

DUURZAAMHEID EN INFORMATIE- VOORZIENING IN VISWINKELS EN VISKRAMEN IN NEDERLAND

Good Fish, december 2020



SAMENVATTING

Op verzoek van de Consumentenbond heeft Good Fish de duurzaamheid en informatievoorziening in viswinkels en viskramen binnen Nederland onderzocht.

In de Europese Unie zijn visverkopers, volgens de Europese regelgeving voor consumentenetikettering van visserij- en aquacultuurproducten, verplicht om informatie te verstrekken over de producten die zij verkopen. Deze informatie omvat onder andere de wetenschappelijke naam van de vissoort, de productiemethode en de herkomst van de vis. Deze wetgeving geldt ook voor viswinkels en viskramen in Nederland. Met behulp van de etiketinformatie kunnen consumenten beter bepalen wat een duurzame keuze is.

Good Fish heeft bij **97 viswinkels en viskramen** onderzocht welke informatie visverkopers beschikbaar stellen aan de consument en of de informatie die verstrekt wordt, voldoet aan de Europese regelgeving. Hierbij is gekeken naar de informatie die gegeven wordt via een label/kaartje/etiket bij de verse, niet-voorverpakte vis in de winkel of kraam. Daarnaast is onderzocht welke informatie mondeling door de visverkoper gegeven wordt wanneer de klant hiernaar vraagt. Ook is bij 21 viswinkels en viskramen het assortiment beoordeeld op **duurzaamheid**. Aan de hand van een breed uitgezette online enquête is daarnaast ook inzicht verkregen in de motivatie van visverkopers achter het geven van informatie en het inkopen van duurzame vis.

Uit dit onderzoek is gebleken dat de Europese etiketteringsregelgeving bij slechts **1 van de 97 bezochte locaties volledig is geïmplementeerd**. De overige 99% van de viswinkels en viskramen **voldeed niet aan de wetgeving** voor etikettering van visserij- en aquacultuurproducten. Uit de labelcheck is gebleken

dat meer dan de helft van de viswinkels en viskramen labels bij hun assortimenten plaatst, maar dat er vaak informatie ontbreekt.

Door een beperkt aantal ontvangen assortimenten kan geen algemene uitspraak gedaan worden over de duurzaamheid van de visproducten in Nederlandse viswinkels en viskramen. Op basis van de enquête blijkt dat visverkopers **geen vertrouwen** hebben in duurzaamheidskeurmerken (70% van de respondenten) en schatten zij dat consumenten geen interesse hebben in duurzaamheid van visproducten.

Uit het onderzoek bleek ook dat visverkopers het belangrijk vinden om vragen van hun klanten te kunnen beantwoorden. Het is echter niet duidelijk of klanten met inhoudelijke vragen over specifieke herkomstgebieden of vangsttechnieken van visproducten juiste informatie krijgen. Zonder de informatie die verplicht verstrekt dient te worden of met onjuiste informatie is het voor de consument onmogelijk om een goed geïnformeerde keuze te maken.

De handhaving en controle op de naleving van de Europese etikettenregelgeving voor visserij- en aquacultuurproducten, in viswinkels en viskramen binnen Nederland, schiet tekort. **Wij raden een strengere handhaving van deze regelgeving aan om een stimulans te creëren voor visverkopers om de verplichte informatie te geven.** Consumenten die graag een duurzame vis kiezen adviseren we om met een kritische blik de viswinkel of viskraam te bezoeken en de visverkoper te vragen om informatie indien dit niet gegeven wordt.



EXECUTIVE SUMMARY

At the request of the Consumentenbond (Dutch Consumer Organisation), Good Fish has researched the sustainability and the information provided about fish sold in fish stores and stalls in the Netherlands.

Fishmongers are required by EU legislation to provide specific information including the scientific name of the species, the production method, and the catch area on their labels. This legislation, regarding consumer labelling of fishery and aquaculture products, also applies to fish stores and stalls in the Netherlands. Consumers can use this information to determine which fish products are sustainable and which are not.

Good Fish has assessed **97 fish stores and stalls** in the Netherlands to find out which information is available to the consumer and if this meets the requirements set by EU regulation. This study focussed on the information that was given via labels for fresh, non-packaged fish, as well as the information the fishmonger was able to provide upon request of the consumer. Furthermore, the assortments of 21 fish shops and stalls were assessed on **sustainability**. An online survey was also carried out to gain insight into fishmongers' motivations for providing information and purchasing sustainable seafood.

This study has determined that EU legislation, regarding consumer labelling, **has been fully implemented by just 1 out of the 97 locations visited**. The other 99% of fish stores and stalls **did not meet the EU's demands** for consumer labelling of fishery and aquaculture products. An inspection of the labels has determined that more than 50% of the fish stores and stalls place labels next to their products but that these are often lacking mandatory information.

Due to receiving only a limited amount of assortments, no conclusions could be made regarding

the sustainability of fish in stores and stalls in the Netherlands. Results obtained from the online survey indicate that most fishmongers have **no confidence** in ecolabels (70%) and that they doubt that consumers are interested in the sustainability of seafood.

This research also concluded that fishmongers find it important to be able to answer consumer questions. However, it is unclear if consumers with queries, regarding catch areas or fishing methods, will acquire accurate information. Consumers that are being either deprived of information or who are being given incorrect information, are not able to make an informed decision.

The Netherlands currently lacks adequate enforcement of EU law, which requires consumer labelling of fishery and aquaculture products. **We recommend a stricter enforcement of this legislation by the NVWA** (Dutch food and safety authority), so that an incentive is created for fishmongers to provide the mandatory information. As it seems that not all fishmongers are aware about the obligations surrounding the consumer labelling law, **we recommend that both the Nederlands Visbureau and the Vereniging van Nederlandse Visdetailisten (Dutch fish interbranch organisations) should inform fishmongers about their obligations**. This can be done by adding information on their websites or developing an example label that can be used for reference.

As fishmongers are dependent on the extent to which their suppliers provide them with information, it is important to assess whether these parties possess the

relevant information. **We recommended that further research takes place to determine which parties have obtained the correct information and if it is correctly passed on to the next link in the seafood supply chain.**

We recommend that fishmongers who want to increase the sustainability of their assortments, either start buying more certified products or assess the sustainability of products by using the VISwijzer (Dutch seafood guide). Good Fish can be contacted for assistance in using the VISwijzer or for permission to use the Good Fish logo. Please note that fishmongers are required to obtain a Chain of Custody License before they are allowed to communicate with ecolabels.

Consumers wanting to make a sustainable choice are recommended to scrutinize labels and ask for any information that is not provided.



INHOUD

1. INLEIDING	8
2. HOE KIES JE DUURZAME VIS?	10
2.1 VISwijzer beoordelingen	10
2.1.1 Wat is goede vis?	11
2.2 Regelgeving etikettering visserij- en aquacultuurproducten	12
2.3 Naleving van de Europese etiketteringswet	14
2.3.1 Naleving etiketteringswetgeving in Europa	14
2.3.2 Onderzoek in Nederland	14
2.4 Aanleiding van dit onderzoek	15
3. METHODE	18
3.1 Mysteryshoppen	18
3.1.1 Sleutelsoorten	19
3.2 Online enquête	21
RESULTATEN	24
4.1 Voldoen viswinkels en viskramen aan de Europese etiketteringswet?	24
4.1.1 Informatie op de labels	27
4.2 Kennis van de visverkoper	28
4.3 Duurzaamheid van het visaanbod	31
4.3.1 Klopt de informatie die consumenten krijgen?	35
5. CONCLUSIE	41
5.1 Aanbevelingen	42

De stand van
zaken in
viswinkels en
viskramen

CONTACT

Dit is de eindrapportage van het onderzoek 'Duurzaamheid en informatievoorziening in viswinkels en viskramen in Nederland', uitgevoerd in 2020 door Good Fish in opdracht van de Consumentenbond.



Good Fish
Kerkewijk 46
3901 EH Veenendaal
info@goodfish.nl
+31 318 76 92 87



Consumentenbond
Enthovenplein 1
2521 DA Den Haag
Bvdbent@consumentenbond.nl
Izuurmond@consumentenbond.nl
070 445 45 45

1. INLEIDING

Hoewel de Nederlandse visconsument voornamelijk vis in de supermarkt koopt (35%), zijn marktkramen (21%) en visspecialzaken (17%) ook belangrijke verkoopkanalen¹. Supermarkten hebben de laatste jaren grote stappen gezet voor een zichtbaar duurzaam visassortiment. Het is onduidelijk of deze stap ook is gezet bij viswinkels en viskramen. Deze vaak gespecialiseerde winkels hebben een breed aanbod aan visproducten met verschillende bereidingen.

Door het directe contact tussen de visverkoper en de klant kan informatie over duurzaamheid en andere eigenschappen over de producten op een laagdrempelige manier worden overgedragen. Consumenten kunnen op basis van de ontvangen informatie een duurzame keuze maken. Hiervoor heeft de consument bij visverkooppunten in Nederland twee opties. De consument kan gebruik maken van keurmerken, zoals ASC en MSC, welke direct aangeven wat een duurzame keuze is of de consument kan gebruik maken van de VISwijzer om op te zoeken of het een duurzame keuze is. Hiervoor heeft de consument echter wel aanvullende informatie nodig. Deze informatie betreft in ieder geval de wetenschappelijke naam, het herkomstgebied/land en de vangst- of kweekmethode van het product.

Visverkopers in de Europese Unie zijn verplicht deze informatie te geven bij de verkoop van visproducten. Dit is vastgesteld in de Europese regelgeving voor consumentenetikettering van visserij- en aquacultuurproducten². Welke informatie verplicht is hangt af van het soort product: voor onbewerkte producten gelden andere regels dan voor bewerkte producten. Het doel van deze regeling is om de transparantie in de visketen te vergroten.

Visverkopers kunnen gebruik maken van een pocketgids, die verstrekt is door de Europese Commissie, waarin duidelijk aangegeven staat welke informatie verplicht verstrekt dient te worden en voor welke producten dit geldt². Deze praktische gids kan gebruikt worden als leidraad bij het produceren van etiketten en labels.

Het is onbekend hoe het gesteld is met de naleving van deze etiketteringsregelgeving in viswinkels en viskramen in Nederland. Een kleinschalig onderzoek in 2018, uitgevoerd door de Wetenschapswinkel, heeft aangetoond dat communicatie over duurzame vis in viswinkels en viskramen in Nederland geen gemeengoed is. Good Fish heeft hierom, in opdracht van de Consumentenbond, onderzocht hoe het gesteld is met de informatievoorziening en duurzaamheid van de visproducten in viswinkels en viskramen in Nederland.

1) MSC (2018). *Rapportage stand in het schap*. Beschikbaar op: <https://www.msc.org/nl/stand-in-het-schap>

2) Europese Unie. 2014. *Een pocketgids over de nieuwe EU-consumentenetikettering van visserij- en aquacultuurproducten*. https://ec.europa.eu/fisheries/sites/fisheries/files/docs/body/eu-new-fish-and-aquaculture-consumer-labels-pocket-guide_nl.pdf

2. HOE KIES JE DUURZAME VIS?

Naast een groeiend bewustzijn voor gezonde voeding, is ook duurzaamheid een steeds belangrijkere factor in de aankoop van voedingsmiddelen door consumenten³. Ook bij visproducten klinkt de roep om duurzame producten vanuit de consument steeds harder. Een consument kan niet aan een vis zelf zien of deze duurzaam is of niet. Duurzaamheid van vis is bij bijna alle soorten afhankelijk van het herkomstgebied en de vangst- en kweekmethode. Consumenten kunnen op twee manieren achterhalen wat duurzame vis is:

1. Het product heeft een MSC- of ASC-keurmerk die aantoont dat de vis duurzaam gevangen of verantwoord gekweekt is;
2. De consument zoekt het duurzaamheidsadvies zelf op met behulp van een beoordelingssysteem, zoals de VISwijzer in Nederland.

