



STUDEREN

INNOVEREN

ONDERNEMEN

ONDERNEMEN(D) LEREN

ONDERNEMEN(D) LEREN

Dit boek neemt u mee door vijf jaar minoren binnen het Innovatie- & Ondernemerscollege van het lectoraat Ondernemen en Innoveren.

De minor Ondernemen & Innoveren is ontwikkeld voor studenten die een eigen onderneming willen opzetten. Studenten kunnen met allerlei ideeën aankomen om de haalbaarheid van hun product of dienst te toetsen. In de afgelopen vijf jaar hebben al ruim 300 studenten de minor afgerond.

Dit boek is geschreven voor ondernemers die deel kunnen gaan uitmaken van het businessnetwerk van het Innovatie- & Ondernemerscollege. Dit businessnetwerk bestaat uit ondernemers die gastcolleges geven en/of studenten begeleiden. Daarnaast zal dit boek ook gebruikt worden voor studenten die van plan zijn de minor te gaan volgen. Tot slot zal dit boek gebruikt worden om andere onderwijsinstellingen kennis te laten maken met onze ervaringen met de minor.

Ter inleiding krijgt u een introductie op wat de minor voor zowel de stad Den Haag als voor De Haagse Hogeschool van toegevoegde waarde is. Vervolgens krijgt u een kijkje in de keuken, een wat meer gedetailleerde uitleg over de inhoud van de minoren. Daarna worden stapsgewijs, afhankelijk van welke minor het betreft, interviews met betrokken partijen getoond. Tot slot zult u specifieke informatie over de minor aantreffen. Van de huidige stand van zaken van oud-minorstudenten in ‘Facts & figures’ tot aan een totaaloverzicht van de studenten die deel hebben genomen aan de minor in het ‘Smoelenboek’.

Den Haag,
7 oktober 2010

□ Wat zijn lectoraten?

Lectoraten zijn onderzoeksgroepen aan hogescholen. Zij bestaan uit lectoren en kenniskringen. Een lector is een expert op het vakgebied van het lectoraat, een kenniskring bestaat uit docent-onderzoekers van verschillende opleidingen, aangevuld met externe deskundigen. Door het doen van onderzoek leggen lectoraten verbanden tussen onderwijs en de beroepspraktijk.



Inhoudsopgave

Voorwoord – Henk Kool, wethouder Sociale Zaken, Werkgelegenheid en Economie Gemeente Den Haag	6	Minor 3: Ik ben begonnen, en nu? – strategisch plan	27
Introductie – Rob Brons, voorzitter College van Bestuur De Haagse Hogeschool	8	Rob Mes: “Voorbereiding vergroot de kans van slagen”	34
Lectoraat Ondernemen & Innoveren – Saskia Harkema, lector	10	Pim de Bokx: “Kruisbestuiving vergroot de kansen”	38
De minoren van het Innovatie- & Ondernemerscollege – een korte uitleg	12	Gosse Hoekstra: “Overtuiging en flair”	42
Betrokken partijen – ervaring ‘uit het veld’	14	Studenten – succesverhalen	47
Minor 1: Ben ik een ondernemer? – haalbaarheidsstudie	15	“Het is net een huwelijk” – groepsinterview oud-minorstudenten	48
Rud Kuiper: “Bij tegenslagen moet je niet het bijltje erbij neergooien”	18	Facts & figures	52
Alfons Laudy: “Maak gebruik van je Unique Selling Points”	20	Het verleden – uitgevoerde ideeën	54
Minor 2: Hoe kan ik beginnen? – ondernemingsplan	19	Smoelenboek	55
Cees Broeksma: “Heb het lef om voor jezelf te beginnen”	26	Huidige leden business netwerk	60
Sandra de Jong: “Een goed plan is alles”	28	Contactgegevens / Colofon	63



Henk Kool

Voorwoord

Juist daarom vindt de gemeente Den Haag het zo belangrijk dat al tijdens de beroepsopleiding studenten van alles leren over ondernemen. Dat zij enthousiast worden gemaakt voor het vak. Dat stimuleert uiteindelijk de economie en is goed voor bedrijven. Naast het initiatief van het Innovatie- & Ondernemerscollege stimuleert de gemeente meerdere projecten. Mooi voorbeeld daarvan is Student & Zaak. Een project waarbij studenten ondernemers helpen bij hun bedrijfsvoering. Studenten doen praktijkervaring op in het midden- en kleinbedrijf en ondernemers hebben extra hulp. Het mes snijdt aan twee kanten. Studenten en ondernemers hebben profijt van elkaars kennis en ervaring.

Ik ben er trots op dat het lectoraat Ondernemen en Innoveren van De Haagse Hogeschool al weer zes jaar geleden met de EFRO-subsidie (Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling) zover is gekomen dat ze een succesvolle minor heeft opgezet. Een minor die zoveel werk maakt van ondernemerschap en innovatie. En dat is heel goed. Want Den Haag heeft jonge, gemotiveerde ondernemers nodig. Zij maken de stad sterk en zij houden de stad sterk.

Henk Kool
Wethouder Sociale Zaken, Werkgelegenheid
en Economie
Gemeente Den Haag

**Ondernemen is belangrijk
voor Den Haag. Voor de
mensen en voor de stad.
Bedrijven die het goed doen
zorgen dat de economie in
de stad sterk is en dat er
voldoende banen zijn. Een
gezond bedrijfsleven draagt
bij aan een sterke stad.
En dat betekent dat mensen
graag in die stad wonen
en dat bezoekers er graag
komen. Maar dus ook dat
mensen graag in die stad
werken.**



Rob Brons

De noodzaak tot vernieuwing van producten, diensten en processen maakt innovatie tot een belangrijk thema in de strategievorming van bedrijven. Maar slim innoveren en succesvol ondernemen houden meer in dan het hebben van een leuk idee en het schrijven van een goed plan. In de drie minoren Ondernemen & Innoveren wordt aandacht besteed aan beleidsmatige, organisatorische en vakinhoudelijke kennis.

Introductie

Deze minoren behoren tot de succesvolle minoren van De Haagse Hogeschool. Niet zonder reden. De Haagse Hogeschool biedt bijna vijftig verschillende bachelor opleidingen aan. Vrijwel iedere opleiding stimuleert het denken van de student zodanig, dat de mogelijkheid voor het starten van een eigen bedrijf of het ontwikkelen van een nieuwe gedachtegang een vanzelfsprekendheid wordt. De kracht van deze minoren zit in de verbindende functie. In de minoren worden onderwijs, onderzoek en omgeving gekoppeld. Studenten vanuit al onze opleidingen volgen de minoren. Daarbij werken studenten, docenten en mkb'ers samen aan vraagstukken en proberen die tot een oplossing te brengen. Deze wederzijdse invloed versterkt het concept van de hogeschool.

Het verankeren van ondernemerschap past in iedere opleiding. Vanaf de start in september 2005 is het enthousiasme voor deze minoren groot. De ontwikkelingen staan niet stil. Er wordt gewerkt aan een minor bedrijfsovername en de internationale samenwerking krijgt een prominente plek in het onderwijs. Zo geeft het lectoraat ook zelf vorm en inhoud aan innoveren.

De vijfjarige geschiedenis kent zijn successen: de inrichting van het Health Centre, de oprichting van diverse IT bedrijven en de ontwikkeling van de Cubin, een eenvoudig bakje met reclamemogelijkheden.

Ondernemen is risico's nemen, vandaar dat deze minoren studenten ook voorbereiden op teleurstellingen. Een idee strandt niet zelden in het haalbaarheidstadium. Ook daar wordt weer van geleerd.

Ik beschouw deze minoren als een sieraad voor onze hogeschool en wens de kenniskring een mooi lustrum toe.

Rob Brons
Voorzitter College van Bestuur
De Haagse Hogeschool

Het lectoraat Ondernemen en Innoveren bestaat is om via onderzoek en onderwijsvernieuwing
sinds 2004 en richt zich op een aantal thema's, zoals: een bijdrage te leveren aan het innovatieve en
sociale innovatie, transactie innovatie, duurzaamheid ondernemende vermogen van studenten, docenten
en diversiteit. De brede doelstelling van het lectoraat en bedrijven in de regio Haaglanden.



Saskia Harkema

Lectoraat Ondernemen & Innoveren

■ ECCEED

Het lectoraat heeft onderzoek en onderwijs samengebracht in een Innovatie- en Ondernemerscollege dat in september 2005 is opgericht en waar studenten van alle opleidingen welkom zijn, genaamd ECCEED.

ECCEED staat voor European Competence Centre for Entrepreneurship Education & Development. Het verwoordt onze ambitie om onszelf te overtreffen in dat wat we doen. Studenten kunnen hier via de minor 'Research in Business' meedoen in onderzoeksprogramma's van het lectoraat of de minor 'Ondernemen & Innoveren' volgen. Hierin kunnen ze bijvoorbeeld werken aan een eigen idee en een haalbaarheidsstudie doen, en/of een onderneming opzetten.

■ Benadering vanuit het onderwijs

Het lectoraat werkt vanuit een sterke verbinding met academies en opleidingen. Bijdragen aan ondernemerschap en innovatie is een belangrijke doelstelling in dit opzicht. Ons onderwijs maakt studenten bewust van innovatie en ondernemerschap. Beide bieden kansen voor verdere persoonlijke ontwikkeling en een toekomstige loopbaan. Innovatief en ondernemend denken en doen staan centraal.

Via ons onderwijs willen we ook dat studenten leren wat onderzoek is. Hiermee ontwikkelen ze competenties die hen in staat stellen conceptueel te denken, te reflecteren op de praktijk en theorieën op waarde te schatten.

■ Onderwijsfilosofie

Onze onderwijsfilosofie gaat uit van de individuele studenten en ontwikkeling van competenties waardoor ze innovatiever en ondernemender worden. De te verwerven kennis en ervaring wordt hierop afgestemd.

Het blijkt dat deze aanpak niet alleen het leervermogen van studenten vergroot, maar ook hun motivatie om succesvol te zijn. Minstens zo belangrijk is het leerproces dat studenten doorlopen. Ze doen wezenlijke ervaring op door het onderwijsprogramma grotendeels zelf in te richten, door intensief samen te werken met ondernemers die hen coachen en door te reflecteren op hun eigen kennis en kunde. Kortom: we leiden innovatoren en ondernemers op.

Binnen het Innovatie- & Ondernemerscollege bieden we een aantal minoren die toegankelijk zijn voor studenten van alle opleidingen van De Haagse Hogeschool. Ook studenten van andere hogescholen zijn van harte welkom. Het college heeft diverse eigen locaties zowel op de hoofdvestiging van De Haagse

Hogeschool als in Delft, en biedt de mogelijkheid een flinke dosis theorie te combineren met praktijkervaring.

Saskia Harkema
Lector Ondernemen en Innoveren
De Haagse Hogeschool

De minoren van het Innovatie- & Ondernemerscollege

– een korte uitleg

In 2004 is door het lectoraat Ondernemen en Innoveren van De Haagse Hogeschool de minor Ondernemen & Innoveren ontwikkeld. Achterliggende gedachte was de hoge mate van prioriteit van innovatie en ondernemerschap in het onderwijs op diverse politieke beleidsagenda's.

