

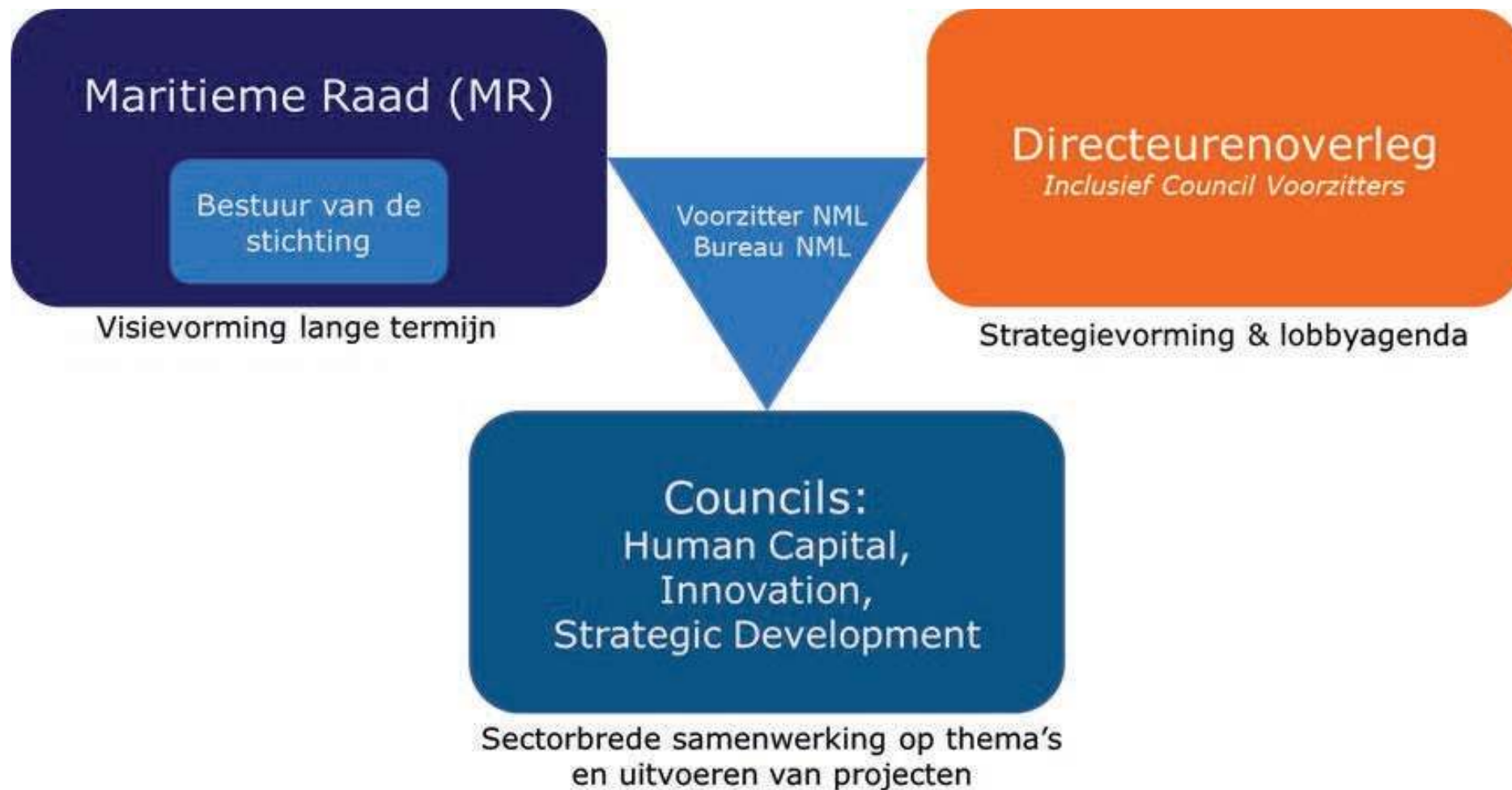
LOB MPowered:

De maritieme wereld tastbaar
maken voor leerlingen!

19 mei 2026

NML: Toekomstbestendige Maritieme Sector

- De **urgentie** is hoog: als we nu niet **investeren in een sterke, innovatieve maritieme sector** én de mensen die daarin werken, verliezen we niet alleen werkgelegenheid en kennis - maar ook de regie over onze veiligheid en duurzame toekomst op het water.
- We investeren in **strategische (koploper-) projecten en programma's**. Dit doen we gezamenlijk in NML verband.



