines, zorginstellingen en fastfoodketens dient men MSC-gecertificeerd te zijn. De wetenschappelijke onderbouwing achter het toegekende keurmerk is ook van belang. Omdat MSC transparant opereert is alles inzichtelijk en door de foodservice-leverancier aan te tonen in alle talen. Omdat MSC internationaal actief is biedt ze promotionele ondersteuning op locatie. Dit is een pre voor de foodservice-leveranciers. Er wordt door de foodservice geen tot weinig waarde gehecht aan keurmerken en labels voor kwaliteit omdat dergelijke labels geen grote volumes vis beschikbaar hebben en niet kunnen voldoen aan de continue kwaliteitseisen.

4.4 Retail - supermarkt

Een supermarkt is een grote zelfbedieningswinkel waar de consument levensmiddelen en huishoudelijke artikelen kan kopen. Vis is een onderdeel van het assortiment. In de supermarkt wordt (afhankelijk van het type supermarkt en het land waar de supermarkt is gevestigd) verse vis op ijs, verwerkte vis in het koelvak en in de diepvries verkocht. Supermarktleveranciers werken zowel met verse als met diepvriesvis.

Behoeften en vraag

Continuïteit in prijs, volume, maatvoering en kwaliteit zijn belangrijk. Afwijkingen of veranderingen worden als zeer vervelend ervaren voor de interne organisatie. Een keurmerk, bij voorkeur MSC of een ander met internationale standaarden, biedt zekerheid op het gebied van duurzaamheid en mvo. Supermarkten kopen visproducten graag onder private label in. De wensen en behoeften liggen dichtbij die van de foodservice-markt.

Keurmerk en markttoegang

De supermarkten baseren hun keus voor duurzaamheid en keurmerk op de standpunten van het CBL, overheden, wetenschappers, ngo's en maatschappij. Voor verse vis biedt MSC toegang tot de markt. Omdat het een internationale standaard is, transparant en een keurmerk dat zichtbaar is in de hele keten tot aan de consument. De kosten voor het gebruik van het MSC-logo op consumentenverpakkingen betaalt meestal de leverancier van de supermarkt. Een MSC CoC-certificaat levert de supermarktleverancier alleen markttoegang op.

Naar de B2B-keurmerken en het verhaal van de visserman wordt alleen intern gekeken. Het wordt niet meegenomen in de communicatie op de winkelvloer, folder en/of verpakking. Ieder extra

keurmerk en/of logo brengt extra (administratieve) werkzaamheden met zich mee. En daarnaast is vis een klein onderdeel van de inkoopportefeuille van de supermarktkoper en kiest hij liever voor één (of geen) keurmerk.

4.5 Visdetailhandel en ambulante

Visdetailhandelaren zijn kleine zelfstandige winkeliers die een eigen viswinkel hebben of aangesloten zijn bij een franchiseformule met een vast adres. De ambulante vishandel bestaat uit ondernemers die in het bezit zijn van viskramen met standplaatsen op verschillende plekken, waar ze staan op verschillende dagen in de week. Ze verkopen beiden vis aan de consument. Het assortiment bestaat uit verse vis, vis verwerkt in bijvoorbeeld salades, quiches, soep of gerookte visproducten, maar ook uit verse vis of diepvriesvis dat gebakken en verkocht wordt onder de naam kibbeling of lekkerbek. Verse vis in de vitrine van de visboer wordt steeds minder verkocht. De gebakken, verwerkte en traiteurproducten winnen terrein.

Behoeften en vraag

De wensen en behoeften van de visdetail- en ambulante handel liggen dicht bij die van de horeca. Kwaliteit is erg belangrijk. Dit wordt bepaald door kennis en ervaring van de inkopers en de verzorging aan boord van de schepen. Er wordt weinig waarde gehecht aan een keurmerk of label. Het verhaal van de visserman, de vistechniek, vis in het seizoen en de herkomst van de vis heeft wel toegevoegde waarde in de keten.

Keurmerk en markttoegang

De leveranciers aan de visdetailhandel en ambulante handel zijn MSC CoC-gecertificeerd. Ook zijn ze gecertificeerd voor de kwaliteitssystemen HACCP en/of BRC. De vraag naar gecertificeerde producten is niet of nauwelijks aanwezig.

Het keurmerk is voor een visdetaillist en ambulante handel niet aantrekkelijk omdat ze zich daarmee niet kunnen onderscheiden ten opzichte van de supermarkten. Daarnaast is het vrij kostbaar om aan alle eisen van de ketencertificering te voldoen. Visdetaillisten en ambulante handel onderscheiden zich liever als specialist met kwaliteitsproducten. Om zich te onderscheiden van de (duurzaamheids)keurmerken werken ze bijvoorbeeld met een eigen label, vertellen ze het verhaal van de visserman en/of verkopen vis in het seizoen. Ook de VisWijzer van Stichting De Noordzee wordt gebruikt als verkooptool door middel van groen, oranje en rode stickers op de vitrinekaartjes. Keurmerken en labels met een verhaal zoals DUPAN en Flyshoot Quality bieden toegevoegde waarde waarmee de detaillist zich kan onderscheiden als visspecialist. Keurmerken en labels als Waddengoud, Zuiderzeezilver en CVV zijn vrijwel onbekend bij zowel de leverancier als de afnemers.

4.6 Groothandel

Een groothandel is een bedrijf dat producten verkoopt aan andere ondernemers en niet aan particulieren. Een groothandel is de schakel tussen producent en detailhandel. Er wordt verse vis, hele vis, verwerkte vis en diepvries vis verhandeld.

Behoeften en vraag

Een goede inkoopprijs die past bij de vastgestelde verkoopprijs, beschikbaarheid dankzij spreiding aanvoerdagen, volume en continue maatvoering zijn belangrijk voor de leveranciers van de groothandel. De groothandel vraagt en de leveranciers leveren. De leverancier van de groothandel heeft een breed en diep assortiment verse, diepgevroren en diverse verwerkte vis en visproducten om aan de uiteenlopende vraag te voldoen. Het maakt niet uit wat of waar de vis vandaan moet komen, als er maar aan de vraag van de groothandel kan worden voldaan. Kwaliteit is ook belangrijk. Met een goede kwaliteit vis kan langer gewerkt worden. Kwaliteit wordt gebaseerd op kennis en ervaring en staat in relatie met de vistechniek.

