



Van Business School naar Business Class:

'Ben Jij Ben?'

In april 2012 start de landelijke campagne 'Ben Jij Ben?', een actie om docenten en leerlingen in het voortgezet onderwijs te wijzen op de mogelijkheid om ondernemerschap en onderwijs te combineren. Want veel leerlingen houden zich op deze leeftijd al actief bezig met het runnen van een eigen bedrijf, zonder dat men daar op school soms weet van heeft. Zo zal het eerder voorkomen dat de ondernemende leerling succesvol is ondanks school, dan dankzij school. Een gemiste kans. De campagne 'Ben jij Ben' is er op gericht de ondernemende talenten in de scholen te vinden en vervolgens een platform of netwerk te bieden om als ondernemer verder te groeien.

Eric Welp & Sylvia Bakker

De campagne 'Ben jij Ben' wordt ondersteund door, hoe kan het ook anders, Ben Woldring. Door middel van posters, lesmateriaal en de lancering van de business class staat de ondernemende leerling centraal. Deze campagne moet tevens leiden tot het verzamelen van *best practices* en daarmee een netwerk opleveren van startende ondernemers die weer van elkaar en met elkaar kunnen leren. In het najaar wordt de campagne afgesloten met een landelijke bijeenkomst in Utrecht. Een bijeenkomst waar jonge ondernemers in aanmerking kunnen komen voor de BenBokaal: de prijs voor de meest succesvolle ondernemende leerling! Een jury van deskundigen zal de inzendingen beoordelen. Deze BenBokaal is een gezamenlijk initiatief van stichting GrijpdeBuitenkans, SLO, de Vecon Business School, het IBC en het Entreprenasium.

Introductie:

Onderwijs is de cruciale schakel om een bijdrage te leveren aan ondernemend succes. Waarbij het succes wordt bepaald door zowel de school, het management, de docent, de ondernemende leerling als ondernemers. Veel scholen in het voortgezet onderwijs werken aan of oriënteren zich op een ondernemend profiel en een samenhangend lesaanbod voor vmbo- & havo-leerlingen in de onder- en bovenbouw. Naast de vele initiatieven op het gebied van cultuur en techniek, een

sterk en onderscheidend M-profiel. Een ondernemend profiel waarbij de business class voor scholen een mogelijke oplossing biedt om de groep (van vaak) moeilijk uit te dagen M-leerlingen een platform te bieden. Maar vooral ook de ondernemende leerlingen de mogelijkheid te bieden om onderwijs en ondernemerschap te combineren. In dit artikel beschrijven wij verder het concept *business class* in combinatie met de campagne 'Ben jij Ben?'



De *business class* biedt zoals gezegd de scholen een ondernemend lesprogramma voor leerlingen uit de

klassen twee, drie en verder van het vmbo, havo en vwo. Een lesprogramma bedoeld voor leerlingen die in de bovenbouw verder willen gaan in het profiel E&M, of met als specialisatie *Ondernemerschap in het mbo en/of hbo*. Het ondernemende lesprogramma wordt mogelijk gemaakt, en is samengesteld, door stichting GrijpdeBuitenkans. Een stichting die is voortgekomen uit een gezamenlijk initiatief van SLO, OCW en EL&I om ondernemend onderwijs te bevorderen.

Met het concept *business class* richt u zelf met de door u gekozen partners een ondernemerslokaal, een loket of leerplein in en wordt ondernemerschap zichtbaar: een klaslokaal of ruimte waar

de ondernemende leerling zijn eerste stappen kan zetten op weg naar ondernemend succes! Een ondernemerslokaal waar uw school (en uw leerlingen) zich met trots kan presenteren aan de buitenwereld. De *business class* is een hier toe ingericht ondernemerslokaal. Het is (1) een *werkplek* voor startende ondernemers (leerlingen en oud-leerlingen van de school) die daadwerkelijk (willen) ondernemen, (2) een *designated* ontmoetingsplek voor ondernemers uit de omgeving, docenten en leerlingen, die samen werken aan het *ondernemende* profiel van de leerling en de school en (3) een fraaie leeromgeving voor excellente havo-leerlingen, waar de ondernemende activiteiten plaatsvinden (zoals presentaties, schrijven van een ondernemingsplan, elevatorpitches, werken aan het profielwerkstuk, boekhoudcursussen, KvK-ontmoeting of onderwijs op maat).

