

Blue BALANCE

Burgers, wetenschap en beleid samen aan zet voor de toekomst van onze kust
Slotevent – 14 november 2025 – Oostende

AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN



Vlaanderen
is ondernemen



BLAUWE
CLUSTER



VLIZ



university of
 groningen



GHENT
UNIVERSITY

howest
hogeschool

Agenda

09:00 – 10:00 Demonstratiemarkt immersieve toepassingen Blue BALANCE

10:00 – 10:10 Welkom & intro

10:10 – 10:35 De kracht van het verleden voor impactvolle communicatie –
Onderzoeksresultaten & implementatie

10:35 – 11:00 Burgerperspectieven op waarden en normen bij kustactiviteiten –
Onderzoeksresultaten & implementatie

11:00 – 12:00 Gedeelde betrokkenheid in de Blauwe Economie:
op weg naar een Kustparlement

12:00 – 12:30 Valorisatie + vervolgacties
Slotbeschouwing

12:30 – 13:30 Lunch

Welkom

Veerle Willaert – Beleidscoördinator Blauwe Economie, Stad Oostende



OOSTENDE
DE STAD
AAN ZEE



Veerle Willaert
Beleidscoördinator Blauwe Economie
veerle.willaert@oostende.be



“Blauwe Economie als speerpunt”



ONS OOSTENDE

Stuur mee! Stuur jouw idee voor de Stad aan Zee.

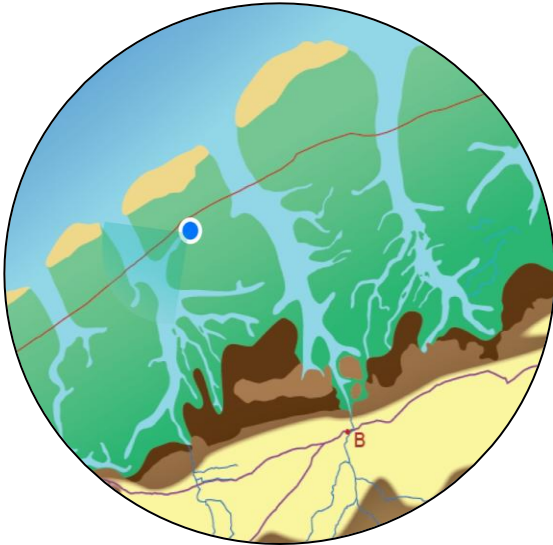


© Agentschap MDK



De kracht van het verleden voor impactvolle communicatie

Landschapsgeschiedenis
Erfgoed




UNIVERSITEIT
GENT

Communicatiewetenschappen
Omgevingspsychologie



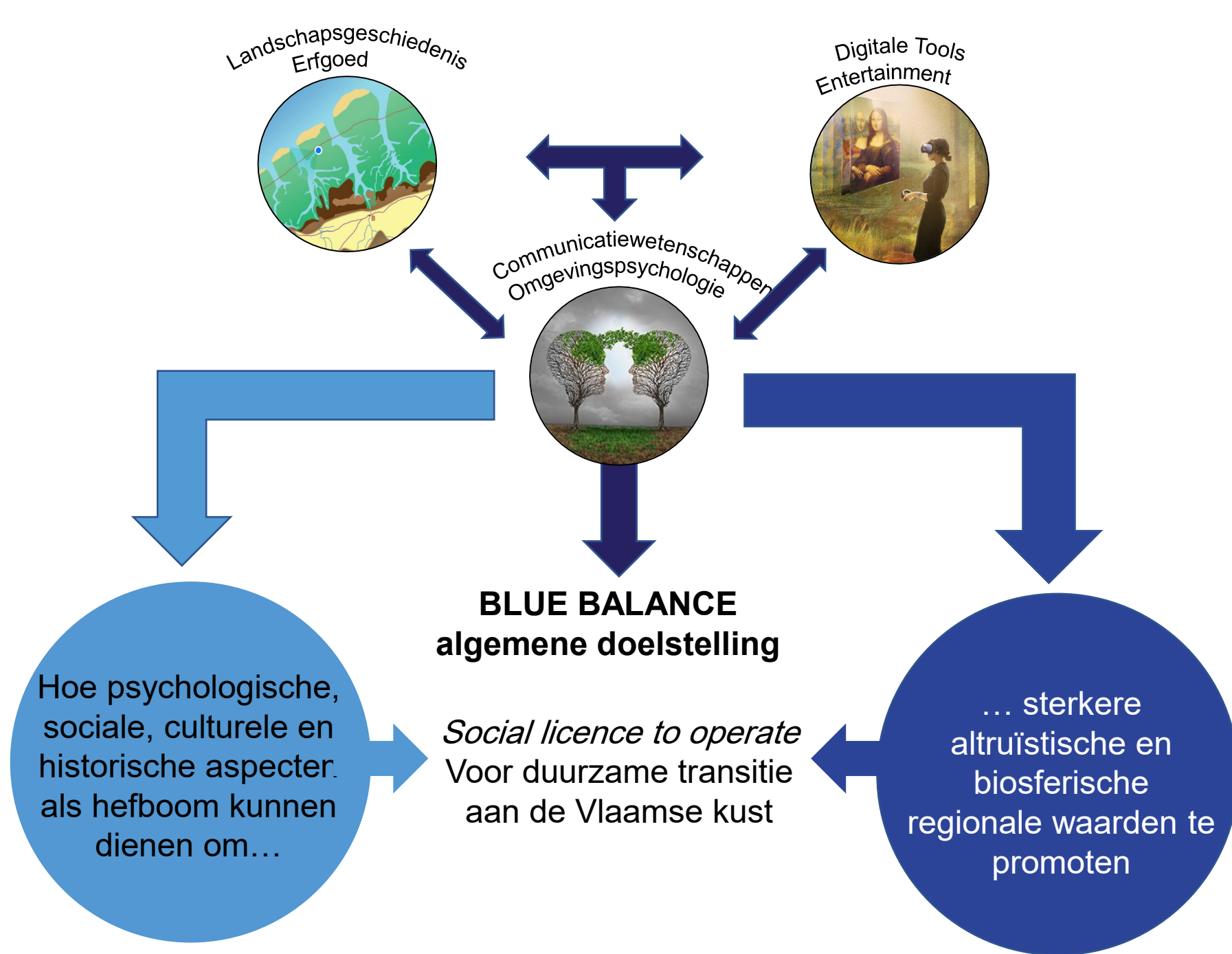

UNIVERSITEIT
GENT


rijksuniversiteit
 groningen

Digitale Tools
Entertainment



howest
hogeschool



BLUE FOOD



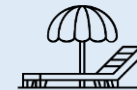
KUSTONTWIKKELING



Social licence to operate
Voor duurzame transitie
aan de Vlaamse kust



HAVENS



TOERISME

In kaart brengen van erfgoedlocaties- en actoren

Surveys & Experimenten



Literatuurstudie



BLUE FOOD

KUSTONTWIKKELING

HAVENS

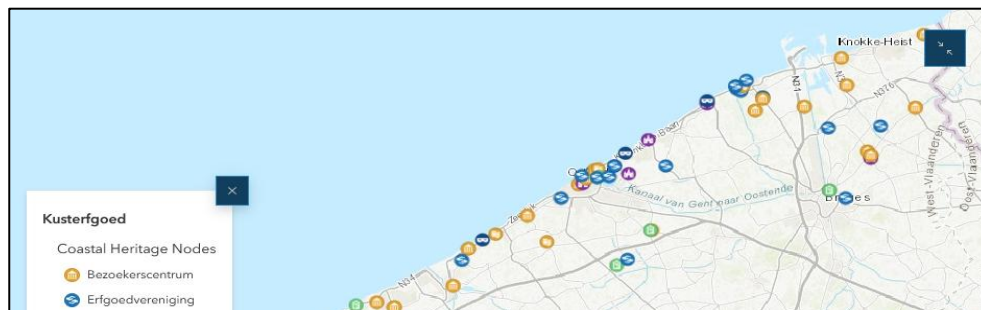
TOERISME



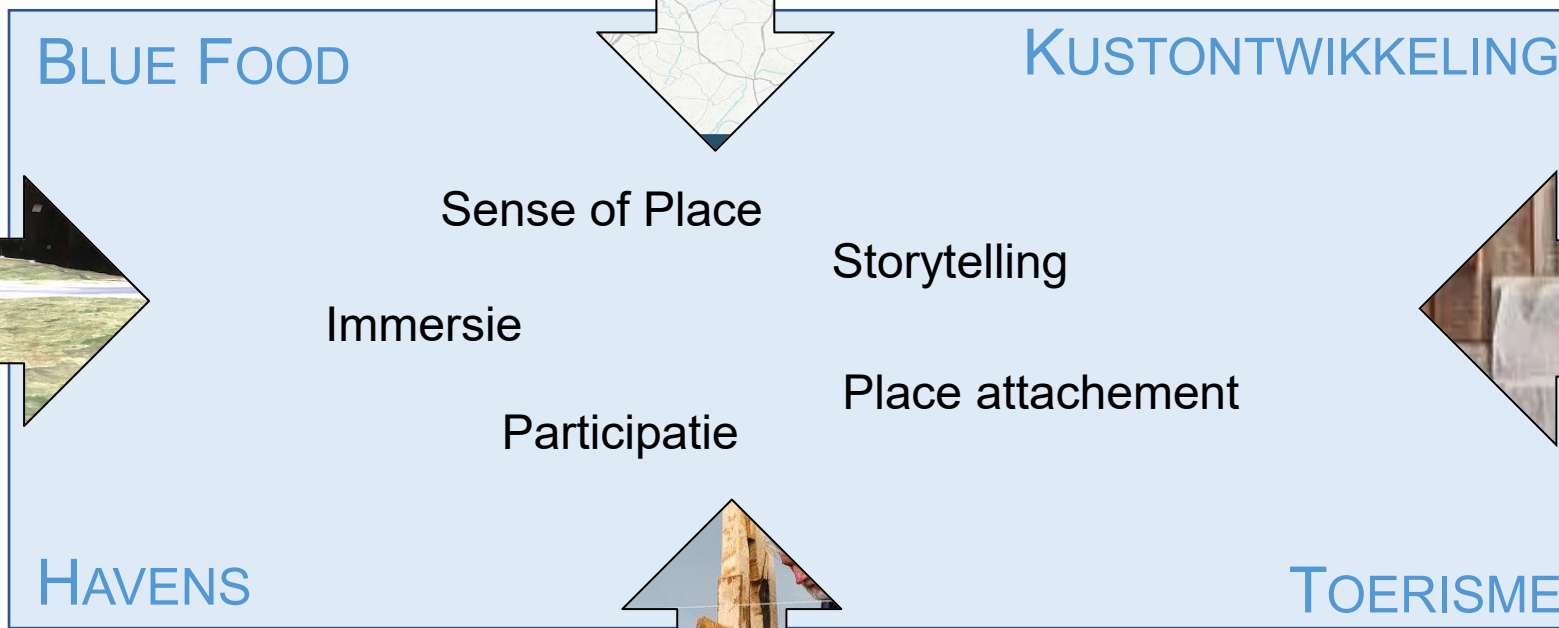
Internationale *Best Practices* & conceptualisering