De leveranciers van de groothandel staan veelal niet direct in contact met de (eind)afnemers. Ze kopen in op vraag, waarbij de prijs leidend is. De prijs bepaalt of de vis op dat moment het beste in het binnen- of buitenland ingekocht wordt. Alle soorten verse aangevoerde vis op de Nederlandse afslagen worden ingekocht.

Keurmerk en markttoegang

Naar keurmerken, labels of mvo is er nauwelijks vraag op een enkele koploper na. De vraag naar keurmerken komt voor bij groothandelaren die de supermarkten bedienen. Toch nemen leveranciers aan de groothandel hun verantwoordelijkheid op het gebied van mvo en zijn gecertificeerd voor diverse keurmerken. Ook verdiepen de leveranciers zich in het verhaal van de visserman en doen ze kennis op over de vistechnieken, het visgebied enzovoort. De leveranciers zijn veelal MSC- en FOS CoC-gecertificeerd. En ze zijn gecertificeerd voor de kwaliteitssystemen HACCP en/of BRC.

4.7 Export

Onder export valt alle vis die in Nederland aangevoerd, verwerkt en getransporteerd wordt naar het buitenland. In het buitenland vindt de vis zijn weg naar verschillende afnemers in verschillende schakels in de visketen. Denk aan horeca, retail, foodservice en ook aan scheepvaart en cruise. Er gaat zowel verse vuile vis, verwerkte vis en diepvries vis naar de afnemers in het buitenland. Daarom is export allesomvattend voor alle hier bovengenoemde schakels in de keten en zijn alle wensen en behoeften van toepassing op de export.

4.8 Overige behoeften en wensen

De ketenpartijen hebben tijdens de interviews de volgende wensen genoemd:

- Meer spreiding aanvoer- en verkoopdagen op de visafslagen. Voorkeur op woensdag en donderdag in verband met de grootste afzet van vis op donderdag/vrijdag en zaterdag.
- Uniforme kwaliteitsaanduidingen A, B, E op alle veilingen en veilsystemen in Nederland.
- Kwaliteitssystemen voor bijvoorbeeld voedselveiligheid doorvoeren in de primaire sector en visafslag.
- Een informatiestroom in beeld en tekst via persoonlijk contact en/of social media vanuit de aanvoersector naar de afnemers in de visketen voor het bieden van toegevoegde waarde aan het product vis.

5 Aanvoersektor in relatie tot de verschillende afzetmarkten

5.1 Inleiding

Om te weten te komen welke afzetmarkt (schakel in de visketen) potentieel belangrijk kan zijn voor het visserijbedrijf wordt in dit hoofdstuk de vraag naar vissoort en vistechiek in relatie tot de markt weergegeven. Dit is belangrijk omdat niet alle aangevoerde vis naar dezelfde afzetmarkten gaat. Er zijn verschillen per vissoort, maar ook per vistechiek. Iedere afzetmarkt heeft haar behoeften. Door deze in kaart te brengen wordt voor de aanvoersektor duidelijk voor welke markt er wordt gevist.

De tabellen 6 en 7 in bijlage 1 geven een schematische en samenvattende weergave van dit hoofdstuk.

5.2 Vraag naar vissoort per schakel in de visketen

Horeca

De horecaleveranciers kopen alle soorten verse aangevoerde vis op de Nederlandse afslagen, op alle dagen in de week. Ze hebben de voorkeur voor een gespreide aanvoer van de vis, omdat de afzet zich concentreert op voornamelijk donderdag, vrijdag en zaterdag. Er wordt gekocht in de visafslag, via het online veilingssysteem of via commissieairs. Verse vis wordt gekocht op de afslag en niet of nauwelijks rechtstreeks van de schepen. Aangevoerde verse vis wordt geselecteerd op kwaliteit. Zo kan het zijn dat horecaleveranciers vanwege de kwaliteit kiezen voor dezelfde soort vis van een specifiek visserijbedrijf of specifieke vistechiek.

Horecaleveranciers importeren ook verse vis uit het buitenland. Het gaat dan met name om vissoorten die niet of nauwelijks in Nederland gevangen en of aangevoerd worden.

Foodservice - kantines, zorginstellingen en fastfoodketens

Voor deze schakels in de visketen wordt verse vis ingekocht op de afslagen, maar het merendeel van de vers aangevoerde vis in Nederland wordt (diepgevroren) gekocht van groothandelaren en verwerkers. Vanwege de specifieke vraag vanuit de markt voldoet niet iedere vissoort aan de wensen. Witvis, zoals Alaska pollak, is een geliefd en geschikt product qua kleur, structuur, smaak, prijs en beschikbaarheid.

Retail - supermarkt

Nederlandse supermarkten kopen zelden vers aangevoerde vis in Nederland omdat er geen continuïteit in vissoort, aanvoer, beschikbaarheid, prijs en volume is. Supermarkten vragen van hun leveranciers het hele jaar rond een bepaald volume voor een bepaalde prijs en een eenduidige kwaliteit. Leveranciers importeren daarom verse en diepvries vis uit het buitenland en maken met hun leveranciers afspraken voor een langere periode. Vissoorten die gekweekt, gevangen en/of in grote hoeveelheden beschikbaar zijn hebben de voorkeur.

Visdetailhandel en ambulant

Leveranciers van de visdetailhandel en de ambulante handel kopen alle soorten verse aangevoerde vis op de Nederlandse afslagen, op alle dagen in de week. Ze hebben de voorkeur voor een gespreide aanvoer op de doordeweekse dagen omdat de afzet zich voornamelijk concentreert op donderdag, vrijdag en zaterdag. Er wordt gekocht op de afslag, via het online veilingssysteem of via commissieairs. Vis wordt niet of nauwelijks rechtstreeks gekocht van de schepen. Aangevoerde verse vis wordt geselecteerd op kwaliteit en prijs. De visdetailhandel vraagt overwegend naar kwaliteit en de ambulante handel wil een overweging weleens laten afhangen van de prijs. Daardoor kan de inkoper de overweging maken een rode poot te kopen van een flyshooter van een hoge kwaliteit en een

hogere prijs of de rode poon gevangen door andere vistechnieken met een lagere prijs. Het aanbod van verse vis in de vitrine van de visdetail- en ambulante handel neemt af. Verwerkte, gebakken en traiteurproducten winnen terrein. Leveranciers importeren daarom ook diepgevroren vis dat verwerkt wordt voor kibbeling, lekkerbek enzovoort. Afhankelijk van de locatie van de viswinkel of de standplaats van de marktkraam wordt er meer of minder (vuile) verse vis verkocht. De allochtone klant koopt graag (vuile) verse vis. Een visdetailhandel en ambulante handel pronkt in de vitrine ook altijd nog graag met showvis (mooie, vuile, verse vis).

