

Publieksversie Stimuleren sociaal ondernemerschap voor mbo-studenten +

K. Logghe, september2020. !

Coöperatie Social Enterprise Lab U.A. (se.lab) !

met samenwerkingspartners Nova College en Young Society/The Karma Factory: !



mede mogelijk gemaakt door de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) !



Rijksdienst voor Ondernemend
Nederland

Inhoudsopgave

1.	Inleiding en probleemstelling !	p. 2 !
2.	Het ontwikkelde onderwijsprogramma Sociaal Ondernemen op het mbo	p. 4 !
2.1	De aanleiding: een beproefde werkwijze !	p. 4 !
2.2	De doelgroep !	p. 4 !
2.3	Het onderwijskader !	p. 5 !
2.4	Activiteitenplanning: voorbereidingen op het onderwijsprogramma	p. 6 !
2.5	Het onderwijsprogramma Sociaal Ondernemen op het mbo	p. 9 !
2.6	Bijlagen bij het Programma Sociaal Ondernemen op het mbo	p. 11 !
3.	Uitkomsten van het onderwijsprogramma op het Nova College !	p. 12 !
3.1 !	Interactie sociaal ondernemers en studenten: opdrachten, ideeën ! en oplossingen	p. 12 !
3.2 !	De ontwikkelde competenties	p. 23 !
3.3 !	Aansluiting bij Keuzedelen Ondernemend Gedrag en (Oriëntatie op) ! Ondernemerschap en examinering	p. 26 !
4.	Coronaproof programma: tips & tricks voor een online lesprogramma	p. 29 !
5.	Conclusie/nawoord !	p. 33 !
	Bronnen !	p. 34 !

1. Inleiding en probleemstelling

Inspirerende voorbeelden op het gebied van onderwijs in (sociaal) ondernemerschap zijn meestal te vinden op het hbo en wo en in veel mindere mate op het mbo. Als er sprake is van onderwijs in ondernemerschap op het mbo staat het 'commerciële aspect' veelal voorop en is er nog weinig oog voor sociaal ondernemerschap en de sociale en circulaire impact van (MKB) ondernemingen. In dit project combineren we de succesvol bewezen aanpak van Young Society om mbo-jongeren te betrekken én activeren met de ervaring en het netwerk van Social Enterprise Lab (se.lab) op het gebied van sociaal ondernemerschap(onderwijs). Binnen het Regionaal Opleidingen Centrum (ROC) Nova College sluit de voorgestelde aanpak aan bij de wens om 'cross-overs te realiseren' en om het beroepsbeeld van de studenten te verbreden en maatschappelijk bewuste studenten op te leiden.

Bijdrage aan ondernemerschapsonderwijs en aanpak van knelpunten

Ontwikkelingen op de arbeidsmarkt verlopen steeds sneller. Zo ontstaan nieuwe beroepen op de grens van sectoren. Bezorgdiensten, foodtrucks en Internet of Things. Vaak zijn dit soort innovaties mengvormen van traditionele diensten. Zo is de Food specialist een kruising tussen horeca en retail, en slaat de Zorgtechnicus een brug tussen techniek en zorg. Sinds enkele jaren zijn mbo-opleidingen ervan doordrongen dat cross-overs tussen verschillende opleidingen en domeinen steeds belangrijker worden om mbo-studenten 21^e-eeuwse vaardigheden aan te leren. Een ondernemende houding, ondernemerschaps-vaardigheden en een verbreding van het beroepsbeeld is hierbij van belang.

Het Nova College benoemt in het Strategisch Beleidsplan 2019-2022 dan ook dat zij "gelooft in cross-overs tussen opleidingen om in te kunnen spelen op ontwikkelingen op de arbeidsmarkt. Bijvoorbeeld tussen Bouw en ICT in het BIMlab (Bouw Informatie Model) waar studenten Bouw digitaal 3D ontwerpen maken en ICT-studenten ondersteuning bieden. Of de opvoering van de modeshow waarbij studenten Mode Handel hulp krijgen van studenten Detailhandel, Beveiliging, Media en Uiterlijke Verzorging." Mooie ontwikkelingen, maar in de praktijk blijkt het toch lastig om het beroepsbeeld van ICT- of economiestudenten socialer te maken en die van studenten welzijn en zorg ondernemender. Ook docenten zien deze mogelijkheden niet altijd en/of zijn op zoek naar verbindingen met het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties om de gewenste cross-overs te realiseren.

In 2018 heeft het Nova College de krachten gebundeld met Young Society voor een eigentijdse invulling van burgerschapscompetenties. Aan dit programma op het gebied van Loopbaan en Burgerschap (LB) hebben we een sociaal ondernemerschapsvariant toegevoegd, Hierdoor kunnen we cross-overs realiseren tussen studenten van verschillende opleidingen, waarmee zij hun beroepsbeeld verbreden en hun (sociaal) ondernemerschapsvaardigheden ontwikkelen.

Een ander knelpunt binnen het ondernemerschapsonderwijs is dat ondernemers, docenten en studenten wel kunnen en willen leren van elkaar, maar dat de tijd en ruimte om dit te organiseren veelal ontbreekt binnen zowel de onderwijsinstellingen als bij de (sociaal) ondernemers.

Social Enterprise Lab (se.lab) heeft ruime ervaring met het laten samenwerken van (sociaal en circulair) ondernemers en studenten aan oplossingen voor actuele ondernemersvragen (o.a. in het Learning Lab) en heeft een groot netwerk onder impact ondernemers.

Young Society zet zich in om de betrokkenheid van jongeren bij de samenleving te vergroten door jongeren te inspireren en verbinden aan maatschappelijke initiatieven. Dit doen zij vanuit de overtuiging dat het maatschappelijk meedoen mbo-jongeren op het gebied van persoonlijke ontwikkeling stimuleert en hun positie in de samenleving en op de arbeidsmarkt versterkt.

Young Society verzorgt workshops over burgerschap voor mbo-instellingen, staat stil bij de talentontwikkeling van de mbo-jongeren en zet samen met maatschappelijke organisaties, bedrijven en mediapartners activiteiten op om dit doel te bereiken.

Ook Young Society ervaart dat mbo-docenten het onderwijs in ondernemerschap belangrijk vinden, maar zij niet de ruimte hebben om een programma te ontwikkelen, met lokale partners af te stemmen en de studenten hierin te begeleiden. Op hbo/wo-instellingen wordt dit al meer ondersteund dan op het mbo.

In welke vraag voorziet het project?

Dit project voorziet in een succesvolle en beproefde werkwijze met de benodigde ondersteuning om:

- een positieve ervaring op te doen met ondernemerschapsonderwijs op het mbo;
- een ondernemende houding te stimuleren van mbo- én hbo-studenten en van de docenten;
- de samenwerking tussen mbo-onderwijs en (sociaal en circulair) ondernemers te stimuleren en faciliteren;
- de stap te verkleinen voor mbo-studenten om daadwerkelijk te gaan ondernemen en daarmee hun kansen op de arbeidsmarkt te vergroten.

Door actieonderzoek te koppelen vanuit se.lab zijn de werkzame factoren beschreven, zijn participerende observaties uitgevoerd tijdens de gastlessen en excursies en is tussentijds gereflecteerd met studenten, docenten én sociaal ondernemers. Hiermee zijn de ervaringen en resultaten overdraagbaar gemaakt ten behoeve van andere mbo-instellingen.

In deze eindrapportage -het product van deze RVO-opdracht- wordt het ontwikkelde programma en de werkzame factoren en competenties beschreven met tips & tricks voor andere onderwijsinstellingen.

Waar mogelijk zullen Young Society, se.lab en het Nova College in het najaar voor de RVO/O2LAB, MBO Raad en mbo-instellingen de resultaten presenteren (online of offline) ten behoeve van verdere overdracht en borging binnen het middelbaar beroepsonderwijs.

Wij wensen u veel leesplezier met dit verslag!

2. Het ontwikkelde onderwijsprogramma Sociaal Ondernemen op het MBO

2.1 De aanleiding: een beproefde werkwijze

In 2018 is Young Society samen met het Nova College gestart met The Karma Factory, een project dat jongeren begeleidt naar waardevol vrijwilligerswerk. Het project is ontwikkeld in het kader van de Maatschappelijke Diensttijd die in 2020 ook landelijk wordt ingevoerd. De naam zegt het al, jongeren kunnen 'karma' verdienen bij dit project. The Karma Factory (TKF) wordt uitgevoerd op verschillende locaties van het Nova College. Drie dagen per week kunnen de studenten van het Nova College bij TKF naar binnen lopen wanneer zij op zoek zijn naar vrijwilligerswerk of iets terug willen geven aan de maatschappij. Door middel van het zichtbaar maken wat voor aanbod er is en het stimuleren van maatschappelijk ondernemerschap is het voor jongeren duidelijker hoe zij zich kunnen inzetten. Daarnaast worden jongeren intensief begeleid bij het vinden van passend vrijwilligerswerk, maar ook tijdens het uitvoeren van de activiteiten volgens het *peer-to-peer* principe; voor jongeren, door jongeren. De jongeren worden geactiveerd door middel van *challenge* mechanismes die inspelen op de drijfveren van jongeren. Het gaat om de volgende triggerfactoren: *gamification*, beloning en persoonlijke begeleiding. Hiermee worden jongeren uitgedaagd om zich in te zetten en dat te blijven doen. Deze succesvolle elementen van The Karma Factory zijn in dit O2LAB-project ingezet om (sociaal en circulair) ondernemerschap in het mbo-onderwijs te implementeren en beschrijven/overdraagbaar te maken voor andere mbo-instellingen.

2.2 De doelgroep

De *primaire doelgroep* van het project zijn de jongeren van het Nova College. Deze mbo-studenten ! zijn tussen de 16 en 25 jaar oud. !

De doelgroep mbo-jongeren is zeer divers. De groep kenmerkt zich door verscheidenheid op het ! gebied van culturele achtergrond, jongeren met een beperking, jongeren in een kwetsbare positie ! en met verschillende seksuele voorkeuren. Uit diverse onderzoeken naar Generatie Z komt naar ! voren dat zij opgevoed zijn met externe feedback, waardoor coachende begeleiding een must is ! geworden. Deze generatie wil graag weten waarvoor ze het nu doen. Daarnaast staat 'fun' hoog op ! de prioriteitenlijst. Met dit project spelen wij hierop in, door studenten uit te dagen met een *challenge* en de passende begeleiding te bieden met de nodige energie, enthousiasme en ! creativiteit. Daarnaast spreken wij deelnemers ook aan op hun verantwoordelijkheid, zodat ze ! weten waar zij aan toe zijn. De context is helder en de jongeren snappen waaraan zij bijdragen. !

Binnen het project hebben we ons gericht op studenten van mbo-niveau 2 (een klas), mbo-niveau 3 (twee klassen) en mbo-niveau 4 (drie klassen) in Haarlem en Hoofddorp. !

Het betrof studenten van de opleidingen: !

- Bedrijfsadministratie (niveau 4)
- Juridische Dienstverlening (niveau 4)
- Management Assistent (niveau 3)
- Handel (niveau 3)

De secundaire doelgroep betreft de hbo-studenten: stagiaires en afstudeerders van onder andere de Hogeschool van Amsterdam en Leiden, voornamelijk van de opleidingen Toegepaste Psychologie, Sociaal Pedagogische Hulpverlening en Maatschappelijk Werk en Dienstverlening.

Bij de uitvoering van de projecten is namelijk gebruikgemaakt van een *peer-to-peer* methodiek. De trainers die de workshops leiden, zijn studenten van het hbo. Deze trainers volgen zelf een opleiding

of minor waar sociaal ondernemen in centraal staat. Zoals studenten van de Hogeschool Leiden die de minor Sociaal Ondernemen volgen, een minor die onderdeel uitmaakt van de opleiding Toegepaste Psychologie. Een gedeelte van deze minor moeten de studenten zich inzetten ten behoeve van sociaal ondernemerschap. Dit deden zij binnen dit project door in de trainingen de jongeren bij te staan in de ontwikkeling van hun eigen initiatief. Zij gaven de jongeren ruimte om hun eigen creativiteit tot uiting te laten komen. Zij maakten hierbij gebruik van hun verworven kennis op het gebied van sociaal ondernemerschap en daarbij hun *coaching skills* vanuit de psychologie, om op deze wijze de perfecte *peer-educator* te zijn voor dit project. Kortom: dit project draagt niet alleen bij aan (sociaal) ondernemersvaardigheden van de mbo-studenten, maar ook aan die van de ingezette hbo-studenten.