In kaart brengen van erfgoedlocaties- en actoren

Surveys & Experimenten

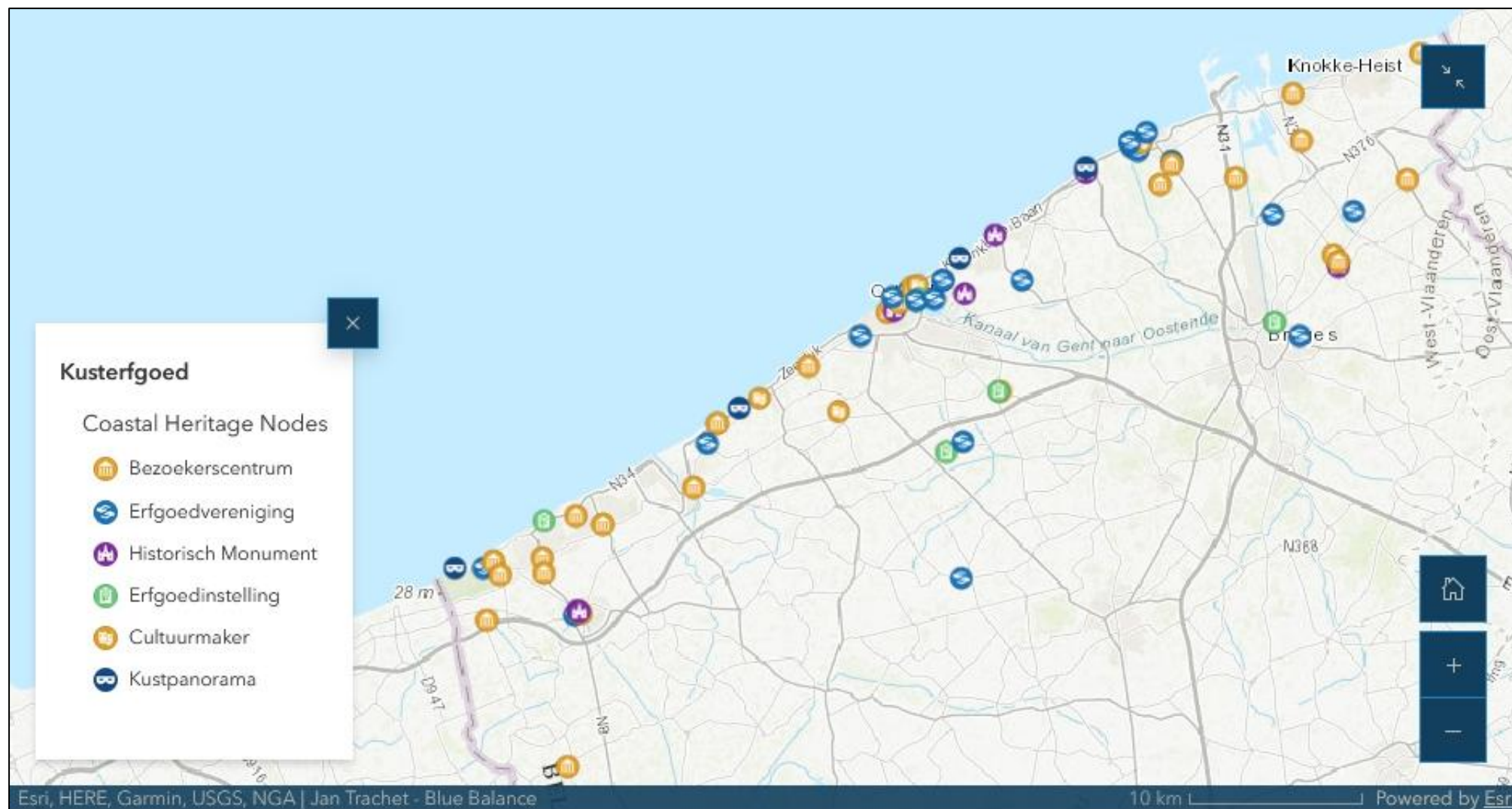


Literatuurstudie



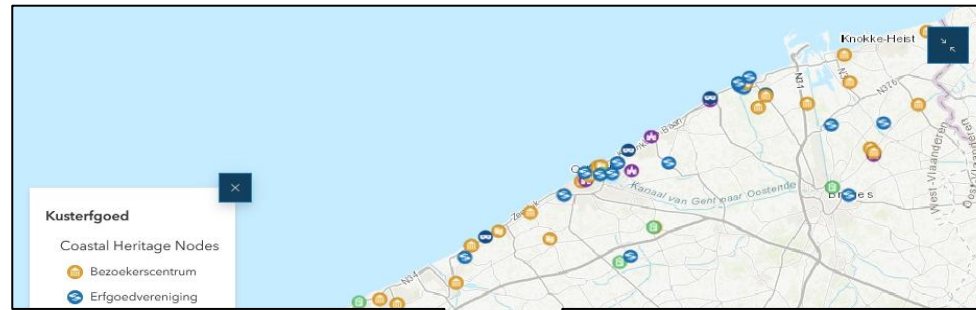
Internationale *Best Practices* & conceptualisering

