



[www.kenniskringvisserij.nl](http://www.kenniskringvisserij.nl)



Europese Unie, Europees Fonds voor Maritieme Zaken en Visserij

## Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in de Visserij

*Visie van betrokkenen op MVO*



Rapportage t.b.v. Kenniskringen Visserij

November 2016

Tim Haasnoot (Stichting ProSea)

Wim Zaalmink (Wageningen Economic Research)

## Voorwoord

MVO is al gedurende langere tijd onderwerp bij visserij ondernemers – is dit voor ons van belang, moeten wij hier nu aandacht aan gaan besteden? In 2015 heeft Stichting ProSea dit onderwerp geagendeerd maar niet uitgewerkt omdat de visserij praktijk volop bezig was met de aanlandplicht. In 2016 waren er diverse visserij ondernemers die dit thema onder de aandacht wilden brengen en het als kennisvraag hebben ingediend. In maart 2016 is dit onderwerp met een kerngroep met enkele visserij ondernemers (Klaas Jelle Koffeman en Maarten Drijver) en is besloten om enkele interviews te gaan voeren met visserij ondernemers en een ondernemer buiten de sector. Dit verslag is een weergave van deze in 2016 gestelde kennisvraag. Het onderzoek en de interviews zijn uitgevoerd door Tim Haasnoot van Stichting ProSea, in opdracht van Kenniskringen Visserij, en begeleid door Wim Zaalink en Wouter Jan Strietman van Wageningen Economic Research. Het resultaat is besproken in 2 bijeenkomsten in juli 2016 met de ambassadeurs van kenniskringen visserij en in augustus 2016 met een groep van MVO deskundigen. In dit rapport wordt de MVO systematiek beschreven en zijn de interviews nader uitgewerkt. Een woord van dank is op zijn plaats voor degenen die zijn geïnterviewd en die heel openhartig hun visie en zienswijze hebben verteld.

## INHOUD

Voorwoord .....	2
Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)in de visserij.....	4
MVO in de praktijk.....	6
Enkele voorbeelden uit de praktijk .....	10
De kijk van John Arink op MVO in de praktijk .....	10
De kijk van Johan van Nieuwenhuijzen op MVO in de praktijk.....	14
De kijk van Jaap Albregtse op MVO in de praktijk.....	17
De kijk van Jan de Haan op MVO in de praktijk.....	20
De kijk van Hendrik Kramer op MVO in de praktijk.....	22
Bronnen .....	25
Bijlage 1 .....	26
Bijlage 2 .....	27
Visie .....	31
Missie.....	31
De drie P's.....	31
Profit.....	31
Planet.....	32
People.....	32

## Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) in de visserij

Veel ondernemers en bedrijven hebben het over maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en duurzame bedrijfsvoering. Maar wat is dat nou precies en hoe doe je dat nou precies als ondernemer in de visserij? In deze rapportage willen wij ondernemers in de visserij een beter beeld geven over wat MVO precies inhoudt, en hoe je daar als ondernemer mee om kunt gaan binnen je bedrijf. Allereerst wordt ingegaan op wat MVO precies betekent. Daarna wordt een aantal concrete voorbeelden gegeven van ondernemers binnen de visserij die zich binnen hun bedrijfsvoering bezig houden met MVO. Het is belangrijk om te weten dat MVO voor ieder bedrijf verschillend is en dat MVO geen eindbestemming heeft. MVO is namelijk een proces waarbij de doelen voor je bedrijf veranderen naar verloop van tijd en waar bedrijfsbeslissingen ook invloed op hebben.

### Wat is MVO?

Bij MVO moet je rekening houden met drie verschillende gebieden, namelijk met het economische (Profit), ecologische (Planet) en het sociale (People) gebied. Dit noemt men ook wel de drie P's. Een ondernemer die maatschappelijk verantwoord wil ondernemen streeft ernaar om deze drie P's te combineren binnen zijn bedrijf. Wanneer een ondernemer zich namelijk richt op slechts één van deze P's, zoals winst, dan is de kans groot dat dit ten koste gaat van de andere P's (mens en milieu). Dit betekent niet dat geld verdienen niet belangrijk is, sterker nog, geld verdienen is essentieel als je maatschappelijk verantwoord wilt ondernemen. Je kunt namelijk de beste bedoelingen hebben met de P's van Planet en People, maar zonder geld houdt het voor een ondernemer al snel op. Het is verstandig om ernaar te streven om op alle drie de P's een voldoende te scoren. Daarbij mag je best op het ene onderdeel hoger scoren dan op het andere deel, maar het gaat erom dat aan alle drie de gebieden aandacht wordt besteed en doelen worden gesteld.

#### *Profit*

Als je het hebt over Profit, dan denken de meeste mensen alleen aan de financiële prestaties van het bedrijf. Maar je kunt Profit breder trekken dan door alleen te kijken naar de financiële prestaties van je bedrijf. Zo kun je ook kijken naar de economische effecten van jouw bedrijfsvoering op de omgeving. Hierbij kun je denken aan werkgelegenheid, uitbesteding en sponsoring. Maar ook het zoeken naar ondernemingskansen (innovatie), continuïteit van het bedrijf en de bedrijfsopvolging vallen binnen de P van Profit.

#### *Planet*

Met de P van Planet ben je als ondernemer gefocust op de invloed van jouw bedrijfsvoering op het milieu. Daarbij ben je als ondernemer met name bezig om zo min mogelijk negatieve invloed op het milieu uit te oefenen. Zeker als ondernemer binnen de visserij ben je direct afhankelijk van een gezond ecosysteem. Hierbij moet je binnen de visserij met name denken aan onderwerpen zoals visbestanden, vismethodes, bodemberoering, maar ook aan brandstofverbruik en afval die allemaal van invloed zijn op het milieu.

#### *People*

De P van People is vaak lastig te duiden, maar hierbij staan de medewerkers, de consument en de samenleving centraal. Hierbij moet je dus kijken naar wat het bedrijf voor mensen doet en in welke behoefte van mensen het bedrijf voorziet. Het is belangrijk om de belangen

van deze groepen mee te nemen als je maatschappelijk verantwoord wilt ondernemen. Vaak heeft men het bij de P van People over arbeidsrechten en omstandigheden, veiligheid, dierenwelzijn en maatschappelijke betrokkenheid.



Figuur 1. Bij MVO draait het om het combineren van de 3 P's, welke staan voor Profit, Planet en People. Bron: ahco

### Waarom MVO?

Iedere ondernemer heeft andere redenen om bezig te zijn met MVO. Vaak worden deze redenen onderverdeeld in de volgende drie categorieën:

- MVO omdat het loont: MVO draagt bij aan de financiële prestaties van bedrijven. Er is een stijgende vraag naar duurzame producten en diensten vanuit de samenleving. Maar MVO kan bijvoorbeeld ook de arbeidsproductiviteit verhogen (afname ziekteverzuim).
- MVO omdat het moet: Hierbij wordt een ondernemer min of meer gedwongen om maatschappelijk verantwoord te ondernemen, doordat ze niet voldoen aan de maatschappelijke norm. Hierdoor verliezen de bedrijven hun "license to produce"<sup>1</sup>. Dat resulteert vaak in consumentenboycots, mediaschandalen, stakingen of ingrijpen van de overheid. Bedrijven die zich wel met MVO bezig houden krijgen over het algemeen minder te maken met dergelijke acties en boycots.
- MVO omdat het hoort: Sommige ondernemers kiezen bewust voor MVO, omdat ze een steentje willen bijdragen aan de maatschappij en ze het milieu zo min mogelijk willen belasten. Oftewel, deze ondernemers vinden dat het zo hoort. Vaak vormt duurzaamheid de kern van hun bedrijfsstrategie.

---

<sup>1</sup> MVO gaat niet alleen om het nemen van maatschappelijke verantwoordelijkheid, maar ook over het afleggen van verantwoording over het doen en laten van je bedrijf. Daarmee krijgen bedrijven toestemming van hun omgeving om hun werk uit te blijven voeren.

## MVO in de praktijk

Iedere ondernemer zal zelf moeten bepalen hoe hij of zij aan de slag wil gaan met MVO binnen het bedrijf. Over het algemeen kun je gebruik maken van vier stappen voor het opstellen van een succesvol en gedragen MVO beleid. Deze vier stappen zijn als volgt:

- Opstellen van een visie en missie
- Het opstellen van een MVO plan
- Uitvoeren van het opgestelde MVO plan
- Aanvullen of verbeteren van het MVO plan

### *Opstellen van een visie en missie*

Bij het opstellen van een visie moet je als ondernemer bedenken hoe jij onderscheidend wilt zijn van anderen en waar je invloed op wilt hebben met jouw bedrijf. In de visie benoem je de ambities die jij met je bedrijf hebt. Daarbij kijk je naar de wereld van nu en de kansen in de toekomst en beschrijf je de gewenste droomsituatie. De visie van je bedrijf is vooral gericht op hoe jij het bedrijf naar buiten toe wilt presenteren. Voorbeelden van visies zijn te vinden in bijlage 1.

