

Potentie Scheveningen experience verse Noordzeevis

06-02-2024

Geert Hoekstra en Kees Taal (Wageningen Economic Research)



Kennismaking

Kees Taal

Senior economisch onderzoeker visserij

@Wageningen Economic Research

<https://www.wur.nl/nl/personen/kees-c-kees-taal.htm>



Geert Hoekstra

Economisch onderzoeker seafood (ketens en –markten)

@Wageningen Economic Research

<https://www.wur.nl/nl/Personen/geert-ff-geert-hoekstra-msc.htm>



Inhoudsopgave (wat staat er op het menu?)



- Introductie
- Doel
- Het idee
- Huidige situatie
- Gewenste situatie
- Waarom en waartoe?
- Wat en hoe?
- Vervolg: wat is er nodig?
- Referenties

Introductie

In de periode 2020-2022 heeft het driejarige Publiek-Private Samenwerking (PPS) project genaamd 'LWV19082 Dicht-bijvangst; lokaal gevangen vis uit de korte keten rond Scheveningen' plaatsgevonden. Via deze website zijn alle uitkomsten, verschenen pers artikelen en rapporten terug te vinden: <https://www.wur.nl/nl/onderzoek-resultaten/kennisonline-onderzoeksprojecten-lnv/soorten-onderzoek/kennisonline/dichtbijvangst-lokaal-gevangen-vis-uit-de-korte-keten-rond-scheveningen.htm>. Initiatiefnemer en aanvrager van deze PPS was Stichting Noordzeevis uit Scheveningen, bestaande uit leden die betrokken zijn bij de lokale Noordzeevisketen in en rondom Scheveningen. De belangrijkste missie van deze Stichting is: "Noordzeevis uit Scheveningen bij iedereen geliefd te maken, van visser tot consument." De PPS bestond uit een consortium van Stichting Noordzeevis uit Scheveningen, ROC Mondriaan (mbo onderwijs), Schuttelaar & Partners (communicatie- en adviesbureau), De Waterreus (strandpaviljoen/horeca), Seafood Centre (visverwerker/visgroothandel), Strandpaviljoen Grand Plage (strandpaviljoen/horeca), W.G. Den Heijer (visverwerker/visgroothandel), Zarautz (restaurant/horeca) en W. van der Zwan (visserij). Coördinerend en uitvoerend kennisonderzoeksinstituut was Wageningen Economic Research.

Tot eind 2022 was het communicatie- en adviesbureau Schuttelaar & Partners de belangrijkste uitvoerende partij van de meeste communicatie- en marketingactiviteiten voor de Stichting. Begin 2023 is deze communicatie- en marketingrol overgedragen aan het Nederlands Visbureau. Voor het PPS project is napro (financiering voor verlengde en/of uitgestelde projectactiviteiten) aangevraagd. Door maatregelen die werden ingesteld in het kader van de coronacrisis (in 2020-2021) moesten activiteiten worden uitgesteld waarbij ook de cofinanciering in termen van cash bijdrage door veel consortiumleden zoals bijvoorbeeld strandpaviljoens onmogelijk was. Vanuit de topsector/LNV is hier coulance geboden en is er als napro beperkt budget beschikbaar gesteld voor afrondende werkzaamheden voor deze PPS. Het geld moet besteed worden aan onderzoeksactiviteiten, niet aan materialen.. Aan Wageningen Economic Research is de opdracht gegeven om afsluitende onderzoeksactiviteiten via het napro budget te verrichten in overstemming met het PPS projectplan of in het verlengde van de missie van de Stichting en voldoen aan de behoefte van het consortium.

Doel

Uit de resultaten van het PPS project (2020-2022) kwam de behoefte naar voren naar onderzoek naar een verdienmodel voor een plek voor het laten proeven en beleven van verse Noordzeevis producten. Bij navragen bij bedrijven en bestuursleden van de Stichting rondom de Scheveningse visserijhaven werd genoemd dat er al decennia lang de wens en ambitie is om het potentieel van een seafood experience te verkennen. Deze seafood experience zou een hotspot (een culinaire plek) moeten zijn waar zowel lokale bewoners, expats, toeristen als onderwijsscholen of excursiegroepen een beleving krijgen van de lokale Noordzeevis. Deze beleving heeft tot doel om bezoekers/klanten zowel in culinair opzicht als vanuit de bedrijvigheid en voedselprocessen van de sector bekend te maken met Noordzeevis. Tot nu toe was deze ambitie en wens voor een seafood experience vooral een individueel initiatief zonder een verkenning naar de economische haalbaarheid vanuit een collectief belang. Dit is dan ook het voorstel voor de afrondende onderzoeksactiviteiten. Anders geformuleerd: een verkenning van de potentie en benodigde basis voor een seafood experience in de haven van Scheveningen voortbouwend op de PPS resultaten in 2020-2022.