In kaart brengen van erfgoedlocaties- en actoren



In kaart brengen van erfgoedlocaties- en actoren

Surveys & Experimenten



Literatuurstudie



BLUE FOOD

KUSTONTWIKKELING

Sense of Place

Storytelling

Immersie

Place attachement

Participatie

HAVENS

TOERISME



Internationale *Best Practices* & conceptualisering

Surveys & Experimenten

Musea Brugge:
Experiment AR-tafel



Zwin Natuurpark
Experiment VR



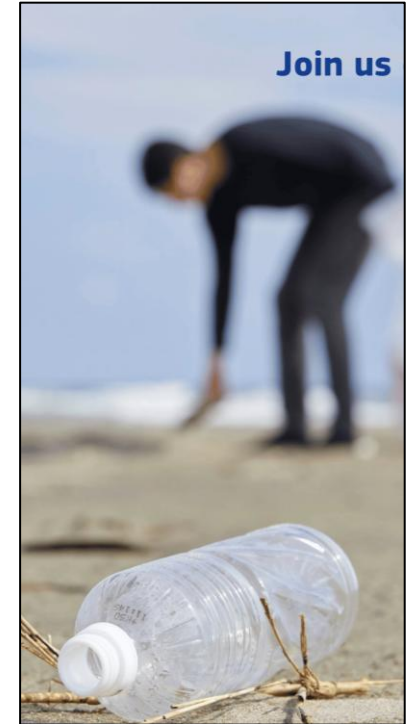
Algemene Kustsurvey



Spioenkop
Online experiment



Beach clean-up
Experiment



In kaart brengen van erfgoedlocaties- en actoren

Surveys & Experimenten



Literatuurstudie



BLUE FOOD

KUSTONTWIKKELING

Sense of Place

Storytelling

Immersie

Place attachement

Participatie

HAVENS

TOERISME



Internationale *Best Practices* & conceptualisering

Internationale *Best Practices* & conceptualisering

15

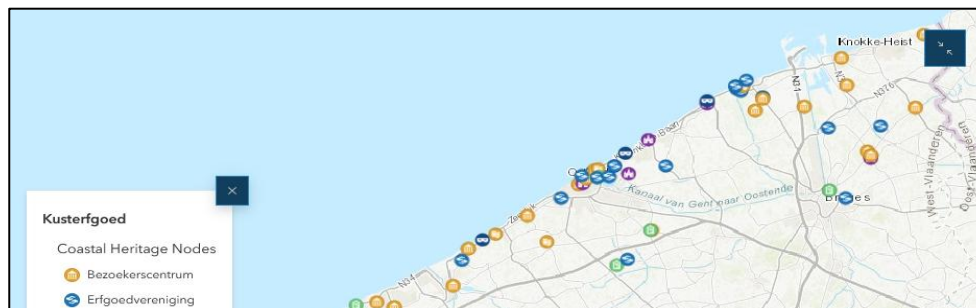


howest
hogeschool

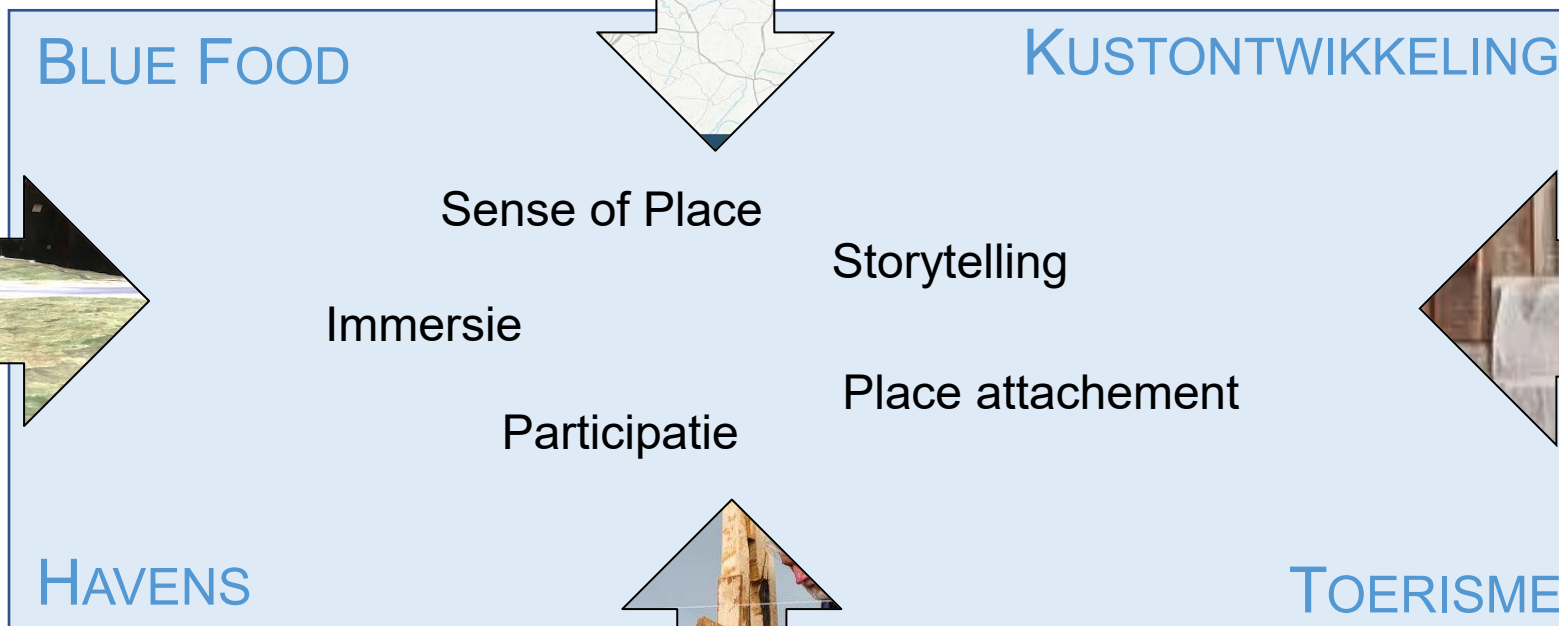


In kaart brengen van erfgoedlocaties- en actoren

Surveys & Experimenten



Literatuurstudie



Internationale *Best Practices* & conceptualisering

BRITISH ECOLOGICAL SOCIETY **People and Nature**

RESEARCH ARTICLE | [Open Access](#) |

What are heritage values? Integrating natural and cultural heritage into environmental valuation

Elaine Azzopardi , Jasper O. Kenter, Juliette Young, Chris Leakey, Seb O'Connor, Simone Martino, Wesley Flannery, Lisa P. Sousa, Dimitra Mylona, Katia Frangoudes, Irène Béguier ... [See all authors](#)

First published: 30 July 2022 | <https://doi.org/10.1002/pan3.10386> | Citations: 50

Journal of Sustainable Tourism >
Volume 30, 2022 • [Issue 4](#)

[Submit an article](#) [Journal homepage](#)

3,481 Views
69 CrossRef citations to date
6 Altmetric

The effectiveness of virtual vs real-life marine tourism experiences in encouraging conservation behaviour

Karen Hofman , Gabby Walters & Karen Hughes

Pages 742-766 | Received 30 Jul 2020, Accepted 28 Jan 2021, Published online: 17 Feb 2021

[Cite this article](#) <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1884690> [Check for updates](#)

KeAi CHINESE ROOTS GLOBAL IMPACT **International Journal of Geoheritage and Parks**
Volume 12, Issue 1, March 2024, Pages 1-19

Review Article

Absence heritage: A critical analysis for awareness, preservation and resilience

Shereen A. James-Williamson , Jorjan E. Dolphy , Stephanie Y. Parker

International Journal of Hospitality Management
Volume 116, January 2024, 103623

A systematic review of virtual reality in tourism and hospitality: The known and the paths to follow

Maria de Lurdes Calisto ^{a b} , Soumodip Sarkar ^{c d}

Article | [Open access](#) | Published: 17 March 2022

Experimental participatory methodology brings local pasts to contemporary climate action

Sarah Kerr , Uffe Krogh & Felix Riede

[Climate Action](#) 1, Article number: 5 (2022) | [Cite this article](#)

2687 Accesses | 4 Citations | 55 Altmetric | [Metrics](#)

nature
International weekly journal of science

Home > [Multimedia Tools and Applications](#) > Article

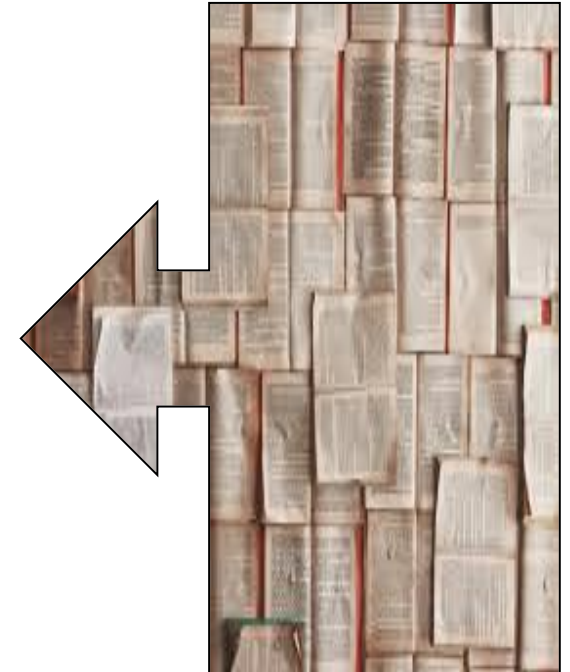
A systematic review of virtual 3D reconstructions of Cultural Heritage in immersive Virtual Reality

Open access | Published: 02 April 2024
Volume 83, pages 89743–89793, (2024) | [Cite this article](#)

You have full access to this open access article

[Download PDF](#)

Multimedia Tools and Applications
[Aims and scope](#) →
[Submit manuscript](#) →

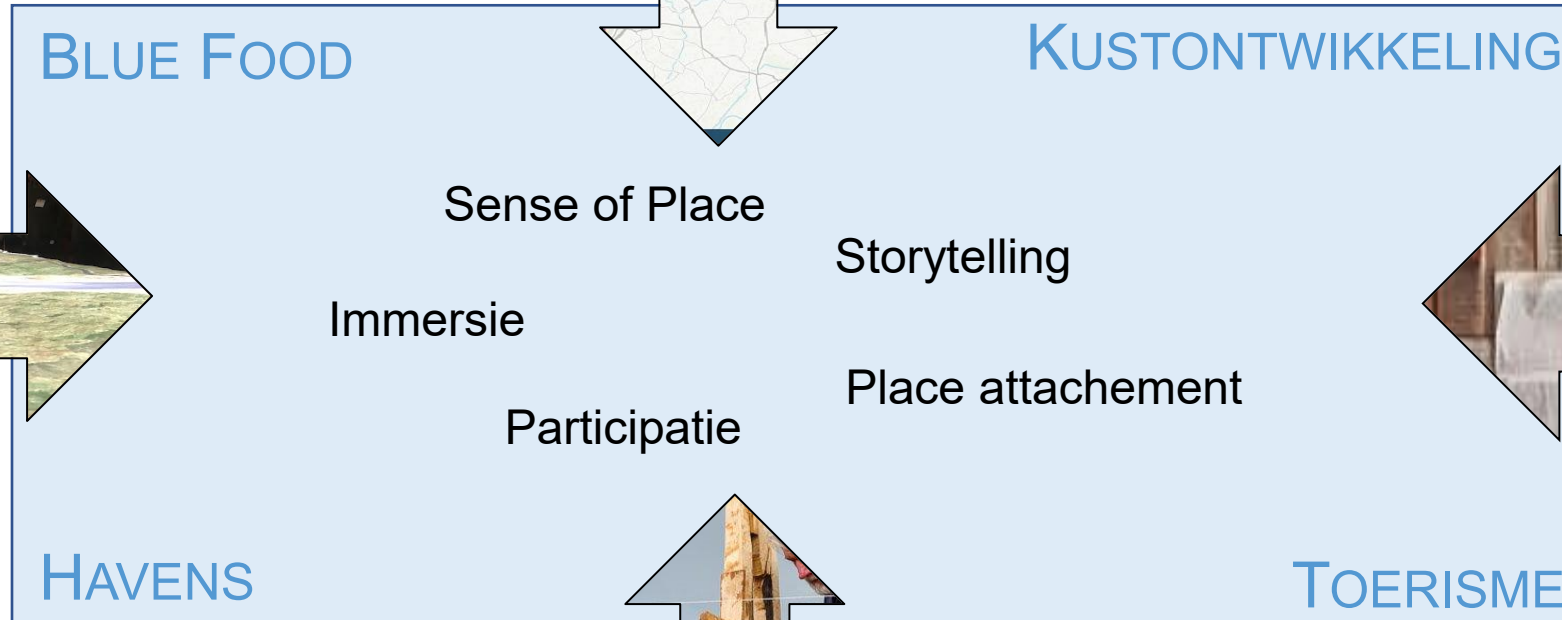


In kaart brengen van erfgoedlocaties- en actoren

Surveys & Experimenten



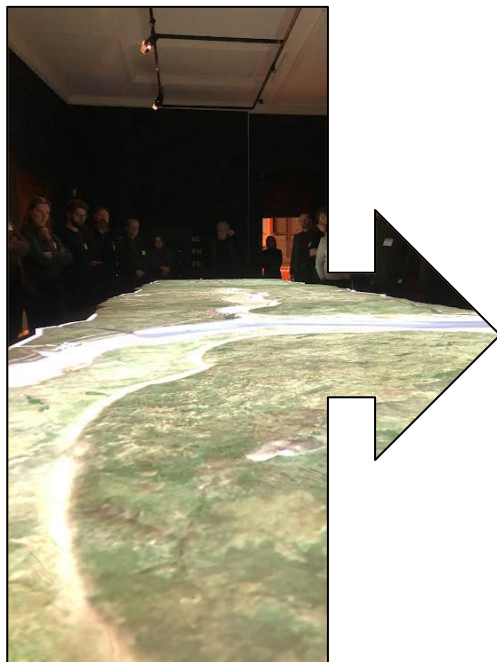
Literatuurstudie



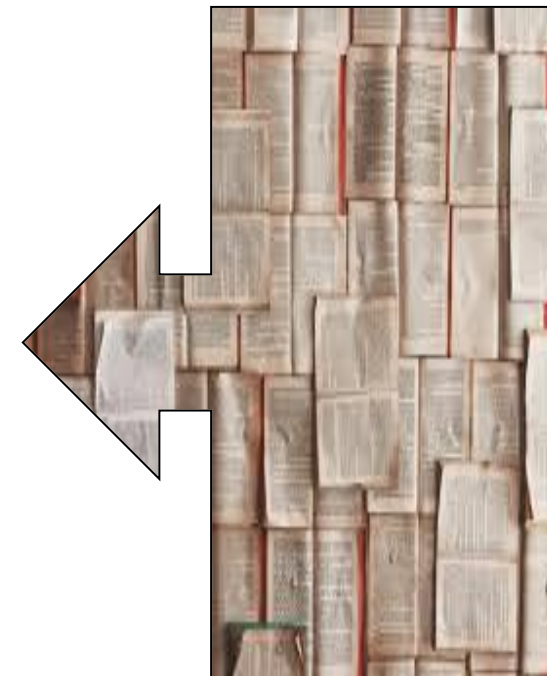
Internationale *Best Practices* & conceptualisering