Door middel van je missie geef je aan wie je bent, wat je doet en wat je wil bereiken. Je missie is tijdloos, maar wel toe te passen op dit moment. Een missie staat dus, in tegenstelling tot een visie, niet voortdurend ter discussie. Het richt zich met name op de mensen die binnen je bedrijf werken. Voorbeelden van missies zijn te vinden in bijlage 2.

Bij het opstellen van een visie en missie kun je rekening houden met de punten die genoemd worden in tabel 1. Het is vaak handig om samen met stakeholders<sup>2</sup> te kijken naar wat belangrijke thema's zijn binnen jouw sector. Dit kan namelijk leiden tot nieuwe inzichten en je creëert steun voor jouw visie en missie binnen én buiten je bedrijf.

Tabel 1. Voor het opstellen van een visie en missie moet je rekening houden met onderstaande punten. Bron: frankvanormondt.nl

Missie	Visie
Waarvoor we staan	Waarvoor we gaan
Gericht op organisatie	Gericht op omgeving
Wie zijn we?	Hoe gaan we met de wereld om?
Identiteit, waarden	Toekomst, droom
Vanuit een lang verleden	Vanuit de verre toekomst
In principe tijdloos	Kan worden bijgesteld

### *Opstellen van een MVO plan*

Na het bedenken van je visie en missie is het tijd om na te denken over hoe je hieraan wilt gaan voldoen, want het is belangrijk dat het niet alleen bij mooie woorden blijft. Als het goed is heb je bij het opstellen van je visie en missie een goed overzicht gekregen van de thema's die in jouw sector belangrijk zijn en waar je aan wilt werken. Er is een plan nodig

---

<sup>2</sup> Stakeholders zijn organisaties of personen die worden beïnvloed door de activiteiten en besluiten van jouw bedrijf. Voorbeelden zijn afnemers, leveranciers, branche- en beroepsverenigingen, vakbonden, NGO's, (lokale) overheden, financiers, werknemers, ondernemingsraden, zuster- of moederbedrijven en aandeelhouders.

met doelstellingen om aan deze thema's te werken. Deze doelstellingen noem je ook wel je MVO-doelstellingen genoemd. Bij het bepalen van de MVO-doelstellingen moet je rekening houden of de doelstellingen SMART zijn. Dat betekent dat je MVO-doelstellingen specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgebonden zijn (zie figuur 2). Ook voor het bepalen van de MVO-doelstellingen is het handig om je werknemers te betrekken, zodat iedereen de doelen binnen het bedrijf steunt. Voorbeelden van MVO-doelstellingen staan in bijlage 3. Het is belangrijk om te bepalen hoe je momenteel scoort op de verschillende thema's waaraan je wilt werken. Dit noem je ook wel de nulmeting. Door te bepalen hoe je nu op de thema's scoort, kun je straks zien of je ook daadwerkelijk vooruitgang hebt geboekt. Daarna schrijf je de visie, missie, duurzaamheidsthema's en MVO-doelstellingen op in een MVO-plan.

<b>S</b>	Specifiek	WAT?	Ik weet precies wat ik wil bereiken.
<b>M</b>	Meetbaar	WAARAAN?	Ik weet precies waaraan ik kan merken of het resultaat bereikt is.
<b>A</b>	Acceptabel	WAAROM?	Ik weet waarom ik deze doelstelling wil bereiken.
<b>R</b>	Realistisch	WELKE?	Ik weet welke haalbare acties ik onderneem om mijn doel te bereiken.
<b>T</b>	Tijdgebonden	WANNEER?	Ik weet duidelijk wanneer ik begin en wanneer mijn doel bereikt moet zijn.

Figuur 2. Je MVO-doelstellingen moeten SMART zijn en dus antwoord geven op de wat, waaraan, waarom, welke, en wanneer vragen zoals hierboven is te zien. Bron: cyffer.nl

### *Uitvoeren van het MVO-plan*

Na het bepalen van de MVO-doelstellingen is het belangrijk om afspraken te maken met de werknemers over wie waarvoor verantwoordelijk is, wat er gedaan moet worden en hoe het gedaan moet worden. Het betrekken van de werknemers is heel belangrijk voor creëren van steun en om ze echt aan de slag te laten gaan met MVO. Laat ze het belang van MVO inzien, nodig ze uit tot meedenken en probeer zoveel mogelijk vragen over MVO te beantwoorden. Zo raken ze meer betrokken bij het thema en is de kans groter dat de MVO-doelen gehaald worden. En is er een grotere kans op creatieve en innovatieve MVO-ideeën. Ook is het belangrijk om ervoor te zorgen dat alle werknemers de juiste hulpmiddelen en voorwaarden te bieden om het MVO-beleid uit te voeren.

Tijdens het uitvoeren van het MVO-plan is het belangrijk om te communiceren over de doelstellingen en maatregelen die je als bedrijf hebt genomen om deze doelstellingen te behalen. Wees ook eerlijk over de problemen en dilemma's waar je tegenaan loopt bij het uitvoeren van je MVO-plan. Hierbij is het belangrijk dat je niet communiceert over hoe goed je bezig bent, maar over hoe ver je bent met het uitvoeren van het MVO-plan. Kortom: wees transparant<sup>3</sup>. Daardoor kun je aan anderen laten zien dat je bedrijf zich bezighoudt met MVO en geeft u stakeholders de gelegenheid hierop te reageren. Ook kunnen ze daardoor

<sup>3</sup> Transparantie gaat over de mate van openheid, zichtbaarheid en toegankelijkheid van jouw bedrijf ten aanzien van de omgeving. Denk aan medewerkers, maar ook aan buurtbewoners, maatschappelijke organisaties, afnemers, leveranciers en overheden. Het gaat hierbij om tweerichtingscommunicatie tussen uw bedrijf en de omgeving.

meedenken over oplossingen en verbeteringen. Door over je MVO-prestaties te communiceren kun je erkenning krijgen door:

- Tevreden stakeholders
- Persaandacht
- Een betere marktpositie

Er zijn verschillende manieren om over je MVO-plan en doelstellingen te communiceren. Zo kun je ervoor kiezen om met je bedrijf te gaan voor een bepaald keurmerk, waardoor mensen in één oogopslag kunnen zien met welke MVO-activiteiten je als bedrijf bezig houdt. Je kunt er ook voor kiezen om een prestatievergelijking uit te voeren, waardoor je kunt aantonen hoe jouw bedrijf scoort ten opzichte van andere bedrijven binnen jouw sector en/of regio. Veel (grote) bedrijven kiezen ervoor om een duurzaamheidsverslag te publiceren waarin ze hun MVO-prestaties en voortgang opschrijven. Een andere manier is om gebruik te maken van publiciteit voor het communiceren over je MVO-prestaties en vooruitgang. Hierbij moet je denken aan mond-tot-mondreclame, een goede recensie op een weblog, of de geluiden van het publiek op social media.

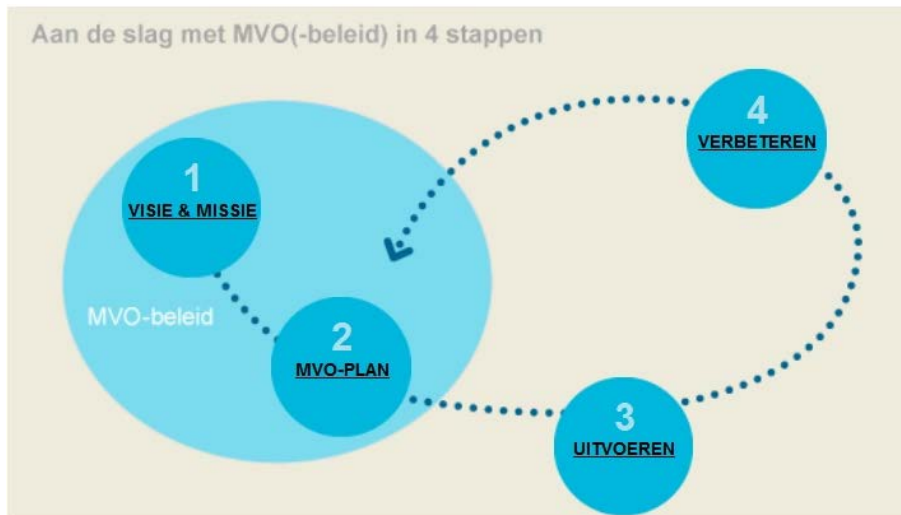


Figuren 3 – 5. Je kunt communiceren via een keurmerk (links), een MVO-verslag (midden) en via social media (rechts). Bronnen: MSC, Gold Meat & Nieuws Monitor

### *Evalueren en verbeteren*

Na het opstellen en uitvoeren van je MVO-plan is het belangrijk om af en toe te evalueren of je doelstellingen behaald zijn. Dit doe je door te kijken naar hoe je na het uitvoeren van het MVO-plan scoort op de verschillende duurzaamheidsthema's die je hebt besproken in je plan en waarvoor je doelstellingen hebt opgesteld. Die score kun je daarna vergelijken met de score van je nulmeting. Op die manier zie je of je daadwerkelijk de doelstellingen hebt bereikt en/of vooruitgang hebt geboekt. Wederom is het belangrijk om open en eerlijk over te communiceren, ook als de doelstellingen niet behaald zijn. Na het evalueren is het van belang om te bepalen hoe je ervoor zorgt dat de behaalde resultaten blijvend zijn en hoe je niet behaalde doelstellingen wilt aanpakken.





