

Vacature bij Fish Tales

Chief Executive Officer (CEO)



TOP OF MINDS
Executive Search

Fish Tales zette een nieuwe standaard in de wereld van vis. Als koploper in duurzame seafood kreeg het bedrijf zelfs Walmart zo ver het visschap te verduurzamen. Met dertig miljoen euro omzet, schapposities bij de grootste retailers en een partnership met Jamie Oliver ligt de basis voor wereldwijde impact. Aan de nieuwe CEO om de ambitie van honderd miljoen euro omzet te realiseren.

Kandidaatprofiel

- Ervaring als CEO of General Manager bij een A-merk of snelgroeiend impactbedrijf in de food industry
- Missiegedreven
- People manager
- Stevige marketingachtergrond in consumentengoederen
- Begrip van operations en supply chain
- Analytisch, strategisch en pragmatisch
- Culinaire interesse en affiniteit met vis als product

📍 Amsterdam

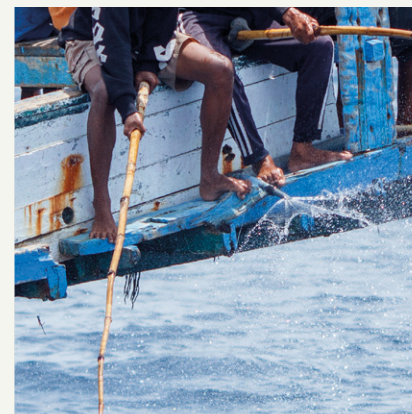
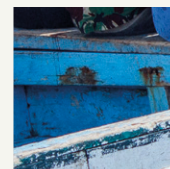
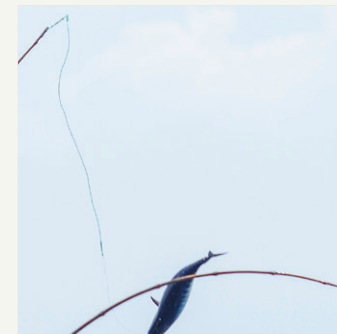
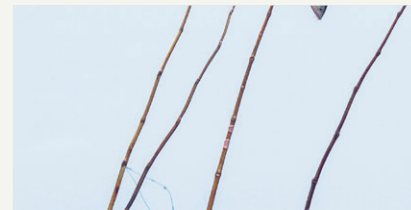


Over Fish Tales

In 2012 richtten Bart van Olphen en Harm Jan van Dijk samen Fish Tales op. Bart, voormalig sterrenkok en eigenaar van een keten van viswinkels in Amsterdam, zag jarenlang hoe weinig consumenten wisten over de herkomst van de vis die ze kochten. Met Fish Tales lanceerden Bart en Harm Jan een merk dat eerlijkheid en duurzaamheid tot kern van de propositie maakte, opgebouwd rond drie pijlers: bescherming van de oceanen, transparantie over de keten en inspiratie om meer en betere vis te eten.

Vandaag de dag werkt Fish Tales direct samen met meer dan twintig vissersgemeenschappen wereldwijd, van tonijnvissers in Noord-Sulawesi tot zalmkwekers in Noorwegen. Honderd procent van het assortiment is MSC- of ASC-gecertificeerd, en het bedrijf draagt het B Corp-label. De eerste grote stap was de entree bij Albert Heijn in 2013. Zes jaar later staken de oprichters de oceaan over: onder de merknaam Sea Tales veroverde Fish Tales schapruimte bij Whole Foods, Walmart, Costco en andere retailers. Mede door de Amerikaanse expansie bedraagt de omzet inmiddels dertig miljoen euro. Een meer recente mijlpaal is de samenwerking met Jamie Oliver, die onder de naam Seafood Revolution met Fish Tales werkt aan bewustwording rond duurzame vis.

Vanuit Amsterdam werkt een team van 25 medewerkers, met commerciële vertegenwoordigers in Amerika, Canada en Duitsland. Naast eigen vermogen en private investeerders heeft het bedrijf ruim 1.400 kleine aandeelhouders via een coöperatief model.





Vacature

Chief Executive Officer (CEO)

De oprichters hebben besloten een stap terug te doen. Harm Jan neemt plaats in een nieuw op te richten Raad van Commissarissen. Bart richt zich volledig op zijn rol als boegbeeld, met de focus op media en partnerships. Beiden treden terug als statutair directeur zodra de nieuwe CEO aantreedt. De governance wordt formeel ingericht en de CEO krijgt de ruimte om het bedrijf daadwerkelijk te leiden, inclusief de vrijheid om de organisatie waar nodig te versterken.

Fish Tales heeft alles in huis om uit te groeien tot het leidende duurzame vismerk ter wereld: schapposities bij de grootste internationale retailers, een authentiek duurzaamheidsverhaal en het partnership met Jamie Oliver. De volgende stap is de marketingdiscipline brengen waarmee het stevige fundament uitgebouwd wordt tot consistente, schaalbare groei – met bijbehorend rendement. De target van honderd miljoen halen lukt alleen met een CEO die eerder in een internationale retailomgeving een consumentenmerk op schaal bouwde.

De Seafood Revolution met Jamie Oliver markeert het startpunt van een bredere beweging die bewustzijn creëert over de staat van de oceanen en de kracht van duurzame visserij. De samenwerking geeft Fish Tales toegang tot een wereldwijd miljoenenpubliek. De CEO geeft deze beweging vorm: zij/hij bepaalt de strategische agenda, stemt af met stakeholders, en kiest welke markten met welke boodschap worden bediend.

Zowel in Noord-Amerika als in Europa liggen volop mogelijkheden. De CEO maakt scherpe keuzes in kanalen en bouwt stap voor stap lokale teams op. Daarbij behoudt zij/hij het overzicht en de discipline om niet alle kansen tegelijk na te jagen. De brandie die het bedrijf groot maakte, wordt nu gekanaliseerd in een doelgerichte groeistrategie.

Intern investeert de CEO in leiderschap en cultuur, en brengt structuur en planmatigheid in de organisatie. Het MT telt vijf mensen, met de portefeuilles Impact, Commercie, Finance, Supply Chain en Marketing. Een andere belangrijke dimensie van de rol is de dynamiek met de oprichters. Als gezicht van het merk zijn Bart's grote netwerk en overtuigende verkoopkracht zeer waardevol. De CEO weet die kwaliteiten gericht in te zetten, binnen een helder kader van rollen en bevoegdheden. Dat vergt stevigheid en senioriteit, maar ook het vermogen om de waarde van de oprichters te zien en voor het bedrijf te laten werken.

“ We hebben de bouwstenen neergelegd voor iets wat echt groot kan worden. Nu hebben we iemand nodig die daar een gestructureerd plan van maakt en het naar de wereld brengt. Een leider die net zo gelooft in deze missie als wij, maar het slimmer en strakker kan organiseren dan wij ooit konden.”

▪ Harm Jan van Dijk, Co-founder

De ideale CEO heeft de oprechte overtuiging dat commercie en impact elkaar versterken, en bouwt vanuit structuur en ondernemerschap aan het volgende hoofdstuk van het succesverhaal van Fish Tales.





Interesse?

Fish Tales werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds.
Neem contact op met Janko Klaijsen via janko.klaijsen@topofminds.com
of met Marc Mohr via marc.mohr@topofminds.com om te laten weten dat
je interesse hebt in deze vacature.



TOP OF MINDS
Executive Search