

Visjes van

34

P+ MEI + JUNI 2009

De nieuwe visboer verkoopt geen vis, maar vissers. "Dit is de vangst van Paul Joy uit Hastings van vannacht. Hij is net terug met zijn kleine bootje uit het Kanaal." Zo wordt het verhaal verteld door Bart van Olphen van Fishes, die alleen vis inkoop van vissers die de zee niet leegvissen. Hij begon met een viswinkel, maar zijn omzet als groothandel is inmiddels stukken groter. Hij is in de internationale viswereld al zo beroemd, dat de Wereldbank op hem afstapt om Afrikaanse vissers te helpen om hun vis naar de Europese consument te brengen.

BANKIER OP BEZOEK

Wat is voor jou de belangrijkste financiële drempel op weg naar duurzaamheid? Dat wil een duurzame bankier weten wanneer hij op bedrijfsbezoek gaat. Met deze vraag trekt directeur Matthijs Bierman van Triodos Bank Nederland langs ondernemingen.

Dat had Unilever nooit kunnen voorspellen. Het was het Brits-Nederlandse voedingsconcern dat een label voor duurzame visvangst oprichtte, de Marine Stewardship Council (MSC). Unilever wilde de populaire vissticks van Captain Iglo certificeren. Inmiddels is Iglo verkocht, maar staat in een coole viswinkel een jonge pionier die met het MSC-label de hele wereld veroverd. Wie in deze viszaak tonijn koopt, weet dat dit de enige duurzaam gevangen tonijn op deze planeet is. Het gaat zoals dat wel vaker gaat. Jonge, enthousiaste ondernemers schieten vanuit een niche in de markt in een piepklein speedbootje veel trager bijsturende wereldconcerns voorbij. Een slechte vergelijking trouwens, want Bart van Olphen dacht toen hij startte beslist niet aan raceboten en ook niet aan mammoet-tankers. Hij dacht zelfs niet eens aan het MSC-label. Daar had hij nog nooit van gehoord. Het waren kleine vissers in kleine bootjes, die hij wilde gaan verzamelen. Het ondernemersidee dat je als consument niet langer een anoniem visje zou kopen, maar een visje van een Afrikaanse visserman die 's nachts bij Kaap de Goede Hoop was uitgevaren. Wat Van Olphen zelf nooit had kunnen voorspellen, was dat zijn viswinkel in Amsterdam en Utrecht nu nog maar een klein deel van zijn omzet uitmaken. Hij is op wereldschaal handelaar in MSC-vis geworden. Fishes ligt niet alleen vers, maar nu ook in de diepvries en ingeblikt in de schappen. Niet alleen in Nederland, maar ook in België, Frankrijk. Hij gaat naar Zwitserland, New York, Japan. Bedroeg zijn omzet in 2006 nog geen 1,7 miljoen, voor dit jaar heeft hij al voor 20 miljoen aan contracten getekend om duurzaam gevangen vis af te nemen. Bestond zijn omzet vroeger voor 95

procent uit winkelomzet en 5 procent uit groothandel, nu zijn die verhoudingen nagevoeg omgekeerd. Hij werd door de internationale vishandel gelauwerd voor zijn inspanningen. Van Olphen is de gelukkige visser die net op het juiste moment op de juiste plek zijn netten uitgooide.

Bierman: "De naam Fishes is schitterend van eenvoud."

Van Olphen: "Maar het betekent eigenlijk niets. Het Engelse meervoud voor fish is gewoon fish. Daarom konden we de naam ook probleemloos vastleggen."

Bierman: "De oude garde van missionarissen voor een betere wereld dacht van binnen naar buiten. Zo van: wij hebben iets goeds, de wereld moet daarom veranderen. Bij jou heb ik meer het gevoel dat je van buiten naar binnen kijkt. Ook de duurzame consument wil gemak, frisheid."

