



ORGANISATIES VOEDEN CHEFS EN CONSUMENT

MEER NOORDZEEVIS OP HET (RESTAURANT)BORD

| TEKST: : BIANCA ROEMAAT | FOTO'S: : STICHTING NOORDZEEVIS UIT IJMUIDEN, NORTHSEACHEFS



GERECHT VAN DE HAND VAN
NORTHSEACHEF SYRCO
BAKKER: HONDSHAAI IN HET
GROEN.

4 NORTHSEACHEFS: FILIP
CLAEYS, SERGIO HERMAN,
SYRCO BAKKER EN RUDI VAN
BEYLEN.

De roep om meer Noordzeevis te eten, klinkt al geruime tijd. Verschillende partijen promoten deze onbekende en onbeminde vis. Stichting Noordzeevis uit IJmuiden en Scheveningen proberen (jonge) consumenten, horeca en viswinkels te bereiken. NorthSeaChefs stimuleert chefs om onbekende Noordzeevissen als heek, wijting en pieterman op de menukaart te zetten.

Zo'n 90 procent van de vis die op de visafslag in Scheveningen binnenkomt, vindt haar weg naar het buitenland. "Nederland is een land aan zee. Het is doodzonde dat we zoveel importvis eten", vindt Paul Einerhand, projectleider van Stichting Noordzeevis uit Scheveningen. Deze organisatie die sinds 2016 bestaat, wil Noordzeevis geliefd maken bij

iedereen: van visser tot consument. Waarom is dat noodzakelijk? "Noordzeevis is onbekend en wordt daarom ondergewaardeerd", vindt Einerhand. Hij krijgt bijval van Tim van Zeben, voorzitter van Stichting Noordzeevis uit IJmuiden, welke in 2018 is opgericht en nagenoeg dezelfde opzet heeft als haar evenknie in Scheveningen. "Tegenwoordig hebben we te maken

met een voorkeur voor gemakvoedsel, met name bij tweeverdieners met jonge gezinnen. Zalm en tonijn zijn gemakkelijk te bereiden en hebben weinig graten. Schol of tong zijn lastiger", merkt Van Zeben op.

NOORDZEEVISMAN

De projectleider uit Scheveningen haakt daar op aan: "Nederland is een vleesland. We hebben een 'pakjes'-maatschappij en zijn de feeling met voedsel kwijt. Onbekend maakt onbemind." Einerhand heeft het onder de aandacht te brengen van Noordzeevis bij zijn generatiegenoten tot zijn persoonlijke missie verheven. Als 'Noordzevisman' is hij op social media actief en deelt kennis, foto's en recepten. "Ik merk dat er in mijn vriendenkring - in de leeftijd van 25-30 jaar -



AMBASSADEURS VAN NOORDZEEVIS KRIJGEN EEN CERTIFICAAT EN PROMOTIEMATERIALEN.



VIA PROEVEERIJEN MAAKT DE CONSUMENT KENNIS MET ONBEKENDE NOORDZEEVISSOORTEN.

veel onbekendheid is over deze vis en de bereiding ervan.”

Speciaal om jongeren te enthousiasmeren werkt de Scheveningse stichting samen met ROC Mondriaan in Den Haag en SVO vakopleiding food. Samen met hen is het kookboek 'Noordzeevis uit Scheveningen. De nieuwe generatie in verhalen en recepten' ontwikkeld. Kennis delen over vissoorten, vis bereiden en fileren, is daarbij het uitgangspunt.

Ook bij het project: 'Dichtbij-vangst' dat in juni van start gaat, zijn jongeren betrokken. Studenten van het ROC Mondriaan gaan productinnovaties met Noordzeevis voor de horeca ontwikkelen. Daarnaast komt er een onderzoek door WUR naar consumentgedrag om te komen tot een beter verdienmodel voor Noordzeevis waar de horeca mee aan de slag kan.