Wanneer visproducten een keurmerk hebben, kan in één oogopslag een duurzame keuze gemaakt worden. De meest voorkomende en erkende⁴ keurmerken zijn het MSC- (voor wild gevangen vis) en het ASC- (voor gekweekte vis) keurmerk. Viswinkels en viskramen moeten een licentie (de *Chain of Custody* licentie) hebben om deze twee keurmerken te mogen communiceren bij hun visproducten. Weinig viswinkels en viskramen hebben deze licentie tot nu toe aangevraagd. Als een vis geen keurmerk heeft, betekent dit niet direct dat dit geen duurzame keuze is. Van vrijwel elke vissoort zijn duurzame en wat minder duurzame varianten te vinden op de markt. De mate van duurzaamheid hangt bij wild gevangen vis af van het visbestand, de vangstmethode en het visserijbeleid op de betreffende vissoort. Bij kweekvis hangt deze mate van duurzaamheid af van de ingrediënten in het visvoer, kweekmethode en het beleid rondom

het kweken van vissen in het land van herkomst.

De VISwijzer geeft beoordelingen voor visserijen en kwekerijen volgens een vaste methode. Hieruit volgt een score die de mate van duurzaamheid aangeeft. De scores worden gegeven in de vorm van een stoplichtsysteem, waarbij rood betekent dat er meerdere duurzaamheidsproblemen zijn met de vangst of kweek, de oranje kleur dat er een duurzaamheidsprobleem is en groen duidt op duurzame, goede vis. Om het juiste duurzaamheidsadvies te kunnen vinden, heeft de consument de wetenschappelijke naam van de soort en informatie over het herkomstgebied en de vangst- of kweekmethode nodig. Wanneer informatie over één van deze drie producteigenschappen ontbreekt, kan de consument moeilijk achterhalen hoe duurzaam een visproduct is.

2.1 VISWIJZER BEOORDELINGEN

De beoordelingen in de VISwijzer zijn onderdeel van een database met meer dan 2500 beoordelingen van visserijen en aquacultuur wereldwijd. Deze beoordelingen wordt uitgevoerd door experts van het Wereld Natuur Fonds Duitsland (WWF-DE) en Good Fish. WWF heeft de VISwijzer in meer dan 25 landen uitgebracht. Naast deze database zijn er een aantal andere organisaties die ook viswijzers hebben ontwikkeld, waaronder de Marine Conservation Society (Good Fish Guide) in het Verenigd Koninkrijk en Seafood Watch van het Monterey Bay Aquarium in de Verenigde Staten.

De VISwijzer en ook de keurmerken MSC en ASC beoordelen vissoorten op drie verschillende criteria. Voor wild gevangen vis gaat dit om 1) de status van het visbestand en de visserijdruk, 2) de effecten die de visserij heeft op het milieu en het ecosysteem en 3) het beheer. Voor gekweekte vis (aquacultuur) zijn

deels andere criteria van toepassing, namelijk 1) de duurzaamheid van het visvoer, 2) de effecten die de kweek heeft op het milieu en 3) het beheer rondom de kweek.

2.1.1 Wat is goede vis?

Kort gezegd kan duurzame vis omschreven worden als vis die gevangen of gekweekt is, waarbij rekening is gehouden met de belasting van de natuur en het milieu. Een goede vis is:

✓ NIET OVERBEVIST.

Dit houdt in dat er niet meer vis uit de zee wordt gehaald dan dat er van nature bij komt. Het is van belang dat vissoorten niet overbevist worden, voor zowel de voedselzekerheid als de instandhouding van het visbestand en daarmee de staat van het gehele ecosysteem.

✓ GEVANGEN MET ZO MIN MOGELIJK SCHADE AAN HET MILIEU.

Dit houdt in dat vangstmethodes zo min mogelijk schade veroorzaken aan het milieu en aan het ecosysteem. Bepaalde vangstmethodes veroorzaken meer schade dan andere methodes. Bijvoorbeeld door het slepen over de bodem. Het is ook van belang dat de visserij zo min mogelijk bijvangst heeft. Dit zijn soorten die worden gevangen naast de soorten waar gericht op wordt gevestigd. Bijvangst kan bestaan uit jonge vissen en niet-commerciële soorten, maar ook uit beschermde zeedieren zoals dolfinen, zeeschildpadden, haaien en walvissen.

✓ GOED BEHEERD.

Dit houdt in dat er goede regelgeving is voor de visserij om ervoor te zorgen dat de visbestanden in stand worden gehouden en dat er zo min mogelijk bijvangst of schade aan het ecosysteem

is. Dit visserijbeleid kan in verschillende vormen toegepast worden. Bijvoorbeeld door quota in te stellen, het verbieden van bepaalde visserijmethodes, of het aanstellen van beschermde gebieden. Ook de mate van naleving van de regelgeving is belangrijk.

Kweekvis wordt deels op andere criteria beoordeeld dan gevangen vis. Verantwoord gekweekte vis wordt:

✓ GEVOERD MET DUURZAAM VISVOER.

Dit houdt in dat het voer waarmee de kweekvis gevoed wordt duurzaam moet zijn. Visolie en vismeel in het voer zijn niet duurzaam wanneer deze ingrediënten afkomstig zijn van wild gevangen vis uit overbeviste of niet beheerde populaties.

✓ GEKWEKT MET ZO MIN MOGELIJK EFFECTEN OP HET MILIEU.

Dit houdt in dat het kweken van vis zo min mogelijk negatieve effecten mag hebben op het milieu. Schade kan bijvoorbeeld zijn de vervuiling van het oppervlaktewater door het lozen van gebruikt kweekwater of het kweken van vissen in open wateren, waarbij de mest direct in het water terecht komt. Ook ontsnappingen van kweekvis kunnen door genetische vermenging met wilde soorten voor milieuschade zorgen.

✓ GEKWEKT ONDER GOEDE REGELGEVING.

Dit houdt in dat kwekerijen een bepaalde regelgeving moeten naleven om een goed en veilig product op de markt te brengen. Regelgeving voor kweekvis kan op veel zaken betrekking hebben, zoals het gebruik van geneesmiddelen en verwerking van afvalwater.

3) Esposito, G., & Meloni, D. (2017). A case-study on compliance to the EU new requirements for the labelling of fisheries and aquaculture products reveals difficulties in implementing Regulation (EU) n. 1379/2013 in some large-scale retail stores in Sardinia (Italy). *Regional Studies in Marine Science*, 9, 56-61.

4) Topkeurmerken voor duurzame visserij of duurzame kweek. Beschikbaar op: <https://www.milieucentraal.nl/eten-en-drinken/milieubewust-eten/vis/>

2.2 REGELGEVING ETIKETTERING VISSERIJ- EN AQUACULTUUR-PRODUCTEN

In 2014 is de nieuwe Europese etiketteringsregeling² voor visserij- en aquacultuurproducten in werking getreden. Hiermee is het wettelijk verplicht gesteld om bepaalde informatie te verstrekken bij de verkoop van visserij- en aquacultuurproducten binnen de Europese Unie. Welke informatie dit is, is afhankelijk van het soort product: voor bewerkte en gepreserveerde producten zoals bliktonijn gelden andere regels dan voor verse niet-bewerkte producten. Het doel van deze regelgeving is om de transparantie in de visketen te vergroten. Transparantie en traceerbaarheid in de visketen zijn essentieel om de duurzaamheid van een product te kunnen achterhalen.

Viswinkels en viskramen verkopen voornamelijk niet-voorverpakte verse vis. Bij voorverpakte visproducten wordt de verplichte informatie door de leverancier op de verpakking aangeleverd. Bij producten die niet-voorverpakt zijn, moet deze informatie door de visverkoper verstrekt worden aan de klant via labels of posters. Voor viswinkels en viskramen betekent dit dat zij voor het overgrote deel van hun assortiment zelf deze informatie moeten verzamelen en beschikbaar moeten stellen aan de consument.

Tijdens dit onderzoek hebben wij de informatievoorziening en duurzaamheid rondom onbewerkte, verse en niet-voorverpakte visproducten onderzocht. Ook gezouten en gerookte producten en ongepelde schaal- en schelpdieren behoren tot deze categorie. Voorbeelden van deze producten zijn verse kabeljauwfilet, gerookte makreelfilet, een hele zeebaars en gerookte zalm. Voor de categorie verse, niet-voor-

verpakte visproducten moet de volgende informatie verplicht gegeven worden³:

1. De handelsnaam en de **wetenschappelijke naam** van het product;
2. De productiemethode: betreft **het wild gevangen of gekweekte vis**;
3. Het **vangstgebied of kweekgebied** van het product. Dit kan aangegeven worden door het FAO gebied (aangevuld met de ICES gebieden voor FAO 27), het productieland en/of het zoetwaterlichaam te benoemen;
4. Het **vistuig** dat wordt gebruikt voor wildvangst;
5. Of het een ontdooid product betreft;
6. De uiterste houdbaarheidsdatum;
7. Allergenen informatie.

Naast de verplichte informatie kan ook vrijwillig aanvullende informatie via het label gecommuniceerd worden, zoals keurmerken of de datum en tijd van aanlanding (Figuur 1). Onder bewerkte en geconserveerde visproducten wordt ingeblikte en gepaneerde vis verstaan, maar ook voorbereide visschotels zoals paella en vissalades. Voor deze producten is alleen de Food Information to Consumers (FIC)⁵ regeling van toepassing. Informatievoorziening over de wetenschappelijke naam en de vangst- en kweekmethode wordt hierbij niet verplicht gesteld.

Volgens de Europese regelgeving moet informatie zo vermeld worden dat deze beschikbaar en gemakkelijk te begrijpen is voor de consument. Voor onbewerkte, niet-voorverpakte visproducten mag de informatie op verschillende manieren gegeven worden, zoals een label bij de vis of een poster in de winkel. Voor alle visproducten geldt dat de informatie op een duidelijk zichtbare plaats en goed leesbaar



Fig.1

Figuur 1 : De informatie die verplicht (rood gemarkeerd) en vrijwillig (blauw gemarkeerd) vermeld dient te worden op etiketten voor niet-verwerkte en voorverpakte verse visproducten². Als het om niet-verwerkte en niet-voorverpakte producten gaat, moet de verplichte informatie van de GMO-vordering worden vermeld, onder meer op reclameborden of affiches.

5) EU 2009. REGULATION (EU) No 1224/2009 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL. Gedownload op 16 dec via <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R1224&from=NL>

6) Stawitz, C. C., Siple, M. C., Munsch, S. H., Lee, O., & Derby, S. R. (2017). Financial and ecological implications of global seafood mislabeling. *Conservation Letters*, 10(6), 681-689.

7) Tinacci, L., Stratev, D., Vashin, I., Chiavaccini, I., Susini, F., Guidi, A., & Armani, A. (2018). Seafood labelling compliance with European legislation and species identification by DNA barcoding: A first survey on the Bulgarian market. *Food Control*, 90, 180-188.

8) Esposito, G., & Meloni, D. (2017). A case-study on compliance to the EU new requirements for the labelling of fisheries and aquaculture products reveals difficulties in implementing Regulation (EU) n. 1379/2013 in some large-scale retail stores in Sardinia (Italy). *Regional Studies in Marine Science*, 9, 56-61.