2.3 Het onderwijskader

De activiteiten die zijn uitgevoerd in dit project vallen binnen het onderwijskader LB (Loopbaan en Burgerschap). Burgerschap wordt omschreven als “de manier waarop mensen deelnemen aan de maatschappij” met de focus op gemeenschappelijke waarden, democratie en rechtsstaat (Rijksoverheid.nl). In Nederland is burgerschapsonderwijs verplicht, onder andere op het mbo waar dit is vormgegeven in het vak “Loopbaan en Burgerschap”. Het vak Loopbaan en Burgerschap bereidt de mbo-studenten voor op een volwaardige deelname in de maatschappij en het optimaal kunnen functioneren in hun beroep (MBO Raad). Binnen het vak wordt er onderscheid gemaakt tussen vier burgerschapsdimensies, namelijk: de politiek-juridische dimensie, de economische dimensie, de maatschappelijk-sociale dimensie en de dimensie vitaal burgerschap (MBO Raad). Dit project sluit enerzijds aan op de maatschappelijk-sociale dimensie van Loopbaan en Burgerschap, dit gaat namelijk om “het bevorderen van een actieve deelname aan de gemeenschap, en de acceptatie en waardering van verschillen tussen mensen en van de culturele verscheidenheid in Nederland” (Burgerschapsagenda MBO 2017-2021). Daarnaast is de economische dimensie van burgerschapsonderwijs van toepassing met aandacht voor deelname aan de arbeidsgemeenschap en het arbeidsproces en een verantwoorde deelname als consument aan de maatschappij (Burgerschapsagenda MBO 2017-2021). Aandacht voor sociaal ondernemerschap zal bijdragen aan deze bewustwording als consument in de maatschappij.

Het programma is uitgevoerd bij de opleidingen van het Nova College op de locaties Haarlem en Hoofddorp. De nadruk heeft gelegen op studenten van de economische opleidingen, omdat in deze opleidingen het ‘commerciële aspect’ veelal voorop staat en er nog weinig oog is voor sociaal of impactgericht ondernemerschap. Ondernemen vindt wel plaats op producten (waarbij er tegenwoordig ook cross-overs met techniek plaatsvinden) maar -nog- niet op sociale diensten. Ook van studenten welzijn en maatschappelijke zorg worden steeds meer ondernemersvaardigheden verwacht, maar zij ontberen vaak de hardere *skills* (zoals plannen, schema’s maken en doorrekenen). In dit onderwijsprogramma kunnen beide beroepsgroepen getriggerd worden uit hun comfort-zone te gaan en elkaars competenties te leren waarderen. In sociaal ondernemerschap staat meervoudige waardencreatie (in verschillende sectoren tegelijk) juist centraal.

Gedurende de uitvoering van het project is nauw samengewerkt met de docenten van het Nova College zodat over en weer van elkaar wordt geleerd en een goede inbedding in het onderwijs plaatsvindt. De lessen zijn vooral door de *peer-coaches*, maar in aanwezigheid van de docenten ingevuld en uitgevoerd. Het totale programma is ontworpen door de opleidings- en programmamanagers van Nova College en de programmamakers van se.lab en Young Society gezamenlijk.

2.4 Activiteitenplanning: voorbereidingen op het onderwijsprogramma

Introductieperiode: september en oktober 2019

In september 2019 zijn de mbo-studenten van het Nova College gestart met het vrijwilligersprogramma van The Karma Factory. Dit programma vormde de introductie op het sociaal ondernemerschapprogramma. De aanpak en activiteiten in september en oktober waren als volgt:

In september kregen de studenten op het Nova College een workshop over vrijwilligerswerk. Deze workshop werd gegeven door de *peer trainers* van Young Society. Tijdens de training kregen de deelnemers uitleg over het programma The Karma Factory en hoe het precies in zijn werk gaat. Door middel van de *challenge* mechanismes (een *app*) die in het programma zijn ingebouwd, worden de studenten uitgedaagd om buiten de reguliere lessen op school zich in te zetten voor een ander. Via de *inhouddesk* op de mbo-locaties, die gerund wordt door *coaches* en *trainers* van Young Society, konden jongeren twee keer per week naar binnen lopen voor begeleiding bij hun *challenge*.

Gamification: challenge en beloning

Gedurende het project wordt er gebruikgemaakt van 'gamification'. Door middel van bepaalde spelelementen stimuleren we de drijfveren van jongeren om zich in te zetten en dit te blijven doen. Hoe het werkt? Jongeren kunnen door zich actief in te zetten karmapunten verdienen, de verdiende punten kunnen verzilverd worden in prijzen. Via een webapplicatie kan de deelnemer zijn eigen voortgang zien én die van andere deelnemers. Ook weet de student precies hoeveel uur hij/zij zich nog moet inzetten voor de eerstvolgende beloning. Hierdoor wordt de inzet van alle deelnemers zichtbaar en kunnen ze met elkaar in contact komen om elkaar uit te dagen voor nieuwe *challenges*.

Begeleiding

De kracht van het project zit in de intensieve begeleiding die studenten krijgen. Voor veel jongeren blijkt de drempel om vrijwilligerswerk te doen te hoog. Veel jongeren vinden het bijvoorbeeld spannend om zich bij een organisatie met onbekende mensen aan te melden. Dit kan verholpen worden door de eerste keer mee te gaan met jongeren en te zorgen dat ze medestudenten of vrienden kunnen meenemen.

Werven Sociaal Ondernemerschap Onderwijsprogramma: november en december 2019

Zodra we groen licht kregen van RVO (eind oktober) voor uitvoering van het project zijn afspraken gemaakt met de opleidingsmanagers en docenten om te bepalen welke klassen konden deelnemen aan dit onderwijsprogramma in het kader van Lopbaan en Burgerschap, als variant binnen de reeds geplande activiteiten van The Karma Factory. Aanvankelijk zijn zes klassen geworven op de locaties Haarlem en Hoofddorp voor deelname aan het project in de periode januari t/m mei 2020 (totaal ca 110 studenten). In februari/maart zouden nog ca 40 studenten (2 klassen) het programma volgen op de locatie in Beverwijk, maar helaas heeft dit geen doorgang kunnen vinden vanwege de ingevoerde coronamaatregelen. Wel worden in hoofdstuk 4 adviezen gegeven voor een online vertaling van het onderwijsprogramma en online onderwijs aan mbo-studenten in het algemeen.

Tegelijkertijd met het werven van de studenten voor deelname aan het onderwijsprogramma heeft se.lab sociaal ondernemers geworven die zich wilden verbinden aan de mbo-studenten.

Deze sociaal ondernemers waren:

Alice Taylor, www.MooiZooi.org

Mooizooi is een sociaal, duurzaam en creatief magazijn waar schoon- en veilig restafval en restmateriaal van bedrijven wordt verzameld en aangeboden voor creatieve doeleinden. Ook is Mooizooi een werkgelegenheids- en dagbestedingsproject voor mensen met een (tijdelijke) afstand tot de arbeidsmarkt.

Maaïke van Beusekom, www.Kweekcafé.nl

Het Kweekcafé is de PLEK voor jong en oud, voor Haarlem en regio, voor innovators, makers en inspirators. Waar je geïnspireerd raakt op het gebied van voedsel, natuur, innovatie en design. Alles met het oog op een duurzame en circulaire economie. PODIUM voor talenten, organisaties en bedrijven. Waar buurtbewoners, makers en ondernemers elkaar ontmoeten; waar door samenwerking en verbinding mooie ideeën ontstaan.

Yvonne Haneman en Michiel de Vos, www.studiococreatie.nl

Studio Cocreatie is een ontwerpstudio voor sociaal maatschappelijke vraagstukken en innovatie. Zij verbinden partijen rondom sociaal maatschappelijke vraagstukken en biedt begeleiding in het traject van behoeftedefinitie tot en met daadwerkelijke implementatie. Om blijvende impact te kunnen maken gebruiken zij hiervoor methodes als Design Sprint en Design Thinking waarin de mens en de bedoeling altijd centraal staan.

Brigitte Kool en Lotte de Haan (stadmakers/circulair ondernemer en social designer): Programmering ZuidWest: <https://www.haarlemlink.nl/initiatief/programmering-zuidwest-ideeen-avond>

Als stadmakers spannen Brigitte en Lotte zich in om in het proces naar de nieuwe woningbouw en herontwikkeling in de wijken van Zuid-West ruimte te maken voor wijkbewoners en andere meebouwers in de wijk. Ruimte om de wijk leuker, socialer, leefbaarder, groener en mooier te maken door te programmeren. Door elke keer een activiteit in te zetten met en voor de buurt.

Natalija Counet (Challenge Lead Talent voor de toekomst), Amsterdam Economic Board, platform www.toekomstmakers.nl

De onderwijsinstellingen in de Metropoolregio Amsterdam bieden een overzicht van *best practices* die circulariteit in het onderwijs en onderzoek verankeren. Of je nou bij een kinderdagverblijf werkt of aan de universiteit studeert, Toekomstmakers.nl is het startpunt om circulariteit in de klas en collegebanken te introduceren.

Met bovenstaande sociaal ondernemers is een oriënterend gesprek gevoerd en een intake afgenomen door se.lab, waarbij een eerste oriëntatie op en formulering van de vraagstukken plaatsvond die aan de studenten kunnen worden voorgelegd.

De samenwerkingspartners (Young Society, se.lab en opleidingsmanagers/docenten Nova College) hebben gezamenlijk het onderwijsprogramma uitgewerkt en een planning gemaakt voor de lessen, waarbinnen het programma werd aangeboden. Globaal bestonden deze lessen, die allen 1,5 uur duurden, qua opzet uit:

Les 1:

- Introductie van het programma
- Kennismaking

- Doel van het project (interactieve wijze)
- Wat weten de studenten zelf al?
- Wat is dan exact een sociale onderneming? (voorbeelden & *what's in it for me & society?*)

Les 2:

- Interesses & talenten *scan* (interactief)
- Samenstellen groepjes (3 à 4)
- Doel en doelgroep bepaling

Les 3:

- Gastspreker: sociaal ondernemer
- Profilering onderneming
- *Moodboard* + Ontwikkelen logo

Les 4:

- Uitschrijven ondernemingsplan (aan de hand van een format)
- *Tips & Tricks*

Les 5:

- Excursie naar de sociale onderneming + eventueel ondersteuning of helpen

Les 6:

- Ondernemingsplan helemaal afschrijven
- Mogelijk promotiemateriaal maken (optioneel)
- Voorbereiden van een *pitch* (aan de hand van een format)

Les 7:

- Pitchen voor een jury van diverse sociaal ondernemers
- Inleveren ondernemingsplan

Les 8:

- Bekendmaking winnaars + de mogelijkheid voor extra coaching om plan daadwerkelijk te realiseren



Ook de data en inzet van de sociaal ondernemers werd afgestemd door se.lab, waarbij op drie-vier momenten een concrete inzet werd gevraagd aan de sociaal ondernemers:

- Les 3: verzorgen van een gastles in de klas, waarin de sociaal ondernemer vertelt waarom zij/hij de onderneming heeft opgezet, wat het doel en de activiteiten zijn en het concrete vraagstuk toelicht waarbij de sociaal ondernemer hulp/advies/een sociaal ondernemende oplossing (product of dienst) wenst van de mbo-studenten;
- Les 5: excursie naar de sociale onderneming, zodat de studenten een beter beeld krijgen van de onderneming en de ondernemersvraagstukken en extra vragen kunnen stellen aan de ondernemer ten behoeve van hun eigen idee- en planvorming;
- Les 7/8 (samengevoegd): in de jury zitten tijdens feestelijke afsluiting (niet doorgegaan vanwege de coronacrisis).