In kaart brengen van erfgoedlocaties- en actoren

Surveys & Experimenten



Literatuurstudie



SPIOENKOP

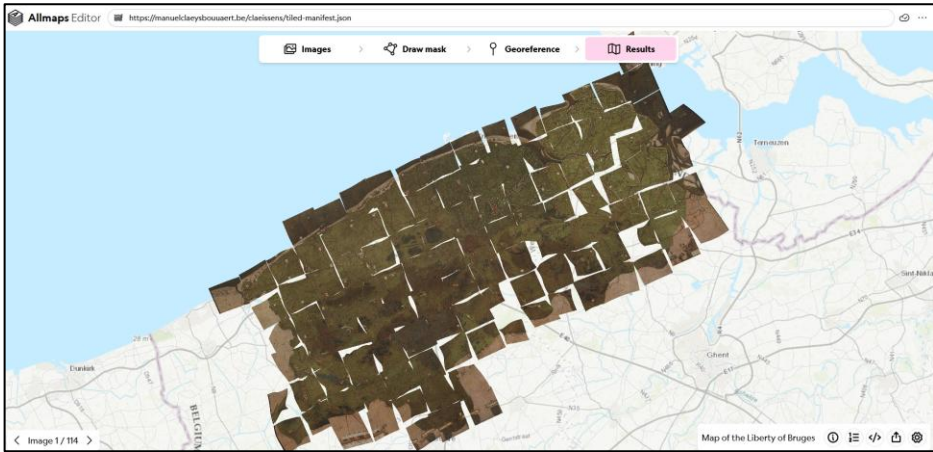


MAPATHON 1571



Burgerwetenschap – Citizen Science

Kustlandschap *anno* 1600





*“Het verleden is heel belangrijk.
Maar we moeten het kunnen plaatsen in de tijd van nu.
En dat lukt met de nieuwe technologie die we hebben.
En dat vind ik fantastisch.”*



SPIOENKOP



MAPATHON 1571



WEST

OOST



SPIOENKOP



WEST

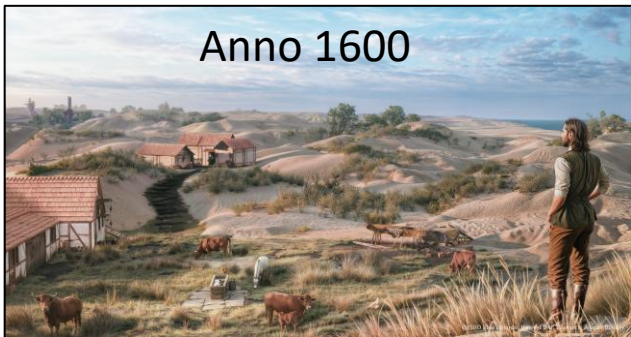
OOST



Romeinse periode



Anno 1600



SPIOENKOP



duin



dijk



overstroming



overstroming

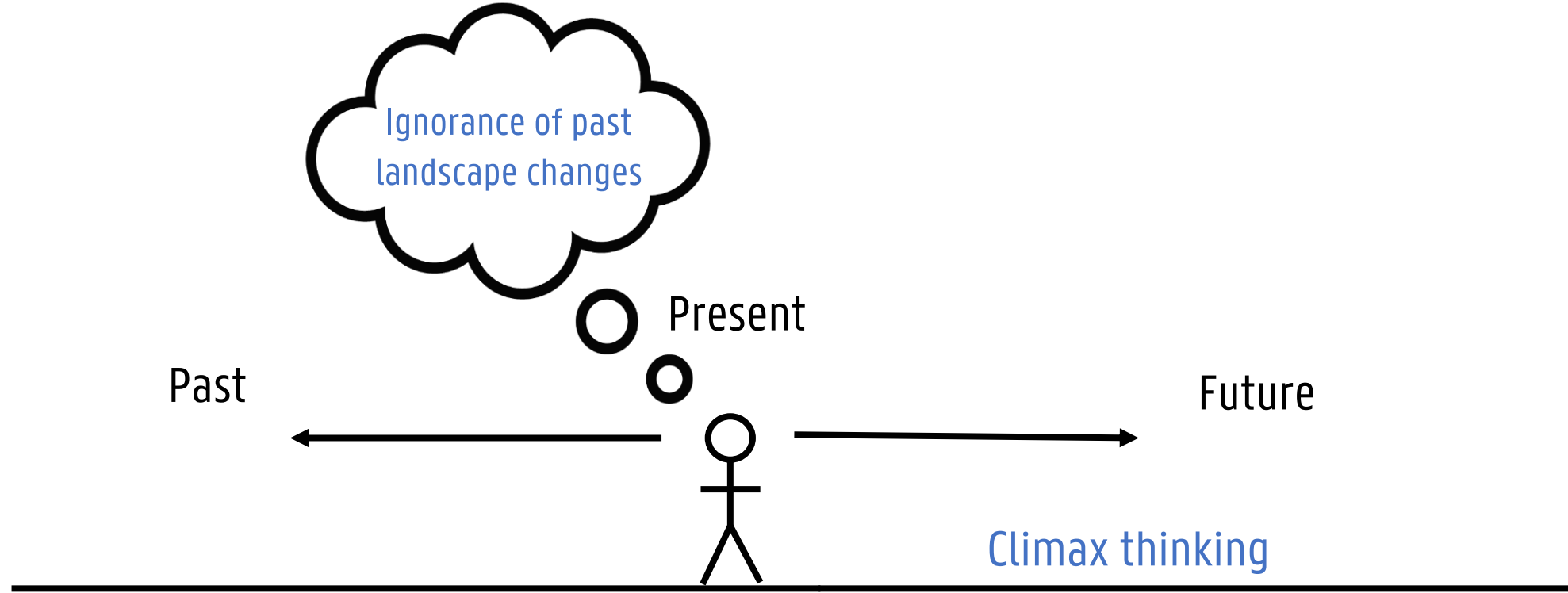


Aim

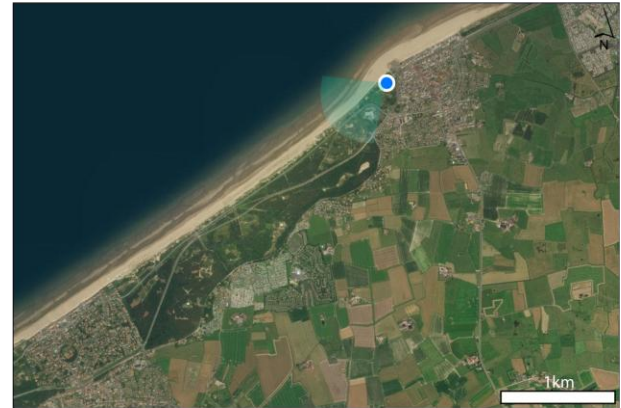
- Past research/communication has focused on **future narratives/scenarios**
 - **Doom vs. Hopeful or solutions driven vs. Both**
- Growing interest to **leverage cultural heritage** (Factoric and Egberts, 2020)

"Cultural heritage provides anchor points for understanding the present and thinking about the future" (p. 5)

"Historic landscapes [...] are tangible records of the changing climate and [of past] flood risk management [practices]" (p. 3)



Today



Hypothesis 1:

Increasing (local) historical knowledge of past landscapes will increase acceptance of future landscape changes

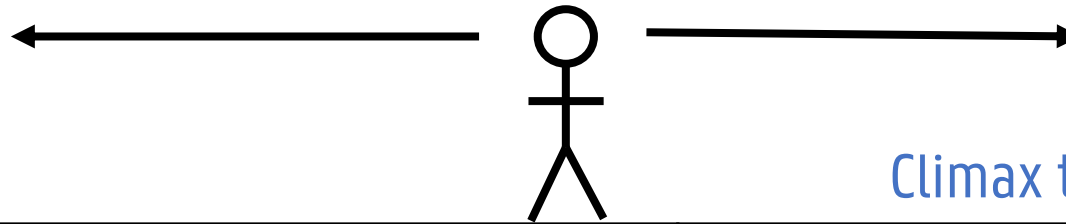
Hypothesis 2:

Increasing (local) historical knowledge increases people's attachment to/value of the place, motivating them to take care of it

