

Vær med i branchens udvikling

2 gange om ugen kampagnen er for alle – medlemmer som ikke medlemmer, discountbutikker som specialfødevarebutikker. Det må vi acceptere, eftersom midlerne kommer fra henholdsvis EU og Fødevareministeriet.



David Mouritzen

Som sekretariat for Danmarks Fiskehandlere er det frustrerende at bevidne, at både ikke medlemmer, discountbutikker og supermarkeder uden seriøse fiskeafdelinger får leveret kogebøger og andet salgsmateriale på samme betingelser som medlemmer af Danmarks Fiskehandlere. Dette skal ses i lyset af, at sekretariatet bruger meget tid på styregruppemøder og tilbagemeldinger

til de udførende aktører samt informationsformidling til alle medlemmerne. Dette arbejde udføres kvit og frit uden at hverken Danmarks Fiskehandlere eller medlemmerne nyder godt af særlige fordele.

Til gengæld bliver vi udkonkurreret på et område, vi som forening traditionelt har haft som en medlemsservice – nemlig udvikling og formidling af fiskeopskrifter. Pludselig bliver alle slags butikker spam'et med fiskekogebøger! Dilemmaet er naturligvis, at det på den ene side er rigtig godt set med afsætningsøjne, men det er samtidig med til at udviske fordelene ved at være medlem af en brancheforening. Frihjulsyndromet næres herved, og det gør ondt at være vidne til.

Men hvad gør vi så – skal vi forberede Danmarks Fiskehandlere på en stille død?

Nej, det er absolut ikke vores anbefaling. Vi skal være på

forkant med udviklingen, vi skal være hurtigere, smartere og mere effektive end de store kampagnetiltag. Vi skal fokusere på vores styrker og vores indgående kendskab til forsk forsk fisk markedet. Indtil nu har det udmøntet sig i et fokus på at skabe traditioner for at spise fisk, give befolkningen smagsoplevelser samt mulighed for at udbygge deres viden og ekspertise om fisk. Og så skal vi blive bedre til at tænke PR!

Vi har lige kåret Årets Pinsefisk og kick-startet rejesæsonen, som forhåbentlig får et klimaks omkring Skt. Hans. Men det er ikke nok. Vi skal også have en muslingedag ligesom vi skal sørge for, at torsken vedbliver med at være et fast indslag på nytårsmenuen. Madtraditioner er gode for – som biskop Jan Lindhardt siger - vi tænker jo med maven...

Sker det af sig selv?

Nej, som aktive erhvervsdrivende har I det største ansvar for at sikre, at det lykkes at indfri målet om at fastholde og udvikle fiskehandlernes markedsposition som specialfødevarebutikker. Det er vigtigt at forstå, at vi alle er i samme båd, og at vi kan nå vores mål, hvis I med den viden I har, bakker op om nye tiltag, kommer med tilbagemeldinger og respons på ideer og ellers giver jeres meninger, ønsker og behov tilkendte. Vi har alle muligheder – vi skal blot mønstre den nødvendige viljestyrke.