

Imagocampagne sector en meer betrokkenheid bedrijfsleven moeten tij keren

Opleidingen plantenteelt in diep dal



PHOTO: J. VAN DEN BORN

De opleidingen Plantenteelt bevinden zich op een dieptepunt. Niet verwonderlijk, in bedrijfstakken als de akkerbouw en fruitteelt verdienen ondernemers een schraal belegde boterham. Jongeren tonen echter evenmin belangstelling voor wel florerende sectoren als de glastuinbouw. Een brede publiciteitscampagne om het imago van vies, zwaar en onderbetaald werk te doorbreken moet samen met een hechtere band tussen onderwijs en bedrijfsleven het tij keren.

◀ *In de glastuinbouw valt nog wel een goede boterham te verdienen; toch blijkt er voor die richting in het groene mbo ook weinig belangstelling*

Het motiveert niet. Tijdens open dagen besteden docenten veel tijd aan leerlingwerving. Docent Plantenteelt Jan Kostelijk van de mbo-afdeling van het Groenhorst College in Velp klaagt hier niet over. Wel zakt de moed hem in de schoenen bij het teleurstellende aantal belangstellers. Voor de opleiding Plantenteelt meldden zich dit jaar slechts vijftien leerlingen aan, weer vier minder dan vorig jaar. De ervaringen van Kostelijk lopen parallel met die van alle aoc's. De opleiding Plantenteelt met daarin de keuzemogelijkheden Boomteelt, Fruitteelt, Groenteteelt, Glastuinbouw, Akkerbouw, Bollen- teelt, Biologische Landbouw en Loon- werk zuchten onder een steeds verder afkalvende belangstelling. Vanaf het schooljaar '96/97 tot '02/03 daalde

alsnog overnemen. Dit betekent volgens hem dat BBL-opleidingen de plaats van het BOL-traject vervangen. Wout van den Bor van AOC Terra stelt dat, naast grotere ondernemers- risico's door hogere grondprijzen en lagere prijzen voor de gewassen, de schaalvergroting in de akkerbouwse- ctor meespeelt. Steeds minder bedrij- ven verzorgen hetzelfde productieve- lume. Deze ontwikkeling vraagt meer technische en bedrijfseconomische bagage van de ondernemers. Bedrijfs- opvolgers kiezen daarom via de havo voor een hbo-opleiding. In de bedekte teelten van de tuinbouwsector valt nog wel een goede boterham te ver- dienen. Niettemin bestaat er weinig belangstelling voor de opleiding Plan- tenteelt. Ook hier speelt volgens Rien van Tilburg van het Wellant College schaalvergroting een rol. Tevens con-

beeld." Peter Meurs uit Nagele, groen- tekweker en bestuurslid van de vak- groep Vollegronds Groenteteelt van LTO, denkt dat de afstand tussen scholen en het bedrijfsleven ook een rol speelt. Het bedrijfsleven kreeg de indruk dat scholen zich niet bezig- hielden met onderwerpen die leerlin- gen in de praktijk gebruiken. Daar- naast vormde arbeid een sluitpost op de begroting en trokken bedrijven voor het tijdelijke werk arbeidskrach- ten uit het voormalige Oostblok aan.

Verkeerd imago

Aoc's houden hun opleidingen met pijn en moeite in stand. Vijftien leer- lingen voor de differentiaties Glas- tuinbouw en Boomteelt op vier ni- veaus plaatsen Kostelijk voor organi- satorische en onderwijskundige problemen. Zijn instituut geeft de moed nog niet op. Niet de rooskleu- rige vooruitzichten voor de sectoren maar de langste adem geldt daarbij als motief. "Misschien komen er bij ons leerlingen wanneer andere insti- tuten afhaken", hoopt Kostelijk. Hij vreest dat het bedrijfsleven straks door een tekort aan middenkader het gelag betaalt. André van Veen van AOC West Brabant merkt op dat aoc's in een vicieuze cirkel raken. De sec- tor vraagt minder maar tegelijkertijd hoger gekwalificeerd personeel. Door het dalend leerlingenaantal krijgen scholen het steeds moeilijker deze op te leiden.