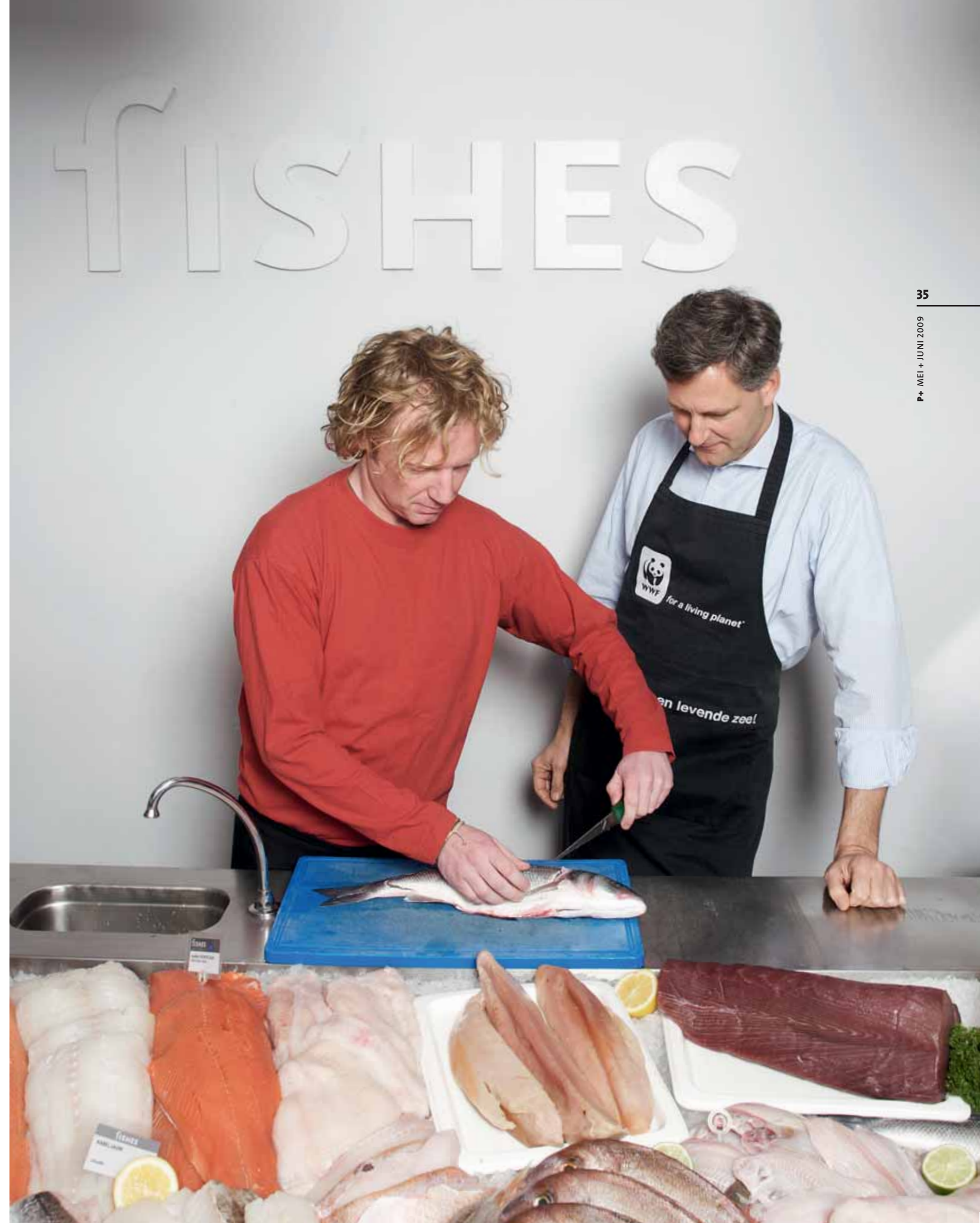
Van Olphen: "Dat is de fout die de natuurwinkels maken. Daar ga ik niet naar binnen als ik even een dingetje wil hebben. Dan sta ik meteen in een lange rij. Dat heeft de duurzame Amerikaanse supermarkt Whole Foods beter begrepen, met rijen van kassa's. Als ik duurzaam wil besteden, wil ik ook snel klaar zijn."

Bierman: "Is snelle service de kern van je marketing?"

