

Resultaten arbeidsmarktonderzoek Bloemen- en tuincentrumbranche

Bedrijfsadviseurs van Aequor hebben afgelopen half jaar een onderzoek uitgevoerd onder 140 bloemist-winkeliers, allen geregistreerd als leerbedrijf bij Aequor. Centraal stonden de vragen als de perfecte werknemer voor nu en in de toekomst, manieren om te voorzien in goed gekwalificeerd personeel in de toekomst en de aansluiting op het onderwijs uit de praktijk.

De perfecte werknemer

Uit de gesprekken blijkt dat bedrijven nu vooral op zoek zijn naar mensen die klantgericht en klantvriendelijk zijn. Daarnaast is kunnen verkopen een veelgenoemde eis: hij moet de klant kunnen adviseren en boeien. Motivatie, de inzet, passie voor het vak en de betrokkenheid van een werknemer zijn zwaar wegende eisen. Veel bedrijven in het onderzoek geven aan hier meer waarde aan te hechten dan aan het bezitten van de juiste vaktechnieken en vakkennis, dat leren ze de werknemer in het bedrijf wel. Dit wil niet zeggen dat vakkennis en vaardigheden niet belangrijk zijn, integendeel. Wel zou dit aan kunnen geven dat werknemers die aan alle eisen voldoen moeilijk te vinden zijn. Ondernemers geven in veel gevallen dan ook aan dat gekwalificeerde mensen op niveau 3 en 4, die kunnen binden, klantvriendelijk zijn, commerciële vaardigheden bezitten en gemotiveerd zijn moeilijk te vinden zijn. Doordat de echte vakmensen moeilijk te vinden zijn, zoeken de ondernemers wellicht eerst bepaalde eigenschappen als motivatie, creativiteit en klantvriendelijkheid in de hoop hen het vakmanschap zelf te leren. Huisvrouwen en herintreders met liefhebberij voor de bloemen zijn er genoeg te krijgen. Helaas hebben veel ondernemingen geen goede ervaringen met deze groep. Deze groep herintreders en huisvrouwen zien veelal alleen de positieve kanten van het beroep.

De werknemer in de toekomst

De consument worden steeds veeleisender zowel qua benadering en advisering als ten aanzien van het product.

Dit vraagt andere eisen van (toekomstige) werknemers. Van de medewerker wordt verwacht dat hij nog beter kan adviseren aan en communiceren met de consument. Hij moet nog beter kunnen inspelen op de wensen van de consument en voelen wat de consument wil. Doordat de consument ook veeleisender ten aanzien van het product wordt, wordt vakmanschap ook belangrijker. De medewerker moet nog meer dan nu innovatief en creatief bloemwerk kunnen maken. De consument komt in de toekomst voor speciale gelegenheden, advisering en kwalitatief goede producten naar de bloemist. Het 'gewone' bosje bloemen kunnen ze ook bij de supermarkten, benzinstations en bouwmarkten halen. Bloemenzaken moeten zichzelf kunnen onderscheiden niet alleen qua service en klantgerichtheid maar ook het product wat ze leveren.

Voor (toekomstige) ondernemers betekent dit dat ze zich zullen moeten onderscheiden. Hiervoor zijn goede ondernemersvaardigheden nodig. Het ontbreekt medewerkers nogal eens aan goede ondernemersvaardigheden, aldus de geïnterviewde ondernemers. Men ziet graag dat als de ondernemer van huis is, de medewerkers de zaak kunnen runnen. Dit valt met de huidige werknemers vaak niet mee.

Er wordt in het onderzoek aangegeven dat het vinden van goed gekwalificeerd personeel in de toekomst nog moeilijker wordt doordat er van een medewerker in de toekomst meer verwacht wordt.

Tweederde van de 140 bevroegde bedrijven realiseren zich dat de eisen die je aan een nieuwe/huidige medewerker moet stellen, gaan veranderen in de toekomst. Ongeveer een derde ziet niets veranderen. Antwoorden als 'mijn bedrijf zag er vijf jaar geleden ook al hetzelfde uit' of 'dat ligt aan het bedrijfstype, bij ons zal er niets veranderen', zou iets kunnen zeggen over het gebrek aan innovatie en ondernemerschap in de branche. Wil de branche overleven en winnen van de supermarkten dat zul je vooruit moeten met je bedrijf.

Een andere verandering die men voor de toekomst verwacht is de komst van internet. Internet gaat een steeds belangrijkere rol spelen in de bedrijfsvoering. De ondernemers verwachten geen problemen bij de nieuwe jonge werknemers met betrekking tot het werken met internet, aangezien internet in de wereld van deze jonge mensen vaak al een belangrijke rol speelt.

Scholen moeten beter inspelen op wensen uit de praktijk

Bedrijven vullen de vacatures meestal in door advertenties in de eigen winkel of website, advertenties in de plaatselijke kranten, op veilingen of via mond-op-mond reclame. Werven via een CWI vindt een groot aantal bloemisten geen goed idee. Veelal trek je hier mensen mee die het wel leuk vinden om iets met bloemen te doen, maar vergeten dat ze vieze handen krijgen en soms hard moeten werken voor een niet al te hoge beloning. Ook de mensen die verplicht zijn om iedere week te solliciteren reageren vaak. De echte vakmensen krijg je via deze weg niet.

In veel gevallen doen ondernemers navraag bij een aoc (agrarisch opleidingscentrum) voor geschikte afgestudeerden.

Ondernemer bloemisten zien ook zeker een rol weggelegd voor een aoc bij de invulling van vacatures. Deze rol zien zij ook het liefst verder uitgewerkt zodat dit een goede manier is om aan gekwalificeerd personeel te komen.

Uit de gesprekken met de bedrijven blijkt ondermeer dat er meer naar de alledaagse praktijk moet worden gekeken vanuit de scholen. Bedrijven verwachten van een aoc dat ze de deelnemers meer motiveren en voorbereiden op de praktijk. Werken in een bloemenzaak is meer dan alleen bloemwerk maken. Het bloemwerk moet ook te verkopen zijn. Ondernemerschap, verkoopvaardigheden en commerciële vaardigheden moeten beter in het lesprogramma van een school naar voren komen.

Aequor neemt de onderzoeksresultaten zeer serieus en zal een voortrekkersrol blijven spelen in het meer toekomstgericht maken van de kwalificatiedossiers. Dit is immers een van haar taken. Met de verbeterde kwalificatiedossiers waarmee elke school in augustus 2008 aan de slag gaat zijn scholen nog beter in staat om aansluitend onderwijs aan te bieden dat goed past bij de wensen van de ondernemers.

A. van Rossum, Aequor