

ONDERZOEKSRAPPORT

# FLANDERS DC OPEN INNOVATION BOOTCAMPS:

## HOE KUNNEN BOOTCAMPS BIJDRAGEN TOT OPEN INNOVATIE BIJ EN TUSSEN KMO'S: LESSEN UIT DE PRAKTIJKERVARING.

Stijn De Zutter

DECEMBER 2012

KENNISPARTNER



# INHOUD

<b>1. INLEIDING</b>	<b>4</b>
1.1. WAAROM DE FLANDERS DC OPEN INNOVATION BOOTCAMPS?	4
1.2. DE FLANDERS DC OPEN INNOVATION BOOTCAMPS	5
1.3. PROBLEEMDEFINITIE	7
1.4. METHODOLOGIE	8
<b>2. VOOR DE BOOTCAMP</b>	<b>8</b>
2.1. INDUSTRIEFOCUS EN INDUSTRIEPARTNER	8
2.2. SELECTIECRITERIA VOOR IDEEËN EN TEAMS	10
2.3. INNOVATION BOARD	11
2.4. DOORSTROOM VANUIT DE FLANDERS DC CREATIVITY CLASS NAAR DE FLANDERS DC BOOTCAMP	12
<b>3. TIJDENS DE BOOTCAMP</b>	<b>14</b>
3.1. FASE 1: IDEEËN EN TEAMLEDEN IDENTIFICEREN	14
3.2. FASE 2: IDEEËN VERFIJNEN EN TEAMS SAMENSTELLEN	15
3.3. FASE 3: BOOTCAMP	16
3.4. FASE 4: BUSINESS OPPORTUNITEITSPANNEN PRESENTEREN	16
<b>4. NA DE BOOTCAMP</b>	<b>19</b>
<b>5. SPECIFIEKE AANDACHTSPUNTEN</b>	<b>19</b>
5.1. HET TEAM	19
5.2. VERTROUWELIJKHEID EN INTELLECTUELE EIGENDOM	21
5.3. ONDERSTEUNENDE SOFTWARE	22
5.4. TIJDSINVESTERING EN COMMITMENT	23
5.5. LOCATIE	24
<b>6. BIBLIOGRAFIE</b>	<b>25</b>

# LIJST FIGUREN

Figuur 1. Flanders DC Open Innovation Bootcamp 2012	7
Figuur 2. Voorstel Flanders DC Open Innovation Bootcamp 2013	14

# 1. INLEIDING

## 1.1. WAAROM DE FLANDERS DC OPEN INNOVATION BOOTCAMPS?

Diverse initiatieven vestigen de aandacht op het belang van innovatie voor Vlaanderen. Daarom is het belangrijk om binnen Vlaanderen een zo breed mogelijk publiek voldoende bewust te maken van wat creativiteit en innovatie inhoudt, om voldoende aandacht te besteden aan wat innovatie echt betekent en om oog te hebben voor waar innovatie een meerwaarde kan zijn voor Vlaanderen.

Echter, innovatie blijft niet evident. Het innovatieproces strandt vaak na het genereren van de ideeën. Het verder uitwerken tot een concreet product of dienst en het naar de markt brengen, blijkt niet zo eenvoudig. Daarom is het even belangrijk om naast het genereren, verzamelen en selecteren van ideeën, voldoende aandacht te besteden aan wat innovatie echt betekent, namelijk innovatieve producten of diensten naar de markt te brengen.

De Flanders DC Open Innovation Bootcamps willen mee een antwoord bieden op deze uitdaging en dient zich hierbij met nadruk te onderscheiden van andere gelijkaardige initiatieven door zijn open innovatie karakter en focus op KMO's. Drie belangrijke vaststellingen liggen aan de oorsprong van deze focus.

Ten eerste, huidige bootcamps worden vooral **binnen een bedrijf** georganiseerd, waarbij teamleden en ideeën beperkt worden tot het bedrijfsinterne. Nochtans wordt de kracht van een bootcamp voor pas helemaal duidelijk wanneer het bedrijfsoverkoepelend werkt. Het organiseren van een bootcamp, bijvoorbeeld op niveau van een industrie, heeft het voordeel dat alle ideeën binnen deze industrie een kans krijgen en niet enkel deze binnen het organiserend bedrijf. Een ander voordeel is dat het netwerkeffect van de Flanders DC Open Innovation Bootcamps ruimer kan gaan dan deze binnen een bedrijf. Op deze wijze kunnen de Flanders DC Open Innovation Bootcamps bijdragen tot een zichtbaar innovatief netwerk binnen Vlaanderen waarbij de nadruk ligt op wat innovatie echt betekent, namelijk innovatieve producten of diensten naar de markt te brengen.

Ten tweede, een aantal belangrijke industrieën binnen Vlaanderen worden gekenmerkt door een **sterke KMO-structuur**. KMO's missen echter de kritische massa om een bootcamp binnen de eigen muren te organiseren. Het draagvlak binnen de KMO blijkt vaak onvoldoende groot voor de opzet van een bootcamp. De Flanders DC Open Innovation Bootcamps willen een vangnet creëren voor ideeën binnen KMO's die bereid zijn hun idee te commercialiseren samen met anderen.

Ten derde, vandaag worden veel KMO's geconfronteerd met **moeilijke marktomstandigheden**. Ondermeer de huidige economische crisis heeft de financiële gezondheid van een belangrijk aantal kleine en middelgrote bedrijven verzwakt. Veranderende marktomstandigheden dwingen kleinere bedrijven zich aan te passen of hun bedrijf opnieuw uit te vinden door middel van nieuwe technologieën of unieke waardeproposities. Tegelijkertijd worden kleine bedrijven vaak geconfronteerd met verschillende beperkingen bij het

differentiëren van hun producten en het veranderen van hun business model. Kleine bedrijven missen vaak de vereiste interne financiële middelen en kennen vele beperkingen op vlak van technische mogelijkheden. High-tech start-ups hebben soms cutting-edge technologie in huis, maar geen productiemogelijkheden of distributiekkanalen om de technologie om te zetten in een succesvol en winstgevend verhaal. KMO's moeten daarom meer dan andere bedrijven samenwerken met externe partners om succesvol te innoveren, om nieuwe bronnen van inkomsten te ontwikkelen en meer winstgevend posities in een competitieve landschap in te nemen. Open Innovatie is dus een logische stap voor veel kleine en middelgrote ondernemingen om te nemen (Vanhaverbeke, Vermeersch, & De Zutter, 2012).

## 1.2. DE FLANDERS DC OPEN INNOVATION BOOTCAMPS

De Entrepreneurial Innovation Bootcamps zijn opleidingen die een stimulans bieden voor creativiteit en ondernemerschap. Bootcamps zijn van oorsprong een militair begrip en hadden als doelstelling op korte tijd recruten klaar te stomen voor de strijd. Een Entrepreneurial Innovation Bootcamp wil op korte tijd teams ideeën en business opportuniteiten vertalen in business opportunity plannen klaar voor investeerders.

Tijdens de bootcamp gaan multidisciplinaire teams van typisch vijf teamleden doorheen de verschillende stadia om een businessconcept te testen. Het resultaat van de bootcamp zijn eindpresentaties voor een Grand Jury, een panel samengesteld uit investeerders en business en academische experts. Elk team presenteert er tijdens dit Final Event zijn business opportunity plan.