9) Buying seafood: everything they're not telling us. Beschikbaar op: <https://www.documents.clientearth.org/wp-content/uploads/library/2018-12-13-comprando-productos-del-mar-lo-que-no-nos-cuentan-ce-es.pdf>

10) Janssens, S. R. M., & de Vos, B. I. (2018). Communicatie over duurzame vis in de visdetailhandel. (No. 329). Wageningen University & Research, Wetenschapswinkel.

moet worden aangebracht. Andere informatie, zoals afbeeldingen of een afprijzing, mogen het zicht op de etiketten en labels niet belemmeren.

2.3 NALEVING VAN DE EUROPESE ETIKETTERINGSWET

De etiketteringswet dient nageleefd te worden om de transparantie in de voedselketen te vergroten en het foutief etiketteren, oftewel mislabeling, van visproducten te voorkomen. Mislabeling houdt in dat informatie op de etikettering en/of label niet consistent is met de inhoud van het product. Recente studies schatten dat 30% van de schaal- en schelpdieren in restaurants en supermarkten wereldwijd eigenlijk iets anders inhouden dan wat op het menu of label vermeld staat⁶. Naleving en controle van de etikettenregelgeving door de Europese lidstaten is vastgelegd in de Europese Controleverordening⁵. Hierin is in artikel 58 bepaald dat de lidstaten ervoor moeten zorgen dat gegevens over de handelsbenaming, de wetenschappelijke benaming, het betrokken geografische gebied en de productiemethode in het stadium van de detailhandel voor de consument beschikbaar zijn.

2.3.1 Naleving etiketteringswetgeving in Europa

Er is geen onderzoek gedaan naar de implementatie van de etiketteringsregelgeving op Europees niveau. Wel hebben studies in Bulgarije, Italië en Spanje aangetoond dat de regelgeving in deze landen niet goed wordt geïmplementeerd. In Bulgarije⁷ werd bij een onderzoek naar de informatievoorziening in groothandels in 19% van de gevallen een verkeerde wetenschappelijke naam aangetroffen op het label en in maar liefst 55% van de gevallen klopte de vangstmethode niet. In Italië⁸ bleek dat

18% van de etiketten in grote supermarkketens niet voldeed aan de Europese regelgeving. Uit onderzoek naar de etikettering van visproducten in Spaanse viskramen⁹ bleek dat 70% niet voldeed aan de Europese regelgeving. Hiervan ontbrak bij driekwart de herkomst en de productiemethode van het product en ontbrak de wetenschappelijke naam bij 80% van de onderzochte producten. Alhoewel deze studies laten zien dat de implementatie van de etiketteringswet in Bulgarije, Italië en Spanje niet goed gaat, is dit in de rest van Europa nauwelijks onderzocht.

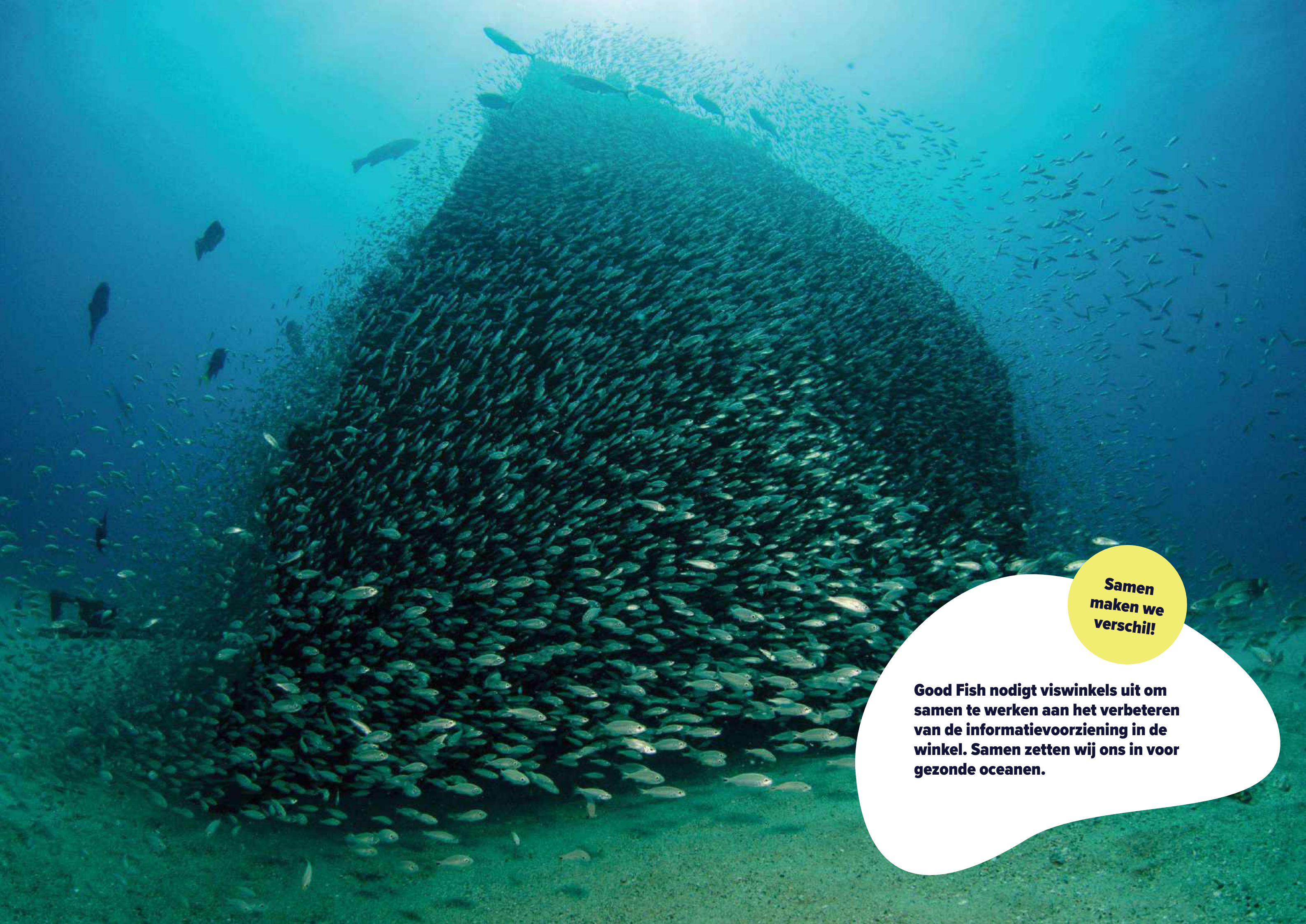
2.3.2 Onderzoek in Nederland

Net als in de rest van Europa is de naleving van de etiketteringswet ook in Nederland niet tot nauwelijks onderzocht. Dit was in 2018 reden voor Good Fish om via de Wetenschapswinkel van Wageningen University & Research onderzoek te laten uitvoeren naar de communicatie over duurzame vis in de visdetailhandel¹⁰. Onder visdetailhandel vallen viswinkels en viskramen (ambulant). Het onderzoek werd uitgevoerd aan de hand van diepte-interviews met 25 visdetailisten waaruit naar voren kwam dat de Europese etiketteringswet nauwelijks tot niet wordt nageleefd door de ondervraagden. Minder dan de helft van de visdetailisten verstrekt informatie over de wetenschappelijke naam en de vangstmethode. Door de beperkte omvang van dit onderzoek zijn de resultaten niet representatief voor de gehele branche van visspecialisten. Uit dit onderzoek kon ook niet worden opgemaakt of de informatievoorziening bij alle producten gegeven werd. Indien een visdetailist-bijvoorbeeld aangaf de vangstmethode te vermelden, kon uit het onderzoek niet bepaald worden of dit voor alle producten in de winkel gold of voor een deel.

2.4 AANLEIDING VAN DIT ONDERZOEK

De Consumentenbond heeft Good Fish benaderd om onderzoek te doen naar het aanbod aan duurzame vis en de informatievoorziening bij viswinkels en viskramen in Nederland. De hoofdvragen binnen dit onderzoek zijn:

1. Voldoen viswinkels en viskramen in Nederland aan de Europese regelgeving omtrent consumentenetikettering van visserij- en aquacultuurproducten?
2. Welke informatie wordt verstrekt via de labels/kaartjes/etiketten die geplaatst worden bij verse, onbewerkte en niet-voorverpakte visproducten in viswinkels en viskramen in Nederland?
3. Welke informatie krijgt de consument bij vragen die gerelateerd zijn aan duurzaamheid?
4. Hoe duurzaam is het visaanbod bij viswinkels en viskramen in Nederland?



**Samen
maken we
verschil!**

Good Fish nodigt viswinkels uit om samen te werken aan het verbeteren van de informatievoorziening in de winkel. Samen zetten wij ons in voor gezonde oceanen.

3. DE METHODE

Dit onderzoek is uitgevoerd in het kader van het project *Duurzaamheid en informatievoorziening in viswinkels en viskramen in Nederland*. De informatie die tijdens dit onderzoek is verkregen, is verzameld aan de hand van mystery visits, een analyse van het visassortiment en een online enquête onder viswinkels en viskramen in Nederland. Het onderzoek liep van juli tot december 2020.

3.1 MYSTERYSHOPPEN

De viswinkels en viskramen die geselecteerd zijn voor deelname aan dit onderzoek, zijn willekeurig gekozen op basis van twee adressenlijsten die verkregen zijn van de Kamer van Koophandel; één voor viswinkels en één voor viskramen. Het eerste deel van het onderzoek bestond uit het mysteryshoppen, waarin een labelcheck, een gesprek met de visverkoper en een assortimentscheck heeft plaatsgevonden bij 48 viswinkels en 49 viskramen in Nederland. Alle onderdelen van het mysteryshoppen zijn uitgevoerd volgens een vast protocol.

Tijdens de labelcheck is onderzocht welke informatie via de labels beschikbaar is voor consumenten. Onder labels worden kaartjes of losse etiketten verstaan die bij verse, onbewerkte en niet-voorverpakte producten in de vitrine worden geplaatst. Hierbij werd gelet op de vermelding van:

- ✓ **DE WETENSCHAPPELIJKE NAAM;**
- ✓ **HET HERKOMSTGEBIED;**
- ✓ **DE VANGST- EN KWEKMETHODE;**
- ✓ **INFORMATIE OVER HET SEIZOEN;**
- ✓ **KEURMERKEN.**

Naast de labelcheck is ook onderzocht welke informatie mondeling wordt gegeven aan consumenten wanneer hiernaar gevraagd wordt. Hiervoor is naar informatie gevraagd over het herkomstgebied en de productiemethode van twee soorten, namelijk zalm en tonijn. Ontvangen informatie werd vervolgens gescoord met scores van 1 tot 4. Hierbij geeft een score van 1 aan dat de verkoper geen informatie gaf en een score van 4 dat de verkoper zowel voldoende als inhoudelijk complete informatie kon geven. Het geven van mondelinge informatie over visproducten is niet verplicht. Wel geeft dit aan welke kennis beschikbaar is voor de consumenten en over welke kennis de visverkopers beschikken. Hiermee wordt ook de beschikbaarheid van informatie voor consumenten getoetst, wanneer dit niet via de labels gegeven wordt.

Er is gekozen om steeds te vragen naar twee dezelfde vissoorten zodat de moeilijkheidsgraad van de opgevraagde informatie bij elke winkel en kraam gelijk zou zijn. De eerste vis was Atlantische zalm. Deze is gekozen vanwege het feit dat bijna elke viswinkel en viskraam zalm verkoopt en deze is ook goed met het oog herkenbaar als gekweekte vissoort. Daardoor is het vrij gemakkelijk te achterhalen of er juiste of onjuiste informatie wordt gegeven. Geelvintonijn is gekozen omdat dit een soort is die vers veel wordt aangeboden in veel viswinkels en viskramen. Daarnaast is er veel verscheidenheid in mogelijke vangstlocaties en vangstmethodes. Wanneer één of twee van deze soorten niet werden verkocht, werd in de desbetreffende winkel gevraagd naar Atlantische kabeljauw en/of zeebaars.

