

## Verslag bijeenkomst Klankbordgroep vissers 2 juni 2007

Verslag op hoofdlijnen van de discussie tussen het Visserij Innovatieplatform (VIP) en de Klankbordgroep vissers (KBG) over de 4 ambities van het VIP: 'Een rijke oogst uit een rijk blijvende Noordzee'.

Aanwezig: Jaap Albregtse, Cees van den Berg, Louwe de Boer, Anton Dekker, Maarten Drijver, Maarten van Duijn, Gert-Jan Kooij, Klaas Kramer, Hein Nentjes, Pieter Louwe van Slooten, Bram Tanis, Jaap van der Vis, Hessel de Vries (vervangt Lucas de Vries), Han Ypma.

Bram Bierens, Joop Ehrhardt, Wil van de Fliert, Emiel Parlevliet, Martin Scholten, Albert Vermuë, Ger Vos, Frans Vroegop.

Afwezig: Klaas-Jelle Koffeman, Koos de Visser.

Leo Jansen, Joanneke Kruijssen, Niko Wijnolst.

### **Ambitie 1: De zee als ecologisch én economisch kapitaal**

*Streefbeeld: In 2025 zien vissers in, dat de zee bij uitstek hún kapitaal is, ecologisch en economisch. Een kapitaal dat gekoesterd moet worden om ook op lange termijn die functie te kunnen vervullen. Er heeft zich een transitie voltrokken aan de aanvoerkant. De capaciteit en de vistechnieken van de multipurpose-vloot zijn afgestemd op het in stand houden van het ecologische evenwicht. Ook de plaats waar gevist wordt, de momenten waarop en de gevangen soorten zijn hierop afgestemd. De visserij is niet langer afhankelijk van een zeer beperkt aantal soorten. Wat nu nog bestempeld wordt als onbedoelde en waardeloze bijvangsten wordt in 2025 beschouwd als rijke oogst, die ook in de volle breedte tot waarde wordt gebracht. Deze transities zijn mede mogelijk gemaakt door ideeën die waarde hebben gecreëerd voor de consument en door de verbreding (diversificatie) van het ondernemerschap.*

*Vissers worden niet langer gezien als de rovers van de zee. In 2025 worden zij gezien als de verantwoorde beheerders ervan. De rol van natuur- en milieu-organisaties als de Stichting Noordzee is veranderd, de vissers krijgen van hen een steun in de rug omdat zij deze ondernemers zien als dé beschermers van de zee.*

VIP:

- Innovatie is niets anders dan je aanpassen aan veranderende omstandigheden;
- Het moet onze ambitie zijn een toekomstperspectief te schetsen (dit is: vaststellen dat we een bepaalde kant op willen, zonder ons te laten tegenhouden doordat we nog niet kunnen aangeven hoe we dat willen doen) en zo ruimte te creëren voor onconventionele oplossingen;
- Het gaat er niet om of het kunnen, maar of we het met z'n allen willen;
- Uiteindelijk is de visserij verlost van het voortdurende gedoe met natuur- en milieuorganisaties, omdat we het samen eens zijn geworden.

KBG:

- Deze benadering gaat uit van de veronderstelling dat de situatie nu slecht is, dat de visserij nu onverantwoord bezig is. Dat wordt niet gedeeld. We zijn nu toch goed bezig? We zijn toch al aan het reduceren? Dit is het beeld van de buitenwereld;
- In reactie hierop: de veronderstelling klopt misschien toch wel: erken dat er overcapaciteit is, erken dat we teveel discards hebben.

VIP:

- Dit ligt veel genuanceerder: als het slim is iets te veranderen dan betekent dit niet vanzelf dat je nu iets fout doet. Het gaat er ook niet zozeer om of iemand iets goeds of verkeerd doet. Het gaat er om dat de vooruitzichten voor de visserij nu niet goed zijn. Daarom moet er iets gebeuren;
- Realiseer je dat aanpassing onvermijdelijk is. Het is het aanpassen aan de natuur en het denken in termen van: waar kan ik mijn geld mee verdienen in plaats van waar en op welke vis wil ik vissen. Begin met te erkennen dat we meer vissen dan we aanlanden;
- Die aanpassing moet en kan, omdat er andere kennis voorhanden is, zich andere technieken aandienen en mensen van de buiten de visserij meekijken en willen helpen.

