

Beperkte exportkansen voor kweekvis in Oost-Europa

Door Gemma Tacke, Hans Dagevos, Dora Lakner & Natalia Valeeva (LEI Wageningen UR)

Zodra de grenzen voor kweekvis in Rusland weer open zijn, kan dit een heel interessante afzetmarkt voor Nederlandse meervalachtigen zijn. Ondanks dat landen als Polen en Hongarije een duidelijke viscultuur hebben, zijn dit minder interessante exportmarkten omdat de vraag sterk seizoensgebonden en prijsgericht is.

Alom is de verwachting dat de wereldwijde consumptie van vis flink zal blijven stijgen. De kweekvisproductie is de snelste groeier onder de dierlijke eiwitbronnen. Vanuit mondiaal perspectief wordt de behoefte aan vis, en kweekvis in het bijzonder, als bijzonder rooskleurig ingeschat. Dit is de toekomstverwachting op het globale niveau. Maar is dit ook een realistische prognose als we naar exportkansen voor specifieke landen kijken? We nemen de proef op de som en richten de blik op de Oost-Europese landen Polen, Hongarije en Rusland.

Hongaarse karper met kerst

De Hongaarse vismarkt doet zich snel kennen als een markt met een relatief lage visconsumptie die gedomineerd wordt door het eten van karper en seizoensgebonden is door de concentratie rond Kerstmis. Voor wat Afrikaanse meerval betreft zijn er drie Hongaarse aquacultuurbedrijven die de productie grotendeels in eigen land afzetten en voor twintig procent exporteren. Deze marktpositie hebben ze geleidelijk aan opgebouwd door steeds nieuwe bewerkte producten te introduceren. Voor de Hongaar is het wel een vereiste dat de prijs aantrekkelijk is, want de vismarkt is echt

een prijsmarkt met karper als benchmark.

Poolse prijsmarkt

De Poolse markt is eveneens zelfvoorzienend te noemen, ondanks dat in Polen de visconsumptie aanzienlijk hoger ligt dan in Hongarije. De Pool eet zowel wilde als gecultiveerde vis. Aquacultuur bestaat in Polen in feite al sinds de middeleeuwen, maar men is eveneens gewend betrekkelijk weinig te betalen voor vis. Het pluspunt van de bekendheid met kweekvis gaat dus samen met het minpunt dat het niet de gewoonte is de vis duur te betalen. De opkomst en neergang van Pangasius levert een bewijs voor dit laatste. Nadat Pangasius een behoorlijk aandeel in de Poolse markt had veroverd vanwege een gunstige prijs, ging deze positie verloren toen de prijs van Pangasius steeg vanwege hogere EU-eisen die aan de invoer van vis werden gesteld. Een andere illustratie voor de Poolse traditie van goedkope vis is dat in Polen veel geïmporteerde vis bewerkt wordt tot visproducten met meerwaarde die vervolgens niet op de Poolse markt worden afgezet, maar weer geëxporteerd worden naar andere markten dan de Poolse.

Weinig hoopgevend voor het potentieel



van buitenlandse kweekvis op de markten in Polen en Hongarije is dat in beide landen sprake is van een stijgende vleesconsumptie om in de eiwitbehoeften te voorzien. Voorlopig wordt niet méér vis gegeten, maar méér vlees. Het stadium dat vlees vervangen wordt door een andere eiwitbron, zoals vis, is hier momenteel niet aan de orde.

Potentiële exportkansen

Rusland biedt betere marktmogelijkheden. Althans in potentie. De Russische boycot werpt momenteel een barrière op. Maar als we hier overheen kijken, dan laten zich exportkansen zien. De Russische markt is een groeimarkt, ook voor buitenlandse kwaliteitsvis. In de Russische vismarkt zijn de productiegebieden en afzetgebieden niet op elkaar afgestemd; in het verre oosten van Rusland is voldoende productie om aan de vraag te voldoen in Rusland, maar het blijkt logistiek lastig om vraag en aanbod aan elkaar te koppelen, waardoor er behoefte is

aan import. Zowel op het platteland als in de stad groeit de vraag. Vooral in de grote steden van Rusland is veel vraag en koopkracht aanwezig voor verse buitenlandse vis van constante hoge kwaliteit. De populariteit van Noorse kweekzalm onder Russen levert hier een actueel voorbeeld van. Het kunnen bieden van een betrouwbare aanvoer is eveneens van grote waarde om marktkansen te creëren en marktpositie te verwerven op de Russische vismarkt. Voor het succesvol betreden van die Russische markt is het daarnaast van groot belang een Russische partner te hebben die als wegbereider fungeert. Vooral bedrijven die investeren in Rusland en de partner een grotere rol geven dan importeur van Nederlandse producten hebben minder last van handelsbelemmeringen op de langere termijn.

Verdringingsmarkt

De marktanalyse levert weliswaar marktinzicht op, maar beperkte exportkansen

voor de korte termijn. Hongarije, Polen en Rusland blijken geen markten te zijn waar Nederlandse kweekvis eenvoudig is af te zetten, ondanks dat in alle drie de landen een viscultuur bestaat. In Hongarije komt die vooral tot uitdrukking in een grote vraag met kerst en dan vooral karper. Ook in Polen wordt traditioneel vaak vis gegeten in de kersttijd, maar verder ook gedurende het jaar. Beide markten kenmerken zich door grote vraag naar goedkope vissoorten. In Rusland is vanouds ook veel vraag naar goedkope vis, maar door de toegenomen welvaart, met name in de grote steden als Moskou en Sint Petersburg, is er ook vraag naar kwaliteitsproducten.

Zoals geldt voor Europa als geheel, geldt ook voor deze drie landen dat er geen sprake is van eiwittekorten die aanvulling behoeven. Ook in de desbetreffende Oost-Europese landen hebben de stijgende welvaart en de betere beschikbaarheid ertoe geleid dat de aanbevolen eiwitinname veelal (ruimschoots) gehaald wordt. Dit betekent dat eiwitproducten als vis moeten concurreren met andere eiwitbronnen. Zoals elders in de wereld, is de vraag naar vlees sterker gegroeid dan die van vis in deze concurrentiestrijd. Op dit moment is de groei er grotendeels uit en heeft de markt voor eiwitproducten weer te maken met een afgevlakte groei en met verdringing.

Hoe paradoxaal het wellicht ook klinkt: een strategie van 'veel voor weinig' biedt bescheiden exportkansen in een verdringingsmarkt waar de strijd met vlees moet worden aangeboden. Betere kansen liggen er voor een marktpositionering van vis in termen van luxe, kwaliteit, gebruiksgemak en gezond genieten. Wil Nederlandse kweekvis een serieus alternatief zijn voor vlees op de markten van landen als Rusland, Hongarije en Polen, dan biedt een superieure kwaliteit van product, logistiek en imago kansen op succes voor de Nederlandse aquacultuur in met name Rusland.



- Deze marktanalyse is uitgevoerd in het kader van het project Fish on Demand. Dit project wordt medegefinancierd door de subsidie-regeling "Collectieve acties in de visketen". Het project is geselecteerd in het kader van het Nederlandse Operationeel Programma "Perspectief voor een duurzame visserij", dat wordt medegefinancierd door het Europees Visserijfonds: investering in duurzame visserij.
- Partners in Fish on Demand zijn: Fishion, Fishion Breeding, Topaal, Claessee Visverwerking, Anova Seafood, Mayonna, Sligro, Jumbo, Froster.
- Meer informatie over Fish on Demand op www.fishion-aquaculture.com