Gedurende het onderwijsprogramma liep een actie-onderzoek mee door se.lab met reflectiemomenten met de stagiaires (Focus Groep Discussie), sociaal ondernemers (individuele

interviews) en docenten/opleidingsmanagers (eindevaluatie programma). Op basis hiervan is het programma aangescherpt. De belangrijkste evaluatiepunten en aanpassingen betreffen:

- Om de excursie naar de sociale onderneming samen te voegen met de uitleg van de opdracht (in plaats van de excursie in les 5 te plannen en de gastles met toelichting in les 2). Dat de studenten al de tweede of derde les naar de locatie toegaan, een rondleiding krijgen en een uitleg krijgen over de opdracht/vraagstukken waarvoor zij een sociaal ondernemende dienst of product gaan bedenken en uitwerken. Dan kan de opdrachtgever in de vijfde les nog langs komen om vragen te beantwoorden. Reden hiervoor is dat bij sommige studenten het kwartje pas viel toen ze bij de opdrachtgever langs waren geweest.
- Het doel per les duidelijk formuleren voor zowel de trainers als de studenten. Hierbij is het belangrijk dat de studenten al meteen vanaf het begin weten dat ze uiteindelijk hun ideeën moeten pitchen aan een jury.
- De vraagstukken van de sociaal ondernemers moeten zoveel mogelijk in concrete opdrachten worden geformuleerd. Vooral de opdracht vanuit de Amsterdam Economic Board bleek voor de mbo-studenten te abstract geformuleerd; daarbij komt het helpen met een website ook niet als leuk over bij de studenten.
- Nog meer informatie en theorie specifiek over sociaal/circulair (impact) ondernemen verwerken in het programma (maar ook in het reguliere onderwijsprogramma!), omdat de studenten al best veel weten over ondernemen in algemene zin. Dus vooral de focus op de sociale kant van het ondernemen, over impact ondernemen; mede aan de hand van informatie over maatschappelijke problemen en discussies hierover met de jongeren. Vooral het 'vanuit je hart' ondernemen sprak de jongeren zeer aan.
- Van het *business model canvas* een eigen versie maken voor de mbo-studenten, waardoor het beter aansluit op de vraagstukken/opdrachten van de ondernemers.
- De studenten waren allemaal vrij serieus en hadden veel behoefte aan serieuze onderwerpen en minder aan *energizers*. Energizers beperken in het programma.

In de volgende paragraaf wordt het onderwijsprogramma -de nieuwe, aangepaste versie, waarin de uitkomsten van het actie-onderzoek zijn verwerkt- beknopt beschreven. De draaiboeken voor de hbo-stagiaires zijn aangepast aan het nieuwe programma.

2.5 Het onderwijsprogramma Sociaal Ondernemen op het mbo

Inzet van hbo-stagiaires die de mbo-studenten begeleiden

De begeleiding van het programma Sociaal Ondernemen ligt primair in handen van de trainers van Young Society, bestaande uit hbo-stagiaires. Zij krijgen allen een draaiboek, waarin de lessen -en gebruikte interactieve leer- en werkvormen- in detail beschreven staan en een train-de-trainer bijeenkomst, waarin het programma nader werd toegelicht en praktische situaties worden getraind. Hierin krijgen ze onderstaande aandachtspunten mee in de begeleiding van de mbo-studenten:

- Probeer een band op te bouwen met de studenten;
- Toon oprechte interesse in de student;
- Level met de studenten;
- Veel interactie;
- Weinig zenden;
- Als je zendt doe dit dan interactief en niet langer dan 3 minuten;
- Bekrachtig de jongeren wanneer mogelijk;
- Straf ze zo min mogelijk, als je ze straft wees consequent en duidelijk;
- Benader ze redelijk en niet te streng.

In de training wordt besproken dat in het programma sociaal ondernemerschap de mbo- studenten met behulp van 'creativity boosters' (zijnde de trainers) in de reeks van 8 lessen uitgedaagd worden om hun eigen sociale ondernemende activiteit/project op te zetten c.q. bij te dragen aan een bestaande sociale onderneming met een nieuwe activiteit, dienst of product. De hbo-stagiaires krijgen theoretische informatie over de achterliggende theorie/sociaal ondernemerschap (en voorbeelden van sociaal ondernemers), over de sociaal ondernemers die aan de klassen werden gekoppeld en de gastles op locatie/excursie. Ook krijgen zij te horen dat de groepjes hun dienst/product op het einde moeten pitchen voor de opdrachtgevers (sociaal ondernemers) en het groepje met het beste idee/pitch een prijs wint. Aan het einde van alle lessen moeten de trainers de werkgroepen beoordelen met een cijfer, dat gebaseerd wordt op hun gedrag en inzet in de lessen én hun ondernemingsplan. De opdrachtgevers (impact ondernemers) beoordelen de werkgroepen aan de hand van hun pitch op het einde. Van deze twee cijfers samen wordt het gemiddelde berekend en aan de hand hiervan een eerste, tweede en derde plek (met een prijs) toegekend.

Het onderwijsprogramma

Onderstaand een samenvatting van de lessen.

- Les 1 – Introductie

De eerste les staat voornamelijk in het kader van introductie. Sociaal ondernemen is voor de doelgroep vaak een abstract begrip. Aan het eind van de eerste les hebben de jongeren een goed beeld van wat Sociaal Ondernemen is.

- Les 2 – Eigen kwaliteiten

Doel van deze les is dat de studenten bewust worden van hun groepsrol en inzicht krijgen in hun eigen kwaliteiten en leerpunten. Aan de hand van deze groepsrol zullen er werkgroepen worden gevormd.

- Les 3 – Excursie

Naar de sociaal ondernemers die deelnemen aan het project. De jongeren krijgen een beter inzicht in hoe de opdrachtgevers te werk gaan en wat voor maatschappelijk doel zij nastreven.

- Les 4 – Ideeën genereren

In de derde les hebben de jongeren geleerd wat sociaal ondernemen is en wie hun opdrachtgevers zijn. In deze les gaan zij aan de slag met het bedenken van ideeën om de opdrachtgevers te helpen.

- Les 5 – Ondernemingsplan

In de vijfde les wordt er dieper op het ondernemerschap ingegaan. De studenten gaan aan de slag met een ondernemingsplan. Hierbij gebruiken zij de sociale onderneming van de opdrachtgever als basis.

- Les 6 – Pitch maken

In de zesde les gaan de jongeren een pitch maken. In deze pitch bespreken zij hun ondernemingsplan en verkopen zij hun ideeën aan de opdrachtgever. De volgende les zullen de jongeren de pitch houden voor de opdrachtgevers.

- Les 7 – Pitchen

Tijdens deze les komen alle groepen samen in een grote ruimte waar ook de opdrachtgevers aanwezig zijn. Om de beurt zullen de groepjes hun pitch geven en deze worden beoordeeld door een jury. De

jury kiest per opdrachtgever welke pitch het beste is en wint. Het plan van de jongeren wordt daadwerkelijk uitgevoerd in samenwerking met de opdrachtgever.

- Les 8 – Evaluatie

In de laatste les wordt het gehele traject geëvalueerd. De inhoud van de les, begeleiding, opdrachten en opdrachtgevers zullen allen de revue passeren.

2.6 Bijlagen bij het Programma Sociaal Ondernemen MBO

Voor de uitvoering van het onderwijsprogramma zijn verschillende handleidingen, instructies en invulmodellen ontwikkeld ter ondersteuning van de verschillende didactische werkvormen die worden ingezet tijdens de lessen:

1. ! Trainershandleiding voor de hbo-stagiaires
2. ! Voor de mbo-studenten die deelnemen aan het programma bijlagen bij de lessen: !
 - Bijlage 1: Notulen gastspreker (te gebruiken tijdens gastles) !
 - Bijlage 2: Samenvatting opdracht van de gastspreker !
 - Bijlage 3: Belbinrol per student noteren !
 - Bijlage 4: Uitkomsten Belbin test: groepsindeling !
 - Bijlage 5: Beschrijving van de doelgroep van het product/de dienst !
 - Bijlage 6: Ideeën genereren (uitkomsten) !
 - Bijlage 7: Business Model Canvas (invulmodel) !
3. ! Voor de mbo-studenten: Invulmodel Ondernemingsplan



4. Uitkomsten van het onderwijsprogramma op het Nova College +

3.1 Interactie sociaal ondernemers en studenten: opdrachten, ideeën en oplossingen

Zoals beschreven in paragraaf 2.4 zijn er verschillende interactiemomenten geweest tussen de sociaal ondernemers en studenten (gastles, gevolgd door de excursie). Deze interactiemomenten waren cruciaal om de studenten een goede indruk te geven van de sociale onderneming, inzicht te geven in de ondernemersvraagstukken die spelen, waaraan de studenten kunnen bijdragen met nieuwe ideeën, adviezen voor sociaal ondernemende oplossingen c.q. producten of diensten.

Onderstaand worden de concrete vraagstukken van de sociaal ondernemers samengevat, de vragen van de studenten (en verdere interactie) beschreven, de reacties van de sociaal ondernemers en vervolgens de ideeën en sociaal ondernemende oplossingen benoemd die de studenten hebben bedacht en (deels) uitgewerkt:

Opdracht Mooizooi aan studenten van de opleiding Managementassistent (niveau 3):

Alice Taylor, oprichter/directeur www.MooiZooi.org

Mooizooi is een sociaal, duurzaam en creatief magazijn waar schoon- en veilig restafval en restmateriaal van bedrijven wordt verzameld en aangeboden voor creatieve doeleinden. Ook is Mooizooi een werkgelegenheids- en dagbestedingsproject voor mensen met een (tijdelijke) afstand tot de arbeidsmarkt. Mooizooi is gevestigd in Schalkwijk, het grootste en jongste stadsdeel van de Gemeente Haarlem met een grote diversiteit aan inwoners en relatief veel nieuwbouw en sociale huurwoningen. In de gastles geeft Alice een vrij zakelijke inleiding (met een kort filmpje over Mooizooi) en concrete opdracht mee.

Als een van de producten van Mooizooi licht Alice de 'Doe het lekker zelf doos' toe. Dit is een knutseldoos (grootte verhuisdoos) met verschillende en wisselende materialen voor kinderen vanaf 4 jaar (tot ca 11 jaar). Huidige doelgroep/klanten: primair kinderopvangorganisaties/BSO's en secundair particulieren. De doos kost € 27,50 en € 30,75 inclusief verzendkosten.

Vraag aan de studenten is welke acties bedacht kunnen worden om de doos meer bekendheid te geven, waardoor de afname toeneemt. Daarbij kunnen de studenten ook suggesties doen voor de inhoud van de doos, als ze de excursie hebben bij MooiZooi.

Interactie, ideeën en sociaal ondernemende oplossingen van de studenten

Studenten vragen zich af waarom de doos bijna 30 euro kost, terwijl MooiZooi de materialen gratis aangeleverd krijgt van bedrijven? Alice legt uit dat de onderneming verschillende kostenposten heeft, waaronder: huur ruimte, personeelskosten, marketingkosten, vervoerskosten (de materialen worden opgehaald met een bus). Medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt beoordelen of de materialen schoon en veilig zijn (of zorgen dat ze dit worden) en plaatsen ze in de winkel/supermarkt (dit is een arbeidsintensief proces). Ook vragen de studenten naar de bekendheid van MooiZooi en de 'Doe het lekker zelf' doos in Schalkwijk en Haarlem en naar klantkenmerken, bijvoorbeeld van ouders. Er vindt een discussie plaats over dat het belangrijk is om ook waar de materialen vandaan komen (lokale ondernemers) en welke impact er wordt gemaakt met het hergebruik van de materialen mee te nemen in het verkoopverhaal. Dus het verhaal achter de doos.

Eerste reactie van Alice op de interactie met de studenten:

- Goede vragen van de studenten, kritisch, daar heb je wat aan (waarom geld vragen voor spullen die je gratis krijgt van bedrijven? Wat voor bekendheid heeft het al in Schalkwijk? Wat is de inhoud en grootte van de doos?)
- En mooie suggesties van de studenten, zoals de herkomst van de producten (namelijk van lokale/Haarlemse bedrijven) meenemen in het verkoopverhaal.

In de uitwerking komen de studenten nog met de volgende aanvullende oplossingen:

- Kijken naar subsidiemogelijkheden van de overheid, omdat Mooizooi bijdraagt aan de doelstellingen op het gebied van CO2-reductie (n.a.v. marktanalyse);
- Het bereik van Mooizooi vergroten middels het ophangen van posters o.a. in musea, via kunstenaars en op basisscholen en moedercentra en berichten op FaceBook. Hierin de doelgroep (mensen met en afstand tot de arbeidsmarkt, waaronder mensen met een beperking en ex-gevangenen) meenemen in de communicatie/op de posters: mensen die door Mooizooi weer kunnen werken en meedoen/participeren in de samenleving;
- Organiseren van challenges, bv. waarbij foto's worden gemaakt van de gemaakte knutselwerken en geraden wordt welke spullen hierin gebruikt zijn of waarbij gebruikers zelf een foto uploaden van wat zij gefabriceerd hebben met de materialen uit de doos en prijs uitloven voor de beste/mooiste ontwerpen (via stemming; meeste likes).



