

## **Studenten en leerlingen kraken samen casussen voor UPS**

**Na het succes van vorig jaar is afgelopen vrijdag voor de tweede keer de UPS-dag georganiseerd. Studenten van de Haarlem Business Class (HBC) kraakten wederom samen met leerlingen van het Bonhoeffer College (Castricum), dit keer aangevuld met leerlingen van het Fioretti College (Lisse), vier casussen van pakkettengigant UPS. “Vandaag promoveer ik jullie allemaal tot directeur van UPS! Wees creatief, blijf dromen en bedenk hoe jij onze problemen zou oplossen.” Daarmee geeft Kay Wassink, Small Business Channel Manager bij UPS, het startsein.**

Schuchter kwamen ze binnen, de acht leerlingen uit 4 havo van het Fioretti College. Allemaal meisjes, al berust dat volgens de twee meegereisde docenten op toeval. “Eigenlijk wilden we volgend jaar pas meedoen met leerlingen uit 5 havo, om ze beter voor te bereiden op het hbo. Maar toen bleek dat we ook dit jaar al welkom waren, twijfelden we geen moment”, vertelt docent Jos Botman. Zijn collega Reinier Vergunst vult aan: “Het past binnen de filosofie van onze school om de omgeving bij de lessen betrekken. Zo leren we onze leerlingen in de praktijk samenwerken, reflecteren en zelfredzaam te zijn.” Al blijkt dat laatste nog knap lastig als de meiden, zeer tegen hun verwachting in, alle acht in een ander groepje worden ingedeeld.

### **Gesneden koek**

Voor de leerlingen van het Bonhoeffer College uit Castricum is de UPS-dag gesneden koek. Vorig jaar al kraakten de leerlingen uit de Bonhoeffer Business Class (BBC) casussen van UPS. “Geweldig om hier weer te zijn”, vinden Mechteld Hennekens en Herald Kornblum, de twee docenten die de BBC vier jaar geleden hebben opgezet. “Dit is zo’n mooie gelegenheid voor onze BBC-leerlingen om te leren in de praktijk. Dat doen ze ook met andere projecten. Zo hebben ze de ING betaalapp helpen verbeteren en een sollicitatiesite voor de Rabobank gebouwd. Met dergelijke projecten bereiden we leerlingen uit 4 havo en 4 vwo voor op een economische vervolgopleiding.”

### **Heppie-de-peppie**

De rol van de Haarlem Business Class-studenten is anders dan anders. Waar ze gewend zijn zelf een casus te kraken, hebben ze vandaag meer de rol van begeleider. Lars Broerse, student Business Studies en deelnemer aan de HBC: “We ondersteunen, laten zien wat er wordt bedoeld met een onderzoekende houding en helpen bij het oplossen van de casus. Leerzaam voor hen maar ook zeker voor ons.” Erno Pickee, samen met Kees van Dam de drijvende kracht achter de HBC, vindt het belangrijk dat leerlingen en studenten kennis opdoen maar, benadrukt hij: “Ervaring opdoen is minstens zo belangrijk. Bij het casus kraken weet je nooit hoe de dag gaat verlopen. Iedereen is uit zijn of haar comfort zone. Dat is onwennig maar uiteindelijk brengt juist dat je tot oplossingen die de verwachtingen overtreffen. En dan is iedereen heppie-de-peppie.”

### **Creatieve denkproces**

De casussen waar de aanwezigen hun kiezen in mogen zetten, komen rechtstreeks uit de praktijk van UPS. Inzet van drones, geschikt personeel voor een nieuwe vestiging, de inzet van UPS-lockers en het in één keer bezorgen van pakketjes. Kay Wassink: “Gisteren hebben we deze casussen voorgelegd aan onze eigen mensen. Leerlingen en studenten worden niet gehinderd door bedrijfsblindheid, zijn flexibel van geest en denken na over hun toekomst. Dat geeft energie en heel andere oplossingen!” Zijn collega Anneloes Linzel, verantwoordelijk voor HR, vult aan: “De ideeën van vorig jaar gebruik ik nog regelmatig. Het helpt bij het op gang brengen van het creatieve denkproces. Sowieso heeft de UPS-dag ons vorig jaar veel opgeleverd. We hebben er twee goede stagiaires aan overgehouden.”

### **Allemaal winnaars**

Uiteindelijk zijn er twee winnende groepjes. Zij krijgen, net als de winnaars van vorig jaar, een rondleiding door het dc van UPS in Keulen. De meiden van het Fioretti zijn hun schroom compleet

vergeten en nemen met een glimlach afscheid van hun nieuwe vrienden van het Bonhoeffer College en Inholland. De UPS-delegatie gaat tevreden terug naar kantoor. Vol inspiratie, nieuwe contacten en praktijkgerichte oplossingen. Dat de UPS-dag wederom een groot succes was, is eigenlijk overbodig om hier nog te melden.