

Creativiteit en ondernemerschap tijdens Pitch Battle Inholland

“Wat kost het? Hoe gaan jullie het verspreiden? Hebben jullie al een prototype?”. De studenten van Hogeschool Inholland krijgen tijdens hun eerste ondernemingspitch een spervuur aan vragen. Na alle feedback schaven de groepjes direct hun pitches bij, want elke groep wil natuurlijk de finale van de Pitch Battle van Inholland halen.

De Pitch Battle is een initiatief van docenten van verschillende opleidingen en locaties bij Inholland. Ine Hustinx, een van de drijvende krachten achter de Pitch Battle: “De teams hebben een wisselende samenstelling met studenten van verschillende opleidingen waaronder Leisure & Events Management, Food Commerce & Technology, Business Studies en Technische Bedrijfskunde. Zij volgen allemaal een minor rondom ‘ondernemen’. Daarnaast doen er studenten mee die zijn aangesloten bij SUCH, de Start Up Campus Haarlem. De Pitch Battle komt op het moment dat de groepen bezig zijn om hun product te lanceren en in de markt te zetten. Door de pitch moeten studenten goed nadenken over hun propositie en hoe zij die

verwoorden, bijvoorbeeld richting investeerders, partners en mogelijke afnemers.”

Variëteit aan ideeën

Tijdens de Pitch Battle kwam de variatie van alle productideeën duidelijk naar voren. Zoals een beschermset waarmee voetbalschoenen langer meegaan, een ergonomische pen voor mensen met motorische problemen en een muffinpakket met ‘buitenbeentjes’, groente en fruit dat niet geschikt is voor verkoop in de supermarkt. André Brassier reikte vanuit Kennemer Impact een speciale Impactprijs uit. “Ik mag eigenlijk maar één winnaar kiezen, toch sprongen er twee initiatieven uit voor mij. Dat is Hold-Up, een inklapbare houder voor



Serenzo sleepte zowel de juryprijs als de impactprijs in de wacht.

bigshopper-tassen die voorkomt dat statiegeldflessen- en blikken gaan lekken. En de nummer één is voor mij Serenzo, een armband die mensen met geheugenproblemen via visuele prikkels helpt herinneren aan algemene

dagelijkse levensverrichtingen. Beide initiatieven bieden wij een coachings-traject aan, om ze verder te helpen bij de ontwikkeling en het in de markt zetten van hun product.”

Serenzo was ook de nummer één van de jury, bestaande uit studenten Business Studies, Aldert Messemaker van Jopenbier en Jur Semp van het Haags Studenten Investerings Fonds. De tweede prijs was voor Open-It, een ‘5-in-1-oplossing’ voor mensen met motorische problemen die moeite hebben om onder meer flessen, blikjes of ritsen open te krijgen. Party-Hook eindigde op de derde plaats met een compact haakje dat in horeca en op festivals aan een (toilet)deur gehangen kan worden, zodat jassen en tassen schoon en droog blijven. De drie winnaars kregen een bescheiden geldbedrag om in hun business te investeren én een Jopen-pakket uit handen van Aldert Messemaker: “De oprichters van Jopen hebben ook hun studie bij Inholland gevolgd en zijn ooit gewoon maar klein begonnen met een idee, dus wie weet hoe ver jullie allemaal nog komen.”

www.inholland.nl

Vermaat Groep wint werkgeversprijs



Foto: Adam van Noort

De vakjury heeft beslist: Vermaat Groep is de winnaar van de Participatieprijs voor werkgevers in de Regio Zuid-Kennemerland. Het catering- en horecaconcern voldoet ruimschoots aan de Banenafpraak. De vakjury stelt dat inclusief werkgeverschap duidelijk op de strategische agenda staat, onder andere door een social impact manager binnen het managementteam. Het bedrijf biedt op heel veel bedrijfsvestigingen en met verschillende horecaformules structureel passend werk aan mensen met begeleidingsbehoeften. De jury waardeert de wijze waarop deze werkgever aandacht heeft voor alle medewerkers. Elke medewerker kan zich in het eigen tempo (desgewenst met extra maatwerkbegeleiding) ontwikkelen binnen het bedrijf. Interne jobcoaches vervullen hierbij een essentiële rol. Ook de werkgevers Otelli (ijs- en patisseriefabrikant) en de Bibliotheek Zuid-Kennemerland kregen lovende woorden van de vakjury.

Op de website staat een uitgebreide terugblik met jury-oordeel, interviewfilms finalisten, verslag en fotoserie evenement: www.participatieprijswerkgevers.nl.