Opdracht Kweekcafé aan studenten van de opleiding Bedrijfsadministratie (niveau 4):
Maaïke van Beusekom, www.Kweekcafé.nl

Het Kweekcafé is de PLEK voor jong en oud, voor Haarlem en regio, voor innovators, makers en inspirators. Waar je geïnspireerd raakt op het gebied van voedsel, natuur, innovatie en design. Alles met het oog op een duurzame en circulaire economie. PODIUM voor talenten, organisaties en bedrijven. Waar buurtbewoners, makers en ondernemers elkaar ontmoeten; waar door samenwerking en verbinding mooie ideeën ontstaan. Het Kweekcafé is gevestigd in het duurzame stadspark de Haarlemmerkweektuin (<https://www.haarlemmerkweektuin.nl/>) en bestaat naast horeca uit een omvangrijke kas. De Haarlemmerkweektuin is gevestigd in Haarlem Noord, een wijk die hoofdzakelijk uit (jaren '30) gezinswoningen bestaat met weinig horecavoorzieningen.



Maaïke vertelt over haar professionele achtergronden en hoe het idee van het Kweekcafé geboren werd, in samenspraak met mede oprichtster Brigitte Kool (die er inmiddels weer uitgestapt is). En hoe na jarenlange onderhandeling met de stichting Haarlemmerkweektuin en de Gemeente Haarlem zij na een crowdfunding campagne met de horeca konden starten (Start Kweekcafé Crowdfund juni 2016: <https://www.youtube.com/watch?v=7pAFMn1-cDM&t=29s>). Die horeca moest het motortje zijn voor de ontmoetings- en inspiratieplek en podium voor duurzame initiatieven en ondernemers in de kas. Maaïke beschrijft haar dilemma: haar droom is een plek te zijn voor ontmoeting en inspiratie en een podium voor ondernemers die werken aan duurzaamheid en circulaire economie, maar in feite is ze nu horeca onderneemster, omdat ze geld moet verdienen als ondernemer (om de personeelskosten, huur van de kas, investeringen etc te kunnen betalen). Ze gelooft nog steeds in haar missie om vanuit je hart te ondernemen en te geloven in wat je doet en je kwetsbaar durven op te stellen. Maar de praktijk is dat horeca heel hard werken is, fysiek en psychisch. Dit staat soms op gespannen voet met dat zij als sociaal ondernemer wil voldoen aan de Code Sociaal Ondernemen (<https://www.codesocialeondernemingen.nl/>). Het Kweekcafé heeft Maaïke onlangs opgegeven voor een acceleratieprogramma, waarin sociale ondernemingen worden geholpen om hun missie, organisatie en impact te versnellen/verbeteren. Hiervoor heeft ze een nieuw crowdfunding filmpje opgenomen (Inzending ten behoeve van deelname aan GO Noord-Holland 2020: <https://www.youtube.com/watch?v=NuGfHORXSMU>). In de vervolgstap en investering (voor verduurzaming van de kas: regenwater opvangen, zonnepanelen plaatsen etc) wil ze de kas transformeren tot showcase van duurzaam/circulair ondernemerschap (zoals Blue City in Rotterdam: <https://www.bluecity.nl/>).

Huidige doelgroep/klanten: bruiloften, verjaardagsfeesten, condoleances, vergaderingen, brainstormsessies, zorginstelling (voor mensen met dementie), doordeweeks gezinnen met kinderen; naast de sociaal/circulair ondernemers die in de kas gevestigd zijn (zie <https://kweekcafe.nl/werkplek-plek/>).

Als opdracht aan de studenten ziet Maaike heel veel kansen: bijvoorbeeld hoe ze een zakelijkere doelgroep kan bereiken? Bijvoorbeeld flexwerkplekken bieden en vooral wil ze aan meer sociaal en circulair ondernemers een werkplek en podium bieden en meer activiteiten/programmering in de kas organiseren. Haar tweede vraag is hoe ze jongeren zou kunnen betrekken?

Resultaten: ideeën en sociaal ondernemende oplossingen van de studenten

De studenten vragen of het Kweekcafé ook 's avonds open mag (in verband met de programmering en zeker met het oog op het betrekken van jongeren). Omdat het Kweekcafé in een woongebied ligt, mag tot 22:00 uur in de avond een programma met geluidsversterking plaatsvinden; om 22:30 uur kan nog een laatste rondje worden gegeven en om 23:00 uur moeten de gasten het park uit zijn. Na 22:00 uur zou nog wel een silent disco georganiseerd kunnen worden. Eventueel zou de kas opgesplitst kunnen worden in horeca (voor borrels, feestjes e.d.) en werkplekken voor duurzame ondernemers en exposities op het gebied van circulaire economie.

Een student vraagt zich af of het Kweekcafé al te vinden is op locaties.nl (als mensen een feestlocatie zoeken). De website wordt door de studenten saai gevonden en is niet up to date qua content. Iets als 'soep van de dag' kan je tegelijkertijd ook posten op social media. Ook zou een YouTube filmpje met een rondleiding door de Haarlemmerkweektuin kunnen helpen. De studenten pleiten ervoor om evenementen in de avond te organiseren als formule, bijvoorbeeld 1 x per week en dat te delen via FaceBook, Instagram, posters door de stad. Of bijvoorbeeld een vrijdagmiddagborrel of bedrijvenborrel. Bij de Ripperdakazerne om de hoek zit bijvoorbeeld een advocatenkantoor die hiervoor uitgenodigd kan worden net zoals de winkeliers op de lange Cronjé winkelstraat. Er zou ook een crowdfunding in de buurt kunnen plaatsvinden; er wordt namelijk weinig georganiseerd voor alle jongeren en gezinnen in deze buurt. Een crowdfund feest organiseren voor de thema-avonden.

De jongeren redeneren vanuit de doelgroep, omdat ze zelf ertoe behoren. Op de vraag 'wanneer zouden jongeren komen?' geven de meisjes in de groep aan, dat zij zouden komen om samen te chillen, thee te drinken met een stuk taart op een gezellige plek/loungeplek van maken en bijvoorbeeld samen spelletjes te doen, een pubquiz organiseren.

Jongens zouden vooral komen om samen te gamen: zo haal je ze naar binnen; vervolgens kun je ze bewust maken van het energieverbruik met gamen en laten nadenken hoe je daar creatieve oplossingen voor kan bedenken. Bijvoorbeeld met zonnepanelen/energie opwekken door te fietsen. Met een beamer kun je projecteren en bijvoorbeeld een Fifa toernooi organiseren in het weekend. Maar ook voor bijvoorbeeld darten of tafelvoetbal zouden de jongens wel komen; dat kan nu maar in één café in Haarlem Noord.

In hun Business Model Canvas vertalen een groep de studenten de vraag van Maaike in 'meer naamsbekendheid krijgen en financieel sterker worden'. Uit hun marktanalyse komen horecalocaties die iets soortgelijks doen, zoals Instock Amsterdam, Restaurant De vier seizoenen in Lisse, Café Restaurant Logica en Buitenplaats De Plantage. Als doelgroep zouden zij jongeren (16-20 jaar) nemen die in de buurt wonen en niet zo veel te doen hebben om wekelijkse feest-/muziekavonden voor te organiseren. Dit kunnen karaoke, disco of andere thema -vonden zijn. Hiervoor is een goede muziekinstallatie en karaokeset nodig, naast natuurlijk de nodige alcoholische en nonalcoholische dranken en chips. Naast social media, krant en posters zou de bekendheid ook via mond-aan-mond reclame moeten gebeuren door de doelgroep zelf. Het draait erom dat de jongeren kunnen genieten en samen leuke dingen doen. Met de verkoop van eten en drinken moeten de avonden gefinancierd kunnen worden.

Een andere groep studenten heeft juist als probleemanalyse dat de focus al te veel op horeca ligt in het Kweekcafé en dat deze vooral zou moeten zijn om sociaal ondernemers samen te brengen en jong en oud. Zo zou verhuur van ruimten aan meerdere doelgroepen kunnen plaatsvinden: lokale ondernemers, maar ook basisscholen laten langskomen en producten op kweek verkopen. Ook deze groep gelooft in het organiseren van terugkomende evenementen en de inzet van openbare social media kanalen, zoals FaceBook, Instagram en YouTube.



Oprichting Programmering Zuid-West aan studenten Juridische Dienstverlening (niveau 4):
Stadmaker/social designer Lotte de Haan: <https://www.haarlemlink.nl/initiatief/programmering-zuidwest-ideeen-avond>

Als stadmakers spannen Brigitte Kool en Lotte de Haan zich in om in het proces naar de nieuwe woningbouw en herontwikkeling in de wijken van Zuid-West ruimte te maken voor wijkbewoners en andere meebouwers in de wijk. Ruimte om de wijk leuker, socialer, leefbaarder, groener en mooier te maken door te programmeren. Door elke keer een activiteit in te zetten met en voor de buurt.

In haar gastcollege legt Lotte uit wat social design is. Dat je altijd te maken hebt met mensen en instanties. Dat je vooral tijd moet spenderen en rondhangen in de wijk en met wijkbewoners om een goed beeld te kunnen krijgen van wat er speelt. Hierbij zet je tools in: fotografie, interviews, participerende observaties etc. In Haarlem is top down besloten om heel veel nieuwe woningen te bouwen in het stadsdeel Zuid-West. De huidige bewoners kwamen hiertegen in verzet, want vragen zich af of er wel plek is voor alle auto's, of al het groen dan weggaat en of het wel goed zal gaan met zoveel sociale huurders erbij? Kortom er was bottom up actie nodig om in cocreatie oplossingen te bedenken met bewoners. Dat is waar Brigitte en Lotte ingevlogen werden: om te luisteren naar de bewoners, ze te ondersteunen en aanmoedigen in hun initiatieven en om vooral veel te doen in de wijk en met de wijk. Dit zorgt voor duurzaamheid. Zo is een kerstmarkt met en voor de buurt georganiseerd, zijn huiskamers en andere bijzondere plekken gezocht en buurtbewoners met talenten en bijzondere hobby's voor het organiseren van een festival (het Zuidwestival).

Als opdracht aan de studenten vraagt Lotte wat er voor jongeren georganiseerd zou kunnen worden in de wijk? En hoe jongeren betrokken kunnen worden? Zoals met het helpen bij het Zuidwestival, bijvoorbeeld met het opbouwen of inrichten of een activiteit in een huiskamer, of bij de culturele zondagen of helpen bij promotie activiteiten of een aparte plek voor jongeren creëren?

Doordat de excursie naar Zuid-West uiteindelijk niet doorging en deze studenten ook nog verschillende opdrachten in Schalkwijk via Studio Cocreatie kregen aangereikt, hebben de groepjes allemaal voor de opdrachten in Schalkwijk gekozen en helaas niet voor de opdracht van Zuid-West.



Opdrachten Studio Cocreatie Schalkwijk aan studenten Juridische Dienstverlening (niveau 4):
Yvonne Haneman en Michiel de Vos van Ground8 en Studio Cocreatie: www.studiococreatie.nl

Studio Cocreatie is een ontwerpstudio voor sociaal maatschappelijke vraagstukken en innovatie. Zij ! verbinden partijen rondom sociaal maatschappelijke vraagstukken en bieden begeleiding in het ! traject van behoeftedefinitie tot en met daadwerkelijke implementatie. Om blijvende impact te ! kunnen maken, gebruiken zij hiervoor methodes als Design Sprint en Design Thinking waarin de ! mens en de bedoeling altijd centraal staan. !

Yvonne en Michiel hebben hun gastles in de vorm van een praktische design thinking workshop ! gegoten. Ze beginnen met te vragen wie er eigenlijk in Haarlem en wie daarnaast in Schalkwijk ! woont? Ongeveer de helft van de studenten woont in Haarlem en slechts drie studenten in ! Schalkwijk. !

Inleiding over design thinking: !

Studio Cocreatie is een ontwerpstudio voor sociaal-maatschappelijke vraagstukken op wijkniveau in ! Schalkwijk. Als ontwerpstudio maken ze gebruik van design thinking; door dingen te doen erachter ! komen wat belangrijk is om het verschil te maken. !

Design thinking bestaat uit 5 stappen: !

1. ! Empathie: wat is het probleem waar loopt iemand tegen aan? (bijvoorbeeld: ga in de huid van iemand met schulden zitten)
2. ! Define: wat is de oplossing?
3. ! Ideate: wat ga je doen?

4. ! Prototype: iets wat je kan testen op mensen waarop ze kunnen reageren: werkt dit voor mij of niet?
5. ! Testen op mensen: heeft het idee/bedrijfsplan kans van slagen? Niet eindeloos schrijven maar doen, in actie komen/doe mentaliteit.