Om de duurzaamheid van het visaanbod te achterhalen, is een assortimentscheck uitgevoerd. Alle viswinkels en viskramen die tijdens het mysteryshoppen bezocht zijn, hebben een e-mail ontvangen met het verzoek om informatie over tien sleutelsoorten met ons te delen. De informatie die opgevraagd werd bestond uit de handelsnaam, het herkomstgebied, de vangst- of kweekmethode en of het product een keurmerk had. In totaal zijn er 21 assortimenten verzameld. De assortimenten zijn vervolgens aan de hand van de VISwijzer beoordeeld door een rode, oranje of groene score toe te kennen aan de visproducten.

3.1.1 Sleutelsoorten

De 10 sleutelsoorten die geselecteerd zijn voor de assortimentscheck hebben als kenmerken dat ze vaak gekocht worden en dat visverkopers de keuze kunnen maken tussen duurzame en minder duurzame varianten van dezelfde soort. Dit is afhankelijk van het vangstgebied (waar de vis gevangen is) en de vangstmethode (hoe de vis gevangen is). Soorten die in alle gevallen groen scoren op de VISwijzer, zoals mosselen of haring, of in alle gevallen rood scoren, zoals paling, zijn niet meegenomen in de lijst met sleutelsoorten. Hierbij heeft de visverkoper namelijk geen keus voor een duurzame of minder duurzame variant. Aan de hand van de gekozen sleutelsoorten wordt hieronder beschreven waarom varianten, van dezelfde soort, soms duurzamer zijn dan anderen.

Atlantische kabeljauw: doordat het visserijbeheer voor Atlantische kabeljauw niet overal effectief is en de visserijdruk per gebied sterk verschilt, gaat het met sommige bestanden slechter dan met andere. Het kabeljauwbestand in de Noordzee is in de afgelopen jaren sterk achteruitgegaan. Deze staat daarom in het rood op de VISwijzer. Er is ook Atlantische kabeljauw

met het MSC-keurmerk beschikbaar op de markt.

Geelvintonijn: de duurzaamheid van geelvintonijn is afhankelijk van het deelgebied waar deze gevangen wordt, maar ook van de vangstmethode. Minder schadelijke vangstmethodes zoals handlijnen en hengelsnoeren zijn duurzamer dan longlines ('grondbeugen en drijvende beugen') en ringzegens. Bij hengelsnoeren worden de tonijnen één voor één naar binnen gehengeld. Wanneer er een juveniel exemplaar aan de lijn zit of een andere diersoort zoals een zwaardvis, kan deze meteen worden vrijgelaten. Bij longlines of ringzegens in combinatie met lokvloten is de kans op bijvangst van andere soorten, waaronder schildpadden, dolfijnen en zeevogels een stuk groter. Hierdoor scoren deze visserijmethodes minder goed dan handlijnen en hengelsnoeren op het gebied van duurzaamheid.

Atlantische zalm: bij Atlantische zalm kan er onderscheid gemaakt worden tussen wilde zalm en kweekzalm. Het overgrote deel van de Atlantische zalm op de Nederlandse markt is gekweekt in Noorwegen, Schotland of Chili. De mate waarin **kweekzalm** duurzaam is, hangt vooral af van de regelgeving rondom de kweek en van de ingrediënten in het visvoer. De kweek van Atlantische zalm in Chili is minder goed gereguleerd dan in Europa en scoort rood op de VISwijzer.

Zeebaars: ook zeebaars wordt zowel wild gevangen als gekweekt. Het gaat niet goed met **wilde zeebaars** in de Noordzee. Veel zeebaars die op de Nederlandse markt te vinden is, is gekweekt in het Middellandse zeegebied. De regelgeving voor deze kweek is beperkt. **Gekweekte zeebaars** is duurzaam wanneer het een onafhankelijk keurmerk,

zoals ASC of GlobalGAP, heeft. Dit zijn verantwoorde keuzes omdat deze certificeringen aanvullende eisen stellen bovenop de regelgeving van het land.

Coquilles: de mate van duurzaamheid voor coquilles is afhankelijk van het bestand, maar ook van de vangstmethode. Wanneer coquilles handgeraapt of opgedoken worden, heeft dit geen schade aan het ecosysteem omdat dit een zeer selectieve vangstmethode is. Deze scores groen op de VISwijzer. Mechanische dreggen worden ook gebruikt om coquilles op te vissen. Deze manier van vissen heeft een blijvende impact op de zeebodem en scoort hierom rood op de VISwijzer. Een deel van de coquille aanvoer heeft het MSC-keurmerk.

Tropische garnalen: onder tropische garnalen worden met name de tijgergarnaal en de witpootgarnaal verstaan, vaak aangeduid als gamba's. Tijgergarnalen kunnen wild gevangen of gekweekt zijn. De visserij is in de meeste landen niet goed gereguleerd, waardoor de wilde bestanden onder druk staan. Bovendien is de vangstmethode niet selectief. Het grootste deel van de tropische garnalen op de markt worden gekweekt, voornamelijk in Zuidoost-Azië. Verantwoorde kwekers kunnen een biologisch, BAP of ASC-keurmerk hebben. Biologische gamba's of gamba's met ASC-keurmerk zijn een verantwoorde keuze. Tropische garnalen zonder een keurmerk scoren rood op de VISwijzer omdat er veel problemen zijn met het lozen van afvalwater, de effecten op de omgeving en het ongereguleerd gebruik van antibiotica en andere middelen.

Zeeduivel: het visserijbeleid voor zeeduivel is niet effectief en het bestand staat er in veel gebieden, waaronder de Noordzee niet goed voor. Zeeduivel uit de Golf van Biskaje of met een MSC-keurmerk is wel

een duurzame keus.

Koolvis: koolvis is een verzamelnaam voor drie soorten koolvis. Het visserijbeleid voor deze soorten wordt niet overal even goed geregeld, waardoor sommige bestanden duurzamer zijn dan anderen. Daarnaast heeft de vangstmethode ook invloed op de duurzaamheid van koolvis. Vangstmethodes die veel schade richten aan de bodem, zoals bodemottertrawls en sleepnetten, hebben meer negatieve effecten op de omgeving dan andere methodes, zoals ringzegens. Bij koolvis is het extra van belang om te weten om welke soort koolvis het gaat en waar deze vandaan komt om de duurzaamheid te bepalen.

Dorade: dorade kan zowel wildvangst als gekweekt zijn. Er bestaat momenteel geen specifiek visserijbeleid voor wild gevangen dorade en door een gebrek aan gegevens kan ook niet precies bepaald worden hoe het met de bestanden gaat. Hierdoor scoort wilde dorade rood of oranje op de VISwijzer, afhankelijk van de vangstmethode. Veel dorade op de Nederlandse markt is gekweekt in het Middellandse zeegebied. De regelgeving voor kweek is beperkt. De duurzaamheid van **gekweekte dorade** hangt net als bij zeebaars daarom af van een keurmerk, zoals ASC of biologisch gekeurd. Dit zijn verantwoorde keuzes omdat er aanvullende eisen zijn boven op de regelgeving van het land.

Forel: commerciële forel is altijd gekweekt. De mate van duurzaamheid wordt sterk bepaald door de kweektechniek en de regelgeving in het land. Forel uit Denemarken scoort groen op de VISwijzer, vanwege de goede regelgeving rondom de kweek. Forel uit de rest van Europa scoort oranje op de VISwijzer, afhankelijk van de kweekmethode.

3.2 ONLINE ENQUÊTE

De online enquête is uitgezet bij 609 ondernemingen, waaronder 451 viswinkels en 158 viskramen. De e-mailadressen van deze ondernemingen zijn via hun websites en via Facebookpagina's achterhaald. De enquête is gemaakt via het online ontwikkelingsplatform Survey Monkey¹¹ en bestond uit 11 vragen die zowel gingen over het inkoopgedrag van de visverkopers als de motivatie voor het plaatsen van labels. In totaal is de enquête door 181 respondenten ingevuld.

11) Survey Monkey online enquête platform: <https://www.surveymonkey.com>



**Zo maken
we impact!**

**In Nederland eten wij nog steeds vis
geproduceerd met veel milieuschade.
Good Fish heeft de ambitie dat er in 2030
enkel nog goede vis gegeten wordt.
Betrouwbare duurzaamheidsinformatie
draagt daar aan bij.**

4. DIT ZIJN DE RESULTATEN

4.1 VOLDOEN VISWINKELS EN VISKRAMEN AAN DE EUROPESE ETIKETTERINGSWET?

In totaal zijn 97 viswinkels en viskramen bezocht tijdens het mysteryshopen. Uit de labelcheck is gebleken dat 52% van alle bezochte locaties labels plaatsen bij het gehele assortiment in de vitrine, waarvan 54% van de viswinkels en 49% van de viskramen dit doet (Figuur 2). Bij 14% van alle bezochte locaties werd maar een gedeelte van het assortiment van labels voorzien en bij 34% was geen enkel label geplaatst.

In de online enquête geeft echter slechts 10% van de respondenten aan nooit labels te plaatsen bij zijn of haar assortiment (Figuur 3). In totaal gaf 52% van de respondenten aan dat zij labels plaatsen bij alle producten die zij verkopen. Daarnaast gaf 26% aan alleen labels te plaatsen bij verse producten en 4% doet dit alleen bij bewerkte en ingevroren producten. De resultaten uit de online enquête geven een ander beeld als het gaat om het plaatsen van labels dan de resultaten van de labelcheck. Het aandeel wat in de online enquête aangeeft labels bij de vis te plaatsen, is aanzienlijk hoger dan het percentage viswinkels en viskramen waarbij de labels daadwerkelijk zijn aangetroffen tijdens de labelcheck.

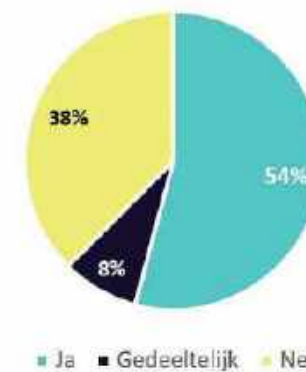
Driekwart van de respondenten van de online enquête die geen labels geven in de vitrine, gaven aan dat zij deze informatie liever mondeling verstrekken (Figuur 4). Daarnaast geeft bijna de helft aan dat klanten de informatie op labels, etiketten en kaartjes toch niet lezen. Twee visverkopers hadden bij de vrije invuloptie aangegeven dat klanten niet naar informatie vragen en dat klanten hier ook niet in geïnte-

resseerd zijn en/of hier geen behoefte aan hebben. Een onderzoek dat het koopgedrag van Poolse consumenten onderzocht in relatie tot de etikettering van visproducten in 2011¹², concludeerde dat consumenten wel degelijk gebruik maken van labels in viswinkels en dat labels een belangrijke bron van informatie vormen. Daarnaast is het ook gebleken dat de Poolse consument veel interesse toonde in veiligheids garanties en keurmerken. Verder onderzoek is nodig om te achterhalen of de Nederlandse consumenten dus werkelijk geïnteresseerd zijn in de informatie op de labels, en met name informatie omtrent duurzaamheid.

In tegenstelling tot onze verwachtingen is uit de online enquête gebleken dat de tijd en het kapitaal dat geïnvesteerd moet worden om de labels te maken en te onderhouden, niet de belangrijkste redenen zijn voor het niet plaatsen van labels. Slechts 13% van de respondenten heeft aangegeven dat het te veel geld kost om de labels te maken en 19% geeft aan geen labels te plaatsen vanwege de tijd dat het kost en vanwege de snelle wisseling aan informatie (Figuur 4).

