

Naar een gezonde organisatie onzer Zeevisscherijverheid Detail — Leurhandel en Propaganda

door Jan VAN HAL

Algemeen Secretaris der Propagandavereniging voor vischverbruik

De hoofdoorzaken van het onvoldoend verbruik van onze zeevisscherijproducten waren, vóór den oorlog, te vinden in :

- a) de gebrekkige organisatie van onzen vischhandel;
- b) de zeer onregelmatige prijzen welke voor de visch betaald werden.

« De visch was geen volksvoedsel meer, want volksvoedsel beteekent goedkoop voedsel, en zulks was de visch zeker niet. »

Wij hoeven dus in de eerste plaats er voor te zorgen dat de visch goedkoper weze; propaganda, beschouwingen over voedingswaarde, enz., dienen tot niets, wanneer de visch te duur verkocht wordt; het vischverbruik zou onmiddellijk, en zulks in zeer ruime mate toenemen, moesten wij veel goedkoope visch op de binnenlandsche markten brengen.

Vóór den oorlog was zulks niet mogelijk; de reederijen zaten doorgaans met te groote lasten en hadden alle moeite van de wereld om hunne onkosten te dekken; *velen boekten zelfs verliezen, wat niet aan te nemen is, als men naagt dat de visch door den verbruiker te duur betaald werd.*

De zeer gebrekkige organisatie van den detailhandel is hiervan de oorzaak.

Door de ongeregelde aanvoeren en de ongeregelde vraag schommelden de prijzen van visch veel te veel.

Met het vleesch was dat geheel anders; vleesch kostte maanden lang dezelfde prijs. Al wie het betalen kon, kocht

elken dag vleesch; men bestelde het of men ging het halen, doch koopen deed men in elk geval.

Den vrijdag liep de huisvrouw een winkel binnen, of ging naar de markt om eens te zien of er niets goedkoop genoeg voor haar keus te vinden was en, zeer dikwijls, ging zij zonder visch naar huis.

Men zal hier doen opmerken, en ik ben het hiermede eens, dat er altijd vischsoorten werden aangevoerd welke aan buitengewone lage prijzen verkocht werden, en in het bereik waren van ieders beurs- (het was juist voor deze vischsoorten dat de « Propagandavereniging voor vischverbruik » getracht heeft nieuwe afzetgebieden te openen) en ik heb op mijne zeer talrijke propagandatochten, zeer dikwijls, om niet te zeggen overal, moeten vaststellen, dat deze vischsoorten bij de detailhandelaars niet te verkrijgen waren. Uit door mij, op publieke volksvergaderingen gestelde vragen is gebleken, dat sommige handelaars doorgewoon verklaarden, dat deze vischsoorten, ofwel niet goed ofwel niet te verkrijgen waren; wij zullen verder op deze onbegrijpelijke mentaliteit terugkomen.

Slechts door een degelijke organisatie van den detailhandel, zullen wij er toe komen, van de visch een volksvoedsel te maken.

Deze handel zat, op de meeste plaatsen, uitsluitend in handen van leurders — (geen vischventers) — die slechts dan met verse visch leurden; wanneer zij iets goedkoop genoeg hadden kunnen inkoopen; zij verhandelden daarenboven zulke kleine hoeveelheden, dat zij, met het vooroorlogsch systeem nooit hebben kunnen medewerken tot het bereiken van een geregelden afzet van visch.

Langs den anderen kant kende ik, in ons land, slechts één winkelier die zich toelagde op het principie: « GROOTE AFZET, KLEINE WINST ».

Men mag gerust zeggen dat de visch, als handelsproduct, onder de gewone voedingsartikelen, een zeer bijzondere plaats inneemt, en daarom is de organisatie om tot een grooten geregelden afzet te komen, hoogst noodig.

Uit in andere landen gedane proeven is duidelijk geble-

ken, dat het bij een degelijke organisatie mogelijk is, goede visch tegen belangrijk lage prijzen aan de verbruikers te leveren, en dat dus de prijzen inderdaad hooger waren dan noodig was, *afgescheiden nog van het feit, dat de kwaliteit der visch onder de vooroorlogsche wijze van verkoop sterk te lijden had.*

Een degelijke organisatie van den kleinverkoop — (winkeliers en leurhandelaars) — moet het mogelijk maken, op groote schaal goedkope soorten visch, waaronder er zijn, welke bij onze bevolking nog vrijwel onbekend zijn, tegen lage prijzen aan de verbruikers te verkoopen, wat de verhooging van het vischverbruik zeker ten goede zal komen.