Deelnemers

DAMEN



Huisman
Equipped for impact

IRO



STC GROUP
LEADING IN LEARNING

MARIN



WÄRTSILÄ



Port of Rotterdam

TNO innovation for life



Royal **IHC**



Extra council deelnemers



RADIO HOLLAND



TU Delft

NVO

Waarnemers



Ministerie van Economische Zaken



Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat

Human Capital Council: “Op koers voor 2030”

- Dankzij modern werkgeverschap, sterke kennisnetwerken en samenwerking met onderwijs en overheid, beschikt de sector over **goed opgeleide en breed inzetbare professionals** die met trots bijdragen aan maatschappelijke en technologische opgaven.
- In 2030 is de maritieme sector een **aantrekkelijke, inclusieve werkomgeving** waarin mensen blijven leren en loopbaanpaden ontwikkelen, binnen én tussen bedrijven en branches.



[Klik hier om het visiedocument te downloaden](#)

Uitvoeringsprogramma Human Capital

- De visie van de HCC is vertaald in een **uitvoeringsprogramma** dat daarmee de agenda is voor de HCC.
- Dit programma 1:1 **verankerd in de sectoragenda** maritieme maakindustrie en daarmee richtinggevend voor de HC opgaven binnen koploperprojecten zoals het Maritiem Masterplan.
- Met het uitvoeringsprogramma **verbinden** we organisaties, branches en regio's; we inspireren met voorbeelden van binnen en buiten de sector en coördineren op branche-overstijgende thema's.





Human Capital Uitvoeringsprogramma

4 samenhangende programmaliijnen



Programma

LOB Succesfactoren

Yentl Philipse

Panel discussie

Michiel Breijs (Portlantis)
Minette van den Bemd (BIOND)
Erwin Holterhues (Ver. van Waterbouwers)

MPowered campagne

Maartje van der Maas

Aan de slag!

