

# Lucratief idee

**Bedrijven zoeken innovaties** via online wedstrijden. Een goed plan kan duizenden euro's opleveren.

**Remco Tomesen**

**D**e Nederlandse site Battle of Concepts is dit voorjaar van start gegaan. Op de site stellen bedrijven als Eneco, ProRail, Fortis en Nationale Nederlanden uiteenlopende vragen. Zo wilde ProRail van deelnemers een antwoord op de vraag: 'Hoe zorg je ervoor dat treinen en schepen elkaar minder in de weg zitten?' De deelnemers met de beste antwoorden op die vraag ontvingen samen een bedrag van 5000 euro. De winnaars van alle wedstrijden tot nu toe ontvingen samen iets meer dan 60.000 euro, zegt Joost Dekkers, de man achter Battle of Concepts. Overigens mogen deelnemers niet ouder dan 30 zijn.

Van de ongeveer 400 deelnemers tot nu toe aan Battle of Concepts is student Lennart Luten (25) een van de succesvolste. Hij won een battle van offshore bedrijf Heerema en werd derde bij een wedstrijd van Eneco. Hij schreef voor beide bedrijven een plan. Dit leverde hem in totaal 1500 euro op. Voor Heerema kwam hij met ideeën om het welzijn te verbeteren van werknemers op booreilanden in het Noordpoolgebied. Door hem voorgestelde oplossingen waren onder meer 'een soort ruimtepalmen' en lichttherapie.

Luten, die binnenkort afstudeert aan de Rijksuniversiteit Groningen, doet mee aan de battles omdat hij geïnteresseerd is in de energiesector. 'Dit is een manier om mezelf in de kijker te spelen bij bedrijven.' Dat er een geldbedrag tegenover staat, is mooi meegenomen, geeft hij toe. 'Zonder het geld zou ik, denk ik, niet mee heb-

ben gedaan.' Luten heeft zowel bij Eneco als Heerema oriënterende gesprekken gevoerd, die overigens nog niet tot een baan hebben geleid. Het contact bij Eneco is echter, blijkt uit zijn woorden, nog 'warm'.

Voor Eneco is Battle of Concepts een aardige manier om in contact te komen met potentiële nieuwe werknemers, zegt een woordvoerder van het bedrijf. 'Met de winnaars hebben we gesprekken gevoerd.' Daarnaast is Battle of Concepts voor Eneco een extra kanaal om ideeën binnen te halen. 'Natuurlijk huren we daarnaast ook bureaus in en hebben we medewerkers in dienst die zich met innovatie bezighouden.' Eneco was redelijk tevreden over de inzendingen die het binnenkreeg naar aanleiding van de eerste battle, over

'groene energie en klantbetrokkenheid'. 'Je kunt er als bedrijf lering uit trekken. Maar in sommige gevallen zou het verstandig zijn als deelnemers iets meer tijd hadden besteed aan hun inzending.' Eneco heeft de ideeën bekeken, maar is nog niet zo ver dat het daadwerkelijk een idee heeft uitgevoerd. Het energiebedrijf heeft ondertussen een tweede battle uitgeschreven, want ook al zijn de ideeën misschien niet altijd even wereldschokkend, erg duur is het niet voor een bedrijf om gebruik te maken van Battle of Concepts, zegt de Eneco-woordvoerder. Een bedrijf betaalt vanaf 3000 euro aan Battle of Concepts

**Met een origineel idee speel je jezelf in de kijker bij bedrijven**



om een vraag op de site geplaatst te krijgen – naast het prijzengeld dat het uitkeert aan de winnaars.

Een enigszins met Battle of Concepts vergelijkbaar initiatief is de site Fellowforce, die deze zomer het levenslicht zag. Ook die site is een Nederlands initiatief, maar met sterk internationale ambities. Fellowforce richt zich met name op kleinere en middelgrote bedrijven, die via de site 'de hele wereld' kunnen vragen mee te denken. Anders dan Battle of Concepts staat Fellowforce open voor deelnemers van alle leeftijden. De site is dan ook niet bedoeld als recruitmentmiddel, zegt oprichter Ruben Robert Nieuwenhuis. Bedrijven die iets willen doen met een idee van een deelnemer, betalen deze gemiddeld 250 dollar.

Wie een idee voor een bedrijf indient via Battle of Concepts of Fellowforce doet afstand van het intellectuele eigendom dat daar eventueel aan verbonden is. Dat staat in de deelnemersvoorwaarden op beide sites. Dekkers van Battle of Concepts: 'Bedrijven moeten wel iets kunnen doen met de ideeën.

Dat is lastig als deelnemers later allerlei rechten gaan claimen. Vaak leven er al ideeën binnen een bedrijf; daar komen die van onze deelnemers bij. Tussen die ideeën zit vaak overlap, waardoor het achteraf moeilijk is te bepalen wie de bedenker is.' ☐

[www.battleofconcepts.nl](http://www.battleofconcepts.nl)  
[www.fellowforce.com](http://www.fellowforce.com)