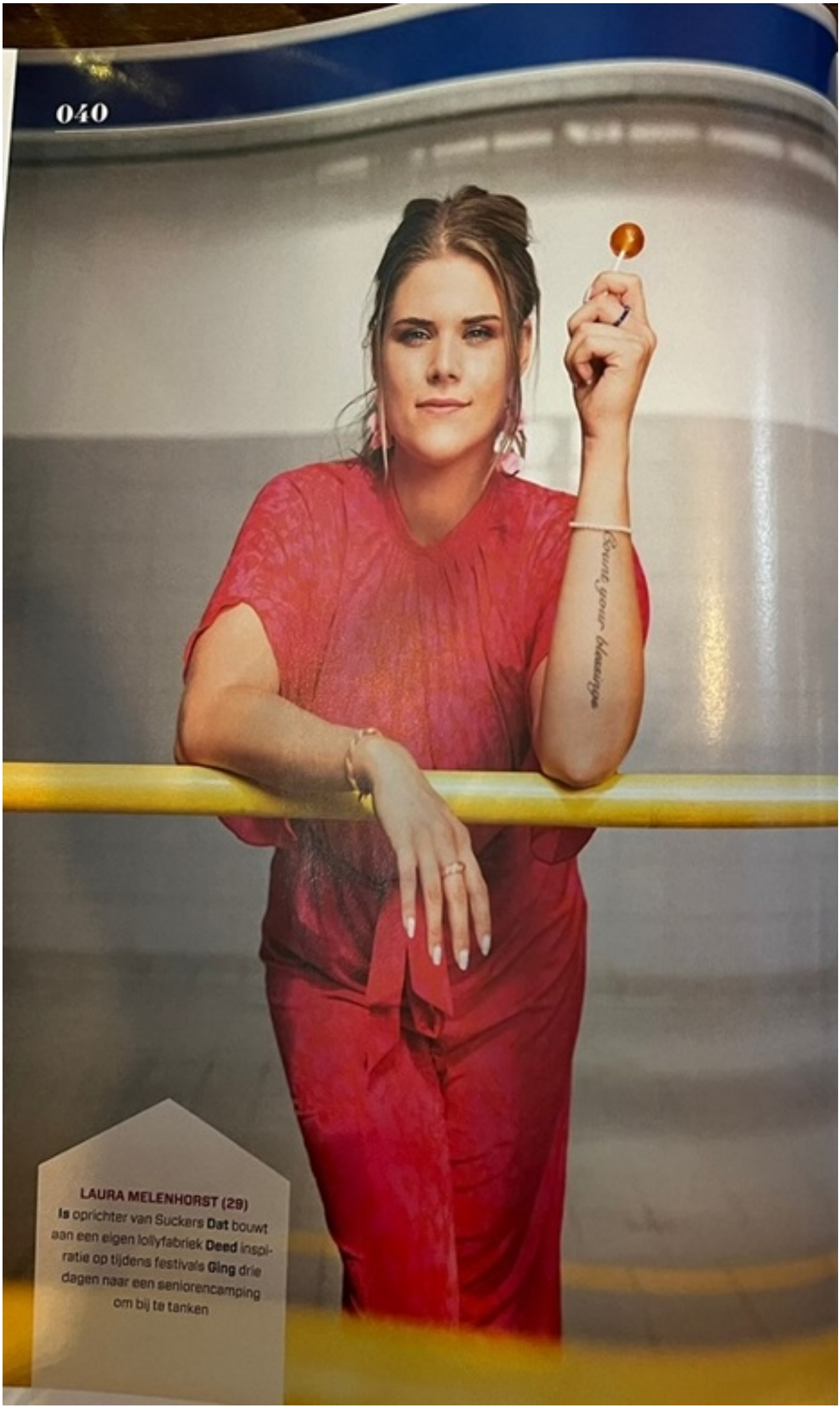

LAURA MELENHORST (29)
Is oprichter van Suckers **Dat** bouwt aan een eigen lollyfabriek **Deed** inspiratie op tijdens festivals **Ging** drie dagen naar een seniorencamping om bij te tanken

Tekst **BRAM LEFERINK OP REININK** *Beeld* **MAURITS GIESEN**

Stout snoepgoed

Uit uw dak gaan doet u het beste met een lolly, vindt ***Suckers***.