Voorziene voordelen zijn:

- Stimulans korte keten met verse Noordzeevis, waarbij Scheveningen als living lab dient voor Nederlandse visserijhavens. Bewust is voor Scheveningen gekozen omdat hier de meer toeristen en expats vertegenwoordigd zijn vergeleken met andere visserijhavens in Nederland. Ook heeft de Scheveningse visketen een belangrijke rol in het aanbod van Noordzeevis in de Randstad met haar 7-8 miljoen inwoners (CBS, 2022a).
- Het idee van een seafood experience in of rondom de visserijhaven van Scheveningen is niet nieuw. Wel nieuw is dat deze ambitie voor het eerst in samenspraak van betrokken bedrijven is geformuleerd en als concreet idee ingediend binnen het Visserij Ontwikkel Plan (VOP) dat een landelijke subsidieregeling is vanuit het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV): <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2023/06/13/30-miljoen-euro-steun-voor-aanpassingen-visserijbedrijven-aan-wal-en-gemeenschappen>. Daarmee sluit deze verkenning nauw aan bij de actualiteiten van het VOP proces vanuit de visserijregio Hollandse Haring Kust waartoe Scheveningen behoort.
- Verse Noordzeevis past goed in de ambitie van Nederland om meer lokaal en gezond voedsel te stimuleren.
- Het verdienmodel van korte ketens vanuit collectief van bedrijven is in tegenstelling tot de landbouw nog nauwelijks systematisch onderzocht en gevalideerd binnen de visserij.

Het idee

Concreet leeft het idee onder partijen die betrokken zijn bij de ontwikkeling van het havengebied van Scheveningen om een centrum te creëren waar beleving, educatie en co-creatie samen komen rondom Noordzeevis. In andere sectoren dan de visserij zijn er veel vergelijkbare voorbeelden bekend, zoals het World Horti Center (<https://www.worldhorticenter.nl/>) in het Westland als de centrale plek voor kennis- en innovatie van de internationale glastuinbouw. In dit soort centra krijgen bezoekers een inkijkje in het verleden (hoe is een sector verworpen tot wat het is vandaag?), het heden en de toekomst (welke innovaties en toekomstvisie liggen binnen handbereik?). Voor Noordzeevis, duurzaam eiwit uit zee, is zo'n centrum er nog niet binnen Nederland en zelfs niet in Noord-Europa. Dit terwijl Nederland een grote en belangrijke rol speelt in de Noordzeevervisserij, zowel de pelagische- (haring, makreel etc.) als de kottervisserij (platvis, rondvis, Noordzeegarnalen etc.). Scheveningen is de thuishaven van beide visserijen met daarbij de aanwezigheid van de visafslag in de haven en omringd door visverwerkende bedrijven en meerdere horecagelegenheden die Noordzeevis serveren.

De naam van het centrum is nog niet gekozen. In het collectieve plan van het VOP wordt het 'SEAFOOD CENTRAL HOLLAND' genoemd terwijl in eerdere plannen de term 'seafood experience' werd gebruikt. Welke naam het uiteindelijk ook mag krijgen, het gaat erom dat deze plek er komt in Nederland om de geschiedenis van de haringvisserij te tonen met daarna de opkomst van de kottervisserij en tenslotte een blik op de toekomst van duurzaam eiwit uit zee. Het moet een centrum zijn waar toeristen en bezoekers deze informatie op eigentijdse wijze kunnen beleven en letterlijk proeven in een 'proeflokaal'. Onbekend maakt onbemind, waarbij de grootste uitdaging maar ook kans ligt in het visueel aanbieden en laten proeven van Noordzeevisproducten (Hoekstra, 2022a; Hoekstra, 2022b; Tacken et al, 2022; Dagevos et al, 2014). Daarnaast moet het een plek zijn waar evenementen kunnen worden gehouden (verhuur van ruimte), waar groepen en scholen terecht kunnen voor educatieve (dag)programma's en waar betrokken stakeholders zoals natuurorganisaties, onderzoeksinstituten, overheden en bedrijfsleven samenwerken aan programma's om ambities rondom duurzaam eiwit uit zee en milieuversterking en de communicatie hierover daadwerkelijk te realiseren. Zie verderop onder 'Gewenste situatie' voorbeelden waar het centrum aan zal moeten voldoen om de hierboven beschreven behoeften en ambities waar te kunnen maken.

