

Juryrapport

KHMW Hogeschool Inholland Ondernemersprijs 2026

Inleiding

We mochten ons voor de tweede keer opmaken voor de beoordeling van de Inholland Ondernemersprijs. Deze keer mochten wij ons ook verheugen op inzendingen van de vestiging Alkmaar. En dat hebben we geweten. Alkmaar heeft Haarlem in ieder geval ruimschoots verslagen in het aantal inzendingen waarvoor dank.

Helaas meldde een van de inzendingen zich wegens ziekte af voor de pitchavond, maar er bleef genoeg over. Niet minder dan negen kwalitatief interessante verhalen werden zonder uitzondering met groot enthousiasme aan de jury gepresenteerd.

Iedere presentatie werd gevolgd door een Q&A met de jury en ook hier waren wij blij verrast met de adequate wijze waarop de dialoog met ons werd aangegaan.

Voor de jury is bij de beoordeling van de pitches van belang of sprake is van een haalbaar ondernemersplan en wij hebben ons ook laten leiden door de maatschappelijke relevantie daarvan.

Ik zal de negen pitches nu bespreken in de volgorde waarin zij zijn gepresenteerd. Daarna komt het spannende moment....

1. Cappin: Damiën de Hoog, Jorn Lycklama à Nijeholt, Mees Minneboo, Jeremy Rübe, Djamy Wassink

Wat leuk om te zien dat 3D printing de weg heeft geopend voor laagdrempelige ontwikkeling van nieuwe producten. Tegen relatief lage kosten kan een product gemaakt worden dat ook daadwerkelijk in de markt getest kan worden. In dit geval een afsluiter voor blikjes en flesjes met drank, vooral voor op festivals ter voorkoming van drink spiking. Een geweldige prestatie is om de eerste grote order te schrijven bij je eigen onderwijsinstelling.

De jury ziet de potentie van het product, maar dan wel vooral als een reclame item dat door drankfabrikanten wordt weggegeven. Het zal niet meevallen bij deze grote jongens binnen te komen, maar de aanhouder zal hier overwinnen.

2. ClothesSwap: Niels Boelhouwer, Stan van Leeuwen

Een platform voor kleding ruil. We waren onder de indruk van de geweldige graphics: vervuilde industrie en balen afgedankt textiel. Het is duidelijk dat fast fashion moet worden teruggedrongen en hergebruik van kleding past daar volledig in. Interessant om te horen dat we een kledingstuk gemiddeld zeven keer dragen terwijl het wel vijftig keer meegaat. Het idee van ruil events spreekt aan, evenals het onderhouden van een community met een aansprekende app. Wel hebben wij twijfel bij het hierop te baseren verdienmodel.

Als eerste stap zien jullie zelf het daadwerkelijk organiseren van een event op een aansprekende locatie. Dat zal veel duidelijk maken en jullie in staat stellen het concept verder vorm te geven.

3. EasyGrip: Joeri Bakker, Sander Beets, Pim Rober, Jorik Stavenuiter, Senna Vergers

De presentatie startte met een persoonlijk verhaal waaruit blijkt dat er behoefte is aan EasyGrip; een ergonomisch gevormd handvat om bezems en ander gereedschap met minder kracht vast te houden kunnen.

Je eerste product wordt met 3D printing gemaakt en je hebt er inmiddels meer dan 50 verkocht. Dat is knap omdat de verkoopprijs best aan de hoge kant ligt.

Wij zien twee markten die je zou kunnen bedienen: een high end toepassing van Easy Grip als medisch hulpmiddel of een volume product dat je via tuincentra en supermarkten zou kunnen verkopen. Om tot volume te komen zal de kostprijs sterk moeten dalen. Dit zal een forse investering vergen in het laten maken van een mal om een spuitgietoplossing mogelijk te maken.

Wellicht zou je eerst de high end kant nader kunnen onderzoeken; je hebt al een artrose beurs bezocht en contacten gelegd.

4. InfraCover: Léon Ariëns, Fabian Dulmers, Dennis Hoeben, Melvin Valk, Bryan Visser

Een cover voor verkeersborden. Wat knap om rijdend door Duitsland een gat in de markt te spotten voor de Nederlandse markt. En wat zijn jullie al voortvarend de markt ingegaan.