Groothandel

Een inkoper die levert aan een groothandel heeft een breed en diep assortiment verse, diepgevroren en diverse verwerkte vis en visproducten om aan de uiteenlopende vraag te kunnen voldoen. Achter die groothandel zitten namelijk diverse schakels in de keten. Van horeca, kantines, zorginstellingen, fastfoodketens, supermarkten in binnen- en buitenland en visdetailhandelaren. Een leverancier van de groothandel staat veelal niet in direct contact met de (eind)afnemers. Ze kopen in op vraag, waarbij de prijs leidend is. De prijs bepaalt of de vis op dat moment het beste in het binnen- en/of buitenland ingekocht wordt. Alle soorten verse aangevoerde vis op de Nederlandse afslagen wordt ingekocht.

5.3 Vraag naar vis in relatie met de vistechniek

Boomkor

De boomkorvisserij is de visserij bij uitstek voor het vangen van platvis als tong, schol, tarbot, griet enzovoort. De traditionele boomkor verdwijnt uit het beeld in de havens. De techniek is ingehaald door innovaties en aanpassingen. Voorbeelden zijn de SumWing en de pulsvisserij. Andere vistechnieken zijn de twinrig en flyshootvisserij. Schakels in de keten kopen vis gevangen met de boomkor, maar omdat de innovatieve vistechnieken veelal een betere kwaliteit vis aan de wal zetten wordt daar eerder voor gekozen. Ook zijn er handelaren die dezelfde keus maken vanuit duurzaamheidsoverwegingen.

Pulsvisserij/SumWing

De pulsvisserij en de SumWing zijn innovatieve aanpassingen op de traditionele boomkorvisserij. Het zijn verantwoorde innovaties die zorgen voor minder brandstofverbruik, selectiever vissen op platvis en minder verstoring van het leven onder water. De innovaties brengen als voordeel met zich mee dat de aangevoerde vis van goede kwaliteit is.

De handel kiest graag voor vis gevangen met de pulsvisserij en/of SumWing vanuit duurzaamheids- en/of kwaliteitsoverwegingen. Een innovatie is een verhaal en dat verhaal biedt toegevoegde waarde voor de handel die de markten horeca en visdetailhandel bedienen.

Twinrig

Twinrig-vissers vangen zowel platvis als rondvis, maar met name zijn het scholvisserij. De techniek heeft een verantwoord karakter en staat bekend om de goede kwaliteit vis. Handelaren kopen graag vis van deze vistechniek. Het vissen met twinrig wordt voornamelijk seizoensmatig in de zomer gedaan en afgewisseld met de boomkor-/puls-/SumWing-/flyshootvisserij in de wintermaanden.

Flyshoot

Een klein deel van de Nederlandse vloot vist met flyshoot op de Noordzee en in het Kanaal. Flyshoot is een visserijtechniek die zich onderscheidt van de andere visserijtechnieken van de Nederlandse vloot omdat platvis niet tot de doelsoorten behoort. Flyshooters vissen seizoensmatig op rode poon, mul, inktvis en zeebaars, vissoorten die onder de commerciële naam flyshootvis worden verhandeld. Flyshootvis, wat een label/merk op zich is geworden, staat voor verantwoord gevangen uitmuntende kwaliteit vis. Met onbeschadigde vis kan langer gewerkt worden. Een kwaliteit die door veel schakels in de keten bekend is en gewaardeerd wordt, en waar extra voor betaald wordt.

Door de hogere prijs op de afslag komt flyshootvis over het algemeen in het hogere segment binnen de diverse schakels in de keten. In bepaalde periodes prijzen de doelsoorten zich uit de markt voor segmenten die overwegend voor een lagere prijs gaan.

Standaardwants/netten/fuiken/lijnen

Standaardwants/netten/fuiken/lijnen zijn vistechnieken die behoren tot de kleinschalige visserij onder de kust of op binnenwateren. Kleinschalige visserij is ook dagvisserij. Dat betekent dat de scheepjes dagverse vis aanvoeren. Dagverse vis is geliefd bij de handel. Hoe verser de vis, hoe beter de kwaliteit. Kleinschalige visserij staat bekend als een verantwoorde visserij die een eerlijk product aan de wal zet. Dagvisserij brengt leven in een vissershaven en brengt de visserij dicht bij de consument. Vis gevangen met lijnen is vanwege de kwaliteit geliefd bij de handel voor met name horeca, visdetailhandel en ambulante handel. Omdat de aanvoerhoeveelheden klein zijn is de vis niet interessant voor bijvoorbeeld foodservice en retail.

Trawler

De makreel- en haringvisserij, maar ook de visserij op onder andere koolvis vallen in deze tabel onder trawler: een vloot die verder en langer weg op zee is en blijft en selectief vist op pelagische vissoorten. Dit zijn vissoorten die met een grote hoeveelheid worden aangevoerd en daarom interessant zijn voor de schakels in de keten die de supermarkten, groothandel en foodservice bedienen en hoge prioriteit stellen aan volume en continuïteit.

6 Ketenpartijen en keurmerken en labels

6.1 Inleiding

Als de aanvoersector voldoet aan de vraag van de markt zorgt dat voor toegevoegde waarde voor het product. De wensen en behoeften die kunnen zorgen voor toegevoegde waarde in de visketen zijn in hoofdstuk 5 en in bijlage 3 toegelicht. In dit hoofdstuk worden de volgende vragen beantwoord: Sluiten keurmerken en labels aan op deze wensen en behoeften van de markt? Ofwel voegt een keurmerk en/of label waarde toe aan het product?

Tabel 8 in bijlage 1 geeft schematisch de relatie weer tussen de eerder weergegeven behoeften en de keurmerken en labels.

