

Entreprenasium/Middenbouw

Op het Entreprenasium wordt met modules gewerkt die leerlingen helpen om leerdoelen te groeperen op thema. Deze modules zijn speciaal ontworpen voor ondernemende leerlingen en dienen ter inspiratie. Elke leerling wordt uitgenodigd zijn eigen stijl en invulling te geven aan onderwerpen die gericht zijn op ondernemend leren. Hieronder volgt een overzicht van de modules met een korte toelichting:

- **Solidariteit:** De leerling leert een constructieve bijdrage te leveren aan de samenleving door ondernemend gedrag te tonen dat blijkt geeft van betrokkenheid en verantwoordelijkheid.
- **Coöperatie:** Deze module focust op het ontwikkelen en onderhouden van een sterk en actief netwerk, essentieel voor ondernemende interacties.
- **Burgerschap:** De leerling ontwikkelt wereldburgerschap door actief en loyaal lid te zijn van de samenleving via ondernemend gedrag.
- **Metacognitie:** Leren hoe je actief je eigen leerproces kunt sturen door na te denken over leren, denken en kennis, terwijl je het plezierig maakt.
- **Zelfbewust:** Bewustzijn van de eigen persoon, de eisen van het onderwijs en de behoeften van de onderneming worden benadrukt.
- **Planning:** De vaardigheid om zowel jezelf als anderen te motiveren om de planning te volgen en deze taak aantrekkelijk te maken.
- **Creativiteit:** Het ontwikkelen van de creatieve vaardigheden die nodig zijn om vernieuwend te kunnen zijn.
- **Ondernemendheid:** De leerling leert initiatieven te ontplooien en op een eigen wijze de benodigde kennis op te doen, met als doel het ondernemendheid naar een hoger niveau te tillen.
- **Eigenaarschap:** Kernwaarde van het Entreprenasium waarbij de leerling leert regie te nemen over een eigen route, onderneming en diploma.
- **Product:** Overbruggt de kloof tussen het bedenken van een idee en het realiseren van een product dat tot een innovatie kan leiden.
- **Model:** Leer hoe je je onderneming een zichtbare vorm kunt geven en hoe je systematisch en praktisch over je strategie kunt nadenken.
- **Prestatie:** Toon aan de docent hoe het ondernemend project bijdraagt aan het behalen van hogere scores op de leerdoelen van zijn of haar vak.
- **Economie:** Integreer het ondernemingsproject in een profielwerkstuk dat meetelt voor het profiel Economie en Maatschappij.
- **Science:** Maak van de onderneming een profielwerkstuk dat bijdraagt aan het profiel Natuur & Gezondheid of Natuur & Techniek.
- **Cultuur:** Implementeer het ondernemingsproject in een profielwerkstuk dat past binnen het profiel Cultuur en Maatschappij.

De laatste drie modules zijn niet uitgewerkt gezien de aard van de modules en de verwachting dat de ondernemende leerling voldoende heeft geoefend met voorbeelden om zelf een module samen te stellen.

Planning

Module

Waarom?

Plannen versterkt het ondernemerschap en draagt bij aan het persoonlijk welzijn van de ondernemende leerling. Het voorkomt stress, helpt deadlines te halen, en zorgt dat men tijd efficiënt benut. Jongeren hebben moeite met plannen door een gebrek aan ervaring, wat het ondernemende leerling aanpakt door het benadrukken van het belang van planning in het leerproces. Voor ondernemers is plannen cruciaal voor het stellen van prioriteiten, motiveren van teams, en het afstemmen van verwachtingen met stakeholders, wat leidt tot vertrouwen en minder behoefte aan toezicht door opdrachtgevers.

Wat?

Het ondernemende leerling richt zich op de ontwikkeling van planvaardigheden bij jonge ondernemers. Het curriculum omvat het stellen van doelen en het combineren van activiteiten die persoonlijke, bedrijfs- en onderwijsdoelen ondersteunen. Jonge ondernemers leren om zelfstandig projecten te leiden, waarbij ze verantwoordelijk zijn voor planning, budget, en kwaliteit. Ze maken gebruik van projectplannen om hun projecten te structureren en efficiënt uit te voeren, met aandacht voor alle relevante projectonderdelen zoals activiteitenlijsten, taakverdeling, deadlines, en mijlpalen.

Hoe?

Ondernemers bewijzen hun planvaardigheden door verbeterde academische prestaties en het ontwikkelen van eigen planmethoden. Ze worden gestimuleerd om strategisch te plannen door het toepassen van principes zoals Effectuation en reflectie. Terugblikken op eerdere keuzes en het analyseren van het effect van plannen op kort- en langetermijnresultaten helpt hen om hun planvaardigheden te verbeteren. Door te leren van ervaringen en strategisch keuzes te maken, ontwikkelen ze een evenwichtige aanpak tussen het nastreven van onmiddellijke beloningen en langetermijn doelstellingen.

Timing

Plannen is een essentieel onderdeel van zowel het onderwijs als het ondernemerschap. Op het ondernemende leerling leren jonge ondernemers dat plannen niet alleen gaat over het ordelijk rangschikken van taken, maar ook over het flexibel inspelen op onverwachte gebeurtenissen die kansen kunnen bieden. De leerervaring onderstreept het belang van aanpassingsvermogen en het Lemonade-principe uit de Effectuation-theorie: de kunst om van tegenslagen iets positiefs te maken.

Het proces van planning is inherent onvoorspelbaar en wordt gezien als een gelegenheid voor groei. Fouten worden niet beschouwd als mislukkingen, maar als leermomenten. Een goede planner is daarom iemand die niet alleen een taaklijst kan afvinken, maar ook creatief kan omgaan met wijzigingen en deze kan omzetten in verbeterde resultaten. Dit leert men door continu te evalueren, door zowel successen als misstappen te erkennen en hieruit lessen te trekken.

Bovendien wordt de nadruk gelegd op het belang van timing en communicatie, vooral als het gaat om het managen van verwachtingen van klanten. Het tijdig informeren van betrokkenen over eventuele vertragingen toont controle en kan leiden tot samenwerking in het vinden van oplossingen. Dit is een cruciaal onderdeel van het ontzorgen van klanten.

Om flexibel te blijven, is het strategisch om zo min mogelijk harde beloften te doen. Dit vermindert de druk van verplichtingen en laat ruimte voor innovatie en spontane kansen. Door bewust te kiezen voor minder verplichtingen, kan men met meer passie werken en blijft er ruimte over voor onvoorziene mogelijkheden die zich voordoen. Het gaat erom dat men de balans vindt tussen strakke planning en de flexibiliteit om te kunnen reageren op het onverwachte, wat uiteindelijk leidt tot betere timing en een groter gevoel voor het moment.

Doordacht

In de wereld van competitie en prestatie is het cruciaal om met een combinatie van alertheid, openheid en creativiteit te werk te gaan. Lance Armstrong's verhaal illustreert dit met zijn gedetailleerde voorbereiding op de Tour de France, waarbij zelfs de lengte van zijn fietscranks werd aangepast om een voordeel te behalen in de bochten. Dit toont aan dat grondige voorbereiding en slimme innovatie een wezenlijk verschil kunnen maken, hoewel Armstrong's latere dopingbekentenis een schaduw werpt over de integriteit van zijn overwinningen.

Tegelijkertijd heeft Olympisch zwemmer Maarten van der Weijden laten zien dat een uitstekende strategie en een alertheid voor het onconventionele kunnen leiden tot succes zonder de integriteit te schenden. Dit soort strategische voorbereiding is niet alleen essentieel in de sportwereld maar ook in de context van educatie en ondernemerschap die wordt bevorderd op het entreprenasium.

Een strategie bepalen, zoals gezien bij Fatima Moreira de Melo in zowel haar hockeycarrière als bij Expeditie Robinson, vereist volharding en een zorgvuldige planning. Het gaat erom de meest succesvolle aanpak te vinden, soms ten koste van meer voorbereidingstijd om later de vruchten te plukken. Op het entreprenasium leren studenten dat de keuze van de strategie afhankelijk is van doelen, middelen en tijd. Hierbij wordt overwogen of de voorkeur uitgaat naar een directe score of een indrukwekkend resultaat op de lange termijn, waarbij elke keuze een andere strategische aanpak vereist.

Kennis speelt een fundamentele rol in het vermogen om te scoren, zowel in sport als ondernemerschap. 'Kennis is macht' betekent op het entreprenasium het begrijpen van de concurrentie, de beoordelaars, de situatie en de spelregels. Dit inzicht stelt studenten in staat om geïnformeerde en gecontroleerde keuzes te maken, waardoor hun kansen op succes toenemen.