Figuur 6. Als je aan de slag wilt gaan als bedrijf met MVO, dan kun je de vier bovenstaande stappen volgen. Deze figuur laat ook duidelijk zien dat MVO een continu proces is, je bent altijd bezig met het bepalen van je doelstellingen en het verbeteren/aanpassen van je MVO-plan. Bron: MVO Nederland

Wees ervan bewust dat MVO een continu proces is (zie figuur 6). Door veranderingen in de omgeving is het soms noodzakelijk om andere duurzaamheidsthema's in je MVO-plan op te nemen of om duurzaamheidsthema's in je MVO-plan aan te passen. Dat maakt het dus belangrijk om continu in gesprek te blijven met je stakeholders, want daardoor blijf je op de hoogte van veranderingen in de verwachtingen van je omgeving en blijf je inzicht houden op nieuwe kansen.

## Enkele voorbeelden uit de praktijk

Hieronder geven een aantal mensen uit de visserij hun kijk op MVO in de praktijk. Opvallend is te zien dat iedere geïnterviewde zijn eigen kijk heeft op MVO in de praktijk en er op verschillende manier naar kijkt of over denkt.

### De kijk van John Arink op MVO in de praktijk

John Arink is al ruim 30 jaar agrarisch ondernemer en is eigenaar van Ekoboerderij Arink in Lieveelde. Hij runt het melkveebedrijf samen met Liane Betting. Hij begon als gangbare melkveehouder, maar besloot 25 jaar geleden om over te stappen naar de biologische landbouw. Naast het produceren en verkopen van melk, vlees en aardappelen organiseert hij ook excursies en rondleidingen op het erf. Verder wordt er kaas gemaakt en runt men een boerderijwinkel. Sinds kort kunnen mensen zelfs blijven slapen en eten op het erf in het pas geopende Biotel, bestaande uit gastenverblijven en een restaurant.



Volgens John Arink is maatschappelijk verantwoord ondernemen het opzetten van een systeem waarbij je geen bronnen uitput of zaken vervuult. Dat je een circulaire economie creëert.

“Ik denk dat je op een dusdanige manier produceert , in ons geval dan melk, vlees en aardappelen, dat je dat over 100 jaar nog kunt doen. Dat is ook wat we doen, zo is bij onze boerderij de oppervlakte grond en de hoeveelheid vee in balans. Wij zijn 25 jaar geleden overgeschakeld op biologische landbouw en daardoor hebben we geen mestoverschot en gebruiken we geen chemicaliën. Wij vervuilen ons grondwater niet. Het is een kringloop waar we af en toe wat melk en vlees uit halen. Daarbij letten we ook nog eens op diervriendelijkheid en op de energievoorziening, dat die duurzaam is of wordt. Dan heb ik het nog niet eens gehad over hoe je met de mensen en je medewerkers om moet gaan, dat hoort er natuurlijk ook bij, dat je dat verantwoord doet.

### *Voedsel en chemie passen niet bij elkaar*

Het besluit om over te stappen op de biologische landbouw is puur idealistisch gedreven. Ik ben nu ruim 30 jaar boer, waarvan ik 5 jaar gangbaar heb geboerd. Ik schakel nooit meer terug naar die chemicaliën en de kunstmest. Ik denk dat we over 50 jaar tegen elkaar zeggen "Moet je zien, 50 jaar geleden bespotten we onze aardappelen en daarna aten we het nog op ook". Daar gaan we gewoon naartoe. Voeding en chemie passen gewoon niet bij elkaar. Ik ben dus omgeschakeld puur uit idealisme en dus niet om een economische drijfveer. Dan is het de uitdaging om bij het omschakelen uit idealisme daar ook nog een goed verdienmodel bij te creëren. Dat is continue de opdracht.

### *Contact met consument*

Vandaar ook onze verbreding, onze zoektocht en ons contact met de consument. We hebben een kaasmakerij, een eigen winkel en we bouwen een biotel. Dat zijn allemaal dingen die ervoor zorgen dat we consumenten over ons erf hebben. Daarmee is het zowel voor de consument en de ondernemer aantrekkelijker qua marge. Je slaat een heleboel schakels uit de keten over.

### *Niet meer produceren maar minder*

Het is goed voor ondernemers en producenten om te weten voor wie je produceert, want het gros van de boeren produceert vrijwel anoniem. Dat is eigenlijk foute boel. Als er teveel melk is en de prijs zakt, dan is de eerste reactie van de Nederlandse melkveehouder om meer melk te produceren om aan het einde van de maand dezelfde omzet te hebben. Maar dat is nou net faliekant mis, want dan heb je de maand erop nóg meer melk en een nóg lagere prijs. Als je als boer nou precies weet hoe die markt in elkaar zit en hoeveel er teveel aan melk is, dan kun je volgens mij veel efficiënter inspelen op veranderende marktomstandigheden. Nou weet ik wel dat ik als eenling niet de hoeveelheid melk op de markt kan bepalen, maar ik zie wel dat er op dit moment teveel melk is bijvoorbeeld. En dan heb ik niet de neiging om nog meer melk te produceren.

### *Mondige consumenten*

Een deel van de agrarische ondernemers ziet ook wel dat verschillende maatschappelijke thema's een belangrijke rol spelen voor de toekomst van hun onderneming. Dit jaar hebben al 80 melkveehouders zich aangemeld om ook biologisch te gaan melken. Dus een deel die van ondernemers ziet wel wat er maatschappelijk gebeurt. Maar ik hoor ook wel reacties van boeren die zeggen "Ja, waar bemoeit die consument zich mee, men moeten zich niet bemoeien met onze productiemethode". Dat is volgens mij het aller domste wat je kunt doen. Je produceert namelijk voor consumenten en als je denkt dat die consument alleen maar mag kopen en voor de rest z'n mond moet houden..... Je produceert voedsel en diegene die dat koopt heeft daar inspraak op, zo simpel is het. Of je het nou wil of niet, daar moet je gewoon gehoor aan geven.

### *NGO's serieus nemen*

Ik vind dat in de afgelopen decennia de stem van de consument enorm toegenomen is. Als je kijkt naar organisaties als "Wakker Dier" en "Milieudefensie", en je hoort wat voor aanhang deze hebben en wat ze teweeg kunnen brengen, dan moet je dat wel serieus nemen. Neem bijvoorbeeld het verbod op onverdoofd castreren bij biggen. Als je dat begin jaren '90 of eind jaren '80 had gezegd binnen de varkenshouderij, dan werd je uitgelachen. Maar dat is nu wel werkelijkheid geworden onder druk van onder andere Wakker Dier. Die

toegenomen aandacht zal waarschijnlijk ook met internet te maken hebben, heel veel problemen worden nu inzichtelijk en ook bekend onder de consument. En die consument laat zich steeds meer horen gelukkig! Want laten we eerlijk zijn, als je het landbouwsysteem bekijkt van Nederland, dan is die enorm in onbalans. We hebben teveel landbouwhuisdieren voor ons grondoppervlak. Wij moeten als Nederland dus ook heel veel voer importeren met als gevolg ons mestoverschot. Dat is een situatie die op termijn niet houdbaar is. Consumenten zien het oerwoud verdwijnen om plaats te maken voor de sojateelt, dat als grondstof dient voor onze Nederlandse melk. Dat gaat de agrarische sector niet nog eens 20 jaar volhouden, dan wil niemand die melk meer. Zuivelcoöperaties en grote mengvoerfabrikanten zien dat nu ook in. Die zijn nu bezig met projecten om duurzaam geteelde soja of eiwitten uit eigen land op de markt te brengen.

Verder zijn weidegang en weidevogelbeheer belangrijke maatschappelijke thema's in de veehouderij. Zo krijg je bij sommige afnemers nu ruim 1 á 2 cent per liter melk aan bonus als je de koeien onder bepaalde normen in de wei laat grazen. Ook dat was 20 jaar geleden werkelijk ondenkbaar. Dat is volgens mij ook onder maatschappelijke druk ontstaan. De melk drinkende consument heeft namelijk een bepaald beeld in z'n hoofd van koeien in de wei, dat hoort bij de beleving van een melk drinkende consument. Dat moeten we vooral zo houden. Die heren van bijvoorbeeld FrieslandCampina zagen natuurlijk ook wel in dat die weidegang terugliep en dat daarmee het imago van hun melk forse schade opliep. Er moest actie ondernomen worden en dat is dus nu gedaan door die cent bonus. En die bonus wordt almaar meer.