Design thinking vraagt om een andere mindset; iedereen is creatief; je hoeft het niet allemaal al te kunnen. Het gaat om learning by doing; voelt misschien tegenstrijdig, je mag geen fouten maken bijvoorbeeld op school, maar door fouten maken leer je.

Het draait om hoe je jouw eigen creativiteit kan opwekken en er je voordeel mee doen?

Aan het einde van deze workshop hebben ze hopelijk samen met de studenten heel veel ideeën ! verzameld; van creativiteit krijg je energie. Een belangrijke boodschap is dus: iedereen is creatief. ! Om dit te illustreren, volgt een korte tekenopdracht waar alle studenten glansrijk voor slagen. ! Ook belangrijk is om optimistisch te blijven. Denk aan Pippi Langkous haar slogan: ik heb het nooit ! gedaan, dus ik denk dat ik het wel kan. !

Design thinking is een creatief proces dat bestaat uit verschillende fasen. Wees eigenwijs. Herhaal en ! verbeter. De hele wereld gebruikt design thinking; elke bedrijfstak. !



De opdrachten:

In de bibliotheek van Schalkwijk zijn Yvonne en Michiel bezig met een programma: van collectie naar connectie; hierbij willen ze buurtbewoners betrekken. Ook de opdrachten aan de studenten hebben hiermee te maken. Hiervoor dragen ze drie cases aan, maar er is zeker ook ruimte voor eigen inbreng.

1. ! Kerk Boerhaavewijk: deze kerk wordt niet meer gebruikt. Hier willen we een 'broedplaats' van maken. Wat is dat? (vraag van de studenten) Bij een broedplaats kan je denken aan verschillende typen ondernemers en creatievelingen die samen willen ondernemen, elkaar helpen: muzikanten, houtbewerkers, advocaten, schilders etc. Vraag aan de studenten is: *Wat zou je met de broedplaats/kerk kunnen doen om jongeren te bereiken?* (bijvoorbeeld een concert organiseren?) Uitzoeken: wat is er mogelijk? Welke regels zijn er voor broedplaatsen? Wat kan je er wel en niet mee?

2. ! Centrum Schalkwijk Bouwplaats: op deze bouwplaats liggen heel veel restmaterialen, stukken hout e.d. Vraag aan de studenten: *kunnen we hier iets tofs mee doen voor de wijk? Schalkwijk verrijken met de restmaterialen van de bouwplaats?* Bijvoorbeeld de NS heeft tafeltennistafels gemaakt van vloeren van de treinen.
3. ! De Buurtcamping: dit is een sociale onderneming en landelijk initiatief. Ook Schalkwijk doet hieraan mee bij het Molenplaspark. Je kan je tent opzetten en er is entertainment. Vorig jaar waren er 30 tenten nu mogen er 60 tenten staan. Vraag aan de studenten is: *Hoe maken we de buurtcamping aantrekkelijk voor iedereen in de wijk? Hoe kunnen we een hele diverse camping creëren, de buurtcamping nog leuker/toffer maken?* Ook onderzoeken wat er wel/niet mogelijk is, bijvoorbeeld mag je wel/niet kampvuur maken? Welke regels en vergunningen zitten eraan vast?



Resultaten: ideeën en sociaal ondernemende oplossingen van de studenten

Tijdens de workshoples vindt een eerste brainstorm plaats. !

Brainstorm opdracht aan de studenten is: wat komt er voor het eerste in je op? Teken of schrijf het ! op. Zet de vraag in het zwart bovenaan het blaadje en verdeel het papier in 8 vlakken. !

Na afloop van deze individueel brainstorm worden de eerste ideeën gedeeld: !

- Een student heeft een discozwembad ontworpen; kan zowel in de broedplaats als op de buurtcamping;
- Iemand anders heeft een gamehal ontworpen voor in de kerk;
- Een ander een zwembad met glijbaan voor de camping;
- En weer een ander een vintagewinkel waar je kleding kan omruilen;
- Een drive in bioscoop;

- Een multicultureel centrum (vanwege het multiculturele karakter van de wijk) waar je bijvoorbeeld bijles kan geven.

Er zijn al heel veel verschillende ideeën uit de brainstorm gekomen. !

“Waarom zitten jullie in Schalkwijk?” vraagt een student zich af. !

Yvonne en Michiel leggen uit dat ze juist daar zitten, omdat daar niets is, zeker niet voor jongeren.

Als je door Schalkwijk loopt is het superleuk, mensen zijn aardig, praten met je; terwijl Schalkwijk is ! vaak slecht in het nieuws; het nieuws pikt het op waar het slecht gaat. !

Sommige studenten zijn van mening dat in deze tijd met de jeugd het moeilijk is om een plek te als ! je teveel verschillende jongeren bij elkaar hebt, komt er toch wel snel ruzie. !

Tijdens het werkbezoek in de Bibliotheek Schalkwijk gaan de jongeren verder met het uitwerken van ! hun ideeën, waarbij er groepjes zijn gemaakt van jongeren die aan de uitwerking van hetzelfde idee ! willen werken. Ieder groepje krijgt een poster. Op de poster plaatsen ze de stip op de horizon: waar ! werk je naartoe? Welk probleem wil je oplossen? En wat is dan de route die je daarvoor gaat ! doorlopen? Drie groepjes richten zich op sociaal ondernemende initiatieven in de kerk; twee ! groepjes op de buurtcamping. De bouwplaats met restmaterialen heeft niet de interesse van de ! jongeren; dit staat wat verder van ze af. !

In hun Ondernemersplan werken de groepjes onderstaande ideeën uit: !

Voor de Buurtcamping: !

- Probleem/behoefte: Kinderen (8-12 jaar) hebben de behoefte om vermaakt te worden; we willen hun electronicaverslaving doorbreken door een ander alternatief te bieden (en hiermee ook obesitas tegengaan, een beter slaapritme creëren, werking kortetermijn geheugen verbeteren). Daarom willen we op de buurtcamping verschillende fysieke activiteiten organiseren: een knutselmiddag, voetbaltoernooi, disco, pingpongtafel, bowlingbaan, speeltuin, reuzenrad en andere attracties.
- Probleem: Alleenstaande ouders voelen zich vaak eenzaam op vakantie. We maken op de Buurtcamping een recreatieveld voor de alleenstaande ouders (30-50 jaar) met hun kinderen. Niet veel campings hebben hun focus op alleenstaande ouders; wij willen ervoor zorgen dat alleenstaande ouders het ook leuk hebben in plaats van alleen hun kinderen. Daarom gaan we alleenstaande ouders samenbrengen met activiteiten en samenwerken met de één ouder datingsite (www.alleenstaandeparents.com). We richten de activiteiten niet alleen op de kinderen maar ook op de ouders. We werven via de websites/datingsite voor alleenstaande ouders, de campingwebsite, sociale media en posters.
- Probleem: de buurtcamping is niet aantrekkelijk genoeg voor diverse doelgroepen. Daarom gaan wij de doelgroep jong en oud in (en om) Haarlem naar hun wensen en mening vragen. En hierin ook samenwerken met andere organisaties/verenigingen/clubs. En op basis van de wensen het aanbod aan activiteiten verbreden (onder andere door middel van een buurtBBQ organiseren, maar ook zowel een rookzone als stilteruimte inrichten, optredens van diverse zangers/rappers/BN'ers organiseren, zorgen voor parkeerplekken, kraampjes met verschillend soort eten en merchandise aanbieden etc). Ook gaan we deze activiteiten breed promoten. Met inzet van social media, flyers, posters en via andere organisaties die al een bredere doelgroep bereiken.

Voor de kerk/broedplaats:

- Wij willen (thema)feesten in de kerk gaan organiseren voor jongeren die op straat hangen van 14-17 jaar oud. Dit gaan we doen door het betrekken van de jongeren zelf. Zodat zij hun energie kwijt kunnen en betrokken worden in de organisatie (bijvoorbeeld achter de bar

kunnen staan, als DJ of beveiliging optreden). In de promotie wordt benadrukt dat feesten in een kerk iets unieks is. Hiervoor werken we samen met de gemeente (i.v.m. vergunningen), de buurt/scholen (voor werven, promotie en draagvlak) en de kosten dekken we door middel van kaartverkoop, drank en eten verkoop en vrijwillige bijdragen.

- Wij willen in de kerk een veilige speelomgeving/de ideale speelplek creëren voor kinderen van 3-10 jaar met daarnaast een gezellige plek voor ouders terwijl de kinderen de tijd van hun leven hebben. Met de groothandel willen we samenwerken om veilige speelattributen te plaatsen en voor het inkopen van consumptie producten. Het wordt een soort mini Monkey Tour dus met speelapparatuur en een ballenbak. En de ouders kunnen samen iets drinken. We denken aan een entreprijs van € 2 per kind naast verkoop van eten en drinken en hopen dat de buurtbewoners komen, zodat er ook een buurtsfeer ontstaat. We gaan dan ook lokaal werven, via-via en met uitdelen van flyers, posters ophangen en via social media.
- Om tegemoet te komen aan de sociale behoefte en de communicatie en samenhang tussen verschillende bewoners in de buurt te bevorderen, willen we de mensen uit de buurt samenbrengen in de kerk. Dit doen we door maandelijks een buurtfeest te organiseren in de kerk in combinatie met een culturele kookwedstrijd. Bij elke kookwedstrijd wordt er een cultuur gekozen die iedereen dan moet aanhouden. We willen hierbij samenwerken met de gemeente en de bedrijven in de buurt (die kunnen sponsoren; hun logo's worden dan meegenomen in de communicatie). Via FaceBook, what's app en posters maken we de buurtfeesten en kookwedstrijden bekend. Tijdens het buurtfeest organiseren we kennismakingsgesprekken tussen jong en oud, maar ook met de bedrijven uit de wijk.
- Wij richten ons op ouderen, want de samenleving besteedt weinig aandacht aan ouderen en daar willen wij verandering in brengen. Wij willen in de kerk evenementen organiseren voor ouderen om eenzaamheid tegen te gaan, zoals karaokeavonden, filmavonden en spelletjesavonden en op woensdagmiddag samen met basisschoolkinderen en ouders. Wij willen vooral met vrijwilligers werken en een paar vaste aanspreekpunten en willen de ouderen werven via voorzieningen in de buurt waar ze al komen (zoals de huisarts, bakker, supermarkt etc). We vragen een paar euro entreprijs (afhankelijk van de activiteit) om de kosten te dekken.

Opdrachten Amsterdam Economic Board aan studenten Handel/economie (niveau 3):

Natalija Counet (Challenge Lead Talent voor de toekomst), Amsterdam Economic Board, platform www.toekomstmakers.nl

De onderwijsinstellingen in de Metropoolregio Amsterdam bieden een overzicht van best practices die circulariteit in het onderwijs en onderzoek verankeren. Of je nou bij een kinderdagverblijf werkt of aan de universiteit studeert, Toekomstmakers.nl is het startpunt om circulariteit in de klas en collegebanken te introduceren. Op de website kan men inspiratie, lesmateriaal, opleidingen en best practices delen.

Na een algemene introductie over de Amsterdam Economic Board, de verschillende programmalijnen en wat circulaire economie inhoudt, licht Natalija de Toekomstmakers challenge aan de studenten toe. Natalija legt uit, dat hoewel er enthousiasme was om het platform op te richten, het invullen en bijhouden al snel een uitdaging werd. Het riep een aantal vragen op: voor wie is het platform uiteindelijk? Wat moet er precies ontstaan? Hoe zorgen we dat het gebruikt wordt? Als algemene opdracht voor de studenten geldt de vraag: *hoe kan Toekomstmakers.nl een veel gebruikt en relevant medium voor vraagstukken en behoeften van circulair onderwijs worden? De vraag is te kijken vanuit jullie perspectief: wanneer zou het platform interessant zijn voor jongeren?*

Deelvragen die beantwoord kunnen worden, zijn:

1. ! Wie is de doelgroep van het platform? (leerlingen, docenten, bedrijven, ouders? en waarom zou die doelgroep het platform gebruiken?)
2. ! Wat is de content op het platform? Wat/ lesmaterialen/filmpjes/do-it-yourself of Instagram-wall, snapchat etc..
3. ! Wat is het plan van aanpak? Hoe zorg je dat het na 1 maand geen dood paard wordt? Blijft functioneren? Het moet gebruikt worden en waardevol zijn; want als het geen toegevoegde waarde heeft dan gebruikt niemand het. Denk aan het budget, de samenwerkingspartijen, marketing, communicatie en het beheer van het platform.