Een mogelijke verklaring voor het geheel ontbreken van labels in een deel van de viswinkels en viskramen is dat de eigenaren niet op de hoogte zijn van de Europese etiketteringswetgeving die dit verplicht stelt. Het is ook mogelijk dat visverkopers geen handhaving ervaren op het gebied van deze regelgeving, wat waarschijnlijk heeft geleid tot de geringe implementatie. Door het ontbreken van een label met hierop wettelijk verplichte informatie, ontgaat de consument essentiële informatie die nodig is om een duurzame keuze te kunnen maken.

AANWEZIGHEID VAN LABELS IN VISWINKELS (%)



AANWEZIGHEID VAN LABELS BIJ VISKRAMEN (%)

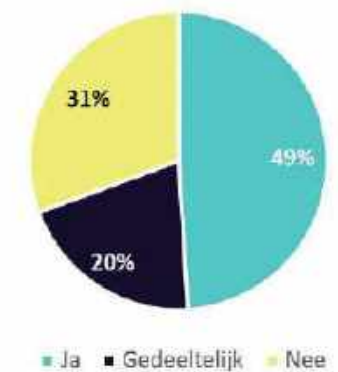


Fig.2

Figuur 2: De aanwezigheid van labels in viswinkels (n=48) en viskramen (n=49) in Nederland tijdens het mysteryshopen.

INFORMATIE WORDT GEGEVEN VIA EEN LABEL/ETIKET/KAARTJE BIJ DE VOLGENDE PRODUCTEN:

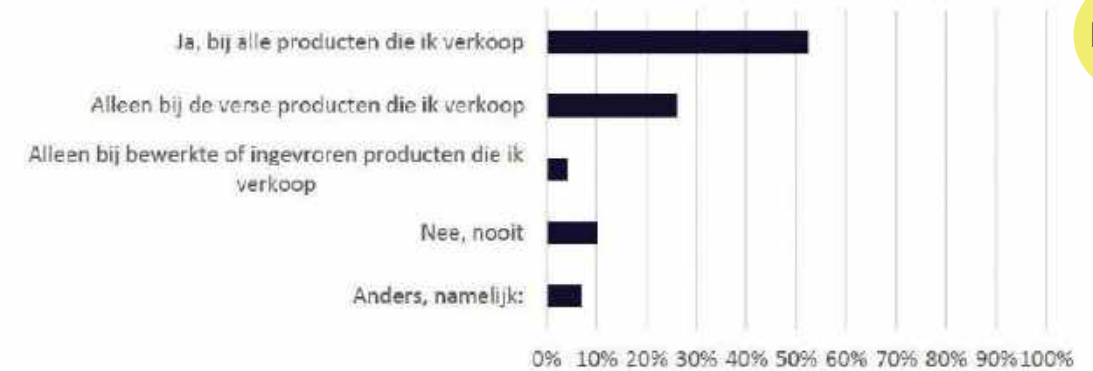


Fig.3

Figuur 3: De mate van plaatsing van labels/etiketten/kaartjes bij visproducten volgens de enquête. Vraagstelling: 'Geeft u informatie op een label/etiket/kaartje bij de producten in uw winkel/kraam?'. Eén antwoord mogelijk, vrije invuloptie bij 'Anders, namelijk'.

REDENEN OM GEEN LABEL/ETIKET/KAARTJE TE PLAATSEN



Fig.4

Figuur 4: Redenen voor het niet plaatsen van labels/etiketten/kaartjes bij producten. Respondenten van de enquête die het antwoord 'Nee, nooit' hebben gegeven bij de vraag of ze een label/etiket/kaartje plaatsen bij hun producten (Figuur 3) zijn direct doorgestuurd naar deze vraag. Vraagstelling: 'Wat is de reden dat u geen informatie over uw producten op een label/etiket/kaartje geeft in uw winkel of kraam?'. Meerdere antwoorden mogelijk, vrij invuloptie 'Anders, namelijk'.

12) Pieniak, Z., Kołodziejczyk, M., Kowrygo, B., & Verbeke, W. (2011). Consumption patterns and labelling of fish and fishery products in Poland after the EU accession. Food Control, 22(6), 843-850.

Voorbeeld
van een goed
label!

Kabeljauwfilet

Gadus morhua

100 gram € 3,00

Herkomst: Atlantische oceaan (Barentszee)

Vangstmethode: Grondbeugen, korven en fuiken

4.1.1 Informatie op de labels

Het vermelden van de wetenschappelijke naam, het herkomstgebied en de vangst- en kweekmethode is verplicht volgens de Europese etiketteringswet. Uit de labelcheck, in dit onderzoek, is gebleken dat slechts 1 van de 97 bezochte locaties voldoet aan deze wetgeving voor visserij- en aquacultuurproducten (zie afbeelding links).

Verplichte informatie

Tijdens de labelcheck werd de wetenschappelijke naam bij 6% van alle bezochte locaties gegeven; bij 17% van de viswinkels en bij 3% van de viskramen (Figuur 5). In de online enquête heeft 70% van de visverkopers aangegeven nooit de wetenschappelijke naam te verstrekken (Figuur 6). Uit zowel de labelcheck als de online enquête is gebleken dat het herkomstgebied het vaakst wordt vermeld op de labels. Aangezien informatie over het herkomstgebied verstrekt moet worden door het FAO gebied en bij FAO27 ook de ICES deelgebieden te vermelden, lijkt het ons niet waarschijnlijk dat ruim 80% van de respondenten van de online enquête dit ook zo doet, terwijl maar 24% van de viswinkels en viskramen dit correct blijkt te doen bij onze eigen check. Daarnaast zagen we vaak dat visverkopers de herkomst van een product in de handelsnaam verwerken, zoals 'Schotse zalm' of 'Noordzee kabeljauw'. Hoewel dit niet voldoet aan de etiketteringswetgeving, zijn visverkopers wellicht in de veronderstelling dat deze manier van informatievoorziening wel voldoet.

Van de respondenten van de enquête heeft 35% aangegeven soms informatie te verstrekken over de productiemethode en 13% doet dit altijd (Figuur 6). De vangst- en kweekmethode werd bij 10% van alle bezochte viswinkels en viskramen gecommuniceerd via het label bij de labelcheck (Figuur 5). Dit

is een aanzienlijk lager percentage dan het aantal viswinkels en viskramen die het herkomstgebied communiceert. Dit kan zowel te maken hebben met het feit dat herkomst wellicht een belangrijker criterium vormt voor de consument als dat de vangst- en kweekmethode toch wat meer inhoudelijke kennis vereist van de visverkoper. Dit gaat dan ook samen met de bevindingen uit dit onderzoek die lijken aan te geven dat visverkopers denken dat dit soort informatie de klant niet interesseert.

Zowel met de labelcheck als met de online enquête zijn gegevens verzameld over het plaatsen van labels en het geven van informatie bij visproducten. De resultaten van deze onderdelen komen echter niet overeen. Aangezien de resultaten van de online enquête niet onafhankelijk gevalideerd kunnen worden, geeft de labelcheck een geloofwaardiger beeld van de informatievoorziening in viswinkels en viskramen.

Overige informatie

Van de informatie die niet verplicht verstrekt hoeft te worden, gaf geen enkele viswinkel of viskraam informatie over het seizoen (Figuur 5). Meer dan 5% van de visverkopers uit de online enquête gaf aan altijd informatie over het seizoen via het label te verstrekken en 30% gaf aan dit soms te doen (Figuur 6).

Keurmerken werden bij slechts 3% van alle bezochte locaties uit de labelcheck weergegeven, terwijl 20 – 35% van de visverkopers in de online enquête aangaf dit altijd of soms te doen. Ook hier zien we een groot verschil tussen de resultaten van de labelcheck en de online enquête. Voordat een winkel of kraam met een keurmerk mag communiceren, moeten deze zelf ook eerst gecertificeerd worden door MSC en/of ASC. Het is niet aannemelijk dat de 50% die aangeeft met een keurmerk te communiceren ook daadwerkelijk

bevoegd is om dit te mogen doen. Het kan zijn dat ze wel een product dat een keurmerk heeft inkopen, maar niet met het keurmerk communiceren.

In de online enquête gaf 72% van de visverkopers aan dat keurmerken niet veel zeggen over de duurzaamheid van een visproduct en dat zij zelf heel goed weten wanneer een vis duurzaam is of niet. Aangezien de visverkopers tijdens de mondelinge gesprekken maar geringe informatie konden geven over de vangst- en kweekmethode van visproducten, lijkt het ons niet waarschijnlijk dat visverkopers zelf altijd kunnen weten wat duurzame vis is en wat niet. Deze keuze zal dan gebaseerd zijn op voorkeuren van de visverkoper zelf, eigen kennis en de voorkeuren van de klant. Uit dit onderzoek kunnen wij concluderen dat visverkopers een kritische blik hebben op keurmerken. Eén van de visverkopers gaf in de online enquête dan ook het volgende aan:

“Ik heb een vissers familie en ik kan jullie alvast melden dat duurzame labels een wassen neus is.”

Ruim 90% van de visverkopers geeft informatie over de handelsnaam en de prijs van het product. Een aantal visverkopers hebben in de vrije invuloptie van de enquête dan ook aangegeven dat zij denken dat de prijs-kwaliteit verhouding één van de belangrijkste motivaties is voor consumenten om bepaalde producten te kopen. Eén van de visverkopers gaf ook in de vrije invuloptie van de enquête het volgende aan: “De klant vraagt bij ons niet om extra informatie. De kwaliteit en prijs zijn leidend. Uiteraard moet het een duurzaam karakter hebben, maar dat vinden wij bij ons vanzelfsprekend”. Daarnaast geven

ook een aantal visverkopers aan dat herkomst van visproducten belangrijk is, aangezien een groot deel van de klanten ‘vis van dichtbij’ wil kopen.

In de online enquête zijn ook een aantal stellingen voorgelegd aan de respondenten over informatievoorziening (Figuur 7). In totaal geeft meer dan driekwart van de respondenten aan dat klanten geen gebruik maken van labels, maar eerder informatie opvragen bij de visverkoper. Iets meer dan de helft van de visverkopers geeft aan dat het te veel tijd kost om de labels in orde te maken, terwijl visverkopers die geen labels plaatsen dit niet als belangrijkste reden aangaven (Figuur 4).

4.2 KENNIS VAN DE VISVERKOPER

In totaal zijn 97 gesprekken gevoerd met visverkopers van 48 viswinkels en 49 viskramen, waarin gevraagd werd naar de herkomst en de productiemethode van twee vissoorten, Atlantische zalm en geelvintonijn. Wanneer deze niet verkocht werden in de winkel, is gevraagd naar Atlantische kabeljauw en zeebaars. Uit de gesprekken met de visverkopers is gebleken dat de informatie die mondeling gegeven wordt over het herkomstgebied aanzienlijk uitgebreider is dan dat over de vangst- en kweekmethode (Tabel 1).

De informatie die gegeven kon worden over de vangst- en kweekmethode bleef vaak bij antwoorden zoals “Gekweekt, alle vissen komen uit het water” en “Gewoon gekweekt”, maar daarnaast ook de volgende antwoorden “Duurzaam” en “In de zee” of “Met een boot”.