De *business class* is niet alleen een fysieke ontmoetingsplek maar ook een lesprogramma voor leerlingen uit klas 2 & 3, die aan de slag willen (en wellicht echt willen gaan starten) met hun eigen onderneming, de eerste stappen op weg naar hun eigen onderneming en gericht op het ontwikkelen van hun ideeën, opvattingen en alles wat hierbij komt kijken! De LOB-plus-variant als het ware. Onderdelen van het ondernemende curriculum zijn:

European Junior Enterprise. Een ondernemende lessenserie gericht op het starten van een onderneming. Zowel in het Nederlands als Engels kosteloos beschikbaar.

De junior ondernemerstest. Deze scan voor leerlingen meet op een aansprekende en bondige manier waar een leerling staat in al zijn/haar ondernemende vaardigheden (inclusief lesmateriaal en docentenhandreiking). Zie voor de junior ondernemerstest het artikel van TEO december 2011. Elevatorpitching op basis van *Effectuation*. Vijf principes die succesvolle ondernemers hebben toegepast op hun

eigen onderneming.
'Het eerste Business Canvas Model':
werken aan jouw Unique Selling Points!

De principes van *Effectuation* vormen de verbindende schakel tussen onderwijs en ondernemerschap. De principes gaan uit van de aanwezige talenten, de huidige middelen en het feit dat de toekomst niet te voorspellen is, waardoor je deze zelf moet maken. Ondernemend gedrag, het reeds aanwezige netwerk en de passies of talenten vormen het startpunt! Het is de energie en het netwerk uit de groep in de business class dat bijdraagt aan het succes.

De Vijf principes van 'Effectu-wat':



1. Het *Bird in the hand*-principe: wacht niet tot het geniale miljardenidee je in de schoot valt, maar leer eerst te roeien met de riemen

die je hebt. Start met wie je bent, wat je weet en wie je kent. En niet noodzakelijk met een vooropgesteld plan. Begin met te kijken welke zwaluw je al in handen hebt, in termen van vaardigheden, middelen en een netwerk.



2. Het *Affordable loss*-principe: hoeveel van de beschikbare middelen ben je eigenlijk bereid in te zetten om te bereiken wat je

wilt? Kun je je dat veroorloven? Wat is deze ondernemende activiteit me echt waard? Door jezelf deze vragen te stellen, verschuif je het ondernemersperspectief van 'investeren' naar 'resultaat'



3. Het *Crazy quilt*-principe: een interessant principe voor succes. Dit principe stelt centraal dat je moet samenwerken

met anderen die in jouw zakelijke idee geloven. Ieder voor zich investeert niet meer dan hij of zij zich kan veroorloven. Ieder draagt bij aan het grotere geheel, waardoor veel verschillende vaardigheden en netwerken beschikbaar komen.



4. Het *Lemonade*-principe: dit principe is eigenlijk een heel optimistisch principe, het

tegenovergestelde van 'overall beren op de weg zien'. Sta juist open voor verrassingen en benut ze in je voordeel, laat die beren broodjes smeren. Zie ze dus als een nuttige toevoeging en niet als te mijden hindernissen. Het ondenkbare blijft niemand die zijn nek uitsteekt bespaard, net zomin als iemand die zijn kop in het zand steekt.



5. Het *Pilot in the plane*-principe: bij dit principe staat centraal dat je zelf door jouw handelingen de toekomst kunt maken en dus be-

palen wat er met een trend gebeurt, en niet andersom. Co-creëer de toekomst met middelen die je beheerst en met zelfverkozen partners.

Hoe realistisch zijn ondernemende leerlingen à la Ben Woldring? Een interview met Jean Luc



Jean Luc zit op de middelbare school in Mijdrecht, in 4 vwo. Hij wil later geneeskunde gaan studeren en heeft daarom voor het profiel natuur en gezondheid gekozen op school. Hij komt niet uit een ondernemersgezin, hoewel zijn vader een eigen bedrijfje heeft maar dit parttime aan huis combineert met een gewone baan bij de overheid. Op school komt Jean Luc voor het eerst in aanraking met het ondernemerschap in klas 1. Dat verloopt via een project van Edu-Kans en hij leert de buitenwereld kennen. Dat boeit hem, daar ziet hij kansen en daar wordt hij enthousiast van.

Zelf heeft hij namelijk continu nieuwe ideeën en nu ziet hij nu een mogelijkheid om deze ideeën te laten stromen. Eerst wil hij iets met het ontwerpen van kleding, maar dat is te lastig merkt hij. Dus begint hij met het schrijven van softwareprogramma's, dat is meer zijn ding, en wil hij in de Appstore van Apple komen. Dat blijkt toch lastiger dan gedacht en na een poosje laat hij dit idee varen. Maar via zijn vader komt hij

in contact met collega's die zitten te springen op een eigen website maar daar de kennis niet voor in huis hebben. Jean Luc aarzelt niet en grijpt de kans met beide handen aan.