De talrijke ondervindingen door ons opgedaan hebben ons geleerd, dat er in zake de gezondmaking van onzen vischhandel vanwege de belanghebbenden niets te bekomen is; de versnippering en de tegenstrijdige belangen in den detailhandel spelen hierin een grooten rol; het initiatief van dergelijke oplossing werd dus, vóór 10 Mei 1940, genomen door de «Propagandavereniging voor vischverbruik».

Ons eerste werk was dan ook, een grondig onderzoek in te stellen in al de gemeenten van ons land.

Wij moesten ons inlichten omtrent den economischen toestand van de gemeenten, hunne bevolking; ons vergewissen op welke manier de plaatselijke vischhandel georganiseerd was; wij gingen eveneens na welke de behoeften waren van den verbruiker, of de vischdistributie voldoende gaf, ten einde, indien niet, te onderzoeken hoe hieraan kon worden verholpen, en, zoo noodig, de middelen aanduiden waardoor nieuwe afzetgebieden konden worden geopend. (Dit onderzoek dat, spijtig genoeg, door den oorlog diende te worden onderbroken, werd ingesteld in al de gemeenten van de provinciën: Henegouwen, Limburg en Namen).

Het verslag met de uitslagen van dit onderzoek in de provincie Limburg, verscheen in Februari 1940; dit betref-

fende de provincie Namen werd gepubliceerd, in Februari 1941; dit van de Henegouwen is klaar.

De uitslagen van dit onderzoek lieten ons toe te besluiten; dat er slechts in een zeer klein aantal gemeenten vischwinkels bestonden; velen dezer winkels werden dan nog gehouden door groentenhandelaars of handelaars in specerijen die de visch, een of twee dagen per week, verkochten als bijverdienste en die dus niet waren ingericht om de verse visch te behandelen z. a. het behoort; kwaliteit en verzorging lieten dan ook op de meeste plaatsen veel te wenschen over.

In talrijke gemeenten waren de zeevisscherijproducten totaal onbekend, zelfs het verbruik van haring (gerookt of gezouten) en stockvisch was uitgesloten.

Op de meeste plaatsen was de vischdistributie in handen van den leurhandel; buiten een zeer klein aantal vischventers, die met een stootkarretje rondgingen en verse visch verkochten, was de leurhandel in handen van groentenhandelaars die de visch verkochten als bij-artikel, of wel van leurhandelaars die haring (gerookt of gezouten), stockvisch en mosselen verkochten; z. a. zij met garen, schoensmeer, poetsmiddelen, spelden, zeep, schoennestels en andere kleine huishoudartikelen leurden; deze handelaars waren gewoonlijk per fiets (bijzonder in de vlaamsche streken), de koopwaar waarmede zij leurden bevond zich in houten kisten, gewoonlijk gemaakt van hout voortkomende van kisten waarin citroenen of oranjeappelen verzonden werden; onnoodig te verklaren, dat de vischerijproducten op die manier aan den man gebracht, alles behalve goed verzorgd waren.

Wij hadden hier gewoonlijk te doen met deze categorie van kleinhandelaars, die «buiten de wet» stonden, die nooit het bezoek ontvingen noch van de inspectie op de eetwaren, noch van deze van de gezondheidsdienst; deze handelaars die meestal niets gaven om wetten en reglementen, die geen taksen betaalden en die, in sommige steden, het bestaan van de gevestigde vischwinkels hebben onmogelijk gemaakt; deze zwerm kleinhandelaars (?) die

niet het minste benul hadden omtrent de gezondheidsleer, waren te vinden op al de wegen van ons land, gaande van deur tot deur om hunne koopwaar aan te bieden.

Het is de plicht van de bevoegde besturen, zonder dralen, aan deze toestanden een einde te stellen. Het is noodig, dat dezen die het eerlijk meenen, die ijveren voor den vooruitgang, dat zij die de wetten en reglementen eerbiedigen, bij het volbrengen hunner taak geholpen worden.

In de vischwinkels welke wij hebben bezocht, was de visch gewoonlijk van goede kwaliteit, doch er was nooit genoeg keuze; de « goedkoopé » vischsoorten waren onbekend.

De groentenwinkels en magazijnen in koloniale waren zijn niet toegerust voor den verkoop van versche visch; van zoohaast de visch toekomt wordt zij op de straat tentoongesteld, de uitstalling bestaat uit een paar eenvoudige en niet altijd zuivere planken, welke geplaatst zijn op twee of drie kistjes in hout; gedurende twee dagen staat de visch aldus blootgesteld aan het stof en andere onreinigheden van de straat, en zulks zonder het minst brokske ijs.

