

Samenwerking met CVAH en VPNL wordt belangrijker

VNV vergadering in teken toekomst Pvis

Tijdens de jaarvergadering van het Verbond van de Nederlandse Visdetailhandel (VNV) werd intensief stilgestaan bij de gevolgen van mogelijke opheffing van het Productschap Vis voor de vereniging. Beide organisaties zijn nauw verbonden. **Verdwijnen van het Productschap zal grote gevolgen hebben voor het VNV.**

Tekst: Lieneke Schuitemaker - Foto's: Koos Groenewold

VNV-voorzitter Peter van de Laar besteedde in zijn jaarrede veel aandacht aan de onzekere toekomst van het Productschap Vis. Op 15 december zal naar verwachting door de Tweede Kamer een besluit worden genomen over het al dan niet voortbestaan van de productschappen, aldus Van de Laar. 'Misschien zullen de productschappen blijven bestaan, maar dan ongetwijfeld in afgeslankte vorm.

Het Nederlands Visbureau zoals we het nu kennen zal waarschijnlijk verdwijnen, omdat de Tweede Kamer al aangegeven heeft promotie geen taak van de productschappen te vinden.'

Voor de sector is die promotie echter juist van essentieel belang, aldus Van de Laar. 'Die activiteiten willen we dan ook zeker in stand houden. Momenteel zijn we met de Vereniging voor Ambulante Handel

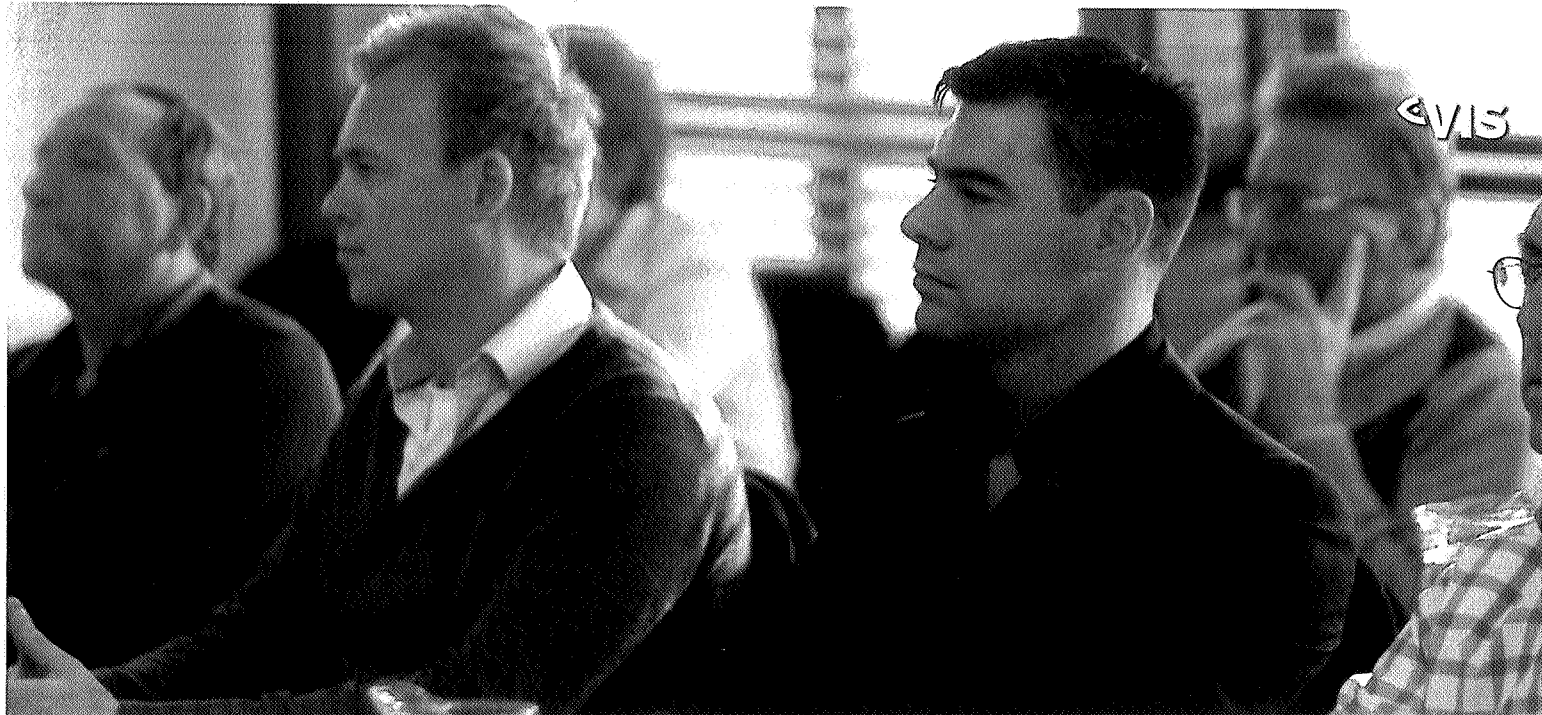
(CVAH) in gesprek om te kijken hoe we hierin samen kunnen werken. De gezamenlijke mosselpromotie van afgelopen zomer is een goed voorbeeld van de mogelijkheden. Er zijn toen mosselproeverijen en kookdemonstraties georganiseerd door het bureau van Tilly Sintnicolaas, vanuit een mooie stand met professionele koks. Daar hebben we heel positieve reacties op gehad. Dat gaan we volgend jaar zeker weer doen. En zo zijn er nog tal van samenwerkingsmogelijkheden te bedenken met de CVAH.'