Resultaten: ideeën en sociaal ondernemende oplossingen van de studenten

- De mensen vinden de website niet interessant. Die gaan we verbeteren door de doelgroep te betrekken. De doelgroep is 16 t/m 22 jaar. We trekken hun aandacht door ze iedere week opdrachten te geven die je online kunt maken over duurzaamheid; die stemmen we af op wat er op dat moment trending is voor jongeren, zodat het leuk en interessant is voor ze. Je logt in als klas maakt samen de opdracht elke week; als je het goed doet, verdien je punten; de klas die aan het eind van het jaar het beste scoort krijgt een prijs. Deze wordt betaald uit advertentie-inkomsten. Onder de opdrachten kunnen de jongeren chatten met elkaar over duurzaamheid. Als ze schelden of iemand beledigen wordt de helpdesk ingeschakeld en krijgen ze puntenaftrek.
- Wij richten ons op het platform op mavo 3 en 4 leerlingen (14-17-jarigen) die we gaan helpen met welke vervolgopleiding zij kunnen kiezen, door online voorlichtingen aan te bieden over vervolgopleidingen op het gebied van circulaire economie. En we gaan de website promoten via berichten op Instagram, omdat onze doelgroep daar met name op zit.
- Onze oplossing heet MatchMobile, waarbij we wat op dit moment populaire apps en sites voor jongeren zijn (zoals FaceBook, Instagram, Snapchat) met elkaar combineren op het platform. Onze doelgroep zijn jongeren vanaf 18 jaar en we zijn van plan een influencer of bekende persoon te betrekken, zodat de doelgroep zich daar mee kan identificeren. Deze kan vlogs maken over circulaire economie en onderwijs. Via het platform kan je contact met andere gebruikers opnemen, je kunt ze swipen en kiezen of je contact met ze wilt opnemen.

Hierdoor gaat het platform leven en bouw je banden met mensen in plaats van dat je alleen informatie deelt. Inkomsten vergaderen we door reclame, advertenties en uiteindelijk kun je ook een premium versie maken. Ook zorgen we voor een hulplijn om bugs of misbruik te melden.

Wij werken aan de slimme, groene en gezonde toekomst van de Metropool Amsterdam



Ontwikkelen van toekomstmakers.nl



3.2 De ontwikkelde competenties

Ondernemersvaardigheden zijn een van de 21e eeuwse vaardigheden waardoor studenten zich leren aanpassen aan veranderingen op de arbeidsmarkt en/of in de samenleving. Deze vaardigheden kunnen worden samengevat in ideeënvorming, het identificeren en inschakelen van hulpbronnen, en het overgaan tot actie. Ondernemerschapsonderwijs en dus het versterken van deze vaardigheden draagt bij aan het goed voorbereiden en weerbaar maken van studenten op de toekomst. Onderzoek heeft uitgewezen dat ondernemersvaardigheden zoals proactief werken en het benutten van je netwerk, een positieve invloed hebben op een student zijn of haar carrière succes na het mbo. Dit carrière succes kan worden gemeten in een hoger salaris, maar ook een hogere succeservaring.

“Ondernemersvaardigheden betreffen houdings- gedrags- en vaardigheidsaspecten die van belang geacht worden voor een succesvolle, toekomstbestendige (leer)loopbaan, en die betrekking hebben op een combinatie van:

- het hebben van ideeën over of een visie op kansen, doelen en mogelijkheden voor jezelf, anderen of je (toekomstige) organisatie op de arbeidsmarkt
- het kunnen omgaan met en inzetten van relevante bronnen en middelen, denk aan (financiële) informatie en relevante betrokkenen, !
- het beschikken over een proactieve, reflectieve en communicatieve houding.” (ECBO, 2018).

In het onderwijs over ondernemerschap zijn drie groepen competenties belangrijk:

- specifieke sleutelvaardigheden voor een ondernemer,
- de ondernemer als manager,
- en de ondernemer als ondernemer.”

Onderstaand wordt toegelicht hoe aan bovengenoemde groepen competenties wordt gewerkt in dit ! onderwijsprogramma.

Specifieke sleutelvaardigheden voor een ondernemer: !

Op verschillende momenten tijdens het onderwijsprogramma worden specifieke ! sleutelvaardigheden voor een ondernemer aangesproken en onderstaande tien competenties ! ontwikkeld: !

1. ! Initiatief nemen:
 - in de interactie met de sociaal ondernemers, in de groep met medestudenten, en in het bedenken van de sociaal ondernemende oplossing/product/dienst;
2. ! Doorzettingsvermogen en lef hebben:
 - met name bewustwording van eigen sterke en zwakke kanten middels invulling van de Belbintest en het vervolgens handelen op basis van dit bewustzijn (zwakke kanten ontwikkelen naast inzet van de reeds ontwikkelde sterke kanten);
3. ! Openstaan voor je omgeving:
 - openstaan van het verhaal van de sociaal ondernemers, voor de 'sociaal ondernemende kant' van ondernemerschap en inleven in zowel de sociaal ondernemer als de doelgroep van de sociale onderneming voor wie de studenten een (innovatief) product/dienst bedenken en ontwikkelen;
4. ! Doelgericht zijn en plannen:
 - in stappen wordt toegewerkt naar de oplevering van de (tussen)producten, waarbinnen de planning van het eigen onderwijs/ontwikkelproces aan de orde is als de planning gezien vanuit de sociale onderneming om het bedachte idee om te zetten in een product of dienst die in de markt gezet kan worden;
5. ! Creatief denken en oplossingsgericht zijn:
 - de studenten verdiepen zich in eerste instantie in het fenomeen sociale onderneming en meer specifiek in de sociale onderneming waaraan zij gekoppeld worden en het probleem c.q. vraagstuk waar de sociaal ondernemer hulp bij wenst door de studenten; vervolgens wordt met behulp van verschillende didactische werkvormen hun creativiteit gestimuleerd en ingezet om sociaal ondernemende oplossingen te bedenken voor het probleem/vraagstuk;
6. ! Markt- en klantgericht zijn:
 - de studenten voeren een marktanalyse uit, maken een beschrijving van de doelgroep/klant en verwerken de uitkomsten van de analyse in een dienst/product die aansluit bij de behoeften van de klant, een aanvullende oplossing biedt en onderscheidend is in de markt;
7. ! Onderhandelen en overtuigen:
 - in de groep waarin wordt samengewerkt om tot een sociaal ondernemende oplossing te komen, dienen studenten met elkaar te onderhandelen en elkaar te overtuigen van hun ideeën en onderbouwingen. Ook op klasniveau wordt dit meermalen geoefend en aan het einde komt de overtuigingskracht terug in de pitches aan de opdrachtgever en bredere jury;
8. ! Flexibel zijn:
 - een inherent onderdeel van het proces van ondernemen, is dat bij iedere nieuwe informatie en analyse er nieuwe inzichten ontstaan en het concept-plan bijgesteld dient te worden; dit is onder andere het geval als de studenten op werkbezoek gaan en een beter beeld krijgen van de (on)mogelijkheden van de sociale onderneming voor de realisatie van hun idee;
9. ! Beslissen en knopen doorhakken:
 - in groepsverband dient een sociaal ondernemende oplossing te worden voorgedragen en verder uitgewerkt; tijdens verschillende stappen in het proces van idee tot ontwerp, toetsen

op haalbaarheid en formulering van het uiteindelijke plan worden beslissingen genomen en dienen knopen te worden doorgesneden op groepsniveau;

10. Samenwerken en netwerken:

- aangezien de opdracht in groepsverband wordt uitgevoerd, is samenwerken (waarbij rollen verdeeld worden op basis van de uitkomsten van de Belbin- en ondernemerstest) cruciaal; met name tijdens de werkbezoeken aan de sociale onderneming worden de netwerkcompetenties van de studenten aangesproken.

De ondernemer als manager: !

Deze onderscheiden groep van competenties wordt in dit programma met name ingevuld aan de hand van de Belbin test en de ondernemerstest. !

Het doel van de Belbintest (<https://werkenmetteamrollen.nl/vragenlijst/>) is dat de studenten ! bewust worden van hun eigen natuurlijke rol in groepen en de daarbij behorende kwaliteiten en valkuilen. De test bestaat uit een vragenlijst over karaktereigenschappen, waarna een student een ! van de acht teamrollen krijgt toe gestempeld. Deze acht teamrollen kunnen worden onderverdeeld ! in de thema's "Doen, Denken, Willen, en Voelen", waarin onderscheid wordt gemaakt tussen o.a. ! leidende rollen en groeps werkers. Wanneer een student zich meer bewust is van zijn eigen karakter ! en de daarbij behorende teamrol, kan dit positief worden ingezet op individueel niveau en op teamniveau. Door het maken van de Belbintest krijgen studenten meer inzichten in hun eigen en ! elkaars gedrag, wat weer de werkverdeling en teamsamenstelling en -ontwikkeling bevordert. De ! verschillende aspecten en rollen (voelen: zorgdrager/groepswerker; doen: ! bedrijfsman/bronnenonderzoeker, willen: voorzitter/vormer, denken: monitor/plant) worden ook ! als manager in verschillende mate en op diverse momenten aangesproken. Het bewustzijn van de ! eigen rolidentificatie en sterker en zwakker ontwikkelde bijbehorende competenties en het ! handelen op basis van dit bewustzijn draagt bij aan de ontwikkeling van de ondernemende student ! als manager. !

De ondernemer als ondernemer:

Om inzicht te verkrijgen in wat voor type ondernemer de student is, maken ze de ondernemerstest van Qredits (<https://qredits.nl/academy/ondernemerstest/>). Deze ondernemerstest bestaat uit vragen over jouw karakter en werkinstelling, waardoor de student inzicht krijgt in wat voor ondernemer hij of zij is. Ook worden er verschillende ondernemerstypes onderscheiden: sociale communicator, zorgvuldige analysator, gestructureerde organisator en vindingrijke creator. Hierbij worden sterke kanten en ontwikkelingspunten verder belicht en worden specifieke tips gegeven bij elk ondernemerstype.

De kern van de ondernemer als ondernemer is dat de student zich voorbereidt op een eigen bedrijf. In dit onderwijsprogramma werkt de student stap voor stap aan zijn of haar ondernemerschap: doen, ervaren en voelen. Het proces dat een (startende, sociaal) ondernemer doorloopt van idee tot de start van een nieuwe product/dienst wordt doorlopen. Het bedenken van het sociaal ondernemende idee, de marktanalyse en het inleven in de doelgroep, het rekening houden met de bedrijfsvoering (sterke en zwakke punten van de onderneming en kansen en bedreigingen in de markt), het stilstaan bij de benodigde (sociaal) ondernemende vaardigheden en de haalbaarheid van het product/de dienst en tenslotte de uitwerking hiervan in het ondernemingsplan en pitchten aan de opdrachtgever, worden behandeld.

Door de live interactie met en koppeling aan de daadwerkelijke vraagstukken van sociaal ondernemers verkennen de studenten de wereld van de ondernemer en gaan aan de slag met vernieuwende/waarde toevoegende ideeën en hun ondernemende vaardigheden. Hierbij dienen de

studenten hun creativiteit aan te boren om in te spelen op innovatieve en duurzame ontwikkelingen in de (sociale) economie.

In dit programma verkrijgt de student overzicht over de problematiek rond duurzaamheid en sociale vraagstukken op wijk- en stadsniveau, inzicht in achterliggende processen en doet praktische kennis en ervaring in de beroepsomgeving van de sociaal of circulair ondernemer.



