

Duurzame vis op de kaart

'Geen gast wil een bedreigde diersoort op zijn bord'



Duurzame vis veroverd de horeca. Met de campagne Duurzame Vis op de Kaart slaan onder andere Koninklijke Horeca Nederland (KHN), Wereld Natuur Fonds (WNF) en andere partijen de handen ineen. "Als we niets doen zijn de zeeën straks leeg."

Tekst: Dorien Dijkhuis

76 Procent van de commerciële vissoorten wordt overbevist. Dat blijkt uit cijfers van de Voedsel- en Landbouworganisatie van de Verenigde Naties. Ook gekweekte vis kan zorgen voor problemen voor het leven in zee. Bijvoorbeeld doordat hun voer vaak bestaat uit wilde vis. Of omdat mangrovebossen worden gekapt om plaats te maken voor kweekbassins. Duurzame (kweek)vis is een belangrijk antwoord op overbevissing en bijvangst.

De afgelopen tijd is er behoorlijk wat gedaan om de wereld hiervan bewust te maken. Voor de consument was er de nieuwe viswijzer, met bedrijven werd druk onderhandeld over het weren van foute soorten uit de schappen en met Noordzeevissers werd een convenant gesloten over andere vangstmethoden. Zo raakt stap voor stap de hele visketen doordrongen van de noodzaak van duurzame vis. Maar ook de horeca maakt deel uit van die keten. En daar kan nog

het nodige verbeterd als het gaat om duurzame vis: blauwvintonijn en paling, op menig menu prijken vissoorten die met uitsterven worden bedreigd. "Chefs willen wel graag duurzame vis inkopen, maar het ontbreekt ze vaak aan kennis", zegt Elly de Vreugd, persvoorlichter bij het WNF. WNF is niet de enige organisatie die weet dat er op het gebied van duurzame vis nog een wereld te winnen is in de horeca. Ook Koninklijke Horeca Nederland, Euro-Toques, Stichting De

Noordzee, Marine Stewardship Council, Fishes en Stichting Vis & Seizoen zijn het daar over eens. Vandaar dat zij besloten: het is tijd voor een informatieoffensief in de horeca. Tijd voor de campagne Duurzame Vis op de Kaart.

MSC-keurmerk

Die campagne ging tijdens de Horecava van start. Doel is dat er eind dit jaar zo'n 250 bedrijven zijn met MSC-keurmerk. Want, zoals sectorvoorzitter Bianchi zei tijdens de lancering: "Duurzame vis serveren betekent niet alleen een duurzame toekomst voor de vis, maar ook een duurzame toekomst voor de horeca." En dat klopt als een bus. Want halen we die bedreigde soorten niet van de kaart, dan is er over een paar jaar simpelweg niets meer om te serveren. MSC staat voor Marine Stewardship Council. Het is het meest strenge, onafhankelijk keurmerk voor duurzaam gevangen vis, te herkennen aan het blauwe logo op de verpakking en het staat garant voor een geheel duurzame keten. De campagne wierp meteen zijn vruchten af, want New York Pizza sloot zich als eerste grote horecaketten onmiddellijk aan. In de honderd Nederlandse en Belgische vestigingen worden vanaf februari alleen nog maar tonijnpizza's en -salades gemaakt met MSC gecertificeerde tonijn.

Bordje panda

Elly de Vreugd: "Van horecagelegenheden die zich aansluiten bij de campagne wordt onder meer verwacht dat zij zich laten certificeren, dat hun assortiment voor minimaal dertig procent uit vis met het MSC-keurmerk bestaat en dat er geen ernstig bedreigde soorten zoals paling, blauwvintonijn en marlijn op het menu staan."

Een veelgehoord excuus van ondernemers is dat gasten om een bepaalde vissoort vragen. Dat je bijvoorbeeld wel paling móet serveren, omdat je anders gasten kwijtraakt. Ook Noordzeekabeljauw, blauwvintonijn en paling zijn soorten waar chefs maar moeilijk afscheid van kunnen nemen. Elly de Vreugd: "Paling is een bedreigde diersoort. Toch paling eten is hetzelfde als een bordje panda bestellen. Ook die zijn bedreigd. Natuurlijk vragen gasten om paling of tonijn. Dat komt omdat ze niet weten dat het bedreigde soorten zijn." Wat dat betreft mag de horeca van Elly de Vreugd best wat meer verantwoordelijkheid nemen. Bovendien zijn er volop lekkere alternatieven, zoals Albacoretonijn met het MSC-keurmerk. "Zie het als een vorm van gastvrijheid dat je je gasten inlicht over de achtergronden van bepaalde vissoorten. Er is echt geen enkele gast die nog voor een bedreigde soort gaat als hij het verhaal erachter kent."