Collectieve promotie

'Tot op heden betaalt iedere werkgever in de vis via de afdracht aan het Productschap mee aan de collectieve promotie', aldus Van de Laar. 'Ook in de aanvoersector. Maar willen die straks met ons verder? Er wachten ons heel wat uitdagingen op dat gebied. De vis wordt nu vaak al verkocht op de boot. Die ontwikkelingen moeten we wel blijven bijhouden.' CVAH-voorzitter Henk Achterhuis pleit voor draagvlakonderzoek. 'Het zou ontzettend jammer zijn als alles wat er in de afgelopen jaren is opgebouwd nu door het putje gespoeld wordt. In het buitenland zijn ze jaloers op wat wij hier hebben op



Erik Nuijten van VPNL: 'Profiteer van onze jarenlange ervaring.'



Zorgen bij het VNV over de ontwikkelingen bij Productschap en Visbureau.

het gebied van collectieve promotie. Het is belangrijk om gezamenlijk te kijken waar de kansen liggen, bijvoorbeeld door privatisering van het Visbureau. We zouden dat kunnen financieren door bijvoorbeeld alle vishandelaren een heffing van 1 procent van hun inkoop te laten betalen voor promotie, in samenwerking met de groot-handels. Het is ook in hun belang dat de detailhandel blijft bestaan!

Toekomstplan

Volgens Maarten Mens, secretaris van de Visfederatie, zal het met die collectieve promotie juist wel loslopen. 'Uit mijn gesprekken met vertegenwoordigers van de groothandels blijkt dat ze het over het in stand houden van de collectieve promotie helemaal eens zijn. Juist op andere gebieden voorzie ik problemen. Heel veel zaken worden nu geregeld vanuit het Productschap Vis, zoals de hygiëncode, onderzoek of belangenbehartiging. Straks zal de branchevereniging dat allemaal zelf moeten doen. Daar zal een toekomstplan vanuit het VNV voor moeten komen. Dat moet ook snel gebeuren, want zaken als belangenbehartiging en ook het secretariaat worden nu verzorgd door en vanuit het Visserijcentrum. Hoe ga je dat regelen?' Ook de financiële gevolgen voor het VNV kunnen verstrekkend zijn, als het Productschap opgeheven wordt, aldus Mens. 'Tot nu toe was de samenwerking heel goed. Veel werd intensief afgestemd. Daardoor konden sommige kosten samen gedragen worden. Die mogelijkheid is er straks niet meer.' Hij raadde het VNV-bestuur aan hierin snel actie te ondernemen.

Het bestuur zei bij monde van Peter van de Laar hier al intensief mee bezig te zijn.

Haringeters

Het VNV gaf zoals gebruikelijk tijdens de jaarvergadering ook een overzicht van de activiteiten van het afgelopen jaar en een vooruitblik op het komende jaar. Een belangrijk aandachtspunt voor 2012 zijn jonge haringeters. De vereniging wil onder meer met campagnes kinderen en jongeren interesseren voor de haring. Want, zoals bestuurslid Martijn de Graaf stelde: 'Er komen nog veel te weinig jongeren aan de kraam of in de winkel haring eten.' Aan de aanwezige leden werden suggesties gevraagd om hier verbetering in te brengen. Een van de aanwezigen kwam met het idee om in pauzes van grote scholengemeenschappen haring uit te delen, in samenwerking met de haringgroothandels. Volgens een andere aanwezige kun je met zulke acties beter op de lagere scholen beginnen. 'Bij vijftienjarigen wordt het een stuk lastiger, die hebben hun smaak voor een groot deel al gevormd.'

Visbank

De samenwerking tussen VNV en VersPlatform Nederland (VPNL) neemt steeds duidelijker vormen aan, zo bleek uit de inleiding van Erik Nuijten van VPNL tijdens de jaarvergadering. Momenteel draait er een pilot van vishandelaren, die een jaar lang de marketingtools en reclamematerialen van VPNL toepassen en daarbij worden gevolgd. Ook de Visbank, de portal voor de vishandel, die VPNL tij-

dens de visbeurs presenteerde, mag zich in een steeds grotere belangstelling verheugen. De Visbank is een ontmoetingsplaats, aldus Erik Nuijten. 'Je kunt er uitwisselen waar je als ondernemer mee scoort en wat voor je werkt. Ook zetten wij zelf onze marketingcampagnes in het systeem. Nu hebben we bijvoorbeeld allerlei acties richting de kerst. Ook alle actuele campagnes van het Visbureau zitten in de Visbank. En je kunt zelf foto's toevoegen. Die zijn dan afgeschermd voor anderen.' Het online systeem is gebruiksvriendelijk en makkelijk toe te passen in de eigen winkel. Ook aanpassingen in het systeem zijn simpel en praktisch: 'Alles is per half uur in te stellen. Tijdens de lunch kun je bijvoorbeeld aanbiedingen met broodjes op het LCD-scherm in je winkel zetten. En als je ergens mee zit kan onze helpdesk altijd bijspringen en eventueel op afstand dingen aanpassen.'

Het is mogelijk het volledige pakket af te nemen, maar ook losse modules. VPNL heeft een studio 'in huis' waar heel snel en eenvoudig promotiemateriaal in de eigen huisstijl van een ondernemer gemaakt kan worden, zoals posters, advertenties en prijskaartjes. Ook professionele websites zitten in het assortiment. Nuijten: 'We kijken ook altijd naar lokale samenwerkingsmogelijkheden met andere versspecialisten of supermarkten. We hebben nu bijvoorbeeld een actie lopen met een kassabon van Jumbo, waarmee je bij de Keurslagers een product kunt ophalen. Zo iets zou voor visspecialisten ook heel goed mogelijk zijn.' ■