



ECONOMIE IN DE REGIO

PRAKTIJKLES ECONOMIE

Ondernemende tieners helpen plasticvrije shampoofabrikant

Economieles uit schoolboeken? Nee, leerlingen van het Wolfert Lyceum in Bergschenhoek richtten als huiswerk gewoon een eigen zaak op. En het bedrijfsleven leert van de ondernemende tieners.

Leon van Heel

Bergschenhoek/Rotterdam

Met zijn filmpje op TikTok over haarzeep trok Daven Inderson (18) in één keer 15.000 kijkers. Dat was ze bij de fabrikant nog nooit gelukt. Hoe hij dat voor elkaar heeft gekregen? Inderson haalt zijn schouders op: „Gewoon gefilmd en online gezet.”

Daven Inderson begon het afgelopen jaar met schoolgenoten Pien Struijs, Fenna Stolk en Gwen Wubben een winkel in verantwoord shampoo. In tegenstelling tot de vloeibare zepen bevatten deze blokken geen plastic.

In de eerste weken van haar bestaan, verkocht Zeepy honderden soapbars. In het begin veel aan familie van de vier jonge oprichters, maar na het TikTok-filmpje vonden ook mensen buiten de kenniscring de weg naar de Zeepy-webshop. Toeleverancier Beesha, waar zij de zeep inkochten, volgde de verkoopcijfers met argusogen. „Hier leren wij ook van”, zegt Ben Bos van de zeepfabrikant uit Almere.

In het diepe

Het starten van een eigen onderneming is onderdeel van de economielessen bij het Wolfert Lyceum in Bergschenhoek, zodat de leerlingen ervaren wat er allemaal bij komt kijken. Jaarlijks gooien meer dan vijfhonderd scholen in Nederland hun leerlingen zo in het diepe. Ze schrijven zich in bij de Kamer van Koophandel, openen een bankrekening, doen een marktonderzoek, onderhandelen met klanten en leveranciers (‘We dachten een overeenkomst te hebben met Wim, maar Wim bleek daar helemaal niet over te gaan en het stond niet op papier’), bouwen een website, moeten zorgen dat de boekhouding op orde is en ze betalen belasting.

Achter deze praktijklessen zit de stichting Jong Ondernemen, een organisatie van zakenlieden die jongeren enthousiast wil maken voor het beginnen van een eigen zaak. Onder meer mediamagnaat Joop van den Ende, Randstad-oprichter Frits Goldschmeding en reismiljardair John Fentener van Vlissingen zijn betrokken bij Jong Ondernemen. Net als voormalig GroenLinks-politicus Paul Rosen-

► Daven Inderson (18) en links Fenna Stolk presenteren de bedrijfsresultaten van Zeepy.

FOTOS JAN DE GROEN



◀ Scholieren van het Wolfert Lyceum presenteren hun bedrijfjes die zij in het kader van economieles hebben moeten oprichten.

möller die tegenwoordig voorzitter is van de VO-Raad, de vereniging van scholen in het voortgezet onderwijs.

Het komt nooit voor dat zo'n middelbare school-bedrijf uitgroeit tot een serieuze onderneming. Ook Zeepy is weer ter ziele, ondanks dat de Bergschenhoekse tieners in de paar maanden dat het bedrijf bestond 44 procent winst draaiden op hun investeringen - ruim 500 euro die zij ophaalden bij hun familie. De winst keren zij als dividend weer uit aan hun 'aandeelhouders'. Eenmaal geroken aan het ondernemen zullen de leerlingen later wel gemakkelijker voor een eigen bedrijf kiezen, zegt Jong Ondernemen.

Winkelwagenmuntjes

Ook de andere bedrijven die door 28 leerlingen van het Wolfert Lyceum zijn opgericht, zijn alweer opgeheven. Van een onderneming

die biologisch afbreekbare winkelwagenmuntjes op de markt bracht tot een leverancier van potten met ingrediënten voor het bakken van koekjes, allemaal goede ideeën maar de leerlingen willen er geen van allen mee doorgaan.

„Het ondernemen kost gewoon heel veel tijd”, zegt Daven Inderson. „Ik zit in mijn examenjaar van het vwo en dan kun je geen bedrijf ernaast hebben.” Hij vindt dat niet jammer, zegt hij. „Dankzij Zeepy zijn 505 minder shampooflessen met plastic verkocht. Dat hebben



Dankzij Zeepy zijn 505 minder shampooflessen met plastic verkocht

- Daven Inderson

we wel voor elkaar gekregen. Wij stoppen, maar er zijn genoeg andere winkels waar je shampoo's kunt kopen.”

Waaronder dus Beesha van Ben Bos, die van de samenwerking met Zeepy juist leerde dat de jonge doelgroep weliswaar milieubewust is, maar ook voorzichtig met de aanschaf van een shampoo die niet uit een vertrouwde fles komt. „De proefpakketten die Zeepy op de markt bracht werden veel meer verkocht dan de gewone stukken zeep.” Die proefpakketten heeft Beesha nu zelf ook in het assortiment opgenomen.

Instagram

Een andere les die Bos heeft getroffen uit het ondernemersavontuur met de tieners is het 'investeren in social media-gebruik'. „Met Instagram en Facebook bereiken we de moeders, maar niet de jongeren. We hadden al een TikTok-account, maar daar deden we niet zoveel mee.” Hier komt na het succes van het Zeepy-filmpje op TikTok verandering in. „Daar zit een enorm marktpotentieel, weten we nu. We hebben daar een professioneel bedrijf voor ingeschakeld, omdat het voor ons een onbekende wereld is.”

Beesha wil in de toekomst vaker met ondernemende tieners en ook hbo'ers en studenten aan de slag. „We bestaan pas 15 maanden, zijn zelf nog een start-up en moeten dus zelf ook heel veel uitvinden en leren.”

Koekoek naar de landelijke finale

Het middelbareschoolbedrijfje Koekoek van vier leerlingen van het Wolfert Lyceum heeft zich geplaatst voor de landelijke finale van Jong Ondernemen.

De 6vwo'ers bedachten potten met ingrediënten - in de juiste hoeveelheden - voor het bakken van koekjes. „Behalve water, eieren en boter, want dat heeft iedereen wel in huis”, zegt Lara Plugge. „Bakken uit zo'n pot betekent minder verspilling en minder rommel.”

Bijzonder aan hun bakpotten is, zegt zij, dat zij de grondstoffen afdemen van de Blooming Bakery in Capelle aan den IJssel. Dat is een bakkerij waar slachtoffers van geweld werken: van kinderen die zijn mishandeld tot vrouwen die tot prostitutie zijn gedwongen. „De kopers van de potten ondersteunden meteen de Blooming Bakery.”

In de landelijke finale nemen Plugge, Zara van der Velden, Roos Streefkerk en Nynke Wilde het op tegen zes andere bedrijfjes. Zij zijn de enige finalisten uit de Rotterdamse regio. De finale is 12 april.