Allen

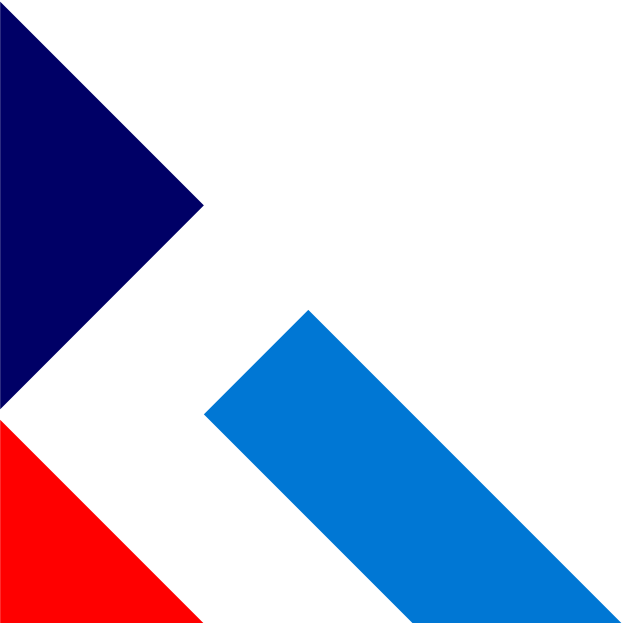
Netwerkborrel

Allen

Effectieve LOB



Yentl Philipse



Panel discussie



Michiel Breijs
Portlantis



Minette van den Bemd
BIOND



Erwin Holterhues
**Vereniging van
Waterbouwers**



Yvette Ross
Nederlands Loodswezen

Korte break



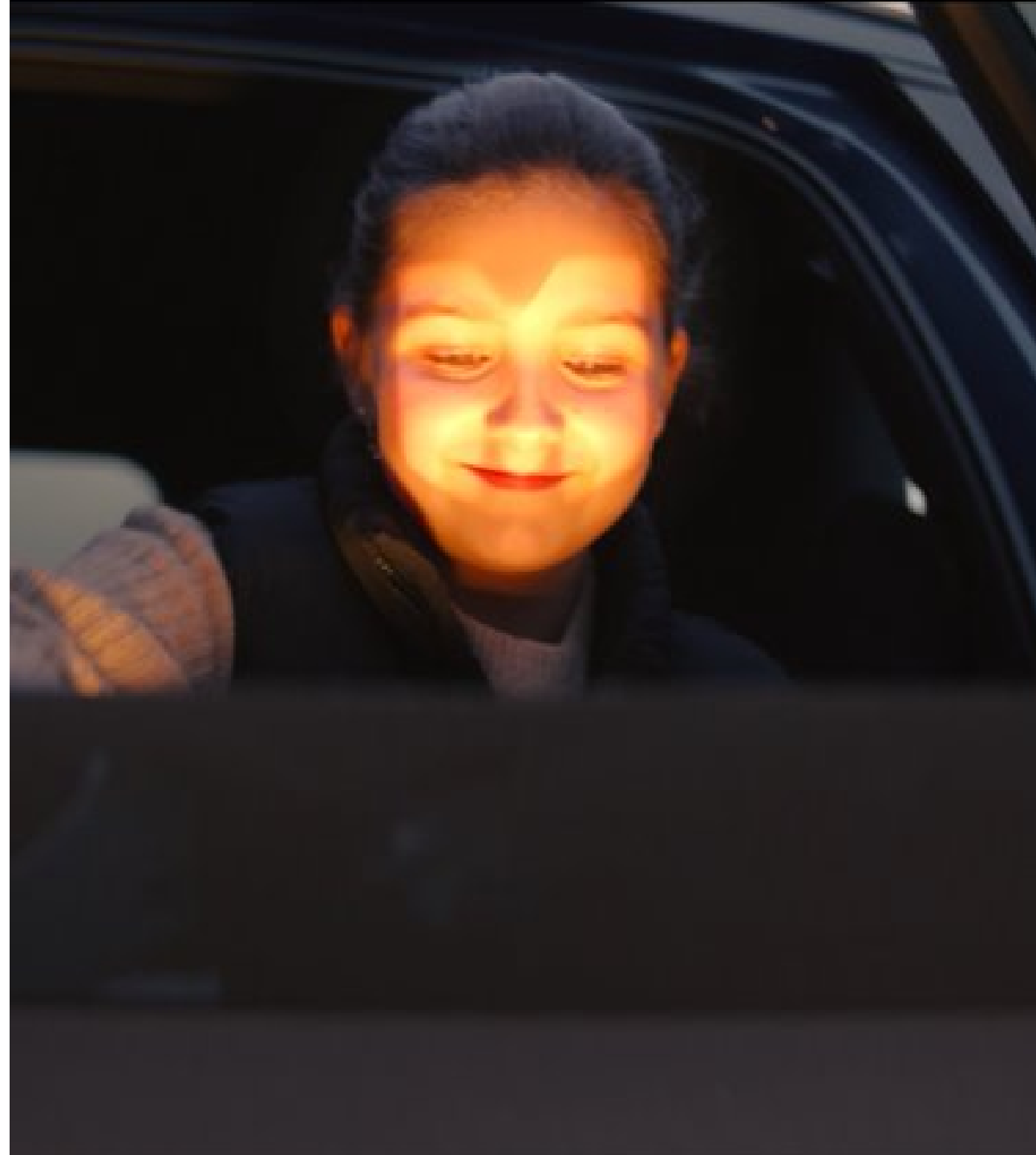


Mpowered

**Drijvende kracht.
Voor Nederland.
Door Maritiem.**

Waarom?

- De algemene kennis over de maritieme sector vergroten;
- Een beter algemeen begrip van de diversiteit en de mogelijkheden binnen de maritieme sector kweken.
- Nieuw talent aantrekken én bestaand talent behouden.



Hoe?

Samen met reclamebureau 0to9 zet het kernteam NML een driejarige campagne op om deze doelstellingen te bereiken.

In het kernteam zit vertegenwoordiging van:

- KNVR
- Maritime&Offshore NL
- MARIN
- Het Nederlands Loodswezen
- Bureau NML



Wat?



Wat?

SEE-fase

Met gaat de campagne van start.

Het doel is om de M van Mpowered zoveel mogelijk, zowel online als offline, in het straatbeeld te verspreiden.

THINK-fase

Hierna volgt de THINK-fase, die gericht is op het vergroten van betrokkenheid en interesse bij de maritieme sector. De mensen gaan de sector als relevant en aantrekkelijk zien.

ACT-fase

Mensen worden geactiveerd tot een vervolgstap: ze willen de maritieme sector ervaren.