6.2 Ketenpartijen en keurmerken en labels

Betekenis en gebruik

Uit de interviews blijkt dat zowel bij de aanvoer, schakels in de visketen en eindafnemers er grote verwarring bestaat en zelfs totale onbekendheid over de betekenissen, verschillen en overeenkomsten tussen de huidige keurmerken en labels voor vis. Dat leidt tot het niet, verkeerd en/of anders gebruiken van het betreffende keurmerk of label. Er wordt al snel gedacht en gecommuniceerd dat ieder keurmerk of label staat voor duurzaamheid terwijl het bijvoorbeeld een keurmerk is voor kwaliteit of herkomst. Ook wordt al snel de conclusie getrokken dat ieder keurmerk voor kwaliteit staat, terwijl een duurzaamheidskeurmerk niets zegt over de kwaliteit van de vis. Keurmerken en labels worden voornamelijk ingezet als een tastbare verkooptool ter ondersteuning van een eigen verkoopverhaal.

Groot aantal keurmerken

Geen enkele schakel in de visketen wil er een nieuw keurmerk bij, want, zo zeggen de schakels in de keten: 'Ieder keurmerk of label neemt kosten, tijd en extra administratie met zich mee die niet of nauwelijks door te berekenen zijn en waarvan de toegevoegde waarde op lange termijn onbekend is.' Er lijkt meer behoefte te zijn aan een overkoepelend keurmerk inclusief een goede prijs voor de visser (zoals fairtrade).

Hoewel er ook als volgt wordt gesproken over een nieuw type fairtrade-keurmerk voor vis: 'Keurmerken ontstaan door misstanden. In Nederland zijn geen misstanden en is een specifiek keurmerk voor bijvoorbeeld sociale aspecten niet zo hard nodig als in arme landen.'

Type keurmerk

De bekendheid in de visketen over de B2C (Business to Consumer-)keurmerken als MSC en FOS is groot. Ook de inhoud is redelijk goed bekend. Deze keurmerken zijn internationaal en er wordt breeduit over gesproken in de media. De bekendheid aan het eind van de visketen creëert vraag. Uit de diepte-interviews werd de grootte van de vraag als volgt beargumenteerd: 'De grootte van de vraag naar deze keurmerken, bijvoorbeeld MSC, wordt mede bepaald door de overheid en de druk die zij uitoefenen op ondernemers en de maatschappij.'

B2B (Business to Business-)keurmerken en keurmerken die (alleen) staan voor kwaliteit en herkomst blijven 'intern' in de visketen en worden overwegend gebruikt bij de inkoopbeslissing.

Keurmerk en kwaliteit

Kwaliteit is ervaring en kennis, zeggen de schakels in de visketen: 'Iets waarmee we ons kunnen onderscheiden ten opzichte van de concurrent. Kwaliteit kun je ook niet door de hele keten

controleren. Duurzaamheid wel. Een kwaliteitskeurmerk/label heeft alleen toegevoegde waarde als je de hele keten in eigen beheer hebt.' De naamsbekendheid van deze keurmerken verschilt per schakel in de visketen. De visdetailhandel is het minst op de hoogte van het bestaan en de betekenis van bijvoorbeeld CVV en Waddengoud. De kwaliteitsmerken- en labels die gekoppeld zijn een vistechniek zoals Flyshoot Quality en VBHL zijn wel bij de visdetailhandel en andere schakels bekend onder de naam flyshootvis en lijngevangen vis. De vistechniek is leidend in de benaming. Het biedt een tastbaar label, staat voor kwaliteit en biedt een verhaal over de vistechniek dat gebruikt kan worden om ook de duurzaamheid aan te tonen.

Duurzaamheidskeurmerken als MSC en FOS zeggen niets over kwaliteit terwijl de visketen ervaart dat afnemers ervan uitgaan dat de keurmerken ook voor vis van goede kwaliteit staan. Voornamelijk horeca en visdetailhandel die zich onderscheiden in kwaliteit kunnen deze keurmerken moeilijk integreren in hun in- en verkoopbeleid. De argumentatie daarvoor is:

'Het aanbod MSC-gecertificeerde verse vis op de visafslag is zeer gering. We kunnen niet afgaan op alleen het keurmerk want het zegt niets over kwaliteit; daarom willen we gecertificeerde vis niet opnemen in ons assortiment omwille van de slechte kwaliteit. Ditzelfde geldt ook voor gecertificeerde vis dat buiten het seizoen in de kuitperiode wordt aangeboden. Dat is niet de kwaliteit die wij willen en ook niet duurzaam.'

Het geringe aanbod gecertificeerde verse vis staat verduurzaming van het assortiment in de weg. En daarmee het marktmechanisme wanneer je als handelaar wel alles op alles zet om alleen nog duurzame vis in je assortiment op te nemen:

'Als ik volledig overga op alleen duurzame gecertificeerde vis in mijn assortiment, dan ben ik afhankelijk van een selecte groep leveranciers omdat het aanbod gering is. Dat betekent een hoge inkoopprijs wat ik niet kan doorbereken in de verkoopprijs, want de afnemer is niet bereid meer te betalen.'

Keurmerken in de visketen

De vraag naar keurmerken en labels wordt mede bepaald door de invloed van overheid en ngo's op de maatschappij en in de visketen. Schakels in de visketen laten zich onder andere certificeren om te kunnen voldoen aan de vraag, die over het algemeen niet groot is. Anderzijds willen de schakels hun maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen en tonen dat door middel van een tastbaar certificaat.

De visketen kiest over het algemeen bij voorkeur voor MSC-ketencertificering omdat het een internationaal erkend keurmerk is met grote bekendheid in de maatschappij. Andere redenen die schakels in de visketen aangeven zijn: 'Het feit dat MSC transparant is, lokaal ondersteuning kan bieden bij vragen, transparante informatievoorzieningen en zekerheid biedt maakt het keurmerk aantrekkelijk.'

Keurmerken en labels voldoen niet aan alle wensen en behoeften van de schakels in de visketen. De vraag ernaar in de keten is gering.

Gebruik van keurmerken en labels

De keurmerken en labels Waddengoud, CVV en Zuiderzeezilver worden gebruikt als informatie voor de inkoop. Ze zijn een waarborg voor kwaliteit. Ze worden gebruikt voor intern gebruik en ter kennisgeving aangenomen. Het logo van het keurmerk wordt over het algemeen niet extern gecommuniceerd in de visketen, vanwege de kleinschaligheid en geringe bekendheid bij de schakels in de visketen en hun afnemers. 'We willen onze klanten niet overspoelen met verschillende keurmerken en labels omdat ze er dan niets meer van begrijpen' is ook een veel gehoord argument, wat direct aangeeft dat men geen behoefte heeft aan nog meer keurmerken.