Vraag
Ondernemerschap en innovatie zijn nauw met elkaar verbonden. Innovatie doelt veelal op het ontwikkelen van nieuwe producten, diensten en processen. Bij ondernemerschap wordt vaak gedacht aan het starten maar ook het succesvol leiden van een eigen bedrijf. Bij de minor Ondernemen & Innoveren gaat het om het tot bloei brengen van een product of dienst. Daarom leggen de minoren de nadruk op de karakteristieke eigenschappen van de ondernemer en hoe je die eigenschappen kan leren.

Inhoud
De minoren zijn toegankelijk voor alle studenten uit de hoofdfase en duren elk tien weken (een blok), daar staan 15 ECTS (waarderingssysteem van studiepunten) tegenover. Studenten kunnen ieder blok instromen, want het programma wordt volledig in maatwerk aangeboden. Dat wil zeggen dat de student fulltime aan de slag gaat met een eigen idee of bedrijf. De begeleiding bestaat uit een individuele begeleider (dit is altijd iemand met een achtergrond als ondernemer), intervisie met medestudenten, maatwerkcolleges en diverse contacten met het businessnetwerk.

Schematische opbouw
Er zijn drie verschillende achter elkaar te volgen minoren:
1. Haalbaarheidsstudie eigen bedrijf/idee;
2. Ondernemingsplan eigen bedrijf;
3. (Door-)starten van eigen bedrijf, het strategisch plan.

Bij alle drie de minoren ligt de nadruk niet alleen op het ondernemen, maar -vanzelfsprekend- ook op innoveren. Er wordt uitgegaan van de gedachte dat het één niet zonder het ander kan.

Studenten
Elke student die zijn propedeuse heeft behaald kan een minor volgen, mits hij goedkeuring heeft van de opleiding.

Opbouw
De minor heeft een duur van tien weken. Voor de start van de minor dient de student een innovatieassessment te doen, waarbij wordt gemeten hoe ondernemend de student is. Dit innovatieassessment of innovatieanalyse is ontwikkeld in samenwerking met Kuiper & Partners – psychologen en talentmanagers. De resultaten leveren input voor het formuleren van persoonlijke doelstellingen.

Schematisch kunnen de drie minoren als volgt worden weergegeven:



Meer informatie over de opbouw en de aanpak van het innovatieassessment vindt u in het interview met Rud Kuiper op pagina 16.

Gedurende de eerste twee weken van elke minor wordt een basisprogramma doorlopen waarin studenten diverse workshops en colleges volgen. Variërend van een workshop pitchten tot een workshop plan van aanpak schrijven. Ook worden er bedrijfsbezoeken afgelegd en gastcolleges gevolgd. Studenten hebben hierin de mogelijkheid hun eigen interesses met betrekking tot bedrijfsbezoeken aan te geven. Aan het eind van deze twee weken wordt een plan van aanpak en een persoonlijk ontwikkelplan (POP) ingeleverd. Na goedkeuring wordt een persoonlijke begeleider uit het businessnetwerk toegewezen die zorg draagt voor de procesbegeleiding. Deze begeleider heeft altijd een achtergrond als ondernemer.

Tijdens week 3 t/m 8 gaan studenten gericht aan de slag en ontvangen via diverse media en gastcolleges aanvullende informatie.

In week 9 wordt het plan met bijbehorend innovatierapport ingeleverd.

In week tien vindt er een verdediging plaats. Gedurende een half uur stelt de procesbegeleider, bijgestaan door een tweede lezer, een aantal kritische vragen. Na afloop krijgt de student direct te horen of hij geslaagd is.

Business netwerk
Onderdeel van elke minor is een lunch op De Haagse Hogeschool. Het businessnetwerk en de studenten worden tijdens deze informele lunch op een laagdrempelige wijze met elkaar in contact gebracht. Op pagina 60 staat een overzicht van het businessnetwerk.

Betrokken partijen

– ervaringen ‘uit het veld’

De minoren zijn er voor studenten. Maar zonder organisaties en bedrijven die de studenten van zéér bruikbare informatie voorzien zouden deze minoren niet het succes hebben behaald zoals nu het geval is.

Bedrijfsbezoekenengastcolleges

Interviews met betrokken partijen, van overheidsinstantie tot familiebedrijf. Allemaal ontzettend waardevol voor de minoren en haar studenten vanwege alle kennis en ervaring die deze organisaties in huis hebben. Kennisoverdracht naar onder andere het hbo, dat is wat deze mensen kunnen als de beste.

Minor 1

Ben ik een ondernemer?

■ haalbaarheidsstudie

Het opzetten en onderhouden van een bedrijf begint met de ideevorming. Als student heb je binnen de minor de mogelijkheid om een creatief idee om te zetten in een levensvatbare onderneming.

Om daadwerkelijk te slagen met een product of idee, zal de student zijn product of idee toetsen aan de praktijk. Dit kan men verwezenlijken door vooraf een haalbaarheidsstudie te verrichten.

Onderzoeksvragen in een haalbaarheidsstudie zijn; Is het idee dat ik heb echt zo uniek, of zijn er al 13 van in een dozijn? Wat maakt mij of mijn idee zo uniek? Is er een markt voor mijn idee en zo ja, hoe kan ik die het beste benaderen? Dit is

slechts een greep uit de vele vragen voor een eerste externe analyse. Het geeft de student inzicht in de haalbaarheid van zijn product. Naast de workshop pitching en diverse bedrijfsbezoeken in dit eerste deel is voorafgaand aan dit traject de student getest op ondernemers- en innovatie-eigenschappen in de innovatieanalyse.

In het na volgende interview met Rud Kuiper van Kuiper en Partners wordt het innovatieassessment geanalyseerd. Daarna volgt het interview met Alfons Laudy, van NL Octrooiencentrum, die uiteenzet dat een idee een octrooi waard kan zijn. Maar ook als het idee in de vorm van een octrooi al bestaat hoe men daarvan kan leren.

Je vader opvolgen, bij jezelf te
rade gaan wat je kwaliteiten
zijn en hoe je daarmee omgaat,
op basis hiervan je bedrijf
herpositioneren om effectiever en
efficiënter te werk te gaan. Ga er
maar aan staan. Rud Kuiper deed
het. Met succes. “Het doen van
assessments zoals de rest dat ook
doet, dat maakt geen verschil”.



Rud Kuiper, psycholoog bij Kuiper & Partners
met Alette de Jong en José Savenije (v.l.n.r.)

Rud Kuiper: “Bij tegenslagen moet je niet het bijltje erbij neergooien”

■ De oorsprong

In de tijd van de ontwikkeling van de minor had Rud Kuiper voor het bedrijfsleven een innovatieassessment ontwikkeld. Er bleek een goede klik tussen De Haagse Hogeschool en Kuiper & Partners en er volgde al gauw een pilot die de geschiktheid van het innovatieassessment voor de minor onderzocht. Benodigde capaciteiten voor de minor werden - voorafgaand aan de start van de eerste minor - getest door middel van een innovatieassessment die bestaat uit o.a. een capaciteitentest, een persoonlijkheidsvragenlijst en een interessevragenlijst. Hiermee werd gekeken hoe innoverend en ondernemend de student is.

■ Pilot: de test van een test

Voor Rud Kuiper was de eerste test ook een test. Want de innovatieanalyse an sich was wel al ontwikkeld, maar nog niet in deze hoedanigheid gebruikt. De eerste ronde was op 14 maart 2005 onder 17 willekeurige studenten van De Haagse Hogeschool. Het enige dat van de studenten bekend was, was hun naam en leeftijd. C'est tout.

Van die pilot is toen een analyse gemaakt, een rapport geschreven en het rapport is besproken. Wat hieruit naar voren kwam is dat je een duidelijke onderscheid kunt maken

tussen studenten die ondernemend zijn, studenten die innovatief zijn, studenten die beide zijn en studenten die beide juist niet zijn. Een aantal van deze “test”studenten wilde de minor gaan volgen en een aantal niet. Dat verschil kwam in de resultaten goed naar voren. “Denk maar aan een kunstenaar versus een ondernemer. De eerste is misschien erg innovatief, maar niet zo ondernemend. En vice versa”, geeft Rud Kuiper als voorbeeld.

■ Advies

Het innovatieassessment bleek voor De Haagse Hogeschool te uitgebreid. Daarnaast stond De Haagse Hogeschool een dergelijke selectiemethode niet toe. De minor mocht niet met een externe test nog eens studenten selecteren die al toegelaten waren tot de hogeschool. Daarom is er toentertijd voor gekozen om de innovatieanalyse niet als selectieinstrument in te zetten, maar als adviesinstrument. Tot op de dag van vandaag blijkt de analyse een goede graadmeter. Studenten erkennen ook vaak achteraf dat wat ze in het adviesrapport als aandachtspunten hebben meegekregen hun goed heeft geholpen bij het uitwerken van hun idee.

□ Karakter

Met een assessment wil je graag inzicht krijgen in iemands karakter en dat doe je door zijn gedrag te bekijken. Karakter en gedrag kun je vergelijken met bouwstenen en een huis. Iemand heeft goede en slechte karaktereigenschappen, oftewel goede en slechte bouwstenen. Met deze bouwstenen kun je een goed of een slecht huis, een mooi of een lelijk huis bouwen. Stop je alle slechte stenen in de fundering of de kelder, dan heb je een heel mooi huis, maar dit staat erg zwak en valt gemakkelijk om. Alle slechte stenen bij de voordeur maakt dat je heel onaardig gevonden wordt, behalve door de mensen die jou beter kennen omdat zij door die voordeur heen gegaan zijn. Het is dus zaak de slechte bouwstenen door je huis heen te verspreiden zodat deze voor iedereen zichtbaar zijn en men niet voor onaangename verrassingen komt te staan. >>

□ >> Je kunt je huis verfraaien door een serre aan te bouwen of een dakkapel te maken. Je karakter kun je niet zomaar veranderen, maar door de jaren heen verandert dit wel; net zoals de bouwstenen van het huis die door weer en wind eroderen.

□ **Ondernemerschap**
risico durven nemen, proactief zijn, nek uitsteken, volhardend zijn, doel voor ogen hebben

□ **Innovativiteit**
creatief zijn, open staan, gebruik maken van ideeën, flexibel zijn, vernieuwen, verbeteren, ontwikkelen

□ **Driehonderd-achtentwintig**
Er zijn tot op dit moment door Kuiper & Partners ruim 300 psychologische rapporten voor de minor gemaakt.

■ **Wat je niet ziet, bestaat wél**
Dat niet altijd alles is zoals het lijkt, weet Rud Kuiper perfect te illustreren met een voorbeeld:

Op de testdag waren een meisje en een jongen van respectievelijk 21 en 18 jaar oud. Samen doen ze de hele dag hetzelfde. Zij loopt continu achter hem aan. Hij is redelijk nonchalant, zij nog erger. Uit de testresultaten blijkt dat er veel potentie in zit, maar ze gedragen zich beiden niet zo. Met haar leeftijd kan zij zich dat niet meer permitteren, hij nog net. “Ik vond het doodzonde en wilde er wat mee doen”, zegt Rud Kuiper hierover. “Tijdens de rapportbespreking heb ik tegen haar gezegd: ‘Dit zijn de resultaten, neem je verantwoordelijkheden. En het liefst zou ik je een trap onder je kont willen geven want het is doodzonde dat je er niks mee doet’”. Wat bleek nou? De vrouwelijke student is een oud-gymnasiast, die aan de drugs is gegaan. Op haar 14e is zij het huis uit gegaan, de straat op. 6 Jaar later is zij weer clean en gaan studeren. Alleen is door jarenlang drugsgebruik haar ontwikkeling achter gebleven. “Dat zoiets dan door testresultaten achterhaald kan worden is erg interessant”, besluit Rud Kuiper zijn herinnering.

