

Rabobank en Talpa. De enige moeilijkheid voor de partners: de beheersing van de hoeveelheid werk.

[www.steklaw.com](http://www.steklaw.com)

#### **40 Stroom (2002)** ●

**Omzet 2006** 35 miljoen,  
verwachting 2007 40 miljoen

**Werknemers** 18

**Daagt uit** Kobalt, Mindshare

Communiceren met de klant, en inzicht in het effect daarvan. Stroom mediacommunicatie doet, behalve mediaplanning en inkoop van media, onderzoek naar de effecten van reclamecampagnes van haar klanten. De groei van afgelopen jaar (35%) was vooral te danken aan nieuwe klanten zoals Tele2 en Vliegwinkel. Volgens partners Patrick Veldhuis (38) en Titus Eikelboom (39) is de basis van het succes dat zij 'als eerste zullen toegeven dat reclame een ongewenst verschijnsel is.' "Juist met dit besef proberen wij de marketingdoelstellingen van onze klanten te realiseren. Daarbij komt veel kennis maar ook juist veel creativiteit kijken."

Belangrijk verschil tussen Stroom en traditionele mediabureaus is inzicht in media en doelgroep, aldus Veldhuis en Eikelboom. Het komende jaar investeert Stroom dan ook in het opbouwen van nog meer 'consumer insight' door middel van een eigen onderzoeksafdeling.

[www.stroomviainternet.nl](http://www.stroomviainternet.nl)

#### **41 Studelta (2005)** **pag. 84>>**

**Omzet 2006** 7 miljoen

**Werknemers** 20

**Daagt uit** Randstad, Adecco

Studentenbaantjes zijn er genoeg. Maar wat als een student meer wil dan hamburgers bakken? Studelta zoekt bijbanen voor studenten met ambitie. Nu al staan bedrijven te rammelen aan de poorten van de universiteiten en hogescholen in de jacht naar de beste afgestudeerden. Dat moment schuift volgens medeoprichter Joris Hoogenbosch (34) minimaal een jaar naar voren - naar het derde jaar. Pas als werkgevers zich dit voldoende realiseren krijgt zijn bedrijf pas echt vaart, zo verwacht hij. Naast uitzendwerk bemiddelt



## 'IN TRANSPORT MOET JE NIET IN GRENZEN DENKEN'

*Johan van Zutphen, Webkoerier*

de onderneming voor vast werk. In twee jaar tijd was het makelaar voor 150 studenten. "Laat bedrijven maar tegen elkaar opbieden in de strijd naar de beste kandidaat", zegt Hoogenbosch. Dit jaar start het bedrijf drie nieuwe activiteiten: een pre-traineeship voor vierdejaars studenten, een Studelta voor mbo-ers en een incubator voor studenten met ondernemersambitie.

[www.studelta.nl](http://www.studelta.nl)

#### **42 Ted (2006)**

**Omzet 2006** 1 miljoen (schatting)

**Werknemers** 28

**Daagt uit** Kranten en opinietijdschriften

Leuk hoor, al die initiatieven van dagbladen om jongeren te bereiken, maar slagen ze er echt in? Ted wel, al was het alleen maar omdat het multimediale concept van Friso Jiskoot (28) zich puur en alleen op jongeren richt, waar anderen het hele scala aan leeftijden proberen te pleasen. Kijk voor een indruk van de populariteit maar eens op donderdag-

middag op een willekeurig schoolplein waar de kranten worden uitgedeeld. Ted is een initiatief van Marcel Boekhoorn (Ja, die van Pers) en Jiskoot. De content van het krantje wordt voor ongeveer de helft aangeleverd door de lezers. Na een proef in Amsterdam is het blad landelijk gegaan, waarna de oplage is gestegen tot 150.000 exemplaren.

[www.ted.nl](http://www.ted.nl)

#### **43 Ten Have & Co. (2003)** ●

**Omzet 2006** 2,7 miljoen

**Werknemers** 15

**Daagt uit** McKinsey, Booz Allen Hamilton, Price Waterhouse Coopers

Wie zich richt op 'change management op hoog niveau in grote organisaties' komt vanzelf de consultants van de grote jongens tegen. Ten Have wint opdrachten door verandermanagement zowel procesmatig als psychologisch te benaderen, vertelt Steven ten Have (39). Hij richtte het adviesbureau op in 2003, met zijn broer Wouter ten Have



- › deze maand in sprout
- › abonneren
- › adverteren
- › nieuwsbrief

[RSS](#) [XML](#)



