

# Masterclass Ondernemerschap in de blauwe economie

Sessie 3: de 'P' van Planet (duurzaamheid)

Urk, 17 februari 2022 (locatie: Dayseaday Frozen)



Kennis op Maat project (KoM21009)

# Welkom en praktische mededelingen

- Masterclass mogelijk door subsidie Topsectoren/TKI
- Registratie aanwezigheid (in-kind verantwoording)
- Toeschouwers in de buitenste ring
- Opname van de lezingen
- Locaties volgende sessie (3 maart)



# Welkom en praktische mededelingen

- Social media #BlauweEconomie @WUR @ROCFriesePoort @ProSeaFound
- 1e uur spreker vanuit onderzoek (WUR), 2<sup>e</sup> uur praktijk casus
- Neem gerust collega's mee of in jouw plaats



# Projectpartners



# Korte recap sessie 2 (3 febr.)

- Thema 'de P van People (mensen)'
- Sprekers:
  - Thomas van Schie (ProSea)
  - Marloes Kraan (WUR)
  - Jaap Luchies en Milan Hansma (Flynth)

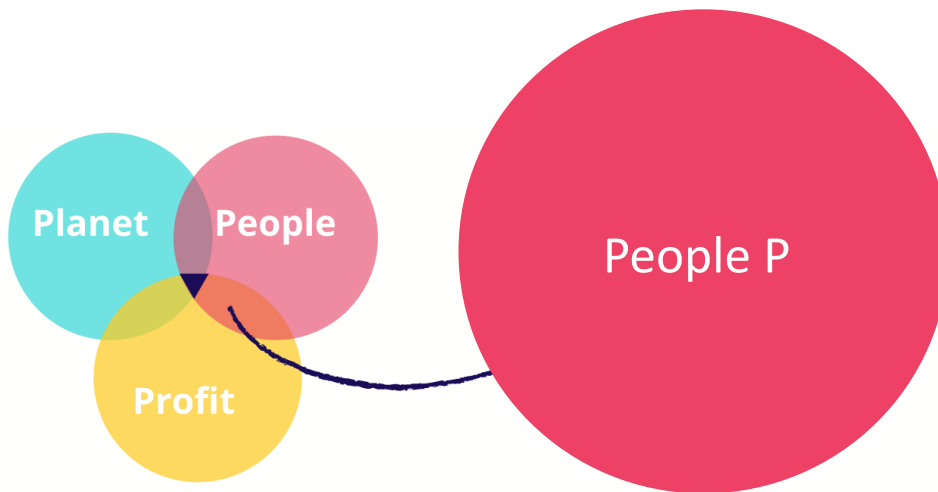


# Consument steeds kritischer



# Aandacht voor 'People' is belangrijk!

- Mensen moeten achter je staan, anders kunnen ze het moeilijk maken
- ❖ **Licence to operate**
- ❖ **Licence to produce**



# Voorbeelden uit de praktijk





# Margiris in de media (zeer recent)

NOS

Nieuws ▾

Sport ▾

Uitzendingen

Aangepast VK 9 FEBRUARI, 21:31

## Nederlands schip verliest tienduizenden dode vissen voor Franse kust



**4 February 2022**



### STATEMENT BY THE PELAGIC FREEZER-TRAWLER ASSOCIATION (PFA)

Yesterday, images of dead fish in the Bay of Biscay were shared by Sea Shepherd, coinciding with fishing activities by - among others - PFA members' vessels. The PFA fully understands the emotions such images can bring.

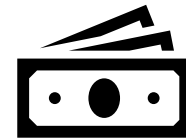
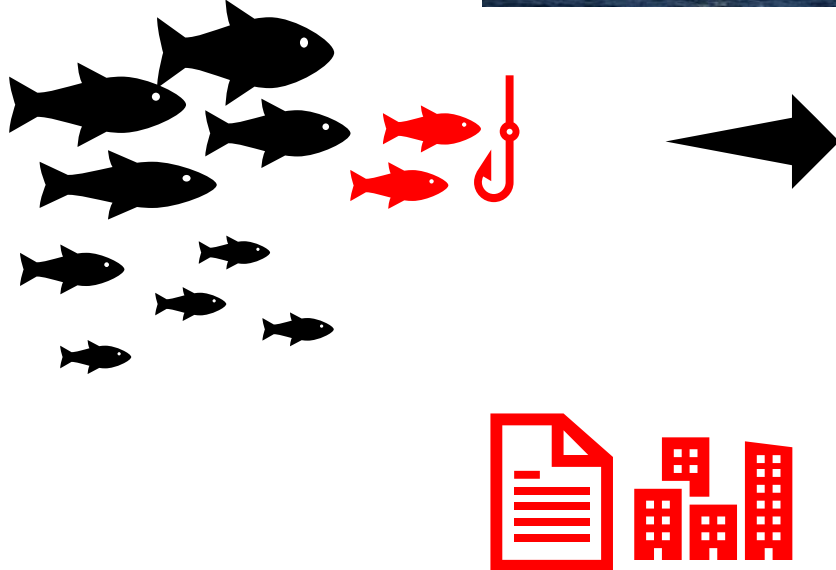
We would like to clarify that around 5.50am on 3 February 2022, an amount of blue whiting was involuntarily released into the sea from the Margiris vessel, due to a rupture in the cod-end part of its net. Such an accident is a rare occurrence and in this case was caused by the unexpectedly large size of the fish caught. In line with EU law, the incident and the quantities lost have been recorded in the vessel's log book and reported to the authorities of the vessel's flag state, Lithuania.

Blue whiting is a target species which is of great value to our members. Moreover, it is a quota species and as such the lost fish will be deducted from the vessel's quota. It is not in our members' interest to lose any fish they take on board and we regret that this fish will now not be available for human consumption. The Margiris has implemented drastic measures to prevent similar accidents in the future. The trawls have been adapted so that they are able to deal with the exceptional size of the fish currently in the area concerned.

The PFA and its members remain committed to responsible and sustainable fisheries and will continue to work closely together with the public authorities and all stakeholders.

Contact: [info@pelagicfish.eu](mailto:info@pelagicfish.eu)

# Aandacht van sociale wetenschap gaat uit naar:



# Wat heeft het meeste invloed op de visserij?

- Lengte vaartuig
- Maaswijdte
- Weer
- Tuig
- Markt prijs
- Seizoen
- Motorvermogen
- Regels





# Sociaal culturele waarde visserij



Albert van Urk, Bron: Twitter

Visserij is een  
vaardigheid  
overgedragen van  
vader op zoon

Familie traditie

Lokaal cultureel  
erfgoed

Een identiteit; manier  
van leven

Verbonden aan  
gemeenschappen



Garnalen pellen in Stellendam. Bron: Arie Kieviet AD 2019

Pauwelussen, Kraan, Toonen *forthcoming*



## Duurzame werkgelegenheid

Met continuïteit als basis zijn familiebedrijven dé banenmotor voor de Nederlandse economie.



# 2,5 miljoen banen

2.500.000 mensen in Nederland werken voor een familiebedrijf.  
Dat is 29% van alle werknemersbanen.

## Nederlandse familiebedrijven met meeste werknemers



|               |                                     |
|---------------|-------------------------------------|
| <b>86.000</b> | Heineken (Amsterdam)                |
| <b>59.000</b> | SHV (Utrecht)                       |
| <b>44.000</b> | Jumbo Groep (Veghel)                |
| <b>37.000</b> | ADG Dienstengroep (Almelo)          |
| <b>36.000</b> | VebeGo (Voerendaal)                 |
| <b>28.000</b> | Facilicom Services Group (Schiedam) |
| <b>17.000</b> | VolkerWessels (Amersfoort)          |
| <b>17.000</b> | VDL Groep (Eindhoven)               |
| <b>14.000</b> | Pon Holdings (Almere)               |
| <b>14.000</b> | CSU Total Care (Den Haag)           |

## Meer werk

*“Samen zijn familiebedrijven goed voor bijna 30 procent van de banen in het bedrijfsleven.  
Door die banen langer te behouden in onzekere tijden, helpen zij de economie draaiende te houden.”*

# 460

Er zijn 460 familiebedrijven met meer dan 250 werknemers. Deze 460 bedrijven zorgen samen voor ruim 580.000 banen.

# 3.630

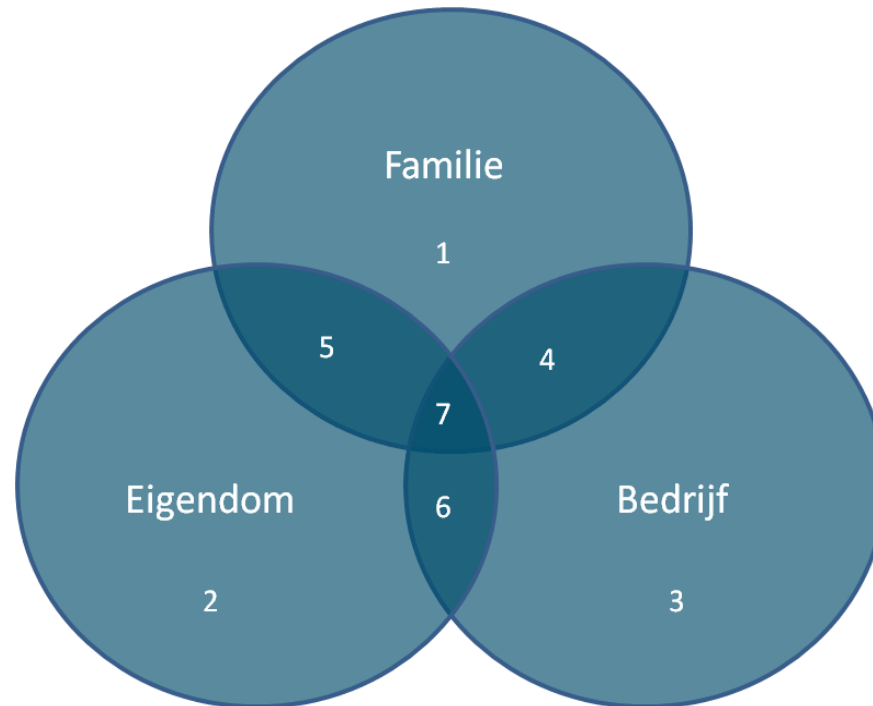
Er zijn 3.630 familiebedrijven met 50-250 werknemers. Deze 3.630 bedrijven zorgen samen voor ruim 540.000 banen.

# 268.745

De overige 268.745 kleine familiebedrijven zorgen voor ruim 1,3 miljoen banen. Gemiddeld zijn dat bijna 5 werknemers per bedrijf.