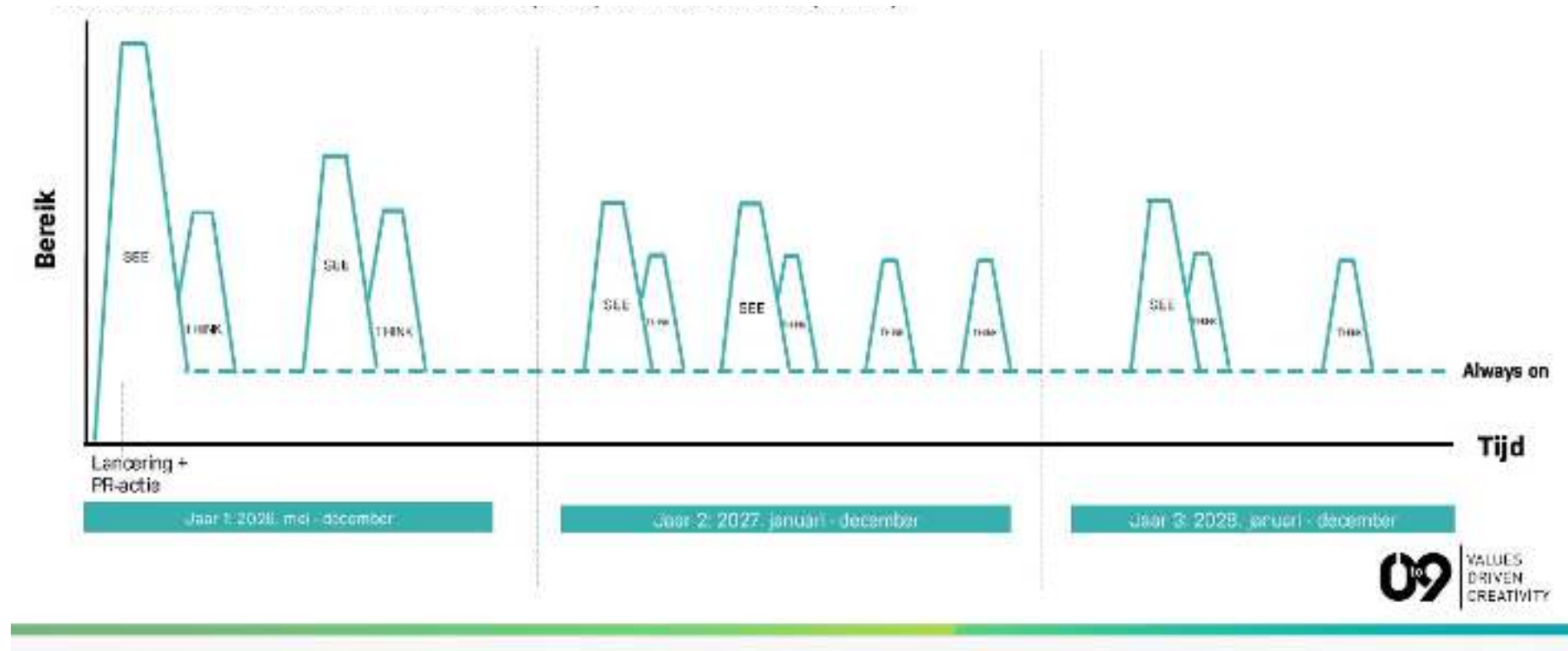


Wanneer?



Wanneer?

Drie 'flights' aan reclame op allerlei media: social media, mobile display, connected TV, Digital Out-of-home (digitale schermen in het straatbeeld)



De PR-stunt

- Video
- Persbericht
- Mailing
- Social flash mob



Voorbeeld van een SEE-advertentie



Waar kom je de SEE-beelden tegen?

Social media advertenties

Met deze kanalenmix halen we veel bereik in vrijwel alle leeftijdsgroepen. Met advertenties die voorbij komen op hun social feeds.



Ligt te breiden naar (met meer budget):



Mobile display advertenties

Adverteer in Nederlands' bekendste apps en websites, op het juiste moment en plaats bij de gewenste doelgroep.



Connected TV advertenties

Adverteer landelijk op TV's die verbonden zijn met het internet en waar apps zoals Netflix en YouTube op gedownload kunnen worden.



Digital Out-of-home advertenties

Hiermee kunnen we adverteren met statische, geanimeerd en interactieve banners op digitale schermen.



Uitgewerkt in THINK-tekst

Een zandkasteel is van meer gebouwd dan alleen zand

Je loopt over het strand. In de verte zie je iets. Een zandkasteel. Een beetje ingezakt. Gemaakt door een kind dat hier net nog zat.

Het lijkt vanzelfsprekend. Maar het strand is er niet alleen door de natuur.

Op veel plekken in Nederland wordt het strand opgespoten. Grote schepen halen het zand van de zeebodem. Daarna brengen ze het naar de kust.

Zo worden we beschermd tegen de zee.

Onder het strand gebeurt nog meer. Leidingen waar water en elektriciteit doorheen lopen. Die leidingen worden aangelegd en onderhouden op zee.

Je kijkt over het water, dan zie je schepen voorbijvaren.

Vrachtschepen. Werkschepen. Schepen die de kust bewaken.

Dus terwijl jij over het strand langs een zandkasteel loopt, gebeuren er allemaal dingen om je heen. Die continu aan het werk zijn.

