



1 Met de klok mee: Medewerkster Roeliene de Jong tussen de stellingen met wol (1). Renske Jorritsma-Vlasman wikfelt garen op een zogeheten flower voor het vervaardigen van bloemmotieven (2). Simon Jorritsma bestudeert op de computer (3). Roeline de Jong stelt een pakket samen voor verzending (4). De oude zuivelfabriek in Rinsumageast waarin de

De oude zuivelfabriek in Rinsumageast herbergt de grootste webshop voor alles wat met breien te maken heeft. Per jaar gaan er twintigduizend zendingen de deur uit.

RENE VAN BAAL
FOTO'S LC/ NIELS WESTRA

Dagelijks rijdt er een auto van TNT Express voor om pakketjes met wol en breibenodigheden op te halen, bestemd voor online kopers in Nederland, België, de Antillen, Zuid-Afrika, Spaanse en Italiaanse pensionados of emigranten in Canada, de VS of Australië. Renske Jorritsma-Vlasman (39), haar man Simon (42) en twee medewerkers hebben er de handen vol aan. In zes jaar is hun onderneming De Hobby van hobbyactiviteit uitgegroeid tot een flinke onderneming. De eerste ingekochte wol werd in 2005 opgeslagen op de eigen slaapkamer, later sliepen ook de kinderen temidden van stapels wol. De explosieve groei van de inter-

netverkoop noopte tot een andere oplossing. Die werd gevonden in de overname van de oude zuivelfabriek in Rinsumageast van Simons vader. De omzet groeit 30 procent per jaar, maar het echtpaar bereidt zich voor op veel meer. Richtte de site van De Hobbydoos zich tot dusver op Nederlandstaligen, binnenkort gaat ook een Engels- en Duitstalige versie het wereldwijde web op. „Alleen al de Duitse markt is tien keer zo groot”, weet Simon, en het handwerken is daar veel meer gemeengoed dan hier. „Eigenlijk is De Hobby per ongeluk ontstaan”, aldus Renske, „doordat Simon voor de leuk een website voor mij maakte. Ik wilde het gewoon eens proberen, en het leek me wel gezellig om mensen te informeren over breien. Gratis patronen uitwisselen, dat soort dingen.”

Zelf je kasjmier trui breien scheelt vele honderden euro's

Door het enorme succes besloot het paar echter al rap om de zaken bedrijfsmatig aan te pakken. De snelle groei van De Hobby is goeddeels te danken aan Simons expertise van Google. Als geen ander weet de internetprogrammeur te bewerkstelligen dat De Hobby bovenin de lijst verschijnt bij het intik-

ken van zoektermen door mensen die iets met wol, breien, haken, patronen, naalden of wat dan ook zoeken op het internet. Dat doet hij onder meer door slim advertentieruimte in te kopen, die bezoekers naar de site van de Hobby leidt. Elke euro genereert €10 aan omzet. De investering verdient zichzelf terug door advertenties op de site. Elke bezoeker die daarop klikt, levert de Hobby weer geld op. „Zonder Google kan ons bedrijf niet bestaan”, beaamt Renske. „Terwijl de meeste winkels er een verkoopsite naast hebben, is internet onze corebusiness.” De creatieve Renske – ze is opgeleid als docente handvaardigheid en ontwerpt onder meer breipatronen, die gratis ter beschikking worden gesteld op de site – en de zakelijke internetprogrammeur Simon vormden

de ideale combinatie om de handel via internet tot een succes te maken. „We zijn tot elkaar veroordeeld. Scheiden is geen optie”, grapt Renske. Normaal zouden ze naar schatting 2,5 ton kwijt zijn geweest om de techniek en de kennis in te kopen die vereist is om voldoende site-bezoek te genereren. Dat is voor starters met een online-winkel niet op te brengen. De Hobby heeft de tijd mee. Breien is immers helemaal terug. Het suffe imago van ‘bezigheid voor oma's’ is heeft plaatsgemaakt voor het besef dat het hip is om je eigen, unieke trui te maken. „Er zijn goede ontwerpers opgestaan, er is prachtige wol uit de hele wereld te koop en het is weer lonend. Een trui van kasjmier wol die in de winkel €900 kost, brei je zelf voor €200. Dat telt in deze tijd ook mee.”