Van de 181 respondenten van de enquête geeft 60% aan dat klanten geïnteresseerd zijn in de specifieke vissoort die verkocht wordt. Daarnaast

REDEKEN OM GEEN LABEL/ETIKET/KAARTJE TE PLAATSEN

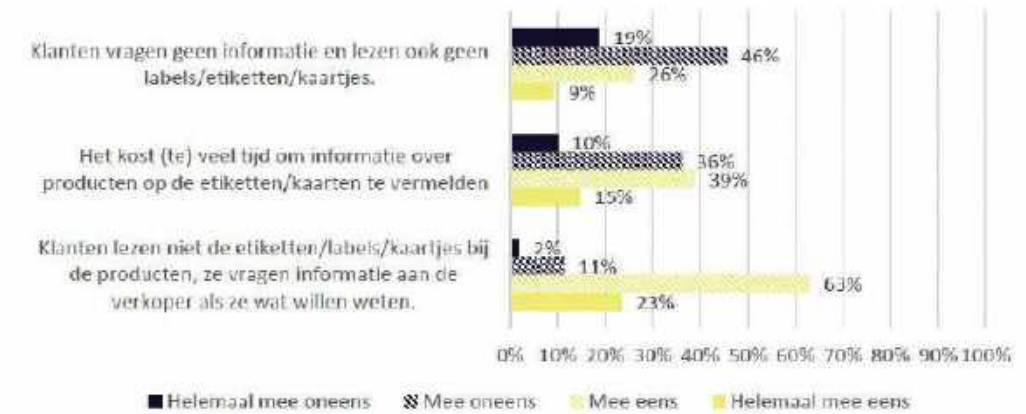


Fig.4

Figuur 4: Redenen voor het niet plaatsen van labels/etiketten/kaartjes bij producten. Respondenten van de enquête die het antwoord 'Nee, nooit' hebben gegeven bij de vraag of ze een label /etiket/kaartje plaatsen bij hun producten (Figuur 7) zijn direct doorgestuurd naar deze vraag. Vraagstelling: 'Wat is de reden dat u geen informatie over uw producten op een label/etiket/kaartje geeft in uw winkel of kraam'. Meerdere antwoorden mogelijk, vrij invuloptie 'Anders, namelijk:'.

OP LABELS WORDT INFORMATIE GEGEVEN OVER:

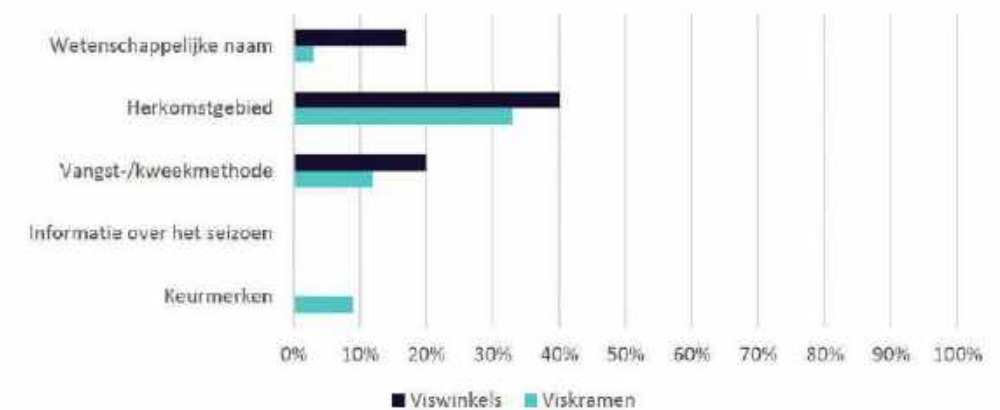


Fig.5

Figuur 5: Resultaten uit de labelcheck tijdens het mysteryshopen over de informatie die gegeven wordt via het label in viswinkels (n=30) en viskramen (n=34) in Nederland.

WELKE INFORMATIE WORDT VIA HET LABEL/ETIKET/KAARTJE GEGEVEN:



Fig.6

Figuur 6: Informatie die via het label/etiket/kaartje gegeven wordt door de respondenten. Vraagstelling: 'Welke informatie staat er op het label/etiket /kaartje bij de vis in uw winkel of kraam?'. Een antwoord mogelijk per vraag. Geven van verdere toelichting, optioneel.

geeft 92% aan dat klanten vragen stellen over of de vis gevangen of gekweekt is, waarvan 27% deze vraag vaak krijgt en 65% soms. Over het algemeen lijkt het erop dat visverkopers meer kennis hebben over herkomstgebieden van visproducten dan over hoe deze gevangen of gekweekt zijn. In totaal heeft meer dan 70% van de respondenten uit de enquête aangegeven soms of vaak vragen te krijgen over de herkomst van producten, terwijl minder dan 40% heeft aangegeven deze vragen te krijgen over de vangstmethode (Figuur 8). Klanten tonen vaker interesse in het herkomstgebied van het product dan de vangst- of kweekmethode. Dit kan een belangrijke motivatie vormen voor visverkopers om deze informatie te achterhalen en paraat te hebben.

Dat de informatie over vangst- en kweekmethode minder goed gegeven kan worden, heeft mogelijk te maken met de interesse in deze informatie van de visverkoper zelf, de vragen van de klanten en het feit dat deze informatie vaak lastiger te geven is dan informatie over herkomst. Visverkopers hebben in de online enquête aangegeven dat ze prijs en kwaliteit niet belangrijker vinden dan het herkomstgebied of de vangst- en kweekmethode van de vis (Figuur 11). Dit toont aan dat visverkopers de vangst- en kweekmethode wel degelijk belangrijk vinden. Mogelijk is de informatie over de vangst- en kweekmethode technisch ingewikkelder of minder goed beschikbaar voor de visverkoper. Vissoorten kunnen op meerdere manieren gevangen worden in hetzelfde gebied. Ook is een vangsttechniek visserij-specifieke informatie waar een visverkoper mogelijk geen kennis over of toegang tot heeft. Dit kan bijdragen aan feit dat deze informatie niet altijd beschikbaar is.

Van de visverkopers die deelgenomen hebben aan de online enquête, gaf meer dan 80% aan dat zij hun informatie verkrijgen bij de leverancier of de visafslag

(Figuur 9). Daarnaast gaf meer dan de helft (60%) aan informatie te verkrijgen via de verpakkingen van producten en ruim 40% verkrijgt zijn informatie via de pakbonnen van geplaatste bestellingen. Het is zeer opvallend dat een kwart van de respondenten aangeeft hun informatie via het internet te verkrijgen en dat meer dan 40% aangaf de informatie uit hun hoofd te weten, omdat dit haast onmogelijk is voor elke vis in de winkel of kraam. Het herkomstgebied en de vangst- en kweekmethode verschillen per product en zijn afhankelijk van de specifieke partij vis die aangeland of verhandeld wordt. Dit wisselt regelmatig, waardoor een visverkoper niet alle productspecificaties uit zijn hoofd kan weten. Vooral de vangst- en kweekmethodes kunnen sterk verschillen. Het internet kan geen bron van informatie zijn voor iets wat bij de leverancier moet zijn gespecificeerd. De meest betrouwbare informatie is gegeven door de leverancier of de afslag of kan gevonden worden op de krat/doos en de bestel- of pakbonnen. Ook de leveranciers en de visverkopers op de afslag zijn wettelijk verplicht⁵ om informatie te geven bij de visserijproducten die zij verkopen. Deze verplichting is ingesteld zodat partijen verderop in de keten (zoals viswinkels en viskramen) aan de regelgeving voor informatievoorziening richting de consument kunnen voldoen. Onder de informatie die hier verplicht verstrekt dient te worden, vallen ook de wetenschappelijke naam, de productiemethode en het herkomstgebied.

Wanneer verder gekeken wordt naar de stellingen over informatievoorziening, zien wij dat 99% van de visverkopers het belangrijk vindt om mondeling alle vragen van hun klanten te kunnen beantwoorden (Figuur 10). Van de 181 visverkopers gaf 92% aan dat zij alle vragen van hun klanten ook werkelijk kunnen beantwoorden.

4.3 DUURZAAMHEID VAN HET VISAANBOD

Van de in totaal 97 benaderde viswinkels en viskramen zijn 21 assortimenten verzameld voor de assortimentscheck. De uitkomsten van deze assortimentscheck is door dit geringe aantal assortimenten niet representatief voor alle viswinkels en viskramen binnen Nederland.

Van de assortimenten die we ontvangen hebben, scoort 43% van de producten rood op de VISwijzer. Daarnaast kopen visverkopers vaker rood scorende varianten in dan varianten met een duurzaamheidskeurmerk. In de enquête heeft meer dan de helft van de visverkopers aangegeven eerder voor een product met een duurzaamheidskeurmerk te kiezen dan voor een product zonder (Figuur 11). Eén van de visverkopers uit de online enquête gaf het volgende aan: *“Tegenwoordig moet je bijna zoeken om niet duurzame vis te vinden. Iedere visser op zee is daar volgens mij al mee bezig”*. Daarnaast gaf bijna driekwart van de visverkopers aan van mening te zijn dat keurmerken niet veel zeggen over de duurzaamheid van vis en dat zij zelf kunnen bepalen wat duurzame vis is en wat niet.

Een aantal visverkopers heeft in de online enquête aangegeven dat *“Duurzaamheidslabels niet alles zeggen”* en *“Omdat duurzaamheid in de vis langzaam een lege huls aan het worden is (iedereen roept wat hem uitkomt om de boel maar te verkopen) vermelden wij dit niet, tenzij we over concrete duurzaamheid (MSC/ASC) spreken”*. Zoals eerder ook is aangegeven, onderbouwen deze uitspraken de ervaringen van de mysteryshoppers wanneer het gaat over keurmerken in viswinkels en viskramen. Visverkopers hebben een sceptische blik op keurmerken. Wellicht worden varianten met keurmerken

alleen maar ingekocht omdat deze vaker op de markt beschikbaar zijn of ten behoeve van de klant. Eén van de visverkopers zei dan ook bij de online enquête *“Keurmerken zijn er alleen ter bevestiging van de consument”*. Uit het onderzoek van de Wetenschapswinkel¹¹ bleek ook dat de meeste visverkopers van mening zijn dat certificering geen garantie biedt voor duurzame vis.

Naast het feit dat meer dan 70% zegt dat keurmerken niet veel zeggen over duurzaamheid, achten de visverkopers ook dat consumenten nauwelijks tot niet geïnteresseerd zijn in duurzaamheid van visproducten. Ruim 40% van de respondenten van de online enquête heeft dan ook aangegeven dat consumenten geen gebruik maken van de labels bij de vis. Daarnaast zegt een aantal visverkopers dat consumenten geen interesse hebben in deze informatie. Wanneer gevraagd werd naar de meest voorkomende vragen die gesteld worden door consumenten, bleek dat 70% van de visverkopers soms of vaak vragen krijgt over de duurzaamheid van een visproduct. Bijna de helft van de visverkopers geeft ook aan dat klanten soms vragen of het product een keurmerk heeft. In tegenstelling tot de percepties van de visverkopers, heeft een relatief groot aandeel van de consumenten wel interesse in duurzaamheid. Eén visverkoper gaf het volgende aan:

“Consumenten hebben te weinig kennis, als ze iets vragen dan hebben ze het net in de media gelezen.”

Ook dit statement geeft aan dat visverkopers achten dat consumenten uit zichzelf weinig tot geen inte-

STELLINGEN OVER INFORMATIEVOORZIENING

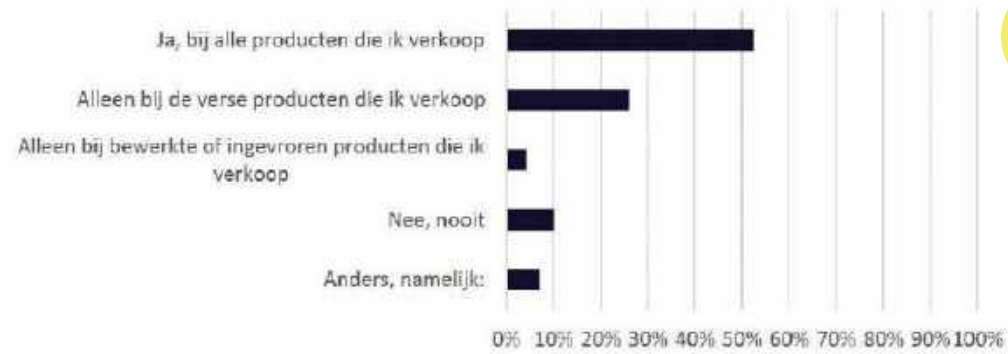


Fig.7

Figuur 7: Antwoordverdelingen voor stellingen over informatievoorziening. Respondenten werden gevraagd aan te geven in hoeverre zij het eens zijn met de stellingen. Eén antwoord per stelling mogelijk. Geven van verdere toelichting, optioneel.