Men kan begrijpen, dat de handel in een product, dat op dergelijke manier behandeld werd, niet zeer winstgevend moet geweest zijn, vandaar dat deze soort handelaars zich natuurlijk weinig bekommerden omtrent de hygienische voorschriften... ook heb ik dikwerf kunnen vaststellen, dat de visch, die slechts gedurende vier uren aldus was blootgesteld, met een laag vuilnis bedekt was.

* * *

Men mag dus zeggen dat de visch een duur voedingsartikel is, wanneer men de prijzen in acht neemt welke door den verbruiker betaald werden, en het is een feit, dat de verlaging van de *kleinhandelsprijzen* een van de meest afdoende verbreidingsmiddelen zou zijn voor de zeevisch. De soms *zeer hooge* prijzen welke gemaakt werden in de winkels, bevoordeelden nóch den visscher, nóch den reeder, nóch den vischverzender; de verantwoordelijken waren hier de *tussenhandelaars* en de *kleinhandelaars*; deze

echter hadden een verontschuldiging in te brengen: de visch is een zeer bederfelijk voedsel, iedereen heeft dus slechts een verlangen: er zich, zoo vlug mogelijk, van te ontdoen en dit met de hoogst mogelijke winst. De detailhandelaar die vandaag zeer duur verkoopt, dekt zich voor het verlies dat hij verleden week geleden heeft, door het feit, dat hij al zijn visch niet heeft kunnen verkoopen.

Hoe kunnen wij deze tegenvallers, welke den detailhandelaar noodzaken zijne prijzen zoo hoog te stellen, tot een minimum terugbrengen?

Wij moeten de handelaars opleggen, ieder volgens de belangrijkheid van zijnen handel, een ijsbak of een koelkamer te doen plaatsen, met de verplichting deze te gebruiken voor het bewaren van de visch. In Zwitserland — (waar geen visscherij-industrie bestaat) — bezit iedere handelaar een dusdanige installatie; deze installaties zijn meestendeel zeer eenvoudig; een groote houten kist, langs binnen met zink bekleed en voorzien van een deksel met tegengewicht; in deze kisten wordt de visch op een traliewerk gelegd, zonder met het ijs in aanraking te komen, het ijs dient dus slechts voor de verlaging van de temperatuur.

De koelkamer is een ander middel om tot een betere prijsregeling te komen; men kan de visch, zonder haar te bevriezen, gemakkelijk gedurende twee weken bewaren; een temperatuur, even beneden nul, is hiervoor reeds voldoende. Wanneer men de visch laat bevriezen kan zij gedurende maanden in goeden staat behouden blijven; er zijn verschillende methoden van bevrozing, waaronder de systemen: Ottensen, Pique, Taylor, Zarotchencheff, Dahl en Kjørstad de bijzonderste zijn.

In sommige landen, z. a. Noorwegen b. v., werden, bij groote vischaanvoeren, de vischvoorraden door de Regeering overgenomen; zulks werd gedaan om den uitvoerhandel te ondersteunen. In 1940 heeft bedoelde regeering aldus ongeveer 15,000 ton klipvisch overgenomen; deze voorraden werden eerst aan het buitenland verkocht, alvorens met den uitvoer van de nieuwe aanvoeren begonnen werd.

In 1941 werd, te Bergen, een nieuw koelinrichting gebouwd waarvoor een uitgave voorzien was van ± 3,500,000 frank; het vriesvermogen dezer nieuwe inrichting bedraagt, per dag, 900 kisten visch of 30 ton ijs; verder wordt een opslagruimte voorzien van 15,000 kisten visch en 1 miljoen ton ijs.

In ons land zouden al de groote centra over een koelinrichting moeten beschikken voor het bewaren van de zeevisch.

Nog een ander middel om de prijzen van zekere vischsoorten te regelen is het rooken; de Engelschman verbruikt zooveel visch omdat hij, iederen morgen bij het ontbijt, een schotel schelvisch, wijting of haring vindt; onder den naam « haddock » dient men daar niet alleen schelvisch op, maar ook « mooie meisjes » en filets van koolvisch.

Laat mij hier even opmerken dat deze laatste vischsoort, in Duitschland, zeer in waarde was gestegen; de koolvisch, immers, werd er gebruikt om een imitatie van zalm te vervaardigen, in schijven, en wel op zoo'n degenlijke wijze, dat het oog van een deskundige noodig was om het verschil op te merken.

De gerookte en gezouten vischsoorten, z.a. de haring b. v. : vallen bij het volk het meest in den smaak omdat zij zoo gemakkelijk zijn om bereiden; een groote verscheidenheid van vischsoorten is trouwens voor het rooken geschikt; in Duitschland rookt men alle soorten platvisch, de vleugels van roggen, de kleine roodbaard, de engelsche soldaat, de knorhaan, enz.