Present

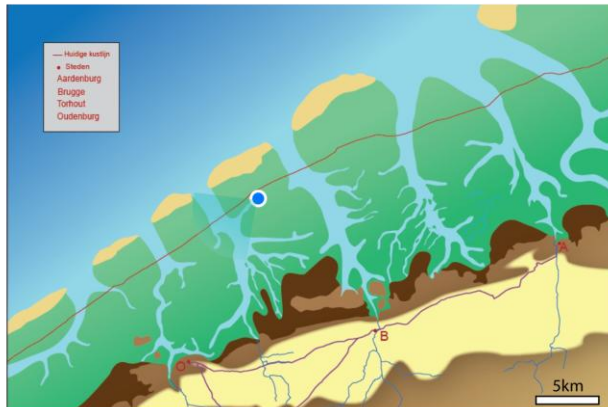
Past

Future

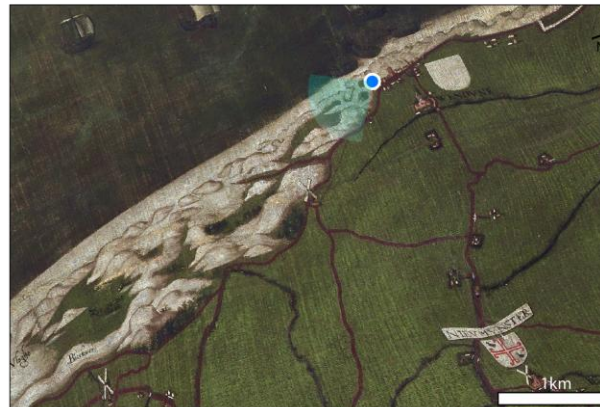


Climax thinking

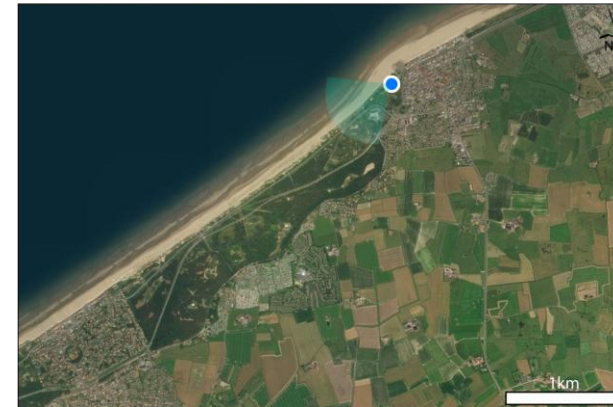
1st - 4th century AD: More water



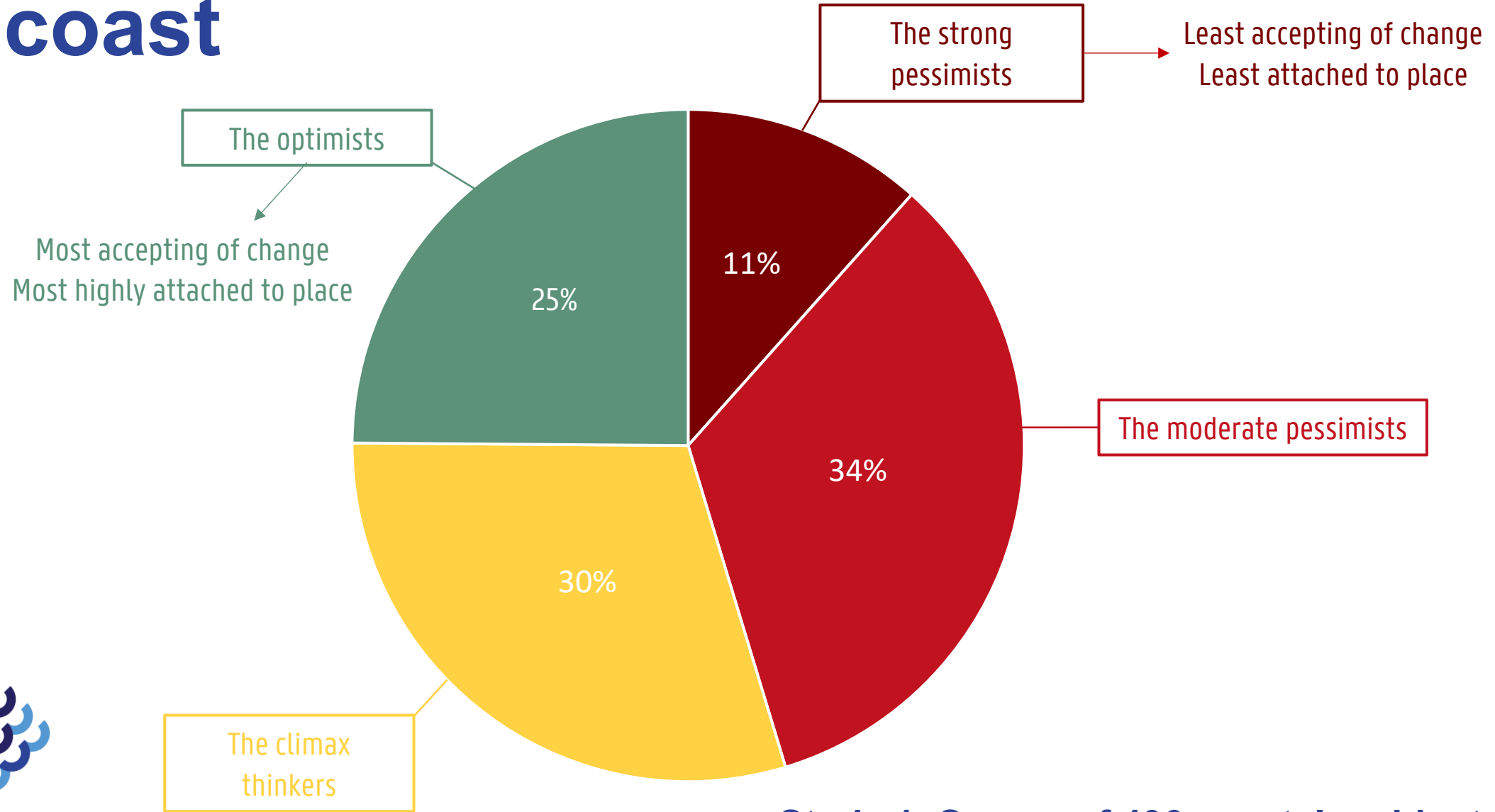
14th - 15th century: More dunes



Today



Perceptions of change at the Belgian coast



Guideline – Communication Strategy 1

Understanding place perceptions to foster acceptance

- ❖ Identify how people perceive their local place over time and what they specifically value about the place/what the place means to them
- ❖ Foster optimism: Demonstrate the positive impacts and (co-)benefits of the coastal transition/proposed project in the local area
- ❖ Minimise pessimism: Demonstrate how any negative impacts to the local area have been minimised
- ❖ All these positive outcomes must be authentic and address the different values people hold about the local area

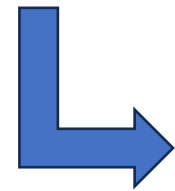
Increasing awareness of past changes...

31

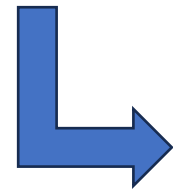


© Jan Trachet

Increases people's appreciation for the place in the here and now



Higher attachment to place



Higher place-protective behavior

Study 2: Brugge experiment study with 365 visitors

Increasing awareness of past changes...

32



More open to future landscape change

More accepting of dunes

No significant effect on acceptance of dikes

Higher behavioral intention (seek information on coastal protection measures)

Higher flood risk perception

People who **deny** past landscape changes

Less open to future landscape change

No significant effect on acceptance of dunes

No significant effect on acceptance of dikes

No significant effect on behavioral intention

No significant effect on flood risk perception

Increases
acceptance of
future changes,
especially if
people
understand that
change is both
natural and
human-driven



BLUE
BALANCE

Study 3: Spioenkop experiment with 436 coastal residents

Guideline – Communication Strategy 2

Normalizing change through localized historical narratives

- ❖ Develop narratives that are highly localized and concretely anchored in the landscape
- ❖ Detail both environmental and cultural histories
- ❖ Use visuals or experiences that bring past landscapes to life
- ❖ Seek advice from archaeologist/landscape historian/environmental historian to ensure correctness of the narrative/visuals
- ❖ Focus the historical narrative on the proposed project

Imagining a doomed future...



More open to
future landscape
change

Higher flood risk
perception

Doom scenario x
Believing landscapes
have changed due to
both natural
processes and human
intervention

No significant
additional effect

Increases
awareness of
climate change
risks and
acceptance of
future change

**Can communicate
about the past and
the future separately
or jointly**

Study 3: Spioenkop experiment with 436 coastal residents

Guideline – Communication Strategy 3

Imagining a doomed future

35

- ❖ Use scenarios that are highly localized and concretely anchored in the landscape
- ❖ Use visuals or experiences to bring the future to life
- ❖ Base future doom scenarios on scientific projections
- ❖ Combine doom scenarios with solutions-driven messages emphasising the efficacy of the proposed solutions

Een zee aan waarden

Richtlijnen over de rol van persoonlijke en groepswaarden in het stimuleren van verantwoordelijkheid voor mariene zorg en milieuvriendelijk gedrag

AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN



Vlaanderen
is ondernemen



BLAUWE
CLUSTER



VLIZ



university of
 groningen



GHENT
UNIVERSITY

howest
hogeschool



BLUE
BALANCE

Door Catho Vermeulen

Prof. Dr. Veroline Cauberghe, Prof. Dr. Thijs Bouman en Dr. Sara Vandamme

Uitdaging 10: Herstel de relatie van de samenleving met de oceaan



Glithero (2024): "Ervoor zorgen dat de **vele waarden** en diensten van de oceaan voor menselijk welzijn, cultuur en duurzame ontwikkeling breed worden **begrepen**; dat de **connectie tussen samenleving en oceaan worden versterkt**; en dat er **meer motivatie, bekwaamheid en mogelijkheden** ontstaan voor mensen uit alle sectoren van de samenleving om **beslissingen** te nemen en **gedrag** te vertonen dat bijdraagt aan een **gezonde oceaan**."

3 studies

Studie 1 – Een enquête onder 1.477 kustbewoners en toeristen met vragen over hun algemene levenswaarden, hun meer specifieke waarden met betrekking tot de kustregio, en hun gevoel van verantwoordelijkheid om zorg te dragen voor de Noordzee en het mariene milieu (februari 2023 – april 2023)

Studie 2 – Een experimentele studie met 229 vrijwilligers van de Eneco strandopruimactie (23 maart 2025). Factoren zoals motivatie voor deelname, emoties, effectiviteitsopvattingen, milieu- en groepsidentiteit werden bevraagd.