#### *Communicatie naar buiten*

Wij besteden ook veel aandacht aan ons contact met de consument, bijvoorbeeld door onze website, Facebook (1000 volgers), onze boerderijwinkel en we hebben hier aan de lopende band rondleidingen op het bedrijf. Ik sta op het moment dat de winkel open is altijd de consument tot z'n beschikking en ben open in het geven van informatie. In het begin, toen ik overschakelde naar biologische landbouw, nam ik een beetje de houding aan van een missionaris. Maar daar heb ik wel afscheid van genomen, nu neem ik de houding aan van "Ik doe wat ik doe, op onze manier, zoals wij denken dat het goed is, en degene die daar kennis van wil nemen is van harte welkom".

Ik ben heel erg blij dat wij ons bedrijf en onszelf zo opengesteld hebben, want je komt de meest interessante mensen tegen, waarbij toch wel verschillende synergiën kunnen ontstaan.

#### *Collega's zijn heel kritisch*

Anderzijds krijg ik ook weleens kritiek, met name van collega's. Ik kan niet zeggen dat ik aan de lopende band kritiek krijg, helemaal niet, maar gangbare collega's zijn vaak wel heel sceptisch. Vooral over het feit of we wel voldoende voedsel kunnen produceren met het biologische systeem. Maar onderzoek uit Wageningen toont aan dat juist het gangbare systeem met kunstmest ervoor zorgt dat je de bodem uitmergelt. Je trekt met kunstmest als het ware je accu leeg, je bodemvruchtbaarheid neemt af. Daarmee behaal je op de korte termijn wel hoge opbrengsten, maar op de lange termijn lopen je opbrengsten achteruit. Bij biologische bodems bleek juist dat die bodemvruchtbaarheid toenam. Dus als we het hebben over voldoende voedsel produceren op de lange termijn, dan is

bodemvruchtbaarheid een sleutelwoord. En het blijkt dat je dat met biologische landbouw veel beter in stand houdt dan met gangbare, kunstmest-gestuurde landbouw.

*Minder voedsel produceren maar meer kennis over duurzaam produceren*

Wat betreft de toekomst weet ik zeker dat die niet ligt bij het verder intensiveren. Ik geloof dat Nederland best wel een enorm goed kennisland kan zijn op het gebied van duurzaam produceren. Die kennis kunnen wij vervolgens weer exporteren. We moeten niet naar fysieke export volgens mij, want daar zijn wij als Nederland veel te klein voor. We hebben geen oppervlaktes waarmee je dusdanig kunt produceren om veel te exporteren, maar we zijn wel heel goed in dingen ontwikkelen en uitzoeken. Laten we dat dan alsjeblieft doen! Die kennis kunnen wij heel goed exporteren. Qua voedselvoorziening denk ik dat we in Nederland toe moeten naar een zelfvoorzienend systeem. En de export van fysieke landbouwproducten is voor de lange termijn niet weggelegd voor Nederland. Daar is Nederland veel te klein voor en te dichtbevolkt. Als je het ecologisch rond kunt zetten en je bent zelfvoorzienend, dan heb je het al heel knap gedaan in Nederland.

## De kijk van Johan van Nieuwenhuijzen op MVO in de praktijk

Johan van Nieuwenhuijzen is directeur van de United Fish Auctions (UFA) en al vele jaren zeer betrokken met de Nederlandse visserij vanuit verschillende functies. Hij heeft als visserijbestuurder en als initiator van velerlei innovatieve ontwikkelingen binnen de visserijsector in de loop der jaren veel zien veranderen. Hieronder geeft hij zijn visie op het maatschappelijk verantwoord ondernemen in de praktijk binnen de Nederlandse visserijsector.



### *Vissen is ook zorg blijven dragen voor een rijke natuur*

Volgens Johan van Nieuwenhuijzen is maatschappelijk verantwoord ondernemen een proces zonder kop of staart, het is een continu proces. Als je de visserijsector vergelijkt met andere sectoren, dan is voor de visserijsector MVO van groot belang. Vis is een nicheproduct met een kleine markt. In tegenstelling tot bijvoorbeeld de veehouderij, die opereert onder gecontroleerde omstandigheden in kwekerijen, opereren vissers in de natuur. Zij vissen in een biodiversiteit en ondanks dat zij daar niks aan kunnen doen is het toch belangrijk om daar de verantwoordelijkheid voor te dragen.

### *Voedselverspilling en aanlandplicht*

Momenteel is voedselverspilling het meest actuele duurzaamheidsthema voor de Nederlandse visserij met de invoering van de aanlandplicht. Daarbij ziet Johan de aanlandplicht wel als een middel en niet als doel. Alleen is hij het niet eens met dit middel, want de aanlandplicht resulteert in een hoop lasten voor de ondernemer, maar daar staat geen beloning tegenover. Als je kijkt naar de invloed van de maatschappij op de visserij, dan zie je dat food erg belangrijk is geworden en zijn consumenten steeds kritischer geworden. Mensen willen weten waar hun vis vandaan komt en hechten waarde aan hoe zo'n vis is gevangen. Vroeger draaide het alleen maar om produceren voor een zo laag mogelijke prijs, maar die tijd is voorbij.

### *Maatschappij bemoeit zich steeds meer met de visserij*

Als je kijkt naar het verleden en naar nu, dan zie je toch dat er heel wat zaken zijn veranderd. Zo is de hoeveelheid stakeholders in de visserij enorm gegroeid. Binnen de visserij is er een duidelijke opkomst van NGO's en dat zijn nu ook belangrijke partners. Je ziet ook dat NGO's een professionaliseringsslag hebben gemaakt. Zo'n professionaliseringsslag moet de visserijsector nog maken. De sector heeft geen eigen agenda, geen eigen onderzoeksplan, geen doelen en geen communicatiestrategie. Dat zie je nu ook weer duidelijk terug met de invoering van de aanlandplicht. De aanlandplicht is een proces geweest dat je al lang van

tevorens aan kon zien komen. De Nederlandse visserij had daar toen al op moeten anticiperen en die ontwikkeling voor moeten zijn. In plaats daarvan laten we het ons overkomen en zoeken we nu op het laatste moment naar rek en ruimte.

#### *Verduurzamen door technologieverbeteringen?*

In Nederland zijn de meeste vissers bezig met verduurzamen door zich te richten op de technologie. Door ontsnappingspanelen, netinnovaties en andere technologische ontwikkelingen heeft men al wat slagen gemaakt. Men is hier in Stellendam ook nog druk bezig met het testen en ontwikkelen van allerlei innovaties binnen het innovatiecentrum. Maar daar valt nog meer winst mee te behalen, alleen kom je dan weer op die uitdaging van het organiseren van partijen. Voor het ontwikkelen van nieuwe innovaties is het van belang om een techneut, een enthousiaste ondernemer en het onderzoek bij elkaar te brengen. De sleutel hiervoor ligt bij de techneut en de ondernemer die doormiddel van een zoektocht op de werkvloer elkaar moeten vinden en samenwerken. Die verantwoordelijkheid ligt niet bij Den Haag. Zo'n innovatieproces kenmerkt zich wel door het nemen van grote risico's, zo zouden er van tien innovaties uiteindelijk maar twee daadwerkelijk succesvol kunnen zijn. Het is voor de ondernemer belangrijk om realistisch te zijn en te accepteren dat ontwikkelingen tijd kosten en ook kunnen mislukken. Een ministerie zou doormiddel van subsidie dit hoge risico enigszins kunnen beperken voor de ondernemer en op die manier innovatie kunnen bevorderen.

#### *Actief verspreiden en communiceren*

Concluderend, wat betreft MVO liggen de grootste kansen voor de Nederlandse visserij bij het opstellen van een eigen agenda, eigen onderzoeksplannen, een eigen communicatiestrategie, eigen conclusies trekken uit onderzoek en zelf draagvlak creëren voor de getrokken conclusies. Nu is het nog zo dat het Ministerie, het LEI en IMARES met de sector praten, maar de sector zou eigenlijk met hun moeten praten. Door al het bovenstaande te doen kun je zelf als sector bepalen waar je naartoe wilt met je visbestand en met innovatie. Dat gebeurt deels ook al, maar wederom stuit je dan op het punt van communicatie. Daarin is de visserijsector gewoon niet sterk. Ook qua het verspreiden van kennis en kunde naar andere landen zijn er nog grote stappen te maken. Wat de laatste jaren is bereikt is heel mooi en heel leerzaam, dat verhaal zou de sector veel actiever moeten verspreiden en exporteren naar buiten toe.

#### *Ketensamenwerking en faciliteren van innovatieprocessen*

“Ook op het gebied van ketensamenwerking zie ik nog grote mogelijkheden. Waar wij nu druk bezig zijn met het verbeteren van de selectiviteit en de overleving, daar zien wij dat er aan de wal enorme hoeveelheden vis worden weggegooid. Dat is zonde en daarmee doe je al dat harde werk aan selectiviteit en overleving teniet. Vissers moeten ook actief blijven inzetten op het realiseren van een hogere kwaliteit aan boord. Dat heeft namelijk een enorm positieve uitwerking op de rest van de keten, zo zal het leiden tot een hogere houdbaarheid, minder derving en daarmee ook een lager verlies van product. Een hoop vissers hebben daar nog te weinig oog voor, want men wil een hogere kwaliteit ook gelijk terugzien in een hogere prijs en dat is niet altijd het geval.