Het laten bevriezen, het opleggen en het rooken van de visch zijn dus zeer geschikte middelen om den vischandhandel te regulariseeren. De detailhandelaar zou, alle dagen, de hoeveelheid visch welke hij noodig heeft kunnen ontvangen; het gevaar, van door slechte verkoop, met een gedeelte zijner koopwaar te blijven zitten, zou gedeeltelijk verdwijnen en hij zou een regelmatige en redelijke winst kunnen nemen. De verbruiker zou zeker zijn, bij zijnen handelaar, alle dagen visch te vinden aan min of

meer vaste prijzen; van dit oogenblik af zou de visch onder de normale, regelmatige voedingartikelen, 'z. a. het vleesch, de eieren, enz., kunnen gerangschikt worden.

De vischhandelaars kunnen in zeer groote mate het hunne bijdragen tot het bekampen van de vooroordeelen welke oorzaak zijn, dat de zeevisch op onze tafels de plaats niet inneemt welke zij verdient.

Hoe moeten wij deze vooroordeelen bekampen en hoe kunnen de vischhandelaars ons hierbij behulpzaam zijn?

- 1) door de verschillende vischsoorten te doen kennen en de manieren van bereiden te verbeteren;
- 2) door de vischschotels te doen op prijs stellen;
- 3) door het doen verbruiken van de z. g. « gemeene vischsoorten;
- 4) door het vischverbruik te verhoogen en door het inplanten van de gewoonte op andere dagen dan de « magere dagen » visch te eten.

De vischhandelaars zijn zeer goed geplaatst om ons bij de voorlichting van den verbruiker behulpzaam te zijn en hem de verschillende vischsoorten te doen kennen; er zijn veel meer visch- dan vleeschsoorten, met inbegrip van het gevogelte en het wild. Iedere vischsoort heeft haar eigen smaak en er bestaan talloze recepten om ze op de lekkerste manier te bereiden.

De vischhandelaars zouden receptenblaadjes te hunner beschikking moeten hebben voor al de vischsoorten welke te koop worden gesteld, en de vischhandelaar zou aan de huisvrouw het blaadje overhandigen met de recepten welke betrekking hebben op de aangekochte vischsoort.

Wij moeten het verbruik bevorderen van de z.g. « gemeene vischsoorten ». Waarom beperkten de meeste vischhandelaars zich tot den verkoop van tong, tarbot, kabeljauw, rog, pieterman en schelvisch? Waarom boden zij ons geen haring, knorhaan en wijting? Waarom maakten zij geen reklaam voor het verbruik van de schol, steen-

post, klipvisch, makreel, enz.? Zooveel vragen, zooveel vraagteekens.

In België werd de fijne vischsoort beschouwd als een weeldeartikel en de gewone vischsoorten werden verkocht als voedsel voor de arme menschen; een middelweg was er niet en bijgevolg ook geen massaal verbruik.

De verbruiker zegt gewoonlijk dat visch duurder is dan vleesch, omdat hij gewoon is aan de soorten welke in de categorie « fijne visch » worden gerangschikt en hij weet niet, dat er vele vischsoorten bestaan welke altijd aan zeer goedkope prijzen verkocht worden.

De vischhandelaar moet dus de « visch van den dag » ter beschikking van zijn cliënteel stellen, t.t.z. de vischsoort waarvan de prijs de voordeeligste is, en de cliënte die zich, bij haar gewoon vischhandelaar, knorhaan of versche haring zal hebben aangeschaft, welke zij lekker zal hebben gereedgemaakt, dank aan de te harer beschikking gestelde receptenblaadjes, zal ze zeer dikwijls koopen; hetzelfde voor wat betreft de andere gewone vischsoorten.

In Januari 1938 had ik aan de vischhandelaars voorgesteld « speciale vischdagen » in te richten, gewijd aan het verbruik van de goedkope vischsoorten; deze vischdagen welke, te beginnen van de maand Februari, alle Woensdagen moesten gehouden worden, zouden worden georganiseerd door : a) de Propagandavereniging voor Vischverbruik; b) de Syndikale Kamer van den Vischhandel in België; c) de Nationale Federatie der Hotelhouders van België; d) de Syndikale Kamer der Hotelhouders; e) het Nationaal Verbond der Koffiehuishouders, Hotelhouders en Restaurateurs van België; f) de Groot-Warenhuizen; g) het Ministerie van Landverdediging.