De viskalender zegt iets over vis in het seizoen. Deze informatie is in alle schakels van de visketen belangrijk. Omdat het enerzijds staat voor kwaliteit, maar ook voor duurzaamheid. De VisWijzer daarentegen wordt niet of nauwelijks gebruikt in de visketen. 'Het is een ding voor consumenten', wordt er gezegd. In de leveranties aan retailers en in de foodservice markt wordt de VisWijzer als

alternatief ingezet als een vissoort niet gecertificeerd is en toch de duurzaamheid moet worden aangetoond. De visdetailhandelaar die in rechtstreeks contact staat met de consument en de VisWijzer wil de gekleurde visjes nog weleens gebruiken in de vitrine om 'goede' vis aan te tonen.

Communicatie vanuit de keurmerken

Ieder keurmerk, label en advies heeft zijn criteria, kenmerken, standaarden en invulling op het gebied van duurzaamheid, kwaliteit en wat goed en niet goed is. Ze hebben ook allemaal hun eigen mediacampagnes voor de bewustwording van duurzaamheid, kwaliteit, herkomst enzovoort. Dit resulteert in gemengde berichten in de keten en richting de consument, waardoor verwarring ontstaat. Schakels in de visketen, en met name consumenten, weten niet meer of ze lokale producten moeten kopen met zo min mogelijk foodmiles of fairtradeproducten die kleinschalige producenten ondersteunen in ontwikkelingslanden. Wilde vis of gekweekt? Of juist producten die aandacht besteden aan de visbestanden en het dierenwelzijn?

Consument en keurmerken

Hoewel de vraag naar duurzame vis en keurmerken wordt gestuurd vanuit de vraag uit de keten, neemt de consument volgens de geïnterviewde ketenpartijen geen verantwoordelijkheid. De consument gaat er vanuit dat de sector, het restaurant, de viswinkel, supermarkt en overheid voor hen de keus maakt en hun verantwoording neemt. Daaruit kan geconcludeerd worden dat de verwarring van de vele logo's op verpakkingen een verwarring blijft omdat de consument zich niet verantwoordelijk voelt om uit te zoeken wat ze echt inhoudelijk betekenen.

Keurmerken, labels en adviezen moeten bijdragen aan geloofwaardigheid door te streven naar meer standaardisatie en harmonisatie. Tegenstrijdigheden in aanbevelingen en standaarden moeten worden opgelost. Eén standaard voor duurzaamheid en kwaliteit is voldoende voor de sector en de consument.

6.3 Voor- en nadelen van keurmerken, labels en adviezen

Ketenpartijen noemen de volgende voor- en nadelen van keurmerken, labels en adviezen:

- goede reputatie
- verbeterde relaties en contracten
- economische stabiliteit
- vertrouwen in de toekomst
- concurrentievoordeel
- toegang tot nieuwe markten
- geen meetbare economische en financiële voordelen
- belemmering markt in verband met vereiste voor alleen gecertificeerde vis als gevolg van de perceptie van de koper of het voldoen aan verplichtingen duurzaam inkoopbeleid.
- een managementtool voor schakels in de keten die hen werk uit handen neemt op het gebied van controle leveranciers op duurzaam ondernemen is noodzakelijk.
- Hoewel de vraag naar duurzame vis en keurmerken wordt gestuurd vanuit de vraag uit de keten, neemt de consument volgens de ketenpartijen geen verantwoordelijkheid maar gaat ervan uit dat de sector, het restaurant, de viswinkel, supermarkt en overheid voor hen de keus maken en hun verantwoording nemen.

7 Conclusies

- Er zijn vele keurmerken en labels in de visserij. In dit onderzoek zijn er 12 onderzocht die allemaal een onderscheidende betekenis hebben voor de diverse schakels in de visserijketen. Het onderscheid kan betrekking hebben op duurzaamheid, kwaliteit, regio, of een combinatie hiervan.
- De verschillende schakels in de visketen hebben hun eigen wensen, behoeften en vooral mogelijkheden met betrekking tot het wel of niet inzetten van keurmerken en/of labels. Op dit moment is vooral de vraag aan het eind van de keten of van derden leidend.
- Er is bij zowel vissers, verwerkers en eindafnemers verwarring en onbekendheid over de betekenissen, verschillen en overeenkomsten tussen de huidige keurmerken en labels voor vis. Er wordt al snel gedacht dat ieder keurmerk of label staat voor duurzaamheid en kwaliteit, terwijl dit lang niet altijd het geval is.
- B2C (Business to Consumer)-keurmerken als MSC en FOS zijn echter duidelijk bekend. Deze keurmerken zijn internationaal gedefinieerd en er wordt breeduit over gesproken in de media.
- De B2B (Business to Business-)keurmerken en keurmerken die (alleen) staan voor kwaliteit en herkomst blijven meer intern in de visketen en worden vooral gebruikt bij de inkoopbeslissing.
- De horeca en visdetailhandel hebben veel behoefte aan kwaliteit op gebied van duurzaamheid en versheid. Voor de visserman vraagt dit laatste een goede behandeling aan boord. Vaak is er bij deze schakels sprake van een vraag naar een specifiek keurmerk.
- Voor de supermarkt zijn duurzaamheid, kwaliteit, volume en maatvoering van groot belang. Afwijkingen en veranderingen worden niet op prijs gesteld. Bijna alle supermarkten vragen om een specifiek duurzaamheidskeurmerk.
- Naast de opmerkingen over keurmerken en labels zijn de volgende punten van belang:
 - Een betere spreiding van de aanvoer op de visafslagen, met een voorkeur voor aanvoer op woensdag en donderdag, om daarmee de weekendafzet van vis te kunnen garanderen.
 - Uniforme kwaliteitsaanduidingen op alle afslagen in Nederland
 - Kwaliteitssystemen voor voedselveiligheid doorvoeren in primaire sector en bij afslagen
 - Meer informatie in beeld en tekst via social media of persoonlijk contact met primaire sector
- De hele visketen is het erover eens dat er niet meer keurmerken en labels bij moeten komen. Wel bestaat er behoefte aan een overkoepelend keurmerk/label.