De kenniskringen zie ik als een goed orgaan om draagvlak te creëren, innovatie te initiëren, te ontwikkelen en om durven te concluderen. Belangenorganisaties zouden dat niet moeten doen, die zouden meer op sectoraal niveau “the lead” moeten nemen. Voor mij waren de

kenniskringen ook altijd een groot succes doordat de opkomst altijd goed was. Ik ben persoonlijk ook betrokken geweest bij het initiëren van de kenniskringen. Het is belangrijk dat er personen zijn die dat proces faciliteren, want alleen op die manier kun je die innovatieprocessen op gang houden. Er zijn namelijk genoeg goede ondernemers, maar je moet hun activiteiten wel naar een hoger plan tillen”.



## De kijk van Jaap Albregtse op MVO in de praktijk

Jaap Albregtse is 49 jaar actief geweest in de visserij, als laatste als eigenaar van de BR43. Tegenwoordig gaat hij af en toe nog mee als opstapper en verder is hij ook betrokken bij onderzoek naar netinnovaties. Gedurende zijn lange loopbaan binnen de Nederlandse visserij heeft hij veel zien veranderen, ook op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. In dit stuk zal hij wat verder ingaan op hoe hij de visserij heeft zien veranderen op het gebied van MVO door de jaren heen.



### *MVO is duurzaam ondernemen*

Volgens Jaap Albregtse is MVO een mode term en is het vergelijkbaar met duurzaam ondernemen. Naar mijn idee gaat het erover dat je op een zodanige manier vist en aanvoert dat je dat tot in lengte der jaren kunt blijven doen, zonder dat daarbij de visstand in gevaar komt en het milieu te zwaar belast wordt. Belangrijk om te beseffen is wel dat milieubelasting er altijd zal zijn, want je doet tenslotte inbreuk op de natuur. Wat betreft de visstand is het een lastiger verhaal, want magere jaren worden niet alleen veroorzaakt door de visserij. Ook natuurlijke omstandigheden spelen daarin een belangrijke rol. Dat maakt het werk lastig voor een ondernemer binnen de visserij.

### *Huidige visserijpraktijk is niet altijd duurzaam*

Over het algemeen is het overgrote deel van de vissers, op enkele uitzonderingen na, niet bezig met duurzaam ondernemen naar mijn mening. Ze hebben namelijk hele andere zorgen, zoals een hypotheek op hun kotter en financiële schulden. Daarom willen ze momenteel alleen maar zoveel mogelijk besommen om er weer bovenop te komen. Je hebt namelijk ook geld nodig om duurzaam te kunnen ondernemen, want dikwijls kost het doorvoeren van duurzaamheidsmaatregelen geld. Zo heeft een aantal vissers flink geïnvesteerd in een MSC certificaat, maar dit resulteerde lang niet altijd in betere prijzen.

### *Duurzaam ondernemen gaat samen met geld verdienen*

In de praktijk zie je echter ook dat duurzaam ondernemen samen kan gaan met geld verdienen, zoals het geval is met de pulskor. Met het oog op duurzaamheid is de pulskor qua brandstofverbruik en CO<sup>2</sup> uitstoot gewoon geweldig. Daarnaast heeft de puls gezorgd voor een verdere sanering van de vloot. Dat kun je ook als een duurzame ontwikkeling beschouwen, al zullen er ook vissers zijn met een andere mening op dit punt. Naar mijn mening is het beter geworden voor de vissers die zijn overgebleven. Wat betreft selectiviteit zijn er nog wel stappen te maken met het pulskor.

### *MVO is ook duurzaam beheren*

Ook binnen de visserij kan men niet langer voorbij gaan aan MVO. Zo moeten vissers zich ervan bewust zijn dat men met de huidige technologie de visstand op een dusdanig laag niveau kunnen brengen dat het zich niet meer loont om te vissen. We hebben dat gezien met de haring in de jaren '70. Vanaf de tweede wereldoorlog tot halverwege de jaren '60 zaten er enorme scholen haring in de zuidelijke Noordzee. Maar de toenmalige vloot had de visstand zodanig weten te decimeren dat die visserij niet meer lonend was. Naar aanleiding daarvan is er toen een vangstverbod gekomen, waarna die haringstand toch weer is gaan groeien. De visstand kun je dus best om zeep helpen als je die niet goed beheert.

### *Samenwerking met andere partijen in de keten is belangrijk*

Verder zie je ook dat samenwerken in de keten steeds belangrijker is geworden. De handelaren en de consument zijn ook hele belangrijke schakels in de keten. Als visser ben je afhankelijk van de handelaren voor je prijs. Ongeacht of je op contract verkoopt of via de vismijn, je bent altijd afhankelijk van een handelaar. Je ziet ook dat het in zo'n keten bij de verschillende schakels fout kan gaan. Zo heeft de recente uitzending van de keuringsdienst van waarde over het toevoegen van water aan vis door de handelaar een negatief effect op de rest van de keten. De visserman wordt benadeeld door een dalende vraag naar vis en de consument wordt misleid. Je bent als visser dus erg afhankelijk van wat er verderop in die keten gebeurt. Daar liggen nog mogelijkheden wat betreft samenwerking, al zal dat lastig zijn aangezien zowel de visser als ook de handelaar zich niet snel bloot geven uit concurrentieoverweging. Vooral als de prijs laag is, dan krijg je die controverse tussen vissers en handelaren.

### *MVO is ook contact met de consument opzoeken*

Wat betreft die consument is het weer een heel ander verhaal, die hoor en zie je niet tot nauwelijks als visserman. Ja, er komen weleens belangstellende dagjesmensen in de haven. Maar dat blijft toch een selectief publiek, want die hebben al belangstelling voor de visserij. Anders waren ze niet naar de haven gekomen. Het zou eigenlijk goed zijn als vissers meer contact zouden zoeken met de consument. Op Wieringen bijvoorbeeld gebeurt dat wel, want daar verkopen ze rechtstreeks aan de mensen op de zaterdag. Die hebben wel contact met de consument. Als we het hebben over maatschappelijk verantwoord ondernemen, dan zou het helemaal nog niet zo'n verkeerd idee zijn als de visserman rechtstreeks zou verkopen aan de consument. Op die manier kan de consument een normale prijs betalen voor een verse vis. Op die manier voorkom je ook het gesleep van de vis door zo'n keten en kun je bijvoorbeeld ook weer besparen op verpakkingsmateriaal en de CO<sup>2</sup> uitstoot door transport. Daardoor kun je een nog duurzamer product aanbieden aan de consument. Helaas zie je nog steeds dat grote hoeveelheden vis worden weggegooid door derving. Dat is niet duurzaam en onnodig. Op het gebied van duurzaamheid valt er in die keten nog veel te winnen.

### *Veel bemoeienis van anderen met visserij maar met te weinig kennis*

MVO is ook belangrijker geworden doordat er steeds meer partijen zijn gekomen die zich bemoeien met de visserij. Van de NGO's hoorde je in de jaren '70 nauwelijks iets, maar hun invloed is geweldig toegenomen in de loop der jaren. Ik ben het lang niet altijd eens met NGO's, maar een partij als Greenpeace heeft ook hele goede dingen gedaan door bijvoorbeeld de waterkwaliteit in de rivieren te verbeteren. In de jaren '80 werden er nog

veel giftige stoffen geloosd in de rivieren en dat probleem is mede dankzij hun aangepakt. Daarentegen zie ik soms ook dat NGO's onvoldoende praktijkkennis hebben over de visserij. Zo is grootschalige visserij niet per definitie niet duurzaam en kleinschalige visserij wel. Verder ben ik van mening dat NGO's teveel naar duurzaamheid kijken vanuit een ecologische inslag en te weinig oog hebben voor sociale duurzaamheidsaspecten, zoals werkgelegenheid, verschraving van de vissersvloot en de impact daarvan op visserijgemeenschappen.

*Bewustwording van maatschappelijke issues is belangrijk*

Maar ook bij vissers ontbreekt het soms aan kennis. Zo hebben een hoop vissers onvoldoende praktijkkennis van discards. De meeste vissers zien discards niet als een probleem. In 2007 ben ik betrokken geweest bij een discardonderzoek van IMARES met onze kotter en daar werd ik ook met mijn neus op de feiten gedrukt. Bij dat onderzoek moest ik de vis gaan tellen en toen stond ik er ook versteld van dat het zoveel was, die aantallen zijn gewoon enorm. Belangrijk is wel om te weten dat je als visser liever ook geen discards in je net wilt, want dan vis je ook minder met je net en ben je meer tijd kwijt met het verwerken van de vis.