Hieruit blijkt ook direct het voordeel van onze studenten ten opzichte van andere starters: de studenten van het Innovatie- & Ondernemerscollege zijn - met behulp van de analyse - al bekend met hun sterke en zwakke punten en hoe zij hier gebruik van kunnen maken.

■ **Consequent bewust van je mogelijkheden**

Dat er bij het lectoraat Ondernemen en Innoveren veel met ongedefinieerde, gevoelsbegrippen wordt gewerkt, blijkt uit de reactie van Rud Kuiper op de vraag wat zijn mening is over ondernemerschap in het onderwijs. “Wat versta je onder ondernemerschap?”, zo kaatst hij de bal direct terug. Rud Kuiper noemt al snel als antwoord op zijn vraag proactief zijn en zelf verantwoordelijkheid nemen. Hij vindt het goed dat het onderwijs daar een rol in speelt. En noemt het een erg goede en belangrijke ontwikkeling dat mensen consequent bewust zijn dat ze zelf het heft in handen moeten nemen.

■ **Een gewetensvraag?**

Rud Kuiper beantwoordt de vraag of de coach van een onderneming zelf ondernemer moet zijn (geweest) met: “Nee, dat hoeft niet. Maar het is wel prettig als je die ondernemende instelling hebt. Begrip en gevoel”, luidt het antwoord van Rud Kuiper.

■ **Toekomstwens**

Dat Rud Kuiper het beste met de minor voor heeft, is duidelijk bij de afronding van ons gesprek. Hij wenst ons uit de grond van zijn hart een lange samenwerking toe waarbij iedereen veel waardevolle ervaringen mag opdoen. Dat je met een klein beetje inzet een hoop teweeg kan brengen door mensen verder te helpen en ze te laten inzien wat hun kansen/mogelijkheden zijn.



“Als je goed wilt ondernemen, moet je juist gebruik maken van je sterke kanten. Maar ook nog steeds bewust zijn van je zwakke kanten.”



Alfons Laudy, accountmanager
hbo bij NL Octrooiencentrum.

Een korte geschiedenis. Begin
2010 is Agentschap NL opgericht,
een bundeling van EVD,
SenterNovem en Octrooiencentrum
Nederland, alle drie als
onderdeel van het ministerie
van Economische Zaken.
Octrooiencentrum Nederland heet
sindsdien NL Octrooiencentrum
en is dé octrooiverlener voor
Nederland, geeft voorlichting
over het octrooisysteem en
behartigt de belangen van
Nederland in Europese en
mondiale organisaties. Aldus de
voorlichtingsbrochure.

Alfons Laudy: “Maak gebruik van je Unique Selling Points”

■ Database

NL Octrooiencentrum verzorgt binnen de minor gastcolleges waarin kennis over wat je met octrooiën kunt, toegelicht wordt. De student wordt bijgebracht dat een idee wel gedeponereerd kan worden bij diverse instanties (notariskantoor, belastingdienst, etc.), maar dat dat geen bescherming biedt. En dat je voor de bescherming van intellectueel eigendomsrecht toch echt beter naar NL Octrooiencentrum kan gaan.

Naast de wijze van een idee deponeren wordt de student ook onderwezen in het gebruik maken van de (gratis toegankelijke) database Esp@cenet (<http://nl.espacenet.com>) waaruit veel bruikbare gegevens gehaald kunnen worden over economische, technische en statistische informatie. Want soms wordt tijdens het googelen niks gevonden, terwijl het er wel is. “Dat komt doordat sommige uitvindingen niet de boeken halen, terwijl er wel octrooi is afgegeven”, verklaart Alfons Laudy.

■ Verwachtingen

Waar studenten tegenwoordig met name in de fout gaan, is bij het zoeken op internet. Er wordt vergeten op de wet- & regelgeving te letten. Als ondernemer kan en mag je niet meer alles doen. Bijvoorbeeld het oprichten van handelsfirma’s is aan meer regels gebonden dan voorheen.

Wat NL Octrooiencentrum voornamelijk doet tijdens de colleges is studenten voorbereiden op wat ze kunnen verwachten. “In eerste instantie lijkt dit vaak een ver-van-mijn-bedshow, maar door het ‘tastbaarder’ te maken worden studenten enthousiast waar positief op wordt terug gekeken”, vertelt Alfons Laudy over de gastcolleges.

■ Intellectueel eigendomsrecht

Dat je je al snel op het gebied van intellectueel eigendomsrecht begeeft, wordt nog wel eens over het hoofd gezien. “Wanneer je met ondernemen bezig bent – en dat begint al met je naam inschrijven bij de Kamer van Koophandel-, dan ben je al bezig met intellectueel eigendomsrecht. En dat beseffen mensen soms niet”.

□ Wat is een octrooi?

Een octrooi is een verbodsrecht. Hiermee kan een ander verboden worden een uitvinding commercieel toe te passen in een bepaald rechtsgebied, gedurende een bepaalde periode.

□ Intellectueel eigendomsrecht

Dat is de verzamelnaam van octrooirecht, merkenrecht, tekeningen- of modellenrecht, kwekersrecht en topografieën van halfgeleidermodellen (de computerchips).

□ Wat doet NL Octrooi-centrum?

NL Octrooiencentrum verleent Nederlandse octrooien en geeft informatie over het octrooisysteem. Daarnaast zet NL Octrooiencentrum zich ook in om de bekendheid met octrooien te vergroten bij (startende) ondernemers, kennisinstellingen en de overheid. Daarnaast stimuleert NL Octrooiencentrum ondernemers om (kennis van) octrooien bewust te gebruiken met als doel bij te dragen aan het innovatieve vermogen van Nederland. Meer informatie staat op de website: www.agentschapnl.nl/octrooiencentrum.

Als tip geeft Alfons Laudy mee dat intellectueel eigendomsrecht soms een bedreiging is, soms een kans. “Als je je hier goed in verdiept, kan je een bedreiging omzetten naar een kans. Weet dat het er is en weet waar je je informatie kan halen”, zo besluit hij.

■ Starten

Ook Alfons Laudy werd de vraag voorgelegd of er een duidelijk onderscheid te benoemen is tussen startende studenten en ‘reguliere’ starters. Lang hoeft hij niet over zijn antwoord na te denken. “Ik denk dat je ondernemer bent, dat dat in je genen moet zitten”, verklaart hij. Intelligentie noemt hij niet de eerste aanzet daartoe, doortastendheid daarentegen wel. Daarnaast merkt Alfons Laudy nog op dat ondernemerschap je moet liggen, want je bent vooral veel bezig en maakt lange weken.

Tevens wordt er opgemerkt dat je in deze tijd geen goede ondernemer kunt zijn als je niet goed met internet overweg kunt. “Studenten zijn ermee opgegroeid, dat is een stuk makkelijker”.

■ Ervaring en inspiratie

Kijk ook eens op www.patentparade.nl. Dit is een website ter gelegenheid van het 100-jarig bestaan van de octrooiwetgeving met 70 Nederlandse vindingen waarop octrooi is aangevraagd. Verrassend hoeveel dagelijkse gebruiksvoorwerpen een Nederlandse achtergrond hebben.

■ Be aware

Het verhaal gaat dat er ooit eens iemand naar Pepsi is gestapt met de mededeling dat hij het originele recept van Coca Cola kon leveren. De reactie van Pepsi? Zij hebben deze persoon aangegeven bij de politie en hij is gearresteerd op verdenking van bedrijfsspionage. Alfons Laudy weet hier een leerpunt voor studenten uit te halen: “Niet alles hoeft hetzelfde te zijn, je hebt ook je Unique Selling Point. Maak daar gebruik van”.





Minor 2

Hoe kan ik beginnen?

■ ondernemingsplan

En dan heb je je idee getoetst en blijkt er markt voor te zijn. Wat is dan een logisch vervolg? Juist ja, het ondernemingsplan.

Een ondernemingsplan schrijf je voor jezelf om de zaken op een rijtje te zetten. Dit ondernemingsplan kan je vervolgens ook gebruiken om potentiële investeerders te interesseren in je onderneming. Het ondernemingsplan richt zich op verschillende aspecten van

een onderneming, zoals marketing en bedrijfsvoering. Wat uiteindelijk leidt tot een onderbouwd financieel plan.

In de navolgende interviews wordt ingegaan op bovenstaande feiten door betrokken partners. Aan het woord is een belangrijke partner, te weten, de Rabobank en natuurlijk kan het interview met de Kamer van Koophandel niet ontbreken.



Cees Broeksma, plaatsvervangend algemeen directeur Kamer van Koophandel Den Haag

Ondernemen. De Kamer van Koophandel. Een logische combinatie. Een belangrijke bijdrage voor starters.

Cees Broeksma: “Heb het lef om voor jezelf te beginnen”

■ Bijdrage aan de minor

In de eerste twee weken van de minor krijgen studenten alles te horen over wat de Kamer van Koophandel doet als mensen willen gaan ondernemen, en ook wat je vooraf al kan doen. Er wordt kort doorlopen wat de verschillende stappen zijn om rekening mee te houden, zo worden de studenten bijvoorbeeld geattendeerd op het bijhouden van een administratie en de belastingplicht. Daarnaast geeft de Kamer van Koophandel ook informatie over het businessplan, wat er allemaal in moet staan.

■ Ondernemerschap in het onderwijs

De Kamer van Koophandel heeft een apart programma ontwikkeld voor scholieren en studenten. Zo wil de Kamer van Koophandel er zorg voor dragen dat op verschillende gebieden tijdens de ontwikkeling van een persoon aandacht wordt besteed aan ondernemerschap. Het is de bedoeling dat ondernemerschap breed ingezet wordt, laat het deel uitmaken van de opleiding en het onderwijs, maar ook van de opvoeding. “Het kan geen kwaad om kinderen in het basisonderwijs al te attenderen op en te stimuleren in ondernemerschap”, verklaart Cees Broeksma.

■ Straattheater en tijdsbeeld

Volgens Cees Broeksma gaat ondernemerschap door tot in het straattheater. En wat nou een ondernemer is, die vraag vindt hij helemaal niet interessant. “Want als je het lef hebt om voor jezelf te beginnen, dan heb je het al goed gedaan”, verduidelijkt Cees Broeksma.

Wat een ondernemer ook is, het algemene beeld dat ondernemer zijn een gewaardeerd gegeven is, heeft een positieve verandering ondergaan, aldus Cees Broeksma. Het is meer competentiegericht geworden, het gaat niet meer alleen om een bedrijf draaiende te houden.