Een bootcamp traject kent enkele voorgedefinieerde fases. Het traject van de Flanders DC Open Innovation Bootcamp 2012 kende vier fases. Vaak wordt ook een specifieke (industrie) focus gekozen en voor de Flanders DC Open Innovation Bootcamp 2012 lag die focus op Cleantech. Om Cleantech als focus verder af te lijnen werden acht speerpunten vooropgesteld. Deze speerpunten bespreken we verder in de tekst.

### **Fase 1: ideeën en teamleden identificeren**

Tijdens deze eerste fase van een Flanders DC Bootcamp worden ideehouders en hun teams uitgenodigd om hun ideeën kenbaar te maken. Potentiële teamleden kunnen zich laten horen om bij een team aan te sluiten. De Flanders DC Bootcamp Innovation Board screent alle ideeën en teamleden volgens drie criteria:

- Past het idee in de speerpunten van Cleantech?
- Bestaat het team uit minstens 1 teamlid van een ander bedrijf en is het team hiertoe bereid?
- Is er een kloof tussen het idee en investeren?

### **Fase 2: ideeën verfijnen en teams samenstellen**

In een tweede fase krijgen ideehouders en hun teamleden de kans hun idee te verrijken door het te pitchen voor potentiële teamleden. Zo kunnen ze hun multidisciplinair team verder uitbouwen. De Flanders DC Bootcamp Innovation Board screent de verfijnde ideeën en teams

opnieuw. De board bepaalt welke teams de sterkste ideeën hebben en teams om door te gaan naar de workshops.

### **Fase 3: bootcamp**

In fase drie begint het echte werk. Gedurende 3 intense, tweedaagse workshops worden de ideeën van de geselecteerde teams getest op haalbaarheid. De commerciële levensvatbaarheid van de business opportuniteit wordt geanalyseerd vanuit verschillende invalshoeken, zoals de markt, het ecosysteem en het financiële plaatje. Het eindproduct is een concreet en volwassen business opportuniteitsplan plan.

Elke workshop is gevuld met lezingen en coaching:

- Intensieve coachingsessies helpen teams een innovatief idee in een waardevol businessplan om te zetten.
- Ondersteunende lezingen bieden de nodige frameworks rond businessmodellen, marketing en de relevante financiële aspecten.

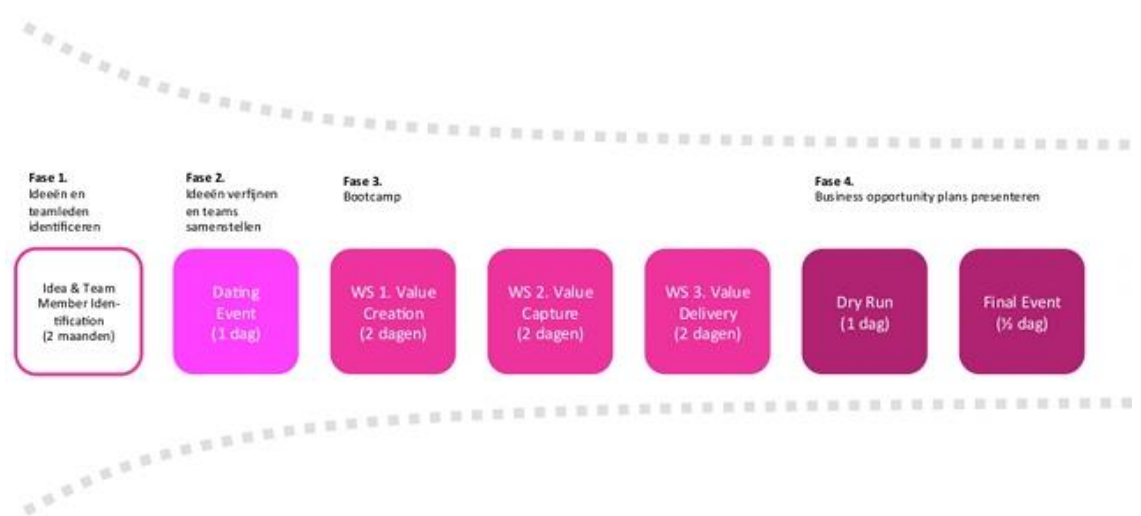
De workshops bespreken volgende onderwerpen:

- Workshop 1 (Value Creation) introduceert de teams tot innovatief ondernemen door hun eerste ideeën uit te dagen. Doel is te zoeken naar onderscheidende waardeproposities en naar winnende marktbenaderingen voor de ideeën.
- Workshop 2 (Value Capture) richt zich op business modelering, dit wil zeggen over de manier waarop waarde vastgelegd kan worden op basis van de onderscheidende waardepropositie van het idee en door middel van ecosysteembenaderingen en samenwerking met de houders van complementary capabilities.
- Workshop 3 (Value Delivery) leert de teams de fundamentele instrumenten van entrepreneurial finance, om de realisatie van hun idee en hun business model te financieren.

### **Fase 4: business opportuniteitsplannen presenteren**

Aan het einde van een Flanders DC Bootcamp stelt elk team zijn business opportuniteitsplan voor aan een panel van investeerders, business experts en academische experts. Het panel beoordeelt het potentieel van het voorstel en doet een aanbeveling voor de implementatie van de business opportuniteit. De echte implementatiefase van het business opportuniteitsplan begint waar het Flanders DC Bootcamp eindigt. Op dat punt beslissen de aanwezige investeerders of ze het project financieel steunen.

Onderstaande figuur visualiseert het hele traject van de Flanders DC Open Innovation Bootcamp 2012.



Figuur 1. Flanders DC Open Innovation Bootcamp 2012

Wat nemen deelnemers mee uit een bootcamp op persoonlijk vlak en voor hun bedrijf?

- Deelnemers oefenen een methode om de commerciële haalbaarheid van ideeën of concepten in te schatten.
- Deelnemers internaliseren een proces om een sterk, investeerder-klaar business opportuniteitsplan op te stellen.
- Deelnemers krijgen toegang tot een poel van potentiële investeerders om ideeën te financieren.
- Deelnemers werken samen met academische en praktische experts uit de sector.
- Deelnemers doen een unieke leerervaring op.
- Deelnemers ontmoeten gelijkgezinde mensen met innovatieve ondernemende initiatieven.
- Deelnemers krijgen nieuwe netwerkkansen.
- Deelnemers beleven een uiterst productieve en voldoening gevende tijd.

### 1.3. PROBLEEMDEFINITIE

Ondanks het feit dat open innovatie zich snel heeft ontwikkeld als een nieuwe golf van onderzoek in innovatiemanagement, zijn de meeste inzichten gebaseerd op individuele gevallen van grote gevestigde bedrijven. Open innovatie is vooral onderzocht bij grote, multinationale ondernemingen, waarvan de meeste zijn voorzien van grote interne R&D-afdelingen of actief zijn in technologie-intensieve industrieën. **Open innovatie in kleine en middelgrote ondernemingen (KMO's) heeft veel minder aandacht gekregen (Vanhaverbeke, Vermeersch, & De Zutter, 2012).**

In grote bedrijven zijn bootcamps inmiddels een ingeburgerd begrip. Echter, Flanders DC Kenniscentrum en Vlerick Business School willen ook bedrijfsleiders en werknemers van verschillende KMO's die bezig zijn met groene technologie de kans bieden om deel te nemen aan een bootcamp met de nadruk op innovatie en creativiteit. Flanders DC Kenniscentrum en Vlerick Business School willen de obstakels tussen idee en markt mee helpen overwinnen en op zoek gaan naar businessinnovaties en samenwerkingsmogelijkheden tussen KMO's.