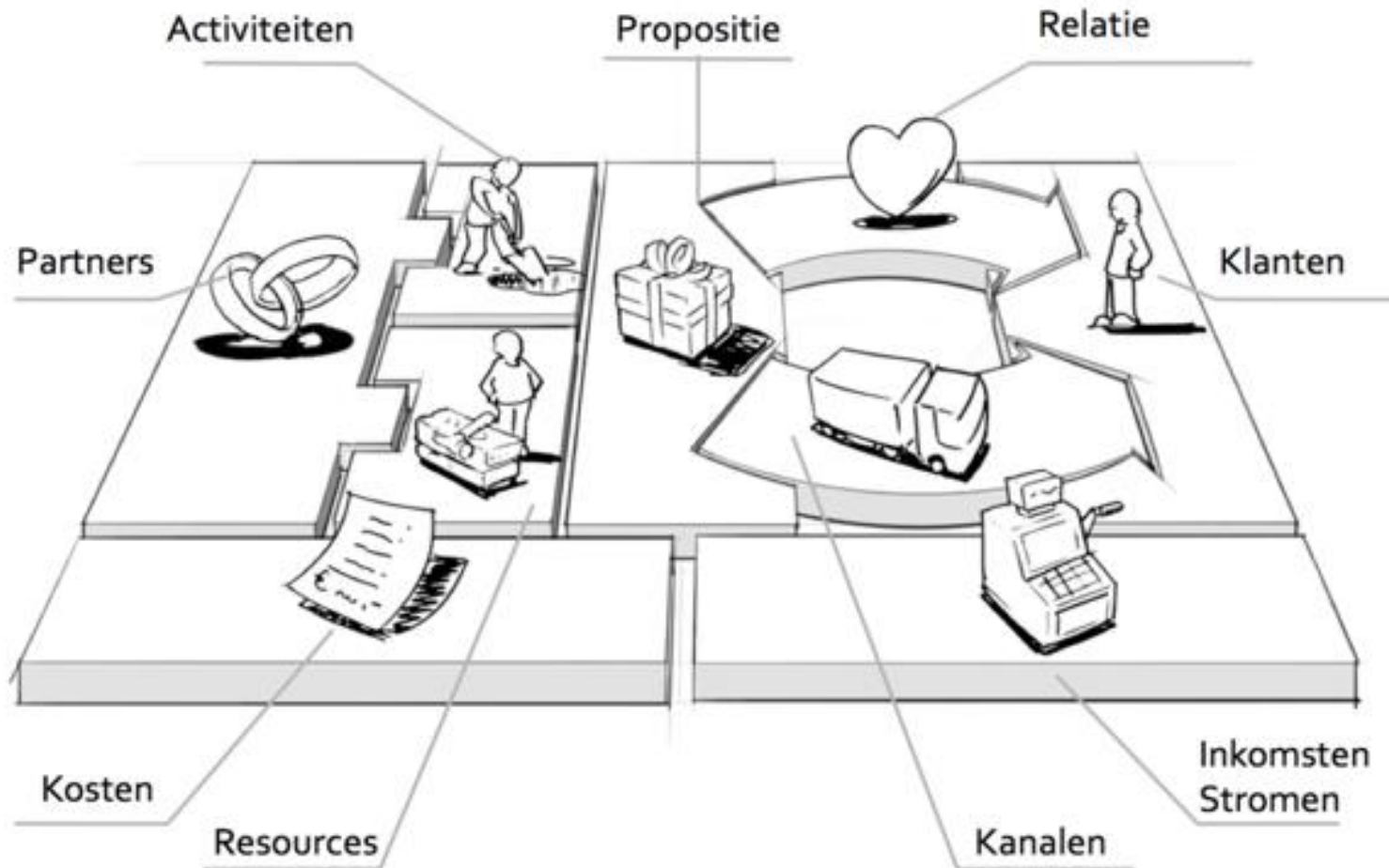
**FLYNTH**  
adviseurs • accountants

# Driecirkelmodel



**FLYNTH**  
adviseurs • accountants

# Structuur volgt strategie



# Oefening voor afgelopen week

| HOE?                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                    | WAT?                                                                                                                                                                                                                                                                        | VOOR WIE?                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><b>8. Belangrijkste/centrale partners</b><br/>Welke externe strategische partners zijn nodig om mijn product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul> |  <p><b>7. Kernactiviteiten</b><br/>Wat zijn de noodzakelijke activiteiten om mijn product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul> |  <p><b>2. Waardepropositie</b><br/>Wat is mijn aanbod voor de klant? Wat is voor de klant onderscheidend aan mijn product/dienst?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>  |  <p><b>3. Klantrelaties</b><br/>Hoe benader ik mijn (potentiële) klanten en hoe onderhoud ik de relatie met mijn klanten?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul> |  <p><b>1. Klantsegmenten</b><br/>Wie zijn mijn belangrijkste klanten en wat is hun behoefte?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul> |
|  <p><b>6. Mensen en middelen</b><br/>Wie en wat heb ik nodig?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                             |  <p><b>4. Kanalen</b><br/>Hoe komt mij product bij mijn klanten?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>                                                          |                                                                                                                                                                                                                                         |
|  <p><b>9. Kostenstructuur</b><br/>Wat zijn mijn belangrijkste kosten?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  <p><b>5. Inkomensstroom</b><br/>Waar haal ik mijn inkomsten uit (verdienmodel)? Waar zijn mijn klanten bereid voor te betalen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                         |



# Programma vanavond

**Thema:** de P van Planet (duurzaamheid)

|       |                                                         |
|-------|---------------------------------------------------------|
| 19:00 | Opening                                                 |
| 19:15 | Jan Jaap Poos (Wageningen Universiteit & Research)      |
| 20:00 | Pauze (koffie/thee)                                     |
| 20:10 | Tim Haasnoot (ProSea)                                   |
| 20:55 | Slotwoord, vooruitblik volgende sessie (Geert Hoekstra) |
| 21:00 | Einde formeel programma. Mogelijkheid rondleiding.      |
| 21:45 | Definitieve sluiting zaal                               |

# De P van Planet (duurzaamheid)

- Wat is 'duurzame blauw voedsel of seafood'???
- Is dat met een ecolabel of keurmerk?

Consument steeds kritischer



# De P van Planet (duurzaamheid)

- Of is dat met minimale.....
  - CO2 en stikstof uitstoot
  - En dus minimale brandstof- en energieverbruik
  - Minimale bijvangst
  - Minimale verstoring ecologie
  - Zo min mogelijk fish feed (aquacultuur)

kro ncrv

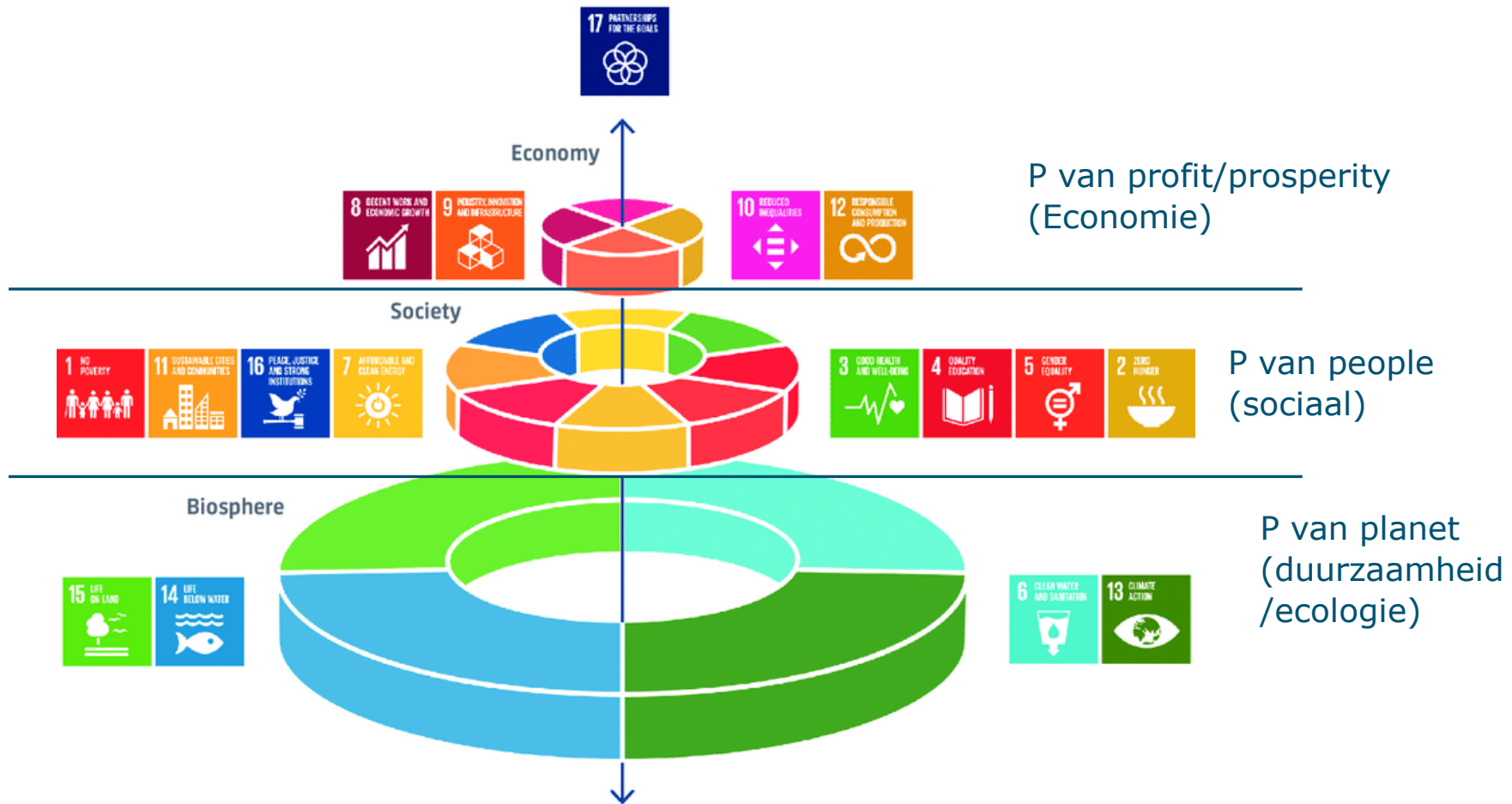
POINTER



10 november 2021

Waarom duurzame vis moeilijk te vinden is: 'Je moet aan veel klanten nee verkopen'

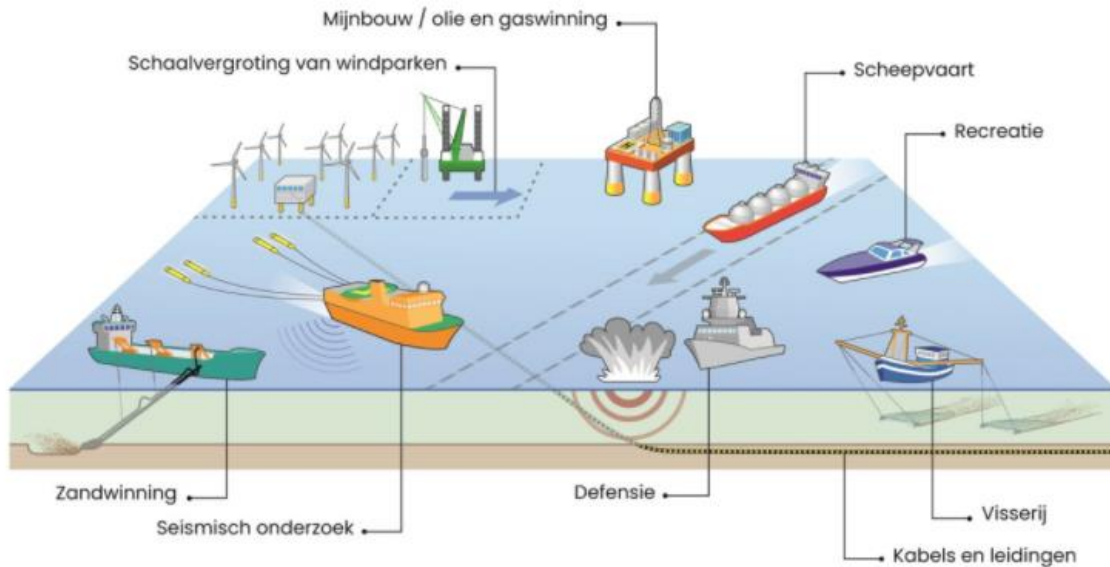
# De P van Planet (duurzaamheid)



A VISUALIZATION OF THESE SDG'S IN A "WEDDING CAKE" SHOWCASING THE CASCADING OF PRIORITIES (STOCKHOLM RESIDENCE CENTER, 2016)

# Zorg over balans natuur en energie

Stichting  
**De Noordzee**



Natuurvriendelijke energie

## Voorkom een botsing tussen natuur en klimaat in de Noordzee

Persbericht – Uit onderzoek van Stichting De Noordzee blijkt dat de ecologische kennisontwikkeling steeds verder achterloopt op de versnelling...

