

# Mini-ondernemen

## AOC *de Groene Welle* Hardenberg

Ze zijn zelf een beetje verrast dat ze voor deze rubriek gevraagd zijn, net zoals ze verrast zijn door hun eigen succes. Ze hadden verwacht misschien 25 paar klompen te verkopen, het zijn er meer dan honderd. Met een omzet van ruim tweeduizend euro overtreffen ze hun eigen verwachtingen. Hoe heeft het zo kunnen gebeuren?

### Doelgroep

“Ik houd zelf ook van klompen. Wij zijn allemaal plattelandjongens en kennen de doelgroep dus goed.” De zes jongens en het ene meisje - “jammer dat Saskia ziek is” - van mini-onderneming Klomp Goed van AOC de Groene Welle in Hardenberg namen eerst enquêtes af onder hun doelgroep om te onderzoeken of er wel belangstelling was voor hun product. Dat bleek het geval. Vervolgens maakten ze afspraken met een lokale leverancier van blanco klompen. Omdat ze een flinke eerste afname garandeerden mochten ze de klompen onder de verkoopprijs van de leverancier verkopen. Ze maakten reclame in hun eigen circuit, via het sportblaadje en Facebook. De klanten leveren zelf een logo of een foto en de leverancier drukt die vervolgens op de klompen af. “Hij heeft het nog nooit zo druk gehad.”

### Doeners

De zeven leden van de mini-onderneming zitten in het derde jaar van de veehouderijopleiding niveau 4. Bij de start van de mini-onderneming aan het begin van het schooljaar moesten ze een testje doen, waaruit bleek dat zij allemaal ‘doeners’ zijn. De docent adviseerde om een mix te maken

met ‘denkers’ en ‘dromers’ en ‘beslissers’, maar ze kozen er toch voor om met elkaar verder te gaan. Het pakte goed uit. Ja, er waren wel eens ergernissen omdat een bestelling te laat binnenkwam, maar door ingrijpen van personeelsfunctionaris Noud en met een goed gesprek is dat toen opgelost. Het mooie van zo’n groot project, vinden de jongens, is dat ieders sterke (en zwakke) punten extra duidelijk worden. Zo had voorzitter Johan zijn stukken altijd netjes op tijd af en hij zorgde ervoor dat anderen dat ook deden. En Teun bleek heel goed met computers, bijvoorbeeld in het geschikt maken van de aangeleverde afbeeldingen voor het afdrucken.

### Ook notulen

“Het mooiste is dat je met elkaar uit het niets, en met weinig verwachtingen toch zoiets voor elkaar krijgt,” vindt Johan. “Soms is er strijd maar het is mooi om te zien dat je er ook weer uit komt.” Teun vond het prachtig om mensen over te halen om klompen te kopen. Martijn vond het leuk om dingen te regelen, oplossingen voor problemen te zoeken. Wilco en Rick leefden op als ze klanten blij konden maken. “Als je een paar verkoopt en mensen zeggen dan: ‘Sodeju, da’s mooi geworden.’” Waar ze het allemaal over eens zijn, is dat het makkelijker is om zo’n prestatie te leveren met elkaar dan in je eentje. Ze willen nog wel eens de strijd aangaan over wie de meeste klompen heeft verkocht, maar ze beseffen tegelijkertijd heel goed dat alle werk bijgedragen heeft aan het resultaat, ook het maken van de notulen. “In je eentje”, zegt Teun, “zie je uiteindelijk door de bomen het bos niet meer.” ■



# g Klomp Goed



*‘Sodeju, da’s mooi geworden!’*

**Van links naar rechts: Martijn Arkes** financiën, **Johan de Groot** voorzitter, **Rick Smid** inkoop en productie, **Teun Bosch** PR, **Noud Brinke** personeelszaken, **Wilco Hoving** PR. Niet aanwezig: **Saskia Ranter** notulist.