Van Olphen: "Nee, de kern is het verhaal dat ik wil vertellen. Dat begint in Londen, waar ik op Kings Road zat te lunchen. Ik las in de krant over Hastings, een heel oud Brits vissersdorpje. Ik pakte de trein en kwam daar in het piepkleine kantoor van de visser Paul Joy terecht. Vanuit het raam zag je de meeuwen op de railing zitten. Op het strand zag je 22 oude houten bootjes liggen. Het was gewoon de meest

35

P+ MEI + JUNI 2009





“Op het strand zag je 22 oude, houten bootjes liggen. Hastings was gewoon de meest interessante beach-launch ter wereld.”

interessante beach-launch ter wereld. Je ziet een pier waar ze in 1898 aan zijn begonnen, maar die nooit is afgebouwd. En je hoort dat die 22 vissersmannen nog steeds vissen zoals ze dat al sinds het jaar 1200 doen.”

Bierman: “Dat is even na de Slag bij Hastings!”

Van Olphen: “Aan de bootjes hangt nu een klein motortje, dat is het enige verschil. Deze Engelse vissers waren de enigen ter wereld die niets hoefden te doen om MSC-gecertificeerd te worden. Deze mensen hadden er zelfs nog nooit over nagedacht of ze wel of niet duurzaam bezig waren. Ze vissen gewoon naar tong zoals ze dat al eeuwen doen. Kleine bootjes met twee mensen aan boord, die ’s ochtends uitvaren als het tij goed is. Dan gaan ze de netten ophalen die ze de dag daarvoor hebben uitgezet. Die zijn een meter hoog en liggen op de bodem, want platvis zwemt ’s nachts. Ze halen die vissen een voor een uit de netten. Soms zijn het drie vissen op een nacht, soms hebben ze geluk en komen ze met drie kisten terug. Een markt hebben ze niet daarvoor. Ik kwam daar bij Joy binnen en hij zei: ‘Je bent de eerste buiten Engeland die hier komt. We brengen onze vis wel in Frankrijk op de veiling en dan krijgen we precies evenveel als alle andere vissers.’ Sinds ze aan Fishes leveren, krijgen ze 18 procent meer voor hun vis.”

Bierman: “Komt er dan geen druk om elke dag een minimum hoeveelheid tong te leveren volgens een bepaalde maat?”

Van Olphen: “Zo doet Albert Heijn dat. Die vult aan met vis uit Nederland, die nog gecertificeerd kan worden. Vorig jaar viel de vangst met de helft tegen, dus dan krijg je dat. De supermarktketen Delhaize in België doet het anders. Die zegt nu: ‘OK, we hebben reguliere tong en we hebben de Hastings tong. Dat zet-

ten we in een apart vak. En het kan gebeuren: op is op. Dan communiceren we: Het was slecht weer gisteren, dus vandaag geen vis.’ Hastings is het begin van het verhaal. Van daaruit hebben we ons logistieke systeem opgezet. Buiten de veiling om kopen wij nu direct. Op dit moment belt Rolf vanuit ons kantoor in Amsterdam naar Paul die op zijn bootje zit, midden op het Kanaal. Paul vertelt: ‘Ik heb een beetje van dit en een beetje van dat.’ Dat gaat meteen door naar AH, Casino en andere supermarkten. Wij raken als Fishes de vis niet aan. Maar het is een transparant systeem. Wij weten wat de visser verdient, hij weet wat wij verdienen en hij kent de prijs in de supermarkt.”

Bierman: “We komen steeds weer op die marges terecht, die de supermarkten vragen. Die zijn zo hoog dat bij de consumenten de angst ontstaat: ik zie dat de biologische kip bij AH 2,5 keer zo duur is, ik word vast getild. Want ik koop het toch wel, dus gooien ze er maar wat bovenop. Is het nu zo dat de supermarkten dit in jouw systeem niet meer kunnen, nu jullie elkaar in de gaten houden?”