- **Home**
- **Dossiers**
  - › Personeel
  - › Fiscaal
  - › Marketing & sales
  - › Finance
  - › Bedrijfsvoering
- **Columns**
- **Netwerken**
  - › Ondernemersnetwerk
  - › Forum
  - › Bedrijf te koop
- **Weblogs**
  - › Goodblog
  - › Expertlog
  - › Sproutstart
  - › Sprout International
- **Video**
- **Online special**
  - › Veiligheid en ICT
- **Events**

## nieuws

### De vijftig grootste uitdagers van Nederland

22 juni 2007 13:00



Van beldienst 1850 tot online aandelenhandelaar Zecco, van softwarebouwer Adjustables tot medicijnenmaker Youmedical. Sprout stelde voor het derde achtereenvolgende jaar de Challenger 50 samen, het overzicht van de vijftig grootste uitdagers.

Innovatievermogen, visie en lef. De ondernemers in de Sprout 50 pakken kansen, en zien wat anderen niet zien. Uit een lijst van honderden bedrijven maakten we een strenge selectie. Het resultaat: vijftig bedrijven waar we de komende jaren nog veel van gaan horen. Ondernemers die zich kenmerken door lef, visie en innovatievermogen.

Het overzicht Sprout 50 Challengers vindt u hieronder, klik op de naam van het bedrijf voor meer informatie. Sprout 50 bedrijven zijn:

- jonger dan vijf jaar
- niet groter dan 200 man
- ambitieus. Sprout 50 bedrijven willen een serieuze marktpartij zijn, het liefst internationaal

### gerelateerde artikelen

- › Simply Colors
- › Ten Have & Company
- › Sprout 50: Wie valt af?
- › Sprout 50: Domme spelletjes
- › Sprout 50: Knokken met Bill Gates

### laatste reacties

- ♥ 3 De vijftig grootste uitdagers van Nederland
- ♥ 1 IP-X Financial Careers
- ♥ 2 De Mol stopt met Tien
- ♥ 1 Zalm de hypocriet
- ♥ 1 Easybow

### specials



**25 startende ondernemers**  
volg ze in hun eerste jaar



## Auris



TOYOTA

U bent hier: [Home](#)

zoeken

ok

archief

linktips

## nieuws

### Stroom

21 juni 2007 12:02

Opgericht: 2002  
Omzet 2006: 35 miljoen  
Verwachting 2007: 40 miljoen  
Werknemers: 18  
Daagt uit: Kobalt, Mindshare

Communiceren met de klant, en inzicht in het effect daarvan. Stroom mediacommunicatie doet, behalve mediaplanning en inkoop van media, onderzoek naar de effecten van reclamecampagnes van haar klanten. De groei van afgelopen jaar (35%) was vooral te danken aan nieuwe klanten zoals Tele2 en Vliegwinkel. Volgens partners Patrick Veldhuis (38) en Titus Eikelboom (39) is de basis van het succes dat zij 'als eerste zullen toegeven dat reclame een ongewenst verschijnsel is.' 'Juist met dit besef proberen wij de marketingdoelstellingen van onze klanten te realiseren. Daarbij komt veel kennis maar ook juist veel creativiteit kijken.'

Belangrijk verschil tussen **Stroom** en traditionele mediabureaus is inzicht in media en doelgroep, aldus Veldhuis en Eikelboom. Het komende jaar investeert Stroom dan ook in het opbouwen van nog meer 'consumer insight' door middel van een eigen onderzoeksafdeling.

printen send to a friend reageer

### gerelateerde artikelen

- » Sprout 50: Pillendraaier
- » Sprout 50: Leren van de concurrent
- » Sprout 50: Hoe doe je een succesvolle overname?
- » Sprout 50: Hotelspecials
- » Sprout 50: Marqt

### laatste reacties

- 3 De vijftig grootste uitdagers van Nederland
- 1 IP-X Financial Careers
- 2 De Mol stopt met Tien
- 1 Zalm de hypocriet
- 1 Easybow

### specials



**trends in startkapitaal**  
Wat is het karakter van de investeerder?



- » deze maand in sprout
- » abonneren
- » adverteren
- » nieuwsbrief

[RSS](#) [XML](#)

**FUJITSU** COMPUTER  
**SIEMENS**



- o **Home**
- o **Dossiers**
  - » Personeel
  - » Fiscaal
  - » Marketing & sales
  - » Finance
  - » Bedrijfsvoering
- o **Columns**
- o **Netwerken**
  - » Ondernemersnetwerk
  - » Forum
  - » Bedrijf te koop
- o **Weblogs**
  - » Goodblog
  - » Expertlog
  - » Sproutstart
  - » Sprout International
- o **Video**
- o **Online special**
  - » Veiligheid en ICT
- o **Events**