Alle partijen waren akkoord, behalve... de vischhandelaars, waar de versnippering van belangen oorzaak was, dat het u'twerken van dit voorstel, waarvan zij nochtans in de eerste plaats de voordeelen zouden hebben opgedaan, niet werd doorgevoerd.

De detailhandelaar is, a priori, de vijand van al wat nieuwigheid is; vraag maar eens aan de handelsvertegenwoordigers hoe moeilijk het is, bij den detailhandelaar, een nieuw artikel geplaatst te krijgen; de waarom hiervan: *gebrek aan initiatief en vertrouwen.*

Het weze mij toegelaten de conservenfabrikanten, rookers en detailhandelaars er op te wijzen, dat men bij de commercieele ontleding van een nieuw artikel met volgende punten dient rekening te houden :

1°) Waarin bestaat de nieuwigheid van het artikel en zijn overwicht op de reeds bestaande artikelen?

2°) Van welk belang kan het nieuw artikel zijn voor den cliënt?

3°) Is de kwaliteit van het artikel in verhouding met de gebeurlijke prijsverhooging?

4°) Is het nieuw artikel belangrijk genoeg om een bevoorradings bij den detailhandelaar te verrechtvaardigen?

5°) Zal de fabrikant het kunnen uithouden tot het artikel in den handel zal zijn gebracht? Onnoodig onkosten te doen indien de fabrikant, halfweg gekomen, het moet laten steken;

6°) Is het nieuw artikel in staat een oud artikel te vervangen of dient het slechts om bij de concurrerende artikelen te worden gevoegd?

7°) Hoe kan de detailhandelaar zijne hulp verlenen bij het op de markt brengen van het artikel?

Indien al deze vragen op bevredigende wijze zijn beantwoord, mag men er toe besluiten het artikel op de markt te brengen.

In den detailhandel is ook niet het minste verband; zoo had ik de gelegenheid, in een onzer groote steden, een vischwinkel te bezoeken waar, op dit oogenblik, *9 winkeljuffrouwen werkzaam waren*; ik vroeg hen inlichtingen omtrent de tentoongestelde waren (versche, gerookte en gedroogde visch en conserven) niemand echter was in staat mij op afdoende wijze te woord te staan, en aangezien

de patroon voor zijne aankopen, naar Oostende was, vroeg men mij, in den namiddag terug te komen.

Het grootste gedeelte van het winkelpersoneel is niet voldoende op de hoogte van de artikelen welke door het huis worden te koop gesteld en met dit doel, in de uitstalling geplaatst zijn; dit gebrek aan voldoende kennis is oorzaak dat de klient, die met de beste inzichten bezielde, het magazijn is binnengetreten, veel van zijne belangstelling voor het bewust artikel verliest. En het is nochtans zoo gemakkelijk het personeel vertrouwd te maken met de manier waarop de artikelen moeten worden verkocht.

Afzonderlijke afdrukken van de aankondiging ten voordeele van het « artikel van den dag » moeten zich op alle toogbanken bevinden; de verkoopsters moeten weten welke artikelen zich in de uitstalramen bevinden.

De vischhandelaars dienen ook beter hunnen uitstallingen te verzorgen; het volstaat een grootwarenhuis te bezoeken om vast te stellen welk belang gehecht wordt aan de uitstallingsplakkaten. Altijd worden nieuwe middelen beproefd om de koopwaar belangrijker, aantrekkelijker en aanlokkelijker te doen uitkomen. De grootwarenhuizen beschikken zelfs over een bijzonderen dienst welke voor taak heeft deze kaarten te ontwerpen, er iets nieuws aan te geven, iets dat de aandacht trekt.

De gewone detailhandelaar heeft, nóch, den tijd, nóch het geld om zoover te gaan. Zonder nochtans veel geld uit te geven aan de enkele plakbrieven of uitstallingskaarten welke hij gebruikt, kan hij toch zijn best doen om ze proper en aantrekkelijk te doen voorkomen.

Zinspelen op de kwaliteit van het produkt, is in ons land, voorzeker van groot belang voor den afzet van de visch. Uwe uitstallingskaarten moeten dus de kwaliteit aanduiden van de producten waarop zij betrekking hebben. De oude methode, waarbij het volstond zeer vlug een prijs te krabbelen op een vuil stuk karton, zal er nooit toe bijdragen om den vischverkoop te verhoogen; deze wijze van aankondiging heeft eerder iets afstootends in zich en

zij geeft zeker geen aanleiding om de kwaliteit van de koopwaar te doen uitkomen.

In de lokale papierwinkels is er vast en zeker mogelijkheid wit papier te bekomen, dat gebruikt wordt voor plakbrieven en niet zeer duur is, of wel karton voor het maken van uitstallingskaarten; welnu koopt een kleine voorraad van deze soorten papier en karton; dit is het begin van alle gezonde publiciteit.