Het product schittert van eenvoud. Jullie eerste product is gemaakt van oud vrachtwagenzeil en afgedankte autogordels. Da's lekker duurzaam. Daarbij hebben jullie een product dat eindeloos meegaat. Heel wat beter dan de vuilniszak waarmee verkeersborden nu worden afgedekt. Knap dat jullie er al dertig hebben verkocht, maar de markt schatten jullie in op meer dan zestigduizend stuks. Werk aan de winkel dus. Het product zal dus meer een volume product moeten kunnen worden dat goedkoper kan worden geproduceerd. Ook hier hebben jullie al mooie stappen gezet.

5. KitKrat: Sam Beijer, Hil Dekker, Lianne Dorrepaal, Storm Kraakman, Bas Spaansen

Het is gaaf om te zien dat bijbanen inspireren tot de ontwikkeling van zinvolle producten. Gewoon omdat je in de praktijk ziet dat er een behoefte aan is.

Een krat om kitkokers en kitworsten bij elkaar te houden en netjes te vervoeren. Ook mooi om te zien dat jullie product is gebaseerd op een standaardkrat dat jullie zelf hebben voorzien van een maatwerkindeling en -afdekking. De gesuggereerde extra functionaliteit van het op temperatuur houden van de kitproducten lijkt ons een zeer onderscheidende toevoeging. Immers het vergroot de snelheid waarmee een vakman kan werken en dat weegt al snel op tegen een investering in een verwarmbare krat.

Het lijkt ons zinvol om de contacten met de grote kitleveranciers verder te intensiveren en samen de verdere ontwikkeling ter hand te nemen.

6. Open-It: Lucas Bakker, Tycho ten Hoeve, Maxim Hubers, Rico Groen, Tessa Liefing

Een tool om vijf lastige functies te vergemakkelijken, van het openen van een blikje tot het uitdrukken van een medicijnstrip. Dit team heeft zich wellicht laten inspireren door de winnaars van vorig jaar. Maar wat hebben jullie een succesverhaal aan jullie broek hangen. In zes weken tijd twintigduizend euro omzetten, winst maken en een goed doel kunnen steunen is werkelijk een prestatie.

Jullie team is multidisciplinair samengesteld. We zien een technische ontwikkelaar en veel commercieel talent, bij elkaar gehouden door een charismatische leider.

Verkoop via social media is een top start maar jullie zien ook de potentie van een b2b marktbenadering.

Het product zal in de toekomst met voldoende volumes ook via spuitgieten geproduceerd kunnen worden om de in potentie miljoenenmarkt te kunnen veroveren.

7. Scaleset: Ferdi Ayaz, Monique Jongerden

Een op de muziekindustrie gericht simulatiespel dat aspirant artiesten kan helpen hierin hun weg te vinden. Wauw, wat een aansprekend idee. Games om creatieve mensen te laten leren.

Het is jullie al gelukt om een eerste investeerder aan boord te krijgen, maar het is duidelijk dat jullie veel geld nodig zullen hebben voor de daadwerkelijke ontwikkeling van de game.

Investeerders onderkennen de potentie van dergelijke games. De kost gaat voor de baat uit, maar de potentiële verdiensten zijn astronomisch. Je zult echt met een hele goede pitch moeten komen om deze partijen te verleiden. Jullie aanzet is al heel indrukwekkend, evenals het netwerk dat jullie al om je heen hebben verzameld.

Nu komt het aan op doorzettingsvermogen om de enorme potentie om te zetten in klinkende munt.

8. Serenzo Care: Jay Etman, Simon Smit, Daan Steevers, Arwin Westenberg, Job Zandberg

In een digitale wereld een volkomen analoge oplossing verzinnen voor een toenemend groot probleem: mensen met Alzheimer of andere cognitieve uitdagingen die prikkels nodig hebben om tot actie over te gaan. Jullie hebben echt een goed inzicht in de onderliggende problematiek en maakten indruk tijdens de Q&A.

Jullie prachtig ontworpen en goedkoop te produceren armband met actie-bedels heeft veel potentie. Goed om te zien dat jullie al een aantal zorgkoepels warm hebben gekregen voor jullie product. De verkoopaantallen lijken nog beperkt, zeker ook omdat het hier gaat om een grote markt. Wij zijn heel benieuwd of het lukt de potentie daadwerkelijk om te zetten in verkoopvolumes. Naast de zorgkoepels via social media?