Ten slotte is de uitvoering van een strategie niet compleet zonder tactiek. Terwijl strategie het langetermijnplan is, zijn tactieken de keuzes die onderweg worden gemaakt. Het verschil tussen strategisch denken en tactisch handelen is significant; een balans tussen beide is cruciaal voor succes. Een ondernemer moet strategisch denken en tegelijkertijd tactisch handelen om effectief te navigeren door de onvoorspelbaarheid en kansen die het ondernemerschap biedt.

Begroting

Het maken van een begroting is een essentiële vaardigheid voor elke ondernemer, zoals onderwezen op het entreprenasium. Een begroting is in essentie een financieel plan dat met cijfers ondersteunde inschattingen geeft over toekomstige inkomsten en uitgaven. Het helpt ondernemers vooruit te kijken en maakt het mogelijk om tijdig bij te sturen als zaken niet volgens plan verlopen.

Een goede begroting stelt de ondernemer in staat om winstgevendheid te verhogen. Door vooraf de verwachte inkomsten en uitgaven in kaart te brengen, kan men beter inschatten hoeveel men kan uitgeven en investeren. Het leert ook hoe men kan investeren in kansrijke initiatieven, zelfs als geldverstrekker, en het nut van begrotingen in te zien om de kans op rendement te kunnen inschatten.

Het proces van begroten is ook een leerervaring. De praktijk zal vaak verschillen van de theorie, en door te analyseren waarom de werkelijke cijfers afwijken van de begroting, wordt een ondernemer wijzer. Dit reflecterende proces helpt ondernemers hun financiële planning en managementvaardigheden te verbeteren.

Het concept van een begroting gaat verder dan alleen een inschatting van kosten en inkomsten. Het betreft ook het opstellen van een balans, het berekenen van voorcalculaties, en het vergelijken van deze verwachtingen met de werkelijkheid, de nacalculatie of exploitatieresultaat. Dit helpt om de financiële gezondheid van een bedrijf in de gaten te houden en op tijd bij te sturen.

De begroting heeft een budgetfunctie, wat betekent dat het helpt vast te stellen wat er uitgegeven kan worden en of de uitgaven overeenkomen met wat vooraf is bepaald. Het doel is om de ondernemer te helpen zijn financiën te beheren en bij te stellen waar nodig.

In de praktijk wordt het opstellen van een begroting en balans vaak vergemakkelijkt door software zoals Excel of gratis alternatieven zoals OpenOffice of Google Sheets. Deze programma's stellen de ondernemer in staat om dynamisch met financiële gegevens om te gaan en scenario's te modelleren. Het delen en samenwerken wordt ook eenvoudiger met cloud-gebaseerde tools zoals Google Sheets.

De stappen om een begroting op te stellen omvatten het maken van een beginbalans, het opstellen van periodieke begrotingen, het bijhouden van de exploitatie, en het opstellen van een eindbalans voor elke periode. Deze cyclische aanpak zorgt ervoor dat de ondernemer voortdurend leert van het verleden en verbeteringen kan doorvoeren voor de toekomst.

Samenvattend is begroten een kritieke vaardigheid die ondernemers helpt om hun bedrijf financieel gezond te houden, te leren van verschillen tussen verwachting en werkelijkheid, en om bewust om te gaan met financiering en investeringen. Het is een combinatie van strategisch plannen en tactisch beheren van middelen, waarmee de ondernemer zijn doelen kan realiseren.

Gamification

Gamification in het onderwijs vormt een brug tussen leren en spelen, en dit is nergens duidelijker dan op het entreprenasium. Het is een plek waar passie brandstof is voor de motor van ondernemers. Hier wordt de verveling van routineuze taken omgezet in speelse uitdagingen, geïnspireerd door de wijsheid uit 'A Spoonful Of Sugar' uit de musical Mary Poppins: "In elke klus die gedaan moet worden, is een element van plezier te vinden". Door het werk als spel te zien, wordt elke taak een stukje cake, een plezierige bezigheid. Zo komt de essentie van gamification tot leven: het verbindt de spelers en zorgt ervoor dat ze volledig opgaan in het spel, waardoor leren en ondernemen niet alleen leuk maar ook betekenisvol wordt.

Op het entreprenasium ontdekken leerlingen hun talenten door te doen waar ze goed in zijn, een proces dat wordt versterkt door de resultaatgerichte aanpak van de instelling. De leerlingen worden uitgenodigd om hun talenten spelenderwijs te verkennen en vast te leggen, in welke vorm dan ook die bij hen past - of het nu door middel van dierlijke associaties is of door zichzelf te vergelijken met een product of functie.

Buiten de gebaande paden treden is een ander kernaspect van deze aanpak. Het is het spelen dat de deelnemers in staat stelt om mogelijkheden te zien in plaats van beperkingen, om dingen te doen die ze normaal niet zouden durven. Dit gevoel van vrijheid stelt ondernemers in staat om kansen te zien en te grijpen.

Het concept van gamification op het entreprenasium gaat over het omarmen van ondernemerschap als een spel. Dit betekent denken in termen van een spel en speltechnieken inzetten om succesvoller te zijn. Het wordt ook gebruikt om creatief met uitdagingen om te gaan. Een 'serious game' is een spel dat meer doet dan alleen amuseren; het heeft een educatieve of zakelijke functie, zoals onderwijzen of inzicht verwerven, waarbij vermaak de ervaring en informatieoverdracht versterkt.

De spelers in dit spel zijn de ondernemers zelf, die anderen zien als medespelers en concurrenten als tegenspelers, en die de kunst van het inschatten en uitlokken van gedrag beheersen. Ze benaderen het leven en interacties als een spel, waarbij openheid en het vermogen om anderen in te schatten cruciaal zijn voor succes.

Het winnen in dit spel is niet als in het dagelijks leven; het is meer dan alleen aan de top staan. Het gaat erom iedereen als winnaar te zien in een win-win scenario. Gamification op het entreprenasium omvat extrinsieke beloningen zoals punten en leaderboards, maar deze zijn zorgvuldig ontworpen om de intrinsieke motivatie niet te schaden.

Een voorbeeld van een spel dat op het entreprenasium wordt gespeeld, is 'Dobbelen', waarbij strategie en persoonlijke ontwikkeling worden geëvalueerd door de hele groep. Er zijn duidelijke rollen, zoals de spelleider en de griffier, en het spel volgt een reeks stappen, van het kiezen van de spelleider tot het gooien van de dobbelstenen en het beantwoorden van vragen. De middelen voor dit spel variëren van een spelbord met getallen tot dobbelstenen en reflectieve vragen. Het spel kent ook uitbreidingen, zoals het aanpassen van spelregels wanneer dubbele ogen worden gegooid, waardoor het spel dynamisch en aanpasbaar blijft.

Dit alles toont aan hoe het entreprenasium gamification gebruikt om ondernemerschap en onderwijs te transformeren in een uitdagende, maar plezierige ervaring die leerlingen voorbereidt op de echte wereld van het ondernemen.

Creativiteit

Module

Waarom?

Ondernemendheid begint met een droom, een visie, en de drang om die te verwezenlijken. Dit is de kern van waarom ondernemers doen wat ze doen. Het draait allemaal om de passie die ten grondslag ligt aan hun acties. Een entrepreneur wordt niet gedreven door wat hij maakt, maar waarom hij het maakt. In een wereld waar alles te koop is, is het de bezieling die loyale partners en klanten aantrekt. Creativiteit is niet alleen leuk, het onderscheidt en het levert wat op, het wordt LOL wanneer het bijdraagt aan het realiseren van persoonlijke en onderwijsgerelateerde doelen.

Wat?

Wat betreft wat een entrepreneur doet, is zelfkennis cruciaal. Het begrijpen van eigen creatieve processen en hoe deze te stimuleren is een eerste stap. Daarna is het van belang deze creativiteit te gebruiken voor innovatie. De ondernemende leerling ontwikkelt een creatieve identiteit, herkenbaar in zijn bedrijf, waarbij

hij zich onderscheidt van de markt. Het bewijs van creativiteit kan variëren van een reflectieverslag tot getuigenissen van stakeholders, maar het is aan de entrepreneur om te kiezen hoe hij zijn creativiteit demonstreert.

Hoe?