Jean Luc kan dus relatief makkelijk aan de slag. Zijn vader fungeert als hefboom. Over het algemeen zijn de klanten startende ondernemers die met weinig geld een mooie uitstraling willen hebben. Mooi logo, website en een eigen huisstijl. De meeste concurrenten van Jean Luc zijn veel duurder. Dat biedt een mooi concurrentievoordeel. Daarbij is zijn eigen uitstraling professioneel en goed verzorgd. Hij profiteert tevens van het succes van deze startende ondernemers. Dat is zijn tweede sleutel tot succes. Een lage prijs, makkelijk netwerk en een netwerk dat hem weer verder helpt. Klanten vinden het ook een pluspunt dat hij zo jong is. Dat verwachten ze niet. Het staat ook niet op zijn website.

Op school is men sinds kort op de hoogte van zijn succes. Dat komt door het gekozen profiel van de school en de activiteiten die daarmee samenhangen. Toch ziet hij school niet als een noodzakelijk kwaad om uiteindelijk geneeskunde te gaan studeren. In de derde klas volgt hij bijvoorbeeld het vak economie maar vindt dit zo saai en oninteressant dat hij het niet heeft gekozen. Het vak management en organisatie vindt hij niet echt nodig. Zijn vader helpt hem immers met boekhouden. Dus waarom moeilijk doen? Medeleerlingen zien wel waar hij mee bezig is, maar veel support krijgt hij niet. Hij wil wel graag zijn expertise delen met anderen. Liefst al zo vroeg mogelijk, klas 1 of zo. Kan hij in zijn rol van coach gelijk op zoek naar medestanders die samen met hem willen werken. Dat is een enorme uitdaging en ziet hij een deel van zijn groei realiseerbaar worden. Het is heel aardig om te zien dat Jean Luc enorm gedreven wordt door zijn streven naar vrijheid. Een rooster is iets vreemds, hij wil liever zelf plannen. Toch begrijpt hij ook wel dat het niet anders kan. De school is noch een knelpunt, noch een springplank. Die springplank is hij voornamelijk zelf. Het streven naar vrijheid is terug te zien in zijn prognose voor 2012. Die heeft hij niet. Dat is synoniem voor het hebben van een tunnelvisie. Dat wil hij niet. Lopen

dingen zoals ze lopen, dan is het kennelijk zo. Het heeft hem tot op de dag van vandaag enorm vooruit geholpen.

Wat is jouw drijfveer/passie?

"Mijn passie voor het ondernemen is vooral omdat het zo vrij is. Op school werk je volgens een vast gareel en met je eigen bedrijf mag je eigenlijk alles zelf bepalen. Dat maakt het een uitdaging omdat alles nog niet zo bepaald is zoals met school ben je vrij om je eigen invulling eraan te geven."

Wat maakt jouw bedrijf tot een succes?

"De liefde voor wat ik doe, de precisie en het perfectionisme waarmee ik projecten afhandel en de kwaliteit die ik telkens weer probeer te verbeteren. In mijn ontwerpen spelen niet alleen de globale elementen een rol maar tot op de millimeter nauwkeurig moet het perfect zijn. Je hebt op een pagina maar een beperkte ruimte, het is aan jou om als ontwerper dan zoveel mogelijk, zo rustig mogelijk en zo mooi mogelijk alles van een verhaal over te brengen waarbij alles in verhouding tot elkaar staat."

Welke docent heeft mij het meeste gemotiveerd?

"Ik heb van school nooit echt ondersteuning gekregen ook omdat ik er zelf nooit om gevraagd heb. Achteraf gezien had ik het wel fijn gevonden, maar het heeft er wel toe geleid dat ik een stuk zelfstandiger ben."

Wat raad ik andere leerlingen aan?

"Ik zou iederéén aanraden om in ieder geval je droom te volgen en je talenten zo vroeg mogelijk te ontwikkelen. Zelfs als het niet helemaal in je toekomstbeeld past. Ik wil heel graag arts worden maar ondanks dat gebruik ik mijn talenten en probeer ik alles uit mijn bedrijf te halen. Wat mij betreft kan ik die twee dingen gewoon naast elkaar blijven doen."