ZALM MEEST GELIEFD

Uit een recent onderzoek naar de meest populaire vissoort op de menukaart van zo'n 25 Scheveningse restaurants van advies- en communicatiebureau Schuttelaar & Partners blijkt zalm nog steeds het meest geliefd. Op de tweede plaats komt tonijn en pas daarna sliptong uit de Noordzee. Gemiddeld bieden deze restaurants drie

hoofdgerechten met Noordzeevis aan. Na de sliptong (17 procent) zijn zeebaars (14 procent), kabeljauw (12 procent) en zeetong (12 procent) in trek. Op dagmenu's komt Noordzeevis wel regelmatig terug bij 70 procent van de restaurants.

Vis uit de Noordzee op de restaurantkaart zetten, is best lastig. "Bij gasten in de horeca bestaat vaak de perceptie dat bijvoorbeeld een heek van 'mindere kwaliteit' zou zijn dan de tong die ze al wel kennen", vertelt Marjorie Romeijn van NorthSeaChefs.

BIJVANGSTEN

Deze van origine Belgische stichting is sinds 2019 in Nederland actief. Zij richt zich met name op chefs in de horeca om zo Noordzeevis te promoten. Haar streven is om met name de onbekende soorten, het seizoensaanbod en bijvangst op de menukaart te krijgen. 'We moeten eten wat de visser vangt en niet de visser laten vangen wat we willen eten', is het motto.

"We proberen om vissers te helpen: we brengen vissoorten die ze normaal niet kwijt worden of waar ze een lage prijs voor krijgen, onder de aandacht. We verminderen zo de druk op overbeviste

vissoorten." Daarnaast is het duurzaamheidsaspect van belang: minder verspillen en vis van dichtbij kopen.

Zo'n 15 vooraanstaande Nederlandse chefs zoals Syrcro Bakker (Pure C, Cadzand) zijn ambassadeur en zetten de lokale vis op hun kaart. Elk kwartaal ontvangen ze een blue box met Noordzeevis om zo kennis te maken met onbekende soorten als heek, wijting en pieterman.

KWALITEITSKEURMERK

Doordat chefs hun gasten deze vis voorschotelen en recepten delen op de site van NorthSeaChefs, hoopt de Stichting dat de consument de onbekende soorten gaat ontdekken en kopen bij de viswinkels. In België waar ze in 2011 al zijn gestart, is NorthSeaChefs inmiddels uitgegroeid tot een 'kwaliteitskeurmerk'.

Meer Noordzeevis op de kaart en op het bord thuis, is ook het streven van Noordzeevis uit Scheveningen en IJmuiden. Zij hebben inmiddels respectievelijk 60 en 45 ambassadeurs. Deze krijgen promotiematerialen en een certificaat dat officieel wordt uitgereikt. "Dat moment zorgt ook weer voor aandacht in de lokale pers", vindt Van Zeven. Voor viswinkels is er een speciale toolkit met promotiemateriaal. Eénhand: "We geven ze handvaten om in de viszaak de dialoog met de klant aan te gaan over Noordzeevis."

Voor de horeca zijn er tal van bijeenkomsten. Bijvoorbeeld hoe je meer rendement behaalt met Noordzeevis. In IJmuiden is vorig jaar de haringparty gehouden waarbij de wat minder gangbare Noordzeevissoorten zoals pieterman, mul en verse makreel op de grill zijn bereid. "Ik hoor daar nog steeds enthousiaste verhalen over. Als ik daarna pieterman tegenkom op de menukaart van een Haarlems restaurant, weet ik dat het een geslaagd evenement is geweest."●

MEER SPIN OFFS

Sinds de Rabobank in 2016 Stichting Noordzeevis uit Scheveningen heeft opgezet heeft dit initiatief navolging gekregen in IJmuiden (in 2018) en Goerree (sinds 2019). "Het logo en concept zijn toepasbaar op andere visafslagen/havens. We streven naar meer spin offs zodat er straks één Stichting Noordzeevis uit Nederland is. Iedereen kan aanhaken", laat Paul Eijerhand (Stichting Noordzeevis uit Scheveningen) weten.