Geen excuus

Het omgekeerde is ook waar, weet Ron Koks, hoofd inkoop bij Sligro. Gasten gaan steeds vaker van restaurants verwachten dat zij duurzame soorten op de kaart hebben staan. Ze willen helemaal geen bedreigde soorten eten. Een ander veelgehoord excuus: dat het lastig is om duurzame vis in te kopen, omdat er niet van iedere soort een duurzame variant is of omdat ondernemers niet weten waar ze moeten zijn, veegt Ron Koks ook zo van tafel. "Dat argument gaat niet meer op", zegt hij. "Sligro is MSC gecertificeerd en maakt zich hard voor een duurzaam visaanbod. Wij hebben de campagne Duurzame Vis op de Kaart dan ook van harte omarmd. Natuurlijk blijven er soorten die in bepaalde

seizoenen niet te verkrijgen zijn. We hebben tenslotte te maken met een wild product. Maar als je dat goed communiceert, dan snapt iedereen dat. Je hoeft trouwens niet per se MSC gecertificeerde vis te nemen. Ook de soorten in de groene kolom van de viswijzer zijn duurzaam gevangen. Op www.goedevnis.nl staan die soorten allemaal op een rijtje. Het is niet meer zo moeilijk als vroeger om een duurzame keuze te maken in het visaanbod."

Workshops

Sligro maakt zich op twee manieren hard voor een duurzaam visaanbod. Ron Koks: "Enerzijds kunnen ondernemers bij ons terecht voor een groot aanbod duurzame vis, waaronder MSC, en kunnen zij zich door medewerkers en culinair adviseurs laten informeren over goede alternatieven voor bedreigde soorten. Anderzijds voert Sligro de druk op leveranciers op om voor bepaalde soorten kweektrajecten in te zetten. Om zoveel mogelijk ondernemers kennis te laten nemen van de campagne en van het belang van duurzame vis, organiseert Sligro in samenwerking met WNF en KHN de komende maanden workshops 'Vis en Duurzaamheid' waarin chefs en restaurantmedewerkers leren hoe je met de verschillende soorten kunt werken en waar ze vandaan komen. En dan maar hopen dat er meer ondernemers zijn die meedoen aan de campagne. Elly de Vreugd: "Alle horecagelegenheden in Nederland kunnen meedoen. Meedoen betekent meehelpen met de verduurzaming van het visaanbod in Nederland door gasten te helpen te kiezen voor een verantwoord gevangen of gekweekte vis. Wie meedoet profiteert bovendien van alle aandacht die deze campagne genereert én maakt kans op de 'Duurzame vis op de kaart'-award die zal worden uitgereikt tijdens de Horecava van 2011. Allemaal aan de duurzame vis dus, want anders staat er straks helemaal geen vis meer op de kaart."

Voor meer informatie, kijk op www.goedevnis.nl, www.duurzamevisopdekaart.nl, www.msc.org/nl, www.wnf.nl www.sligro.nl

Ga voor certificering!

MSC certificering heeft veel voordelen. Je kunt je ermee onderscheiden, het biedt nieuwe marketingmogelijkheden, het is een manier om aan je gasten te communiceren dat je duurzaam inkoop en ze te informeren over de herkomst van je producten. Iedere horecaondernemer, van eetcafé tot keten, kan zich aanmelden. Speciaal voor individuele restaurants biedt MSC de mogelijkheid om de certificering voor een groot deel online te laten verlopen. Dit bespaart zowel tijd als geld. De eerste tachtig succesvol doorlopen certificeringen komen in aanmerking voor een subsidie.

Kijk op www.msc.org/nl/ga-voor-certificering/restaurants/ om je aan te melden.