**Een dringende behoefte bestaat daarom om te onderzoeken hoe samenwerking of open innovatie wordt georganiseerd tussen kleine bedrijven en of dit via een bootcamp formule kan ondersteund worden.** Het voorliggend rapport is een poging om naar aanleiding van de voorbije Flanders DC Bootcamp enkele lessen, goede en verbeterpunten op te sommen en bij te dragen aan de studie hoe open innovatie in de praktijk kan worden georganiseerd en beheerd in en tussen KMO's.

## 1.4. METHODOLOGIE

In het voorjaar van 2012 werd de eerste editie van de Flanders DC Open Innovation Bootcamp georganiseerd. Naar aanleiding van deze eerste Flanders DC Bootcamp kunnen lessen getrokken worden naar toekomstige initiatieven.

In onderstaand document hebben we de lessen opgesomd volgens de verschillende fases van de Flanders DC Bootcamp. Per fase bespreken we:

- hoe de fase opgezet werd tijdens de Flanders DC Open Innovation Bootcamp 2012, welke keuzes werden er gemaakt;
- hoe ze verliep, welke de positieve elementen waren en welke zaken anders liepen dan verwacht;
- welke concrete aanbevelingen er zijn naar volgende edities (de concrete aanbevelingen worden in *italic* aangeduid).

# 2. VOOR DE BOOTCAMP

Voor de start van een bootcamp dienen een aantal keuzes gemaakt te worden die strategische richting moeten geven aan de bootcamp. Voor de FDC Bootcamp Cleantech werden keuzes gemaakt rond:

1. de industriefocus en industriepartner;
2. de selectiecriteria voor ideeën en teams;
3. de innovation board;
4. de doorstroom vanuit de Flanders DC Creativity Class naar de Flanders DC Bootcamp.

## 2.1. INDUSTRIEFOCUS EN INDUSTRIEPARTNER

Voorafgaand aan een bootcamp dient nagedacht te worden over een eventuele (industrie)focus van het traject. Uitsluitend ideeën en teams toelaten tot het traject met focus op een vooraf bepaalde sector heeft het voordeel dat het hele traject afgestemd kan worden op maat van de gekozen sector. Bijvoorbeeld:



- investeerders hebben vaak een industriefocus en kunnen in functie van de industrie gekozen worden om in het eindpanel te zetelen;
- coaches kunnen eveneens in functie van hun werkervaring in een specifieke industrie gekozen worden;
- voorbeelden besproken tijdens de sessies kunnen afgestemd worden op de sector, netwerking tussen teams en leren van elkaar wordt meer relevant.

Voor de Flanders DC Open Innovation Bootcamps werd vooropgesteld dat de verschillende edities dienen te focussen op de belangrijke sectoren voor Vlaanderen. Voor de editie 2012 werd uiteindelijk voor de Cleantech-sector gekozen.

Omdat de ervaring leert dat het belangrijk is om ideeën en mensen uit eenzelfde community samen te kunnen brengen, werd ook gedacht aan samenwerking met bestaande belangengroepen binnen de geïdentificeerde sector. Deze industriepartners zijn ook belangrijk bij het identificeren van ideeën en teams aan de ingangzijde van de bootcamp. Deze eerste fase in het traject kent immers de grootste onzekerheid. Het kunnen identificeren van voldoende en kwaliteitsvolle ideeën met specifieke focus op Cleantech is een uitdaging.

In onderling overleg tussen de verschillende organiserende partners werd gekozen voor Flanders Cleantech Association (FCA). Flanders Cleantech Association heeft tot doel een vrij en open platform aan te bieden aan alle belanghebbenden rond Cleantech in Vlaanderen. Flanders Cleantech Association wil krachten bundelen, kritische massa creëren waar relevant, om troeven internationaal uit te spelen en de vereiste succesfactoren na te streven voor Vlaanderen.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- Uit het verloop van het traject bleek dat de keuze voor Cleantech niet evident was. Cleantech en in het algemeen emerging technologies kennen de eigenschap dat de technologie nog niet afgelijnd is. Het bleek moeilijk om Cleantech als focus af te baken en voldoende kwaliteitsvolle ideeën te identificeren. Daarnaast zijn business modellen nog niet duidelijk en financieel is het een moeilijke opdracht. Innovatieve projecten vragen vaak veel kapitaal en de exit mogelijkheden zijn gering voor investeerders. Bijvoorbeeld is er nog weinig zicht op bedrijven die hen willen/kunnen uitkopen.
  - ➔ *Voor een volgende editie kan gedacht worden aan een meer gevestigde traditionele industrie.*
- Anderzijds bleek er vanuit de hoek van investeerders veel interesse in het traject. Alle belangrijkste investeerders in de Cleantech sector waren aanwezig tijdens het investeringspanel. Deelnemers waardeerden sterk hun aanwezigheid.
  - ➔ *Aangeraden wordt opnieuw een sterk investeringspanel samen te stellen met de belangrijkste relevante investeerders.*
- Eveneens bleek uit het traject het belang van een goede industriepartner. Het identificeren van voldoende en kwaliteitsvolle ideeën was niet evident. Vooraf aan het traject werd verwacht dat de industriepartner meer had kunnen bijdragen om deze eerste risicofactor in het traject aan te pakken. Wellicht speelt ook hier de vaststelling dat Cleantech nog een industrie in volle ontwikkeling is. Deze industrie kent vele initiatieven, hoewel nog pril, in volle uitrol en voor een stuk nog onvoldoende gestructureerd.

- *Er kan ook gedacht worden aan een meer gevestigde industriepartner, nodig om voldoende ideeën te identificeren, of andere partners zoals de InnovatieCentra met een voldoende ruim KMO netwerk en contactmomenten met hun doelpubliek. Een lijst van sectorfederaties is te vinden op <http://www.scribd.com/doc/37609650/VBO-Gids-2010-2011-sectorfederaties-effectieve-leden-toetredende-leden>*

## 2.2. SELECTIECRITERIA VOOR IDEEËN EN TEAMS

Een belangrijke factor in het succes van een bootcamptraject ligt in de ideeën en teams die tot het bootcamp traject toegelaten worden. Essentieel is selectiecriteria op te stellen om de meest passende ideeën en teams te identificeren en richting te geven aan het traject.

Voor de Flanders DC Bootcamp werden 3 criteria vooropgesteld die zowel betrekking hadden op het idee als op het team.

### **criterium 1: past het idee in de speerpunten van Cleantech?**

De Flanders DC Open Innovation Bootcamp 2012 focuste op Cleantech en ging op zoek naar duurzame innovaties om kansen te maximaliseren voor milieu- en energietechnologieën. Cleantech staat voor clean technologies: propere, groene technologieën die het gebruik van natuurlijke hulpbronnen verbeteren en de negatieve milieu-impact minimaliseren. Cleantech is echter een ruim begrip en omvat meerdere sectoren, waaronder energie-efficiëntie, energieopwekking, duurzame mobiliteit, materiaalefficiëntie, afvalverwerking en recyclage. Daarom werden voor deze bootcamp acht attractoren of speerpunten opgesteld:

1. Van biomassa tot mode: de chemiesector gaat meer en meer over tot het inzetten van biologische grondstoffen, die op hun beurt opnieuw gebruikt kunnen worden in de mode-industrie.
2. Van afval tot nieuwe bron: op welke manieren kunnen we afval gebruiken als nieuwe herbruikbare bron?
3. Van product tot dienst: innovatieve businessmodellen gaan uit van producten en zetten ze om in dienstverlening, bijvoorbeeld het huren van kantoormeubelen.
4. Duurzaam wonen en bouwen: nieuwe bouwconstructies die ecologische voordelen opleveren, zoals Starbucks' nieuwe koffiehuisen die in de VS gebouwd worden met afgedankte scheepscontainers.
5. Duurzame landbouw: door het gebruik van natuurlijke pesticiden, kleine biogas gewassen, enz.
6. Groene mobiliteit: de emissie bij stadsverkeer zoveel mogelijk beperken via elektrische auto's, enz.
7. Cleantech en onderwijs: mensen motiveren en opvoeden om hun ecologische voetafdruk zo klein mogelijk te houden, bijvoorbeeld via business games.
8. Cleantech in opstartende economieën: succesvolle sociale ondernemingen en de groei in ontwikkelingslanden hebben naast zakelijke mogelijkheden ook ecologische en humanitaire gevolgen.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- Voor lessen en aanbevelingen zie voorgaande titel 'Industriefocus en industriepartner'.