17 februari 2022



# Ecologische voetafdruk

- Elk voedselproduct heeft een belasting op het milieu
- Nooit klimaatneutraal
- Kies die producten die niet alleen gezond en voedzaam zijn,
- Maar ook de minste belasting (laagste voetafdruk)



Prof. Ray Hilborn  
Environmental cost of dinner

Mythes:

- Eet lokaal
- Vegan
- Fresh vs. frozen



<https://youtu.be/Z-voz1VYX8I>

# Ecologische voetafdruk

| Voedselproduct         | Sector      | Milieubelasting | Energie | Broeikasgassen | Verzuring | Eutrofiëring | Land gebruik | Zoetwater | Pesticiden | Antibiotica | Erosie |
|------------------------|-------------|-----------------|---------|----------------|-----------|--------------|--------------|-----------|------------|-------------|--------|
| Schelpdier             | Aquacultuur | 1.7             | 6       | 2              | 1         | 1            | 1            | 1         | 1          | 1           | 1      |
| Pelagische vis (klein) | Visserij    | 2.9             | 3       | 1              | 2         | 3            | 13           | 1         | 1          | 1           | 1      |
| Pelagische vis (groot) | Visserij    | 4.2             | 8       | 5              | 5         | 2            | 14           | 1         | 1          | 1           | 1      |
| Witvis                 | Visserij    | 4.8             | 11      | 6              | 4         | 4            | 14           | 1         | 1          | 1           | 1      |
| Zalmachtig             | Aquacultuur | 6.3             | 9       | 3              | 3         | 8            | 2            | 8         | 8          | 8           | 8      |
| Ongewervelden          | Visserij    | 6.3             | 12      | 11             | 11        | 5            | 14           | 1         | 1          | 1           | 1      |
| Vis (diverse soorten)  | Aquacultuur | 7.6             | 2       | 12             | 7         | 7            | 8            | 8         | 8          | 8           | 8      |
| Melk                   | Veehouderij | 7.8             | 1       | 4              | 8         | 6            | 3            | 12        | 12         | 12          | 12     |
| Karper                 | Aquacultuur | 9.7             | 14      | 10             | 6         | 15           | 10           | 8         | 8          | 8           | 8      |
| Tilapia                | Aquacultuur | 9.8             | 15      | 13             | 9         | 13           | 6            | 8         | 8          | 8           | 8      |
| Garnaal                | Aquacultuur | 10.1            | 13      | 14             | 12        | 11           | 9            | 8         | 8          | 8           | 8      |
| Eieren                 | Veehouderij | 10.3            | 4       | 7              | 10        | 16           | 4            | 13        | 13         | 13          | 13     |
| Varkensvlees           | Veehouderij | 11.0            | 5       | 8              | 15        | 10           | 5            | 14        | 14         | 14          | 14     |
| Meerval                | Aquacultuur | 11.2            | 16      | 16             | 13        | 12           | 12           | 8         | 8          | 8           | 8      |
| Kip                    | Veehouderij | 11.3            | 7       | 9              | 14        | 9            | 7            | 14        | 14         | 14          | 14     |
| Rundvlees              | Veehouderij | 13.6            | 10      | 15             | 16        | 14           | 11           | 14        | 14         | 14          | 14     |

# Keuze consument doet ertoe



Prof. Simon  
Bush (WUR)

How can I  
eat my way  
to a better  
world?

11 min.

Bron: De  
universiteit  
van  
Nederland

[https://youtu.be/I\\_esj9jBqV4](https://youtu.be/I_esj9jBqV4)

# Vanavond te gast bij Dayseday Frozen



<https://vimeo.com/114678237>

# Vissen naar de toekomst (Tegenlicht, VPRO)



<https://www.youtube.com/watch?v=cLAe1FYiIKw>



Education &  
Programmes

Research &  
Results

Value Creation &  
Cooperation

Search

Home ▾

Vissen naar de toekomst starring Jan Jaap Poos, woensdag 17 november bij Pakhuis de Zwijger in Amsterdam ▸



Vissen naar de toekomst starring  
Jan Jaap Poos, woensdag 17  
november bij Pakhuis de Zwijger in  
Amsterdam



Aquaculture and Fisheries

Contact form



# De “p” van planet

Jan Jaap Poos

Wageningen University and Research



Kennis op Maat project (KoM21009)



Rijksoverheid



**TOPSECTOR**  
TUINBOUW & UITGANGSMATERIALEN



# Duurzaam gebruik van visbestanden

ICES Advice on fishing opportunities, catch, and effort  
Greater North Sea ecoregion  
Published 30 June 2021



## Sole (*Solea solea*) in Subarea 4 (North Sea)

### ICES advice on fishing opportunities

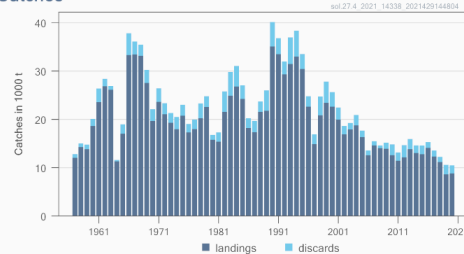
ICES advises that when the MSY approach is applied, catches in 2022 should be no more than 15 330 tonnes.

ICES notes the existence of a precautionary management plan, developed and adopted by one of the relevant management authorities for this stock.

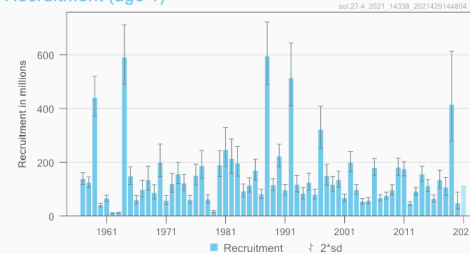
### Stock development over time

Fishing pressure on the stock is above  $F_{MSY}$  but below  $F_{pa}$  and  $F_{lim}$ ; spawning-stock size is above  $MSY B_{trigger}$ ,  $B_{pa}$ , and  $B_{lim}$  in 2021.

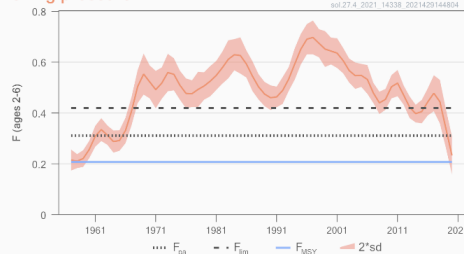
#### Catches



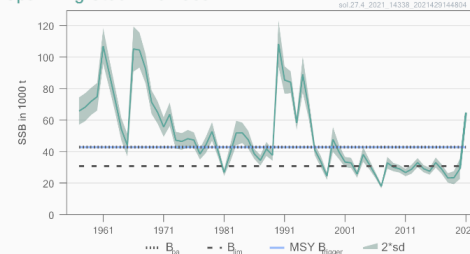
#### Recruitment (age 1)