STELLINGEN OVER INFORMATIEVOORZIENING

	Atlantische zalm	Geelvintonijn	Atlantische kabeljauw	Zeebaars
Viswinkel				
• Herkomstgebied	3.4	2.8	2.5	1.5
• Vangst/kweekmethode	1.6	1.4	1.7	1.2
Viskraam				
• Herkomstgebied	3.7	2.8	1.9	3.3
• Vangst/kweekmethode	1.7	1.9	1.9	2.0
TOTAAL				
• Herkomstgebied	3.6	2.8	2.8	3.2
• Vangst/kweekmethode	1.6	1.7	1.9	2.2

Tabel 1: De gemiddelde scores die zijn toebedeeld voor informatie over herkomstgebied en vangst en kweekmethode per vissoort, onderverdeeld in viswinkels en viskramen (van score 1: geen informatie, tot een score van 4: voldoende & inhoudelijk complete informatie). Deze tabel geeft ook aan in welke mate dezelfde scores zijn gegeven voor beide naar gevraagde onderdelen, per vissoorten, bij dezelfde viswinkel of viskraam.

VRAGEN DIE KLANTEN STELLEN OVER DE PRODUCTEN

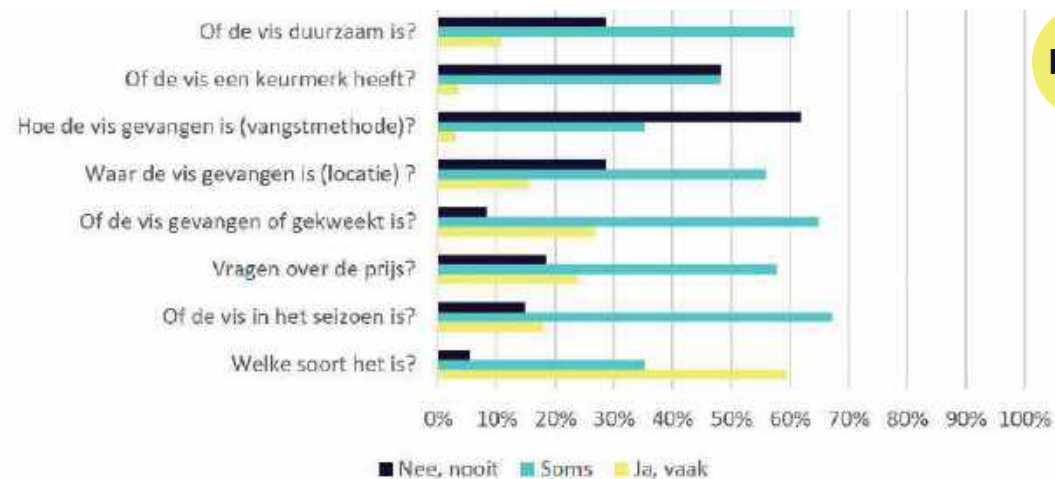


Fig.8

Figuur 8: Vragen die klanten stellen aan de respondenten van de enquête over de producten die verkocht worden in viswinkels en viskramen. Vraagstelling: 'Stellen klanten vragen over de producten die u verkoopt, met betrekking tot:'. Een antwoordoptie mogelijk per vraag. Geven van verdere toelichting, optioneel.

HOE KOMEN VISVERKOPERS AAN INFORMATIE OVER PRODUCTEN

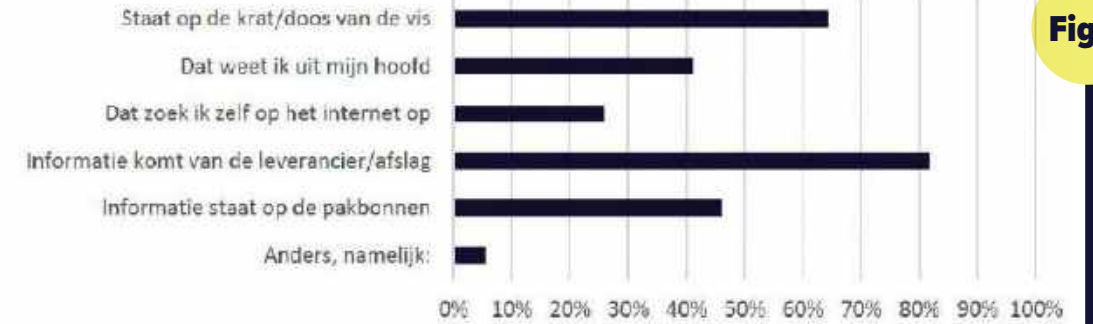


Fig.9

Figuur 9: Hoe de respondenten met een label/etiket/kaart bij de vis aan hun informatie komen. Vraagstelling: 'Hoe komt u aan de informatie die u via het label/etiket/kaartje geeft bij de producten in uw winkel of kraam?'. Meerdere antwoord en mogelijk. Geven van verdere toelichting, optioneel.

STELLINGEN OVER INFORMATIEVOORZIENING



Fig.10

Figuur 10: Antwoordverdelingen voor stellingen over informatievoorziening. Respondenten werden gevraagd aan te geven in hoeverre zij het eens zijn met de stellingen. Eén antwoord per stelling mogelijk. Geven van verdere toelichting, optioneel.

resse hebben in duurzaamheid, omdat zij simpelweg geen kennis hebben over duurzame visproducten.

Uit het onderzoek van de Wetenschapswinkel¹⁰ bleek dat visverkopers de verantwoordelijkheid met betrekking tot het bepalen en kopen van duurzame vis bij de klanten neerlegt. Het geven van duurzaamheidsinformatie is niet verplicht en visverkopers zijn ook niet verplicht om een duurzaam inkoopbeleid te voeren; de keuze om voor een duurzaam product te kiezen ligt te allen tijde bij de klant. Een visverkoper is echter wel verplicht om de benodigde informatie te verstrekken zodat de klant deze keuze kan maken. De vraag blijft of de visverkoper altijd over de juiste informatie beschikt.

In de enquête gaf in totaal 67% van de visverkopers aan het eens te zijn met de stelling dat wild gevangen vis beter is dan gekweekte vis. Ook gaf meer dan de helft van de visverkopers aan het eens te zijn met de stelling dat vis uit de Noordzee van betere kwaliteit is dan vis uit andere zeeën (Figuur 11). Waar de visverkopers deze mening op baseren en op welke aspecten wilde vis beter gevonden wordt, is verder niet gespecificeerd in de enquête. Dit kan bijvoorbeeld gaan over kwaliteit, maar ook over de duurzaamheid van een product of hoe gezond het product is voor de consument. De enquête geeft verder aan dat visverkopers een voorkeur lijken te hebben voor wild gevangen vis. Uit eerder onderzoek¹³⁻¹⁴ is ook gebleken dat consumenten een voorkeur hebben voor wildvangst, omdat zij bij wild gevangen vis een hogere kwaliteit verwachten dan bij gekweekte vis. Daarnaast maken consumenten zich zorgen over de onnatuurlijkheid en de onbekendheid van gekweekte vis.

Aangezien dit onderzoek heeft aangetoond dat 96%

van de visverkopers hun assortimenten aanpast op de vraag van de klant, kan de voorkeur van visverkopers voor wild gevangen vis afstammen van de wensen van de klant. Daarnaast zou het ook kunnen zijn dat de visverkopers zelf een voorkeur hebben voor wild gevangen vis, los van de vraag vanuit de klant. Qua duurzaamheid is het lastig uitspraak te doen over gekweekte vis of wild gevangen vis. Zoals genoemd, wordt duurzaamheid bepaald door de vissoort, productiemethode en het herkomstgebied. Hierbij verschilt de duurzaamheid tussen visproducten, van zowel gekweekte vis als van wild gevangen vis. Sommige visverkopers zijn van mening dat vis uit de Noordzee duurzaam is omdat die van dichtbij komt, wild gevangen (in plaats van gekweekt) en legaal is (binnen de quota).

4.3.1 Klopt de informatie die consumenten krijgen?

De informatie die verkregen is van viswinkels en viskramen in de opgegeven assortimenten was niet altijd correct. Uit de assortimentscheck is gebleken dat 16% van de verkregen informatie verouderd was of niet klopte en dat in 58% van de gevallen informatie ontbrak die nodig is om te kunnen bepalen of een vissoort duurzaam is of niet (Figuur 12). Wanneer het voorkwam dat informatie niet meer klopte, was dit vooral te wijten aan het feit dat visverkopers de verkeerde keurmerken hadden benoemd bij de productiemethode of bij vissoorten die dit keurmerk niet meer dragen. Het kwam vaak voor dat het MSC-keurmerk werd benoemd bij vissoorten die gekweekt waren. Deze soorten kunnen alleen het ASC-keurmerk dragen. Daarnaast werden keurmerken ook benoemd bij vissoorten die eigenlijk geen keurmerk meer mogen dragen, omdat deze zijn komen te vervallen. In een aantal assortimenten werd bijvoorbeeld het MSC-keurmerk benoemd voor kabeljauw uit de Noordzee, terwijl deze kabeljauw het keurmerk

HOE KOMEN VISVERKOPERS AAN INFORMATIE OVER PRODUCTEN

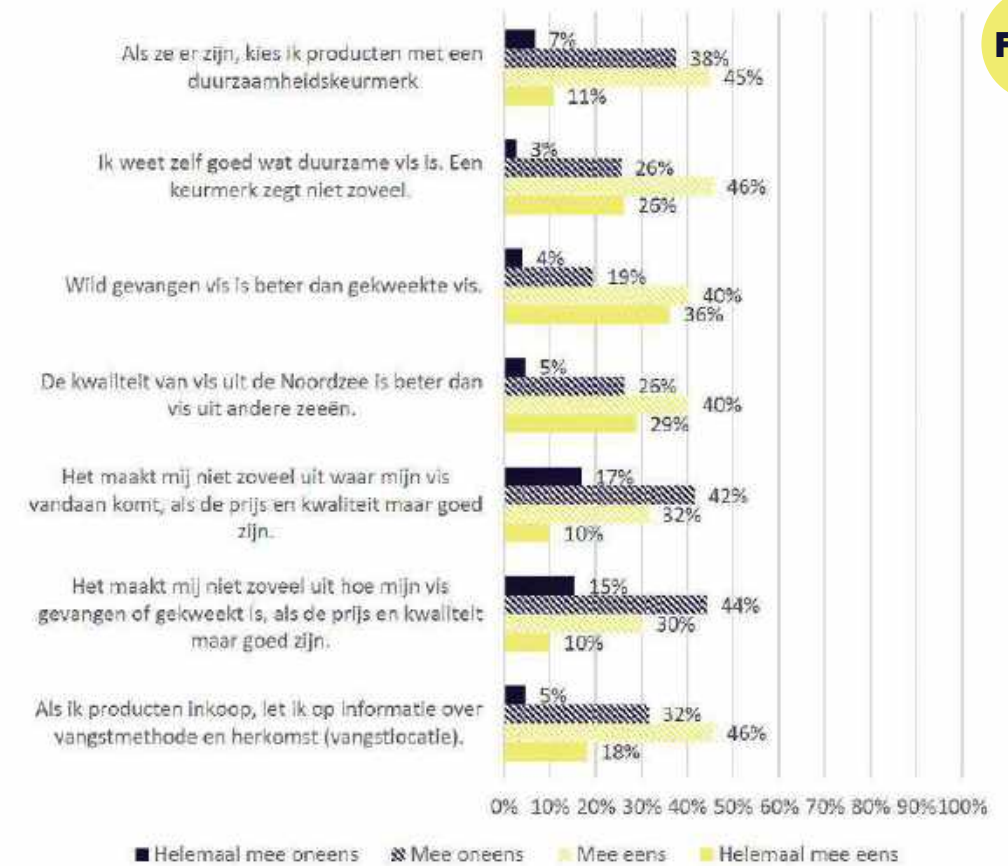


Fig.11

Figuur 11: Antwoordverdelingen voor stellingen over de inkoop van vis. Respondenten werden gevraagd aan te geven in hoeverre zij het eens zijn met de stellingen. Een antwoordoptie per stelling mogelijk. Geven van verdere toelichting optioneel.