Criterium 2: bestaat het team uit minstens 1 teamlid van een ander bedrijf en is het team hiertoe bereid?

Binnen de opdracht voor de Flanders DC Bootcamp wordt vermeld dat deze bootcamp zich met nadruk dient te onderscheiden van andere gelijkaardige initiatieven door zijn open innovatie karakter. De Flanders DC Bootcamp wil creatieve en innovatieve samenwerkingen stimuleren. Dit tweede criterium vertaalt de strategische keuze naar de selectie van teams.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- Het samenbrengen van meerdere KMO's binnen één innovatieproject bleek een moeilijke uitdaging. Een post op LinkedIn naar aanleiding van de oproep tot deelname speelt hier op in en staat in onderstaand tekstkader te lezen.
  - ➔ *Voor een volgende editie wordt aangeraden actiever samen te werken met een partner met een sterk KMO-netwerk, zoals bijvoorbeeld de InnovatieCentra.*

**Criterium 3: is er een kloof tussen het idee en investeren?**

Om deel te kunnen nemen aan de FDC Bootcamp moet er een duidelijke kloof zijn tussen het idee, het vertalen in een volwassen investor-ready business opportunity plan, en de lancering van het nieuwe product of de nieuwe dienst op de markt. Vitale hulpbronnen en competenties moeten ontbreken in het bedrijf van de ideehouder om die kloof te overbruggen.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- Tijdens de eerste twee fases van de bootcamp schreven enkele teams zich in bij wie deze kloof er niet was. Deze teams werden op basis van criterium 3 op transparante wijze weerhouden.

## 2.3. INNOVATION BOARD

Om ideeën en teams te screenen en finaal te beslissen welke er geselecteerd worden om deel te nemen in fase 3, werd een innovation board opgezet. Voor de Flanders DC Bootcamp bestond de board uit vertegenwoordigers van Flanders DC, Vlerick Business School en Flanders Cleantech Association.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- Doorheen het bootcamp traject werd op geregelde tijdstippen overlegd binnen de innovation board, sturing gegeven aan het traject, en werden teams en ideeën geselecteerd.



**Regie over samenwerkende MKB's door een opleiding, werkt nooit in de praktijk. Na 15 jaar, een tiental bedrijven met vele succesvolle innovaties, durf ik dat wel te zeggen**

DE HEIJ WOUTER,  
CEO, TOP

(b.v.,

[http://www.linkedin.com/groupanswers?viewquestionandanswers=&discussionid=100751727&gid=1395417&commentid=72750767&trk=view\\_disc&ut=0py\\_lkyjcu5w1](http://www.linkedin.com/groupanswers?viewquestionandanswers=&discussionid=100751727&gid=1395417&commentid=72750767&trk=view_disc&ut=0py_lkyjcu5w1))

## 2.4. DOORSTROOM VANUIT DE FLANDERS DC CREATIVITY CLASS NAAR DE FLANDERS DC BOOTCAMP

De eerste editie van de Flanders DC Open Innovation Bootcamp wou naast en ondergeschikt aan bovenstaande doelstellingen nakijken of het een vervolgtraject kon bieden voor de business concepten uit de voorafgaande editie van de Flanders DC Creativity Class. Teams uit de Creativity Class konden met hun business concepten tijdens de eerste fase inschrijven voor de bootcamp, waar ze vervolgens zoals alle andere projecten gescreend werden door de innovation board.

Om dit uit te testen werd de opdracht van de voorafgaande Creativity Class afgestemd op de industriefocus van de Bootcamp, en meer specifiek op de speerpunt 'Groene mobiliteit'. De opdracht van de voorafgaande Creativity Class staat te lezen in onderstaande tekstkader.

Beste Creativity Class Laureaat,

We kunnen er niet omheen, na AI Gore en de economische recessie is het groene denken enorm toegenomen. Dit groene denken is ook noodzakelijk, de problemen zijn immers groot.

De wereld wordt geconfronteerd met klimaatveranderingen, schaarste aan voedsel, water en grondstoffen en zorgen over energiebronnen. Investeren in Cleantech lijkt een oplossing te kunnen bieden voor deze uitdagingen. Cleantech is een term die gebruikt wordt voor het omschrijven van producten of diensten die operationele efficiëntie en productiviteit verbeteren en kosten, input, energieconsumptie, afval of vervuiling verminderen.

Een belangrijk aandeel van deze Cleantech-oplossingen situeert zich in het domein van de groene mobiliteit. In de rest van Europa zijn er al enkele decennia zeer zinvolle mobiliteitsprojecten uitgewerkt. Vlaanderen/België is een achterblijver, maar de energieprijzen, luchtkwaliteit en fijn stof beginnen eindelijk op de agenda te komen.

Vandaar de uitdaging: 'werk een project rond groene mobiliteit uit'.

Samen met je team ga je de uitdaging aan om een business idee uit te werken dat aan twee doelstellingen beantwoordt:

1. Een oplossing aanbieden die op duurzame wijze het mobiliteitsprobleem mee helpt aan te pakken.
2. Een haalbare en rendabele business opzetten. We zijn dus niet op zoek naar beleidsideeën in de vorm van subsidies, maar wel naar concrete, commerciële producten en/of diensten.

Zaterdagmorgen mag je de jury overtuigen van je business idee.

Het ontwikkelen van het idee doe je echter niet alleen: gedurende de volgende dagen wordt theorie afgewisseld met coaching en krijg je tijd om in je groep te werken aan je business idee.

Maar niet alleen je idee wordt geëvalueerd! De jury gaat ook na in hoeverre je de aangereikte technieken toegepast hebt. Idealiter bevat je presentatie volgende elementen:

1. uitéénzetting van het business idee: visualisatie en verduidelijking van hoe het idee inspeelt op de probleemstelling;

2. analyse van het “value creation”, “value capture”, en “value delivery” potentieel van het business concept: marktanalyse en unique value proposition, business model, analyse van hoe haalbaar het idee je lijkt zoals welke zijn de technische en commerciële risicofactoren en wat zijn de praktijktoetsen die nog moeten gebeuren om de haalbaarheid definitief in te schatten, een eerste aanzet tot projectplan zoals welke zijn de middelen nodig en hoe zie je dit project in tijd evolueren, enz.

Concreet: de jury kijkt uit naar jullie presentatie van maximaal een kwartier (maximum 15 slides), en zal je na de presentatie gedurende maximaal 10 minuten met vragen bestoken om de haalbaarheid van jullie idee af te toetsen. De jury kijkt uit naar een creatieve presentatietechniek! Als we je nog enkele tips kunnen geven: de jury apprecieert originaliteit, to the point zijn en enthousiasme! Hou de timing van jullie presentatie in het oog.