Hoe een entrepreneur dit alles bereikt, is door strategieën en tools te gebruiken die creativiteit bevorderen, zoals brainstormen en Design Thinking. Echter, unieke creativiteit komt van binnenuit; het is de eigenheid van de ondernemer die echt telt. Door dit proces leert de ondernemende leerling hoe hij zijn creativiteit in verschillende fases van een project kan inzetten, wat leidt tot het ontwikkelen van essentiële vaardigheden zoals samenwerken, verbeeldingskracht, nieuwsgierigheid en doorzettingsvermogen. Dit vormt de basis van het entreprenasium, waarbij de leerling wordt voorbereid om zijn ideeën niet alleen te dromen, maar ze daadwerkelijk te realiseren.

Brainstormen

Op het entreprenasium begin je met het kernprincipe van samenwerking: het samen bedenken van ideeën. Brainstormen, een techniek waarbij je met anderen samenwerkt om creatieve ideeën te genereren, staat centraal vanaf het eerste uur, genaamd 'Jij de Baas'. Het is een essentiële vaardigheid voor het ontwikkelen van projecten en producten. Echter, niet elk idee maakt het verschil. Om echt impact te hebben, moet een idee begrepen worden, moet er motivatie zijn om het aan te pakken, moet de ondernemer bereid zijn de consequenties te dragen, en moet er geloof zijn in de unieke toegevoegde waarde van het idee.

Bij het brainstormen is het belangrijk om vrij te denken, verder dan voor de hand liggende oplossingen, waarbij je toevallige inspiraties benut, zoals willekeurig gekozen zelfstandige naamwoorden die nieuwe verbanden kunnen leggen. Dit proces van associëren helpt bij het verbinden van gedachten om tot nieuwe ideeën te komen.

Bij het toepassen van brainstormen zijn er twee rondes: een voor het genereren van zoveel mogelijk ideeën en een voor het verfijnen ervan met constructieve feedback. De spelregels benadrukken dat er geen kritiek mag zijn in de eerste ronde, dat de kwantiteit van ideeën voorop staat, en dat zelfs de wildste ideeën welkom zijn. Een spelleider zorgt voor het naleven van deze regels en het borgen van de opbrengst. Het is ook verstandig om een ervaren creatieve entrepreneur bij de sessie te betrekken voor begeleiding en nazorg.

De aanpak van het entreprenasium is gebaseerd op verschillende theorieën over succesvol ondernemen en creatief denken. Deze theorieën worden visueel weergegeven in modellen die de verschillende fases en benodigde vaardigheden in kleurcoderingen laten zien. Om de opbrengst van creatieve vaardigheden te vergroten, kan de ondernemer gebruik maken van modules die vaardigheden zoals verkopen, reflecteren en samenwerken versterken.

De reis naar unieke creativiteit begint met het ontdekken wat jou uniek maakt, gevolgd door het ontwerpen en geven van workshops die gericht zijn op het ontdekken en stimuleren van ieders unieke creatieve kwaliteiten. Dit proces omvat het uitdagen van leerlingen om hun creativiteit te ontwikkelen en te tonen, soms zelfs met de kans om hun ideeën voor te leggen aan de schoolleiding.

Een workshop creativiteit wordt gestructureerd met een duidelijke opzet, programma, en aandachtspunten, en omvat activiteiten zoals het bespreken van unieke verkooppunten (USP's), brainstormsessies, en het centraal samenbrengen van problemen en oplossingen. Hierbij wordt de groep uitgedaagd om creatief te zijn binnen een gestructureerd kader van regels en rondes, waarbij het einddoel altijd is om de creatieve capaciteiten van de deelnemers te vergroten en toe te passen in hun projecten.

Uniciteit

Elk individu en elk bedrijf bezit uniciteit, een onderscheidend kenmerk dat essentieel is voor succes. Op het entreprenasium leren ondernemende studenten, de entreprenasiasten, deze unieke eigenschappen te herkennen en te benutten. Door zichzelf te analyseren en te focussen op hun sterke en unieke kanten, kunnen entreprenasiasten hun ondernemingen vormgeven op een manier die niemand anders kan repliceren.

Een bijkomend voordeel van deze unieke aanpak is dat het de noodzaak tot uitgebreid leren vermindert. In plaats daarvan breiden entreprenasiasten uit wat ze al weten en kunnen, een methode die aansluit bij het constructivistische onderwijsmodel. Dit model benadrukt het belang van het ontdekken van kennis op basis van persoonlijke ervaring en inzicht. Zo worden dromen vertaald naar concrete projecten, waarbij de eigen identiteit en creativiteit centraal staan.

Deze benadering is niet alleen van toepassing op individuen maar ook op organisaties. Innovatieve bedrijven weten hoe ze creativiteit kunnen stimuleren en richten hun organisatie zo in dat medewerkers innovatief blijven. Door gewoontes te doorbreken en kritisch te kijken naar gevestigde processen, creëren ze een omgeving waar fouten gemaakt mogen worden en waar creativiteit kan bloeien.

Om unieke creativiteit te ontdekken, is het essentieel te weten wat jou als individu onderscheidt. Dit zelfbewustzijn helpt bij het maken van logische keuzes en het bewaken van authenticiteit. Regelmatige reflectie en zelfanalyse verzekeren dat de entreprenasiast trouw blijft aan zijn eigen ideeën en visie.

Een belangrijk aspect van creativiteit is het vermogen om binnen gegeven kaders nieuwe en unieke verbindingen te leggen. Dit vereist een diep begrip van de eigen unieke vaardigheden en hulpmiddelen. Op het entreprenasium leren studenten vanuit hun passie en unieke perspectief naar de wereld te kijken, en hoe ze die visie kunnen omzetten in actie.

Creativiteit is het leggen van nieuwe verbindingen en vereist een samenwerking tussen beide hersenhelften. Op het entreprenasium leren studenten hoe ze hun analytische en creatieve vaardigheden kunnen samenvoegen om innovatieve oplossingen te vinden voor hun bedrijf.

Daarnaast is het belangrijk om creativiteit actief te stimuleren en te trainen. Dit kan door bewust te zijn van dagelijkse ingevingen, passie te gebruiken als drijfveer voor doorzettingsvermogen, en uniekheid als middel voor het vinden van onderscheidende oplossingen. De ingrediënten voor creativiteit zijn passie, eigenheid, bewustzijn, en oefening.

Voor de entreprenasiast zijn stakeholders essentieel. Creativiteit leidt tot unieke ideeën en producten, die vertrouwen en belangstelling wekken bij stakeholders. Door een duidelijke visie te formuleren en te delen, creëert de entreprenasiast een inspirerend doel dat anderen aantrekt. Partners en klanten spelen hierbij een cruciale rol. Succesvolle ideeën ontstaan vaak uit co-creatie, en het begrijpen van klantenbehoeften vereist

creativiteit. Een ondernemende geest betreft klanten vroegtijdig bij zijn plannen en blijft continu afstemmen op de markt om teleurstellingen te voorkomen. Zo worden de leerdoelen op het entreprenasium niet alleen bereikt, maar wordt ook de basis gelegd voor een creatief en succesvol bedrijf.

Ondernemendheid

Module

Waarom?

Ondernemendheid ontwikkelen is voor iedereen nuttig omdat het een reeks vaardigheden en attitudes omvat die waardevol zijn in verschillende aspecten van het leven, niet alleen voor ondernemende mensen. Hier zijn enkele redenen waarom:

- **Probleemoplossend vermogen:** Ondernemendheid gaat vaak gepaard met het vermogen om creatieve oplossingen voor problemen te vinden, wat in elke situatie van pas kan komen.
- **Aanpassingsvermogen:** In een snel veranderende wereld is het vermogen om je aan te passen aan nieuwe omstandigheden cruciaal. Ondernemende individuen zijn vaak flexibel en veerkrachtig.
- **Initiatief en zelfsturing:** Ondernemende personen wachten niet passief af; ze nemen het initiatief en sturen hun eigen leer- en ontwikkelingsproces.
- **Persoonlijke verantwoordelijkheid:** Ondernemendheid draait om eigenaarschap nemen over je acties en hun gevolgen, een waardevolle levensvaardigheid.
- **Communicatie en samenwerking:** Ondernemend zijn betekent ook kunnen communiceren en samenwerken met anderen, essentieel in zowel persoonlijke als professionele relaties.
- **Kansen zien en benutten:** Ondernemende individuen zijn vaak beter in het herkennen en benutten van kansen, wat kan leiden tot persoonlijke groei en verbetering.
- **Zelfvertrouwen:** Door ondernemendheid ontwikkelen mensen vaak een sterker zelfvertrouwen door het overwinnen van uitdagingen en het realiseren van doelen.
- **Levenslang leren:** Ondernemendheid bevordert een mindset van voortdurende persoonlijke en professionele ontwikkeling, wat essentieel is in een wereld waar kennis snel veroudert.