KBG:

- Er is zorg dat degenen die met de visserij meekijken het soms niet goed zien, maar dit niet hoeven te beargumenteren en wel veel aandacht krijgen (bijvoorbeeld: Greenpeace op de Expo Brussel).

VIP:

- In de tuinbouw was er 10 à 15 jaar geleden ook zo'n gevoel, van 'ze willen ons het land uit hebben', en de varkenshouders waren de volgende groep. Toch is dit niet gebeurd. Met andere woorden, pas op dat de vissers zich niet in de slachtofferrol plaatsen.

KBG:

- Het is van belang te erkennen dat we ook fouten maken en sommige dingen anders moeten gaan doen;
- In reactie hierop: dat gebeurt toch, de vloot is veel kleiner dan vroeger!;
- Iemand moet met de oplossing komen hoe de boomkorkotter om te bouwen voor een duurzame visserij, daar gaat het om.

**Conclusie:**

- Onze ambitie moet zijn: in 2025 is er geen discussie meer over de vraag of de visserij al of niet verantwoord en duurzaam opereert;
- Het gaat in belangrijke mate om het 'imago' van de sector. En wat je hier ook goed of niet goed aan vindt: er is maar één iemand verantwoordelijk voor je imago en dat ben jezelf!

## **Ambitie 2: Het neusje van de zalm**

*Streefbeeld: De visserijsector is er in geslaagd om optimaal gebruik te maken van de in potentie gunstige marktomstandigheden: een grote (en groeiende) vraag, gekoppeld aan een beperkt aanbod. De sector verschaft geen anoniem product meer, maar levert op visgebied het 'neusje van de zalm': producten met een hoge toegevoegde waarde en een sterke eigen identiteit. Het toverwoord is: 'waardecreeatie' (exclusief, specialiteit, vers, gezond, wild) en niet langer (louter) kostenbesparing. Een krachtig imago, waaraan duurzaam opereren in al zijn aspecten (inclusief dierenwelzijn) ten grondslag ligt. Immers, geen enkel imago-gevoelig topmerk kan zich niet-duurzaam handelen permitteren. De sector hanteert uitgekende marketingconcepten en investeert in voortdurende productinnovatie. Vissers uit andere landen zullen dit voorbeeld volgen, omdat de markt het vraagt.*

VIP:

- Waarom hebben we het in de visserij altijd over kostenbesparing in plaats van opbrengstverhoging?;
- Zoek naar producten met hoge toegevoegde waarde en een eigen identiteit;
- Zoek naar uitgekende marketingstrategieën en voortdurende productinnovatie.

VIP:

- Waarom proberen we schol niet in een hoger marktsegment te krijgen in plaats van in het laagste vriesvak van de Aldi of als het gepaneerde platvisje voor de Italiaanse schooljeugd?

KBG:

- We willen wel een hogere prijs voor schol, maar dit lukt niet. Het blijft frustrerend: de ene week krijg je € 2,90, de andere week € 1,60. Hoe komt het dat de prijzen fluctueren? Of je nu dinsdag aanlandt (met de e-kwaliteit sticker van PVIS) of vrijdag: het maakt niet uit. Alles gaat op één hoop;
- De discussie over schol is interessant, maar het gaat om de tong. Daarmee moeten we het verdienen.

VIP:

- Als de prijzen slecht zijn, denk dan als vissers na over je aanbod. Waarom bijvoorbeeld schol aanleveren in de kuitzieke periode? Aspergetelers besluiten ook voor en na een bepaalde datum niet meer te aan te bieden. Zoek als aanbieders naar de kracht van je product;
- We leven in een verleidingseconomie, mensen betalen meer voor een mooi ingepakt flesje kraanwater met een verleidelijk imago, dan voor een pak melk. Hou die spiegel aan jezelf voor;
- Ook hoeft kweekvis geen bedreiging te zijn: de Nederlandse vissers kunnen vers gevangen schol aan de consument leveren! Onderscheid je door je product te associëren met versheid, gezondheid, natuur en emotie;
- De opdracht is te zoeken naar meer toegevoegde waarde, de grootste uitdaging is schol in de top van de markt te positioneren.