Studie 3 – Een enquête onder 314 kustbewoners (én 762 toeristen) met vragen over hun persoonlijke en groepswaarden (= wat zij denken dat andere kustbewoners belangrijk vinden), zorgen over het mariene milieu en milieuvriendelijk gedrag (februari 2023 – april 2023)

Studie 1 - Welke waarden motiveren mensen om zorg te dragen voor de zee?



Studie 1 – Welke waarden motiveren mensen om zorg te dragen voor de zee?

Resultaten:

- **Kustbewoners:** sterkere biosferische waarden, alle mariene waardeoriëntaties, groter verantwoordelijkheidsgevoel
- Onderliggende waarden die verantwoordelijkheid stimuleren zijn **gelijk bij bewoners en toeristen:**
 - **Biosferische waarden** hangen direct samen met een sterkere persoonlijke norm
 - **Altruïstische en biosferische waarden** > **intrinsieke** en **natuur-relatieve oriëntaties** > sterkere norm
 - **Hedonische waarden** dragen ook bij, maar alleen via **natuur-relatieve oriëntaties**
 - **Instrumentele** en **mens-relatieve oriëntaties** leiden niet direct tot meer verantwoordelijkheid; ze worden wel gewaardeerd door mensen met altruïstische en biosferische waarden

Strategie 1: **Speel in op verschillende waarden** **en maak het persoonlijk**



1a: Benadruk en versterk de intrinsieke en natuur-relatieve waarden

- “Natuur-framing voor beperkte groep” <-> velen hechten hier waarde aan
- Voor zowel kustbewoners als toeristen voorspellend voor hogere mariene persoonlijke norm

1b: Laat zien wat er op het spel staat

- Instrumentele en mens-relatieve waardeoriëntaties: correleerden positief, maar geen significante voorspellers
- Link duidelijk maken tussen deze waarden + mogelijk verlies ervan bij onvoldoende zorg
- Combineer (<-> overmatig, instrumentele kijk)!

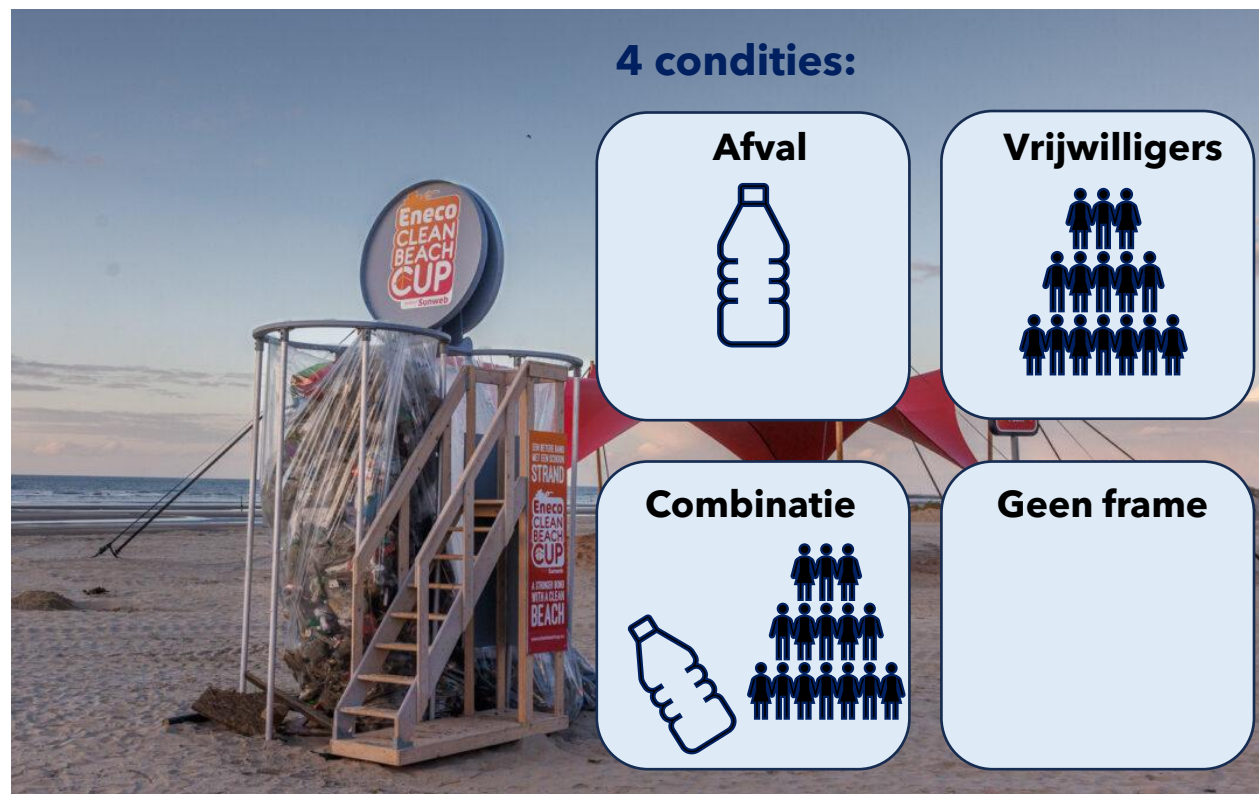
1c: Maak zorgen voor de kust leuk

- Mensen die plezierwaarden => sterkere mariene norm door deze natuur-relatieve waardeoriëntaties
- Door genot te halen uit de interactie met de kustomgeving willen ze er dus ook zorg voor dragen.

Studie 2 - Welke motivaties en boodschappen zetten mensen aan tot actie voor het beschermen van de zee (zoals afval opruimen) en tot breder milieuvriendelijk gedrag?

229 deelnemers:

- 50% nieuwe vrijwilligers
- 50% ervaren vrijwilligers





2a: Organiseer leuke activiteiten

Waarom werkt het?

- Nieuwe vrijwilligers: initiële motivatie "**leuke en sociale activiteit**" & **hogere algemene tevredenheid** evenement => grotere intentie om opnieuw deel te nemen.
- Ervaren vrijwilligers: minder afhankelijk van deze factoren.

Hoe doe je dat?

- Maak opruimacties en andere milieuvriendelijke activiteiten leuk en sociaal.
- Communiceer over dit hedonisch aspect
- Zie strategie 1c

2b: Benoem probleem én oplossing

Waarom werkt het?

- Nieuwe vrijwilligers: **gecombineerde frame** (probleem + oplossing) => **gevoel van eigen effectiviteit versterkt**.
- Inzet draagt bij aan bescherming van de zee ~ meerdere milieuvriendelijke gedragingen.
- Bij ervaren vrijwilligers had framing geen significant effect, waarschijnlijk door hun vertrouwdheid met opruimacties.

Hoe doe je dat?

- Combineer bezorgdheid (risico's) met kracht (oplossingen en wat mensen kunnen doen).
- Houd er rekening mee dat nieuwe vrijwilligers gevoeliger zijn voor dit soort boodschappen
=> Versterk de boodschap





2c: Minder milieugeoriënteerde mensen overtuigen? Versterk hoop, gevoel van effectiviteit en groepsidentiteit

Waarom werkt het?

Bij mensen met lage milieu-identiteit:

- **Hoop** na het event, **weinig frustratie** en een **gevoel** hebben dat je **in staat bent** om acties te ondernemen die helpen bij het beschermen/herstellen van de oceaan
→ grotere intentie om opnieuw deel te nemen aan een opruimactie
- **Hoop**, gevoel hebben dat je **acties een verschil maken** en sterke **groepsidentiteit**
→ grotere intentie tot breder milieuvriendelijk gedrag.

Hoe doe je dat?

- Groepsactiviteiten versterken verbondenheid, hoop en geloof in gezamenlijke impact.
- Om minder milieugeoriënteerde mensen te bereiken: communiceer hoop en oplossingen.

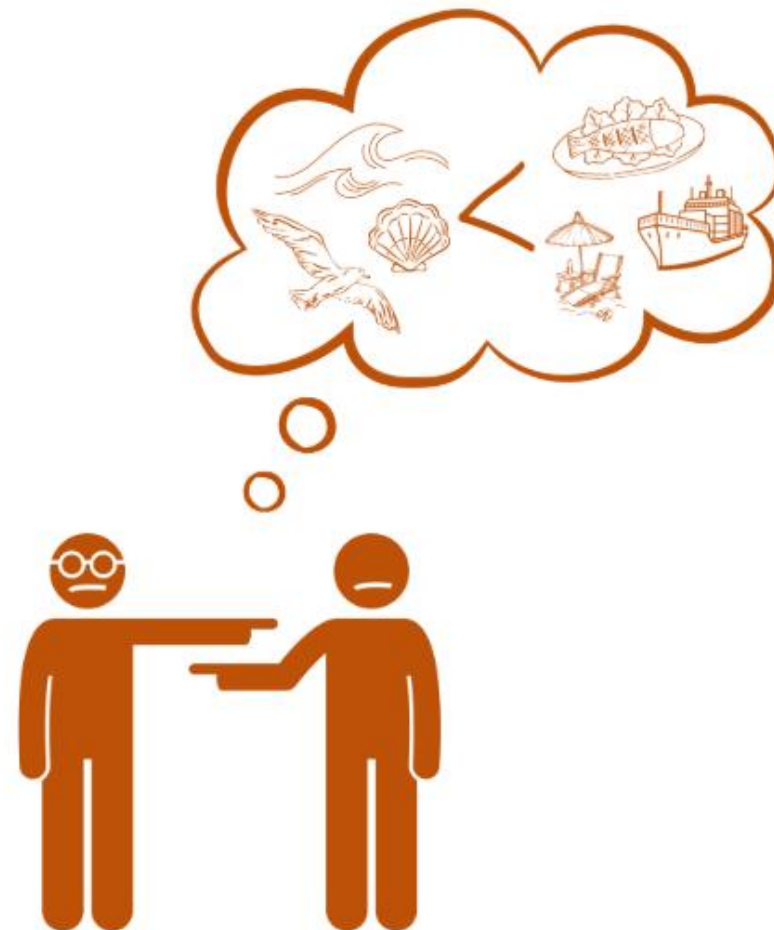
**Strategie 2: Versterk
plezier, hoop, effectiviteit
en groepsidentiteit om
mensen die minder
milieubewust zijn te
betrekken**



Studie 3 – Kunnen groepswaarden ook onze zorg voor de zee beïnvloeden?