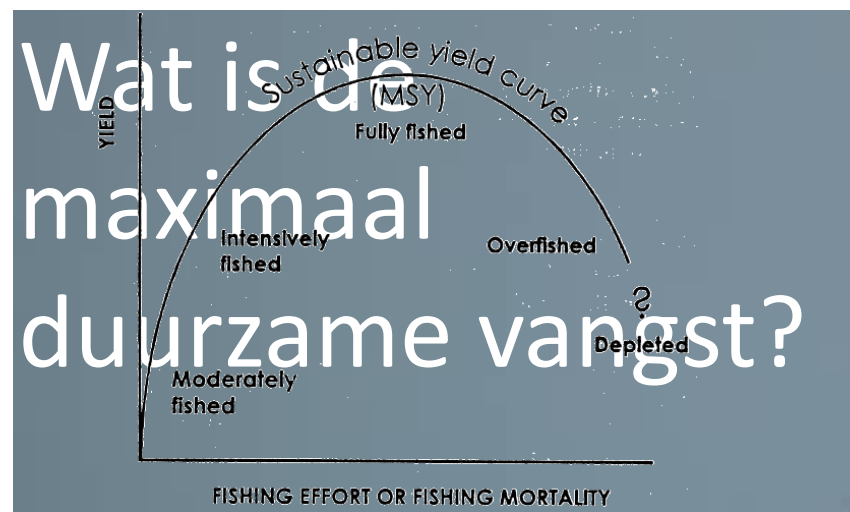
#### Fishing pressure



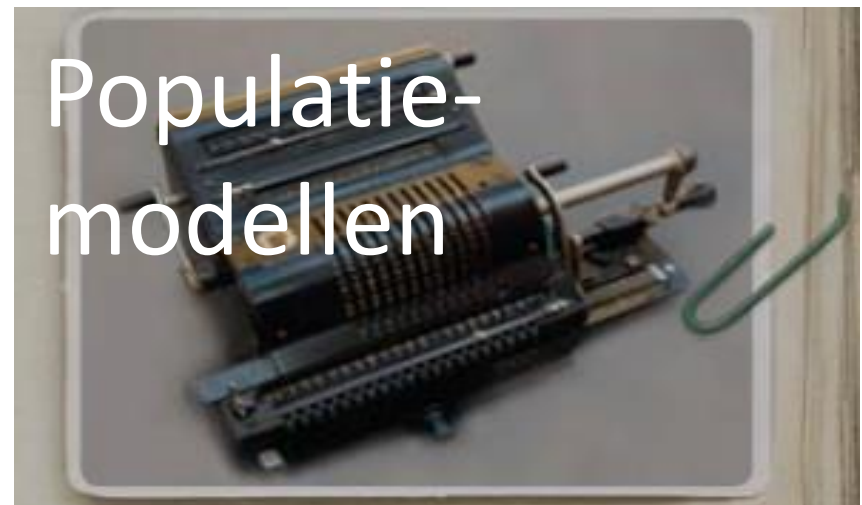
#### Spawning Stock Biomass



# Drie deelvragen

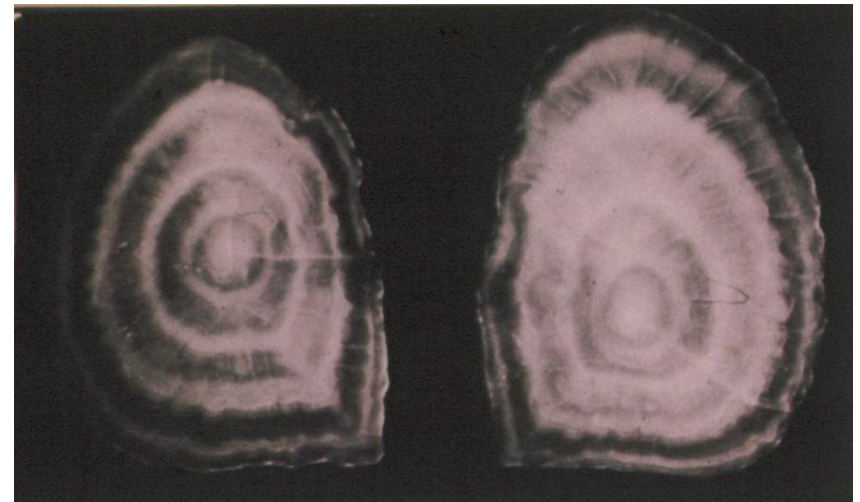


# Drie deelgebieden



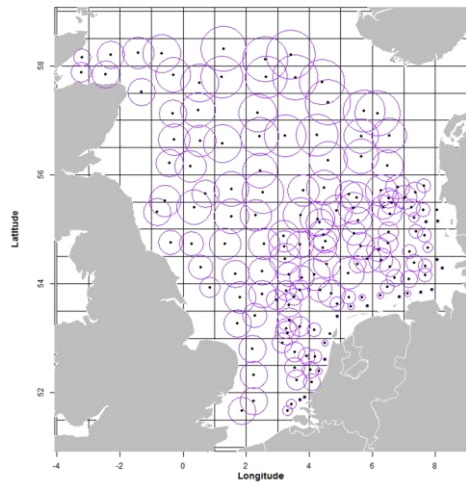


# De visafslag





# De onderzoeksschepen

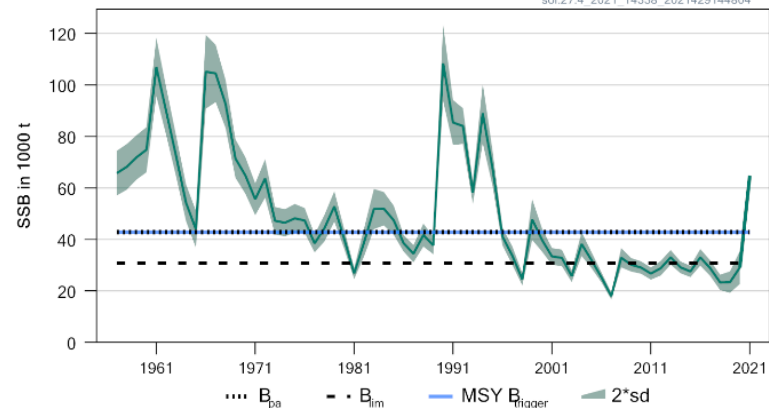


# Populatiemodellen visbestanden

Groei

Aanwas

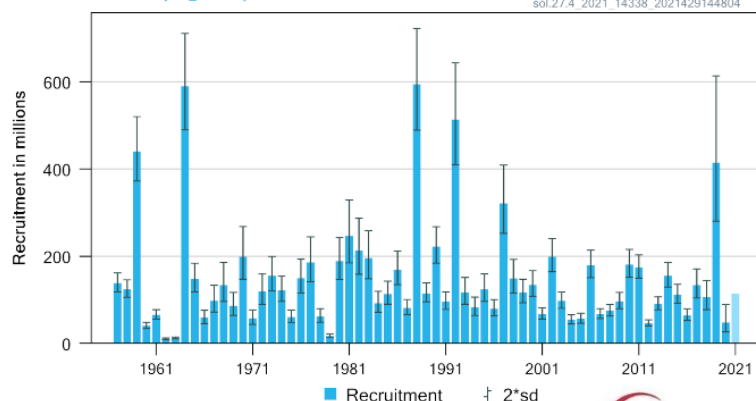
Spawning Stock Biomass



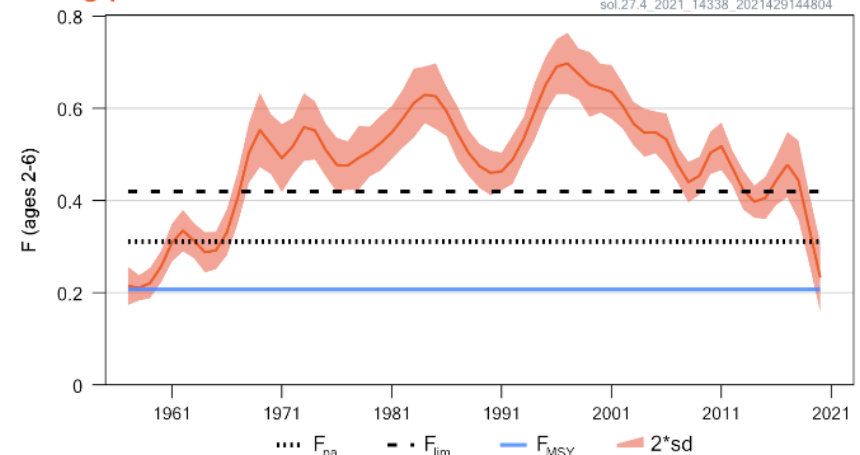
Natuurlijke  
sterfte

Visserij

Recruitment (age 1)