Zelfs voor de beste kunstenaars is het zeer moeilijk een schoone plakbrief te ontwerpen op een vuil blad of een stuk inpakpapier. Koopt eveneens wat verf welke men gebruikt om letters te schilderen, deze is te bekomen in zeer kleine hoeveelheden; de gewone inkt komt niet duidelijk genoeg uit en de chineesche inkt komt te duur voor een veelvuldig verbruik.

Het uithangen van een bord met de prijzen van al de vischsoorten welke in den winkel te bekomen zijn, is eveneens een gewoonte welke bij onze vischhandelaars is vastgeankerd. Is er iets moeilijker om lezen? Op deze borden is iedere vischoort in oorlog met de voorgaande of de volgende en geen enkele trekt de aandacht van den voorbijganger.

De vischhandelaars moeten trachten een weinig variatie in hunne uitstalkaarten te brengen; variatie in den tekst en in de bewerking. Dat zij het eens beproeven met enkele schetsen, dusdoende kunnen zij zien welke tekst en teekening de beste uitslagen geven.

Deze die niet kunnen teekenen zullen in sommige tijdschriften vele teekeningen vinden welke kunnen uitgesneden worden en op de uitstalkaarten of plakbrieven geplakt, ik heb persoonlijk kunnen nagaan dat zulks de meest verheugende uitslagen oplevert. In de aankondigingen moet zooveel mogelijk, het ordewoord worden ingelascht van de propagandacampagne ten voordeele van het vischverbruik. Hoe talrijker de handelaars zullen zijn die dit ordewoord gebruiken, hoe gemeenzamer het zal worden en hoe dieper het bij het publiek zal inwerken. « EET VISCH-VISCH OP IEDEREN DAG! » moest in groote

of kleine letters voorkomen op alle plakbrieven en uitstalkaarten.

Voor de hoofdingen van plakbrieven en uitstalkaarten, moet men inslaande teksten bezigen : een zinspel op de gezondheid, den smaak, enz. Deze teksten moeten echter de belangstelling kunnen opwekken; zij zullen beschrijvend zijn en de vereischte inlichtingen geven. De huisvrouwen zijn altijd bekommerd te weten welken schotel zij op den aanstaanden maaltijd zullen opdienen, ik ben overtuigd dat zij zeker voor den winkel zullen blijven staan waar volgend bericht te lezen is :

U weet niet wat U voor den aanstaanden maaltijd moet gereedmaken?

Ziehier enkele raadgevingen :

« De dokters zetten ons er toe aan visch te gebruiken. Zeer rijk aan voedende bestanddeelen. Versche visch goed toebereid, is malsch, lekker en stelt de grootste fijnproevers tevreden. »

Hier kan men de verschillende vischsoorten opnoemen welke te koop gesteld worden, met voor iedere soort een korte beschrijving of raadgeving en de prijs. De huisvrouw zal zich dusdoende gemakkelijk en volledig kunnen inlichten; zij kan de lijst vluchtig doorlezen en de prijzen vergelijken; zij zal veel gemakkelijker en vlugger worden ingelicht, dan met de vele uitstalkaarten welke zeer dikwijls in de grootste wanorde verspreid liggen. Niets belet de vischhandelaars, buiten een algemeene lijst, de beschikking te hebben over een of meer afzonderlijke uitstalkaarten, waarbij de aandacht getrokken wordt op zekere speciale vischsoorten en kaarten waarbij sprake is over de visch in het algemeen. Doch de algemeene lijst met berichtgeving, hiervoren bedoeld, is onontbeerlijk.

Nog vele goede raadgevingen kunnen aan onze vischhandelaars worden gegeven, doch wanneer zij slechts geneigd zijn deze welke hier werden aangehaald, te aanvaarden en in de praktijk om te zetten, mogen wij ons ten

zeerste voldaan verklaren; zij zullen er op die manier veel toe bijdragen om het vischverbruik in ons land te verhoogen.

Niet alleen is de vischhandel in ons land niet georganiseerd, doch het is tevens een feit dat zeer weinig vischhandelaars op de hoogte zijn van hun vak; een vergelijking maken tusschen wat men bij ons vischwinkels noemt en de magazijnen van het buitenland (Engeland, Duitschland, enz.) is niet mogelijk; van de zeer vele winkels welke ik, sedert 1938, betreden heb, zijn er bitter weinig in het bezit van stroomend water; in de meeste gevallen is het gebruik van ijs onbekend; in sommige steden wordt de visch vóór den winkel op een paar planken tentoongesteld; initiatief om klienteel te trekken ontbreekt totaal; gaat U maar eens de uitstallingen na.