Een strand is er niet zomaar. En dat zandkasteel? Mpowered.

20 mei 2026

Uitgewerkt in de THINK-beelden



Waar kom je de THINK-beelden en tekst tegen?

Social media advertenties

Met deze kanalenmix halen we veel bereik in vrijwel alle leeftijds-groepen. Met advertenties die voorbij komen op hun social feeds.

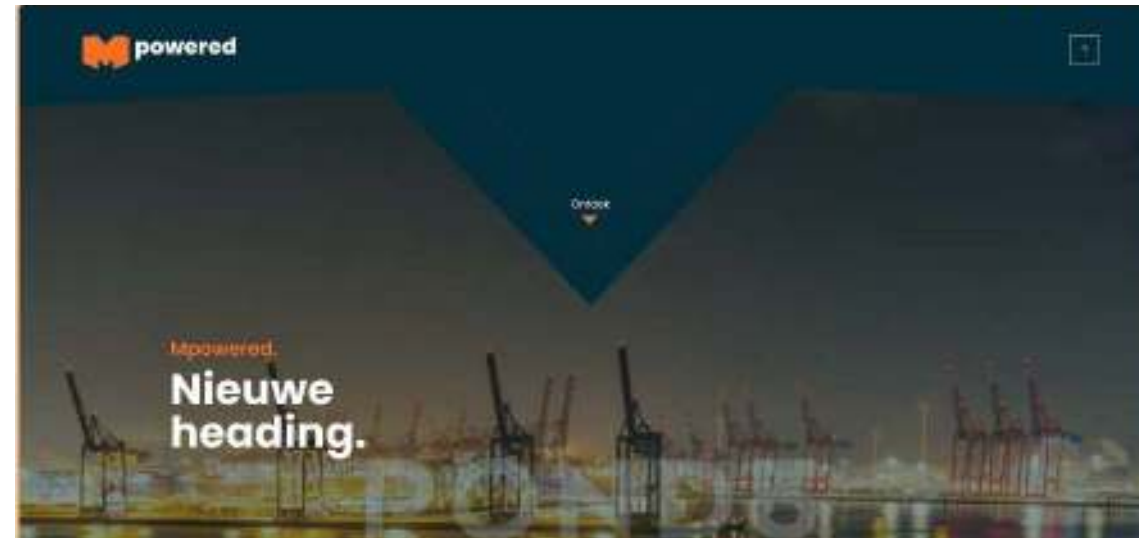


Ligt te breiden naar (met meer budget):



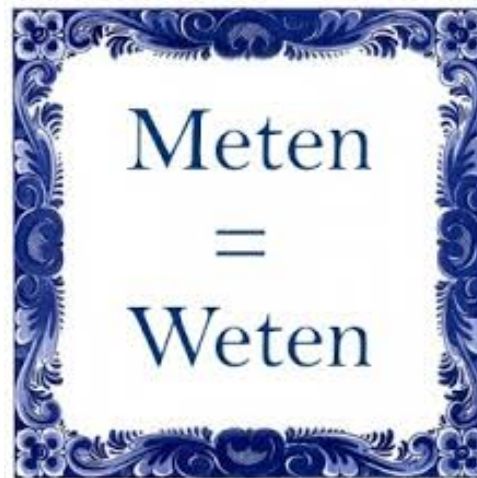
Mobile display advertenties

Adverteer in Nederlands' bekendste apps en websites, op het juiste moment en plaats bij de gewenste doelgroep.



Succes?

b l a u w



Hoe dan?

Toolkit middelen in NL en ENG
Logoset en guidelines
Merkverhaal en campagne pitch
Kant-en-klare visuals
Campagne assets voor gebruik in presentaties
Templates voor social posts te gebruiken door partners.
Engelse versie video's
(optioneel) printklare bestanden om zelf af te kunnen laten drukken
Op termijn: middelen rondom PR acties



Bedankt

Voor vragen:

MMS@HAVANAORANGE.NL

Aan de slag!

Ontwerp een nieuw, succesvol LOB Event

Alles mag, alles kan, maar:

- Houdt rekening met de aanbevelingen
- Menskracht is altijd de beperkende factor

Doelgroep: _____ Boodschap: _____

Ons idee: _____

Match met LOB-aanbevelingen:

1: Ervaringsgericht	2: Doelgroepgericht	3: Praktisch uitvoerbaar	4: Realistisch beeld	5: Reflectie

Wie: _____ Waar: _____

Wat: _____ Wanneer: _____

Doelgroep		Boodschap
Basisonderwijs	➔	Zaadje planten
Profielkiezers	➔	Technisch profiel
Studiekezers	➔	Maritieme studie