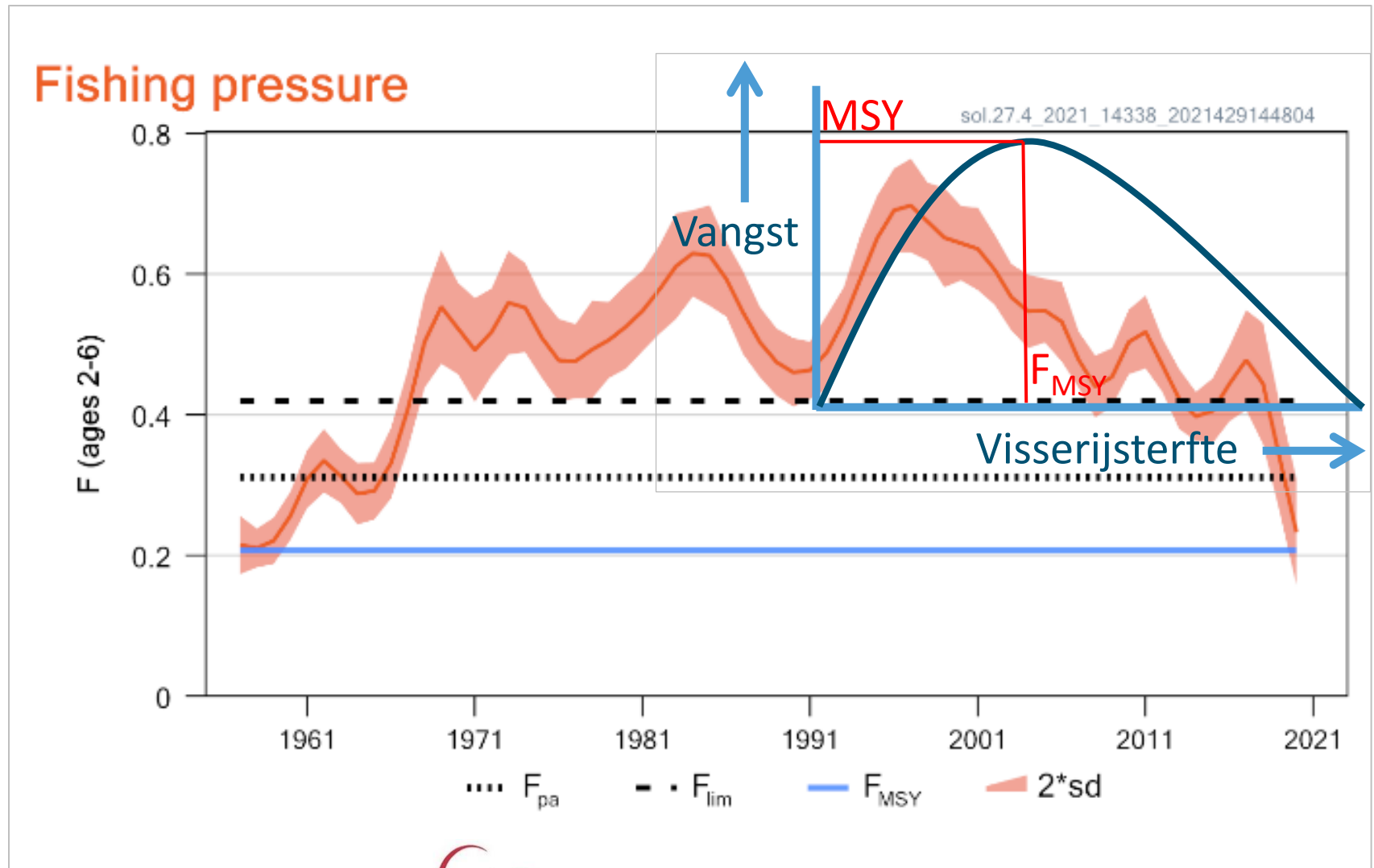
Fishing pressure



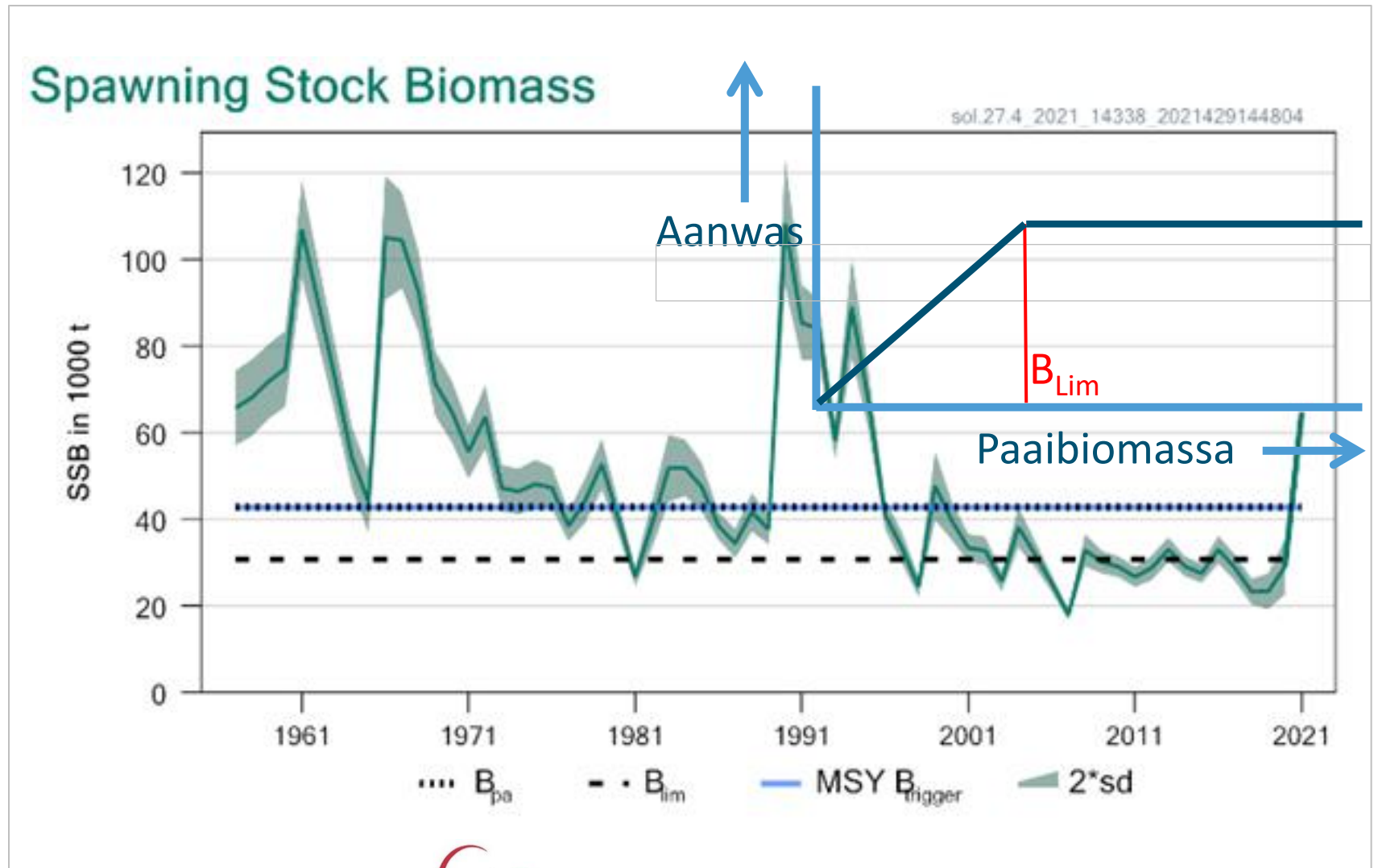
WAGENINGEN  
UNIVERSITY & RESEARCH

ROC FRIESE POORT

# Referentie voor **visserij sterfte** en biomassa



# Referentie voor visserij sterfte en **biomassa**



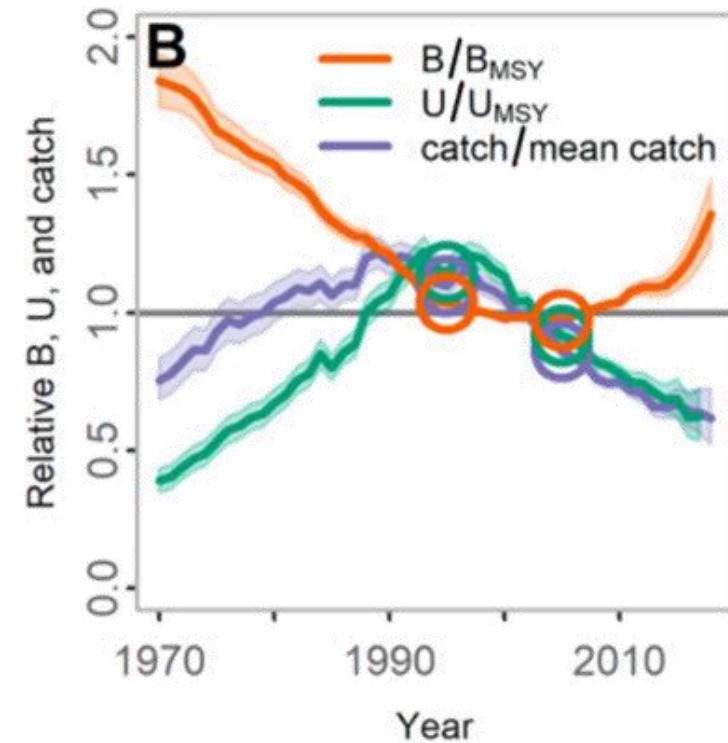
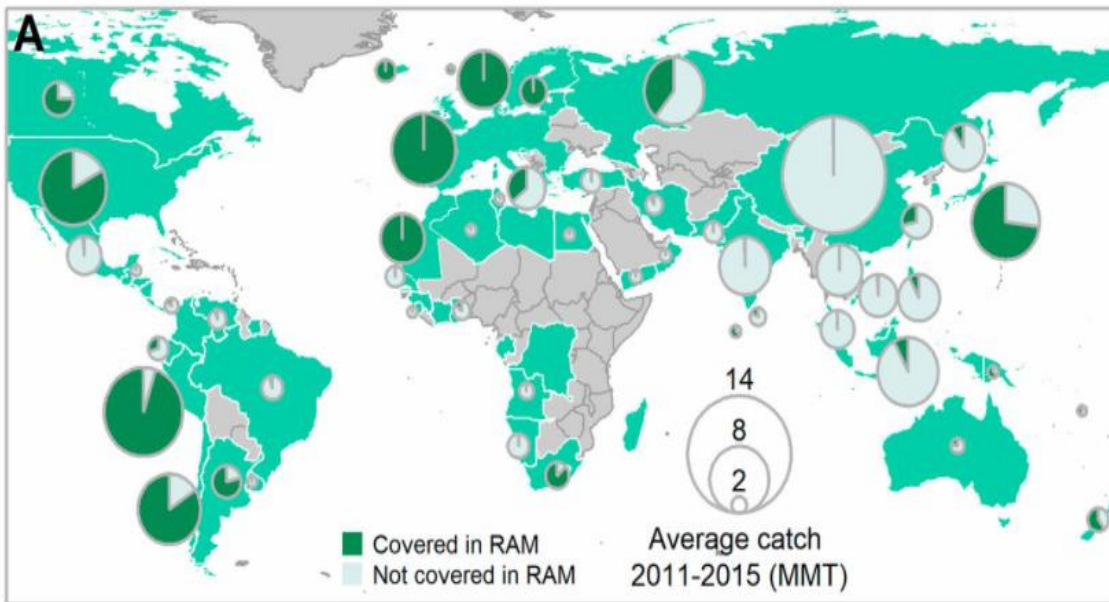
# Referentie voor visserij sterfte en biomassa

“Maintain or restore stocks to levels that can produce the maximum sustainable yield with the aim of achieving these goals for depleted stocks on an urgent basis and where possible not later than 2015;”