Uiteraard: voor wat hoort wat, de beste presentatie wordt beloond met een prijs van onze sponsors.

Veel succes!

Het FDC Creativity Class Team

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- Voor de Flanders DC Bootcamp editie 2012 schreef uiteindelijk geen enkel team in met hun idee uit de Flanders DC Creativity Class en moeten we besluiten dat deze bootcamp niet het gewenste vervolgetraject kon aanbieden.
  - ➔ *Het afstemmen van de opdrachten binnen de Flanders DC Creativity Class en de Flanders DC Bootcamp lijkt niet relevant te zijn op basis van de eerste test en bij volgende edities zal er niet meer uitdrukkelijk op zoek gegaan worden naar een zelfde sector keuze.*
- Anderzijds schreven meerdere deelnemers uit voorgaande edities van de Flanders DC Creativity Class zich in met een eigen idee of als potentieel teamlid. Twee van hen werden finaal tot de bootcamp toegelaten en vormden samen met andere teamleden een team. Eén van hen trad op als ideehouder.
  - ➔ *De Flanders DC Creativity Class alumni zijn een relevante groep om uit te nodigen voor deelname aan de Flanders DC Bootcamp en in de volgende editie zal hier opnieuw sterk op ingespeeld worden via de juiste communicatie naar dit netwerk.*

# 3. TIJDENS DE BOOTCAMP

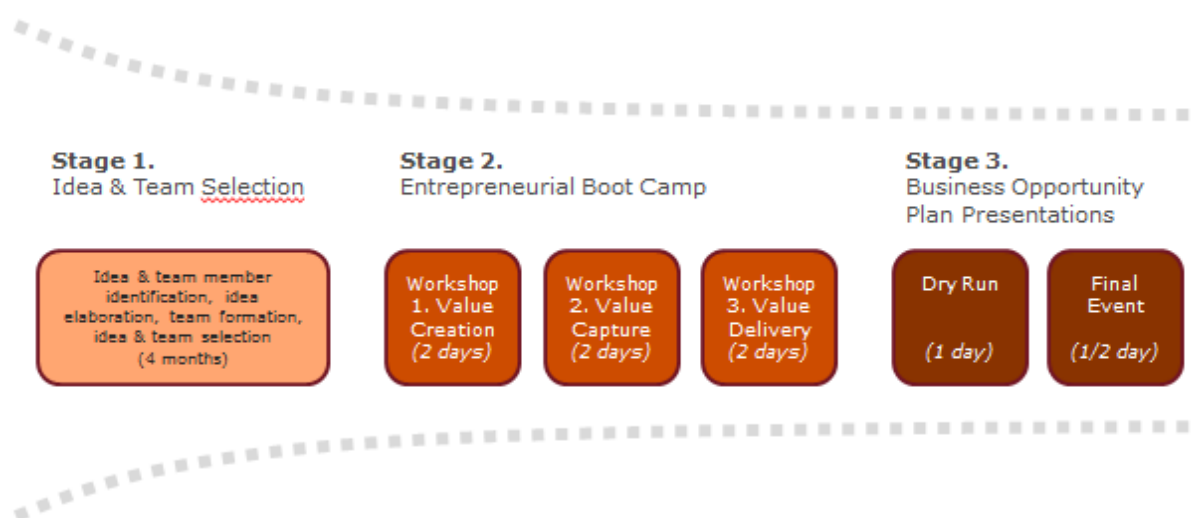
Zoals beschreven in de inleiding bestaat de Flanders DC Bootcamp uit vier fases. In onderstaande titels beschrijven we per fase opnieuw de gemaakte keuzes, de lessen en eventuele aanbevelingen naar volgende edities toe.

## 3.1. FASE 1: IDEEËN EN TEAMLEDEN IDENTIFICEREN

Tijdens deze eerste fase worden ideehouders en hun teams uitgenodigd om hun ideeën kenbaar te maken. Potentiële teamleden kunnen zich laten horen om bij een team aan te sluiten. De Flanders DC Bootcamp Innovation Board screent alle ideeën en teamleden volgens de eerder besproken drie criteria. Voor een bespreking van de criteria verwijzen we naar de titel 'Selectiecriteria voor ideeën en teams'.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- De praktijk leert dat het afbakenen in tijd van fases 1 en 2 en hun sub fases minder strikt is dan zoals in deze eerste editie opgezet werd en gevisualiseerd in figuur 1. Meerdere waardevolle ideeën kwamen in deze eerste editie pas na fase 1 naar boven, teams vormden zich organisch doorheen deze 2 fases, op basis van de pitches op het dating event werden specifieke teamleden met specifieke competenties aangesproken uit de diverse netwerken van de organisatoren...
  - ➔ *In een volgende editie zullen we deze eerste 2 fases als 1 fase zien. Eventuele subfases vallen nog na te kijken, onder meer op basis van het uitwerken van een traject te samen met de juiste partners om meer kwaliteitsvolle ideeën en teamleden te identificeren. Onderstaande figuur visualiseert deze aanpak.*
- Fase 1 wordt verder besproken in volgende titel.



Figuur 2. Voorstel Flanders DC Open Innovation Bootcamp 2013

## 3.2. FASE 2: IDEEËN VERFIJNEN EN TEAMS SAMENSTELLEN

In een tweede fase krijgen ideeën mensen en hun teamleden de kans om het idee te verrijken door het te pitchen voor potentiële teamleden tijdens het dating event. Zo kunnen ze hun multidisciplinair team verder uitbouwen. De Flanders DC Bootcamp Innovation Board screent de verfijnde ideeën en teams opnieuw. De board bepaalt welke teams de sterkste ideeën en teams hebben om door te gaan naar de workshops.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- Doorheen fases 1 en 2 schreven 14 ideehouders zich in en 17 potentiële teamleden maakten zich kenbaar. Een aantal ideehouders deed dit na het dating event. Enkele potentiële teamleden kwamen uit het professioneel/persoonlijk netwerk van de leden van de innovation board en werden individueel aangesproken na het horen van de pitches tijdens het dating event en de specifieke noden binnen het team. Tijdens het dating event presenteerden 5 teams. Hiervan werden er 4 geselecteerd om deel te nemen aan de eigenlijke bootcamp (fase 3). Na het dating event werden nog enkele teams op individuele basis gescreend door de innovation board. Hiervan werden er 2 teams weerhouden voor fase 3. Van de 6 geselecteerde teams namen uiteindelijk 5 teams deel aan de eigenlijke bootcamp, 1 team besloot zelf om niet deel te nemen wegens te veel technische onzekerheden rond hun idee. Tijdens het dating event waren er naast de ideehouders en de bestaande teamleden 5 potentiële teamleden aanwezig, wat ruimschoots onder de verwachtingen lag. Hiervan sloot geen enkel potentieel teamlid aan bij een bestaand idee/team. Na het dating event werden meerdere teams aangevuld met teamleden op basis van het professioneel/persoonlijk netwerk van de leden van de innovation board en de ideehouders zelf.
  - *Gezien het geringe aantal presenterende teams en het geringe aantal potentiële teamleden tijdens het dating event, wordt aangeraden om deze tweede fase heel grondig te herbekijken samen met de eerste fase. Een eerste aanbeveling is om een road show te organiseren doorheen Vlaanderen waarbij gedacht wordt aan 1 infosessie per provincie, georganiseerd samen met een partner met een voldoende groot netwerk binnen de KMO's, zoals de InnovatieCentra. Deze infosessies worden best opgenomen als een onderdeel binnen bestaande innovatie events. Tijdens deze infosessies is de belangrijkste doelstelling innovatief ondernemend Vlaanderen te informeren over het bootcamp concept, het ondernemend karakter, het teamwerk, de verwachte workload, de concrete outcome en meerwaarde... Dit moet de aanwezigen aan het denken zetten rond eigen ideeën, aanzetten om mensen in hun eigen netwerk over dit traject aan te spreken, de juiste verwachtingen vooropstellen, hun commitment aanscherpen tijdens het bootcamp traject... Na het dating event van deze eerste editie bleek immers dat meerdere mensen dan pas ten volle mee begonnen te denken. Een tweede aanbeveling is om infosessies en dating events 's morgens **vroeg of 's avonds te organiseren. Meerdere personen wezen erop niet bereid te zijn om tijdens de werkdag langs te komen en een verlofdag hiervoor op te nemen. Sommigen waren ook bezorgd dat hun werkgever dit te weten zou komen.***
- Tijdens het dating event waren er reeds investeerders aanwezig die hun feedback gaven op/aan de teams en een introductie gaven op de wereld van VC's voor alle ideehouders en (potentiële) teamleden. Dit werd als een duidelijke meerwaarde