3.3 + Aansluiting bij Keuzedelen Ondernemend Gedrag en (Oriëntatie op) Ondernemerschap en examinering

Hoewel het onderwijsprogramma Sociaal Ondernemen is uitgevoerd als onderdeel van LB (Loopbaan en Burgerschap) onderwijs binnen het Nova College sluit het ook naadloos aan op de invulling van de keuzedelen ‘Ondernemend gedrag’ of ‘(Oriëntatie op) Ondernemerschap’ die door verschillende mbo-instellingen worden ontwikkeld op dit moment. Zo ook bij het keuzedeel ‘Ondernemend Gedrag in je loopbaan’ dat het Nova College heeft ontwikkeld. In dit keuzedeel staan dezelfde tien ondernemende vaardigheden centraal als in het onderwijsprogramma Sociaal Ondernemen. Deze vaardigheden kunnen tevens in het dagelijks leven of in de BPV toegepast worden. Deze vaardigheden zijn samengesteld middels wetenschappelijk onderzoek naar o.a. 21st century skills (Christoffels & Baay), vaardigheden van onderwijs 2032 en ondernemende vaardigheden uit het Keuzedeel ondernemend gedrag. Studenten worden ‘bewezen’ ondernemend door het oefenen en in praktijk brengen van de ondernemende vaardigheden in de vorm van uitdagende opdrachten: de ‘challenges’. Zie onderstaand de ondernemende vaardigheden voor de verschillende niveaus:

Vaardigheden Entree/niveau 2	Vaardigheden niveau 3/4
<ul style="list-style-type: none"> * Initiatief nemen * Verantwoordelijk zijn * Openstaan voor je omgeving * Doelgericht zijn en plannen * Creatief denken * Lerende houding hebben * Gemotiveerd zijn * Flexibel zijn * Communiceren * Samenwerken en netwerken 	<ul style="list-style-type: none"> * Initiatief nemen * Doorzettingsvermogen en lef hebben * Openstaan voor je omgeving * Doelgericht zijn en plannen * Creatief denken en oplossingsgericht zijn * Markt- en klantgericht zijn * Onderhandelen en overtuigen * Flexibel zijn * Beslissen en knopen doorhakken * Samenwerken en netwerken

Examinering van de ontwikkelde competenties

In contact met veel docenten heeft DWDO (tevens betrokken bij het O2LAB) een methode ontwikkeld om ondernemend gedrag te examineren vanuit de volgende uitgangspunten:

- Het vertrekpunt van ondernemend gedrag is “doen”: aansluiting op de praktijk;
- Ondernemend gedrag is een proces: daarom maakt de student portfolio opdrachten ter voorbereiding van het examen;
- Het examen gaat uit van een bewust bekwame student. De student moet zijn ! ondernemende gedrag onderbouwen met onderliggende kennis (zie DWDO.nl). !

Als werkprocessen in het KwalificatieDossier (D1-Kerntaak 1: Toont ondernemend gedrag voor innovatie in beroepsuitoefening en werkomgeving) voor examinering gelden:

1. Onderzoekt zichzelf, zijn (werk)omgeving en verbetermogelijkheden.
2. Signaleert mogelijkheden voor verandering en innovatie.
3. Neemt Initiatieven in en voor zijn werk.

Voor de beoordeling van deze werkprocessen geldt in principe de beoordeling van het Ondernemend Project en de bijbehorende praktijkopdrachten/groepsbijdrage en gedrag. Optioneel kan een aanvullend schriftelijk examen worden afgenomen. Tenslotte kunnen de pitches beoordeeld worden door de assessoren (docenten Nova, begeleiders Young Society en de ondernemers).

In het Programma Sociaal Ondernemen komen echter meer competenties aan de orde dan alleen degene die vallen binnen het keuzedeel ‘Ondernemend gedrag’, maar ook competenties die vallen binnen de keuzedelen (Oriëntatie op) Ondernemerschap. In deze laatstgenoemde keuzedelen staat het werken als ZZP-er of het starten van een eigen bedrijf centraal.

Binnen het Keuzedeel Oriëntatie op Ondernemerschap gelden als werkprocessen in het KwalificatieDossier (D1-Kerntaak 1: Oriënteert zich op het ondernemerschap) voor examinering:

1. Oriënteert zich op het starten van een onderneming. !
2. Oriënteert zich op het runnen van een onderneming. !
3. Besluit of ondernemen (als toekomstperspectief) bij hem past. !

Het opgestelde ondernemingsplan met presentatie voor de jury en een aanvullend reflectieverslag, ! waarin de student overweegt en onderbouwt waarom het sociaal ondernemerschap als ! toekomstperspectief wel of niet bij hem of haar past, kunnen als onderdelen van de examinering ! opgenomen worden. Optioneel kan een aanvullend schriftelijk examen worden afgenomen. !

Binnen het Keuzedeel Ondernemerschap MBO gelden als werkprocessen in het KwalificatieDossier (D1-Kerntaak 1: Start en/of runt een zzp-onderneming) voor examinering:

1. Bepaalt het (toekomst)beeld van de onderneming.
2. Geeft de zzp-onderneming/eenmanszaak vorm.
3. Regelt het financiële gedeelte (van het opstarten) van de onderneming.
4. Bewaakt, registreert en verantwoordt de financiële situatie.
5. Presenteert en promoot de onderneming.
6. Koopt in voor de onderneming (producten en/of diensten).
7. verwerft opdrachten/bindt klanten.

In het Programma Sociaal Ondernemen komen vrijwel alle bovengenoemde werkprocessen aan de orde en het Keuzedeel Ondernemerschap MBO zou dan ook een mooie vervolgstap kunnen zijn voor die studenten die deel hebben genomen aan het programma Sociaal Ondernemen en die een eigen sociale onderneming willen opzetten c.q die het in het programma ontwikkelde en in het ondernemingsplan beschreven product/dienst daadwerkelijk in de markt willen zetten.

Ten slotte:

De maatschappij van vandaag vraagt om jongeren -toekomstige werknemers- met ondernemend gedrag die initiatief nemen, kansen zien en grijpen. Deze soft skills bezit niet iedereen van nature. Dit programma geeft jongeren inzicht in zichzelf en de mogelijkheden om ondernemende vaardigheden te ontwikkelen. Daarnaast wordt geoefend met de meer harde ondernemerschap skills onder andere door het invullen van het Business Model Canvas, het oefenen met pitchten en met de uitwerking van het sociaal ondernemende idee in het ondernemingsplan (met o.a. marketingplan met uitwerking van de vijf P's, inkomsten en kostenstructuur). Uniek aan dit programma is dat het een praktische invulling biedt van (sociaal) ondernemerschapsonderwijs en de ontwikkeling van ondernemend gedrag. Er zijn voldoende studieboeken en handleidingen voorhanden voor het MBO om theoretische kennis op te doen over ondernemerschapsonderwijs en te werken aan hypothetische praktijkcases. Maar een onderwijsprogramma, dat geworteld is in de praktijk, waarbij er daadwerkelijk wordt samengewerkt met ondernemers en op meerdere momenten interactie plaatsvindt tussen mbo-studenten en ondernemers is eerder uitzondering dan regel. De extra onderwijsbelasting die dat met zich meebrengt (de afstemming en samenwerking met ondernemers en de extra begeleiding van de studenten bij de excursies/werkbezoeken en uitwerking van hun ondernemersplan) vormen hierin belangrijke drempels.

Met de O2LAB opdracht kon het ROC Nova College samenwerken met Young Society en se.lab om deze belemmeringen te ondervangen.

Innovatie is daarnaast een belangrijk thema als het gaat om ondernemerschap en dus ook in ondernemend onderwijs. In de regel krijgen technische en ICT-innovaties veel belangstelling in de economie en ook in het economisch onderwijs. Echter minder aandacht is er voor de innovaties op het terrein van sociaal ondernemen en circulaire economie. Dit terwijl de social enterprise sector een sterk groeiende sector is, waarin de (sociale en duurzame) impact die gecreëerd wordt voorop staat en boven winstmaximalisatie (voor aandeelhouders) gaat. Zo is de werkgelegenheid bij sociale ondernemingen tussen 2018 en 2019 met 14% toegenomen (Social Enterprise Monitor 2019).

Meer aandacht voor sociale en duurzame impact in het economische onderwijs, waaronder het onderwijs in ondernemerschap en ondernemend gedrag, leidt ook MBO studenten op tot ondernemers en werknemers die voorbereid zijn op de economische, duurzame en maatschappelijke uitdagingen van de 21^e eeuw.

4. ! Coronaproof programma: tips & tricks voor een online lesprogramma

De huidige coronacrisis is wereldwijd een maatschappelijk probleem. Mbo-instellingen hielden van de een op de andere dag de deuren dicht en ook Young Society heeft bijna alle werkzaamheden moeten laten vallen door deze crisis. Het vraagstuk dat speelde was hoe het onderwijs vertaald kon worden in online lessen. Ook in het kader van de samenwerking Nova College, Young Society en se.lab is daarom gekeken naar de omzetting van het Programma Sociaal Ondernemen in een online variant. Hoewel we veel waarde hechten aan het fysieke onderwijsprogramma hebben we -mede met aanvullend onderzoek door een stagiaire (Golyardi, 2020)- gekeken naar hoe de invulling van het programma ook online op een effectieve en leuke wijze gegeven zou kunnen worden. Graag delen we in dit hoofdstuk concrete handvatten om dit en andere fysieke lesprogramma's op het MBO te vertalen in een online variant.

Bij het omzetten van fysieke naar online lessen is het belangrijk om rekening te houden met de belangrijkste behoeften van de mbo-studenten:

- Aandacht
- Gezien en gehoord worden (erkenning)
- Actief bezig zijn
- Betrokkenheid
- Structuur (duidelijkheid)
- Afwisseling

Aandacht:

- Veel tijd besteden aan elkaar, denk aan een uitgebreide incheck en uitcheck
- Vragen hoe het met de studenten gaat, hoe ze omgaan met alle maatregelen en of ze nog iets leuks hebben gedaan

Gezien en gehoord worden (erkenning):

- Elkaar verhalen laten delen! Dit kan je in een uitgebreide energizer aan het begin van de les verwerken. Bijv. In vijf woorden beschrijven hoe het nu met ze gaat in deze tijd
- Maak het persoonlijk! Kleine dingen als een appje sturen hoe het gaat kan al veel verschil maken voor iemand
- Beloon de jongeren
- Zorg voor complimenten tussendoor
- Denk aan prijzen opsturen per post

Actief bezig zijn:

- Genoeg spelletjes en interactie
- Bingo verwerken in je training. Aan de hand van een bingo kaart opletten of een onderwerp al behandeld is in je les
- Laat ze samenwerken in groepjes of tweetallen
- Denk aan een opdracht of presentatie maken
- Laat de studenten zelf informatie opzoeken en dit aan andere studenten uitleggen. De studenten moeten dan samenwerken, onthouden, vertalen en uitleggen
- Zorg voor genoeg energizers tussendoor

Betrokkenheid:

- Laat de jongeren actief deel uitmaken van de les.
- Laat hen zelf dingen opzoeken en uitleggen

- Laat de jongeren meehelpen en nadenken over de lesinhoud
- Samen met hen brainstormen en ervoor zorgen dat zij ook invloed hebben over de ! lessen/draaiboeken !

Structuur (duidelijkheid):

- Zorg ervoor dat de doelen van de les duidelijk zijn en dat deze meerdere keren worden benoemd
- Blijf de doelen herhalen, zorg dat de opdrachten hierop aansluiten en zorg voor structuur
- Laat de jongeren op deze manier begrijpen waarom ze iets moeten doen (essentie van de les)
- Zorg voor een vaste dag en tijd in de week voor de lessen

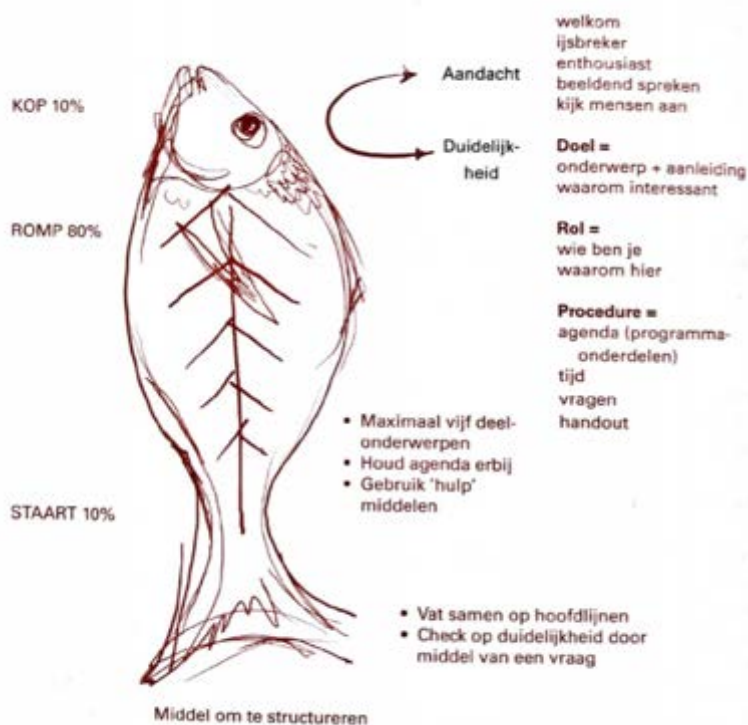
Afwisseling:

- Zorg dat het tempo hoog ligt en je regelmatig voor afwisseling zorgt
- Zorg dat het uitdagend blijft voor hen!
- Niet afwachten maar iemand een beurt geven en snel van de ene opdracht naar de andere gaan.