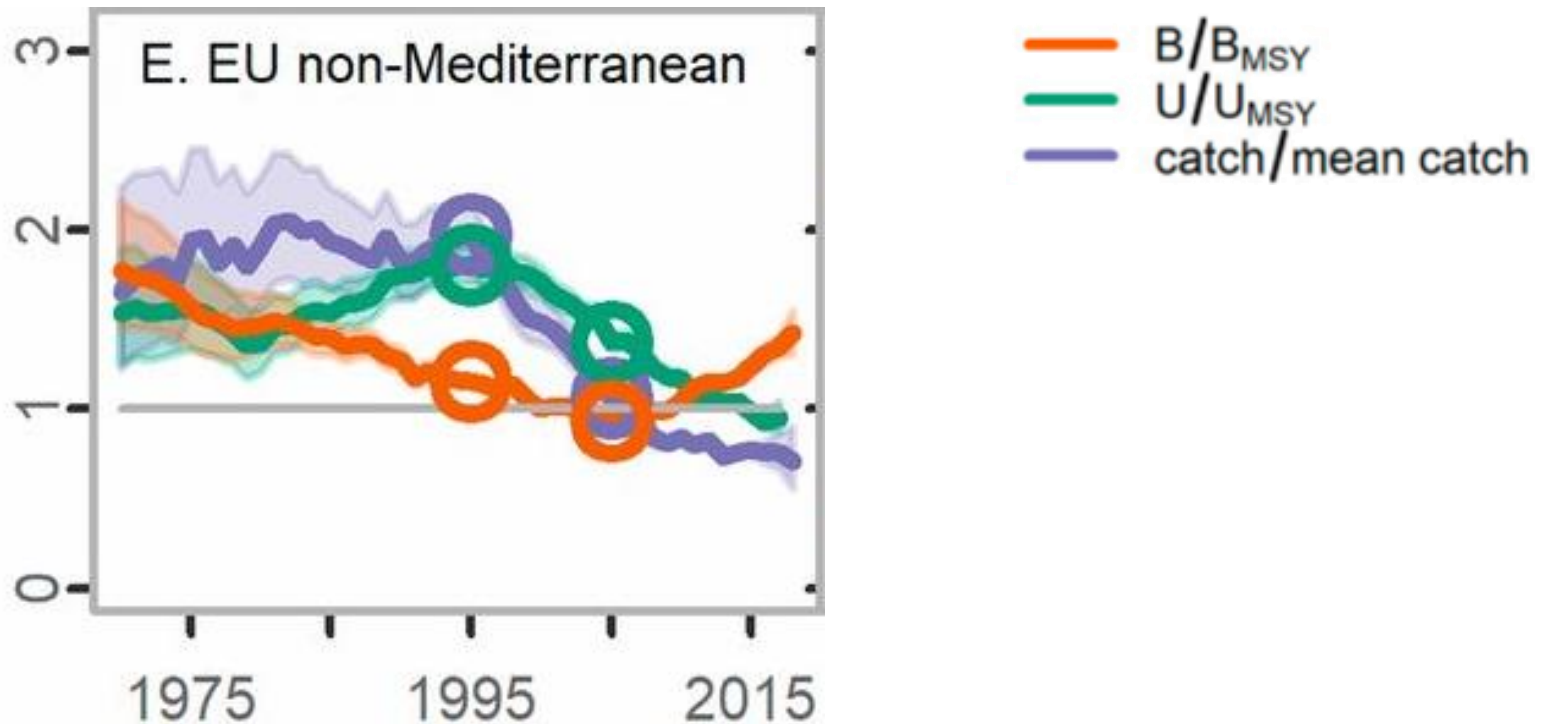




# Global trends in effort and biomass



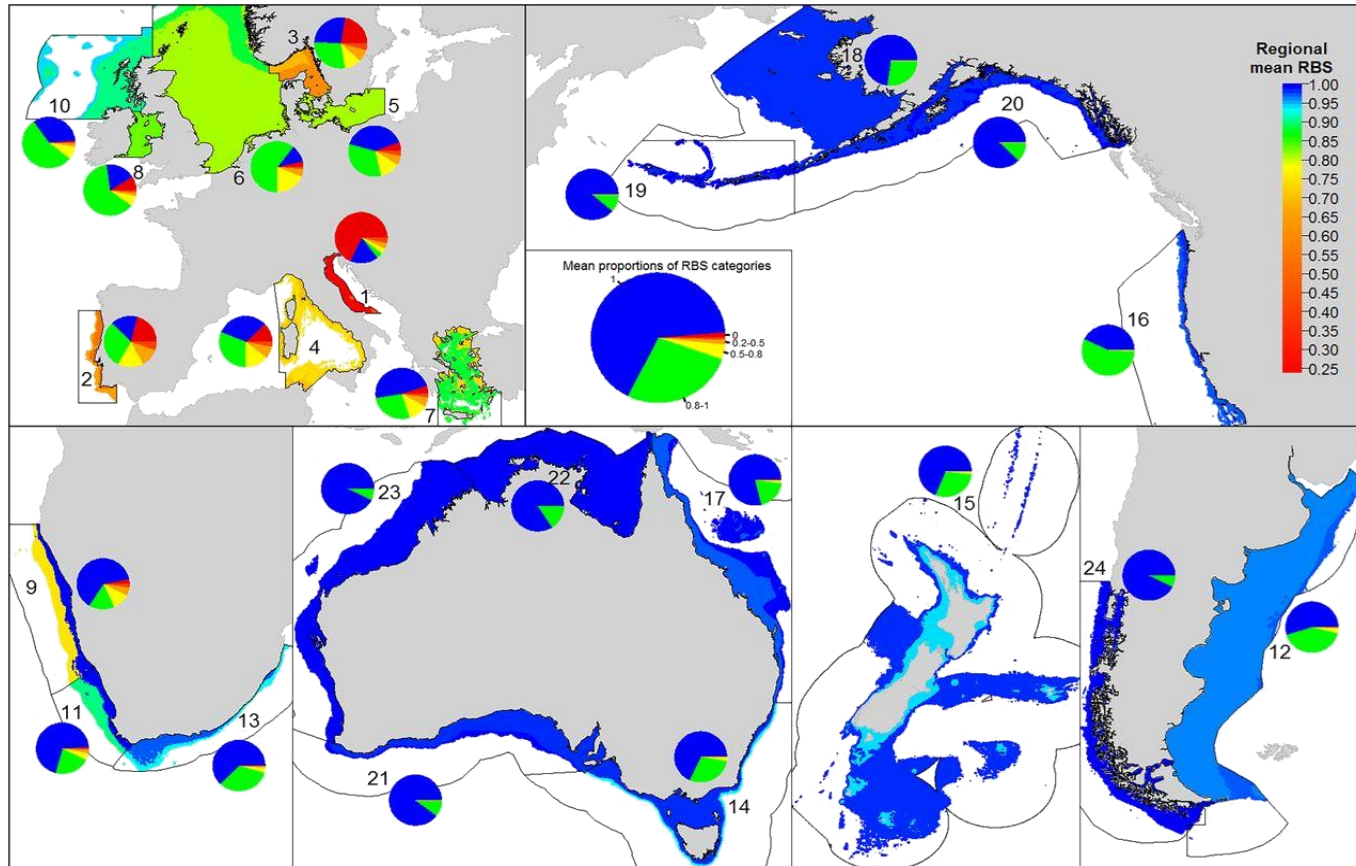
# Visserijsterfte en biomassa in Europa



# Bestandsbeheer is niet de enige indicator

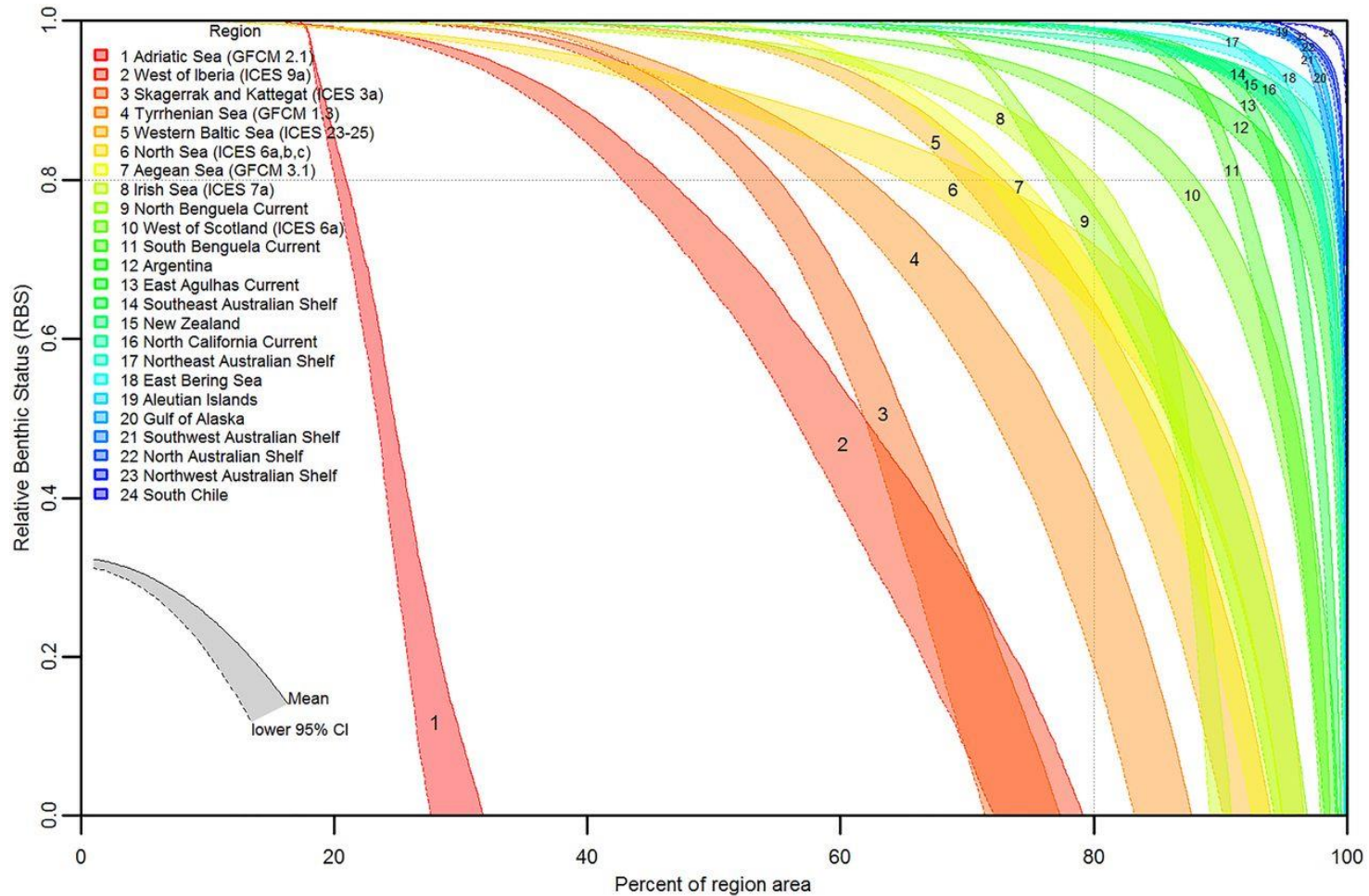
- Effecten van bodemvisserij op bodemdieren
- Bijvangst

# Effecten van bodemvisserij op bodemdieren



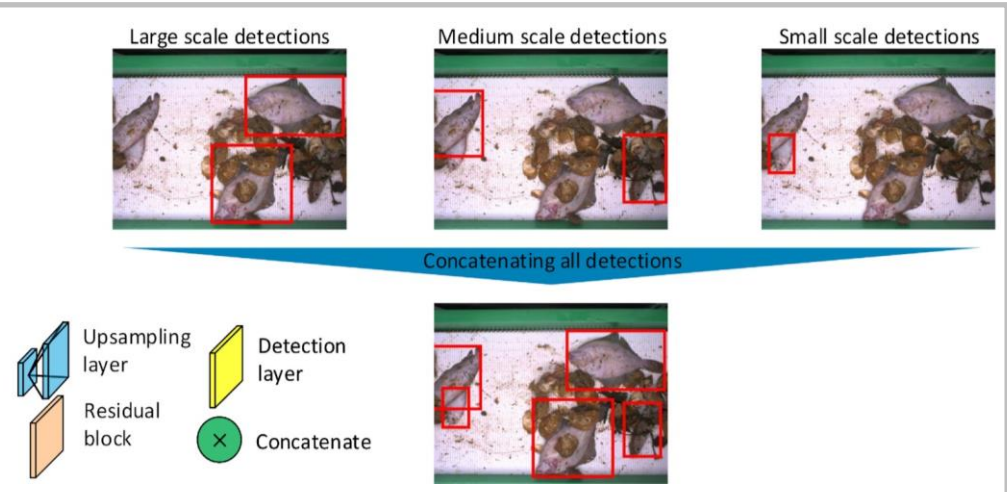
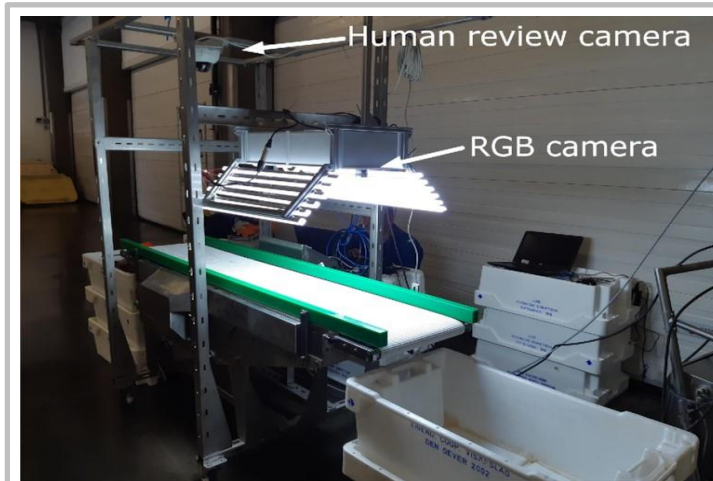
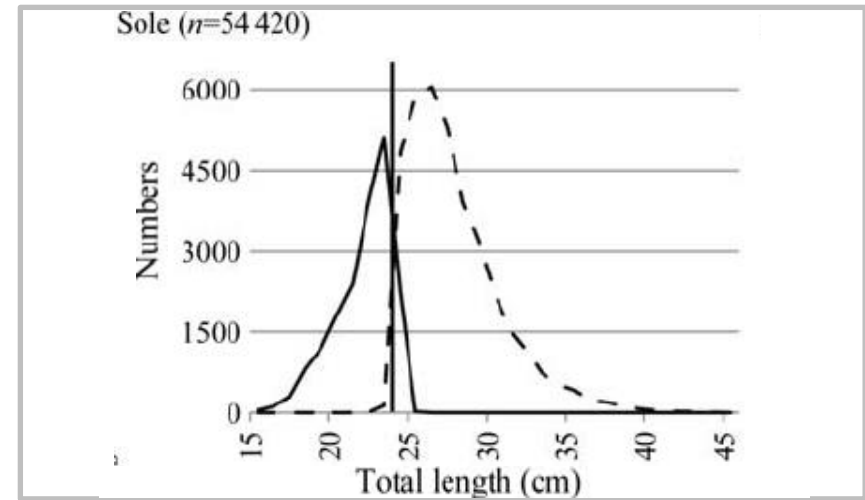
Relative benthic status

# Relative benthic status voor regio's





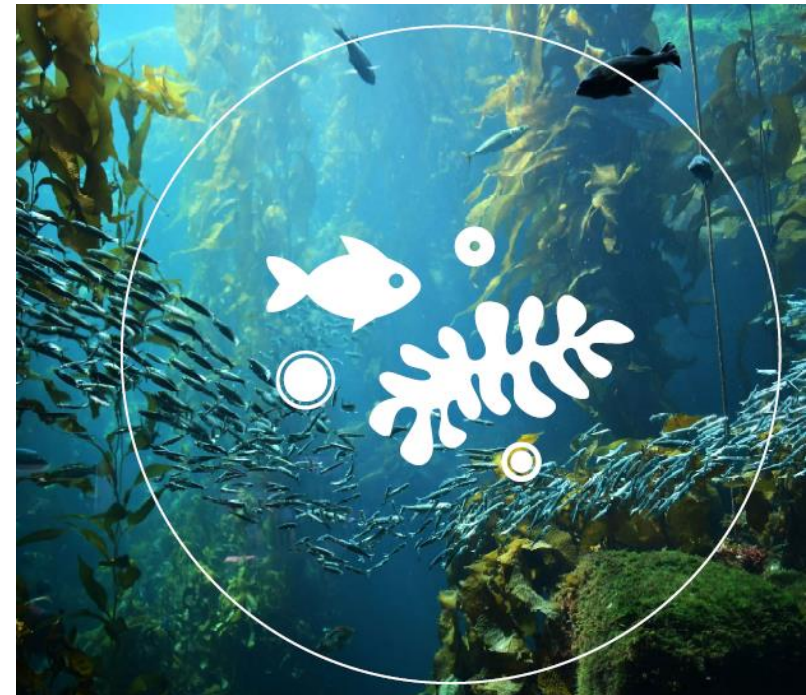
# Bijvangststen



# Vragen? Contact nadertijd

Jan Jaap Poos

E [janjaap.poos@wur.nl](mailto:janjaap.poos@wur.nl)



Masterclass Ondernemerschap  
in de blauwe economie

'Het voedsel van de toekomst is blauw'

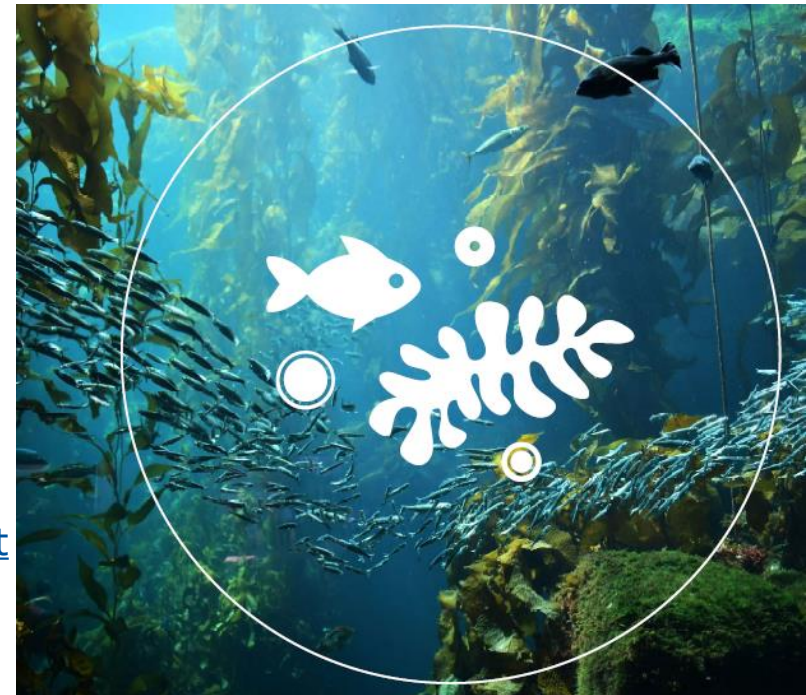
# Literatuur

Wereldwijde status visbestanden:  
[www.pnas.org/content/117/4/2218](http://www.pnas.org/content/117/4/2218)

Effecten van bodemvisserij:  
[www.pnas.org/content/119/2/e2109449119](http://www.pnas.org/content/119/2/e2109449119)

Cameras en machine learning bijvangst  
<https://doi.org/10.1093/icesjms/fsab233>

ICES advies voor tong in de Noordzee  
[www.ices.dk/sites/pub/Publication%20Report/s/Advice/2021/2021/sol.27.4.pdf](http://www.ices.dk/sites/pub/Publication%20Report/s/Advice/2021/2021/sol.27.4.pdf)



Masterclass Ondernemerschap  
in de blauwe economie

'Het voedsel van de toekomst is blauw'