Resultaten:

- **Misperceptie** onder zowel kustbewoners als toeristen: zij zien de andere als minder natuurgericht dan zichzelf.
- Beoordelen van anderen: significant hogere scores voor **instrumentele waardeoriëntaties** dan natuurgerichte.
- Het waarnemen van anderen als instrumenteel **verhoogt de persoonlijke bezorgdheid**
- <-> Vorig onderzoek: misperceptie => demotivatie
=> toon aan dat anderen geven om de natuur
Afhankelijk van de groep?



Strategie 3: Hou naast de individuele waarden ook rekening met de groepswaarden

Studie 3 - Kunnen groepswaarden ook onze zorg voor de zee beïnvloeden?

3: Hou naast de individuele waarden ook rekening met de groepswaarden

Hoe doe je dat?

- Wees je ervan bewust dat het **onderschatten van natuurgerichte waarden** van anderen **onbedoelde gevolgen** kan hebben (demotivatie, zich meer zorgen maken).
- Houd bij het ontwikkelen van projecten of beleid **rekening met je eigen aannames en vooroordelen**, omdat deze tot miscommunicatie kunnen leiden. **Communiceer** op manieren die aansluiten bij de werkelijke waarden van mensen, niet bij jouw aannames daarover (bv. mensen overtuigen over waarde natuur, steun reeds beschikbaar).

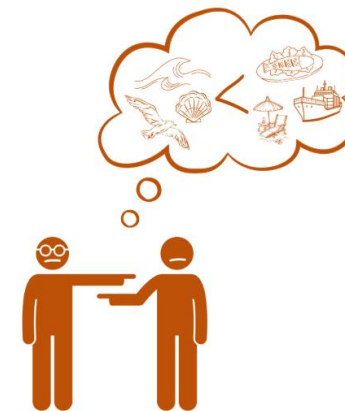
Vangst van de dag: onze belangrijkste inzichten



**Speel in op
verschillende
waarden en maak
het persoonlijk**



**Versterk plezier,
hoop, effectiviteit,
groepsidentiteit**



**Hou naast de
individuele waarden
ook rekening met de
groepswaarden**

Gedeelde betrokkenheid in de Blauwe Economie

Op weg naar een Kustparlement

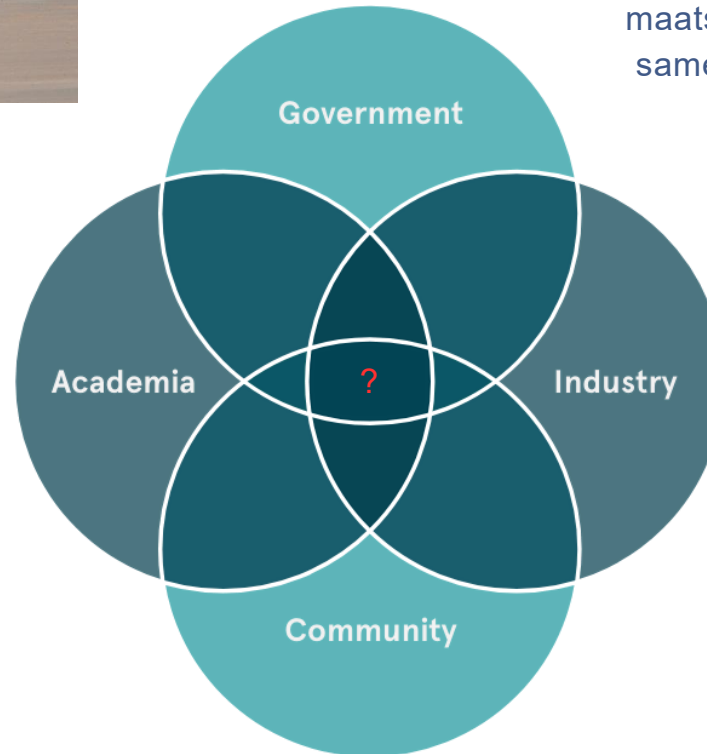
KUSTPARLEMENT





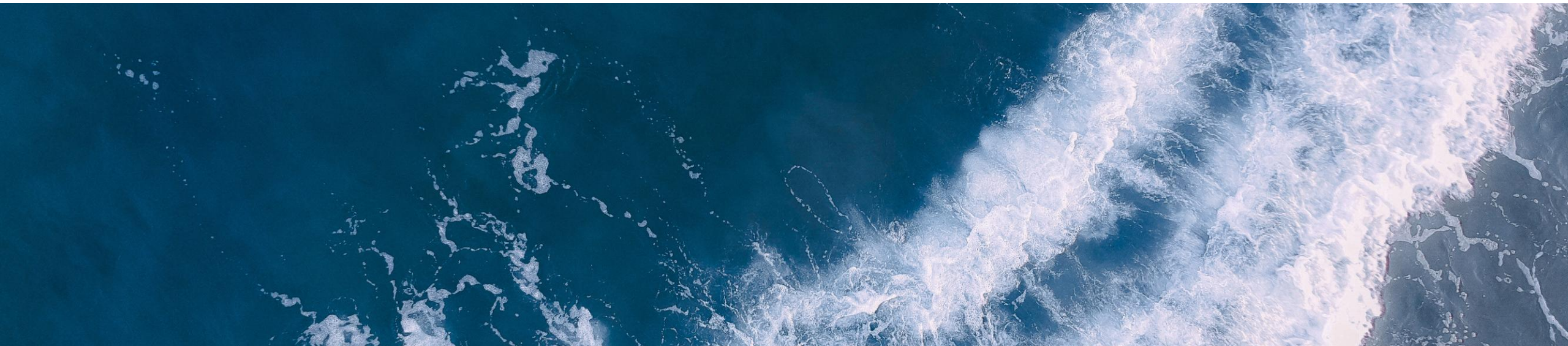
QUADRUPLE HELIX

Het quadruple helixmodel is een model voor innovatie dat de interactie tussen vier actoren beschrijft: de overheid, de industrie, de academische wereld en de maatschappij (of het maatschappelijk middenveld). Deze vier componenten werken samen in een dynamische relatie om innovatie te stimuleren.



PARLEMENT DE LA MER

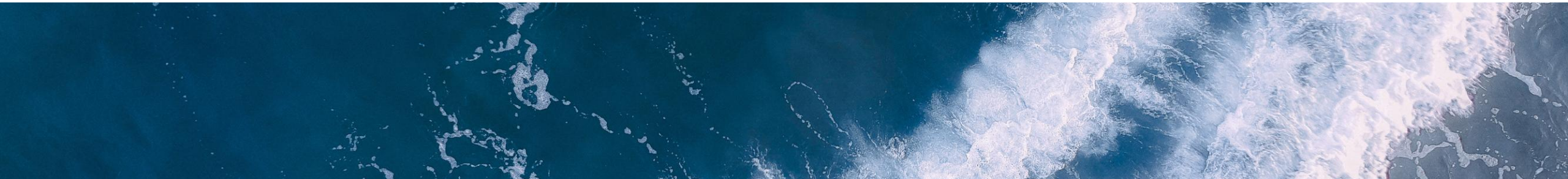
- Een plek voor uitwisseling en overleg
- De belangrijkste betrokkenen uit de regionale maritieme gemeenschap samenbrengen
- Werking:
 - Plenaire vergadering
 - 4 thematische commissies



PARLEMENT DE LA MER

Doelstelling:

- De regionale maritieme **gemeenschap verenigen** en zorgen voor dialoog, overleg en wederzijds begrip tussen de leden.
- De **kust en de zee onder de aandacht brengen** en de prestaties van de actoren langs de maritieme kust waarderen.
- De **ontwikkeling** van maritieme economische sectoren **stimuleren** om de werkgelegenheid in deze domeinen te versterken.
- Een **duurzaam beheer** van kusttrisico's bevorderen, gericht op aanpassing aan klimaatverandering.
- De **maritieme cultuur van alle inwoners van het regionale grondgebied versterken** en hun inzicht in huidige en toekomstige uitdagingen vergroten.





HOE KAN EEN KUSTPARLEMENT ERUIT ZIEN AAN ONZE KUST?

Inhoud – Rood

- Aan welke onderwerpen of thema's denk jij spontaan als het gaat over de kust en haar toekomst.
- Welke uitdagingen of problemen zie jij vandaag op of rond de kust die aandacht verdienen?
- Over welke thema's zou jij graag in dialoog gaan met andere kustactoren?

Praktische organisatie – Groen

- Waar vind een kustparlement idealiter plaats?
- Wie moet volgens jou zeker aan tafel zitten? (types actoren)
- Hoe vaak zou het Kustparlement moeten samenkomen om impact te hebben?
- Welke vorm van samenkomst werkt volgens jou het best? (Open debat, thematische werkgroepen, inspiratiesessies...



HOE KAN EEN KUSTPARLEMENT ERUIT ZIEN AAN ONZE KUST?

Motivatie tot deelname – Blauw

- Waarom zou jij willen deelnemen aan het Kustparlement?
- Wat zou jij willen bereiken of leren door deel te nemen?
- Wat zou ervoor zorgen dat jij afhaakt of niet deelneemt?

Valorisatie & vervolgacties



seascape
BELGIUM



**Port of
Antwerp
Bruges**
International



antea[®]group

Oostende
DE STAD
AAN ZEE

Provincie
West-Vlaanderen
Door mensen gedreven



Caaap[®]



VLAAMSE VISVEILING^{nv}
ZEEBRUGGE & OOSTENDE

COLRUYT GROUP



DEME



**Holiday Inn
Express
& Suites**



“Plant je duin”



A photograph of a ship's deck at sea. In the foreground, the ship's railing and a yellow buoy are visible. The sea is dark blue with white foam from the ship's wake. In the background, a faint rainbow arches across the sky, and several seagulls are flying. A white rectangular box is overlaid on the image, containing the title text.