Huidige situatie (1)

De volgende uitdagingen zijn er voor de Nederlandse visserijsector en de lokale visketen in Scheveningen:

- Het aanbod van verse Noordzeevis in Nederlandse havens daalde sterk van 2017-2022 (-56% in gewicht). Dit komt vooral door slechtere vangbaarheid van bepaalde soorten (met name platvis) en een krimpende vloot. Hier bovenop is de Nederlandse kottervloot sterk gekrompen na een sanering (sloop) van schepen in 2023 (Visserij in Cijfers, 2023; Hoekstra et al, 2023). Na de sanering van zo'n 50 kotters in 2023, bestaat de actieve visserijvloot uit 230 schepen. Het grootste deel (ongeveer 170 schepen) van die resterende 230 kotters bestaat uit garnalenkotters die niet of nauwelijks in Scheveningen hun vangst aanvoeren.
- Door het dalende aanbod staat de financiële situatie van meerdere vis- en garnalenafslagen in Nederland onder druk. De visverwerkende bedrijven en alle schakels in de keten daarna zoals horeca en retail wijken steeds vaker uit naar geïmporteerde vissoorten zoals gekweekte zalm, tonijn, kabeljauw of tropische garnalen (Hoekstra et al, 2023). Het aanbod van Noordzeevis in visdetailwinkels, supermarkten en restaurants neemt sterk af.
- Doordat het aanbod van verse Noordzeevis steeds verder achterblijft op de vraag stijgt door schaarste de verkoopprijs voor de visserman per kilogram Noordzeevis. Daarnaast speelt inflatie een prijsverhogende rol. Bijvoorbeeld de kiloprijs van Noordzeetong steeg alleen al in de zomer van 2022 met 43% vergeleken met een jaar eerder (CBS, 2022b). Niet alleen visdetailisten, supermarkten en horeca(groothandels) weken uit, ook consumenten vervangen Noordzeevisproducten vaker voor alternatieven zoals geïmporteerde niet-Noordzeevissoorten of lager geprijsde pluimveeproducten (Visbureau, 2023).
- Over het algemeen eet slechts 30% van de Nederlanders de aanbevolen hoeveelheid, namelijk minstens één keer per week vis (Voedingscentrum, z.d.). De herkenning en bekendheid met Noordzeevis is beperkt onder jongeren (Tacken, 2023).

Huidige situatie (2)

Naast uitdagingen zijn er kansen voor de Nederlandse visserijsector en de lokale visketen in Scheveningen:

- Scheveningen beschikt over alle elementen om Noordzeevis onder het grote publiek, meer bekend en geliefd te maken. Namelijk: een eigen visserijhaven met zowel pelagische-, kotter- als dagvisserij; een eigen visafslag; visverwerkende/visgroothandelsbedrijven rondom de haven; bad- en strandplaats en vlak naast de hofstad Den Haag met internationale inwoners (expats), ambassades en de landelijke regering; veel hotels en horeca met onder andere strandpaviljoens met uitzicht op de Noordzee; veel (internationaal) toerisme;; een groot bereik omdat het omgeven is door de dichtbevolkte Randstad en een rijke historie vanuit de haringvisserij.
- De potentie van het visafslaggebouw en van de (visserij)haven wordt onderbenut doordat lang niet alle ruimtelijke capaciteit wordt gebruikt. Daarnaast concurreren verschillende type gebruikers in de visserijhaven vanuit het schaars beschikbare vastgoed. Het viscluster bestaat uit bedrijven die actief zijn in de lokale visketen: van visserij, afslag, verwerking tot aan het transport naar de horeca. Het viscluster levert niet alleen directe werkgelegenheid op, maar ook indirect door aanverwante bedrijven die actief zijn op de Noordzee.