Daarom is het stimuleren van ondernemendheid een verrijkende strategie die verder gaat dan alleen het voorbereiden van studenten op het starten van een eigen onderneming; het is een voorbereiding op de onderneming die leven heet zelf.

Het belang van ondernemendheid wordt ook op maatschappelijk niveau erkend. Zo hebben verschillende landen en regio's initiatieven ontplooid om ondernemerschap te integreren in het onderwijs. In Europa bijvoorbeeld, heeft de Europese Unie actief ondernemende activiteiten via het onderwijs gestimuleerd, terwijl in Nederland het Actieprogramma Onderwijs en Ondernemen is gelanceerd om jongeren vroegtijdig kennis te laten maken met ondernemerschap. Dergelijke initiatieven benadrukken de waarde van een ondernemende houding en streven naar het creëren van een gunstig klimaat voor innovatie en creativiteit binnen het onderwijslandschap.

Tegelijkertijd wordt ondernemendheid vaak gezien als een tegenwicht voor rigide onderwijsstructuren. Het bevordert een cultuur van experimenteren en leren door te doen, in tegenstelling tot traditionele methoden die vaak gericht zijn op rote learning. Het idee is dat door het aanmoedigen van een ondernemende houding, studenten worden uitgerust met de tools en het zelfvertrouwen om buiten de gebaande paden te treden en om actieve bijdragers te worden aan hun gemeenschappen en de bredere samenleving.

Wat?

Ondernemendheid is een houding en aanpak waarbij individuen proactief kansen zoeken, initiatieven nemen en risico's durven te nemen om hun doelstellingen te bereiken. Het gaat niet alleen om het starten van bedrijven, maar om een mindset die creativiteit, innovatie en doorzettingsvermogen omvat. Ondernemende mensen zijn vaak veerkrachtig, aanpasbaar en klaar om uitdagingen aan te gaan. Ze nemen verantwoordelijkheid voor hun handelen, leren van zowel succes als falen, en zijn voortdurend op zoek naar manieren om te verbeteren en te groeien. Deze vaardigheden zijn waardevol in elke context, of men nu werkt binnen een organisatie, een gemeenschap leidt, of persoonlijke doelen nastreeft.

Ondernemendheid is een dynamisch veld dat nauw verweven is met educatieve processen. Het is een houding gekenmerkt door initiatief nemen, risico's durven aangaan en het verkennen van nieuwe mogelijkheden. In de context van het onderwijs wordt ondernemendheid gezien als een venster naar betekenisvol leren, waarbij de koppeling tussen theorie en praktijk centraal staat. Een goed voorbeeld hiervan is het entreprenasium, een onderwijsmodel dat ondernemend leren integreert met regulier onderwijs, en zo de leerling in staat stelt om de waarde van educatie in een realistische en praktische context te ervaren.

De essentie van ondernemendheid in het onderwijs schuilt in het creëren van een leeromgeving waarin studenten worden uitgedaagd om hun passies en talenten te verkennen, en om een actieve rol te spelen in hun eigen leerproces. Het gaat hierbij niet alleen om het verwerven van kennis, maar ook om het ontwikkelen van belangrijke vaardigheden zoals analyseren, plannen, uitvoeren, evalueren, en reflecteren. Deze vaardigheden zijn cruciaal voor zowel persoonlijke als professionele groei en worden vaak geassocieerd met succesvol ondernemerschap.

Hoe?

Ondernemendheid floreert op actie en beweeglijkheid, maar een dieper inzicht in de motivatie achter deze acties is cruciaal. Hier zijn enkele beknopte tips om ondernemend gedrag positief te richten:

- **Ken je drijfveren:** Reflecteer op de redenen achter je ondernemingsdrang. Het moet voortkomen uit een verlangen om te verbeteren of te innoveren, niet uit hebzucht of ego.
- **Zoek de balans:** Combineer actie met momenten van bezinning. Dit voorkomt dat je acties ongezonde wortels hebben en helpt je om niet te gehecht te raken aan de resultaten.
- **Volg je roeping:** Richt je daden op je passies en talenten. Als je handelt in lijn met je roeping, zullen je acties een weerspiegeling zijn van je ware zelf.
- **Handel met integriteit:** Zorg ervoor dat je ondernemingen ethisch en integer zijn, en niet enkel gericht op persoonlijk gewin.
- **Blijf kalm en wijs:** Onderhoud een kalm en wijs perspectief, vooral als dingen niet gaan zoals gepland. Wijsheid helpt je om van ervaringen te leren, en kalmte helpt je om stabiel te blijven.
- **Laat los de uitkomst:** Focus op de actie, niet het resultaat. Dit bevordert flexibiliteit en creativiteit in je aanpak.
- **Groei continu:** Blijf openstaan voor nieuwe ideeën en wees bereid om je aanpak aan te passen. Dit verzekert aanhoudende innovatie en ontwikkeling.

Door deze richtlijnen te volgen, kan men een ondernemende houding ontwikkelen die niet alleen leidt tot succes, maar ook tot persoonlijke vervulling en een constructieve bijdrage aan de samenleving.

Enthousiasme

Enthousiasme is een krachtig element in ondernemend gedrag. Het is die vonk van vreugde in wat je doet, versterkt door een duidelijk doel of visie waar je naar streeft. Wanneer een ondernemer trouw blijft aan zijn innerlijke doel om zichzelf te ontwikkelen en te groeien, kan er plotseling een duidelijk uiterlijk doel ontstaan. Dit kan een visie zijn voor hun bedrijf of een innovatief project dat zij willen realiseren. Dit doel is vaak verbonden met activiteiten die ze al met plezier uitvoeren, maar nu krijgt het een nieuwe dimensie door het toevoegen van enthousiasme.

In de context van ondernemerschap verandert enthousiasme het energieveld rondom het werk. Het voegt een structurele spanning toe aan de vreugde van het dagelijkse werk, wat het transformeert in een krachtige drijfveer. Deze energie is niet stressvol; het is een intensiteit die voortkomt uit een positieve betrokkenheid en een helder beeld van waar je naartoe werkt.

Bij door enthousiasme aangedreven creativiteit is er een intense energie achter de activiteiten van de ondernemer. Ze bewegen als een pijl naar hun doel, genietend van elke stap. Er is een essentieel onderscheid tussen deze vorm van energie en stress. Stress treedt op wanneer het evenwicht tussen plezier en doel is verstoord, wanneer het ego terugkeert en men zich afsnijdt van de stroom van creativiteit die het universum biedt.

Enthousiasme, aan de andere kant, resoneert met een hoge energiefrequentie en blijft in harmonie met de creatieve kracht van het universum. Het is een staat waarin je je niet identificeert met de uitkomst, maar je een wordt met het proces zelf. Het is een creatieve toestand waarin je geen oppositie ondervindt, omdat je niet bezig bent met nemen, maar met geven vanuit je eigen overvloed.

In de wereld van ondernemerschap betekent dit dat wanneer je met enthousiasme handelt, je niet alleen jezelf maar ook anderen inspireert. Het stelt je in staat om hindernissen te overwinnen door ze om te zetten in kansen, tegenstanders in bondgenoten. Enthousiasme en ego kunnen niet naast elkaar bestaan; de aanwezigheid van het ene impliceert de afwezigheid van het andere.

Enthousiasme in ondernemendheid brengt ook een unieke dynamiek met zich mee. Terwijl je misschien een duidelijk doel voor ogen hebt, blijft het huidige moment het brandpunt van je aandacht. Dit zorgt ervoor dat je in lijn blijft met een universeel doel, waardoor je niet alleen je eigen visie nastreeft maar ook bijdraagt aan het grotere geheel.

Dynamische doelen in het ondernemerschap verwijzen naar activiteiten die een verbinding vormen met anderen en waarde toevoegen aan de gemeenschap. Deze doelen zijn niet gericht op het vergroten van het ego, maar op het dienen van een groter doel door middel van je werk.

Enthousiasme is de kracht die ideeën vanuit de mentale dimensie naar de fysieke wereld overbrengt. Het is een creatief gebruik van de geest en staat los van het 'willen hebben'. Het manifesteert wat al binnen in je leeft en brengt dit naar buiten in de vorm van innovatieve projecten, producten of diensten.