**Conclusie:** De consument wil best betalen, de consument is te ook verleiden, maar de vraag is hoe dit te organiseren.

### **Ambitie 3: Van visser naar multipurpose maritiem ondernemer**

*Ondernemingen die op zeer lange termijn succesvol zijn, zijn steeds in staat om sterk in te spelen op omgevingsontwikkelingen. Om bedreigingen om te zetten in nieuwe kansen en nieuwe business. In dit verband is in de land- en tuinbouw een verbredingsproces volop aan de gang. Streefbeeld: In 2025 is de visser een maritiem ondernemer geworden, die zijn business heeft verbreed met aanpalende maritieme activiteiten, gebruikmakend van de kracht en de deskundigheid die de sector nu al heeft. Te denken valt aan recreatie, zorg, een gevarieerd palet aan te vangen vissoorten en een verbinding met de opkomst van zeebouw (landbouw op zee) en andere offshore activiteiten. De eens als gesloten ervaren vissersgemeenschap kenmerkt zich in 2025 door een open en innovatieve cultuur, waarbij ook relaties met heel andere sectoren worden gelegd. De Nederlandse visserijsector dient ook als voorbeeld voor de vissers in andere landen.*

#### **VIP:**

- In 2025 ben je niet alleen visser maar maritiem ondernemer met meerdere aandachtsgebieden en verschillende activiteiten;
- Verbreed de economische basis naar een maritieme sector met een open structuur, die meer kan en doet dan vissen alleen.

#### **KBG:**

- Dit is moeilijk te realiseren. Eigenlijk zou de regering zoiets moeten regelen;
- In reactie hierop: Mee oneens, dit is toch juist de verantwoordelijkheid van de markt, dus van de vissers zelf;
- Ons werkterrein wordt steeds maar verkleind. Waarom betaalt een exploitant van een windmolenpark ons eigenlijk geen compensatie voor zijn aanwezigheid?;
- Suggesties voor andere activiteiten naast de visserij zijn denkbaar, maar het levert in praktijk ook problemen op. Zo zal het bijvoorbeeld lastig zijn om op zaterdag je bemanning mee te krijgen voor het leggen van een oliepijpleiding.

VIP:

- Ook de boeren werden niet opeens campingexploitant of zorgboer, en tuinders werkten voeger ook niet samen met Essent. Dat gaat niet vanzelf;
- Het perspectief voor de vissers is juist dat er steeds meer 'economie' op zee is, maar dat het hiervoor bij anderen vaak ontbreekt er aan vakmanschap. Dat is iets wat de vissers juist wel in huis hebben, grijp je kans in de groeiende economie op zee;
- Niet iedereen hoeft hetzelfde te doen: als ondernemer maak je je eigen keuzes. Diversifieer zoals in de landbouw: in de veenkoloniën begonnen de boeren vanwege de kleinere marktvraag minder snel een minicamping dan in Zeeland.

KBG:

- Als je in de offshore zou gaan werken, moet je met een andere bemanning naar zee. Maar als je maar één schip hebt is dat lastig.

VIP:

- Probeer in oplossingen te denken. Zoek bijvoorbeeld naar samenwerkingsverbanden om het wel te kunnen uitvoeren.

**Conclusie:**

- Deze ambitie vraag nog veel uitwerking. Het is een zoekproces. Veel is mogelijk door meer te denken in samenwerkingsverbanden, het gezamenlijk benutten van schepen voor meerdere doeleinden;
- Combineer nieuwe werkterreinen altijd met de huidige kern, de visserij.

#### **Ambitie 4: Naar nieuwe energie**

*Streefbeeld: Onder druk van de steeds verder stijgende kosten van fossiele energie en de toenemende noodzaak van CO2-reductie is de sector er in 2025 in geslaagd om het gebruik van fossiele brandstoffen met 90% te reduceren. De sector vervult daarmee een voorbeeldrol voor de scheepvaart in bredere zin.*

VIP:

- Dennis Meadows (MIT, Boston) schat dat de wereldolieproductie rond 2015 op zijn top zal zitten. De productie zal daarna langzaam blijven dalen bij een toenemende vraag. Het is daarom zeer onwaarschijnlijk, dat de prijzen van fossiele brandstoffen wezenlijk zullen gaan dalen. Een verdere stijging lijkt onontkoombaar.