Hoe kan het anders, geschoolde vischhandelaars hebben wij o.t.z. niet, velen weten zelfs niet hoe zij er toe gekomen zijn vischhandelaar te worden, vroeger immers waren zij : schrijnwerker, dagbladverkooper, groentehandelaar, postbode of iets anders; de eene hebben echter van een goeden vriend, die sedert enkele weken in de visch doet, vernomen dat met den vischhandel grof geld is te verdienen; de anderen doen het om iets bij te winnen; bij de installatie van wat zij hunnen winkel noemen, trachten zij de kosten te herleiden tot een minimum en, op een bepaalden dag, openen zij hunne zaak onder de leuze : « zoo weinig mogelijk afzetten, aan de grootst mogelijke winst ». Zulks was de toestand vóór den oorlog, en, indien men niet ingrijpt, zal zulks na den oorlog voortduren. (Ik houd mij ter beschikking van dezen die meenen deze bewering te moeten logenstraffen en ik zal hen bewijzen, dat ik bij deze uiteenzetting in niets overdreven heb, doch integendeel ver beneden de brutale waarheid ben gebleven).

Wil men er bij den vischhandel toe komen tot het scheppen van gezonde toestanden, dan dient, eerst en vooral

het bedrijf te worden geregeld; men moet het in stand houden van het bedrijf of handel ondergeschikt maken aan een minimum afzet en het voldoen aan alle hygienische voorwaarden verplichtend maken; de politiereglementen op de markten en op de eetwaren moeten worden gewijzigd of aangevuld en zeer streng toegepast; vischkeuringen moeten kunnen worden ingericht en verplichtend gemaakt; (wijziging of afschaffing van art. 2 van de wet van 15 Mei 1870, op den verkoop van verse visch); de verpakking voor het vervoer en den verkoop van visch en visscherijproducten moeten worden geregeld; de officieele benamingen van de vischsoorten moeten worden verplichtend gemaakt; de oneerlijke mededinging moet worden uitgeschakeld door de invoering van een gezonde prijzenpolitiek, enz., enz.

Willen wij het vischverbruik op onze buiten doen ingang vinden dan dienen wij de bevolking er aan te gewennen de verse visch in hare voeding te brengen, voor het meerendeel houden de landbouwers zich aan het gebruik hunner eigen producten (vleesch en eieren), onze buitenlieden zijn gewoonlijk groote vleeschverbruikers (varkensvleesch) omdat zij in de meening verkeerden, dat zulken meer bestand maakt tegen den zwaren veldarbeid.

Een doelmatige propaganda dringt zich dus op; de Propagandavereniging voor vischverbruik dient in de mogelijkheid te worden gesteld haar propaganda- en vulgarisatiewerk voort te zetten: uitgave van een nieuwe brochure waarin de voedingswaarde van de verschillende vischsoorten wordt aangeduid en de talrijke manieren van bereiden, het inrichten van voordrachten en kooklessen; propaganda bij middel van plakbrieven waarbij de aandacht getrokken wordt op de goedkoope vischsoorten, met aanduiding van de afvallen; de bereiding dezer vischsoorten mag niet kostelijk uitvallen; de goedkoope kostprijs van een gerecht is van kapitaal belang; men moet er eveneens zorg voor dragen dat de bereiding van de schotel, voor de huisvrouw, niet te ingewikkeld weze; men moet aan de jeugd die de huishoudklassen volgt, de waarde

der visch leeren kennen evenals de goedkoope en degelijke manieren van bereiding. Het zijn de goedkoope vischsoorten waarvoor propaganda dient te worden gemaakt en die in de voeding van de bevolking moeten worden gebracht.

Onze buitengemeenten zijn over het algemeen zeer uitgestrekt en hierdoor komt het, dat de huisvrouwen zich niet gaarne verplaatsen om zich naar een vischwinkel te begeven; voor deze gemeenten is het dus aan te raden het huidige systeem van leurhandelaars die van deur tot deur gaan, te ontwikkelen *en gezond te maken, op uitdrukkelijke voorwaarde nochtans, dat de koopwaar van eerste kwaliteit weze, degelijk verzorgd en goed gepresenteerd*; deze handelaars, die dienen te werken onder controle, zouden moeten verblijf houden in gemeenten die door de spoorwegen bediend worden; er zijn vele gemeenten in ons land die gelegen zijn op 6 km. en nog meer, van de dichtstbijzijnde statie.