Pionieren

Pionieren is inherent aan ondernemendheid. Het is de vonk van vernieuwing die het gangbare trotseert en het onbekende omarmt. In het domein van het onderwijs, is het pionierswerk dat vaak de weg baant voor innovatie. Het verhaal begint vaak met een individu of een klein groepje, moedig genoeg om een nieuw

idee of een nieuwe benadering te verkennen, vaak in reactie op de vastgeroeste patronen die de groei en ontwikkeling belemmeren.

In de zoektocht naar innovatie zijn pioniers degenen die het voortouw nemen, gewapend met een visie van vernieuwing, overtuiging in hun ideeën en een streven naar verandering binnen hun organisatie. Ze zijn de drijvende kracht achter het concept van 'next practices' in ondernemend onderwijs, een streven naar een nieuw paradigma dat niet alleen waarde toevoegt aan de huidige onderwijspraktijken, maar ook inspiratie biedt voor verdere innovatie.

Echter, het pad van een pionier is zelden een gemakkelijke. De metafoor van een mammoet in een porseleinwinkel is vaak toepasselijk - hun grote ideeën en ambitie kunnen soms de delicate balans van gevestigde structuren verstoren. Maar het is hun vastberadenheid en vermogen om ondersteuning en legitimatie te verkrijgen die vaak leiden tot duurzame veranderingen.

De eerste school die de ondernemende leerbenadering omarmde, deed dit zonder voorafgaande steun of legitimatie, maar met pure passie voor het idee. Het succes van hun onderneming leidde tot overname en aanpassing van het concept door andere scholen, elk met hun eigen set van pioniers die bereid waren om het onbekende te verkennen en het concept te personaliseren.

In elke fase van dit proces spelen verschillende actoren een cruciale rol. De ontwerpers, vaak ondernemende docenten, zijn diegenen die het nieuwe onderwijsmodel vormgeven en aanpassen aan de unieke behoeften van hun leerlingen. De begeleiders, aan de andere kant, zijn de bruggenbouwers, het verbinden van de nieuwe onderwijsmethoden met de realiteit van de klaslokalen en de verwachtingen van zowel de leerlingen als de ouders.

Het pioniersprofiel is die van een trailblazer, iemand wiens acties en succes anderen inspireren om te volgen. Ze zijn te herkennen aan hun zelfvertrouwen, bereidheid om tijd te investeren, leergierigheid en openheid voor nieuwe methoden. Ze genereren tal van ideeën, met een unieke mix van originaliteit, vloeiendheid, flexibiliteit en volharding.

Het proces van pionieren is een lerende reis. Het begint met actie, gevolgd door reflectie en aanpassing. Het succes van de pioniers wordt vaak pas erkend wanneer hun 'next practices' worden geadopteerd door een bredere gemeenschap, wat de weg effent voor verdere innovatie en verbetering.

De passie van de pionier is de brandstof voor hun doorzettingsvermogen. Het is hun liefde voor het idee, voor het potentieel van wat kan zijn, dat hen door de uitdagingen heen draagt. Ze streven naar excellentie, niet alleen voor zichzelf, maar voor het grotere goed dat hun innovaties kunnen brengen.

In de kern is pionieren een manifestatie van de ondernemende geest. Het is het streven naar het onbekende, gedreven door een onwankelbare overtuiging in het potentieel van vernieuwing. En in het rijk van het onderwijs, zijn het deze pioniers die het pad effenen voor de evolutie van hoe we leren en onderwijzen, het creëren van een erfenis van vernieuwing en inspiratie voor toekomstige generaties.

Stichten

Het streven naar stichten is een kenmerk van ondernemendheid. Dit komt naar voren in de drang om iets nieuws te creëren en een blijvende impact te maken. In het voorbeeld van het entreprenasium wordt dit kenmerk geïllustreerd door het opzetten van een stichting om een innovatief onderwijsconcept te ondersteunen. Het onderwijsconcept zelf is gesticht met het idee om een nieuwe benadering van leren en onderwijzen te bieden.

De licentiestructuur die is opgezet, weerspiegelt ook het kenmerk van stichten. Het creëren van een systeem waarin licenties worden beheerd en verstrekt, is een manier om een basis te leggen voor de voortdurende groei en ontwikkeling van het concept. Het idee van het stichten van een duurzaam model dat het mogelijk maakt om het concept te beschermen en te verspreiden, is een illustratie van ondernemendheid.

Daarnaast wordt in de toekomstvisie het stichten van een centraal onderwijscentrum genoemd, wat wederom een voorbeeld is van ondernemendheid. Het idee om een centrum te stichten waar ideeën en kennis kunnen worden uitgewisseld, toont de drang naar innovatie en het creëren van nieuwe mogelijkheden voor ontwikkeling.

In de ambitie om het onderwijsconcept internationaal te verspreiden, komt ook het kenmerk van stichten naar voren. Het streven naar het opzetten van nieuwe initiatieven buiten de nationale grenzen, reflecteert de ondernemende geest om nieuwe horizons te verkennen en een blijvende impact te creëren.

In al deze aspecten is het kenmerk van stichten een centrale factor die de ondernemende geest van het initiatief drijft. Het gaat om het creëren van structuren, het leggen van een fundament voor groei, en het streven naar het realiseren van een visie die een positieve verandering teweegbrengt.

Eigenaarschap

Module

Waarom?

Het ontwikkelen van ondernemendheid en eigenaarschap als kernwaarden is essentieel in het onderwijs en daarbuiten. Succesvolle organisaties zoals 3M en ABB laten zien dat wanneer medewerkers zich als eigenaren gedragen, dit leidt tot betere resultaten en innovatie. Voor leerlingen betekent dit het nemen van de regie over hun eigen leertraject, het opzetten van een eigen onderneming en het realiseren van een gepersonaliseerd diploma. Het is een uitdagend proces, maar het voordeel is duidelijk: het verhoogt betrokkenheid en verantwoordelijkheid, wat cruciaal is voor elke toekomstige rol in de samenleving.

Wat?

Op het entreprenasium dompelen leerlingen zich onder in projecten die voortkomen uit hun ondernemingszin. Deze projecten maken leren tastbaar en efficiënt. De leerlingen beginnen met het creëren van een eigen leerroute en gaan verder met het opzetten van projecten, leren plannen en het maken van offertes. Deze aanpak helpt hen niet alleen om academische vaardigheden te ontwikkelen, maar ook om essentiële levensvaardigheden te leren zoals tijdmanagement, onderhandelen en presenteren.

Hoe?

Het entreprenasium biedt de faciliteiten en ondersteuning die nodig zijn om deze ondernemende leerervaring mogelijk te maken. Leerlingen krijgen begeleiding van mentoren en peers en verdienen privileges gebaseerd op hun prestaties. Een elektronische leeromgeving biedt leerlingen en docenten een

plek hun projecten te delen en van elkaars ervaringen te leren. Dit bevordert een cultuur van samenwerking en continue verbetering, waarbij zowel successen als fouten worden gebruikt als leermomenten voor de hele gemeenschap.

Leiderschap

In de wereld van het entreprenasium staat eigenaarschap centraal; het vermogen om anderen mee te nemen in je visie zonder de controle te verliezen is de essentie van effectief leiderschap. De entreprenasiast dient dit te doen op een manier die democratisch aanvoelt voor alle betrokkenen, waarbij iedereen zich erkend voelt in hun bijdrage en toch de leiding van de entreprenasiast erkent. Dit vereist een delicate balans tussen sociale vaardigheden en zelfkennis.

Motivatatie speelt een sleutelrol in dit proces. Het overstijgt externe drijfveren zoals cijfers, status, geld en macht. Het is de interne motivatie, voortkomend uit een natuurlijke drang tot ontwikkeling en versterkt door interesse en erkenning, die duurzaam engagement en prestaties bevordert. De entreprenasiast moet dus niet alleen zelf intern gemotiveerd zijn, maar moet ook in staat zijn om deze interne motivatie bij anderen aan te wakkeren.

Prestatie is een ander cruciaal element. De entreprenasiast dient prestaties aan te moedigen die uitdagend zijn maar binnen het bereik van het individu liggen. Het gaat om het geven van het gevoel van eigenaarschap en controle over de uitkomst, wat empowerment en competentie bevordert. Dit betekent dat falen niet gezien moet worden als een tekortkoming, maar als een stap in het proces van ontwikkeling en groei.

Een sterke overtuiging, gestoeld op positieve verwachtingen, kan motivatie versterken. Als entreprenasiast is het daarom van belang om vertrouwen in de mogelijkheden van het team uit te stralen en tegelijkertijd de verwachtingen te managen om een opwaartse spiraal van motivatie en prestaties te bewerkstelligen.

