Goede Zaken TV
goedezaken
Goede Zaken

GoedeZaken.nu

Volg ons op LinkedIn in goede zaken 2.100+ volgers

5 MEI 2026

NextGen Startup zet ondernemerschap studenten Inholland aan tot actie-ondernemen

De minor NextGen Startup biedt ondernemende studenten van Hogeschool Inholland een springplank richting het ondernemerschap. Zoals Stan van Leeuwen, die met zijn groep werkte aan het opzetten van kledingruilplatform ClothSwapp.

"In de minor zet je vanaf nul je eigen onderneming op", vertelt Yasmin Kortselius, docent Business Studies en coordinator van de minor. "Daarbij leren studenten vanuit de praktijk wat daar allemaal bij komt kijken. Zo krijgen ze gastlessen van ondernemers en zoekt iedere groep zelf een coach uit het werkveld, die aansluit bij hun product of dienst. Eén van de slagen die je studenten ziet maken, is dat ze met behulp van een value proposition canvas leren denken vanuit de behoefte van de markt. Welke problemen en uitdagingen zijn er, met name in een maatschappelijke context, en hoe kun je daar een oplossing voor verzinnen die tegelijkertijd zakelijke kansen genereren."

Van argwaan naar impact

Die manier van denken zet de studenten op een ander spoor, blijkt uit het verhaal van Stan van Leeuwen (vierdejaars student Business Studies). "We waren niet per se heel erg met duurzaamheid bezig en ik had wat argwaan dat er dan vooral veel 'moet'. Maar door de minor kwamen we juist op concepten waarbij je op een leuke en positieve manier impact kunt maken. Zo kwamen wij uiteindelijk uit op ClothSwap: een platform waar mensen kleding kunnen ruilen, zowel op evenementen als met mensen uit de buurt via een app. Tijdens de minor hebben we geleerd hoe je zoiets gefaseerd opbouwt, waar je financiering vandaan haalt en hoe je tot een houdbaar verdienmodel komt. Ook hadden we een heel inspirerend en leerzaam gesprek met de founder van ClothingLoop, een soortgelijk concept met een doorgeeftas met kleding."

Stan van Leeuwen: "Als ik iets heb geleerd tijdens deze minor is het 'actie-ondernemen': beginnen door gewoon te gaan dóen."

"In de minor was veel aandacht voor werken met AI. We hebben een basisapp gemaakt met een eigen AI-systeem, zodat je à la Instagram en TikTok een gepersonaliseerd aanbod krijgt. Ook hebben we AI ingezet voor onze persoonlijke ontwikkeling, door chats te bouwen waarin je sterke en zwakke punten naar voren komen en in iedere fase van de business-ontwikkeling naar voren komt welke kansen en valkuilen dat oplevert. Met AI kun je zoveel van je werk versimpelen, waardoor je tijd overhebt voor andere belangrijke dingen."

Ondernemerschap aangewakkerd

"Momenteel ben ik bezig met mijn stage bij een online marketingbureau en onderweg naar mijn afstuderen. Daarnaast heb ik een bijbaan. Om van ClothingSwap een succes te maken is veel tijd nodig en die heb ik nu niet, maar het is een concept dat me zeker nog niet loslaat. Sowieso heb ik in deze minor dingen geleerd waar ik in mijn stage profijt van heb en ongetwijfeld straks ook na mijn studie. Ik ben iemand die van zichzelf terughoudend is, alles eerst goed op een rijtje zet en vervolgens niet begint. Als ik iets heb geleerd tijdens deze minor is het 'actie-ondernemen': beginnen door gewoon te gaan dóen. Misschien wordt het niks, maar dan heb je het wel gedaan – en toch wat geleerd, dus mijn ondernemerschap is absoluut aangewakkerd."

Nieuw team Centrum Management Groep

Foto: Jurriaan Hoefsmit

Gwenda van der Ham versterkt het team van de Centrum Management Groep. Met een flinke dosis ervaring rondom levendige en herkenbare winkelgebieden gaat Gwenda nu met volle energie in haar eigen stad aan de slag. "Iedere dag als ik door Haarlem loop verwonder ik me over de prachtige straten en alle leuke authentieke plekken. Ik heb dan ook heel erg veel zin om in mijn eigen stad aan de slag te gaan."