Hoe realistisch is een ondernemersplein? Een voorbeeld, het Panta Rhei VMBO te Amstelveen

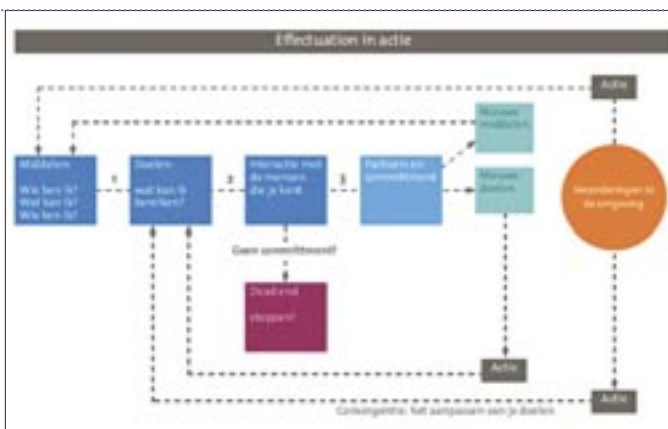


Het Panta Rhei in Amstelveen heeft voor de afdeling handel en administratie een eigen leerplein opgezet. Middels een enorm billboard is het voor ieder-

een duidelijk dat er op dit plein gewerkt wordt aan onderwijs en ondernemerschap: 'We're in business'. Op de open dag worden de ondernemende successen gepresenteerd, laten leerlingen zien waar ze aan gewerkt hebben. De school staat geregeld in de krant.

Op het Panta Rhei ontwikkelen de docenten met elkaar ondernemende opdrachten en lesmaterialen. Dat doen ze samen met ondernemers uit de omgeving. Albert Heijn is partner, bedrijfjes worden gestart etc. De BB leerlingen gaan naar 'buiten' en samen met ondernemers aan de slag. Hoewel deze vmbo beroepsopleiding een algemeen vormend karakter heeft, is de kruisbestuiving spannend. Maar vooral, de docent groeit in zijn rol om de ondernemende leerling verder te helpen. Eerder in de rol van coach dan in de rol van instructeur. Het overdragen van initiatief en verantwoordelijkheid, in samenwerking met de directe omgeving van de school, maakt ondernemend leren uniek. Mocht de leerling dan niet slagen als ondernemer, hij zal hij zijn ontwikkelde ondernemende kwaliteiten als werknemer goed kunnen gebruiken. De school die bijdraagt aan deze doelstelling heeft het meer dan prima gedaan! Het ondernemend succes dankzij de school!

Ondernemerschap en onderwijs is vaak een ongebruikelijke combinatie. Zeker in het voortgezet onderwijs. Een docent is geen ondernemer, hij doceert vaak een 'overladen' en moeilijk vak waar de leerlingen het al moeilijk genoeg mee hebben. Ondernemerschap wordt vaak als iets extra's ervaren. Weer een nieuw project. Echter, ondernemende activiteiten kost eigenlijk niet veel extra tijd. Hier zien we de vergelijking met succesvolle ondernemers evident opgaan. Het inrichten van een klaslokaal als 'business class' start door uit te gaan van de bestaande middelen. De 'wat kan ik bereiken'-vraag (zie figuur onder). Leidt dit tot het aanpassen van het doel, dan is het niet anders. Succesvolle "ondernemende docenten" zijn flexibel, geloven in de maakbaarheid der dingen. En



gaat het niet zoals het moet, dan moet het maar zoals het gaat. Vele succesvolle initiatieven zijn juist op deze manier tot stand gekomen! Maar bovenal: het gaat om commitment. Is het een eenmansexercitie, stop ermee of stel je doelen bij. Zonder faciliteiten vanuit het management, zal het nooit lukken. Andersom idem dito: zonder draagvlak geen toekomst.

Conclusie: 'Ben jij klaar voor Ben jij Ben?'

Stichting GrijpdeBuitenkans biedt uw onderwijsinstelling de kans zich te profileren als ondernemende school. Een school die startende ondernemers en/of ondernemende werknemers een flinke steun in de rug geeft. Dit zorgt ervoor dat uw school zich blijvend in de kijker speelt! Tevens trekt uw school de aandacht van ouders (en dus nieuwe leerlingen!) die graag willen dat de school de kansen biedt om het maximale uit de talenten van hun kind te halen. Ondernemend onderwijs op maat is straks het Unique Selling Point van uzelf en de school. U bepaalt zelf de ingrediënten, u bepaalt zelf uw partners, u bepaalt zelf uw 'affordable loss' en dus houdt u zelf de regie. Zie daar de *Effectuation*-principes toegepast op uw eigen context.

In april starten wij de zoektocht naar ondernemende leerlingen. U, als docent, bent onze belangrijkste ambassadeur. Ga op zoek naar het aanwezige talent. Daag ze uit. Maar neem ze mee! Hou de mailing in de gaten! Wilt u meer informatie over dit concept? Mail naar info@grijpdebuitenkans.nl. DOEN.

Eric Welp is werkzaam voor SLO en voorzitter van Stichting GrijpdeBuitenkans (GdBK). Sylvia Bakker is ondernemer, coach en werkzaam als accountmanager voor GdBK