

# Jeugdige ondernemer Caroline Makkus voelt zich als een vis in het water

*Imago visserijsector versterken en afstemming stimuleren*

GOEDEREDE - "Met Caroline in zee", is een quote die voor buitenstaanders een nieuwsgierige uitdaging zal zijn om snel na te gaan wat hier de betekenis van is. Eén blik in 'Eigen bedrijf', het magazine van de Kamer van Koophandel van Rotterdam, geeft bij de rubriek 'Ondernemers in beweging', direct het antwoord.

Caroline Makkus uit Goedereede voelt zich als jonge ondernemer van INZee Communicatie & Trends, als een vis in het water. Zij zet zich er voor in dat visserman en handelaar elkaars taal spreken en dat iedere schakel in de visserijketen de taal van de consument kan dromen.

*Door Jaap Ruizeveld.*

Caroline (26) is sinds begin dit jaar gepassioneerd actief aan de slag. Helpt ondernemers uit de visserijsector in te spelen op de laatste trends. Zij vertaalt de trends naar bijvoorbeeld een praktisch marktonderzoek of naar teksten voor brochures, folders, websites en mailings. Een spannende tijd, ook in haar privéleven. Want deze maand geeft zij haar ja-woord aan Cornelis Melissant, mede-eigenaar van Visserijbedrijf W.Melissant & Zonen (GO 1) en docent aan de Visserij school. Vanaf dat moment is zij echt vissersvrouw. Velen in de sector kennen haar overigens als 'het meisje van Schmidt Zeevis Rotterdam'. Een ambitieuze, spontane en inspirerende ondernemer met visie. Die doelen wil bereiken en daarbij de lat hoog durft te



● Caroline voelt zich thuis bij de visserijsector

leggen. Vanuit jeugdig enthousiasme dromen koestert. Die graag in de toekomst het 'gezicht' van de visserijsector zou willen zijn. Niet op beleidsniveau, maar vanuit de communicatie richting media. Het 'ware' verhaal uitdragen over vis en visserij. Een life style ontwikkelen. Misschien iets zwaar aangezet: Boegbeeld willen zijn. Reden genoeg om Caroline Makkus en haar bedrijf nader te leren kennen.

## Kansen

Geboren in Rockanje en twee jaar

wonend aan de Looheul in Goedereede. Voelde zich al op jeugdige leeftijd thuis in de visserscultuur. Studeerde commerciële economie aan de Hogeschool Inholland in Rotterdam en zette haar zinnen op een afstudeerproject bij de UFA (United Fish Auctions) in Stellendam. Daar, op de steiger, ontmoette ze visserman Cornelis Melissant. Vanuit haar werk, de kennismaking met de aanvoersector en visafslag, kwam de link naar de schakel handel. Caroline ging vervolgens ruim drie jaar aan de slag op het gebied van marketing en com-

municatie bij het gerenommeerde bedrijf Schmidt Zeevis Rotterdam. Daar bleef het niet bij, want zij wilde graag de opgedane vaktechnische kennis combineren met eigen marketing- en communicatieactiviteiten. Daar lagen bedrijfsmatige kansen. Vroegtijdig horen, zien en proeven van maatschappelijke ontwikkelingen en trends en die vertalen en omzetten in praktische adviezen en middelen waaraan in de sector, de doelgroep, behoefte bestaat. Dat alles leidde tot de stap voor het opzetten van het eigen INZee Communicatie en Trendsbedrijf.

Met haar werkervaring en als vissersvrouw durft Caroline zich kwetsbaar op te stellen. "Het is aan ons om het enige juiste verhaal over de visserijsector, de hardwerkende visserman en de vis te blijven vertellen", zegt ze. "Het beeld moet duidelijk worden neergezet. Immers de één beweert dat de zee wordt leeggevestigd en de ander geeft, op basis van praktische kennis, aan dat de zee vol zit met vis. Dat is één kant van het verhaal. Anderzijds is de visserijsector sterk in beweging. Nieuwe technieken zijn geïntroduceerd. We hebben te maken met keurmerken. Viswijzers. Met verduurzaming. En heel belangrijk is uiteraard ook de groeiende vraag naar gezonde visproducten".

## Professioneel

Als je de site van [www.trendsinzee.nl](http://www.trendsinzee.nl) bezoekt valt direct professionaliteit op. Je raakt geboeid door de vele herkenbare items die gerubriceerd in visie, trends en diensten worden gepresenteerd. Een visje uitgooien. Iedere vis heeft zijn eigen verhaal en een goed verhaal doet verkopen. Het zijn items waarover je meer wilt weten. Het roept nieuwsgierigheid op. Wat betekent het? Welke diensten kun je afnemen? "Ook over de naam INZee is goed nagedacht", zegt Caroline. "De kleuren bijvoorbeeld. Het oranje van de oliebroek van de visserman. Het blauw van de zee. Het - in zee gaan- met.... De stap zetten om gezamenlijk iets te willen bereiken. Juist daarin wil ik de spil zijn. Per-

tijen bij elkaar brengen. Aanvoer en handel zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Toch zijn er open vragen die ingevuld moeten worden. Wordt bijvoorbeeld aan wensen van de vishandel door de aanvoer, voldaan?" Het is een hot issue dat ook centraal stond op een door het Productschap Vis / Kenniskring Visserij en Prosea georganiseerde discussiebijeenkomst van afgelopen zaterdag in Utrecht. Zij heeft daar een deel van haar visie op communicatie in de sector gepresenteerd.

## Ontwikkeling

Bij de start van haar één vrouwbedrijf was het uiteraard spannend. Hoe en wat pak je aan? Zit ik op de goede weg? Inmiddels hebben meerdere belangstellenden zich tot INZee gewend om te bezien welke mogelijkheden er zijn voor het versterken en of accentueren van gewenste communicatie- en of marketingboodschappen. De goede band met Schmidt Zeevis Rotterdam is blijven bestaan. Caroline geniet van haar werk. Met het maken van vertaalslagen voor een gezonde sector die het weliswaar niet gemakkelijk heeft. "Het is meer dan de moeite waard om te laten zien dat je trots bent op deze sector. Dat moet je uitdragen, dus daarin past ook een t-shirt met trendy opdruk". De Goereese ondernemer wil haar schrijfcapaciteiten versterken door het volgen van cursussen en media-training. "Heerlijk toch om straks artikelen te schrijven in magazines. Een vaste column te krijgen gericht op vrouwen, want zij zijn het die in de supermarkt of winkel de visproducten kopen". Caroline lijkt over heel veel dingen goed te hebben nagedacht en is stellig van plan haar vaardigheden, gericht op het aanscherpen van het imago van de sector en op onderlinge contactverbetering, uit te bouwen: Op de site met een beeldbank met foto's uit de visserij. Er komt verder een nieuwsbrief en ze gaat ook vissers benaderen die hun verhaal willen vertellen.

Caroline is te volgen op twitter met account [@trendsinzee](https://twitter.com/trendsinzee).