Van Olphen: “Je hebt het gevoel dat je met z’n allen iets aan het neerzetten bent. Dat doe je vooral voor die visserman, want die is jarenlang uitgeknepen. Ik was pas in Zuid-Afrika, waar we met allerlei projecten bezig zijn. We hebben daar een MSC-visserij, waar we onze vis inkopen en naar Europa brengen, twee keer per week. We begeleiden samen met Stichting Doen twee andere visserijen om MSC-gecertificeerd te worden. Daar is dus die kreeftenvisser. Ik ga zijn boot op en ik vraag: ‘Waar komt jouw vis terecht?’ Hij zegt: ‘Ik weet het niet. Op het moment dat ik de kreeften hier op de pier uitlaad, staat daar een man in stoffige kleren,



Links Bart van Olphen (1970) van Fishes en Matthijs Bierman (1964) van Triodos Bank in de viswinkel van Fishes in Utrecht. In deze zaak zijn veel gecertificeerde vis en schaaldieren te koop. De namen en gezichten van alle toeleverende vissers zijn bekend.

en die zegt: dit is nu de actuele marktprijs en daar koop ik het voor. En dan haalt hij het op.’ Maar ikzelf weet toevallig dat dit dezelfde man is die naar Spanje vliegt, daar die stoffige kleren uitdoet, zijn pak weer aantrekt en in zijn Porsche naar zijn kantoor rijdt. En dat is het verhaal. Afrika staat symbool voor de primitiviteit van die vissector. En als je dan weet dat 52 procent van de wildvangst van vis uit ontwikkelingslanden komt... Dat is een hele interessante markt om heel snel om te gooien. De vissers lopen alleen tegen de financieringskosten aan voor het verkrijgen van dat MSC-logo. Dat kost tussen de zestig- en honderdduizend euro voor een kleine visserij, hetzelfde bedrag als voor een grote visserij. Ik vind dat er een constructie moet komen om de kleine visser tegevoel te komen. Als ik met Jeremy, een van de tonijnvissers, door Afrika rijd, weet hij van elk bloemetje, bijtje en boom en van elke vis hoe het ecologische systeem in elkaar zit.”

Bierman: Hij zal nooit meer vis uit zee halen dan..”

Van Olphen: “Anders dan bij Aziaten zit bij Afrikanen de duurzaamheid in het bloed. We doen nu projecten in Liberia, in Ghana, in Mozambique, maar ook in Tristan da Cunha. Daar woont de meest geïsoleerde bevolking ter wereld, op een eiland ter grootte van Texel, in de Atlantische Oceaan, precies tussen Kaapstad en Buenos Aires. Het kost je met een boot tien dagen om daar te komen. Er wonen 270 mensen en hun bruto nationaal product bestaat voor 95 procent uit kreeftvangst en voor 5 procent uit postzegels. Ze verkopen die kreeft voor 20 dollar per kilo, maar kunnen er makkelijk 22 dollar de kilo voor krijgen. Ze worden al twintig jaar genaaid door de tussenhandel, maar ze zijn er al zo aan gewend dat het zelfs

“Als je dan weet dat 52 procent van de wildvang van vis uit ontwikkelingslanden komt... Dat is een heel interessante markt om heel snel om te gooien.”

moeilijk voor ze is om te veranderen. Vissers zijn bezig met vis vangen, zitten de meeste tijd op zee.”

“Of die Eskimo’s, die aan de monding van de Yukonrivier in Noord-Amerika leven. Zij vangen de allermooiste chum zalm van de wereld. Die zalm komt uit het zoete water de zee op en gaat zich daar vol eten. Hij heeft een systeem-pje in zijn hoofd: hoe langer ik terug moet zwemmen, hoe meer ik moet eten. Na vier, vijf jaar vreten gaat hij terug, de rivier op. De Eskimo’s staan de zalm daar drie weken per jaar op te wachten. De rest van het jaar laten ze hem rust. Eerst laten ze er genoeg doorgaan. Ze hebben geïnvesteerd in een sensor. Ze weten dus hoeveel er teruggaat voor de reproductie. Dan heb je een zalm. Mmmmm... Nog goedkoper dan de goedkoopste Noorse kweekzalm die de fjorden vervuult. Als ik dat verhaal zou kunnen vertellen, als we daar in de hele keten werk van zouden maken...”

Bierman: “Ik heb de overtuiging dat de consument van morgen dit zoekt. Die wil één keer het hele verhaal gehoord hebben. En dan nog eens in de zoveel tijd controleren. Waarom zou je niet aan je vis een nummertje plakken?”

Van Olphen: “Dat doen we al. Straks koop je je vis, je krijgt een bonnetje mee, logt in op je computer en je staat op de boot waar die vis is gevangen. We halen die vissers zo naar Nederland.”