*Samenwerking met wetenschap is sterk verbeterd*

Zelf ben ik vroeger op mijn manier bezig geweest met maatschappelijk verantwoord ondernemen door mee te werken aan een onderzoek naar discardbeperking. Ik vond het meewerken aan zo'n onderzoek interessant. Je moet alleen wel beseffen dat zo'n onderzoek wel veel moeite kost, want dan kom je 24 uur niet op je bed als je al die vis moet tellen. Dat vergt ook veel van je bemanning. Maar ik heb het toch gedaan om iets aan te tonen richting het beleid. Doormiddel van zo'n rapport hebben we aan beleidsmakers kunnen tonen dat het gebruiken van een 70mm of 90mm net niet zoveel effect had op het bijvangen van schol. Dat onderzoek laat bijvoorbeeld ook duidelijk zien dat de samenwerking met biologen de laatste jaren sterk is verbeterd. Sinds een aantal jaren betrekken ze de vissers ook bij de bestandsschattingen. Naar mijn mening doet de visserman zelf altijd nog de beste bestandsschatting. Vissers verzamelen nu al sinds een aantal jaren data en dat willen de onderzoekers mee gaan nemen in de officiële bestandsschatting. De communicatie en samenwerking met de wetenschap is nu echt veel beter, er is niet zoveel achterdocht meer en dat is echt wel anders geweest.

## De kijk van Jan de Haan op MVO in de praktijk

Jan de Haan is 38 jaar actief in de garnalenvisserij en is (mede)eigenaar en (wal)schipper van de WR57. Deze jaren samen met zijn vrouw Loes en vorig jaar is zoon Klaas erbij gekomen. Daarnaast heeft Jan verschillende bestuursfuncties bekleed en heeft zitting in verschillende werkgroepen.



Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen wordt door grote bedrijven (bijv. Philips en Heineken) uitgedragen en hebben daarbij dan een bepaalde missie en visie. De garnalensector is ook op landelijk niveau bezig, bijvoorbeeld door met NGO's in gesprek te gaan, het MSC certificaat te verkrijgen en door te werken aan allerlei onderzoeken en publicaties.

Jan vertelt.....

### *Experimenteren en opleiden is onderdeel van MVO*

“Met ons bedrijf zijn we kleinschalig bezig en doen mee aan verschillende projecten. Zo hebben wij in 2015 veel tijd besteed aan het zogenaamde ‘wijde mazen’ project. Hiermee proberen wij zoveel mogelijk om de te kleine vangst op de zeebodem te laten. Dit mag dan niet ten koste gaan van onze besomming, de resultaten van dit project zijn voor ons een uitdaging voor de toekomst. Ook leiden wij stagiaires van visserij scholen op aan boord. Leuk om een nieuwe generatie vissers te begeleiden bij hun eerste stappen in de praktijk en wat daar bij komt kijken.

### *Terugdringen uitstoot*

Wij proberen de uitstoot van CO2 terug te brengen van onze kotter. Kortgeleden is er een nieuwe garnalen kookketel met een HR brander geplaatst. We zijn in 2012 en 2016 nogmaals overgestapt op een zogenaamde groene motor. Waarbij ik wil opmerken dat deze motor minder uitstoot, maar wel meer gasolie verbruikt om dat te bereiken. Ik dacht dat groener betekende dat er ook minder brandstof verbruikt zou worden, maar daarmee zijn wij op het verkeerde been gezet. Verduurzamen is niet altijd logisch.

### *Stakeholders betrekken is belangrijk*

De invloed van de maatschappij op de garnalenvisserij is de laatste jaren veranderd. Enkele jaren geleden konden de vissers zich daar nog voor afsluiten. Naar mijn idee is dat begonnen met de Natura2000 gebieden hier voor de kust en op de Waddenzee. Iedereen mag er over meepraten en er iets over roepen, met als gevolg tijdrovende procedures. Ik heb daar in het

begin heel erg aan moeten wennen, omdat je eigenlijk niet meer eigen baas bent over je bedrijf, in ieder geval, dat gevoel heb je dan.

Voorals je dingen moet gaan doen waarvan je van tevoren al weet dat je er een berg werk aan hebt en het resultaat minimaal is. Dat zijn dingen die van ons worden gevraagd, maar waardoor de lol er wel eens vanaf gaat.

#### *Pellen in Nederland biedt kansen*

De ontwikkeling van het machinaal pellen van garnalen in Nederland is volop in gang gezet, maar het grootste gedeelte wordt nu nog met de hand gepeld. Ik denk dat er voor een deel draagvlak is vanuit de maatschappij om het pellen van garnalen te verduurzamen en daar meer voor te betalen. In 2015 hebben wij onze garnalen machinaal laten pellen in Nederland, maar toen liepen we tegen de prijsvorming aan. Dat was jammer, maar we hebben het geprobeerd.

#### *Netwerken uitbouwen*

Doordat ik meer thuis ben, kom ik nieuwe contacten tegen. Zo ben ik de laatste jaren betrokken bij de kenniskringen visserij en heb ik de training/cursus 'Bootcamp de nieuwe visserij' gevolgd. Deze bootcamp heeft mij meer inzicht gegeven in de verduurzaming van ons bedrijf".

## De kijk van Hendrik Kramer op MVO in de praktijk

Hendrik Kramer begon in 2007 met vissen. Na het saneren van het schip in 2008 is hij een tijdje gaan werken in de offshore en als opstapper op verschillende vissersschepen. Tegenwoordig is hij mede-eigenaar en schipper op het MDV-1 schip Immanuël. Dit schip is tot stand gekomen binnen het innovatieproject Masterplan Duurzame Visserij (MDV) en werd in 2015 in de vaart genomen. Verder is hij actief binnen het jongeren netwerk visserij en heeft hij deelgenomen aan de YFM academie, dat is een interactief lesprogramma wat zich richt op het verduurzamen van voedselsystemen. Ook is hij betrokken bij Slow Food, een (internationale) beweging met als doelstelling dat alle mensen toegang hebben en genoeg beleven aan voedsel dat goed is voor hen, goed voor de mensen die het produceren en goed voor de wereld.



Hendrik vertelt.....

### *MVO is visie ontwikkelen*

“Als ik denk aan MVO, dan denk ik aan ondernemen met een visie. Ik heb inmiddels een duidelijke visie over welke kant ik op wil met het bedrijf. Zo’n visie komt niet plotseling uit de lucht vallen. Van nature heb ik veel algemene interesses en ben ik nieuwsgierig, maar een visie wordt vooral gevormd door ervaringen. Zo begon ik rond 2007 met vissen, precies in de slechte periode. In 2008 besloten wij het schip te saneren en toen heb ik een tijdje in de offshore en als freelancer gewerkt. Tijdens die periode kreeg ik de mogelijkheid om eens goed na te denken over mijn toekomst. Vanaf een afstandje kon ik goed iedere visserijmethode bestuderen als opstapper op verschillende vissersschepen en inspiratie opdoen over wat ik graag zou willen. Ik heb mij toen georiënteerd op de krabbenvisserij, maar ja.... Ik miste gewoon de tongetjes, de scholletjes, de kabeljauwtjes, oftewel de echte Noordzeevis. Dat wilde ik eigenlijk gewoon het liefst. Toen heb ik voor mezelf toch besloten om in het MDV te stappen vanuit het oogpunt om een zo klein mogelijke footprint achter te laten, terwijl wij in de natuur bezig zijn. Dat is mijn persoonlijke visie.

### *Ambitie van MDV op vlootniveau*

De visie van het MDV is breder. Binnen het MDV-project hebben we als doel om een transitie binnen de Nederlandse vloot te bewerkstelligen. Wij willen een positief verdienmodel creëren wat zorgt voor een financieel gezonde sector met toekomst en die zijn eigen broek kan ophouden. Ik sta daar helemaal achter, mede doordat ik die slechte periode heb meegemaakt. Dan was je van zondagnacht tot donderdagavond voor de

brandstofrekening in de weer. Ik zie het echt als mijn belang om die transitie op gang te brengen en er daarmee voor te zorgen dat als we het goed hebben, dat we het ook goed houden. Ik wil niet weer terug naar de situatie uit de slechte periode en ik wil dat wij als sector leren van onze fouten. Ik probeer er echt alles aan te doen om ervoor te zorgen dat we daar nooit meer terecht komen.

#### *Bewustwording door Captain Planet*

Je ziet in dat opzicht ook nog wel een duidelijke generatiekloof naar mijn mening. Oudere vissers zijn bijvoorbeeld heel anders opgevoed dan ik, die vinden alles maar normaal. Mijn vader is inmiddels aanbeland bij het einde van zijn carrière en als hij dan weleens terugkijkt op zijn carrière, dan ziet hij zelf ook de rotzooi die ze er af en toe van gemaakt hebben. Als hij nu stilstaat bij de hoeveelheid pluiz hij wekelijks aan boord heeft meegenomen en wat hij heeft achtergelaten in de zee, dan kijkt hij daar toch niet erg trots op terug. Soms weet je niet beter en sta je er gewoonweg niet bij stil, maar je merkt wel dat mijn generatie anders is opgegroeid. Zo keek ik bijvoorbeeld naar de tekenfilms van Captain Planet, een superheld die milieuvervuilers aanpakt. Mede door dat soort programma's denk ik dat de huidige generatie al een stuk bewuster is opgegroeid. Voor ons is het bijvoorbeeld heel normaal dat we een vuilniszak niet overboord gooien maar in een container bewaren. Ook dumpen wij geen accu's meer, die laten we gewoon netjes ophalen. Zeker nu de Noordzee er goed voor staat, mede door de invoering van quota, saneringsronden en een verminderde visserijdruk hebben de huidige vissers het momenteel goed voor elkaar. De nieuwe generatie moet dat gezonde bestand zien te behouden en proberen om stappen te blijven zetten om de visserij verder te verduurzamen.