Gewenste situatie (1)

De beschreven uitdagingen van de huidige situatie zijn tegenstrijdig aan de ambities vanuit overheidsbeleid. In diverse beleidsdocumenten (Kottervisie, Noordzeeakkoord, Regeringsakkoord, Begroting LNV, Visie voedsel uit zee en grote wateren*) wordt gesproken over het belang van de Nederlandse visserij en aquacultuur en de bijdrage aan voedselvoorziening. In de startnotitie visie voedsel uit zee en grote wateren van minister Adema van LNV staat: “Uitgangspunt voor de visie is dat mariene voedselwinning een belangrijk, maar tot op heden relatief onderbelicht beleidsthema is, dat zeker gezien het groeiend belang van voedselzekerheid en voedselproductie dichtbij huis meer aandacht vereist. In de voedselvisie wil ik hier nader op in gaan, waarbij ik ook de relatie wil leggen met het huidige Nederlandse voedselbeleid, de nationale eiwitstrategie en de inzet in het visserijbeleid.”

De gewenste situatie is dat uitdagingen worden omgebogen naar kansen zodat het belang van voedsel uit zee (Noordzeevis inclusief schaal- en weekdieren en plantaardige mariene eiwitten zoals zeewier) niet verder afneemt. Een centrum (voor nu ‘seafood experience’ genoemd) kan als middel om te komen tot dit doel dienen. Het begint namelijk met het etaleren van de rijke tradities en geschiedenis en de toekomst van voedsel uit zee voor het grote publiek. Waar in de huidige situatie nog geldt “onbekend maakt onbemind” is het de ambitie om Noordzeevis bekend en geliefd te maken van visser tot consument. Meer nog, door educatie en onderzoek te verbinden aan het centrum heeft het niet alleen een etalerende functie maar ook een rol in de kennisverspreiding en –ontwikkeling over het leven in (organismen, klimaat etc.), voedsel uit en werken op zee.

* Kottervisie, 19 juni 2020: <https://open.overheid.nl/documenten/ronl-98010708-6cb5-473f-acf2-2c88dd230c6c/pdf>;
Noordzeeakkoord, 19 juni 2020: <https://www.noordzeeoverleg.nl/documenten+nzo/handlerdownloadfiles.ashx?idnv=2015944>
Regerakkoord (ook wel coalitieakkoord 2021-2025 genoemd), 15 december 2021: <https://open.overheid.nl/documenten/ronl-f3cb0d9c-878b-4608-9f6a-8a2f6e24a410/pdf>
Artikel 22 Natuur, visserij en gebiedsgericht werken (Begroting XIV LNV 2023): <https://www.rijksfinancien.nl/memorie-van-toelichting/2023/OWB/XIV/onderdeel/1448282>
Startnotitie Visie voedsel uit zee en grote wateren (LNV), 7 februari 2023: <https://open.overheid.nl/documenten/ronl-1f6c64ee3fb9a258341b0a856c41664cef7dea6e/pdf>

Gewenste situatie (2)

Belangrijke elementen waar het centrum (voor nu 'seafood experience' genoemd) aan moet voldoen zijn:

- Het is een verrijking en vernieuwing vanuit cultureel, educatief en culinair oogpunt. Het moet een uniek concept bieden naast alle bestaande attracties in Nederland. Het wordt de centrale plek voor het verleden, heden en toekomst in beeld, geluid en beleving van de Nederlandse visserij met informatie over het leven in en werken op zee.
- Het heeft zowel een nationale als internationale uitstraling. In samenwerking met VVV-kantoren en attracties zoals Madurodam, Panorama Mesdag, Muzee Scheveningen, Omniversum, Blijdorp dierentuin, Sealife Scheveningen kunnen bezoekers geattendeerd worden op deze 'seafood experience'.
- Het heeft een duidelijke en zichtbare koppeling met de traditierijke historie van de Nederlandse visserij vanuit het verleden maar ook met het heden en de toekomst. Daarnaast geeft het podium aan kennis vanuit onderzoek, visserijsector en natuurorganisaties over voedsel uit zee en de bijdrage aan en opgaven voor een gezonde Noordzee.
- Het moet een verdienmodel bieden waardoor marktpartijen het centrum kunnen en willen exploiteren al dan niet met behulp van regionale of (inter)nationale overheidssteun.
- Er moet voldoende aanbod zijn van Noordzeevissoorten van het (vangst)seizoen zoals haring, makreel, platvissoorten (schol, tong etc.) maar ook de minder bekende soorten zoals wijting, pieterman, grauwe poon, steenbolk, schar etc.
- Het aanbod moet de korte keten stimuleren doordat deze Noordzeevis uit de lokale of regionale visketen afkomstig is.