Literatuur en websites

Literatuur en rapportages

- Vos, B. de, A. Bikker en K. Soma, juli 2010. *Eco-labels voor visserij en viskweek - Benchmark aan de hand van FAO-richtlijnen*. LEI-nota 10-095. Den Haag: LEI.
- MRAG, Januari 2010. *Fish Sustainability Information Schemes - Final report*. Project no: ZO1141.
- Meer, M. van der, 2006. *Keur(merken) in vis*. Agro Eco.
- Meeusen, M.J.G. en S.D.C. Deneux, 2002. *Een Babylonische keurmerkverwarring? Een studie naar de verwarring onder ketenactoren over keurmerken op voedingsmiddelen*. LEI-rapport nr. 5.02.06. Den Haag: LEI.

Internet

- www.msc.org
- www.friendofthesea.org
- www.dupan.nl
- www.waddengoud.nl
- www.wnf.nl
- www.zuiderzeezilver.nl
- www.fishcenter.nl
- www.flyshootvis.nl
- www.pvis.nl
- www.visbureau.nl
- www.goedevis.nl
- www.brcglobalstandards.com
- www.visenseizoen.nl
- www.dejuistevis.nl
- www.noordzee.nl
- www.cbi.eu.n
- www.vhbl.nl
- http://awsassets.panda.org/downloads/full_report_wwf_ecolabel_study_lowres.pdf
- <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/006/ad349e/AD349e00.pdf>

Bijlage 1 Samenvattende tabellen

Tabel 3

Globale typering van keurmerken en labels voor vers aangevoerde vis in Nederland

Markt/ Visserij	Duurzaamheids- keurmerk	Mvo- keurmerk	Kwaliteits- keurmerk	Kwaliteit Label/merk	Streekproduct	Kwaliteits- systeem	Advies	B2C	B2B	Omvang
MSC	X							X		Internationaal
FOS	X							X		Internationaal
CVV		X							X	Nationaal
DUPAN*								X		Nationaal
Waddengoud				X	X			X		Regionaal
Zuiderzeezilver			X					X		Regionaal
NSFC Quality **			X					X		Nationaal
Flyshoot Quality				X					X	Nationaal
VBHL				X					X	Nationaal
VisWijzer							X	X		Nationaal
Vis in het seizoen							X		X	Nationaal
HACCP/BRC						X			X	Internationaal

* DUPAN is geen keurmerk of label, maar een fonds waaraan de visketen zich kan committeren.

** NSFC is sinds mei 2013 gestopt wegens onvoldoende draagvlak in de vissector.

Tabel 4

Belangrijke criteria voor keurmerken en labels verse vis

Markt/ Visserij	Visbestand	Impact Ecosysteem	Beheer plannen	Visgebied	Kwaliteit	Seizoen	Voedsel veiligheid	Sociaal maatschappelijk	Management/ ondernemerschap
MSC	X	X	X	X					X
FOS	X	X		X				X	X
CVV					X		X	X	X
DUPAN				X	X	X	X	X	
Waddengoud		X		X	X	X		X	
Zuiderzeezilver			X	X	X	X			
NSFC Quality*				X	X	X	X	X	X
Flyshoot Quality		X			X	X		X	
VBHL		X		X	X				
VisWijzer	X	X	X	X					
Vis in het seizoen					X	X			
HACCP/BRC							X		

* NSFC is sinds mei 2013 gestopt wegens onvoldoende draagvlak in de vissector.

Tabel 5

Belangrijke aspecten van verse vis gekoppeld aan de behoeften per schakel

	Horeca	Kantines, zorg en fast food keten	Supermarkt	Visdetailhandel, ambulant	Groothandel	Export
Vistechniek	X	X	X	X		X
Visgebied	X	X	X	X		X
Volume en continuïteit		X	X		X	X
Versheid en spreiding aanvoer	X			X	X	X
Intrinsieke kwaliteit	X			X	X	X
Extrinsieke kwaliteit	X	X	X	X		X
Verhaal visserman	X			X		X
Seizoen	X			X		X
Maatvoering	X	X	X	X	X	X
Mvo	X	X	X	X		X
Keurmerk		X	X			X
Prijs	X	X	X	X	X	X

Tabel 6

De vraag naar vers aangevoerde vis vanuit de diverse schakels

	Horeca	Kantines, zorg en fast food	Supermarkt	Visdetailhandel	Ambulant	Groothandel	Export
Tong	X			X	X	X	X
Schol	X	X	X	X	X	X	X
Schar	X	X		X	X	X	X
Griet	X			X	X	X	X
Tarbot	X			X	X	X	X
Poon - flyshoot	X			X		X	X
Poon - puls, sumwing				X	X	X	X
Mul	X			X		X	X
Makreel - kottervisserij	X			X	X	X	X
Makreel - pelagisch			X				
Kabeljauw	X	X		X	X	X	X
Schelvis	X	X		X	X	X	X
Wijting	X	X		X	X	X	X
Zeebaars	X			X	X	X	X

Tabel 7

De verschillende visserijtechnieken bij de diverse schakels

	Horeca	Kantines, zorg en fast food	Supermarkt	Visdetailhandel	Ambulant	Groothandel	Export
Boomkor						X	X
Pulsvisserij	X	X	X	X	X	X	X
SumWing	X	X	X	X	X	X	X
Twinrig	X	X	X	X	X	X	X
Flyshoot	X			X	X	X	X
Standaard	X			X	X	X	X
Netten en fuiken	X			X	X	X	X
Lijnen	X			X	X	X	X
Trawler		X	X			X	X

Tabel 8

Keurmerken en specifieke kenmerken daarbij

	MSC	FOS	CVV	DUPAN	Waddengoud	Zuiderzeezilver	NSFC*	Flyshoot	VisWijzer	Vis in Seizoen	HACCP/BRC
Vistechniek	X	X	X	X		X	X	X	X		
Visgebied	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Volume en continuïteit											
Versheid en spreiding aanvoer			X					X			
Intrinsieke kwaliteit			X		X	X	X	X		X	
Extrinsieke kwaliteit	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Verhaal visserman	X	X	X	X	X	X	X	X			
Seizoen			X	X	X	X	X	X		X	
Maatvoering			X	X							
Mvo	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X

* NSFC is sinds mei 2013 gestopt wegens onvoldoende draagvlak in de vissector.