De tuinbouwsector onderkent de pro- blemen. Om het imago te verbeteren organiseerde de bedrijfstak tijdens de Tuinbouw Experience op de Floriade speciale activiteiten voor jongeren. Met ruim achtduizend bezoekers vol- deed dit aantal aan de verwachtingen. Daarnaast bezochten 350 decanen uit het voortgezet onderwijs voorlich- tingsbijeenkomsten over de sector. Uit een enquête kwam naar voren dat jongeren de tuinbouwsector niet ken- den en associeerden met vies, zwaar en onderbetaling. Volgens een onder- zoek blijkt negentig procent van de werknemers juist met plezier in de sector te werken. Het effect van Tuin- bouw Experience op het aantal aanmeldingen voor opleidingen Plan- tenteelt bleef uit. Met vertegenwoordi- gers uit het bedrijfsleven en onder- wijs start de tuinbouwsector binnenkort een campagne om het imago verder te verbeteren. Daarbij draait het primair om potentiële leerlingen →

"Veel toekomstige leerlingen associëren het werk op een tuinbouwbedrijf nog met lage lonen en zwaar en vies werk"

het aantal leerlingen Plantenteelt vol- gens cijfers van het Ministerie van Landbouw van 3.993 tot 2.993. De opleidingen Loonwerk beperken de schade, de hardste klappen vallen bij de opleidingen voor de productiesec- tor. Zo daalde het aantal leerlingen bij de BOL-opleiding zelfstandig beroepsbeoefenaar Akkerbouw van 231 tot 45, bij Bloementeel van 146 naar 10 en bij Groenteteelt van 149 naar 4.

Oorzaken

De teloorgang van de opleidingen Plantenteelt kent meerdere oorzaken. In een aantal sectoren verdienen ondernemers een schamel belegde boterham. Cvb-voorzitter Herman Laros van Edudelta constateert dat potentiële bedrijfsopvolgers in de akkerbouw en fruitleelt kiezen voor opleidingen met meer perspectief. Daarna beslissen ze of ze het bedrijf

stateert hij dat bedrijfsovername bij familiebedrijven niet meer als van- zelfsprekend geldt. De gemiddelde gezinsgrootte neemt af, kinderen kie- zen vaker voor een ander bestaan. Daarnaast denkt hij dat het groene onderwijs te lang heeft voortgebor- duurd op de populariteit in de jaren tachtig: "Blijkbaar slagen we er niet in ons onderwijs aantrekkelijk te maken." Ook stelt hij dat het imago van de groene sector als geheel te wensen overlaat. Veel toekomstige leerlingen associëren het werk op een tuinbouwbedrijf nog met lage lonen en zwaar en vies werk. Henk Beelen, sectormanager van Aequor, beaamt dat het imagoprobleem een rol speelt. Jongeren kennen de mogelijk- heden van de tuinbouwsector niet. Leerlingen die tijdens vakantiewerk kennismaken met deze bedrijfstak krijgen ook vaak een negatief beeld mee. "Wanneer je tijdens vakantie- werk tomaten plukt met een illegale werknemer, krijg je een verkeerd

en daarnaast om personen als decanen en ouders die hun beroepskeuze beïnvloeden. Woordvoerder Helga van Marrewijk van het Productschap Tuinbouw: “We kampen met een kennisprobleem, men kent de vele kansen, de omvang en de breedheid van de mogelijkheden niet. Daarnaast bezit de sector het imago van een onaantrekkelijke werkomgeving met weinig uitdaging. In de campagne profileren we de tuinbouw als een aantrekkelijke bedrijfstak waarbij we ons richten op alle opleidingen.”

Recessie helpt

Paul Steyn van de Vakgroep Tuinbouw van LTO Nederland ziet nog kansen. De huidige economische malaise vermindert de druk uit concurrerende branches. Zo trof hij kortgeleden op een banenmarkt nauwelijks meer bedrijven uit de financiële wereld en de IT-sector. Hij verwacht met een betere samenwerking tussen scholen en bedrijfsleven het tij te keren. Door een betere afstemming van de wensen van het bedrijfsleven op het onderwijspakket groeit de betrokkenheid. Bedrijven die zich presenteren tijdens open dagen van scholen verbeteren het imago eveneens. Hij erkent dat sommige ondernemers vaak kiezen voor goedkope en tijdelijke arbeidskrachten uit het buitenland en hun bedrijfstak daarmee onaantrekkelijk maken voor jongeren: “Dat klopt, maar vaste contracten leggen een zware financiële druk op een klein bedrijf. De risico’s voortvloeiend uit uitval door ziekte komen steeds meer bij de ondernemer te liggen. Bedrijven kozen daarom voor loonwerk.” Voor de sectoren met minder rooskleurige economische vooruitzichten bestaan er eveneens kansen. AOC Terra denkt dat gesprekken met het hbo over doorlopende leerlijnen de opleidingen Plantenteelt meer leven in kunnen blazen. Ook bereidt Terra een opleiding Ondernemerschap voor om meer leerlingen aan te trekken. Edudelta gelooft dat meer maatwerk in BBL en BOL de kansen voor de opleiding Plantenteelt vergroot. Daarnaast moeten bedrijven hun teeltplan en scholen hun opleidingen afstemmen op de marktontwikkelingen. ∞

Gerrit Strijbis