Bierman: “Je bouwt zo een voorsprong op je concurrenten op. Kunnen de grote concerns niet in een paar jaar omswitchen?”

Van Olphen: “Het duurt wel even, voordat we er aan wennen dat Coca Cola biologisch is.”

Bierman: “Soms kun je maar beter helemaal opnieuw beginnen?”

Van Olphen: “Ja.”

Bierman: “Of profiteer jij er zelfs van als de grote partijen reclame voor jouw product beginnen te maken? Dat hebben wij bij Triodos Bank meegemaakt toen de grote banken ook met de Groenfondsen kwamen. Journalisten belden ons eerst even om te vragen hoe die fondsen echt werken. Door alle reclame van de concurrentie groeide juist ons fonds enorm. Hoe is dat nu met Unilever?”

Van Olphen: “Unilever heeft Iglo afgestoten, dat is geen onderdeel van het concern meer. Unilever heeft voor mij het voorbereidende werk gedaan, door de MSC-organisatie op te richten. Toen ik begon, wist ik niet wat MSC was.”

Bierman: “En daar ben jij ingesprongen, iemand met een hotelopleiding die niet eens alle vissoorten kon onderscheiden.”

Van Olphen: “Ik heb de hogere hotelschool gedaan, maar ik vond het vak niet echt inspirerend. Na mijn studie wilde ik in een driesterren Michelin-restaurant leren koken. Ik ben naar Parijs gegaan. Ik werd kok in Lucas Carton op de Place de la Madeleine, dat precies dat jaar werd uitgekozen als het beste restaurant ter wereld. Daar zag ik al die handelaren binnenkomen met die vis. Te gek. Dat was toch wel wat anders dan de Volendammer in Nederland. Daarna deed ik de keuken in restaurant Vakzuid, in het Olympisch Stadion in Amsterdam. Daar zag ik ook de vis binnenkomen. Ik dacht: ik wil wel een eigen viswinkeltje. In Nederland. Waar je nu eens geen gebakjes en zo kunt eten. Maar alleen dat: vis. En inderdaad, toen de eerste keer een klant mij om een zeebaars vroeg, gaf ik een dorade mee.” ■

www.fishes.nl



DE WEDERVRAAG AAN BIERMAN

Van Olphen: “Als duurzaam pionier loop ik extra risico. Waarom zijn er bij banken geen extra criteria die iemand als ik helpen, wanneer ik moet concurreren met gevestigde handelaren die makkelijk tonnen aan dollars kunnen voorschieten. We hebben een tonijnvisserij in Amerika, daar doen we vierhonderd ton, de enige MSC-gecertificeerde duurzame tonijn die er op de markt te vinden is. De vis wordt in een periode van drie maanden gevangen en die vissers willen binnen vijf dagen hun geld. En ook al heb ik een afnamegarantie voor die vis, dan nog kan ik geen kredietverzekering krijgen. Er zijn momenten geweest dat er om deze reden bij Fishes bijna de stekker uit ging. Nu we zo sterk groeien, lopen we dagelijks tegen de voorfinanciering aan.”

Bierman: “We leggen geld in van spaarders en we hebben investeerders die bereid zijn echt risicovol te investeren. Het geld van mijn spaarders moet *coûte que coûte* terugkomen, anders mag ik me van de Nederlandsche Bank niet eens bank noemen. Met dat geld ben ik dus een nare bankier die de hele tijd bij ondernemingen om zekerheden loopt te vragen en die alles dicht wil timmeren. Als we zeggen: we investeren spaargeld alleen in duurzame ondernemingen wil dat dus niet zeggen dat die bedrijven dan lagere risico-eisen hebben. Dan zouden we wel kunnen inpakken. Als je echt aan het pionieren bent in een sector, is de zaak vaak bancair nog niet te financieren. Dan moet je iemand zien te vinden die samen met jou bereid is dat risico te lopen. Iemand die gelooft in jouw concept en in jou als ondernemer. Daar zie ik als bank voor ons een rol weggelegd, maar altijd vanuit een speciale pot, een fonds. Wij hebben zo een handelsfinanciering voor duurzame cacao, koffie en tropisch fruit opgericht, het Triodos Sustainable Trade Fund. Nog niet voor duurzaam gevangen vis, maar daar zouden we over kunnen praten.”