#### *Maatschappelijke mening telt steeds meer mee*

Ik geloof dat de rol van de maatschappij binnen de visserij is veranderd ten opzichte van vroeger, maar ik ben niet iemand die graag terugkijkt naar vroeger. Ik kijk liever vooruit. Je kunt niet ontkennen dat de maatschappelijke mening steeds meer telt, dus uiteindelijk moet je daar dan gewoon iets mee. Door mijn betrokkenheid binnen de YFM academy en Slow Food probeer ik iets met die maatschappelijke kritiek te doen. Binnen zo'n YFM is er ook een bepaald beeld op de visserij. Dat is niet altijd het juiste beeld en door je aan te sluiten bij zoiets kun je een beter beeld schetsen. Naar mijn mening kun je jezelf er maar beter in verdiepen. Dat geeft mij ook weer de mogelijkheid om mijn kant van het verhaal te vertellen en om een beter overzicht te krijgen van wat er binnen de maatschappij speelt. Ik loop zelf nog niet zo heel lang mee natuurlijk, maar je ziet onder andere dat die hele aanlandplicht is ontstaan vanuit een maatschappelijke roep om verspilling tegen te gaan. Er is nu dus gewoon regelgeving die niet gestoeld is op wetenschappelijk biologisch/ecologisch onderzoek, maar op een maatschappelijke opinie of mening.

#### *Er wordt veel gedaan vanuit economisch gewin*

Sectorbreed zie ik wel een aantal positieve ontwikkelingen op het gebied van MVO, zoals het meenemen van opgevoerd afval naar de wal met het project "Fishing for Litter". Verder is het brandstofverbruik de laatste jaren sterk afgenomen, stapt men over op ledverlichting en is men naar aanleiding van de aanlandplicht volop bezig met de verbetering van de selectiviteit en de overleving van vis. Met deze innovatieve ontwikkelingen is vaak de P van profit gemoeid en niet alleen de P van planet. Maar de lage olieprijs zorgt wel weer voor een terugval, sommigen vervallen weer in hun oude gedrag. De wekkerkettingen worden dan

weer uit de kast getrokken, soms in combinatie met de puls, en dan verstoekt men weer rond de 30.000 liter gasolie voor een dikke besomming en een dik weekloon. Maar wat voor druk zet je dan wel weer niet op zo'n bestand als iedereen er voor 80.000 tot 90.000 euro aan vis uit die Noordzee haalt per week? Ergens is het begrijpelijk, want je bent op zee niet bezig met de toekomst, maar met de huidige week. Je probeert die week er iets van te maken en dat maakt dit beroep aan de ene kant ook zo'n mooi beroep. Terwijl als je verduurzaamt en met 40.000 tot 50.000 euro genoeg zou nemen, dan leg je veel minder druk op dat bestand en op die Noordzee. Dan kun je het veel langer op dit bestand volhouden en dan vis je met een langetermijnvisie.

#### *Vis als Nespresso in de markt zetten*

Met ons bedrijf zijn wij met een groot aantal MVO thema's bezig. Zo zetten wij in op een nog grotere brandstofbesparing (6000 tot 6500 liter per visweek), duurzame antifouling (minder giftige stoffen), een ononderbroken koelketen (hogere kwaliteit vis) en het verbeteren van de selectiviteit en overleving met de twinrig-puls. Persoonlijk geloof ik dat er ook nog grote kansen zijn op het gebied van het vermarkten van de vis. Wij moeten als visserijsector naar minder vis voor meer geld. Op dit moment geloven de meeste vissers nog dat ze alleen meer kunnen verdienen door harder te vissen en meer vis op de markt te brengen. Maar daardoor gaat de prijs van de vis juist naar beneden. We moeten ons gaan realiseren dat we aan de ene kant kunnen besparen op onze kosten, maar aan de andere kant ook meer marge en opbrengsten kunnen realiseren door actiever te worden in de keten en in het vermarkten. Verder zie ik ook dat dierenwelzijn steeds meer aandacht begint te krijgen. Dat is een belangrijke maatschappelijke ontwikkeling die wij als sector goed moeten blijven volgen".



## Bronnen

MVO Nederland, 2015. MVO Steps; Uw stappenplan voor MVO-beleid en – implementatie. <http://mvonederland.nl/mvo-steps#tab=pane-title-step-1> (laatst bezocht op 11-11-2015).

MVO Nederland, 2015. MVO-communicatiewijzer. <http://mvonederland.nl/mvo-communicatiewijzer> (laatst bezocht op 11-11-2015).

Visie & Strategie, 2011. Visie & Strategie; Kansen zien en keuzes maken. <http://www.visie-strategie.nl/> (laatst bezocht op 11-11-2015).

### Figuren

Figuur 1: [http://www.ahco.nl/mvo/maatschappelijk\\_verantwoord\\_ondernemen/](http://www.ahco.nl/mvo/maatschappelijk_verantwoord_ondernemen/)

Figuur 2: <http://www.cyffer.nl/2015/03/6-tips-bij-het-opstellen-en-volgen-van-je-kpis/>

Figuur 3: <http://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/msc.aspx>

Figuur 4: <http://www.goldmeat.be/nl/>

Figuur 5: <http://www.nieuwsmonitor.net/2015/07/social-media-outreach-strategies-for-small-business/>

Figuur 6: <http://mvonederland.nl/mvo-steps#tab=pane-title-step-1>

Figuur 7: <http://www.vismagazine.nl/2014/04/van-nieuwenhuijzen-directeur-mosselveiling/>

Figuur 8: <http://www.museumbreskens.nl/reisverslagbr43/reisverslagbr43naarzuidafrika.html>

### Tabellen

Tabel 1: <http://www.frankvanormondt.nl/advies/innovatie/wiki/missie-visie/>

## Bijlage 1

Voorbeelden van visies:

- **Vreugdenhil Dairy Foods:** Wij willen de meest duurzame melkpoederonderneming ter wereld zijn. Dit doen we door verantwoord te groeien, sámen met onze medewerkers en ketenpartners. Onze bedrijfsprocessen stellen ons in staat flexibel mee te bewegen met de marktvraag. Bij alles wat we doen staat plezierig en professioneel samenwerken voorop, met de hoogste kwaliteit melkpoeder als uitgangspunt.
- **Agrifirm:** In onze visie is de agrarische sector continu en volop in beweging. Door veranderende regelgeving, milieu-aspecten en maatschappelijke vraagstukken staan ondernemende boeren en tuinders steeds voor nieuwe uitdagingen. Agrifirm spant zich in om, in samenwerking met ketenpartners, deze uitdagingen om te zetten in kansen. Door kennis, advies en productontwikkeling bieden we oplossingen waarmee u kunt voldoen aan de hoge eisen van belangrijke afzetmarkten. Of aan de steeds strenger geldende normen voor voedselveiligheid en kwaliteit. Agrifirm wil in de Nederlandse markt zowel in omzet als imago haar marktpositie versterken, door voorop te lopen in kennis en innovatie en door klantgerichte advisering. Binnen en buiten het kerngebied Nederland willen wij het marktaandeel uitbreiden door rendabele groei. Om die ambitie waar te maken, lopen we voorop met oplossingen voor een beter resultaat. Daarnaast bieden we toegevoegde waarde door kennis, innovaties en deskundige medewerkers die dicht bij de klant staan. Agrifirm staat voor vernieuwende concepten, waarmee klanten inspelen op de uitdagingen van vandaag en morgen.
- **Philips:** Philips streeft ernaar middels innovaties de wereld om ons heen gezonder en duurzamer te maken. Ons doel is om in 2025 de levens van drie miljard mensen te hebben verbeterd. Wij bieden de beste werkomgeving voor mensen die onze passie delen en samen bieden we onze klanten en aandeelhouders ongekennde meerwaarde.

## Bijlage 2

Voorbeelden van Missies:

- **Vreugdenhil Dairy Foods:** Wereldwijd neemt de vraag naar rijke en gezonde voeding toe. Als Nederlandse producent van melkpoeders spelen we hierop in door het beste van melk te leveren: zuivel en zuivelingrediënten als basis voor voedzame en smaakvolle producten. Met onze jarenlange ervaring in de productie en distributie van melkpoeders beschikken wij over de beste grondstoffen, een efficiënte infrastructuur en toegang tot de wereldmarkt. Dit stelt ons in staat om - samen met onze ketenpartners - hét verschil te maken voor miljoenen consumenten óveral ter wereld. 'It's more than a mission, it's our calling'.
- **Agrifirm:** Wij hebben de missie om duurzaam waarde voor onze leden te bieden. Dit doen we door ondersteuning met duurzame, rendabele concepten voor het bereiken van een optimaal resultaat. Vergroting van de waarde van onze onderneming door versterking van onze marktpositie en rendabele groei, komt via winstuitkering weer terug bij onze leden.
- **Philips:** Het leven van mensen verbeteren met zinvolle innovaties.

