Tijd voor nieuwe (media)ondernemers

03-10-2011 12:22

Van Heukelom vindt het interessant om dicht bij het maken van 'digitale verhalen' te zitten. "Ik ben ervan overtuigd dat alles op den duur digitaal wordt. Een 'digitaal verhaal' is de plek waar content, technologie en communicatie samenkomen. Je ziet dat steeds meer bedrijven en uitgevers daar belang aan hechten en in investeren." Een goed voorbeeld is de digitale begeleiding van de Conventie van Achlum voor Achmea. MakerStreet bouwde een digitaal platform waarop gecommuniceerd kon worden over het event. Ook de interactieve tv-gids van Ziggo en de nieuwe apps van AutoTrader voor iPhone en iPad zijn voorbeelden van de producten uit MakerStreet.

Naast zijn werk bij Makerstreet houdt Van Heukelom zich één dag in de week bezig met het Founder Institute. Vanuit zijn MTV tijd weet Van Heukelom dat veel jongeren ondernemen leuker vinden dan afstuderen. Juist naar die nieuwe ondernemers is nu veel vraag. De potentie is er volgens hem ook, dus nu wordt het tijd die te ontsluiten. Het Founder Institute zoekt jonge ondernemers met potentie en laat hen in een lesprogramma met bekende mentoren klaarstomen voor het ondernemerschap. Voor Van Heukelom is dit een persoonlijk ideaal: "sommige dingen zijn gewoon te mooi om te doen
En je hoeft niet met alles wat je doet geld te verdienen".

Op InCTspiratie 2011 zal Van Heukelom meer verdieping geven op de huidige trends: "Iedereen heeft zijn mond vol over social media, maar hoe zit het nou echt en wat kan het voor ons betekenen? Facebook, Google en Twitter beconcurreren elkaar steeds meer
openlijk. Hoe kunnen wij er ons voordeel mee doen? Ik denk dat er meer ruimte komt voor lokale initiatieven."

Joris van Heukelom spreekt op 16 november op InCTspiratie 2011, het najaarscongres van InCT. Benieuwd naar wat hij allemaal te vertellen heeft? Meld u dan nu aan voor dit bijzondere congres. Alle informatie over dit congres en aanmelden vindt u op www.inctspiratie.nl

David Huijzer