# Korte pauze

5-10 minuten pauze

Benen strekken

Thee/koffie + sanitaire stop



WAGENINGEN  
UNIVERSITY & RESEARCH





# Workshop: Duurzaamheid in de keten

Tim Haasnoot & Roos Swart  
ProSea Marine Education



Kennis op Maat project (KoM21009)



Rijksoverheid



TOPSECTOR  
TUINBOUW & UITGANGSMATERIALEN





# People, Planet, Profit

**People**

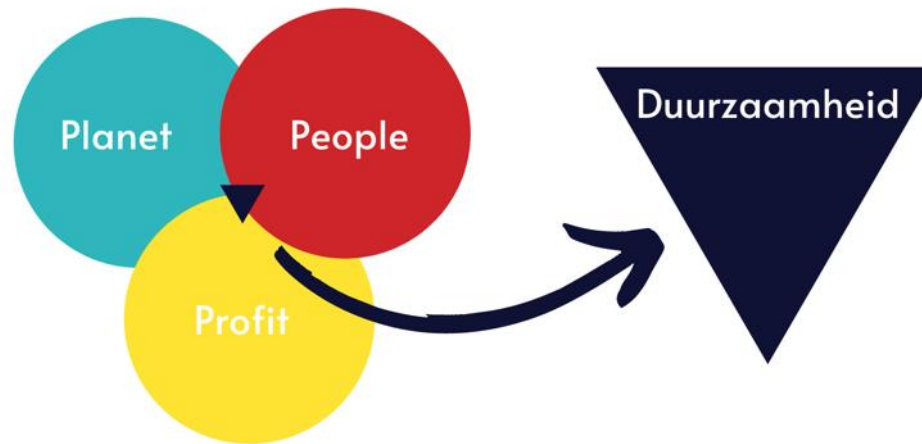
Acceptatie door de samenleving

**Planet**

Behoud van natuur en milieu

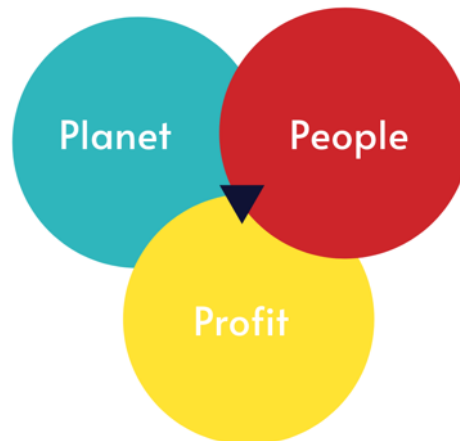
**Profit**

Winstgevendheid van bedrijven



# Zelf aan de slag

- Jullie krijgen een 'casus'
- Lees de casus en ga aan de slag met de vragen in je groep
- Nabespreking klassikaal
- Stel gerust vragen



# Programma workshop

1. Vorm groep, doorlezen opdracht (10 minuten)
2. Beantwoord vraag 1 - 3 (20 minuten)
3. Beantwoord vragen 4 – 7 (10 minuten)
4. Klassikaal bespreken (15 minuten)
5. Workshop afronden (5 minuten)



# Groepsindeling

| Groep 1              |
|----------------------|
| Hendrik van Veen     |
| Harm D. Post         |
| Willem de Boer       |
| Julia Kivit          |
| Kevin van der Gracht |

| Groep 2                 |
|-------------------------|
| Marieke Swinkels        |
| Klaas Willem Koffeman   |
| Jacob of Hanneke Brands |
| Kalle Michielsen        |
| Ment van der Zwan       |

| Groep 3           |
|-------------------|
| Steven Hoefnagel  |
| Eric Tigelaar     |
| Juriean Brands    |
| Lars Raemakers    |
| Leendert Hakvoort |

| Groep 4                          |
|----------------------------------|
| Jozua Koffeman/Maarten de Boer   |
| Gerrit Brands en/of Pieter Buter |
| Auke van Slooten                 |
| Esther Grootjans                 |
|                                  |

| Groep 5               |
|-----------------------|
| Roelof van der Meulen |
| Wilma Koster          |
| Pedro Rappe           |
| Bas Havinga           |
| Bente de Haan         |

# Programma workshop

1. Vorm groep, doorlezen opdracht (10 minuten)
2. Beantwoord vraag 1 - 3 (20 minuten)
3. Beantwoord vragen 4 – 7 (10 minuten)
4. Klassikaal bespreken (15 minuten)
5. Workshop afronden (5 minuten)

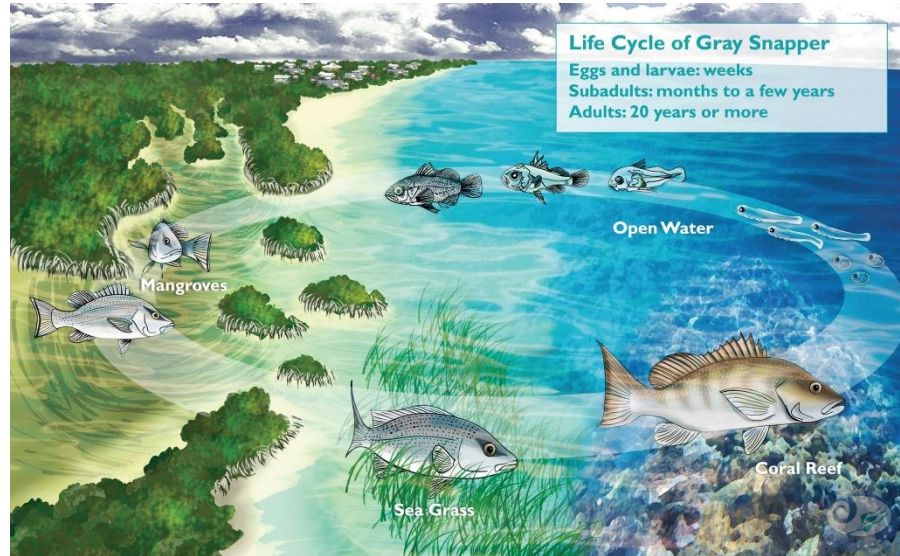




# Overzicht risico's 'Planet'

1. Beschermde gebieden: onduidelijk
2. Gevoelige flora en fauna: koraal, zeegras, mangrove, groene zeeschildpad
3. Contaminatie: onduidelijk
  - Kunt denken aan chemicaliën, antibiotica, voedselresten, luchtuitstoot, toename troebelheid, onderwatergeluid, aanvaringen, ankerplaatsen

## Managen: Environmental Impact Assessment



# Overzicht risico's 'People'

1. Oppositie lokale gemeenschappen: Hoog risico door potentieel effect op omgeving/gemeenschap
2. Inheemse bevolking: Hoog door aanwezigheid Taroki stam
3. Verplaatsen van gemeenschappen: Hoog, want dorp verplaatst op kaart
  - Veel vraagtekens rondom verhuizing, compensatie, effect van Happy Shrimp Ltd op welzijn lokale bevolking (voedselvoorziening), conflict ruimtegebruik, arbeidsomstandigheden/welzijn personeel

**Managen: Social Impact Assessment & volgen principes Internationale Arbeidsorganisatie (ILO) en internationale richtlijnen**



# Overzicht risico's 'Profit'

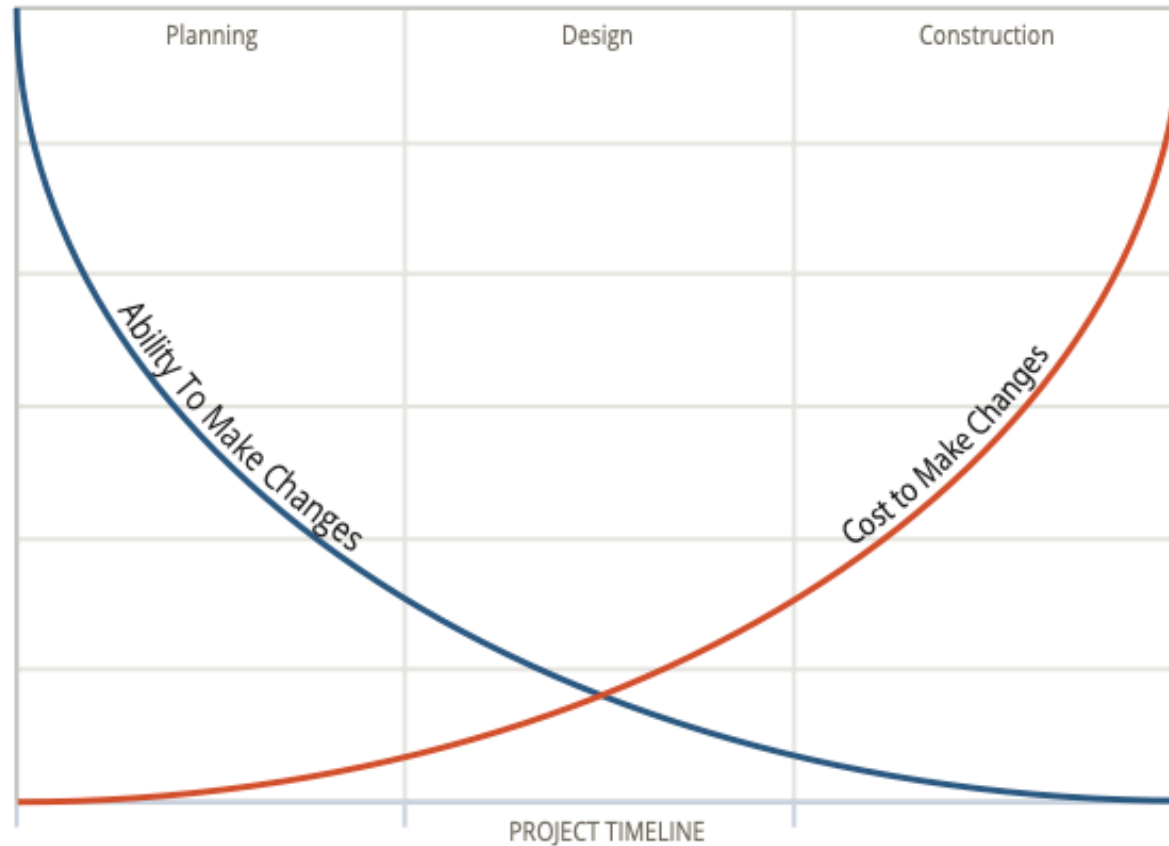
1. Projectfinanciering: Risico, want onduidelijkheid over investeerders & gebruik internationale richtlijnen → gevolgen verzekering
2. Beleid van de leverancier: Risico, want vooralsnog weinig concrete info
3. Eisen afnemer: Hoog risico, want kritisch maar onduidelijkheid over standaarden
  - Veel vraagtekens over de financiering en het beleid van Happy Shrimp Ltd rondom duurzaamheid, geen keurmerken/standaarden, onduidelijkheden concrete eisen afnemer

**Managen: Financiering volgens internationale richtlijnen, afspraken keurmerken/standaarden in keten**

UNITED NATIONS  
GUIDING PRINCIPLES  
ON BUSINESS  
& HUMAN RIGHTS

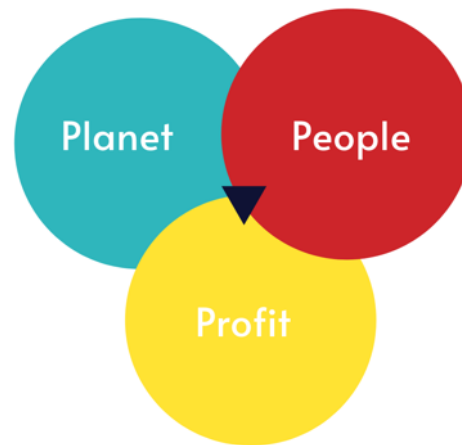
# Take home message workshop

- Beter goed beginnen, dan laat corrigeren



# Take home message workshop

- Bewustzijn van duurzaamheidsrisico's is eerste stap
- Onduidelijkheid = risico
- Iedere schakel in keten heeft een rol
- Behoefte aan zwart/wit, maar vaak vooral grijs
- Geen begin, geen eind → state of mind