■ Bezint eer ge begint

Het feit dat veel studenten afhaken na het haalbaarheidsonderzoek, dat pleit voor de minor vindt Cees Broeksma. “Dan zit de boel goed in elkaar”. Er moet altijd een eerste schifting plaatsvinden, meent hij. “Soms is het beter iemand te behoeden voor zichzelf te beginnen. Dat geldt zowel voor studenten als niet-studenten”.

Cees Broeksma ziet het als een taak van de Kamer van Koophandel om de minor meer onder de aandacht te brengen van ondernemers.

De Rabobank verzorgt al sinds geruime tijd colleges voor de minor Ondernemen & Innoveren. Tijdens dit college wordt voor de studenten inzichtelijk gemaakt op welke punten een bank een ondernemersplan beoordeelt.

Door de student inzicht te geven in beoordelingscriteria wordt hij in staat gesteld hier rekening mee te houden, wat de haalbaarheid van een eventuele financieringsaanvraag vergroot.

Bas Grootjans en Sandra de Jong, Rabobank Den Haag en omgeving

Sandra de Jong: “Een goed plan is alles”

■ Toonaangevend

Uit onderzoek blijkt dat Nederland ten opzichte van andere Europese landen op het gebied van innovatieve producten en diensten nog een flinke slag moet maken. De noodzaak tot vernieuwing van producten, diensten of processen maakt innovatie tot een van de belangrijkste thema's voor bedrijven. Ook in Den Haag.

Dat innovaties niet zijn voorbehouden aan gevestigde bedrijven, blijkt maar eens te meer: “Studenten vormen een enorm innovatiepotentieel. Het lectoraat Ondernemen & Innoveren geeft daar invulling aan door innovatie en ondernemerschap te stimuleren, te ondersteunen en te verbeteren”, aldus de Rabobank. Een bank waar ‘toonaangevend’ tot één van de kernwaarden behoort, vindt natuurlijk al gauw aansluiting hierbij.

■ Visie op ondernemen

“Het komt bij ondernemen altijd aan op een goed plan”, zo meent de Rabobank. Visie en samenwerking zijn hierin belangrijke facetten. “Zorg ervoor dat je samen sterk staat. Kijk verder dan je eigen bedrijf en branche en zoek je samenwerking”, geeft de Rabobank mee als advies. Ondernemen is niet in het verleden blijven hangen, maar juist anticiperen op de toekomst waarbij je moet geloven in jezelf en in anderen. Blijf wel kritisch, maar op een positieve manier. “En blijf in beweging”.

■ Essentie

Studeren is van groot belang, zo erkent de Rabobank. Zij zien het als volgt: “Theoretische kennis is onweerlegbaar waardevol. Maar ervaring opdoen in de praktijk is net zo onmisbaar”.

De opbouw van de minoren binnen het lectoraat wordt door de Rabobank als een goede combinatie van theorie en praktijk gezien. De manier van onderwijs die het lectoraat biedt, is belangrijk. Door tijdens het volgen van de minor bedrijfsbezoeken af te leggen, doet de student theoretische kennis op die direct in de praktijk gebracht kan worden. Dit levert uiteindelijk een veel grotere meerwaarde op.

■ Het voordeel van studentstarter zijn

Bij de Rabobank is een duidelijk verschil opgemerkt. De kwaliteit van de aangeleverde stukken is over het algemeen beter. Beschrijvingen als missie, visie en doelstellingen, maar ook onderdelen als marketingplan, concurrentieanalyse, financiële analyse etc. zijn vaak helder weergegeven. Dit is voor de studenten zelf ook van zeer groot belang, omdat de bank altijd een juiste risico inschatting moet kunnen maken om te kunnen bepalen of men met een bedrijf een relatie wil aangaan.

■ Valkuilen

Veel lovende woorden, altijd fijn. Maar er zit natuurlijk ook een keerzijde aan. Gebrek aan ervaring is het eerste dat door de Rabobank genoemd wordt als valkuil voor studentondernemers. Iemand die na een aantal jaren besluit om voor zichzelf te beginnen, is vaak al in het bezit van specifieke branchekennis en een netwerk. Een student (nog) niet. Dit geeft de “ervaren” starter voordeel.

■ Rabobank Studenten Innovatieprijs

Er bestaat al sinds 2005 een samenwerking tussen de Rabobank en het lectoraat Ondernemen en Innoveren. Een belangrijk deel van de samenwerking is dat er naast het geven van colleges ook een prijs wordt uitgereikt aan de student(en) met het beste plan, de Rabobank Studenten Innovatieprijs.

De Rabobank reikt deze prijs, in samenwerking met het lectoraat, uit ter stimulering van ondernemerschap en innovatie in de Haagse regio. Op deze manier participeert de Rabobank in het businessnetwerk van het lectoraat.

■ Belangen

Het doel van een dergelijke prijs is velerlei. Op verschillende niveaus worden partijen gestimuleerd in hun activiteiten; van student tot regio, van winnaar tot bedrijfsleven. Want of je nou als student een stimulans zoekt voor het uitwerken van ideeën en het ontwikkelen van een ondernemingsplan of als winnaar van de prijs meteen een startkapitaaltje hebt om je idee tot uitvoer te brengen, iedereen vaart er wel bij. En de regio? Wie wil er nou geen innovatieve en ondernemende student die het bedrijfsleven een flinke ‘boost’ kan geven?

■ Focus

Ondanks de vele omgevingsfactoren die hierbij gebaat zijn, ligt de focus van de prijs nog dicht bij het oorspronkelijke idee. Studenten worden beoordeeld op de innovativiteit van hun idee en op –hoe kan het ook anders– de kwaliteit van het ondernemingsplan.

■ Tips

Tot slot heeft de Rabobank nog een handige tip voor starters, of het nou studenten betreft of niet: “Blijf kritisch. Op jezelf, je product, de markt en de marktomstandigheden. Blijf jezelf verbeteren.”





Minor 3

Ik ben begonnen, en nu?

■ strategisch plan

De laatste stap in deze minorserie is die van het bedenken en schrijven van een strategisch plan.

Maakt een bezoek aan de Kamer van Koophandel voor de inschrijving in het register als zelfstandige ondernemer je ook een ondernemer? Niet echt. Je hebt een idee en daar ga je de markt mee benaderen en voordat je iets verkoopt heb je er waarschijnlijk al heel wat uurtjes op zitten.

In dit laatste deel word je begeleid tot je eerste verkoop en leer je ook verder te kijken.

Want waar wil je verder naar toe?

In de navolgende interviews, komen enkele partners van de minor aan het woord die je meer vertellen over de stappen na je start.

Die partners zijn: de Belastingdienst, BViT Innovatienetwerk en Deloitte.



Rob Mes, senior communicatieadviseur
bij de Belastingdienst Haaglanden

**‘De Belastingdienst. Leuker
kunnen we ’t niet maken.
Wel makkelijker’, wie kent
deze slogan niet? Dat de
Belastingdienst naast geld innen
ook de functie heeft om zorg te
dragen voor dienstverlening,
handhaving en toezicht, dat is
misschien niet iedereen bekend.
Een gesprek met Rob Mes, senior
communicatieadviseur van de
Belastingdienst Haaglanden,
gespecialiseerd in interculturele
communicatie en externe
communicatie voor ondernemers.**

Rob Mes: “Vorbereiding vergroot de kans van slagen”

■ Dienstverlening

De Haagse Hogeschool heeft nauwe banden met de Belastingdienst Haaglanden. Uiteraard in positieve zin. Zo wordt er jaarlijks door studenten van diverse opleidingen meegewerkt aan de HUBA-campagne. HUBA staat voor Hulp bij aangifte en is o.a. gericht op belastingplichtigen uit de regio Haaglanden die de Nederlandse taal niet (goed) machtig zijn; ouderen, mensen met een niet-Nederlandse afkomst, laaggeletterden en analfabeten. “Dienstverlening. Een zeer belangrijk -en relatief onbekend- aspect van de Belastingdienst. Want alles wat je aan de ‘voorkant’ doet, hoeft je niet aan de ‘achterkant’ te doen”, verklaart Rob Mes.

Dienstverlening is ook de tak van sport waar de Belastingdienst zich voor inzet binnen het Innovatie- & Ondernemerscollege, dit gebeurt door te investeren in studenten door middel van kennisoverdracht. De ondernemer, de Haags-Nederlandse economie en de Belastingdienst worden hier direct beter van. Een pure winwin-situatie dus.

■ hbo-niveau

Rob Mes definieert goede studenten als ondernemende werknemers die te zijner tijd als ondernemer of werknemer aan de slag kunnen. “Het gaat om de kwaliteit van het [vmbo, mbo, hbo en wo] onderwijs en dan moet je daar als bedrijfsleven en Rijksoverheid ook in investeren”.

‘De Belastingdienst staat midden in de maatschappij’ wordt gezegd, “dan moet je daar als Dienst ook wat in willen betekenen en naar handelen”, is Rob Mes van mening. Dat doet de Belastingdienst Haaglanden onder andere door gastcolleges te geven. “Want als je ondernemers goed voorbereidt, is hun kans van slagen veel groter dan wanneer ze zich niet voorbereiden”, verduidelijkt hij. De Belastingdienst krijgt vaak te maken met onvoorbereide ondernemers, daarom wordt er extra op voorbereiding geïnvesteerd. Het is niet de eerste keer dat een onderneming binnen een paar jaar “op zijn gat ligt”. Dan spat een aanvankelijk mooie droom uiteen en is het einde oefening, terwijl er mogelijk nog heel wat aan leningen en investeringen afbetaald moeten worden.

■ Aandachtspunt

Het fiscale gedeelte is het meest duidelijke aandachtspunt voor ondernemers, volgens Rob Mes. “De Belastingdienst probeert naar een onderneming te kijken vanuit ondernemersperspectief en niet alleen vanuit fiscaliteit. Want als je als ondernemer weet wat jouw rechten en plichten zijn en je doet je aangifte op tijd, dan heb je een zorg minder en heeft de Belastingdienst vanzelfsprekend minder werk in de handhaving”, zo verklaart hij.

Maar dat is niet alles. Want hoe zit het dan met het marketingplan, het businessplan, wat verkoopt een ondernemer, waar zitten zijn klanten? Dat zijn vragen waar ook de Belastingdienst en zijn samenwerkingspartners zich mee bezighouden. Voor dat doel is de Stichting ‘Partners in Nieuw Ondernemerschap’ opgericht. Deze stichting wil ondernemers met een andere culturele achtergrond bereiken met communicatie en dienstverlening. In die stichting heeft een aantal (kern-)partners hun krachten gebundeld, te weten: gemeente Den Haag, Kamer van Koophandel Den Haag, Rabobank Den Haag en omgeving en de Belastingdienst Haaglanden. Naast deze zgn. kernpartners is ook een aantal aangesloten partners actief in deze stichting. De Haagse Hogeschool is één van die aangesloten partners.

Of het nu gaat om een fysieke ontmoeting of virtueel, de Belastingdienst heeft ook belang bij het ontwikkelen van zogenaamde ondernemerspleinen. Diverse ondernemerspleinen zijn al tot stand gekomen, bijvoorbeeld aan de Vaillantlaan. Hier kunnen student en ondernemer (op afspraak) terecht op het moment dat ze vragen hebben. De Belastingdienst Haaglanden houdt regelmatig zitting met een starterssprekuur. Ook de themabijeenkomsten van ‘Partners in Nieuw Ondernemerschap’ (zie www.pinodenhaag.nl) vinden daar onder andere plaats.