Kom op, jongens, dit moet toch kunnen? Er rijden zelfs auto's op Mars! Dit dacht Laura Melenhorst na de zoveelste afwijzing van een snoepfabrikant. Haar verzoek? Een lolly met een eetbaar stokje ontwikkelen. Die fabrikanten zagen echter steeds beren op de weg: zo'n lolly zou van het stokje vallen, het stokje zou te plakkerig worden en als zoiets überhaupt mogelijk was, had het allang bestaan. Maar toen kenden ze de volharding van Melenhorst nog niet. Gevraagd naar de grootste opgave uit haar ondernemersbestaan zegt ze: 'Tijd. Ik zit vol stampende kleuterenergie. Ik wil altijd nu, nu, nu. Dus heb ik moeten leren dat er soms ook schoonheid zit in geduld hebben.'

Het idee voor geheel eetbare lolly's ontstond anderhalf jaar geleden, toen Melenhorst tijdens een festival een enorme rij voor een lollykraampje zag staan. Haar interesse in het snoepgoed was gewekt. Ze trok de stoute schoenen aan en belde diverse festivalorganisatoren, maar die vertelden dat ze, ondanks de geweldige omzet, gingen stoppen met de lollyverkoop. De kosten voor het opruimen van de stokjes en papiertjes waren zo hoog dat het niet meer rendabel was. Dus greep Melenhorst haar kans en bedacht Suckers. Een lolly met een eetbaar stokje zou het afvalprobleem oplossen én voorzien in de behoefte van de festivalganger. Waarom die feestneuzen zo graag lolly's eten? Dat heeft alles te maken met de stimulerende middelen die ze massaal tot zich nemen. Door een xtc-pilletje krijg je zin in iets zoets en daarnaast biedt een lolly soelaas tegen bijwerkingen als tandenknarsen en kaakklemmen. 'Als journalisten vragen wie mijn doelgroep is, mogen ze kiezen: "Wil je het eerlijke of het diplomatieke antwoord?"'

Het eerlijke antwoord is duidelijk: festivalgangers die drugs hebben genomen. Daarom bevatten de lolly's die Melenhorst als samples liet maken vitamine C en B5 en aminozuren, voedingsstoffen waarvan het niveau daalt als gevolg van drugs. Tot nu toe zijn er twee smaken: watermeloen-munt met een limoenstokje en mango-passievrucht met citroenstokje. 'Ook wel een crowdpleaser, als je het mij vraagt.' Volgens Melenhorst koopt een op de zes festivalgangers een lolly, dus met een gemiddelde prijs van 2 euro moet het verdienmodel levensvatbaar worden. Maar hoe voorkom je dan dat iedereen uiteindelijk met een zelf meegebrachte Chupa Chups van 12 cent in z'n mond loopt? 'Onze propositie is dat Suckers het enige lollymerk op een festival is. Lolly's van andere merken zullen bij binnenkomst moeten worden ingenomen.'

Als we Melenhorst vragen waar ze het meest trots op is, verwijst ze naar het feit dat ze trouw is gebleven aan haar originele idee. 'Ik heb geen enkele concessie gedaan. Het moest en zou een volledig eetbare, suikervrije lolly worden in de vorm van een discobal.' Die standvastigheid heeft wel grote consequenties gehad voor haar startup. De fabrikanten die ze benaderde wilden niet de benodigde investeringen doen om haar droomlolly te maken. Dus moet Suckers nu niet alleen een lollymerk bouwen, maar ook een eigen fabriek. Daarom is er nu een investeringsronde in volle gang. Het doel? Een half miljoen euro ophalen. Inmiddels is 120.000 euro toegezegd door drie investeerders. 'Dit najaar willen we klaar zijn en in februari 2025 moeten de eerste lolly's van de band rollen.'

En daar blijft het niet bij, want uiteindelijk wil Suckers meer producten ontwikkelen en uitbreiden naar de retail. •

'Als journalisten vragen wie mijn doelgroep is, mogen ze kiezen: "Wil je het eerlijke of het diplomatieke antwoord?"'

WAT VINDT DE EXPERT? Martijn van Daalen, commercieel directeur ID&T: 'Verduurzaming van onze events staat hoog op de agenda. Er is al een statiegeldsysteem ingevoerd en plastic rietjes zijn afgeschaft, dus wat dat betreft zou dit product goed passen. Voorkomen dat bezoekers lolly's van andere merken meenemen wordt lastig. Wel bieden wij partners de garantie dat er op het terrein geen andere merken worden verkocht.'