ervaren.

- *Er wordt sterk aanbevolen om bij een volgende editie opnieuw investeerders reeds aan de ingang zijde van de bootcamp een plaats te geven en hun inbreng niet te beperken tot de uitgang.*

### 3.3. FASE 3: BOOTCAMP

In fase drie nemen de geselecteerde teams deel aan 3 intense, tweedaagse workshops waarin zij hun ideeën testen op commerciële haalbaarheid. De levensvatbaarheid van de business opportuniteit wordt geanalyseerd vanuit verschillende invalshoeken, zoals de markt, het ecosysteem en het financiële plaatje. Het eindproduct is een concreet en volwassen business opportuniteitsplan plan.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- De gebruikte methodologie is een gekende methodologie die zijn waarde reeds meermaals bewees in andere, voorgaande bootcamps. Ook in deze bootcamp wierp de methodologie zijn vruchten af. Alle teams maakten een sterke en concreet zichtbare vooruitgang. Zo was de sprong voorwaarts van het team Haspenwood opvallend. Het verschil tussen de eerste pitch en de eindpresentatie was uitgesproken en bleek het bootcamp proces goed gewerkt te hebben.
- Tijdens de verschillende workshops bleek er veel verloop in het aantal teamleden die al dan niet aanwezig waren. In totaal waren er soms maar 9 deelnemers aanwezig. Dit bemoeilijkt het creëren van een optimale dynamiek en voldoende interactie binnen de hele groep. Bij enkele teams was soms enkel de ideehouder aanwezig, of was er een enkele keer niemand van een team. Opdat het team ten volle de kansen kan benutten van multidisciplinair teamwerk en zich alle nodige tools en frameworks eigen te maken is het wenselijk dat alle teamleden aanwezig zijn.
  - *Een eerste aanbeveling is om tijdens de road show de bootcamp voldoende uit te leggen, te wijzen op de concrete meerwaarde van de workshops en het multidisciplinair teamwerk, maar ook op het commitment dat gevraagd wordt. De bootcamp is een traject met een duidelijk doel en is geen vrijblijvende oefening. Een tweede element is om op het einde van het traject een individueel Vlerick-certificaat uit te reiken onder voorwaarde dat een teamlid 75% aanwezigheid kan voorleggen tijdens de workshops (fase 3) en de presentaties (fase 4).*

### 3.4. FASE 4: BUSINESS OPPORTUNITEITSPLANNEN PRESENTEREN

Aan het einde van de Open Innovation Bootcamp stelt elk team zijn business opportuniteitsplan voor aan een panel van investeerders, business experts en academische experts. Het panel beoordeelt het potentieel van het voorstel en doet een aanbeveling voor de implementatie van de business opportuniteit. De echte implementatiefase van het business opportuniteitsplan begint waar het Open Innovation Bootcamp eindigt. Op dat punt beslissen de aanwezige



investeerdere of ze het project financieel steunen.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- Net voor de start van de bootcamp werd beslist om tussen de laatste workshop en het eindpanel een dry run sessie in te lassen. Tijdens deze dry run presenteren teams hun business opportunity plan voor een select publiek bestaande uit de innovation board en de andere deelnemende teams en kunnen ze hun verhaal een laatste keer aftoetsen. Na hun presentatie en aansluitende Q&A ontvangen de teams nog een laatste feedback vooraleer ze voor 'de wolven' gegooid worden. De dry run hielp de teams om hun boodschap scherper te stellen en laatste bijstellingen door te voeren.
  - ➔ *Er wordt sterk aanbevolen om in een volgende editie de dry run te behouden.*
- In het eindpanel waren alle belangrijkste Cleantech-investeerdere aanwezig, en kon een geloofwaardig investeringspanel aangeboden worden. Deelnemende teams wezen ons op de concrete meerwaarde van de eindpresentaties en de aanwezigheid van de investeerdere. Deelnemende investeerdere en business experten waren: Korys, Gimv, Capricorn, PMV, BAN Vlaanderen en InnovatieCentra.
  - ➔ *Er wordt sterk aanbevolen om bij een volgende editie opnieuw een geloofwaardig panel op te zetten aan de uitgang van de bootcamp. Vanuit de gedachte van samenwerking tussen de verschillende initiatieven die Vlaanderen rijk is met betrekking tot innovatief ondernemerschap, wordt voor de volgende editie aangeraden om na te kijken hoe de organisatie van het Flanders DC Bootcamp eindpanel opgenomen kan worden door FINMIX. FINMIX is een initiatief van het Agentschap Ondernemen en biedt teams met innovatieve project, groeiambities of overnameplannen op zoek naar risicokapitaal de mogelijkheid om hun project voor te stellen aan een panel van financieringsexperten. Deze experten beoordelen de voorgestelde projecten en adviseren over de meest aangewezen financieringsmix. In dit panel zetelen vertegenwoordigers van de banken, overheids- en private risicokapitaalverschaffers, de Innovatiecentra en de bedrijvenorganisaties Unizo en Voka.*
- Na de eindpresentaties werd elk team individueel bij het panel geroepen voor feedback. Meerdere deelnemers wezen er ons op dat dit voor hen de verwachtingen niet inloste, deelnemers verwachtten meer feedback en hoopten op meer concrete interesse vanuit de investeerdere om samen aan tafel te zitten. Om aan deze feedbackvraag tegemoet te komen, werd na de feedbacksessie een verslag van de gesloten zitting opgesteld en doorgestuurd. Hierin werden de sterktes en zwaktes besproken van elke case en de besproken adviezen opgelijst. De contactgegevens van alle investeerdere werden ook opgesomd.
  - ➔ *Een eerste advies is om realistische verwachtingen over het afsluitende individuele team feedbackmoment in het traject naar voor te schuiven. Een tweede advies is om het feedbackverslag verder uit te werken. Daarnaast suggereerde Bart Dooms, ideehouder van één van de deelnemende teams, enkele mogelijkheden om dit te verbeteren. Hieronder werd zijn email gekopieerd.*

Hoi Stijn,

nogmaals dank voor de fijne bootcamp, het is het beste wat me het laatste jaar is overkomen.