Door de partners worden studenten gekoppeld aan ondernemers; studenten die tijdens hun studie een bepaalde expertise hebben ontwikkeld kunnen zo ondernemers helpen bij bijvoorbeeld het maken van een business- en/of marketingplan.

■ Oprechte interesse

“En dat is meteen het voordeel. Zowel voor de student als voor de Belastingdienst en andere partners van de minor Ondernemen & Innoveren”, zo besluit Rob Mes.





Pim de Bokx, initiatiefnemer
BViT Innovatienetwerk

Door een motorongeluk eind jaren '90 kwam Pim de Bokx erachter dat hij zijn leven wilde wijden aan mensen enthousiast maken voor ondernemerschap. Na het overbrengen van zijn passie aan enkele partijen, is in 2003 de realisatie van de Caballero Fabriek (CabFab) tot stand gekomen. Een ruimte van ondernemers, voor ondernemers.

Pim de Bokx: “Kruisbestuiving vergroot kansen”

■ Drive, passie en gedrevenheid

Een bedrijfsverzamelgebouw. Dat idee was er al langere tijd, de uitvoer nog niet. Er moest een ruimte komen waar diverse (startende) ondernemers bij elkaar kunnen zitten en de mogelijkheid hebben om in alle eenvoud en zo laagdrempelig mogelijk op elkaar af te stappen om ervaringen en vragen uit te wisselen. Maar ook het versterken van elkaar door gebruik te maken van elkaars expertise, dat moest er komen. En dat is gelukt.

In 2002 is de ontwikkeling van dit pand ter sprake gekomen in contact met de gemeente Den Haag. Echt 1-2-3 verliep het niet, de gemeente moest eerst nog overtuigd worden van de passie die ondernemers kunnen ervaren in de drive tot vernieuwing. Hier zijn enkele soortgelijke gebouwen voor bezocht en toen was de gemeente om. Ze waren overtuigd.

■ Analogie, respect en diversiteit

Wat heb je dan nodig wanneer je externe partijen meeneemt en weet over te halen? Je hebt een gebouw nodig dat als het ware uit zichzelf communiceert dat er positieve energie hangt.

Het was al snel duidelijk dat het gebouw mensen moest aantrekken die aansluiten bij het concept van de omgeving. Mensen die open staan voor samenwerking, zowel formeel als informeel. “Onze filosofie is dat respect voor het gebouw ook communiceert dat mensen respect hebben voor elkaar”, aldus Pim de Bokx.

■ Incubators

BViT biedt in de CabFab naast netwerkmogelijkheden en clustering ook begeleiding en praktische faciliteiten. Dit heet incubators. Hier wordt student tot ervaren ondernemer en alles daartussen de mogelijkheid geboden ervaring op te doen. Hier begint ook de samenwerking met De Haagse Hogeschool. Om zo vroeg mogelijk mensen met ambities richting ondernemerschap te helpen bij het uitwerken hiervan, maar ook het ontwikkelen van vaardigheden en het creëren van andere mogelijkheden bij jong talent. “Wat het lectoraat doet, is essentieel voor het vergroten van de kans dat er succesvolle, creatieve en innovatieve bedrijven ontstaan”, zegt Pim de Bokx stellig.

■ Doen, samenwerken en terugkoppelen

Waar moet een succesvolle ondernemer dan aan voldoen? Als ervaren ondernemer -en na met diverse starters en ervaren ondernemers kennis gemaakt te hebben-, zit Pim de Bokx vol met ideeën en tips voor startende ondernemers. Zijn adviezen zijn even voor de hand liggend als onontbeerlijk voor starters. Desalniettemin is het niet altijd eenvoudig om hieraan te voldoen. “Laat je door niks tegenhouden of weerhouden”, is zijn devies. “In de loop van het project is er altijd nog de mogelijkheid om bij te sturen. Doe dat, want als je nergens aan begint, valt er ook niks bij te sturen”, zo vervolgt hij. Daarnaast wijst Pim de Bokx op de samenwerking met andere partijen. Dat het voor het realiseren van je ambities essentieel is om te leren samenwerken. “Zij zien misschien veranderingen in de maatschappij en in de economie die jij niet ziet, of ze helpen je met je onzekerheid om te gaan. Alles door maar met elkaar te praten.” Hij zegt ook dat je diverse mensen bij je werkzaamheden moet betrekken, of dat nou medewerkers, compagnons of businesspartners zijn. Want samen sta je sterk, en wat jij niet kan of wil, een ander doet dat wel. En zo ook andersom.

■ Omgevingsfactoren

Ook Pim de Bokx is niet alles voor de wind gegaan. Ondanks zijn ruime ervaring als zelfstandig ondernemer, heeft hij terugkijkend op de afgelopen paar jaar, nog steeds verbeterpunten.

Zo waarschuwt hij voor het nemen van te grote risico's. De financiële recessie heeft ook BVIT niet met rust gelaten en heeft het bedrijf voor de tweede keer in een financiële crisis terecht doen komen. Daarnaast zou hij de aanpak van het werken in een zogenaamde community anders aanpakken. Nu blijkt dat het contact zich met name afspeelt op het niveau van persoonlijke relaties, terwijl het doel was dit op een hoger platform te krijgen. De community zou zich meer-en-meer vanzelf moeten gaan ontwikkelen en op die manier nieuwe partijen aantrekken. “Dat is voor de herontwikkeling/doorstart wat op de agenda staat: hoe gaan we dit definitief verbeteren?”

■ Mogen we investeren?

Tegelijkertijd komen er ook zeer succesvolle initiatieven op zijn pad waar Pim de Bokx graag bij helpt. In samenwerking met De Haagse Hogeschool is 'Beach Challenge' georganiseerd. Een wedstrijd waarbij studenten ondernemer worden in één dag. Hier was aan het einde van de dag een prijs aan gekoppeld van 12 uur coaching; ideaal voor starters. Deze prijs werd toegekend door een jury, bestaande uit (potentiële) investeerders. De studenten die deze prijs hebben gewonnen hebben hun coachingsuren zeer efficiënt ingezet. Ze hebben de jurist bijvoorbeeld ingezet om een samenwerkingsovereenkomst met toeleveranciers op te stellen. Enthousiasme alom. Sterker nog: de juryleden en investeerders waren zo verheugd met deze jongens dat er haast gesmeekt werd om te mogen investeren.



gerecht

INNOVATIEVE, CREATIEVE,
VERNIEUWENDE
ONDERNEMER:

ingrediënten

- “Een persoon die wel wat talent heeft om ondernemer te worden, die ook wordt gedreven door dat hij wil vernieuwen en vernieuwingen wil brengen”
- Iemand die om kan gaan met geld
- Leren samenwerken

“Ondernemen is best eenvoudig, het gaat alleen niet vanzelf.”



Gosse Hoekstra, belastingadviseur
bij Deloitte Belastingadvies B.V.

**Meer dan sec belastingadvies
geven. Voorbeelden geven uit de
praktijk. Weten aan wie je welke
vraag stelt. Het zijn een paar
kernzinnen uit het gesprek met
Gosse Hoekstra. Kort en krachtig
teneinde de ondernemer verder
te helpen.**

Gosse Hoekstra: “Overtuiging en flair”

■ Aanleiding

Zes jaar geleden is met de minor gestart. Hierbij werd de aansluiting van Deloitte op de te geven minor aangeduid en op basis daarvan zijn wij met elkaar in zee gegaan. Die aansluiting bestond vooral uit boekhoudkundige en fiscale expertise.

Bij Deloitte heerst de opinie dat a. onderwijs erg belangrijk is, b. De Haagse Hogeschool belangrijk is voor de Haagse regio en c. ook de zichtbaarheid onder studenten (ongeacht hun studierichting) voor Deloitte van belang is bij de samenwerking. En tot slot was er een link met het bedrijfsleven; innovatie en ondernemerschap zijn twee zaken waarbij Nederland verder geholpen kan worden in economische ontwikkeling. Op deze manier wordt er door Deloitte een connectie gelegd met de ondernemer van morgen.

■ Invulling

De manier waarop Deloitte aanvankelijk invulling gaf aan de gastcolleges was wel leuk, maar inhoudelijk niet altijd erg bevredigend voor beide partijen. In het begin werden er bijeenkomsten georganiseerd waar studenten terecht konden met vragen. Nu komen de studenten bij Deloitte op kantoor nadat ze bij voorkeur eerst een bezoek hebben gebracht aan de Kamer van Koophandel en de Belastingdienst. Hier heeft Gosse Hoekstra een goede reden voor. Studenten stelden voorheen veelal vragen waar hij in feite wel het antwoord op wist, maar wat niet zijn expertisegebied was. Dat was niet handig. Dat biedt hem niet de mogelijkheid om toegevoegde waarde te bieden.

Vervolgens is de invulling zo aangepakt dat studenten dus eerst de twee hiervoor genoemde bedrijfsbezoeken af zouden leggen en dan zelfstandig vragen zouden voorbereiden voor de workshop met Deloitte. Op die manier wordt er veel gestructureerder en doelgerichter gewerkt.

In het geval dat een student nog vragen heeft die tijdens het college niet aan bod zijn gekomen, mogen ze ook altijd nog ‘privé’ langs komen.

■ Beredenerend versus doen omdat het moet

Als groot verschil tussen studentstarters en ondernemers die gestart zijn zonder een dergelijke vooropleiding, noemt Gosse Hoekstra de motivatie om zelfstandige te worden. “Er zijn veel ondernemers die niet gestudeerd hebben en voor zichzelf zijn begonnen, omdat er brood op de plank moest komen”, zo typeert Gosse Hoekstra de ene groep. “Studentondernemers zijn meer beredenerend”, vervolgt hij. Verklarend vertelt Gosse Hoekstra dat reguliere ondernemers vooral oog hebben voor hun winstpotentieel. Hoeveel winst, en hoe je dat kan verbeteren. Bij studenten zie je meer dat ze een totaalplaatje hebben, zo vertelt hij. “Studenten kijken meer naar alles eromheen, winst maken is niet de hoofdmoot”. Dat kan een voordeel zijn. Door eerst marktaandeel te verwerven door goedkoop in te steken en vervolgens uit te breiden gaat de opbouw van de onderneming wat geleidelijker.

■ Wanneer is de ondernemer geslaagd?

Een vraag die velen is voorgelegd, zo ook Gosse Hoekstra. “Dat bepaalt de ondernemer zelf”, zo begint hij zijn antwoord op de eerder gestelde vraag. “Stilstand is geen optie. Maar bij hoeveel euro ben je gelukkig?, vraagt hij zich hardop af.

■ Flair

Volgens Gosse Hoekstra heb je de volgende competenties nodig om een goede ondernemer te (kunnen) worden. Je moet overtuigd zijn van je eigen kunnen en je moet flair hebben. Zodra je geen flair hebt, heb je een lagere gunfactor en is het moeilijker om een relevant netwerk op te zetten. Ook eigenwijsheid is een ‘competentie’ die Gosse Hoekstra noemt. Tot slot heeft hij het over de mentaliteit van de (startend) ondernemer. “Je moet geen 9-5 mentaliteit hebben, want je onderneming gaat door. Pas als je succesvol bent kan je gaan denken aan je work-lifebalance”, besluit Gosse Hoekstra.