9. Verdix: Tim Bottinga, Lasse Houtenbos, Issam el Mejdoub, Tessa Rijnbeek, Puck Tamis

Hoe kom je op het idee? Duurzaam incontinentiemateriaal voor overledenen. Jullie antwoord was helder: we spraken een begrafenisondernemer en zagen de behoefte. En die hebben jullie voortvarend omgezet in een product én marktontwikkeling door slim de brancheverenigingen te benaderen en een serieus aantal uitvaartondernemingen.

Wij vragen ons wel af of de uiteindelijke markt groot genoeg is om daar een heel bedrijf op te kunnen draaien. Want zelfs als alle natuurbegravenissen gebruik maken van jullie product, dan zal de jaaromzet enkele tienduizenden euro's zijn. En daar zal hard voor gewekt moeten worden. Een gedachte die bij ons opkwam is of er een aanvullende kledinglijn voor natuurbegravenissen ontwikkeld zou kunnen worden. Volledig circulair.

We hebben zojuist een korte impressie gegeven van de negen pitches. Graag licht ik er drie uit. Wat de jury betreft de kanshebbers voor de KHMW Hogeschool Inholland Ondernemersprijs. Dit zijn: **InfraCover, Open-It en Verdiax.**

De pitches, de Q&A, de maatschappelijke relevantie, de kennelijke eenvoud en de stappen die zijn gezet om het betreffende product al in de markt te zetten, vinden wij bij alle drie zeer de moeite waard. En we krijgen ook sterk de indruk dat het bij deze drie niet bij papier zal blijven, maar dat daadwerkelijk ondernemerschap in de praktijk gebracht wordt. Hier wordt gebouwd aan nieuwe bedrijven.

Het belang van ondernemerschap kan niet genoeg benadrukt worden. Nieuwe bedrijven zijn economisch van belang, maar zijn ook bij uitstek de plekken waar creativiteit en doorzettingsvermogen worden gevraagd en beloond. Plannen maken is leuk, maar de praktijk zal vragen om je steeds aan te passen aan de signalen die je krijgt vanuit je markten. Wij zijn heel benieuwd hoe jullie dat zal vergaan. En laat mij duidelijk zijn ondernemerschap draait om leadership.

En.... the winner is....

Nee, laten we het anders doen: naast de hoofdprijs, een geldbedrag van EUR 1.500 willen wij al deze drie inzendingen belonen.

We hebben namelijk een sponsor gevonden, the *Foundation for Natural Leadership*. Deze stichting biedt de top drie voor in totaal tien deelnemers de mogelijkheid aan deel te nemen aan een twee- of driedaagse trail in Nederland, ergens op de Veluwe. Graag nodig ik Deborah Cheng uit hier iets meer over te vertellen.

Naast deze geweldige trails komen we nu echt bij de winnaar van de KHMW Hogeschool Inholland Ondernemersprijs. De winnaar heeft ons verrast met zijn eenvoud en daadkracht. Er zullen nog stappen gezet moeten worden om het product goedkoper en in volume te kunnen produceren, maar het concept staat. Het prijzengeld zal een bijdrage hieraan leveren evenals de erkenning die met deze prijs wordt gegeven.

De winnaar is.... **InfraCover.**

E.C. (Eline) van Beest, MSc, CEO Hybridize Therapeutics, venture partner Thuja Capital, maatschappelijk lid van de KHMW

Ir. M.W.J. (Marcel) Belt, Investeerder in Maatschappij & Duurzaamheid, oud-Chief Soap Officer Green Soap Company, maatschappelijk lid van de KHMW

Drs. D.C. (Deborah) Cheng, RA, toezichthouder, commissaris en bestuurder bij diverse organisaties, maatschappelijk lid van de KHMW

Dr. C. (Cees) Vervoorn, Chief Science Officer Kenniscentrum Sport en Beweging, bestuurslid Rengelinkfonds

L. (Lydian) Zoetman, commercieel directeur Jopen BV Haarlem

De jury vergaderde, na afloop van de pitches, op 15 januari 2026 in het Hodshonhuis, onder leiding van KHMW-bestuurslid mr. drs. P.P.M. (Paul) Nielen.