Vorbereiding en structuur zijn cruciaal

De voorbereiding

Als trainer probeer je vanuit de leerstof de interesse van de deelnemers te wekken. Vervolgens is het je taak om hen geboeid te houden. Daarom is het van belang om een duidelijke structuur aan te brengen in hetgeen wordt aangeboden. Een handig hulpmiddel bij het aanbrengen van structuur is het 'kop-romp-staart'-principe, dat we als volgt visualiseren:



Omdat je in een online klaslokaal een deel van de nonverbaale en directe communicatie mist, zul je nog duidelijker moeten communiceren. Hierbij geldt: een goede voorbereiding is het halve werk.

Een handig hulpmiddel bij het aanbrengen van een goede structuur is het 'kop-romp-staart'-principe. In de kop zijn twee zaken erg belangrijk: aandacht en duidelijkheid. De trainer moet hier de aandacht/interesse wekken van de deelnemers en duidelijkheid verschaffen over het onderwerp en het doel van het komende programmaonderdeel. De deelnemers moeten hier begrijpen waarom dit onderdeel nu aan bod komt, wat zij daarmee winnen en wat het met de rest van het trainingsprogramma te maken heeft. De kop neemt ongeveer 10% van de tijd in

beslag in relatie tot de tijd die wordt uitgetrokken voor het hele onderdeel (Kaufman & Ploegmakers, 2015).

De romp neemt ongeveer 80% van de beschikbare tijd in beslag, hier ga je nader in op deelonderwerpen. Het is de bedoeling dat je maximaal vijf onderwerpen bespreekt, het liefst behandelt een trainer maar drie onderwerpen. Deelnemers houden namelijk van overzichtelijke indelingen. Een drieslag in het verhaal is het mooist. In deze fase is het erg belangrijk om de structuur te behouden. Hiervoor is het hanteren van miniprocedures essentieel waarbij je telkens een deelonderwerp introduceert, uitlegt en nog eens samenvat.

Het is van belang dat de trainer, met name in de romp, interactie laat plaatsvinden.

In de laatste tien procent van het programmaonderdeel gaat een trainer naar de staart. Dit houdt een duidelijke samenvatting in met de vertaalslag naar de praktijk van de deelnemers en de aansluiting van het trainingsprogramma. Hierbij gaat de trainer wederom de eerste vraag beantwoorden: wat winnen de deelnemers hiermee. De trainer kan het onderdeel afsluiten door aan de deelnemers te vragen: “wat gaan we hier nu verder mee doen?” om ervoor te zorgen dat de deelnemers worden betrokken in het proces. Hiernaast kan de trainer vragen: “wat kunnen jullie hiermee doen in jullie opdracht?” zodat de deelnemers hier zelf over na gaan denken. Dit is de afronding van het programmaonderdeel (Kaufman & Ploegmakers, 2015).

Waar moet je verder nog aan voldoen wil je goed voorbereid zijn op een onlinetraining (Golyardi, 2020):

1. ! Gebruik altijd een vaste computer of laptop (dus niet je telefoon!)
2. ! Gebruik waar mogelijk een vaste internetverbinding
3. ! Heb je alleen Wifi? Zorg ervoor dat het uploaden van eventuele bestanden of video's vooraf zijn gedownload
4. ! Maak gebruik van oortjes of een koptelefoon
5. ! Test a.u.b. even (ruim voordat je begint!) je geluid en beeld
6. ! Zorg ervoor dat je weet hoe je je programma moet gebruiken (denk aan het maken van subgroepen in Teams bijvoorbeeld) Oefen hiermee!
7. ! Wees duidelijk wat je verwacht van je deelnemers (heldere doelen)
8. ! Zorg voor genoeg interactie tussendoor
 - a. ! Opsteken van een handje
 - b. ! Via de chat praten
 - c. ! Een poll starten
 - d. ! Iemand het woord geven
 - e. ! Groepsdiscussie
 - f. ! Whiteboard gebruiken
 - g. ! Laat de deelnemers (soms) samenwerken!
9. ! Begin je onlinetraining met een krachtig statement. En kort videofragment, een stelling of krantenkop.
10. Denk aan variatie! Wees niet zuinig met “slides”. Zorg voor een mooie mix van content: PowerPoint, YouTube filmpjes, eigen video's, foto, geluidsfragmenten, Prezi etc.)
11. Reflectie!! Zorg er echt voor dat je tijd steekt om te evalueren
 - a. ! “We do not learn from an experience. We learn from reflecting on an experience”
12. Wil je iets doen met een opname? Doe dat dan in je onlinetraining. Het is voor niemand leuk om een interactieve opname terug te kijken. Knip de hoogtepunten eruit en doe daar iets mee in je live-training.

Omdat alle mbo-scholen met Microsoft Teams werken, is het van belang dat ook de stagiaires van Young Society vertrouwd raken en getraind worden in het werken met Microsoft Teams. Hiertoe is een train-de-trainer ontwikkeld en gegeven aan de vier werknemers van Young Society die in september de stagiaires zullen inwerken.

Ook wordt een kort filmpje bekeken, dat laat zien hoe het programma van Microsoft Teams werkt:

<https://www.youtube.com/watch?v=cKokUariJkI>

Feiten en fabels over online lesgeven

Wist je dat:

- *Deelnemers minimaal 9 keer op hun mobiele telefoon kijken tijdens een onlinetraining?*
- *Of dat deelnemers afhaken als een video langer dan vijf minuten duurt?*
- *75 % procent van de deelnemers het lastig vindt om bij de les te blijven?*
- *Om de 5 minuten deelnemers worden onderbroken door externe factoren? (een WhatsAppbericht/e-mail/omgeving) 0*
- *Je als docent/trainer niet langer dan drie minuten aan het woord moet blijven tijdens een onlinetraining? (Zorg voor een mix van content, interactie en feedback?)*
- *Je in een onlinetraining minder kan doen dan in een fysieke training? (dit ligt aan de gewenning of eventuele technische problemen)*

Gezien bovengenoemde kennis kun je beter kortere online lessen/trainingen inplannen (maximaal 1,5 uur met tussentijds 5 minuten pauze) en deze vaker inplannen met tussentijds zelfstudie/theorie/zelfstudie opdrachten (synchroon leren). En tijdens de les/training (het synchrone leren) de interactie en verdieping opzoeken. Idealiter bestaat een online les-/trainingsgroep uit 8 deelnemers; bij grotere groepen zul je herhaaldelijk in kleinere groepen moeten opsplitsen (om aan opdrachten te werken), wil je een leuke, interactieve les/training organiseren.

Omdat we in het Programma Sociaal Ondernemen al werken met kleinere groepjes (5 studenten) sluit dit goed aan. De twee begeleiders (hbo-stagiaires) van Young Society per klas (ca 20 studenten) zullen wel moeten switchen tussen de groepjes, maar dat is ook het geval in een fysiek klaslokaal.

5. Conclusie/nawoord

Waarom zouden ook andere onderwijsinstellingen en sociaal ondernemers meedoen met een programma Sociaal Ondernemen met mbo-studenten? Kortom: wat levert dit project op?

Aan het eind van het onderwijsprogramma hebben de mbo-studenten van het Nova College meer inzicht verkregen in de mogelijkheden van sociaal ondernemerschap en hebben zij hun competenties ontwikkeld om zelf een sociale onderneming c.q. sociaal ondernemend project op te zetten. De jongeren zijn geactiveerd om zichzelf (sociaal) ondernemend op te stellen en in te zetten en zijn aangestuurd op duurzame, autonome inzet, ook nadat de activiteit is afgelopen. Daarbij hebben ze ontdekt hoe ze hun eigen talenten kunnen inzetten.

Sociaal ondernemers zijn in aanraking gekomen met een doelgroep die normaal gesproken beperkt open staat en/of in aanraking komt met deze branche. Doordat jongeren hun creativiteit de losse loop laten op het gebied van (sociaal) ondernemerschap, worden nieuwe inzichten en oplossingen voor bestaande problemen bedacht.

De studenten hebben de mogelijkheid zich gedurende dit project te ontpoppen tot ware ondernemers in de dop. Voor sociaal ondernemers vormt dit een kans om deze jongeren vroeg in het vizier te krijgen en bij interesse hen te binden aan het doel wat zij als ondernemers nastreven.

Ook heeft dit project inzichten opgeleverd over hoe sociaal ondernemerschap ingezet kan worden in het mbo-onderwijs, wat voor werkwijzen wel én niet werken en wat mbo-studenten kunnen bijdragen aan uitdagingen van sociale ondernemingen op lokaal niveau. Met de inbedding van sociaal ondernemerschap in het mbo-onderwijs worden cross-overs gerealiseerd tussen het economische en sociale domein, wordt het beroepsbeeld verbreed van zowel studenten als docenten, en wordt ingespeeld op de benodigde 21^e-eeuwse vaardigheden en arbeidsmarktontwikkelingen. Er zijn bouwstenen aangeleverd voor de ontwikkeling van een landelijk Keuzedeel Sociaal Ondernemen, welke doorontwikkeld kan worden (inclusief examinering) binnen het O2Lab Programma (met nieuwe subsidiemogelijkheden) in 2020 en verder.

Omdat de sociaal ondernemerschapsvariant is ingebed in de bestaande, duurzame samenwerkingsrelatie van Young Society met het Nova College vindt direct inbedding plaats in de reguliere onderwijsstructuur van het ROC. Omdat de Maatschappelijke Diensttijd in 2020 landelijk wordt ingevoerd, is al voorzien in een landelijke uitrol van The Karma Factory naar andere mbo-instellingen. De inzichten en leerervaringen uit dit project worden hierbij op aansprekende en praktische wijze overgedragen aan andere mbo-instellingen die met sociaal ondernemerschapsonderwijs aan de slag willen. |

Bestaande contacten met andere ROC's en de MBO Raad van Young Society en het Nova College worden meegenomen in de overdracht, zodat direct gestart kan worden met verdere uitrol van het sociaal ondernemerschap programma. Daarnaast worden natuurlijk ook mbo-instellingen uit het netwerk van O2Lab hierin betrokken. Tevens zal se.lab via haar kanalen bijdragen aan landelijke verspreiding en kennisoverdracht ten behoeve van andere onderwijsinstellingen en sociaal ondernemers.

Bronnen

<https://www.mбораad.nl/themas/loopbaan-en-burgerschap>

<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2017/09/14/burgerschapsagenda-mbo-2017-2021-een-impuls-voor-burgerschapsonderwijs>

<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/burgerschap/nieuws/2018/06/05/nieuwe-wet-als-kompas-voor-burgerschapsonderwijs>

<https://ecbo.nl/wp-content/uploads/sites/3/2018-11-Over-notie-nut-en-niveau-van-ondernemendheidsvaardigheden-in-het-mbo.pdf>

<https://www.mбораad.nl/themas/ondernemerschap>

<https://www.nro.nl/kennisrotondevragenopeenrij/ondernemerschapsvaardigheden-in-mbo-opleidingen/>

<https://wij-leren.nl/aandacht-ondernemerschapsskills-mbo-opleidingen-arbeidsmarktsucces.php>

<https://ecbo.nl/wp-content/uploads/sites/3/Ecbo-dimensies-40-Ondernemerschap-Juni-2020.pdf>

<https://ecbo.nl/wp-content/uploads/sites/3/2014-07-Ondernemerschap-in-het-mbo-2.pdf>

<https://www.canonberoepsonderwijs.nl/21ste-eeuwse-vaardigheden-in-het-mbo>

Golyardi, H. (2020). Van fysiek naar online lesgeven. Beroepsproduct – verantwoordingsverslag. Toegepaste psychologie. Hogeschool Leiden.

Groeneveld, M. J., & Steensel, K. (2009). Kenmerkend MBO. Hilversum, Nederland: Hiteq.

Kaufman, L., & Ploegmakers, J. (2015). Het geheim van de trainer: de hoofdingrediënten van succesvolle (in-company) trainingen (Dutch Edition) (02 editie). Amsterdam, Nederland: Pearson Benelux.

Kennisplatform voor het onderwijs. (2018, 12 juni). Wat zijn kenmerken van mbo studenten en presteren zij beter als de onderwijsaanpak wordt afgestemd op die kenmerken? Geraadpleegd van <https://wij-leren.nl/kenmerken-mbo-populatieafstemming.php>