Ervaren staat aan de basis van leren en onthouden. Het onderwijs op een entreprenasium dient daarom gericht te zijn op het benutten en uitbreiden van bestaande ervaringen. Aandacht voor hoe ervaringen worden verwerkt - van waarneming tot opslag in het langetermijngeheugen - is van belang. Door in te spelen op de ervaringen van de leerling, kan de entreprenasiast het leren efficiënter en relevanter maken.

Het benutten van verbale en non-verbale ervaringen, zoals getallen, letters en zintuiglijke waarnemingen, en het inzetten van technieken zoals 'encoding meaning' en het gebruik van ezelsbruggetjes, verbeteren het onthoudproces. Het bevorderen van luistervaardigheden is ook essentieel, aangezien actief luisteren niet alleen het individuele leervermogen vergroot, maar ook de mentale veerkracht van de groep als geheel.

Tenslotte is samenwerking een onmisbaar aspect van het leerproces. Door te modelleren en te leren van ervaringen van anderen binnen een teamverband, kan de entreprenasiast een cultuur van wederzijds leren en groei bevorderen. Dit alles culmineert in een leeromgeving waarin iedere entreprenasiast zijn eigen unieke bijdrage levert, terwijl hij tegelijkertijd leert van en leidt binnen de collectieve wijsheid van de groep.

Kaart

In de uitgestrekte blauwe oceaan van ondernemend gedrag, staat het entreprenasium als een vuurtoren voor haar deelnemers, vragend om maatschappelijk betrokken, ondernemend en onderwijzend te zijn. De contouren van het entreprenasium bieden een basis, maar het is aan iedere deelnemer om hun eigenheid in te weven in de koers die ze voor hun persoonlijke entreprenasium uitzetten.

Om te voorkomen dat men verdwaalt in dit nog grotendeels onontdekte landschap, biedt het entreprenasium routekaarten aan. Deze wegwijzers zijn niet alleen voor de pioniers binnen hun scholen, die vaak ver vooruitlopen op de rest, maar ook voor de minder avontuurlijke zielen. Zij worden uitgerust met navigatiemiddelen die hen helpen de eigen versie van het entreprenasium binnen hun school te verkennen en te definiëren.

Deze routekaarten zijn meer dan enkel een papieren gids; ze zijn als een legende van een landkaart, compleet met bestemmingen, omgevingen, vervoersmiddelen, voorbeeldroutes, gidsen en medereizigers. Ze kunnen op maat gemaakt worden voor elke betrokkene, of het nu een intrapreneur, een entreprenasiast of een schoolleider is, en kunnen variëren van een hoofdkaart tot gedetailleerde subkaarten. Zo'n kaart is bedoeld om de weg te wijzen tijdens het maken van eigen keuzes in de ontdekking van de entreprenasium-wereld, net zoals je je weg zou vinden in een spel als Candy Crush Saga of Minecraft.

Binnen dit landschap is de entreprenasiast een unieke figuur, een mengeling van een kunstenaar en een topsporter, die liever nieuwe markten aanboort dan vecht binnen verzadigde markten. Door hun uniciteit, kunnen entreprenasiasten kansen op innovatie creëren en verzilveren, als ze dit op een overtuigende manier aan anderen kunnen overbrengen. Dit betekenisvol leren maakt het moeilijk om vmbo, havo en vwo-leerlingen van elkaar te onderscheiden omdat ze elkaar aanvullen en samen groeien in het proces. Het entreprenasium is een plek waar deze dynamische interacties plaatsvinden, en waar iedereen de kans krijgt om de route te vinden die het beste bij hen past.

Big Five

Eigenaarschap binnen het entreprenasium stimuleert leerlingen om actief en verantwoordelijk deel te nemen aan hun leerproces. Het geeft hen de ruimte om zelfstandigheid te ontwikkelen en te groeien in hun ondernemende vaardigheden. Door hun leerling-bedrijven te koppelen aan externe opdrachtgevers, worden ze aangemoedigd om eigen initiatief te nemen, creatief te zijn en hun passies te volgen. Dit bevordert een diepgaand begrip van ondernemerschap dat verder gaat dan theorie, en leidt tot praktische ervaring en persoonlijke ontwikkeling.

Het Big Five For Life-concept dient als een kompas voor persoonlijke ontwikkeling, waarbij leerlingen hun unieke talenten en passies ontdekken. Dit helpt hen niet alleen hun individuele levensdoelen te stellen, maar ook te functioneren binnen een team. Door zich bewust te worden van hun eigen doelen en deze te integreren in hun dagelijkse leven, krijgen leerlingen een duidelijke richting voor hun persoonlijke en professionele ontwikkeling, wat cruciaal is voor hun toekomst als ondernemers.

De Big Five For Life-methodiek wordt toegepast door middel van masterclasses en continue groepscoaching, waarbij de nadruk ligt op persoonlijk leiderschap en samenwerking. Door de entreprenasiumgroepen over scholen heen te laten samenwerken, leren de leerlingen in een bredere context functioneren en elkaar te ondersteunen. De masterclasses bieden een praktische handleiding voor zowel leerlingen als begeleiders om de Big Five For Life-principes te integreren in hun leertraject en ondernemerschap.

Product

Module

Waarom?

De noodzaak van een module over productontwikkeling is helder: de overgang van een goed idee naar een tastbaar en marktgericht product is complex en vereist specifieke vaardigheden. Een dergelijke module is essentieel omdat:

- **Pitchen:** Het vermogen om een idee effectief te presenteren is cruciaal om belangstelling en steun van potentiële investeerders, partners en klanten te wekken. Training in pitchtechnieken helpt de ondernemende leerling om hun concepten overtuigend over te brengen.
- **Netwerken:** Het identificeren en betrekken van de juiste stakeholders is een kritiek element in de ontwikkeling van een product. Een module kan strategieën bieden voor netwerken en het bouwen van relatieve relaties die de onderneming kunnen ondersteunen.
- **Realisatie:** Het omzetten van een concept in een levensvatbaar product vraagt om kennis van marktonderzoek, productontwerp, prototyping, gebruikerstesten, en productieprocessen. Deze kennis is van onschatbare waarde voor het overbruggen van de kloof tussen idee en marktklaar product.
- **Innovatie:** Innovatie is niet alleen het bedenken van nieuwe ideeën, maar ook het implementeren ervan op een manier die waarde toevoegt. Een module die zich richt op innovatie zal leerlingen uitrusten met de tools om creatieve oplossingen te bedenken en deze te vertalen naar commercieel levensvatbare producten.

Daarom is een module over productontwikkeling noodzakelijk om leerlingen de volledige cyclus van idee tot marktintroductie te leren beheersen. Het stelt hen in staat om innovatieve ideeën te genereren, te ontwikkelen, en uiteindelijk succesvol op de markt te brengen.

Wat?

Een product is een object of systeem dat is ontworpen om een bepaalde behoefte of verlangen van een gebruiker of consument te vervullen. Dit kan variëren van tastbare goederen zoals een smartphone of kledingstuk tot immateriële diensten zoals software of consultancy. De kern van een product is de waarde die het toevoegt aan het leven van de gebruiker, hetzij door functionaliteit, esthetiek, status, of emotioneel welzijn.

Innovatie in een productcontext gaat een stap verder. Het is het proces van het omzetten van een idee of uitvinding in een goed of dienst dat waarde creëert of waarvoor klanten bereid zijn te betalen. Een innovatief product lost vaak een probleem op een nieuwe en inventieve manier op of spreekt een onvervulde behoefte in de markt aan. Innovatie kan betekenen dat er nieuwe technologieën worden toegepast, bestaande producten worden verbeterd, of dat er geheel nieuwe markten worden aangeboord. Het ultieme doel van een innovatief product is niet alleen om te voldoen aan de eisen van de consument, maar ook om deze te overtreffen en een positieve impact te hebben op de maatschappij of industrie waar het deel van uitmaakt.

Hoe?

Het realiseren van een innovatie is een veelzijdig proces dat begint met het herkennen van een probleem of kans in de markt. Het vereist creativiteit om een unieke oplossing te bedenken, gevolgd door de ontwikkeling en verfijning van het idee tot een werkbaar product of dienst. Onderzoek speelt hierbij een cruciale rol; marktonderzoek helpt bij het in kaart brengen van consumentenbehoeften en concurrentie, terwijl haalbaarheidsonderzoek de technische en financiële levensvatbaarheid van het idee beoordeelt. Haalbaarheidsonderzoek toetst of het idee technisch uitvoerbaar is en of het financieel rendabel kan zijn. Het onderzoekt de benodigde middelen, mogelijke risico's, en schat in of de verwachte opbrengsten de investering rechtvaardigen.