### Bijlage 3

Heineken heeft in 2014 een duurzaamheidsverslag geschreven waarin ze aan onderstaande thema's (zie "Onze focus") aandacht wilden geven.


















De thema's waaraan Heineken aandacht wil besteden volgens hun duurzaamheidsverslag van 2014. Bron: Heineken Duurzaamheidsverslag 2014

Nadat Heineken had bepaald aan welke duurzaamheidsthema's ze wilden werken, werd het tijd om MVO-doelstellingen te bedenken (zie figuur volgende pagina). Door het opstellen van MVO-doelstellingen kan Heineken echt aan de slag om ervoor te zorgen dat ze voldoen aan hun visie en missie. Ook is het belangrijk om duidelijk te krijgen op welke schakel in de keten je je richt per thema. Zo heeft Heineken hieronder een overzicht gemaakt van de keten en per schakel aangegeven waar het op wil letten en aan wil werken.



De keten van Heineken en de aandachtsgebieden per schakel in de keten. Bron: Heineken Duurzaamheidsverslag 2014

Aandachtsgebied	Onze wereldwijde doelstelling voor 2020	Wat hebben we bereikt in 2014	Status
	Watergebruik verminderen tot 3,5 liter water per liter geproduceerd bier	Tussen 2011 en 2014 hebben we ons waterverbruik teruggebracht van 4,3 liter tot 3,8 liter water per liter geproduceerd bier.	
	40% lagere CO <sub>2</sub> -uitstoot in productie t.o.v. 2010	In 2014 is onze CO <sub>2</sub> -uitstoot met 11% gedaald ten opzichte van vorig jaar, tot 5,0 kg/hl. Dit resultaat is ruim onder het doel voor 2020 van 6,4 kg/hl CO <sub>2</sub> dat wij ons wereldwijd gesteld hebben.	
	50% lagere emissies van onze koelingen t.o.v. 2010	Alle koelingen die we plaatsen zijn 40% zuiniger dan in 2010. Koelingen zijn slimmer dan voorheen waardoor ze minder energie gebruiken.	
	20% lagere emissie door transport t.o.v. 2010	20% CO <sub>2</sub> -reductie t.o.v. 2010 en het aandeel hernieuwbare energie op de productielocaties is toegenomen (zie tabel op pag. 13). We verminderen het aantal gereden kilometers, verbeteren het brandstofgebruik, zetten elektrische vrachtwagens in en stappen over op andere vormen van transport zoals vervoer per schip of trein.	
	Toename gebruik verpakkingsmateriaal met milieukeurmerk met 40% t.o.v. 2010	Inmiddels gebruiken we voor 100% van onze verpakkingen FSC-karton. We werken verder aan de te behalen doelstelling voor 2020.	
	Naleven van de uitgangspunten uit onze leverancierscode	Van onze leveranciers heeft 99,9% onze leverancierscode ondertekend. We zien erop toe dat onze leverancierscode wordt nageleefd.	
	50% van de belangrijkste grondstoffen uit duurzame bronnen	De planning is dat de keten zal opschalen naar de verwerking van tienduizend ton brouwergerst uit duurzame teelt in 2015. 2015: 20% duurzame gerst, 40% hop, 60% bitterzoete appels voor cider.	
	Naleven van binnen de sector gemaakte afspraken en partnerships in de aanpak van alcoholmisbruik	Naleving van STIVA-regels en samenwerking met Bouman GGZ en GGD Haaglanden en NOC*NSF op gebied van verantwoorde alcoholconsumptie.	
	Aandacht voor verantwoorde alcoholconsumptie via Heineken®	In 2014 is 10% van het Heineken® mediabudget uitgegeven aan de 'Enjoy Heineken Responsibly' campagne.	
	Transparante rapportage door jaarlijkse duurzaamheidsverslag	Duurzaamheidsverslag 2014	

 Bereikt  Op koers  Meer te doen  Niet op koers

Heineken heeft doelstellingen gemaakt waaraan het bedrijf wil voldoen in 2020. Daarnaast geven ze ieder jaar aan of ze hun doelstellingen al hebben bereikt, op koers liggen, ze er nog mee bezig zijn of dat ze niet op koers liggen. Bron: Heineken Duurzaamheidsverslag 2014



**Wat je als ondernemer moet weten,  
om maatschappelijk verantwoord te  
ondernemen in de visketen**

**Duurzaamheidsverslag 2015**  
Bedrijf:.....  
Adres:.....  
.....

**ag voor 2015**  
arin je aangeeft waarom je een duurzaamheidsverslag schrijft  
order kun je iets vertellen over de geschiedenis van het bedrijf,  
ngst van afgelopen jaar en je vismethode.

## Visie

Hier schrijf je iets over de visie van je bedrijf

## Missie

Hier schrijf je iets over de missie van je bedrijf

## De drie P's

Hier kun je ingaan op de drie P's, namelijk Profit, Planet, People. Deze drie P's vormen de rode lijn door jouw MVO-plan.



## Profit

Hier geef je een overzicht van de duurzaamheidsthema's omtrent Profit waar het bedrijf mee bezig is. Hierbij kun je denken aan de volgende thema's:



Werkgelegenheid



Sponsoring



Ondernemingskansen



Continuïteit



Bedrijfsopvolging



Financiële prestaties

Na het bepalen van de duurzaamheidsthema's waar je aan wilt werken voer je de nulmeting uit<sup>4</sup>. Daarmee bepaal je dus hoe je daar momenteel op scoort. Vervolgens bepaal je ook een doelstelling waarin je aangeeft wat je wilt bereiken op dit duurzaamheidsthema. Belangrijk is het ook om te vermelden hoe je de score op dat duurzaamheidsthema wilt verbeteren.

## Planet

Hier geef je een overzicht van de duurzaamheidsthema's omtrent Planet waar het bedrijf mee bezig is. Hierbij kun je denken aan de volgende thema's:



Brandstofverbruik

Visbestanden



Afval op zee

Vismethoden



Biodiversiteit

Bodemberoering

Na het bepalen van de duurzaamheidsthema's waar je aan wilt werken voer je de nulmeting uit. Daarmee bepaal je dus hoe je daar momenteel op scoort. Vervolgens bepaal je ook een doelstelling waarin je aangeeft wat je wilt bereiken op dit duurzaamheidsthema. Belangrijk is het ook om te vermelden hoe je de score op dat duurzaamheidsthema wilt verbeteren.

## People

Hier geef je een overzicht van de duurzaamheidsthema's omtrent People waar het bedrijf mee bezig is. Hierbij kun je denken aan de volgende thema's:



Arbeidsrecht



Arbeidsomstandigheden



Veiligheid

<sup>4</sup> Bij de nulmeting bepaal je voor ieder duurzaamheidsthema hoe je daar nu op scoort. Wat doe je met het thema, wie doet wat en waarom? Dit is belangrijke info om uiteindelijk doelstellingen te kunnen bepalen.





Vissenwelzijn



Maatschappelijke betrokkenheid



Bijvangst

Na het bepalen van de duurzaamheidsthema's waar je aan wilt werken voer je de nulmeting uit. Daarmee bepaal je dus hoe je daar momenteel op scoort. Vervolgens bepaal je ook een doelstelling waarin je aangeeft wat je wilt bereiken op dit duurzaamheidsthema. Belangrijk is het ook om te vermelden hoe je de score op dat duurzaamheidsthema wilt verbeteren.

### Bronnen afbeeldingen

<http://gb-loppersum.nl/wp/wat-vindt-gbd66-van/werkgelegenheid/>

<http://www.volleybalwoudenberg.nl/update-pr-sponsoring-2/>

<http://www.nieuwewerklozen.nl/hoe-verbeter-ik-mijn-kansen-op-de-markt/>

<http://www.zazzle.nl/continu%C3%AFteit+mokken>

<http://succesvolleopvolging.nl/>

<http://www.hethaagsecomplot.nl/20150106-koenders-in-turkije.htm>

<http://www.speakupforblue.com/over-fishing-how-can-scientists-tell>

<https://xpofleet.wordpress.com/2009/11/10/xpofleet-doorzicht-door-transparantie/>

<http://www.trouw.nl/tr/nl/4332/Groen/article/detail/3683384/2014/07/03/De-oceaansoep-krimpt-maar-is-dat-wel-goed-nieuws.dhtml>

<http://www.acsens.nl/>

<http://www.arboacademie.nl/>

<http://www.vuurwerkenveiligheid.nl/>

<http://www.vuurwerkenveiligheid.nl/>

<https://de.linkedin.com/in/fishwelfaredialogue>

<http://kadergroepvisketen.nl/>



[www.kenniskringvisserij.nl](http://www.kenniskringvisserij.nl)