Tabel 9

Keurmerken en markttoegang

	MSC	FOS	CVV	DUPAN	Waddengoud	Zuiderzeezilver	NSFC*	Flyshoot	VisWijzer	Vis in seizoen	HACCP/BRC
Horeca	X		X	X	X	X		X		X	X
Kantines, zorg en fast food	X			X					X	X	X
Supermarkt	X						X		X		X
Visdetailhandel				X				X	X	X	X
Ambulant				X					X	X	X
Groothandel	X	X									X
Export	X	X									X

* NSFC is sinds mei 2013 gestopt wegens onvoldoende draagvlak in de vissector.

Bijlage 2 Checklist diepte-interviews

Achtergrond

1. Welke vissoorten van welke vistechnieken van Nederlandse aanvoerders worden ingekocht en verkocht?
2. Op welke afslagen wordt vis gekocht?
3. Wordt er rechtstreeks vis gekocht van de schepen?
4. Is er rechtstreeks contact met vissers?
5. Hoe liggen de verhoudingen qua hoeveelheid en prijs inkoop en marge verkoop?
6. Hoe liggen de verhoudingen qua inkoop van de NL vissers en geïmporteerde vis in percentages?

Wensen en behoeften inkoop

1. Welke wensen en behoeften bij de inkoop van verse vis uit Nederland zijn belangrijk?
2. Welke informatie op de klok over de primaire sector is van belang bij de inkoop van vis?
3. Is de informatie over het product uit de primaire sector voldoende/goed?
4. Zijn er producten/vistechnieken die niet voldoen aan de wensen en behoeften?
5. Welke producten/vistechnieken voldoen aan de wensen en behoeften?
6. Is er behoefte aan meer verse vis inkopen dan nu het geval is?
7. Welke eisen zijn er ten behoeve van aanvoer, volume, prijs, kwaliteit, keurmerk en versheid?

Wensen en behoeften verkoop

1. Welke wensen en behoeften bij de verkoop van verse vis uit Nederland zijn belangrijk?
2. Welke informatie over de primaire sector/ product is van belang bij de verkoop van vis?
3. Hangt de gewenste informatie samen met de wensen van de klant?
4. Zijn er veranderingen waarneembaar in de behoeften van jullie klant/afnemers/branche?
5. Wordt de vis binnen het bedrijf verwerkt?
6. Wat doet de klant met het product?

Keurmerken/labels

1. Is het bedrijf gecertificeerd? Waarvoor? En waarom?
2. Is het hebben van het keurmerk van toegevoegde waarde voor de verkoop?
3. Welk certificaat komt het dichtst bij de kernwaarden van het bedrijf?
4. Is er een keurmerk waarvoor het bedrijf niet gecertificeerd is maar wel zou willen?
5. Is de primaire sector voldoende gecertificeerd voor keurmerken?
6. Welke keurmerken waarvoor visserijbedrijven zijn gecertificeerd zijn belangrijk, niet belangrijk, onbekend?
7. Welke keurmerken ontbreken in de primaire sector/keten?
8. Zijn er (internationale) keurmerken die bepaalde waarden hebben waar het bedrijf achter staat en niet terug komen in de keurmerken in de vissector?
9. Welke waarden hebben de kwaliteitslabels/ en adviezen voor het bedrijf? Bij inkoop en verkoop?
10. Vragen klanten van het bedrijf naar specifieke keurmerken/labels/adviezen?

Bijlage 3 Type keurmerken verse vis

Duurzaamheidskeurmerk

Een keurmerk voor vis dat iets zegt over duurzaamheid zet standaarden uit voor onder andere het visbestand, beheerplannen, vistechniek en de mate van aantasting van het ecosysteem onder water. En laat deze controleren door een externe onafhankelijke organisatie.

Mvo-keurmerk

Een mvo-keurmerk omvat de criteria van een duurzaamheidskeurmerk en een externe onafhankelijke organisatie controleert op bijvoorbeeld het voldoen aan wetten en regels op het gebied van vangst (quota), verwerking, opslag, arbeidsomstandigheden, vergunningen, diploma's en andere wettelijk geldige papieren. En daarnaast is voedselveiligheid en verantwoord ondernemen belangrijk. Verantwoord ondernemen gaat verder dan een duurzame vistechniek. Hieronder vallen ook brandstofbesparing, energiebesparing, afval scheiden en iets betekenen voor de maatschappij.

Kwaliteitskeurmerk

Een keurmerk dat iets zegt over de kwaliteit oordeelt over de intrinsieke en/of extrinsieke kwaliteit van het product. De kwaliteit is gekoppeld aan een standaard of bepaalde criteria dat getoetst wordt door een onafhankelijke organisatie.

Kwaliteit merk

Een merk, ook wel label genoemd, geeft lading en betekenis aan een product of dienst. Een merk wordt opgericht en beheerd door de merkhouder die zelf de invulling aan het merk kan geven. Een merk wordt uit commercieel oogpunt in de markt gezet, niet getoetst door derden, hoeft niet te voldoen aan bepaalde eisen en er is geen certificeringsproces. Een merk of een label geeft informatie.

Streekproduct

Streekproducten zijn voedingsmiddelen die met een specifieke naam in een bepaalde streek gemaakt worden. Sommige streekproducten in de Europese Unie worden wettelijk beschermd: De beschermde oorsprongsbenaming (PDO) zorgt ervoor dat producten alleen in een bepaalde streek en volgens een bepaald proces gemaakt mogen worden.

Kwaliteitssysteem

Kwaliteitssystemen zijn standaarden voor bijvoorbeeld voedselveiligheid en HACCP waarvoor men zich kan certificeren. Standaarden die over het algemeen (inter)nationaal erkent zijn, toepasbaar in diverse branches en ontwikkelt zijn in samenspraak met de producenten. Kwaliteitssystemen zijn vrijwillig, maar worden vaak tot de standaard gerekend voor diverse producten en diensten.

Advies

Een advies is een raad van een deskundig persoon, deskundige personen of een organisatie. Een advies is onderbouwd met argumentatie eventueel aangevuld met onderzoek en beschreven in een rapportage. Een advies is een mening en/of een standpunt waar je het eens of oneens mee kunt zijn.

Business to Business (B2B)

De communicatie, relatie, uitwisseling van producten en diensten tussen bedrijven en bedrijven.

Business to Consumer (B2C)

De communicatie, relatie, uitwisseling van producten en diensten tussen bedrijven en consumenten.