De vaardigheid om te onderzoeken - het systematisch zoeken naar en analyseren van informatie - is eveneens essentieel voor innovatie. Het stelt teams in staat om gegevens te verzamelen en te interpreteren, waardoor ze weloverwogen beslissingen kunnen nemen en hun innovatie kunnen sturen in de richting die de grootste kans op succes biedt. Het vermogen om kritisch en analytisch te denken, trends te identificeren, en hypothesen te testen, is onmisbaar in elke fase van het innovatieproces. Daarom is een diepgaand begrip van onderzoeksmethodologieën een waardevolle vaardigheid voor elke innovator.

Onderzoek

In de wereld van het ondernemen geldt innovatie als het kloppend hart van vooruitgang. Voor een entrepreneur zijn vernieuwende ideeën de munt van het rijk, maar de ware uitdaging ligt in de transformatie van die ideeën naar tastbare realiteit. Dit proces gaat verder dan alleen creatief denken; het vereist een diepgaand onderzoek naar de waarde die deze innovaties zullen toevoegen, zowel voor de onderneming als voor de samenleving.

Voor ondernemende leerlingen is dit niet anders. Zij leren niet alleen door theorieën uit boeken te absorberen, maar vooral door productief te leren — door zelf kennis te creëren en deze te toetsen in de praktijk. Dit creëren van 'nieuwe persoonlijke kennis' doet denken aan de rol van een wetenschapper, of zoals hier treffend genoemd, een 'wetenschEpper'. Hierbij is het cruciaal dat ze hun 'eigenwijsheid' kunnen staven met onderzoek, om zo de waarde van hun ideeën en innovaties te legitimeren.

De ondernemende geest wordt verder gevoed door een onstilbare nieuwsgierigheid, de wil om te experimenteren en een openheid om vanuit passie en verwondering de juiste vragen te stellen en oplossingen te bedenken. Dit cyclische proces van dromen, durven, doen, doorzetten en delen, vraagt om continue evaluatie en bijstelling, waarbij onderzoek een fundamentele rol speelt. De welbekende Plan Do Check Act (PDCA) cyclus illustreert dit, met 'Check' als synoniem voor onderzoek.

Een ondernemer moet ook inzicht hebben in de maatschappelijke impact van zijn handelingen. Voor een social entrepreneur, die streeft naar een positieve impact op samenleving en natuur, is het van vitaal belang om deze impact te onderzoeken. Zij willen immers niet alleen waarde toevoegen, maar ook negatieve bijeffecten van hun producten of diensten uitsluiten.

Op het entreprenasium worden jonge ondernemers aangemoedigd om de status quo in twijfel te trekken en te reflecteren op hun kennis en leren. Dit kritische denkproces leidt tot de vorming van hypothesen en 'next practices', die vervolgens worden getoetst door ervaringen en reflecties.

Het delen van onderzoeksresultaten en inzichten is ook een essentieel onderdeel van het ondernemerschap. Co-creatie en dialoog met anderen zorgen voor een rijkere begrip en betrokkenheid van stakeholders, waardoor een idee kan uitgroeien tot een ware innovatie.

Tot slot, onderzoek stelt ondernemers in staat om betrouwbare voorspellingen te doen over toekomstige gebeurtenissen en verbeteringen. Methoden zoals de Delphi-methode, marktonderzoek en productiviteitsonderzoek helpen bij het maken van gefundeerde beslissingen over de toekomst van een onderneming, het schatten van marktpotentieel en het realiseren van efficiëntie in productiviteit.

Haalbaarheidsonderzoek

Haalbaarheidsonderzoek is een onmisbaar instrument in het arsenaal van elke entrepreneur. Het is de methodische benadering die de brug slaat tussen een idee en de realisatie daarvan in de vorm van een product of dienst. De kernvraag bij een haalbaarheidsonderzoek is of een project, product of bedrijf daadwerkelijk levensvatbaar is in de echte wereld.

De waarde van een dergelijk onderzoek ligt in het systematisch analyseren van verschillende aspecten die de slaagkans van een onderneming kunnen beïnvloeden. Dit omvat een breed scala aan onderdelen, van de missie en visie van het bedrijf tot de waardepropositie, en van de SWOT-analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) tot de identificatie van de doelgroep en de concurrentie in de bedrijfstak. Het onderzoek richt zich op fundamentele vragen over uitvoerbaarheid, doorlooptijd en de verhouding tussen kosten en baten.

De waardepropositie is een kernonderdeel van het haalbaarheidsonderzoek. Hierbij gaat het erom een aanbod te ontwerpen, te testen en te realiseren dat nauw aansluit bij de wensen en behoeften van potentiële klanten. Het is een proces van afstemming tussen wat de entrepreneur te bieden heeft en wat de markt vraagt.

Een haalbaarheidsonderzoek is doorgaans tijdrovend en kostbaar, maar de investering betaalt zich terug door het voorkomen van tijd- en geldverspilling aan niet-levensvatbare ideeën. Omdat private investeerders vaak terughoudend zijn om in deze fase te investeren, is het voor ondernemers van belang om zelf de competenties te ontwikkelen om dergelijke onderzoeken uit te voeren.

Op het entreprenasium worden jonge ondernemers uitgerust met de kennis en vaardigheden om efficiënt en effectief de haalbaarheid van hun ideeën te beoordelen. Door bijvoorbeeld een haalbaarheidsonderzoek uit te voeren voor iemand die een microkrediet zoekt, ontwikkelen zij inlevingsvermogen in de rol van financier. Dit stelt hen in staat om kritisch te kijken naar de factoren die het succes van een plan garanderen, en later deze kennis toe te passen bij het verkrijgen van financiering voor hun eigen ondernemingen.

In essentie, een haalbaarheidsonderzoek is niet alleen een middel om de slaagkans van een onderneming te evalueren, maar ook een leerproces dat de ondernemende leerling in staat stelt om de praktische en financiële aspecten van ondernemen diepgaand te begrijpen.

Marktonderzoek

Marktonderzoek geeft inzicht in de vraag van consumenten en helpt innovators te begrijpen welke functies waarde toevoegen. Het identificeert ook de grootte van de markt en het potentieel voor marktpenetratie en -groei. Dit soort onderzoek informeert de strategische besluitvorming en helpt te vermijden dat middelen worden geïnvesteerd in producten waar geen vraag naar is.

In deze module wordt de leerling geleerd dat marktonderzoek verder reikt dan de traditionele methoden die vanachter een bureau worden toegepast. De leerling wordt aangemoedigd om een actieve benadering te hanteren, waarbij de focus ligt op het directe contact met de eindgebruikers van het product. Observatie en interviews worden ingezet om niet enkel de meningen van het management in kaart te brengen, maar vooral de authentieke gebruikerservaringen te begrijpen. Door deze interacties leert de leerling de natuurlijke voorkeuren en gedragingen van consumenten te identificeren en te analyseren hoe een product of dienst kan worden afgestemd om naadloos aan te sluiten bij hun behoeften en hun leven te verbeteren.

Innovatie

Innovatie is het kloppende hart van vooruitgang en ontwikkeling, een proces dat niet vastgeklonken zit aan leeftijd of ervaring. Het zijn vaak de jongsten onder ons, met hun onbevangen blik en onverzadigbare nieuwsgierigheid, die zonder vrees buiten de gebaande paden treden. Hun wereld is er een zonder grenzen, waar alles mogelijk lijkt. In onderwijsinstellingen zoals het entreprenasium worden deze vonken van innovatie gekoesterd en ontwikkeld in een omgeving die kwetsbaarheid en openheid waardeert en stimuleert.

Wanneer volwassenen, gevangen in het keurslijf van redelijkheid, zich beperken tot het denken binnen de bekende kaders, leren jongeren juist om deze grenzen te doorbreken. Op het entreprenasium ontdekken zij dat voor het ontluiken van innovatie een cultuur van openheid essentieel is, waarin ideeën vrijelijk kunnen vloeien zonder angst voor afwijzing.