Als strategisch regisseur heeft Gwenda de rol om de gezamenlijke ambities van gemeente, ondernemers en andere partijen in de binnenstad tot uitvoer te brengen. Hierbij gaat zij nauw samenwerken met de huidige centrummanager Falco Bloemendal (links op de foto), die met zijn ervaring en netwerk de rol van verbinder op zich neemt, de spreekwoordelijke ogen en oren van de binnenstad. Daarnaast is Corneel Jonkers actief als matchmaker, om de vraag van (startende) winkelondernemers te koppelen aan het aanbod van vastgoedeigenaren.

ℹ Een uitgebreidere kennismaking met Gwenda is te vinden op www.goedezaken.nu en www.centrum-haarlem.nl.

Haarlem Marketing lanceert campagne 'Jouw stad'

Haarlem is tot ver buiten de stadsgrenzen een populaire stad, onder meer vanwege de variëteit aan hotels, horeca, winkels en cultuur. Met name in de weekenden en in het hoogseizoen trekt de stad dan ook veel bezoekers. Om Haarlem ook tijdens de zogenaamde dalmomenten onder de aandacht te brengen, lanceert Haarlem Marketing de campagne 'Jouw Stad'.

In de campagne wordt de nadruk gelegd op doordeweekse dagen, waarop bezoekers rust, ruimte en persoonlijke aandacht ervaren. In musea kunnen ze in alle rust een kunstwerk bewonderen, in winkels krijgen ze alle aandacht en in restaurants kunnen ze zonder reservering terecht. Daarbij kan de term 'Jouw Stad' worden vertaald naar een tijdstip (Jouw woensdagmiddag), een locatie (Jouw museum) of een activiteit (Jouw stadswandeling). Met als overkoepelend thema: 'Haarlem. Wees welkom.', om duidelijk te maken dat Haarlem een gastvrije stad is, die bezoekers met open armen ontvangt.

Rust, ruimte en persoonlijke aandacht op doordeweekse dagen.

Gouden Straatjes

De campagne is ontwikkeld in nauwe samenwerking met de gemeente Haarlem en de samenwerkende organisaties binnen de Centrum Management Groep. Daarbij is per branche (hotels, restaurants/cafés, cultuur en winkels) gekeken waar dalmomenten liggen en waar voor bezoekers dus ruimte is om in alle rust van de stad te genieten. Deze aanpak geeft de mogelijkheid om alles wat onze stad zo bijzonder maakt onder de aandacht te brengen en ondernemers in de stad in de spotlight te zetten. Zo kunnen winkeliers uit de Gouden Straatjes zomaar hun eigen producten ontdekken in de campagne-uitingen, zoals een ring van goudsmid Marijke Mul, een horloge van Driessen Juweliers of een zonnebril van Opticien Kuipers.

Voor de uitrol van de campagne wordt een breed scala aan middelen en media ingezet. Daarbij valt te denken aan fysieke uitingen in abri's/bushokjes in andere steden, zowel regionaal als in de rest van Nederland, als aan digitale middelen. Dit alles dus met als doel om mensen op rustige momenten te laten genieten van de rijke historie én de hedendaagse levendigheid van de stad. Want waarom zou je wachten op het weekend, terwijl Haarlem doordeweeks aan je voeten ligt?

ℹ www.visithaarlem.com

WWW.GOEDEZAKEN.NU/AGENDA

WO. 6 MEI | 09:00-11:00 UUR
Open Coffee
In ongedwongen sfeer praten onder het genot van koffie.
Locatie: Posthuis, Haarlem
ℹ www.opencoffeehaarlem.nl

MA. 11 MEI | OCHTEND
Waarderpolder Bike Battle
Vier weken zo vaak mogelijk op de fiets naar je werk, met registratie ritjes via de Toertje-app.
Locatie: van/naar werk Waarderpolder
ℹ Meedoen: www.waarderpolder.nl

DI. 26 MEI | 18:00-22:30 UUR
Sparkz Netwerkdiner
Netwerken, borrelen en culinair genieten in een sfeervolle setting. Locatie: Restaurant Inheems, Heemstede
ℹ www.sparkznetworking.nl

DO. 28 MEI | 16:00-18:00 UUR
ALV Industriekring Haarlem
Ledenvergadering van de belangenvereniging van de Waarderpolder.
Locatie: 3D Makers Zone, Haarlem
ℹ www.industriekringhaarlem.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
inholland hogeschool
KRANS NOTARISSEN
Stan&Wende rendement voor generaties
SOCIËTEIT VEREENIGING
Kennemer Impact
beter business