

Campagne 'Groen werkt' gestart

GEZOCHT geschoolde krachten



FOTO: PRODUCTSCHAP TUINBOUW

negatief beeld van saai productiewerk. Kortom, een slecht imago, waardoor voor veel scholieren een objectieve keuze voor een vak in de tuinbouw niet voor de hand ligt. Niet alleen kiezen heel weinig jongeren voor een tuinbouwopleiding – minder dan tien procent van de leerlingen op het vmbo groen kiest voor een vervolgonderwijs in deze sector –, uiteindelijk gaan er nóg minder in werken.

Kansen voor vakmensen

Hoog tijd voor een campagne, vond het Productschap Tuinbouw. Om de jeugd duidelijk te maken dat werken in de tuinbouw niet alleen een mogelijkheid is voor mensen met groene vingers, maar ook voor technici, handelaren, creatievelingen en regelaars. De tuinbouw is een grote, brede sector met aantrekkelijk werk in de logistieke, agrarische en economische hoek, op verschillende niveaus: dát is de boodschap. In bijgaand kader staan ter illustratie een paar voorbeelden van de diversiteit aan mogelijke banen.

Het productschap – dat de hele tuinbouwsector en de hele keten vertegenwoordigt – is financieel en projectleider van de campagne 'Groen werkt'. Het 'groene' bedrijfsleven wil blijven groeien, wil zich als voorloper blijven ontwikkelen, en investeert daarom graag in de kennis- en promotiecampagne. Overigens zijn in de werkgroep die de campagne begeleidt ook de aoc's vertegenwoordigd. Dat maakt de benadering van de doelgroep meteen een stuk makkelijker.

Kennis- en promotiecampagne

De campagne richt zich komend jaar in eerste instantie op alle vmbo-scholen. Alle decanen en mentoren hebben inmiddels een pakket ontvangen met

▲ Priscilla Kroezer en Wilber Hemker, vierdejaars van het Wellantcollege vmbo Amsterdam Sloten, ontvangen tijdens de aftrap van de campagne de video en brochure uit handen van projectcoördinator Elisa Dubbelman

Er is een veelheid aan banen in de tuinbouw, voor iedereen! Dat is de boodschap die de tuinbouwsector wil overbrengen op leerlingen in het voortgezet onderwijs.

De tuinbouwsector heeft een goede reden om uit te dragen dat er veel en gevarieerd werk valt te doen. In de nabije toekomst wordt een schreeuwend tekort aan goed geschoolde krachten verwacht. Het blijkt dat veel jongeren geen duidelijk beeld hebben van de tuinbouw, ze weten niet goed wat ze er zich bij voor moeten stellen. En als ze al een beeld hebben, dan is dat vooral een

een stapeltje brochures en een aansprekende video. Deze kunnen zij (laten) draaien in de standaard lessen over carrièremogelijkheden. Verder zijn inmiddels her en der in het land regionale teams van jonge tuinbouwambassadeurs samengesteld, bestaande uit enthousiaste mbo-ers die een tuinbouwopleiding volgen. Zij komen op verzoek bij vmbo-klassen langs om er een presentatie te verzorgen. Daarin zetten ze de misvatting recht dat de tuinbouw niet veel heeft te bieden op werkgebied. Sommige mbo-scholieren kunnen met deze mooie taak trouwens meteen studiepunten verdienen. Het laatste, maar niet minst belangrijke, te noemen onderdeel van de campagne is de website www.groenwerkt.nl, die informatie op maat biedt voor scholieren en voor decanen.

Een sector met toekomst

Vrijdag 12 december vond de aftrap van de voorlopig twee jaar durende campagne plaats met een korte, kernachtige bijeenkomst bij kwekerij KP Holland in Maasland. Een passende locatie, deze potplantenkwekerij met negen vestigingen, omdat het bedrijf is uitgeroepen tot het beste opleidingsbedrijf van 2003. De sprekers van die ochtend hielden hun toehoorders voor dat de tuinbouw meer vakkrachten (in opleiding) verdient, met een productiewaarde van zeven miljard euro en bijna 270.000 werkenden, van wie de meesten met vmbo- of mbo-opleiding. (Groenten en fruit 107.722; bloemen, planten, bollen, bomen 125.094; hoveniers en tuincentra 25.575.)



“De tuinbouw is een dynamische, groeiende sector en er blijft vraag naar nieuwe mensen”, zei voorzitter van de stuurgroep Groen werkt en secretaris van het Productschap Tuinbouw Michiel Gerritsen. “De Nederlandse tuinbouw is internationaal georiënteerd en zeer divers. Nederland is hét innovatiecentrum van de tuinbouw.” Gerritsen illustreerde dit met voorbeelden van ontwikkelingen als de kas als energiebron in plaats van energieverlinder, een plukrobot voor tomaat en roos en een verstrein naar Milaan. “Wil de kennis en kunde in de tuinbouw zich blijven ontwikkelen, dan zijn onderwijs én leerlingen nodig.”

Goed voorbeeld

Elisa Dubbelman, hoofd communicatie van het Productschap Tuinbouw lichtte de campagne toe en toonde de video uit de campagne aan de genodigden: vertegenwoordigers van tuinbouwopleidingen en vakbonden, de vakpers en de landelijke pers. De korte promotievideo brengt de tuinbouw flitsend in beeld, met als middelpunt de jonge acteur Cas Jansen die bekend is van de tv-series GTST en All Stars. Spreker Rien van Tilburg, regiodirecteur van het Wellantcollege, zei tot slot dat hij gekwalificeerde medewerkers een zaak van bedrijfsleven en onderwijs samen vindt. Hij acht de campagne ‘Groen werkt’ een goed voorbeeld van die samenwerking. “Het leren in de beroepspraktijk wordt steeds belangrijker, omdat de ontwikkelingen in het vak zo enorm snel gaan. De theorie moet nog beter aansluiten op de praktijk. De vernieuwingen daartoe in het beroepsonderwijs zijn al gaande.” Kijk voor meer informatie op www.groenwerkt.nl.

Marleen Schepers

Enkele van de mogelijke banen in de tuinbouw

Schakel	beroepen
Veredeling en selectie	(assistent) veredelaar, manager kiemafdeling
Teelt	teeltmedewerker, bedrijfsleider kwekerij
Veiling	transportplanner, medewerker productbehandeling
Handel	commercieel medewerker inkoop, operator
Hoveniers	assistent groene ruimte, groenvoorziener