# Vragen? Contact nadertijd

Tim Haasnoot

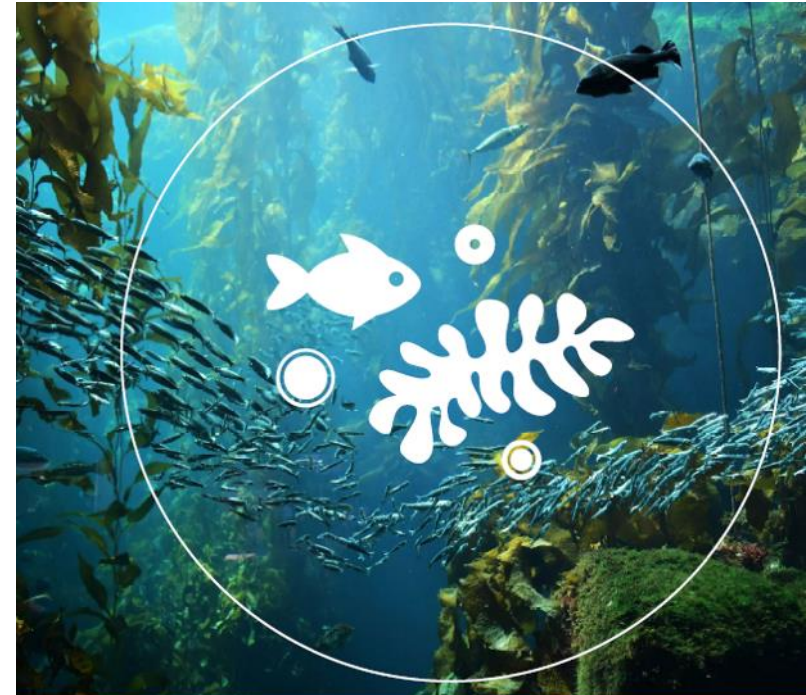
T +31 (0)6 3077 6030

E [tim@prosea.info](mailto:tim@prosea.info)

Roos Swart

T +31 (0)6 8319 7180

E [roos@prosea.info](mailto:roos@prosea.info)



Masterclass Ondernemerschap  
in de blauwe economie

'Het voedsel van de toekomst is blauw'



WAGENINGEN  
UNIVERSITY & RESEARCH



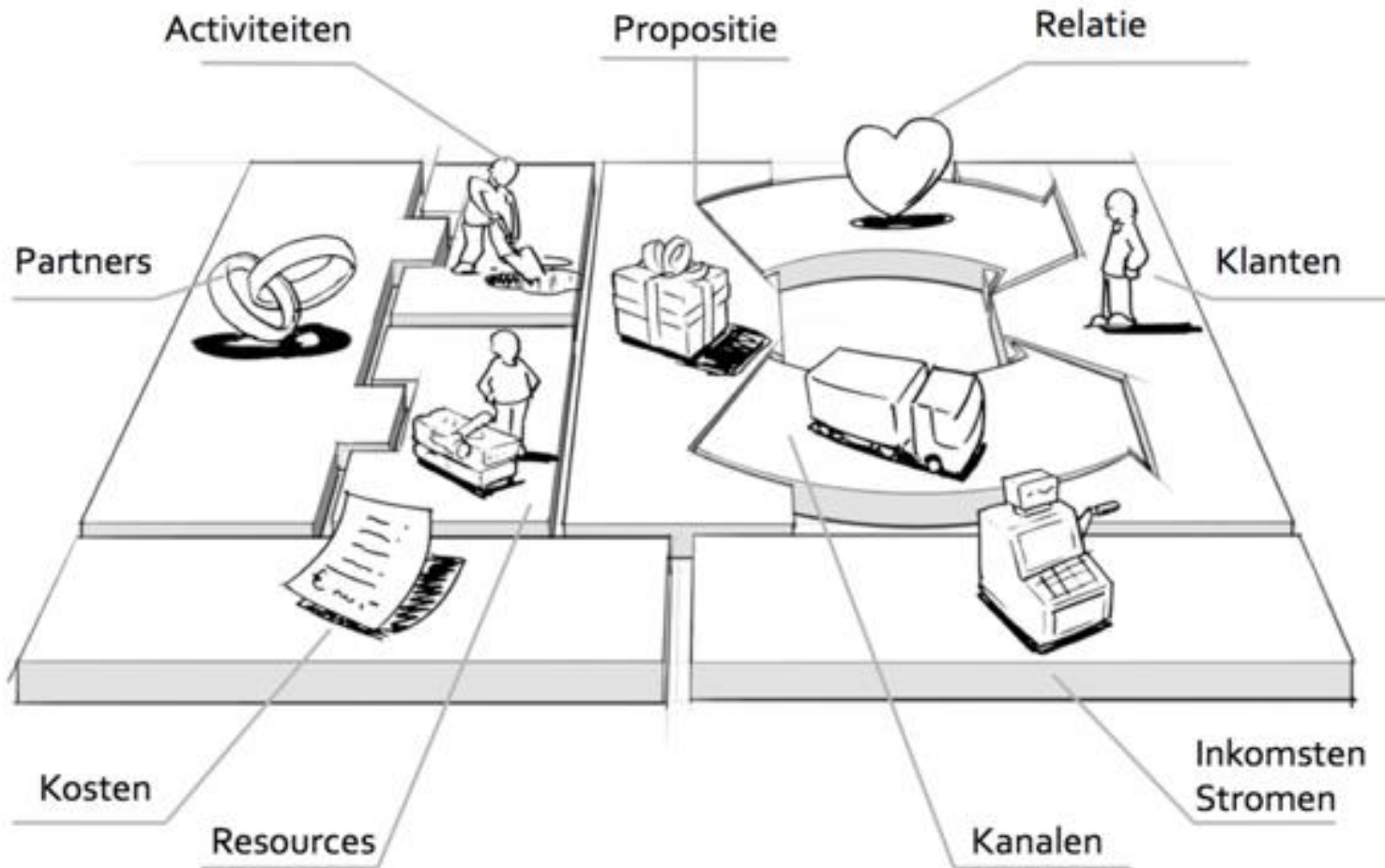
# Programma sessie 4 (3 maart)

**Thema:** de P van Profit/prosperity (winst/welvaart)

|       |                                                                                                 |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 19:00 | Opening                                                                                         |
| 19:15 | Hans van Oostenbrugge (Wageningen Universiteit & Research)                                      |
| 20:00 | Pauze (koffie/thee)                                                                             |
| 20:10 | Kees ten Napel (ABN Amro), Meindert Hoefnagel en Willem Post (Profinis Accountants & Adviseurs) |
| 20:55 | Slotwoord, vooruitblik volgende sessie (Geert Hoekstra)                                         |
| 21:00 | Einde formeel programma. Mogelijkheid tot netwerken en napraten                                 |
| 21:45 | Definitieve sluiting zaal                                                                       |



# Structuur volgt strategie



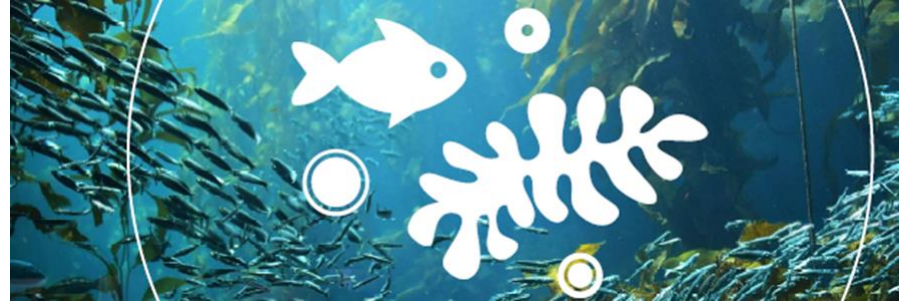
# Oefening voor komende tijd

| HOE?                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                   | WAT?                                                                                                                                                                                                                                                                      | VOOR WIE?                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><b>8. Belangrijkste/centrale partners</b><br/>Welke externe strategische partners zijn nodig om mijn product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul> |  <p><b>7. Kernactiviteiten</b><br/>Wat zijn de noodzakelijke activiteiten om mijn product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul> |  <p><b>2. Waardepropositie</b><br/>Wat is mijn aanbod voor de klant? Wat is voor de klant onderscheidend aan mijn product/dienst?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul> |  <p><b>3. Klantrelaties</b><br/>Hoe benader ik mijn (potentiële) klanten en hoe onderhoud ik de relatie met mijn klanten?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>        |  <p><b>1. Klantsegmenten</b><br/>Wie zijn mijn belangrijkste klanten en wat is hun behoefte?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul> |
|  <p><b>6. Mensen en middelen</b><br/>Wie en wat heb ik nodig?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                           |  <p><b>4. Kanalen</b><br/>Hoe komt mij product bij mijn klanten?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                        |
|  <p><b>9. Kostenstructuur</b><br/>Wat zijn mijn belangrijkste kosten?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                           |  <p><b>5. Inkomensstroom</b><br/>Waar haal ik mijn inkomsten uit (verdienmodel)? Waar zijn mijn klanten bereid voor te betalen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                        |

# Meer info en contact



<https://www.rocfriesepoort.nl/over-ons/practoraten/practoraat-visserij-innovatie-en-ondernemerschap>



[Project webpagina WUR](#)

Marion Bogers

T +31 (0) 317 48 18 13

E [marion.bogers@wur.nl](mailto:marion.bogers@wur.nl)

Geert Hoekstra

T +31 (0)6 18 20 35 17

E [ffghoekstra@rocfriesepoort.nl](mailto:ffghoekstra@rocfriesepoort.nl)

**Masterclass Ondernemerschap  
in de blauwe economie**



**De toekomst van voedsel is blauw!**

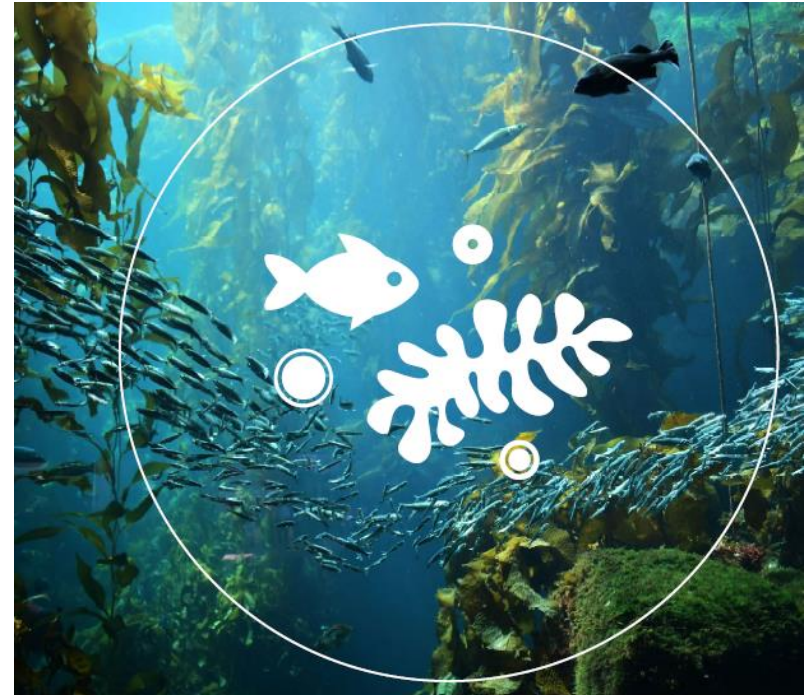


**WAGENINGEN**  
UNIVERSITY & RESEARCH





# Bedankt! Tot de volgende sessie!



## Masterclass Ondernemerschap in de blauwe economie

'Het voedsel van de toekomst is blauw'



WAGENINGEN  
UNIVERSITY & RESEARCH