Joyce Goverde brengt impact in beeld

Fotograaf en communicatieadviseur Joyce Goverde is sinds het eerste uur betrokken bij het Actieprogramma Impact Ondernemen. Met haar maatschappelijke inzet laat ze zien hoe je ook als zzp'er kunt ondernemen met impact.

Joyce studeerde communicatie en werkte al als merkstrateeg, toen ze besloot om zichzelf ook als fotograaf te bekwamen. Vanuit die gecombineerde achtergrond fotografeert ze niet om vast te leggen maar om zichtbaar te maken: Joyce: “Welk verhaal wil je vertellen en wat wil je daarmee bereiken? Daarna ga je pas bedenken welk beeld erbij past om dat zichtbaar te maken. Klinkt misschien logisch, maar ik zie nog steeds veel communicatie zónder beeld, met AI-gegenereerde plaatjes of met stockfoto's. Ik geloof dat authentiek beeld verbinding creëert. Ik wil vanuit die gedachte foto's maken die bijdragen, die iets dóen.”

Haar werk beweegt zich op het snijvlak van documentaire- en portretfotografie, waarin authenticiteit, menselijkheid en lokale verhalen centraal staan. De afgelopen jaren is Joyce zich steeds meer gaan toeleggen op



fotografie voor sociaal-maatschappelijke organisaties en goede doelen, betaald en onbetaald. Joyce vertelt: “Mijn commerciële opdrachten maken het mogelijk dat ik maatschappelijke organisaties en initiatieven gratis of tegen een gereduceerd tarief kan helpen. Het vinden van de juiste balans is hierin soms wel een uitdaging, de schoorsteen moet immers ook roken.”

Heldhaftige verhalen

Een recent voorbeeld van zo'n maatschappelijk fotoproject waar Joyce trots op is, is de expositie ‘Zandvoort-

se Helden’, die te zien was in het Zandvoorts Museum en als billboard-expo op de boulevard. Daarin werden met 32 portretten de heldhaftige verhalen verteld van de Zandvoortse vrijwilligers van de Koninklijke Nederlandse Redding Maatschappij. Op dit moment werkt ze aan een nieuw fotografieproject, waarin ze de identiteit van gemeenschappen in beeld brengt en thema's als samenleven, identiteit en menselijke veerkracht centraal staan.

Joyce is via Kennemer Impact SROI-gecertificeerd, waardoor organisaties haar binnen hun SROI-verplichting kunnen inschakelen als fotograaf. Joyce: “Om formeel impactondernemer te zijn, vul ik onder andere jaarlijks de Social Handprint in. Daarmee maak je inzichtelijk en meetbaar hoe je als ondernemer impact maakt, aan de hand van de Sustainable Development Goals. Verder heb ik via Kennemer Impact veel nieuwe mensen leren kennen en komen er via het inkoopplatform nieuwe fotografieaanvragen bij mij binnen. Een waardevol platform dus voor ondernemers die vanuit hun eigen vakgebied een steentje bij willen dragen aan de maatschappij.”

7 WWW.GOEDEZAKEN.NU/AGENDA

VR. 21 NOVEMBER | 15:00-17:30 UUR
Polderborrel Waarderpolder
Met rondleiding bij NS
Treinmodernisering en ondertekening ‘convenant Waarderpolder’.
Locatie: Oudeweg 6, Haarlem
www.waarderpolder.nl

MA. 24 NOVEMBER | 17:00-18:15 UUR
Circulair Ondernemen & Toekomstig Talent
Netwerkbijeenkomst MKB-Haarlem.
Locatie: 't Wapen van Kennemerland, Haarlem
www.mkb-haarlem.nl

DI. 25 NOVEMBER | 16:00-18:30 UUR
Bijeenkomst Beter Business
Met Britt Breure, HR-directeur van AFAS, over arbeidskrachte en werkgeverschap.
Locatie: Koepelplein 1E, Haarlem
www.beterbusiness.nl

DI. 25 NOVEMBER | 18:00-22:30 UUR
Sparkz Netwerkdiner
Netwerken, borrelen en dineren voor ondernemers en beleidsmakers.
Locatie: Restaurant Inheems, Heemstede
www.sparkznetworking.nl

COLOFON

Goede Zaken is een commerciële uitgave, geproduceerd onder redactionele verantwoordelijkheid van:

decoalitie
COMMUNICATIESPECIALISTEN

Tips en contact:
info@goedezaken.nu

Let's do business
waarderpolder.nl

KRANS
NOTARISSEN

HAARLEMSE
WAARDEMAKERS

inholland
hogeschool

Stan&Wende
rendement voor generaties

Kennemer
Impact

Rabobank