Waarom en waartoe?

Het centrum (voor nu 'seafood experience' genoemd) is beoogd om tot de volgende uitkomsten te komen:

- De bewustwording en betrokkenheid bij Noordzeevis te vergroten onder het publiek via dit centrum in Scheveningen. Het doel van Stichting Noordzeevis uit Scheveningen is "Noordzeevis uit Scheveningen bij iedereen geliefd te maken, van visser tot consument". De herkenning vergroten en het geliefd maken van Noordzeevis is belangrijk om jong en oud te stimuleren meer gezonde en duurzaam verantwoorde vis te laten eten. Slechts 30% van de Nederlanders komt aan de eens per week aanbevolen visconsumptie (Voedingscentrum, z.d.).
- Het versterken van een korte keten en daarmee het verdienvermogen van bedrijven (van visser tot viswinkel of restaurant) actief in de lokale visketen van Scheveningen. Tot nu toe zijn korte ketenconcepten in de Nederlandse visserij nauwelijks rendabel en schaalbaar gebleken. Dit vereist meer aandacht en inspanning om korte ketens en het verdienmodel te versterken. Het draagt daarmee niet alleen bij aan de opbrengsten maar ook aan de werkgelegenheid rondom de visserijhaven van Scheveningen. Ook buiten Scheveningen, in andere visserijregio's, kan het centrum als proeflab dienen en? wat betreft de economische en sociale haalbaarheid van korte ketens. Gewenste bijvangst is dat via het proeflokaal en de beleving, bezoekers ook meer geïnformeerd raken over het voedsel uit zee, de staat van de Noordzee en de Nederlandse visserij.
- Een seafood experience kan een (unieke) attractie worden, verrijkend voor de Randstad, met een educatief karakter voor toeristen en bezoekers. Hiermee wordt (inter)nationaal een vernieuwende mogelijkheid geboden om kennis op te doen van de zee. Op eigentijdse en laagdrempelige wijze kan hier worden geleerd over het leven in en werken op zee, met de beleving en een proeverij van voedsel uit zee. De vissector, ngo's zoals natuur- en milieuorganisaties, onderzoek en lokale of regionale overheden kunnen het verhaal op een genuanceerde wijze en vanuit de samenwerking met ieders expertise vertellen aan bezoekers.
- Het centrum kan jong en oud interesseren voor onderzoek, studie of carrière gerelateerd aan de visserijhaven of de Noordzee.

Wat en hoe? (1)

Daarmee ontstaat met het centrum in de visserijhaven van Scheveningen één centrale plek in Nederland waar alles over en van de Nederlandse visserij samen komt. Denk aan beelden, die nauw aansluiten bij het idee van SEAFOOD CENTRAL HOLLAND binnen het VOP, zoals:

- Terugblik en vooruitblik (verleden en toekomst visserij): De voor de Nederlandse welvaart zo belangrijke en wereldwijde toonaangevende haringvisserij (1550-1700) en modernisering van de Noordzeevisserij door Nederland (20e eeuw). Dit op een aantrekkelijke en eigentijdse wijze met een 4D of 5D experience via kunstmatige intelligentie en gamification zodat jong en oud de geschiedenis en toekomst kunnen (her)beleven. Uiteraard meertalig gezien het grote aantal toeristen en internationale bezoekers of expats aanwezig in Den Haag en Randstad.
- Proeflokaal van voedsel uit zee: In navolging van het onderzoek in de PPS, is het raadzaam volgens bedrijven actief in de lokale visketen van Scheveningen om consumenten de smaak en textuur van Noordzeevis te laten proeven. Een proeflokaal biedt de mogelijkheid om meer informatie te geven tijdens deze 'test- en smaakbeleving' over de voedingswaarden en voor- en nadelen van Noordzeevis, de duurzaamheid van bepaalde gevangen of gekweekte vissoorten en leuke feiten en labels over het leven (klimaat, soorten, organismen etc.) in zee. Een proeflokaal biedt daarmee kansen qua communicatie en promotie voor belanghebbende partijen zoals de Stichting Noordzeevis uit Scheveningen en het Visbureau, bedrijven actief in de lokale visketen, ngo's zoals natuur- en milieuorganisaties, kennis- en onderzoeksinstituten maar ook aquarium attracties. Deze laatste belanghebbende partij zou mogelijk in aquaria het onderwaterleven ter plekke kunnen tonen aan bezoekers.
- Expositieruimte voor kunstenaars, sporters of maatschappelijke initiatieven: rondom voedsel uit zee zijn veel gerelateerde activiteiten die nauw verbonden zijn aan de zee. Denk bijvoorbeeld aan het inzamelen van strand- en (plastic) afval op zee, het recyclen en hergebruik van reststromen zoals de huid van vissen tot mode- en kunstartikelen, diverse sporten op de Noordzee zoals windsurfen, zeilen en duiken.
- Laboratorium en technieklokaal: Onderzoeks- en onderwijsinstellingen kunnen in samenwerkingsverband het mogelijk maken dat onderzoekers en jongeren werken aan vraagstukken over de toekomst verbonden aan de visserijhaven en zee.

Wat en hoe? (2)

- Werkplekken verhuur voor start-ups en leerplekken: om een community en netwerk te bieden voor start-ups, onderwijsinstellingen (stages, lessen op locatie en technieklokaal) en maatschappelijke betrokken organisatie via flexwerkplekken. Hierdoor kan jong talent aangetrokken worden met interesse in voedsel uit zee, het leven (milieu, organismen etc.) in zee, het werken op zee of in de visserijhaven. Met een techniekruimte of -lokaal kan ook de passie voor een technisch beroep in en rondom de haven gestimuleerd worden met betrokkenheid van bedrijven die actuele vraagstukken aan de orde brengen en rondleidingen kunnen bieden. Door start-ups tegen gereduceerd tarief werkplekken aan te bieden gecombineerd met de aanwezigheid van flexplekken voor investeerders, ngo's, maatschappelijk betrokken initiatieven zoals Ocean- en Beach clean up, kunnen nieuwe business concepten ontstaan. Denk aan aquacultuur, het inzamelen en hergebruiken van visresten of afval, schone non-fossil fuels ontwikkelingen, drone services rondom de haven of op zee etc. Een voorbeeld van zo'n netwerk en community van start-ups is opgezet door onder andere de visveiling in Oostende (België): <https://vilt.be/nl/nieuws/oostendse-vismijn-opent-ruimte-voor-start-ups>.

Vervolg: wat is er nodig? (1)

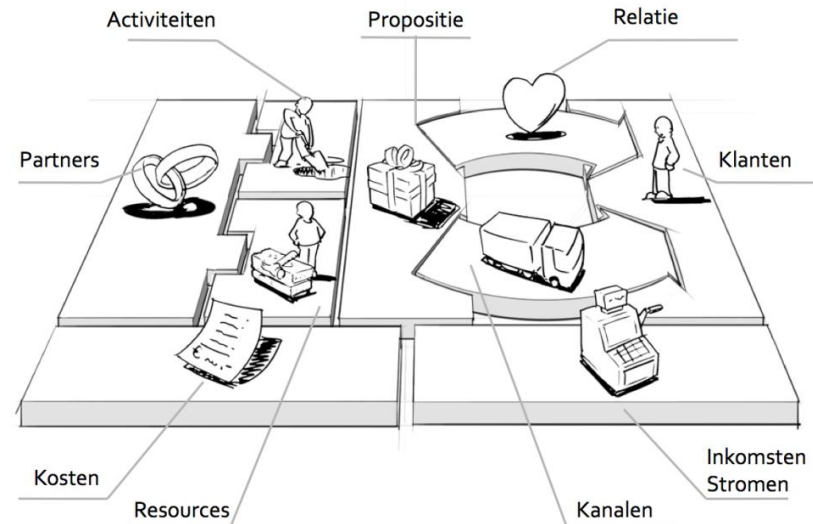
De volgende stappen zullen verkend moeten worden om de potentie en haalbaarheid van een 'seafood experience' centrum te verkennen:

- Het aanstellen van een opdrachtgever en coördinator voor deze verkenning met daarbij één of meerdere uitvoerende partijen. Dit kan een regionale of lokale overheid zijn samen met een collectief aan bedrijven en organisatie actief in en rondom Scheveningen, zoals Stichting Noordzeevis uit Scheveningen, een consortium binnen het VOP namens de Hollandse Haring Kust en/of de Belangenvereniging Schevenings Havengebied.
- Het verkennen van een 'coalition of the willing': welke belanghebbende partijen zijn geïnteresseerd om mee te denken van dit plan, waarbij ze beschikbaar zijn om informatieavonden bij te wonen en hun input te geven in gesprekken met de uitvoerende partij(en) tijdens de verkenning?
- Het uitwerken van een Business Model Canvas (zie volgende pagina's) te beginnen bij het bepalen van de doelgroepen en waardepropositie (Welke betaalde diensten en producten leveren vanuit de behoeften van de doelgroepen gedacht?).
- Praktische zaken die ook in het Business Model Canvas aan bod komen zoals: geschikte locaties voor een centrum in en nabij de visserijhaven van Scheveningen, benodigde vergunningen, benodigde voorinvesteringen, kosten- en baten vanuit de exploitatie, sleutelpersonen en –partijen, eventuele overheidssteun of alleen bancaire financiering, welke materiële en immateriële hulpbronnen of middelen nodig etc.?

Vervolg: wat is er nodig? (2)

Het is nodig dat er een exploitatieve- en businessplan wordt uitgewerkt. Dit vormt de basis van een haalbaarheidsstudie van het centrum (seafood experience). Tegelijk dient het als praatplaat om samenwerkingen te verkennen met geïnteresseerde partijen en voor een financiering al dan niet bancaire of met overheidssteun. De waardepropositie kan worden uitgewerkt door onderstaande negen blokken van het Business Model Canvas (Osterwalder et al, 2010) in te vullen. Voor meer uitleg voor ieder van de negen blokken:

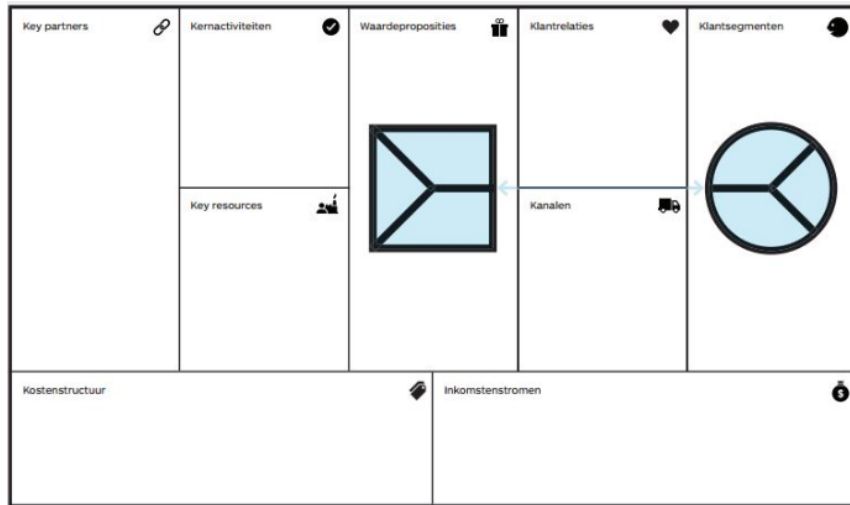
<https://www.ikgastarten.nl/ondernemingsplan/ondernemingsplan-voorbeelden/de-9-bouwstenen-van-het-business-model-canvas>.



Business Model Canvas (Osterwalder et al., 2010)