“Je moet geen 9-5 mentaliteit hebben, want je onderneming gaat door.”



Studenten - succesverhalen

Na het behalen van je propedeuse is het mogelijk om één van de minoren van het Innovatie- & Ondernemerscollege te gaan volgen. Dat hebben ook de volgende (oud-)studenten gedaan. Ongeacht hun opleiding, zijn zij binnengestapt met een idee dat ze wilden uitwerken. En tot op de dag van vandaag zijn zij bezig met dat bedrijf.

Groei

Waar begonnen werd op een studentenkamer, worden nu bedrijfsruimtes gehuurd, wordt personeel aan het werk gezet en worden strategische keuzes gemaakt. Zo kan het gaan na het volgen van de minor.



Oud-minorstudenten aan het woord
over hun eigen onderneming

**Zet enkele ondernemers bij
elkaar en er ontstaat een
levendig gesprek. Op een
zomerse maandagmiddag
treffen wij elkaar in een**

**lunchgelegenheid en nog
voordat iedereen gearriveerd
is worden de ervaringen al
uitgewisseld. Ondernemers, een
ondernemend volk.**

“Het is net een huwelijk”

Het begint al goed. Bij de vraag hoe deze (oud-)studenten op het idee zijn gekomen om de minor te gaan volgen, worden al direct diverse antwoorden gegeven. Zo wilde Marjolijn er voornamelijk achter komen of ondernemen iets voor haar is. “En dat is gelukt”, zegt ze vol trots. Voor Jos gold vooral dat hij wilde leren hoe het is om een idee van A tot Z uit te werken tot een winstgevend bedrijf. En Jeroen wilde ‘iets’ met ondernemen gaan doen.

■ De start: het idee

Het idee dat ze wilden uitwerken was nog niet helemaal vormgegeven toen ze aan de minor begonnen. Zo heeft Jeroen in de loop der tijd ontdekt dat wat hij aanvankelijk wilde opzetten helemaal niet zo haalbaar was; er waren te veel klanten nodig om zijn bedrijf rendabel te maken. Geluk bij het spreekwoordelijke ongeluk: tijdens dit onderzoek heeft hij wel het idee voor zijn huidige bedrijf verder kunnen uitwerken.

Ook bij Marjolijn is niet het oorspronkelijke idee uitgewerkt. Zij is de minor gestart met het idee van een soort van evenementenbureau waarbij je diensten uit handen van mensen zou nemen. Alleen bleek al snel dat er relatief veel andere studenten een soortgelijk idee hadden. Vervolgens kwam ze met het idee van een Studenten Informatie Punt, maar dit vond na wat research geen doorgang. Uiteindelijk

is ze toch zakenvrouw geworden op grond van haar eerste idee.

Bij Jos en Rens is dit allemaal heel anders gelopen. In plaats van vooraf met een idee te komen en op basis daarvan de minor te gaan volgen, zijn zij ten tijde van hun minor op zoek gegaan naar een idee om uit te werken. Op basis van de heersende trends hadden zij meerdere ideeën. Uiteindelijk hebben zij op advies van een docent het idee van een wegwerpafvalbakje uitgewerkt.

Halverwege 2010 hebben zij een derde partner in de armen gesloten, Willem Drenth.

Verschillende ideeën, motivaties en achtergronden. En toch één grote gemeenschappelijke deler: het zelfstandig ondernemer zijn.

■ Balans

Al snel worden de ervaringen van ondernemerschap uitgewisseld. De veranderingen in je dagindeling, de invloed op je relaties, de mate van discipline. Hieruit blijkt dat niet iedereen dezelfde gedachten heeft over wat een ondernemer maakt. De volgende vraag is dan ook zeer voor de handliggend: welke eigenschappen heeft een ondernemer en wat behelst ondernemerschap?

□ Een korte introductie

Jeroen Naeff (uiterst rechts op de foto), oprichter en eigenaar van TalkTo, is een onafhankelijk adviseur die het mkb ondersteunt bij het stroomlijnen van de communicatie.

Kooman Project Support, gerund door Marjolijn Kooman (uiterst links op de foto), ondersteunt op het gebied van administratie en organisatie van diverse projecten.

Cubin is opgezet door twee (oud-)studenten van de minor, Jos Verheggen en Rens Boerendonk (tweede van links). De Cubin is het ‘sexy’ wegwerpafvalbakje voor in de horeca.

Een wirwar aan reacties is het gevolg. Een selectie: netwerken (mensen kennen), risico durven nemen, kansen zien en die benutten, doorzetten, gedrevenheid, niet bij de eerste hick-up stoppen, balans vinden, doen , je kunnen afsluiten en naar je gevoel luisteren. En tot slot: openstaan voor opties/mogelijkheden. Deze laatste opmerking blijkt direct typerend voor het ondernemerschap; veel afwegingen maken. Want aan de ene kant wil je tips krijgen vanuit je omgeving, tegelijkertijd wil je je eigen idealen nastreven. Balans vinden blijkt een van de grootste uitdagingen van het ondernemerschap te zijn.

■ Typerend

Oké, so far so good. Maar hoe typeer je jezelf dan als ondernemer? Jeroen noemt zichzelf vooral impulsief, gedreven en volhardend. Dat dit zowel een sterkte kan zijn als een valkuil, daar is Jeroen zich van bewust. “Het kan allemaal twee kanten op”, beaamt hij. Ook minder sterke kanten van zichzelf weet hij feilloos te benoemen. Zo heeft hij het over zijn verminderde concentratie en energie op sommige momenten. “Als ondernemer moet je regelmaat creëren”, verduidelijkt Jeroen. Marjolijn typeert zichzelf als perfectionistisch, precies, enthousiast en gedisciplineerd. “Ik wil alle balletjes hoog houden”, licht ze haar vorige antwoord toe. “Projecten en bedrijven vallen of staan met de mensen waarmee je werkt”. Jos haakt hier op in. Hij roemt zijn compagnon Rens en zichzelf om hun teamwerk. Volgens Jos zijn zij geen ondernemers, maar vullen ze elkaar goed aan wat resulteert in een groeiend

jong bedrijf als deze. “Rens is een echte deurentrapper, cold calling. Ik pak meer de boel bij elkaar, luisterend naar de klant.”

Weer verschillende reacties en toch straalt bij iedereen de passie en gedrevenheid voor hun eigen product of dienst er vanaf op het moment dat ze erover ‘mogen’ praten.

■ Bonus: studentstarter

Heeft het feit dat ze studentstarters zijn en waren in hun voor- of nadeel heeft gewerkt? Wederom gaat het over het balanceren. Wat vertel je je omgeving wel en wat niet? Niet iedereen in de omgeving kan zich even goed inleven en begrijpt dat je zo veel tijd, op de meest onmogelijke momenten, kwijt bent aan een bedrijfje. Allemaal zijn ze het erover eens dat ze op feestjes soms eens even niet over hun onderneming willen praten. Nieuwe functies worden spontaan bedacht, plotseling zaten er een piloot en stewardess aan tafel. Gewoon, om even op te gaan in de menigte.

Het grote voordeel is wel dat je een bepaalde gunfactor hebt en dat je al een netwerk hebt opgebouwd dat je (deels) via de minor is aangereikt.

■ Succes en succesvol

Dat de definitie van ondernemer en ondernemerschap niet eenduidig is, bleek al eerder. Gaandeweg blijkt dit ook voor de woorden succes en succesvol te gelden.

Marjolijn noemt vooral de kleine dingen waar het in kan zitten. “Een positief telefoontje of als werk en privé in

balans zijn”. Jos heeft het meer over de materialistische kant, “Als ik zoveel successen heb behaald dat ik me geen zorgen meer hoeft te maken”. Volgens Jeroen blijf je als ondernemer doorgaan, hij verduidelijkt: “Als je je doel hebt bereikt, moet je weer nieuwe doelen stellen”.

■ Privé of werk? Werk of privé?

Om niet te verdrinken in het werk, hebben de twee meest ervaren ondernemers Jeroen en Marjolijn een scheiding weten aan te

brengen tussen werk en privé. Zo heeft Marjolijn met zichzelf de afspraak gemaakt dat ze “zaterdag tussen 8 en twaalf nog even mag werken”, zegt ze liefkozend. “Maar daarna gaat de stekker eruit”, besluit ze resoluut. Ook Jeroen kent een grens hierin. Bij hem thuis wordt er niet veel over het werk gesproken en in het weekend is hij zelfs helemaal niet met werk bezig.

Jos verwacht later dit soort afbakeningen aan te gaan brengen. Nu is dat nog niet mogelijk omdat alles kriskras door

elkaar heen loopt, omdat Jos en Rens naast businesspartners ook elkaar beste vrienden zijn en ook nog eens samen een woning delen. “Zo hebben Rens en ik op donderdagavond plannen gemaakt om naar de bioscoop te gaan, maar dan is een van ons ‘nog even iets’ aan het afmaken. Voor je het weet is het twaalf uur en te laat voor de film. Maar we vinden het allebei zo leuk om te doen”, besluit hij.

Nota bene: Op de foto is Jos Verheggen (Cubin) niet aanwezig.

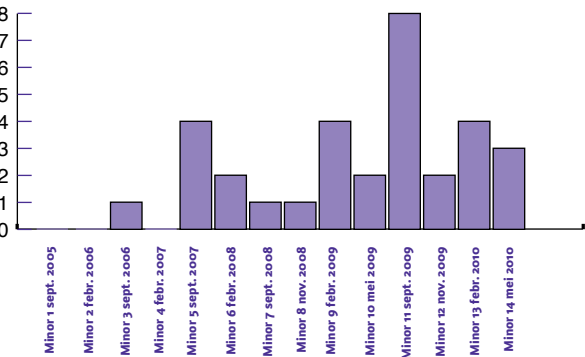


Facts & figures

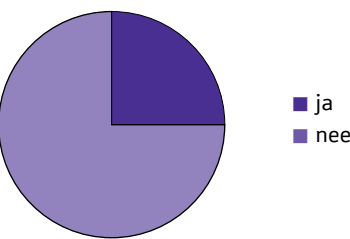
Uit een door het lectoraat uitgevoerd onderzoek onder studenten blijkt dat doorzettingsvermogen de meest belangrijke eigenschap van de aankomende ondernemer is. Overige onderzoeksresultaten zijn beschikbaar bij het lectoraat Ondenemen en Innoveren.

Een willekeurige groep van 32 (oud-)minorstudenten heeft een online enquête ingevuld. Hier hun bevindingen van de minor gedurende de afgelopen paar jaar.

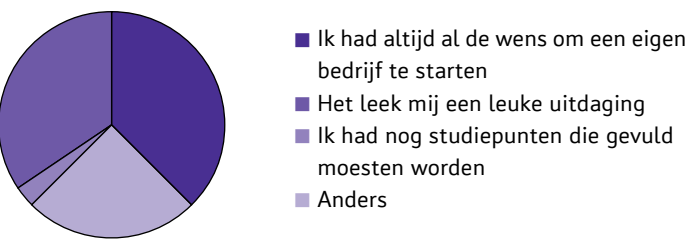
■ Wanneer ben je met de minor Ondernemen & Innoveren gestart?