Bijlage 4 Behoeften in de visketen

Vistechniek

De techniek waarmee een visserschip vis vangt. Afnemers kijken naar de vistechniek omdat deze mede bepalend is voor de kwaliteit van de vis die aangevoerd wordt. De vistechniek bepaalt ook of een vistechniek duurzaam is.

Visgebied

Het gebied uitgedrukt in zee en/of land en herkomst waar de vis gevangen is. Een visgebied zegt een afnemer iets over de types vissoorten die daar gevangen worden, met welke vistechnieken en ook over het beheer van de visbestanden. De Noordzee staat bekend als een goed beheerde zee met goede kwaliteit vis.

Volume en continuïteit

De hoeveelheid van een type vissoort en/of maat en de mate hoe vaak de vis aangevoerd en beschikbaar is of ingekocht kan worden op de visafslag. Er zijn afnemers die grotere hoeveelheden van een bepaalde vissoort in een bepaalde maat nodig hebben dan andere afnemers die voldoende hebben met enkele kisten vis om hun voorraad aan te vullen waarbij de maat minder van belang is.

Versheid en spreiding aanvoerdagen

De versheid van de aangevoerde vis op de visafslagen hangt samen met het aantal visdagen op zee en de spreiding van de aanvoerdagen. Hoe vaker er wordt aangeland, hoe korter de visreis en hoe verser de vis.

Intrinsieke kwaliteit

Kwaliteit die wordt beoordeeld op versheid (heldere ogen, rode kieuwen, veerkracht, slijmlaag) en structuur visvlees en houdbaarheid. Kwaliteit die gepaard gaat met de vistechniek en een zorgvuldige verzorging van de vis aan boord; spoelen, strippen, verwerking en opslag. De kwaliteit van vis wordt aangeduid met B, A of E. Inkopers van vis kijken verder dan deze aanduiding en baseren hun keus op ervaring, kennis en voorkeur. Ook de gunfactor speelt hier een rol. Met een goede kwaliteit vis kan een handelaar langer werken.

Extrinsieke kwaliteit

Kwaliteit gebaseerd op de uiterlijke kenmerken; kleur van het visvlees, structuur en vorm. Versheid, houdbaarheid en kwaliteitsaanduidingen spelen in mindere mate een rol. Extrinsieke kwaliteit speelt een belangrijke rol bij de verwerking van de vis tot bijvoorbeeld een filet. Iedere filet moet er hetzelfde uitzien qua vorm, structuur, maat en kleur.

Verhaal visserman

Het verhaal achter het product. Waar en hoe de vis is gevangen. Maar ook door wie. Het verhaal van de visserman geeft het product een herkomst. Herkomst zorgt ervoor dat een product dicht bij de afnemers in de keten en eindconsument komt te staan. En een mooi verantwoord verhaal voldoet aan de trend om duurzame vis te eten. De labels als Flyshoot Quality, VBHL en Waddengoud vallen onder het verhaal van de visserman. Ze geven namelijk informatie over de vistechniek en de visser.

Seizoen

Vis in het seizoen vangen. Inkopers gebruiken de viskalender of eigen ervaring bij het inkopen van vis. De kuitperiode is de periode buiten het seizoen. Dan kopen en verkopen zij de vis liever niet. De vis is mager en er zit minder visvlees aan. De slechtere kwaliteit vis heeft een minder goede smaak.

Maatvoering

Verse vis wordt gesorteerd en verkocht op soort en maat. De maat is bepalend voor de vraag naar en de prijs van een vissoort. Een maat is direct bepalend voor de weg die de vis aflegt naar de eindafnemer en het type afnemer in de visketen.

Mvo

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is meer dan een goed bestandsbeheer en een duurzame vistechiek. Verantwoord ondernemen heeft betrekking op maatschappelijke projecten als Fishing For Litter, goede arbeidsomstandigheden aan boord, voedselveiligheid, brandstofverbruik en duurzame materialen voor bijvoorbeeld netwerk.

Keurmerk

Een keurmerk voor vis biedt een handvat voor afnemers. Het is een tastbaar bewijs voor wat het keurmerk de standaarden uitschrijft. Bepaalde afnemers en schakels in de visketen hebben een inkoopbeleid waarin een keurmerk of meerdere keurmerken zijn opgenomen als vereiste.

Prijs

De verhouding tussen de prijs, kwaliteit en vraag hangen nauw samen. Een handelaar geeft graag iets meer op de veilingklok ofwel een goede prijs voor kwalitatief goede vis. Anderzijds hebben de handelaren te maken met de vraag van hun klanten die een bepaalde prijs willen betalen waaraan de handelaar ook nog iets moet kunnen verdienen.

LEI Wageningen UR
Postbus 29703
2502 LS Den Haag
T 070 335 83 30
E publicatie.lei@wur.nl
www.wageningenUR.nl/lei

LEI Report 2013-069



LEI Wageningen UR verricht sociaaleconomisch onderzoek en is de strategische partner voor overheden en bedrijfsleven op het gebied van duurzame en economische ontwikkeling binnen het domein van voeding en leefomgeving. Het LEI maakt deel uit van Wageningen UR (University & Research centre). Daarbinnen vormt het samen met het Departement Maatschappijwetenschappen van Wageningen University en het Wageningen UR Centre for Development Innovation de Social Sciences Group.

De missie van Wageningen UR (University & Research centre) is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen UR bundelen 9 gespecialiseerde onderzoeksinstituten van stichting DLO en Wageningen University hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 6.500 medewerkers en 10.000 studenten behoort Wageningen UR wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

To explore
the potential
of nature to
improve the
quality of life



LEI Wageningen UR
Postbus 29703
2502 LS Den Haag
E publicatie.lei@wur.nl
www.wageningenUR.nl/lei

LEI Report 2013-069
ISBN 978-90-8615-665-8

LEI Wageningen UR verricht sociaal-economisch onderzoek en is de strategische partner voor overheden en bedrijfsleven op het gebied van duurzame en economische ontwikkeling binnen het domein van voeding en leefomgeving. Het LEI maakt deel uit van Wageningen UR (University & Research centre). Daarbinnen vormt het samen met het Departement Maatschappijwetenschappen van Wageningen University en het Wageningen UR Centre for Development Innovation de Social Sciences Group.

De missie van Wageningen UR (University & Research centre) is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen UR bundelen 9 gespecialiseerde onderzoeksinstituten van stichting DLO en Wageningen University hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 6.500 medewerkers en 10.000 studenten behoort Wageningen UR wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