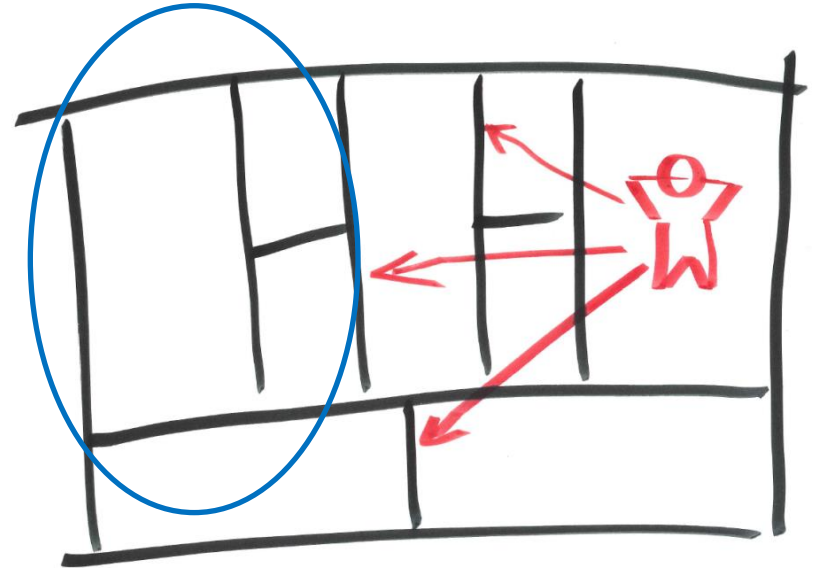
Vervolg: wat is er nodig (3)?

Belangrijk is dat de vraag en toegevoegde waarde van de doelgroepen in kaart wordt gebracht. Waar het werkveld snel geneigd kan zijn om aanbodgestuurd te denken is het nodig om in deze verkennende fase vraaggestuurd te gaan denken: het perspectief van de klant aannemen. Dit is mogelijk door bij het Business Model Canvas (Osterwalder et al, 2010) van rechts naar links te werken.



Aanbod/productie kant

Vraag/klant kant



Referenties

CBS (2022a). Trek uit de Randstad blijft toenemen. Geraadpleegd op 18-12-2023: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2022/32/trek-uit-de-randstad-blijft-toenemen#:~:text=Ook%20buiten%20de%20Randstad%20zijn,mensen%2C%20daarbuiten%20ruim%2010%20miljoen.>

CBS (2022b). Prijs tong bereikt record in augustus 2022. Gepubliceerd op 14 december 2022: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2022/50/aanvoer-visnaar-nederlandse-havens-in-2021-toegenomen>

Dagevos, H. en Zaalmink, W. (2014). Vis onbekend: zoeken naar het waarom van de geringe visconsumptie in Nederland. Den Haag: LEI Wageningen UR. Nota 14-089.

Hoekstra, F. F. (2022a). Sterk verdienmodel met dichtbijvangst. Wageningen Economic Research. <https://edepot.wur.nl/564415>

Hoekstra, F.F. (2022b). WP1 Sterk verdienmodel Drie onderzoeksvragen met betrekking tot lokale visketen van Scheveningen. Wageningen Economic Research. Presentatie, 31-01-2022 Den Haag: <https://www.noordzeevisuitscheveningen.nl/news/2022/11/resultaten-wp1-sterk-verdienmodel.pdf>

Hoekstra, F.F., Valk, Y. de, Deetman, B. (2023). Visclusters in Nederland (nulmeting): omvang en afhankelijkheid voor de keten en toeleverende industrie van Noordzeevervisserij; Impactanalyse beleidsbeslissingen op de keten van Nederlandse visserijregio's. Wageningen, Wageningen Economic Research, Rapport 2023-030. 98 pp.; 25 fig.; 12 tab.; 46 ref. ISBN 978-94-6447-654-5: <https://edepot.wur.nl/590869>.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Pijl van der, P. (2010). Business model generatie (Nederlandstalig) Een handboek voor visionairs, game changers en uitdagers.

Tacken, G. (2022). WP3 Consumentengedrag Koop- en consumptiegedrag jongeren Noordzeevis uit Scheveningen. Wageningen Economic Research. Presentatie, 31-01-2022 Den Haag: https://mcusercontent.com/2c77d748418f9f923dbfec412/files/da205ed8-06ac-d7ab-2cc0-0a0e9cb72468/Resultaten_WP3_Consumentengedrag.01.pdf

Visbureau (2023). Visconsumptie onder druk door inflatie: <https://visbureau.nl/nieuws/visconsumptie-onder-druk-door-inflatie>.

Visserij in Cijfers (2023). Wageningen Economic Research. Presentatie, 21 september 2023 Den Haag.

Voedingscentrum (z.d.). <https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/vis.aspx#blokhoeveel-vis-wordt-er-gegeten-in-nederland?>

Contact

Geert Hoekstra

Geert.hoekstra@wur.nl

Kees Taal

Kees.taal@wur.nl