Reizende tentoonstelling

ism Testerep project & Provincie West-Vlaanderen

Testerep project

- 4jarige SBO
- Wetenschapscommunicatieprijs gewonnen door vele initiatieven (oa podcasts, wandeling, expo, theatervoorstelling, ...)
- Dec '24 - apr '25 tijdelijke expo in Oostende (Venetiaanse Gaanderijen)
- Trok 12.500 bezoekers!
- Nog digitaal te bezoeken op site VLIZ

... en er komt een vervolg!



Reizende tentoonstelling

- Onderzoeksresultaten sbo Testerep + csbo Blue Balance naar groot publiek brengen
- Mogelijk door Provincie West-Vlaanderen
- Scenograaf = Pièce Montée
- 9 panelen: 8 vaste content en per locatie 1 aanpasbaar
- oa climax thinking
- Vanaf april 2026
- Minimaal 1 jaar rondreizen
- Op 10-tal plaatsen (kust & hinterland)
- Per locatie 5-6 weken

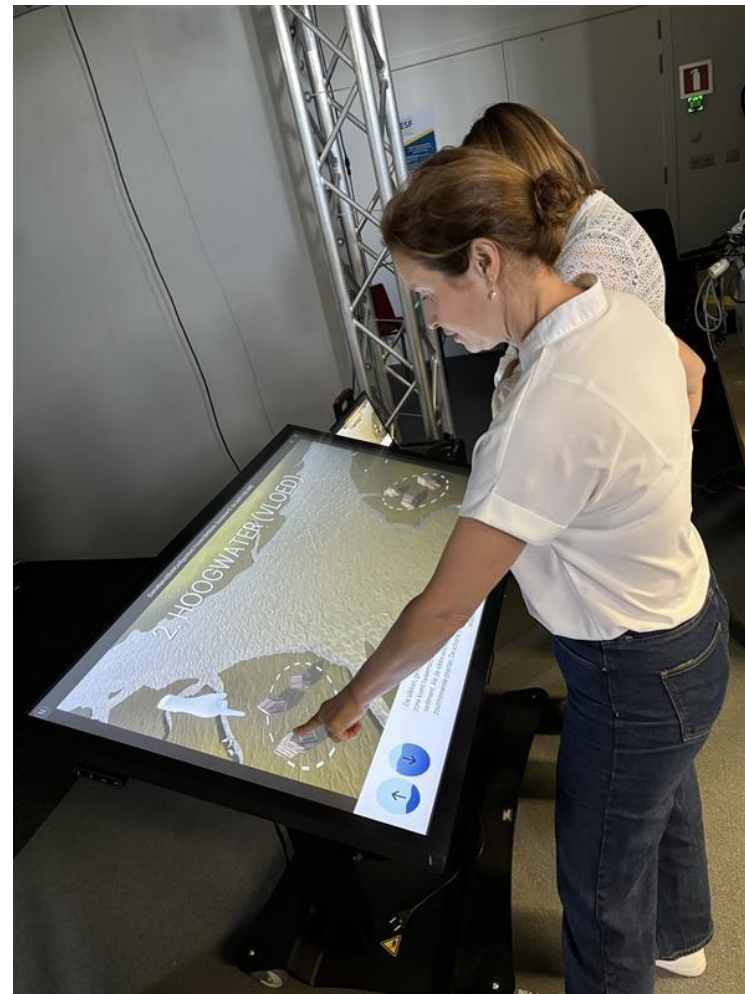
COMING
SOON



BLUE
BALANCE



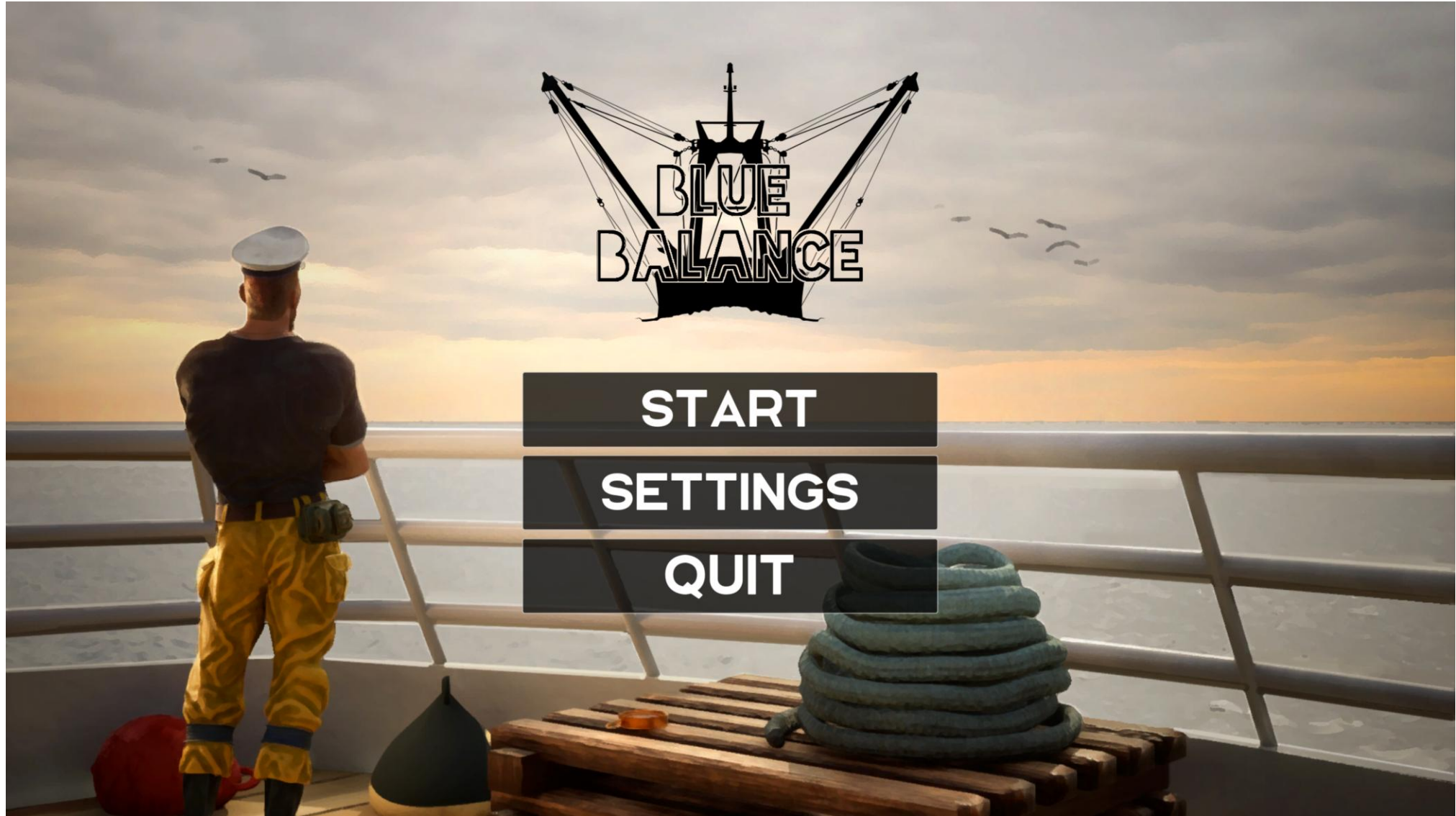
Onze interactieve tafel reist mee...



Valorisatie Fishergame

twee trajecten in voorbereiding





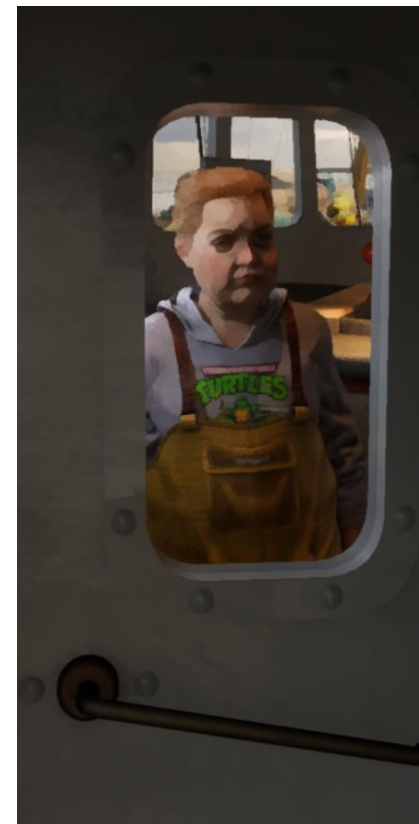
Meet the crew



Kapitein Chadwin
heden



Willem Peeters
verleden



Otis Peeters
toekomst

Gameplay vandaag

- Voer gesprekken met het AI model
- Ga op ontdekking op het schip
- Vissen sorteren minigame
 - Zeebaars, Schol, Hondshaai, Zeeduivel, Zeekat en Zwarte grondel
- Notitieboekje wordt aangevuld per ontdekte vis of nieuw weetje uit gesprek crew
- Doel = spelenderwijs leren & ontdekken
 - Gebruiker leert al spelend bij over vissoorten, seizoenaliteit, korte keten en meer



Zeebonk aanvraag

- Game verder uitwerken ism expertenteam (o.a. **VLIZ**, **NAVIGO**, Natuurpunt, WWF, ILVO...)
- Laat weten of je wil zetelen in expertenteam!
- Met begeleidend educatief pakket voor scholen
- NAVIGO museum = workshops voor groepen
- Horizon Educatief = integratie in zeeklassen aanbod
- Gratis online download voor breed publiek
- ...

**PROJECT
AANVRAAG
INGEDIEND**



OVIS aanvraag

- Maritiem Instituut Mercator Oostende – vissorteer minigame integreren in leerplanonderwijs duaal leren (vak Roerganger - zeevisserij)
 - Zoveel mogelijk vissoorten (ook roggensoorten!)
 - Regels rond vangst
 - Competitief maken met highscores en andere gamification voor zoveel mogelijk inoefenen
-
- ism ILVO, die het ook wil inzetten bij onderzoekers en medewerkers voor onboarding
 - Valideren AI-herkenning



PROJECT
AANVRAAG
IN
VOORBREIDING

Dank voor uw deelname!

Alle info over het project op: <https://bit.ly/bluebalance>