Doch de finale was een anti climax en wil je hierbij nog enkele tips geven om volgende keer beter te doen. (Kwaliteit zit in mijn genen vandaar)

- de eindpresentaties vond ik goed, zeker de aanwezigheid van potentiële investeerders

- de feedback in de nm was zwak, weinig tips & tricks, weinig raad en daad, weinig kritische blik

(woensdag heb ik wel nog een vruchtbaar gesprek gehad met Luc Basstanie en die heeft me wel wat goede raad meegegeven, wilt ons project ook verder opvolgen, dus toch een klein succesje)

- om dit op te vangen moeten we misschien een extra slide aan de presentatie toevoegen, waar we vragen aan de investeerders kunnen stellen om van het BOP een echt Business plan te maken.

(bv in ons geval, we wisten dat we de markt van Phloridizine niet kende, zouden we kunnen gevraagd hebben, waar kunnen we de eerste 20k€ vinden, als we ons marktonderzoek, en biologisch onderzoek afgerond hebben mogen we dan terug komen, geloven jullie in het verhaal, wat vinden jullie te optimistisch, te pessimistisch, hoe schatten jullie het in, willen jullie ons opvolgen in dit prille begin, zouden jullie ons contactpersonen kunnen doorgeven, ...)

Ik kijk wel nog uit naar het verslag van de gesloten zitting, en hoop dat de contact gegevens van de investeerders erbij zit, want ik wil ze binnen een half jaar terug opbellen.

met vriendelijke groeten

Bart Dooms

## 4. NA DE BOOTCAMP

De implementatiefase van het business opportuniteitsplan begint waar het Open Innovation Bootcamp eindigt en valt buiten de opzet van een bootcamp.

Voor de eerste editie van de Flanders DC Open Innovation Bootcamp werden geen formele nazorginitiatieven op stapel gezet.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- In de praktijk blijken teams na de bootcamp nog vragen te hebben en deze aan de bootcamp organisatie te stellen. Vragen die teams hebben en communiceren werden op individuele basis beantwoord en ondersteund met advies.
- In de praktijk blijken er soms evenementen te zijn en dossiers die van interesse kunnen zijn voor de verschillende teams. Eventuele interessante evenementen of informatie werden hen per email doorgestuurd.

## 5. SPECIFIEKE AANDACHTSPUNTEN

### 5.1. HET TEAM

De rol van het ondernemersteam in het succes van starters is van doorslaggevend belang. Een idee begint vaak bij een individu, maar om een idee naar de markt te brengen heeft een idee nood aan andere teamleden, elk met hun specifieke rol, ervaring en kennis, zoals: marktkennis, financiële kennis, enz. Het identificeren van opportuniteiten, het genereren van ideeën en het omzetten van ideeën naar succesvolle producten en diensten vereist multidisciplinaire teamwork. Bijgevolg is het opzetten van performante multidisciplinaire teams een doorslaggevende oefening tijdens een bootcamp.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- Een belangrijke bevestiging van deze bootcamp is dat het team een sleutelstuk vormt in het bootcampproces. Zonder goed team volgt er vaak geen goede presentatie op het einde van de rit. De uitwerking van een business idee is teamwork en zonder de juiste complementariteit binnen het team blijft het moeilijk om op een relatieve korte tijdsspanne (3 maanden) een degelijke presentatie voor te bereiden die de test van een eindpanel kan doorstaan. In onderstaand kader werd een voorbeeld geplakt van concrete vragen die een ideehouder heeft.
  - *We bevelen aan om in de fases voorafgaand aan de eigenlijke bootcamp of fase 3 meer tijd te voorzien voor ideehouders om hun team uit te bouwen en*

*na te kijken hoe deze teamvorming vanuit de organisatie gefaciliteerd kan worden.*

- Specifiek de motivatie en leidersvaardigheden van de ideehouder is hierbij een belangrijk aandachtspunt. Hoe gemotiveerd hij of zij is en hoe beter hij of zij een team rond zich kan bouwen, hoe meer kans op een goed business opportunity plan en een goede eindpresentatie.
  - *We bevelen aan om de ideehouder grondiger te screenen en actiever te ondersteunen tijdens het traject.*
- Naast de bestaande teamleden en leden die door de teams zelf gevonden werden, werden meerdere teams aangevuld met teamleden komende uit de netwerken van de diverse organisatoren en hun medewerkers.
- → *Een aanbeveling is om in een volgende editie samen te werken met organisaties met een sterk en relevant netwerk, bijvoorbeeld door samen te werken met een gevestigde industriepartner en een partner met een sterk KMO-netwerk.*

Stijn,

heb enkele praktische vragen (na telefoon gesprek met Peter), kan jij mij hier mee helpen?

ik wil het verhaal bewust stap voor stap beleven, maar toch moet ik al wat vooruit kijken en hierover nu reeds afspraken maken met mijn teamleden.

Afspraken ivm:

- mogelijke verloning indien het een succes wordt (verdeelsleutel, hoe kan ik de inbreng van de teamleden meten, ...)

- geen verloning als het idee niets wordt (niet dat ze me achteraf een factuur gaan sturen, het is allemaal op vrijwillige basis)

- NDA om niet met het idee te gaan lopen

Hebben jullie hier voorbeelden van? of tips?

Zelf ben ik ook nooit bezig geweest met hoe geld verdienen met mijn idee (is een minder ontwikkelde competentie van mij), kan jij mij hier enkele tips geven? ivm juiste verdeelsleutels?? andere manieren???

Wil het ook niet te zwaar maken om de teamdynamiek niet te breken, maar anderzijds besef ik heel goed dat duidelijke afspraken goede vrienden maakt.

alvast dank voor je hulp/tips/suggesties/voorbeelden./...

met vriendelijke groeten

Bart Dooms

## 5.2. VERTROUWELIJKHEID EN INTELLECTUELE EIGENDOM

Deze Bootcamp is een open innovation bootcamp en beoogt de samenwerking tussen verschillende partijen te stimuleren. Het onthullen van informatie naar partijen buiten de eigen organisatie is hierbij een noodzaak. Een belangrijke vraag die al gauw opduikt in deze context is hoe om te gaan met vertrouwelijkheid en intellectuele eigendom.

In de FDC Open Innovation Bootcamp werd ervoor gekozen om voor elke fase een eigen regeling rond vertrouwelijkheid en intellectuele eigendom op te stellen. In onderstaande kader wordt de finale uitgewerkte regeling beschreven.

### Wat met vertrouwelijkheid en intellectuele eigendom?

Deze Bootcamp is een open innovation Bootcamp en beoogt de samenwerking tussen verschillende partijen te stimuleren. Het onthullen van informatie is hierbij een noodzaak. Elke fase in de Bootcamp kent zijn eigen regeling rond vertrouwelijkheid en intellectuele eigendom:

---

Fase 1 en 2. Tijdens fase 1 en 2 zal uw idee gescreend worden door een panel van experts die bepalen of uw idee en uw team kan doorstromen naar respectievelijk fase 2 en 3. Tijdens fase 2 krijgen geselecteerde potentiële teamleden inzage in uw idee op basis waarvan men kan beslissen voor welk idee en welk team men zich kandidaat wil stellen. Het is aan de ideehouder om te beslissen hoeveel hij in fase 1 en 2 wil onthullen van zijn of haar idee.

---

Fase 3. Alle deelnemers en andere betrokkenen bij de Bootcamp (sprekers, coaches, organisatoren, en andere experts) ondertekenen een vertrouwelijkheidsovereenkomst. Hierin komen alle partijen overeen om alle vertrouwelijke informatie die zij in het kader van de Bootcamp ontvangen geheim te houden en aldus niet mee te delen aan personen buiten de groep van de Flanders DC Cleantech Bootcamp 2012. Het is aan elk team om een aanvaardbare regeling rond intellectuele eigendom uit te werken. Zowel het ondertekenen van de vertrouwelijkheidsovereenkomst als het bereiken van een akkoord over de intellectuele eigendom tussen de verschillende teamleden zijn een voorwaarde om deel te kunnen nemen aan fase 3.