In vele onzer buitengemeenten zou het bestaan van een vischwinkel trouwens onmogelijk zijn, aangezien het zakencijfer beperkt is; de verkoop van deur tot deur zou daarbij de volgende niet te miskennen voordeelen opleveren:

- 1) deze manier van verkoopen beantwoordt aan de lokale noodwendigheden;
- 2) zij vereischt een minimum van onkosten;
- 3) zij is een doeltreffende en permanente propaganda, *op voorwaarde dat men al de verkoopers begiftigt met eenzelfde modelkarretje voorzien van dezelfde opschriften en prijzentabellen, en met de vermelding waarbij men laat uitkomen dat het gaat over een georganiseerden en gecontroleerden verkoop.*

Aangezien de visch een voedsel is dat zoo gemakkelijk bederft, dient men meer beroep te doen op de koel- en bevroezing-systemen, en zulks van af het oogenblik dat de visch gelost wordt, of nog beter, **aan boord van het schip zelf.**

Indien de koopwaar in isothermische wagens wordt aangebracht, zou het dus voor de voortverkoopers voldoende

zijn (één enkele per streek) in het bezit te worden gesteld van een karretje, van gelijk model en kleur, en van een geïsoleerde kist, van zeer eenvoudig maaksel, voor het bewaren der visch.

Een vast procent op den **verplichten verkoopprijs** zou dienen als winst voor dezen depothouder-voortverkooper. Dit procent moet ruim berekend worden, dit om den verkooper aan te wakkeren, vermits het geheele distributie-systeem op hem berust; dit systeem moet dusdanig worden ingericht, dat het praktisch uitgesloten is van met niet verkochte koopwaren te blijven zitten.

In de centra welke door de vischwinkels worden bediend is, z.a. ik bij het begin van dit hoofdstuk liet uitschijnen, de groote reeks tusschenpersonen oorzaak dat de visch gewoonlijk te duur verkocht wordt. In dit opzicht ware het misschien niet slecht te onderzoeken, of het niet beter ware, ten einde de tusschenhandelaars uit te schakelen, den voortbrenger rechtstreeks te doen leveren aan den detailhandelaar, deze laatste zou verplicht zijn zich te houden aan zekere regelen en opgelegde prijzen, over welker naleving zou worden gewaakt; of wel kon een vischmijn worden opgericht of winkels waar men alleen *goedkoope visch zou verhandelen van uitstekende kwaliteit* en zulks met het doel te voldoen aan *al* de locale behoeften.

Een grootere verscheidenheid van vischsoorten dient in het bereik van onze bevolking te worden gesteld, en de prijzen van onze gewone vischsoorten waarvoor wij afzetgebieden moeten zoeken, zullen worden gesteld in verhouding met deze welke worden gevraagd voor de haring (gezouten of gerookt) en stokvisch; in de gemeenten welke aan de boorden van stroomen en rivieren gelegen zijn en waar gewoonlijk groote hoeveelheden riviervisch worden te koop gesteld, dienen de prijzen van de verse zeevisch in overeenstemming te worden gebracht met deze welke voor de zoetwatervis worden gevraagd.

Ik druk er nogmaals op, dat een zeer strenge controle moet worden uitgeoefend voor wat betreft de kwaliteit en

de verzorging van de visscherijproducten; het materieel dat door den detailhandelaar (hij weze winkelier of leurahandelaar) voor het vervoer en den verkoop gebruikt wordt, moet aan alle hygienische vereischten voldoen.

Uit de lessen en ondervindingen welke wij, vóór 10 Mei 1940, hebben opgedaan, mogen wij besluiten, dat het bij een degelijke organisatie van den detailhandel mogelijk is, stilaan maar zeker, overal het verbruik van de verse visch te doen ingang vinden; evengoed als men regelmatig, en zulks op talrijke gemeenten bijna uitsluitend bokking, pekelharing en stokvisch verkocht, zullen wij er toe komen, mits inachtneming van voorgaande beschouwingen en toepassing van de voorgestelde maatregelen, onze eigen zeevischerijprodukten aan den man te brengen en aan vele personen een goede broodwinning te verschaffen, en zulks tot redding van een der schoonste brokken van ons nationaal patrimonium, ik vernoem **onze zeevischerijnijverheid**.

BIBLIOGRAPHIE:

- « Mémoires ». Série spéciale n° 6. — Office Scientifique et Technique des Pêches Maritimes. — France.
- « Visch als Volksvoedsel ». — Gemeentelijke Vischvoorziening. — Amsterdam.
- « L'Organisation du Commerce de Poisson en Belgique », J. Van Hal.
- « De organisatie van den vischhandel in België-Limburg », J. Van Hal.