De reis van creativiteit naar innovatie is cruciaal, niet alleen voor de individuele ondernemer maar ook voor de samenleving. Die creatieve oplossingen, waar een ondernemer mogelijk jaren aan heeft gewerkt en diep in gelooft, moeten echter wel resonerende waarde vinden bij anderen. En hier ontstaat vaak een struikelblok, want anderen zijn wellicht niet bereid zoveel tijd te investeren of voelen zich overweldigd door het enthousiasme van de bedenker. Het is aan de ondernemer om zijn idee beknopt en krachtig over te brengen, en duidelijk te maken welke uitdaging het aanpakt, welk probleem het oplost, hoe de oplossing werkt, en hoe eventuele obstakels worden overwonnen.

Een innovatie wordt pas echt succesvol als het niet alleen creatief is, maar ook een verdienmodel kent. Dit houdt in dat het niet enkel gaat om financiële winst; de meeste ondernemers beginnen met het creëren van maatschappelijke en persoonlijke waarde. Toch is het de kunst om uiteindelijk een levensvatbaar bestaan op te bouwen uit deze waarde.

De magie van innovatie zit in de nieuwigheid, de verandering die het teweegbrengt, en de verbetering van prestaties die het belooft. Het hoeft niet wereldschokkend nieuw te zijn, maar wel vernieuwend voor de eigen context, zoals een ziekenhuis dat wachtlijsten vermindert door verbeterde logistiek. Innovatie betekent creatief zijn, nieuwsgierig blijven, zelf ontdekken, anders denken, leren, en dingen beter of sneller doen.

De lean startup-benadering helpt hierbij, een methode waarbij producten en bedrijven iteratief ontwikkeld worden met nauwe klantbetrokkenheid, zodat aanpassingen snel gemaakt kunnen worden. Dit minimaliseert investeringen en ontwikkeltijd. Een sociale ondernemer streeft ernaar om emotionele of maatschappelijke waarde toe te voegen aan producten of diensten, door deze aan te passen aan de levensstijl of de waarden van de doelgroep.

Innovatie vereist ook een andere kijk op onderwijs, waar het niet gaat om het volgen van de voorgeschreven methoden, maar om het stimuleren van creativiteit en het vermijden van ideakilling. Het is bekend dat het reguliere onderwijssysteem vaak weinig ruimte biedt voor afwijkende methoden of nieuwe ideeën, maar het entreprenasium daagt deze conventies uit en moedigt aan om anders te denken en te leren.

Succesvolle innovatie kan gestimuleerd worden door te experimenteren, fouten te durven maken, samen te werken en buiten de gebaande paden te treden. Het vraagt om een mindset die kritisch is ten aanzien van autoriteit, onafhankelijk denkt, ideeën test, en openstaat voor het feit dat men ongelijk kan hebben. Zoals Neil deGrasse Tyson stelt, moeten we altijd bereid zijn onze ideeën aan te passen wanneer de feiten dat vereisen. Dit alles vormt de basis waarop innovatie gedijt en bloeit.

Broedplaats

Het entreprenasium vertegenwoordigt een vernieuwende onderwijsexperiment, erkend door de OECD, dat waarde hecht aan ondernemend gedrag, wereldburgerschap, en diverse maatschappelijke vaardigheden. Het biedt een vruchtbare omgeving voor maatschappelijke initiatieven. Zo zijn er leerlingen die binnen het programma van het entreprenasium een bedrijf starten en innovatieve producten zoals een afspraken-app ontwikkelen, die door hun eenvoud juist potentieel succesvol kunnen zijn. Het unieke aan het entreprenasium is dat de vernieuwingen uit de leerlingen zelf voortkomen, met ondersteuning van de school. Deze aanpak inspireert scholen om binnen de coöperatie zelf met innovaties te komen. Het is

bekend dat innovatie soms initieel kan leiden tot een kwaliteitsvermindering voordat verbetering intreedt. Dit risico wordt verkleind door de implementatie van het entreprenasium die ondersteund wordt door een Europees project gericht op kwaliteit en innovatie in scholen.

Een expert op het gebied van innovatie kan worden ingeschakeld om aan de voorkant disruptief te handelen door creatieve stress te veroorzaken en dit meerdere malen te herhalen. Deze expert zal de groep herhaaldelijk uitdagen, de status quo uit elkaar halen, en de conventionele denkwijzen onderbreken. Hij zal de groep confronteren, aanzetten tot het uitdagen van de standaardopvattingen, en het bekijken van de situatie vanuit een 'halfvol glas' perspectief, of zelfs nog beter, door te vragen "waar is de kraan?" Hij moedigt aan om lateraal te denken, vanuit het principe "wat als het wel mogelijk is", en om problemen als paradoxen te zien waarbij men streeft naar win-winoplossingen in plaats van compromissen of keuzes.

Een anekdote illustreert dit principe: een schoonmoeder bezocht haar schoondochter wekelijks, ontevreden over de huishoudelijke schoonmaak. De schoondochter probeerde het huis schoon te maken voor de bezoeken, maar de schoonmoeder bleef kritisch en poetste door. Vervolgens besloot de schoondochter om het huis juist niet op te ruimen, wat leidde tot het gewenste resultaat: de schoonmoeder stopte met haar bemoeizieke bezoeken, omdat ze de rommel niet wilde opruimen. Dit toont aan hoe door het veranderen van de aanpak, en het uitnodigen van een andere reactie, de schoondochter de situatie naar haar hand kon zetten.

Kansrijk

Innovaties en ideeën ontvouwen zich niet langs een rechte lijn; ze kunnen op elke denkbare manier tot stand komen. Het ontdekken van kansen is dan ook niet iets wat gepland kan worden, maar vereist een constante staat van waakzaamheid en openheid voor het onverwachte. Zo merkte een alerte arts op dat een zout, ooit gebruikt in infuusvloeistoffen, een verrassend gunstig effect had op patiënten met stemmingsstoornissen. Dit zout, bekend als Lithium, werd daardoor een belangrijk medicijn. In een ander geval ontwikkelde DSM een plastic dat lichtgevend werd bij elektrische stroom. Hoewel deze eigenschap initieel irrelevant leek voor het bedrijf, zagen ze de kans om dit te verkopen aan bedrijven in de lichtindustrie. Dit illustreert hoe innovatie een onvoorspelbaar pad volgt, waarbij het vermogen om kansen te grijpen in onverwachte situaties vaak bepalend is voor succes.

Het potentieel van een goed idee hangt niet alleen af van het geloof dat de bedenker erin heeft, maar ook van de bereidheid om tijd, geld en moeite te investeren, met een focus op maatschappelijk voordeel. Het aantrekken en betrekken van de juiste mensen en de wil om door te zetten, zelfs wanneer tegenslagen zich voordoen, zijn cruciale factoren voor het slagen van een idee.

Wanneer een ondernemer zich volledig inzet en zich verliest in het proces van het vormgeven en uitdragen van een idee, kan hij een staat van 'flow' bereiken, waarbij doelgerichtheid, uitdaging, prestatiemotivatie en persoonlijk leiderschap samenkomen. In deze toestand kunnen tegenslagen overwonnen worden en blijft men gedreven om het idee verder te brengen.

De kans op succes van een innovatie wordt beïnvloed door de voordelen die het biedt ten opzichte van bestaande producten, de mate waarin het aansluit bij bestaand gedrag, de eenvoud van gebruik, de mogelijkheid tot testen door de klant, en de zichtbaarheid van het gebruik voor anderen. Niet alle ideeën hebben dezelfde kans op succes. Er is een trechtereffect waarbij uit duizend ideeën misschien slechts één of twee daadwerkelijk succesvol zullen zijn. Creativiteit is nodig voor het genereren van ideeën, terwijl technische vaardigheden belangrijk zijn om deze te filteren en te ontwikkelen tot een werkbaar concept.

Entrepreneurs die keer op keer de lat hoger leggen, komen vaak lastige vraagstukken tegen die niet opgelost kunnen worden met meer van hetzelfde. Ontwikkelergericht werken is vereist, waarbij vooraf vastgestelde uitkomsten en methoden plaatsmaken voor een aanpak die zich aanpast aan de ontwikkeling

van het vraagstuk. Elf bewezen ontwerpprincipes kunnen hierbij ondersteunen, zoals werken met urgente vraagstukken, nieuwe aanpakken ontwerpen, en het maken van ongewone combinaties van expertise. Deze principes bevorderen persoonlijke betrokkenheid en samenwerking en zorgen ervoor dat iedereen iets bijdraagt en leert in het proces om complexe vraagstukken op te lossen.

Informatie afkomstig van <https://nl.wikibooks.org> Wikibooks NL.
Wikibooks NL is onderdeel van de wikimediafoundation.

■