---

Fase 4. Het is de verantwoordelijkheid van elk team om tijdig een akkoord uit te werken voor het finale event waar investeerders in het panel zullen zetelen. Het maken van dergelijke akkoorden is een essentieel onderdeel van het project en een noodzakelijke voorwaarde om in fase 4 een investeerbaar project te hebben.

Een moeilijke discussie was of investeerders die in het eindpanel zetelden (fase 4) gevraagd kon worden om een NDA te ondertekenen. In het bootcamp traject waren er immers teams die uitdrukkelijk op zoek gingen naar financiering, en andere niet. De bootcamp ligt dus tussen de extremen van:

- de startup die bij VCs aanklopt om financiering te krijgen (dan is een NDA zeer ongebruikelijk);
- en een businessplanwedstrijd met een vrijblijvende presentatie, vrijblijvend in de zin dat de teams niet expliciet solliciteren naar geld bij de juryleden (in dat geval is het normaal dat NDA's getekend worden).

Voor fase 4 werd er finaal beslist geen NDA te laten ondertekenen en dus ook niet door de investeerders en business experts in het panel. Een specifieke regeling voor fase 4 kon wel uitgewerkt worden waarbij zaken case per case aangepakt werden.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- Fase 1, 2 en 4 leverden geen issues op.
  - ➔ *Advies is de huidige regeling rond vertrouwelijkheid en intellectuele eigendom voor fases 1, 2 en 4 te behouden.*
- Tijdens fase 3 bleken sommige deelnemers lijnrecht tegenover elkaar te staan: sommige deelnemers vroegen uitdrukkelijk naar een NDA, andere deelnemers wensten geen NDA te ondertekenen, nog anderen waren onverschillig. Uiteindelijk werd de NDA door de meeste deelnemers ondertekend maar vroeg daarna niemand naar de status van het document, of een kopie.
  - ➔ *Advies?*
- Het gebruik van een NDA kan schadelijk zijn voor de proffen die in de bootcamp les geven en later cases uit de bootcamp willen gebruiken als voorbeeld in hun lessen.

### 5.3. ONDERSTEUNENDE SOFTWARE

Een bootcamp kan ondersteund worden met software. Deze software kan het traject ondersteunen naar het proces toe, bijhouden van informatie op een toegankelijke centrale plaats voor teams bestaande uit leden van verschillende bedrijven, enz.

Voor de FDC Bootcamp werd gekozen om met CogniStreamer samen te werken. De CogniStreamer® Innovation Portal wil onder meer het vinden van high-impact business concepten ondersteunen, het aantal en de kwaliteit van ideeën verhogen, en de mogelijkheid bieden om ideeën te verzamelen en te screenen.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- In de praktijk bleek de organisatie het systeem niet te gebruiken voor het verzamelen en screenen van ideeën.
  - ➔ *Advies?*
- In de praktijk bleek ook slechts 1 team actief gebruik te maken van het systeem.
  - ➔ *Advies?*

## 5.4. TIJDSINVESTERING EN COMMITMENT

Fases 3 en 4 van de FDC Bootcamp bestaan uit 3 workshops van telkens 2 dagen, aangevuld met een dry run en een eindpresentatie. Samen goed voor 7,5 kalenderdagen.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- In de praktijk bleken enerzijds voorafgaand aan fase 3 een aantal ideehouders en potentiële teamleden af te haken verwijzend naar de tijd die het vraagt om het hele traject te vervolledigen. In onderstaande tekstkader staat een email te lezen van POM West-Vlaanderen die dit thema aanhaalt. Anderzijds verwees niemand van de geselecteerde teams en teamleden naar het element tijd en dat het traject té veel tijd zou vragen. Daarnaast verwees één van de kandidaten die overwoog om deel te nemen ernaar dat hij eerder werkte aan de ontwikkeling van een windmolen en het zijn team 2 jaar vroeg om een presentatie te hebben die zij met vertrouwen konden brengen voor investeerders. Deze bootcamp laat hem nu toe om met een investering van slechts 7,5 dagen reeds een plan te kunnen presenteren voor de GIMVs, Capricorns, enz. van Vlaanderen.
  - ➔ *Het advies is, wil men deelnemen aan dit (voor deelnemers gratis) traject dan moet men het commitment nemen om zich tijdens fase 3 en 4 gedurende 7,5 dagen vrij te maken. Qua engagement weten we uit ervaring dat minder dan deze 7,5 kalenderdagen uittrekken, dit een sterke impact heeft op de kwaliteit van de eindpresentaties. Een tweede advies is dit element actiever te verkopen als selectie criterium om te differentiëren tussen wie wel en niet gecommitt is naar zijn idee en business opportunity toe, daarnaast dat men na 7,5 dagen al een plan kan presenteren voor de belangrijkste risicokapitaalverschaffers in hun industrie. Het engagement hoeft niet zo veel te betekenen als je het vergelijkt met het alternatief voor het brengen van innovaties naar de markt.*
- Tijdens de fase 3 en 4 bleek het aantal aanwezige teamleden sterk te variëren. Daarnaast bleek evidente samenwerking tussen teams als Ensensys en Energy Web niet tot stand te komen omdat de klik er niet was. In een open innovation bootcamp heb je teams duidelijk minder in de hand in vergelijking met een bootcamp die binnen een bedrijf georganiseerd wordt. Voor advies rond het commitment van teamleden zie de titel 'Fase 3: bootcamp'. Verder is dit een dynamiek die er is en waar we weinig kunnen aan doen.

From: Mathys Pieter [mailto:Pieter.Mathys@west-vlaanderen.be]  
Sent: 14 March 2012 15:25  
To: Stijn De Zutter  
Subject: RE: Cleantech Bootcamp

Beste M. De Zutter,

Na intern overleg en enkele mensen hierop attent gemaakt te hebben, krijg ik weinig respons. De drempel van een engagement van 10 dagen, met telkens een verplaatsing naar Leuven is blijkbaar toch bijzonder groot en ook duur, zeker voor de kleinere KMO's, ook al is de bootcamp an sé gratis.

Mag ik dan ook voorstellen om volgende events (bv. bootcamp Care) misschien enkele dagen in te korten en gedeeltelijk of afwisselend in Gent te laten doorgaan?

Mvg,

Pieter

## 5.5. LOCATIE

Een bootcamp wordt vaak residentieel georganiseerd. Deze Flanders DC Bootcamp vond plaats in de gebouwen van Flanders DC.

Verloop, lessen en aanbevelingen:

- Enkele deelnemers verwezen er naar dat er soms verse lucht ontbrak in het lokaal waardoor deelnemers soms hoofdpijn hadden na de sessies.  
→ *Advies?*



## 6. BIBLIOGRAFIE

Vanhaverbeke, W., Vermeersch, I., & De Zutter, S. (2012). *Open innovation in SMEs: How can small companies and start-ups benefit from open innovation strategies?*. Flanders DC.

KENNISPARTNER



ISBN-NUMMER: XXXXXXXXXXXXX  
D/201X/XX.XXX/XX

**FLANDERS DISTRICT  
OF CREATIVITY** vzw

DIESTSEVEST 76, B-3000 LEUVEN  
T +32 16 24 29 24 F +32 16 24 88 44  
INFO@FLANDERSDC.BE