BETROUWBAARHEID ASSORTIMENTEN

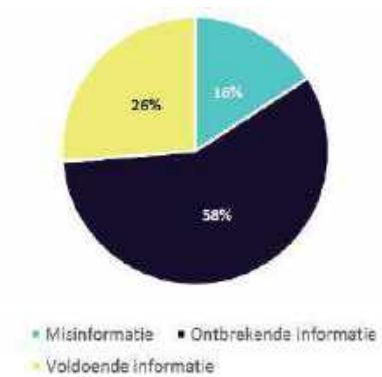


Fig.12

Figuur 12: Betrouwbaarheid van de informatie die verkregen is via de assortimentscheck.

in 2019 heeft verloren. Aangezien dit over verse kabeljauw ging, klopt deze certificeringsinformatie hoogstwaarschijnlijk niet. Hetzelfde zagen wij terug bij een MSC-certificaat voor coquille uit Nieuw-Zeeland, waarbij het keurmerk in 2014 al is ingetrokken.

Voor het verkrijgen van de assortimenten van de viswinkels en viskramen zijn de betreffende locaties per e-mail benaderd. Hierin is een eenvoudig invulschema aangeleverd. Daarna is ook telefonisch contact gezocht met het verzoek om het assortiment aan te leveren. Veel visverkopers zagen af van het delen van productinformatie. De meest genoemde reden hiervoor was een gebrek aan tijd. Ook hadden sommige visverkopers geen interesse om deel te nemen aan het onderzoek. Het is opvallend dat zelfs wanneer visverkopers niet meteen de informatie hoeven te geven maar dit kunnen opzoeken, dit toch als tijdrovend wordt beschouwd, terwijl de opgevraagde informatie behoort tot dat wat verplicht verstrekt dient te worden in de winkel of kraam. Hieruit maken wij op dat veel viswinkels en viskramen deze verplichte informatie niet direct beschikbaar hebben. Om deze reden is het ook opvallend dat veel van de informatie die wel aangeleverd is tijdens de assortimentscheck, niet klopt. De visverkopers die mee hebben gewerkt aan de assortimentscheck hebben wel de intentie gehad om de gevraagde informatie volledig aan te leveren, maar lijken hier niet over te beschikken of weten niet goed welke informatie gegeven moet worden.

13) Solgaard, H. S., & Yang, Y. (2011). Consumers' perception of farmed fish and willingness to pay for fish welfare. *British Food Journal*.

14) Schlag, A. K., & Ystgaard, K. (2013). Europeans and aquaculture: perceived differences between wild and farmed fish. *British Food Journal*.



**Snel zien of
een vis goed
of fout is?
Dat kan!**

Als viswinkels en viskramen de juiste informatie op labels plaatsen, kun je op de gratis VISwijzer app zien of het een duurzame keuze is.



100%
Good Fish



5. ONZE CONCLUSIE

Uit dit onderzoek is gebleken dat de Europese etiketteringsregelgeving² bij slechts één viskraam uit dit onderzoek volledig en correct is geïmplementeerd. De overige 99% van de viswinkels en viskramen voldeed niet aan deze wetgeving, waardoor geconcludeerd kan worden dat de huidige wetgeving omtrent informatievoorziening op visserij- en aquacultuurproducten niet wordt nageleefd door viswinkels en viskramen in Nederland. We hebben geen verschil gevonden tussen informatievoorziening in viswinkels en viskramen.

Uit de labelcheck is gebleken dat meer dan de helft van de viswinkels en viskramen labels bij hun assortimenten plaatst, maar dat de informatie die hierop verstrekt wordt niet compleet is. In totaal ontbrak bij 94% van de visverkopers informatie over de wetenschappelijke naam en werd informatie over de vangst- en kweekmethode bij slechts 10% van de viswinkels en viskramen verstrekt. Visverkopers konden meer informatie geven over het herkomstgebied (24%) dan over de vangstmethode (10%).

Uit dit onderzoek is gebleken dat visverkopers altijd open staan om vragen van klanten te beantwoorden en dit ook zeer belangrijk vinden. Het is echter niet duidelijk of klanten met inhoudelijke vragen over visproducten ook correcte informatie krijgen. Alle onderdelen uit dit onderzoek hebben onzekerheid opgeroepen over de betrouwbaarheid van de informatie die verstrekt wordt door visverkopers. Het is meermaals voorgekomen dat de informatie waarnaar gevraagd werd niet verstrekt kon worden of dat er onjuiste

informatie gegeven werd. Zonder deze informatie of met onjuiste informatie is het voor de consument erg moeilijk om een goed geïnformeerde keuze te maken. Hieruit kunnen wij opmaken dat een groot aandeel van de visverkopers de basisinformatie, die verplicht gecommuniceerd dient te worden, niet op orde heeft en dat zij deze informatie ook niet correct kunnen aanleveren wanneer zij hier de tijd voor krijgen. Mogelijk komt dit door een gebrek aan tijd om deze informatie op te zoeken of ontvangen viswinkels en viskramen deze informatie niet van hun visleverancier. In dat geval zijn de visverkopers aangewezen op andere, minder betrouwbare bronnen om deze informatie te achterhalen, zoals het internet.

Uit de assortimentscheck is gebleken dat 43% van de producten rood scoort op de VISwijzer. Deze producten zijn geen duurzame keuze. Driekwart van de respondenten in de enquête is van mening dat keurmerken niet veel zeggen over de duurzaamheid van een product en dat zij zelf in staat zijn om te bepalen wat een duurzame keuze is. Een aanzienlijk deel van de visverkopers is van mening dat zij alle kennis in huis hebben om zowel eigen duurzame keuzes te kunnen maken als klanten te kunnen informeren wanneer dit nodig is.

Het is voor consumenten erg lastig om de keuze te maken voor duurzame vis bij de viswinkels en viskramen in Nederland. Essentiële, wettelijk verplichte informatie waarmee de consument kan bepalen of een vis duurzaam is of niet, ontbreekt bij de visproducten.

5.1 AANBEVELINGEN

Op basis van dit onderzoek doet Good Fish de volgende aanbevelingen:

✓ VIS KOPEN MET EEN KRITISCHE BLIK

De consument kan op dit moment niet over de juiste informatie beschikken om in een viswinkel of viskraam een duurzame keuze te maken. Wij adviseren de Nederlandse consument, die een duurzame keuze wil maken, om de viswinkel of viskraam met een kritische blik te bezoeken en om informatie over de vis te vragen aan de visverkoper wanneer dit ontbreekt. Ook kan de consument in de winkel de VISwijzer gebruiken om ter plekke, gezamenlijk met de visverkoper op te zoeken wat een duurzame keuze is.

✓ ONDERSTEUNING VOOR VISWINKELS EN VISKRAMEN

Visverkopers dragen op dit moment de verantwoordelijkheid voor het geven van de wettelijk verplichte informatie in hun winkel of kraam. Niet alle visverkopers lijken hiervan op de hoogte te zijn of hebben niet de juiste middelen (te kleine labels, niet genoeg informatie) om deze informatie te geven. Meer dan de helft van de respondenten in de enquête heeft aangegeven van mening te zijn dat de overheid of het Nederlands Visbureau ondersteuning moet bieden in de informatievoorziening. Methodes om de informatievoorziening in viswinkels en viskramen te vergemakkelijken moeten verder onderzocht en uitgevoerd worden. Hierbij kan worden gedacht aan bijvoorbeeld een automatisch etiketteringssysteem voor de visverkoper. Visverkopers die hun informatievoorziening willen verbeteren, kunnen de pocketgids omtrent consumentenetikettering raadplegen².

✓ ONDERSTEUNING VANUIT DE BRANCHEVERENIGING

Het lijkt er op dat niet alle visverkopers op de hoogte zijn van de wettelijke verplichtingen rondom informatievoorziening richting de consument. Wij raden het Nederlands Visbureau en de Vereniging van Nederlandse Visdetaillisten daarom aan om visverkopers hierover te informeren. Bijvoorbeeld door de website aan te vullen met informatie over de Europese etiketteringsregelgeving of door middel van het verspreiden van informatiebrochures. De branchevereniging zou ook andere middelen in kunnen zetten, zoals een voorbeeld etiket die dient als een richtlijn.

✓ ONDERZOEK NAAR INFORMATIEVOORZIENING IN DE KETEN

Visverkopers die informatie verstrekken aan de consument zijn afhankelijk van de mate waarin informatie verstrekt wordt vanuit de partij waar zij hun vis inkopen, zoals visleveranciers of de visafslag. Het is onbekend of de informatievoorziening over visproducten bij deze partijen op orde is. Indien dit niet het geval is, moet de visverkoper deze informatie zelf achterhalen. Om vast te stellen waar de informatie die verplicht verstrekt dient te worden over visserij- en aquacultuurproducten uit de keten verdwijnt, moet onderzoek gedaan worden naar de informatievoorziening door andere partijen in de keten.

✓ BETERE HANDHAVING

De informatie, die wettelijk verplicht vermeld dient te worden bij visproducten, wordt door viswinkels en viskramen nauwelijks verstrekt aan de consument. Nederland voldoet hier dus niet aan de Europese Controleverordening⁵. Daarmee wordt de consument belemmert in het maken van een duurzame keuze. Wij adviseren dat de NVWA de Controleverordening beter gaat handhaven, zodat de visdetailhandel gestimuleerd wordt om correcte volledige informatie via het label te verstrekken.

✓ VERDUURZAMING VAN HET ASSORTIMENT

Visverkopers die hun assortiment willen verduurzamen kunnen producten inkopen met een keurmerk of kunnen met behulp van de VISwijzer een duurzame keuze maken. Om met het logo van een keurmerk in de winkel of kraam te mogen communiceren is een chain of custody certificaat nodig. Deze kunt u behalen bij het desbetreffende keurmerk. Om te mogen communiceren met de VISwijzer logo's dient u contact op te nemen met Good Fish.

DANKWOORD

Wij bedanken de Consumentenbond voor het mogelijk maken van dit onderzoek. Volledige informatievoorziening in viswinkels en viskramen over visserij- en aquacultuurproducten is essentieel voor consumenten om duurzame vis te kiezen. Ook zijn wij alle viswinkels en viskramen dankbaar voor hun medewerking aan dit onderzoek. Voor vragen of hulp bij het op orde krijgen van de informatievoorziening kunnen viswinkels en viskramen contact opnemen met Good Fish via info@goodfish.nl.



GOODFISH.NL

+31 318 76 92 87 | info@goodfish.nl