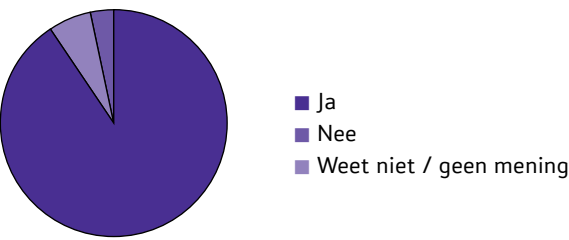
■ Heb aan nog meer minoren deel genomen bij het Ondernemers- & Innovatiecollege?



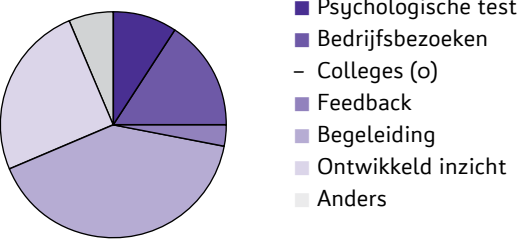
■ Wat was voor jou de aanleiding om de minor te volgen?



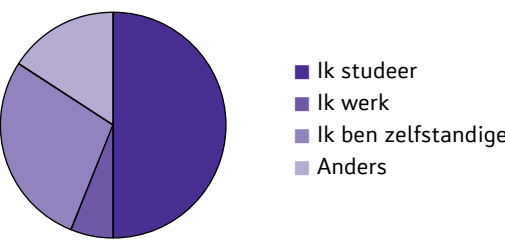
■ Ben je tevreden over het aanbod, de inhoud, van de minor?



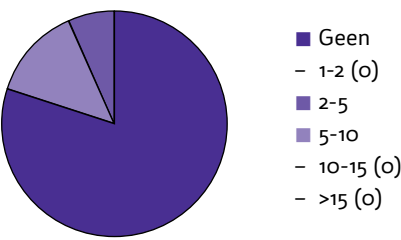
■ Wat is je het meest bijgebleven van de minor?



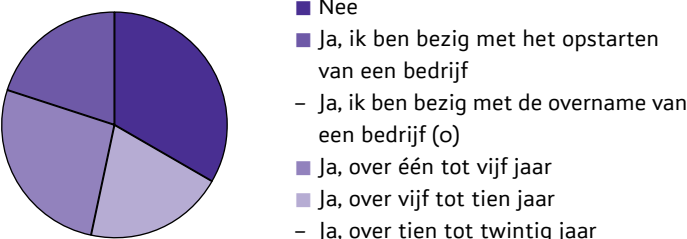
■ Wat doe je tegenwoordig?



■ Nu je een eigen bedrijf hebt, heb je dan ook werknemers in dienst?



■ Indien je nog geen eigen bedrijf hebt, zou je dat dan willen opstarten?



Het verleden

– uitgevoerde ideeën

□ **Opmerking**
Er is niet vanaf het begin van de minor bijgehouden welke ideeën er door studenten werden uitgewerkt, dit is pas sinds de 7e minor (september 2008) gedaan. Vandaar het onvolledige beeld.

September 2005, de eerste minor.

September 2010, de 15e minor.

Dat betekent dat er in de loop der tijd een hoop studenten de revue zijn gepasseerd met evenzoveel plannen, ideeën en opmerkingen.

Namen en ideeën

Op dit moment zitten we op ruim 300 studenten die de minor hebben gevolgd.

Sommigen hebben meerdere minoren gevolgd, anderen een enkele. Maar allemaal hebben ze zich tien weken lang ingezet om te achterhalen of hun idee van een product of dienst haalbaar was. Is er een markt voor? Wie zijn mijn afnemers? Wat moet en wat mag het kosten? Geef ik mezelf een GO of een NO GO?

Vragen, vragen, vragen. Vragen waarop? Op de ideeën van de volgende studenten. Geniet ervan.

Ait El Maate, Abderrazak
■ Arabische feestkledij

Adhien, Krishan
■ Vervoersbedrijf



Rishand Balkaran
■ Gedigitaliseerde informatievoorziening voor hotels

Afkyr, Hayat
■ Webshop kleding & schoenen xs maten

Alkema, Paul

Alleblas, Chantal
■ Ontwerpbureau

Ameziane, Iliass
■ Het openen van een autobedrijf. Gerepareerde schadeauto's zullen worden verkocht.

Amghar, Mo

Ammi, Mohamed
■ Advies aan ouderen

Amrani, el Fouad
■ Digi-Art ontwerpen en drukwerk op canvas

Andrade, Annalies

Angelista, Louferdi
■ Online verkoop mediaproducten

Antonissen, Freek
■ Bewegingstechnologisch Ontwerp / Adviesbureau

Asbaa, Youssef
■ Advies aan ouderen

Atalar, Cuneyt
■ Restaurant in Istanbul

Baaijens, Marieta

Badri, Parmila

Baerents, Ronald



Freek Antonissen
■ Arbo-advies voor het mkb, met nadruk op RSI-preventie

Bal, Daphne
■ Kinderdagverblijf

Balkaran, Rishand
■ Reclamepanelen hotel

Barghane, Ait, Karima

Beekhuis, William
■ Marketingbureau zorgsector

Beekman, Mebel
■ Stichting Deuruit

Bennink, Danielle

Berends, Caspar
■ Starbucks franchise

Berg van den, Vincent
■ Marktonderzoekbureau

Berguiga, Ramy

Beuriot, Micha
■ Kinderdagverblijf

Beus de, Jasper
■ Ergonomisch adviesbureau

Bhikharie, Pravesh

Biekman, Joan

Bijlsma, Paul

Bioch, Roel
■ Ergonomisch adviesbureau

Blanksma, Jelle

Boer, de, Raoul

Boer, Justin de
■ Savage rivale.nl

Boerendonk, Rens
■ Cubin

Boersma, Jop

Bohemen van, Menno
■ BOB-mobiel / Jamba

Borsen, Walter

Bostelen, van, Wieteke



Emmy Kroon
■ Een webshop met custom made alternatieve kleding, schoenen en sieraden

Boucherie, Remco
■ Herontwerp roeiboot

Boven, Joost van
■ Organisatiebureau Onderwijs & bedrijfsleven

Brands, Marcel

Bruyn van Rozenburg, Robin
■ Vervoersbedrijf

Bulaz, Fatma
■ Stichting jongeren

Buts, Paul
■ Freelancer ICT netwerken

Cammeraat, René

Carrion, Felix

Cijntje, Michael

Claasen, Yvonne

Cohen, Patrick
■ Mobile branding

Cremers, Paul
■ Lichtkoepel

Croes, Cheyne

Da Costa Gomez, Omar
■ Entertainmentbedrijf

Dannenburg, Jeroen
Dekker, den, Annemieke

Delft, Mandy van
■ Kliniek

Diemen, Eric

Diephuis, Annemarie

Dissel, Josine



Joost van Boven & Marleen Versteegen

- Bedrijfsleven en het onderwijs samen brengen, door innovatie en creatieve onderwijsconcepten

- Dongen, van, Bas**
- Droger, Arjan**

 - Online Communicatie
- Elhrouz, Bouchra**

 - Moslim Modehuis
- Elsen, Thijs van**

 - Googlemaps applicatie
- Erp, Caspar van**
- Es, Linda van der**

 - Betaalsysteem
- Evenhuis, Edzard**

 - Verkoop wijn / verhuur champagnebar
- Fadlaoui, Rachid**
- Faeles, Fabienne**

 - Onderneming esoterie
- Faiz, Tariq**
- Farah, Abdi**
- Fazlic, Ernad**
- Fortunati, Wyindra**
- Fransisca, Bryan**
- Fritz, Yante**

 - Evenementenbureau

Gajadhar, Kiron

- Health & relax centre

Gajadien, Amrit

Geelen, Ruud

Geijteman, Gerben

Geleynse

Gemmert, Jaap van

- Fitnesscentrum

Ghamarti, Zoubida el

Gier, Karsten de

- Informatiesysteem

Gopal, Maltie

Granneman, Martijn

Groen in 't, Els



Tristan Koch

- Imagoverbetering en kostenbesparing voor mkb'ers door mvo-advies, m.n. quick wins

- Groot, de, Yorick**
- GuiauxL, Jelmer**
- Haas, de, Arjan**
- Habieb, Nisar**
- Harmsen, Stefan**
- Harskamp, Sander**
- Hartog, de, Marijn**
- Hathie, Patrick**
- Heij, de, Tom**
- Hellemun, Airon**
- Hendrikx, Geert**
- Hisabia, Nasia**

 - Gezondheidskamp
- Ho, Yi Wan**

 - Consultancy
- Hobbes, Ank**

 - Probalans
- Hoek, Gerard**

 - Kitesurfschool
 - Speciaalzaak tennisartikelen
- Hoeven, van der Frank**

 - Vacaturewebsite
- Hoevers, Maarten**



Menno van Bohemen

- Applicatie voor mobiele telefoon om op speelse wijze te controleren of iemand een goede BOB is

- Hofstee, Jelle**

 - Productontwerpbureau
- Hoogervorst, Maikel**

 - Adviesbureau ISO certificering
- Houten, Ilja van den**

 - Ontwerp/design bureau op het gebied van huisstijl
- Hugen, Vanessa**
- Huibers, Stefan**
- Hulst van, Saskia**
- Ibrahim, Shamir**
- Icar, Abdulrehman**
- Jagesar, Sandia**
- Jahan, MA**

- Jansen, Bob**
- Janssen, David**
- Jawad, Ali**
- 
- Dennis Swartz**

 - Airsoft-onderneming (simulatie combat game) opstarten voor bedrijfsuitjes
- Jong, Charles**
- Jong, de, Jelle**
- Jong, Laura**
- Jong, Richa de**

 - Recycling van oude banners voor relatiegeschenken
- Joon, Anne**

 - Bed & breakfast voor surfers
 - Mini party catering service
- Kamp, Martijn van der**
- Karadag, Sadrettin**

Karstens, Roland

- Uitzendbureau studenten

Kaya, Erkan

- Online verkoop mediaproducten

Kilic, Muammer

- LAN party's

Klever, Diede

Knijnenburg, Ton Koch, Tristan

- IT consultancy

Koerts, Guido

Kok, Henriëtte

- Kinderdagverblijf

Kok, Martijn

Koker, de, Stefan



Kirsten van Schaik

- Horeca-communicatiebureau voor het gesprek tussen management en personeel

- Koldewijn, Daan**

 - Leverancier homecenters
- Koning, de, Kees**
- Kooman, Marjolijn**
- Kop, Berry**
- Koppe, Kees**
- Koppen, Wouter**
- Korkic, Essad**
- Kortekaas, Danny**
- Kroep, Maarten**

 - Stagebureau Canada
- Kromhout, Peter**
- Kroon, Emmy**

 - Webshop
- Kroon, Eva**
- Krozendijk, Gerlyn**

 - Afrikaans restaurant
- Langen, Rogier**
- Lausberg, Joanne**
- Leerdam, Rik**
- Leeuwen, Linda van**