KBG:

- De kosten van fossiele brandstof zullen hoog zijn en waarschijnlijk verder stijgen, maar wat kunnen we hier aan doen? En we zullen toch moeten blijven varen.
- De prijs is niet of nauwelijks te beïnvloeden. Toch moet het mogelijk zijn de afhankelijkheid van fossiele brandstoffen en de kosten daarvan sterk te verminderen. De voorgestelde verandering is echter zo groot is dat het ons voorstellingsvermogen te boven gaat. De oplossing komt in dit geval waarschijnlijk ook van buiten. Betrek hier heel andere mensen bij.

**Algemene conclusie:** de KBG voelt zich het meest aangesproken als het gaat over de beeldvorming van de visserij (imago/ambitie 1) en de afzet (waardecreatie/ambitie 2). Maritiem ondernemerschap en energieverbruik maken minder los.

KBG:

- In reactie op de vraag wat de KBG-leden missen in deze ambities wordt het aspect ruimtegebruik op zee naar voren gebracht. In toenemende mate wordt de zee door anderen, ook nieuwkomers, geclaimd. Als voorbeeld worden de windmolens genoemd. De vissers verliezen letterlijk en figuurlijk terrein. Vissers maken blijkbaar geen aanspraak op de ruimte, terwijl zij van oudsher belangrijke gebruikers zijn. Op de vraag waarom, komt één suggestie: "omdat we er als vissers niet voor betalen"

VIP:

- Een mogelijke verklaring is dat voor 'anderen' de **ruimte** op de Noordzee wordt verdeeld en dat voor de vissers een **bestand** wordt toegewezen. Vissers gaan nu eenmaal niet over de ruimte. De positie van de visserij zou

versterkt kunnen worden door ook een ruimteclaim te formuleren: tracht delen van de Noordzee exclusief voor visserij aangewezen te krijgen;

- Het is voor de toekomst van de visserij cruciaal dat de visserij in het debat over de zee de dominante partij is.

VIP:

- Wat is de rol van de visafslag: doet die wel genoeg voor de vissers en waarom doet de sector **zelf** niet veel meer voor haar eigen product?

KBG:

- De ervaring is tot nu toe iedere keer opnieuw dat vroegtijdig c.q. gespreid in de tijd aanlanden of het aanbieden van verschillende niveaus van productkwaliteit niet ook tot verschillen in uitbetaling leidt;
- Maar de aanvoerders zelf hebben nog te weinig oog voor de effecten van hun collectieve handelen (bijvoorbeeld: grote aanvoer door massale visserij in Skagerak veroorzaakt dalende prijzen);
- En ook: door de veilplicht hebben we juist wel de beste prijs;
- Daarnaast wordt er ook gewezen op de rol van de handel en de verwerking: de aanvoer wil wel meer eenheid en samenwerking, maar de handel werkt vaak tegen.

VIP:

- De handel heeft een belangrijke functie, maar pas op dat de handel niet alles gaat bepalen voor de vissers. Dit kan door als visserij meer te redeneren vanuit het belang en de wensen van de consument (dichter bij de viskraam). Uiteindelijk bepaalt de consument.

KBG:

- Het is belangrijk meer toegevoegde waarde naar je toe te halen. Bijvoorbeeld door meer verwerking aan boord te hebben. Dit vraagt wel aanpassingen, o.a. meer inzet van arbeid en er gelden dan bijvoorbeeld ook andere strenge arbo-regels;
- Er zijn voorbeelden waar de aanvoer één op één ('dedicated') zaken doet met de retail. Dit is enige tijd goed zaken doen, maar het risico bestaat dat je er als toeleverancier na enige tijd te afhankelijk van wordt en te veel aan overgeleverd bent;
- De conclusie dat er veel winst te halen valt uit een andere vermarkting van schol wordt wel gedeeld. Het moet mogelijk zijn schol te onderscheiden van

andere vissoorten. Dat is met andere onbewerkte producten als water en bananen ook gelukt;