 - Sportieve bedrijfssevents

- Leijh, Leander**

 - Bewegingstechnologisch Ontwerp / Adviesbureau
- Lelieveld, Mike**
- Lems, Daniel**
- Lindhout, Oscar**
- Maas, Christie**
- Maas, Harald**
- Maas, Suzanne**
- Maas, van de, Edwin**
- Man, Jan-Willem**
- Meer, Bart van der**

 - Website gratis spellen in ruil voor enquête

- Meeuwissen, Janneke**
- Meijden van der, Arnold**
- Meindertsma, Fieke**

 - Social network
- Melkert, Jeroen**

 - Sportcentrum
- Mendonca, Freddy**

 - Radio/tvkanaal voor muziekclips
 - Webwinkel kleding

Menninga-Vreugdenhil, Corine

- Online fotoalbum

Mesker, Martijn

Meussen, Peter

- Bewegingstechnologisch Ontwerp / Adviesbureau



Rens Boerendonk

- De Cubin, het 'sexy' wegwerpafvalbakje voor in de horeca

Meys, Jacques

Minnee, Jan

Mohamed-Hoesein, Rabia

Mokiem, Wahied

- islamitische slagerij

Monshouwer, Sven

- IT consultancy

Munnik, Jorn

Naber, Pieter

Nabibaks, Nadia
■ Low Budget Hotel

Naeff, Jeroen

Nanoha, Reza

Nap, Lotte

Nathoenie, Anouchka



Jan van Veen
■ Een online kledingwinkel voor merkkleding

Noorlander, Dave

Noufal, Layla
■ Evenementen of onderzoek

Oostdam, Dewi

Osinga, Jolanda
■ Dansschool

Oskam, Tim

Ozad, Murat
■ Radio/tvkanaal voor muziekclips
■ Webwinkel kleding

Pas, van der, Tim

Peeters, Rick

Pelsman, Leyla
■ Freelance Copywriting

Pietersz, Shaina

Poele, Thijs te
■ Overkoepelend ICT bedrijf

Pouderoijen, Natasja van
■ Kinderdagverblijf

Pouderoijen, van, Natasja

Prins, Andreas

Punselie, Klaas
■ Succesvolle toepassing ICT

Put, van der, Richard
■ Powernap

Rachdi, Latifa
■ Oosterse kledingzaak

Raghoebier, Krishen

Rahmouni, Nesma
■ Baby/moeder accessoires



Jos Verheggen
■ De Cubin, het 'sexy' wegwerpafvalbakje voor in de horeca

Ramasray, Nichal

Ramdin, Shalini

Rasoelbaks, Ibrahim

Ratelband, Petra

Reeden, Maarten

Reedijk, Dennis

Rehak, Ivan

Reitsema, Jeroen

Rewti, Navin

Rico van Rijsbergen, Maribel
■ Multimedia bedrijf

Rijnders, Richard

Rombout, Liske

Ruijl, Mark
■ Kredietwebsite

Rust, Anne
■ Kliniek

Salcedo, Mary An

Samsodien, Anwer

Schaaper, Eelke
■ Bewegingstechnologisch Ontwerp / Adviesbureau

Schaik, Kirsten van
■ Adviesbureau communicatie

Schamper, Michiel
■ Arbo-adviesbureau

Scherpenisse, Joanneke
■ Kinderdagverblijf

Schlachter, Tahnee
■ Koffiezaak / galerie

Schmitz, Eva



Bart van der Meer
■ Een webshop die gratis producten "verkoopt"

Scholtes, Niels

Seed, Khatim
■ Social networking website

Seijen, van, Tamara

Sener, Suleyman

Slappendel, Dirk
■ Autowas

Slijpen, Jesse

Smale, Tom
■ Surfboard

Smallegoor, Jelle
■ IT consultancy

Soekhoe, Segieta

Somai, Patrick
■ Diëtistenpraktijk

Someren, van, Christ

Sonneveld, Paul
■ Overnemen van een Bloemenkwekerij in het westland

Stam, Geert

Steenis, van, Sander

Steenwinkel, Edwin

Stijn, Marjon

Stoelhorst, Annelie



Jan Minnee
■ Een nieuwe toepassing op schrijfwaren

Stylen, Rogier
■ Fitnessapparaat

Taal, Lisette

Tabrizi, Sabah

Taryakchi, Parisa
■ Reisorganisatie

Terpstra, Wybren

Theil, Jeffrey

Thijssen, Rupert

Tjou Tam Sin, Ryan

Turion, Simon
Uijtttenboogaard, Koen
■ Grafisch ontwerpen

Veen, Jan van
■ Online kledingwinkel

Velden, van der ,Rob
■ Stopcontact & stekker

Veldman, Derk

Verbeek, Joyce

Verbeek, Rosanne

Verheggen, Jos
■ Cubin

Verkerk, René

Verlaat, Bart

Versteegen, Marleen
■ Organisatiebureau Onderwijs & bedrijfsleven



Koen Uijtttenboogaard
■ Grafisch ontwerp bureau

Verstoep, Zeb

Vismans, Rutger

Visser, Berend
■ Ontwerpbureau

Visser, Robin

Vlastuin, Jasper

Vos, Sander

Vrolijk, Jacque

Watson, David
■ Nieuw fundament

Weenink, Sabine
■ Automatten

Weerheim, Sander
■ Ontwerpbureau

Wienbelt, Lars
■ Mobile branding

Wilkes, Lisette
■ Ontwerpbureau

Wingerde, Angelique van
■ Betaalsysteem

Winter, Michel



Harald Maas
■ Customized watches. Ontwerp je eigen horloge op basis van gestandaardiseerde onderdelen

Wordragen, van , Nick

Wouters, Bart

Ykema, Nils

Zuiderwijk, Fabian
■ Bewegingstechnologisch Ontwerp / Adviesbureau

Zwarts, Dennis
■ Air soft onderneming



Huidige leden business netwerk

De volgende bedrijven/ instellingen zijn op dit moment betrokken bij de Minor Ondernemen & Innoveren.

Toon Buddingh’
■ Akebia Interim Management

Evert Kromjong
■ B2B Brokers BV

Rob Mes
■ Belastingdienst Haaglanden

Peter van den Berg
■ Berg Klein Communicatie

W.J. Blansjaar
■ Business Analysis Systems and Consulting Group

Marjolein Budding
■ Business Haaglanden

Pim de Bokx
■ BVIT

Cho-Sa Hu
■ Ciparo Products

Mirjam van den Broek
■ Corporate Organizer

Gosse Hoekstra
■ Deloitte Belastingadviseurs B.V.

Peter van Hekke
■ DenkConsult

Jan den Hartogh
■ Digitaal Schrijven B.V.

Bob Jansen
■ Firmhouse

Vincent Holleman
■ Gemeente Den Haag

Frank Buskermolen
■ De Haagse Hogeschool

Heleen Geerts
■ De Haagse Hogeschool

Edwin Muntjewerff
■ De Haagse Hogeschool

Laura Braun
■ De Haagse Hogeschool

Ineke van der Meule
■ De Haagse Hogeschool

Menno Bakker
■ Hezelburcht

Bert Ravelli
■ Hondebrink Consultancy BV

Patrick Schneider
■ IIC

Keith Wallace
■ De Investeerders Club

Angele Magré - de Monyé
■ Kamer van Koophandel Haaglanden

Karen de Man
■ KIVI NIRIA

Marjolijn Kooman
■ Kooman Project Support

Bart Verlaat
■ KPN

Rud Kuiper
■ Kuiper & Partners

José Savenije
■ Kuiper & Partners

Alette de Jong
■ Kuiper & Partners

Karin de Man
■ Lucro Accountancy

Rien den Hertog
■ Lucro Accountancy

Addi Ibrahimovic
■ MKB Nederland

Taco Bos
■ New Venture

Alfons Laudy
■ NL Octrooiencentrum

Wouter Pijzel
■ NOVU

Bert Wams
■ PINO

Harro Willemsen
■ Present Presents Results

Fennie Lansbergen
■ Qcredits

Bas Grootjans
■ Rabobank Den Haag e.o.

Ineke Kolijn
■ Rabobank Den Haag e.o.

Pascal van Ommeren
■ Rabobank Den Haag e.o.

Kitty Triest
■ Regioregisseur Haaglanden

Arnoud Kok
■ Republic

Dalibor Borjanin
■ Stichting het Beste Idee van Nederland

Akbal Mohamed
■ Stichting Stabij

Frank Bontekoe
■ Syntens

Erik Doves
■ Syntens

Jeroen Naeff
■ TalkTo

Nico Bijlemeeer
■ Telfort

Ton van Poelgeest
■ Uitgeverij Elmar

Korstiaan van der Wilt
■ Van der Wilt Management Advies

Atila Akin
■ VBM Businessclub

Paul van Delft
■ VNO-NCW West

Hans Kamphuis
■ Winkelman en Van Hessen

Rob Schouten
■ Xtra Effect

Procesbegeleiders

Henriette Bastiaans
■ Kamer van Koophandel Haaglanden

Rogier Boulogne
■ Rogier Boulogne training & Advies

Edwin van der Heide
■ NOVU

Suzanne Korevaar
■ Kooklokaal

Frank Jansen
■ De Haagse Hogeschool

Henk van der Leest
■ Van der Leest Consultants

Hans Mulder
■ Proforce

Ed Nypels
■ The Royal Institution of Chartered Surveyors

Caroline Wamsteker
■ Wamsteker Organizing

Kenniskring

Robert Boost
■ De Haagse Hogeschool

Wander Colenbrander
■ De Haagse Hogeschool

Marcel van Geffen
■ De Haagse Hogeschool

Saskia Harkema
■ De Haagse Hogeschool

Damon Hassanpur Golriz
■ De Haagse Hogeschool

Denise Helmes
■ De Haagse Hogeschool

Wil Ijzereef
■ De Haagse Hogeschool

Arie van Kampen
■ De Haagse Hogeschool

Albert Kraaij
■ De Haagse Hogeschool

Frank van der Kroon
■ De Haagse Hogeschool

Hubert Kros
■ De Haagse Hogeschool

Navid Otaredian
■ De Haagse Hogeschool

Stephen Querido
■ De Haagse Hogeschool

Henk Schout
■ De Haagse Hogeschool

Renate Vermeij
■ De Haagse Hogeschool

Pepijn van Willigenburg
■ De Haagse Hogeschool

Colofon

Den Haag, oktober 2010

© De Haagse Hogeschool
Lectoraat Ondernemen & Innoveren
Innovatie- & Ondernemerscollege

www.ecceed.org

www.dehaagsehogeschool.nl/lectoraatoi

Idee: Saskia Harkema, lector
Uitvoer: Marcel van Geffen, Denise Helmes
& Marjolijn Kooman

Met dank aan allen die hun bijdrage hebben geleverd bij de totstandkoming van dit jubileumboek.

Fotografie: Marjolein van der Lans - Lentz, Dune Agency, Voorburg
m.u.v. Saskia Harkema (Mieke Barendse), Cees Broeksma en de studentenfoto's in het smoelenboek

Ontwerp stempel: Koen Uijttendogaard

Opmaak: Communicatie & Marketing, De Haagse Hogeschool
Druk: OBT bv, Den Haag

ISBN: 978-90-815460-3-4

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op enige andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