- Dichter bij huis, mosselen waren vroeger ook niet als het luxe product gepositioneerd als wat het nu is. Hier is veel waarde toegevoegd. Nog steeds geeft de mosselsector veel geld uit aan promotie, hetzelfde geldt voor de haringsector. De scholvissers moeten niet voor een dubbeltje op de eerste rij willen zitten;
- Eén van de mogelijkheden om tot opbrengstverhoging te komen is schol van het diepvriessegment over te hevelen naar het verssegment. Dus, niet voor € 2 per kilo verkopen ten behoeve van Italiaanse scholen, maar als vers product positioneren. De kip is de schol hierin al voorgegaan. Tot voor kort was kip vooral in het diepvriesvak te vinden. Nu wordt de meeste kip tegen een hogere prijs verkocht vanuit het versvak. De versmarkt is lucratiever!;
- Alles draait om het imago: als we zelf niets doen bestaat het risico dat zich ongewenste beelden ontwikkelen. Dit kan al beginnen met films voor kinderen waar de vissers als de grote stropers van de zee worden neergezet. Of bij de burger die wordt misleid dat kweekvis zoveel beter is, terwijl niemand hoort wat daar allemaal mee mis mee is.

#### VIP:

- Het is verstandig je als vissers niet af te zetten tegen anderen, maar je te onderscheiden door een sterk eigen geluid te laten horen. Hierdoor krijg je als je het goed doet een beter imago en een betere marktpositie;
- In de kern moet de visserijsector dit zelf doen, en niet wachten op de overheid. De overheid ondersteunt graag, onder meer financieel. Dit kan soms even duren, o.a. omdat we ook met Brussel te maken hebben. Het VIP heeft recent enkele projecten geselecteerd die op de korte termijn financiële steun verdienen. Na de zomer zijn de formele financiële procedures gereed, zodat ook andere goede initiatieven aan bod komen;
- Het VIP wil energie steken in de afzet, in de keten, maar wel samen, niet door één van de schakels uit te schakelen.

Tot slot volgt hieronder nog een puntsgewijze weergave van de manier waarop het VIP en de KBG met elkaar samenwerken:

1. Het doel van de samenwerking is het realiteitsgehalte en de haalbaarheid van de plannen van het VIP te verhogen. Door de toets aan de praktijk van de leden van de KBG ontstaat hopelijk extra draagvlak voor de koers van het VIP;
2. Het VIP vraagt advies en de KBG reageert hierop. De KBG kan echter ook uit eigen beweging met adviezen komen. Het gaat vooral om actief meedenken;
3. KBG-leden zijn gevraagd op persoonlijke titel, niet als lid van een organisatie. De KBG is geen vertegenwoordiging van een achterban. Het is niet de bedoeling dat het VIP advies krijgt over elk onderwerp dat leeft bij collega vissers;
4. Het VIP en de KBG komen in een frequentie van 3 keer per jaar bijeen. Nog één keer in het najaar van 2007 en een keer in het voorjaar van 2008. Na 3 keer willen we bekijken of het werkt zoals we gedacht hadden. Dit houdt in dat we voor de zomer van 2008 gezamenlijk terugkijken, een praktische evaluatie dus;
5. Het is vanzelfsprekend dat van beide kanten tussentijds contact wordt opgenomen als daar aanleiding voor is. Hier zijn 2 hoofdwegen voor, via e-mail of telefonisch. Vanuit het VIP is het secretariaat het eerste aanspreekpunt;
6. Het VIP verlangt geen advies over financiering van concrete initiatieven of ingediende voorstellen. Belangrijker is dat het VIP van de KBG hoort wat er in de praktijk mogelijk en of wenselijk is en welke initiatieven kansrijk zijn;
7. Het VIP houdt zich niet bezig met sanering. Het kan dat tijdens de looptijd van het VIP saneringsmaatregelen getroffen worden, maar het gaat ons juist om de toekomst, om samenwerking, ondernemerschap, duurzaamheid en innovatie;
8. Wat we met elkaar bespreken is niet geheim. Toch kan de informatie die wij delen gevoelig zijn, zeker als dit op onzorgvuldige wijze naar buiten wordt gebracht. Wij gaan er van uit dat iedereen hier rekening mee houdt;
9. De bijeenkomsten worden voorbereid door het VIP-secretariaat. Enkele weken van te voren ontvangt iedereen de agenda en eventuele andere documenten. Om de papierstroom zoveel mogelijk te beperken zal dit bij voorkeur per e-mail zijn. Van de bijeenkomsten wordt een verslag gemaakt.

▪