

Marinus van Dee, AB Oost ‘Organiseer plezier’

Wie meer koeien melkt, heeft ook meer arbeid nodig. Maar met mensen werken is niet eenvoudig, weet Marinus van Dee.

Tekst en foto's: Gertjan Zevenbergen

Wie wil uitbreiden, ontkomt niet aan de hulp van extra handen. Marinus van Dee, commercieel directeur van uitzendorganisatie AB Oost, weet dat ook. Hij stuurt 1.700 vaste medewerkers aan, waarvan 700 in de agrarische sector. “Zodra een bedrijf groeit van 1 naar 3 miljoen liter melk, is er behoefte aan iemand die werkzaamheden plant en bijstuurt. Maar dat is net niet de reden waarom melkveehouders voor schaalvergroting kiezen. Daarom huren ze vaak eerst iemand een of twee dagen in. Om aan te wennen.” Van Dee prefereert een rigoureuze aanpak. “Als je snel groeit, is het moeilijk om het bedrijf, jezelf en de bedrijfsorganisatie te ontwikkelen. Besteed daarom veel werk uit om jouw eigen organisatietalent te ontwikkelen.” Maar wie heb je nodig om te kunnen groeien? “Kijk waar jouw kracht ligt en waar die van de potentiële medewerker. Het is belangrijk dat hij of zij jou aanvult. Dat alle neuzen dezelfde kant op moeten staan is onzin. Dan vorm je nooit een goed team.” Dat de melkveehouder zelf blijft

melken is voor de commercieel manager van AB Oost niet vanzelfsprekend. “Met een goed protocol en duidelijke instructies kan iedereen melken. Spreek ook een vast dagritme af. Als je iedere morgen moet kijken wat je moet doen, geeft dat de medewerkers geen houvast. Maak een taakverdeling,

‘Spreek een dagritme af’

maar zorg er wel voor dat iedereen de basiswerkzaamheden kan uitvoeren zonder dat iedereen alles moet kunnen. Deze afspraken zorgen ervoor dat je het personeel kunt aanspreken op het werk dat ze gedaan hebben. Zelfs je vrouw of je vader. Geef aan wat je van hen verwacht en vertel wat er goed gaat en wat niet.” Van Dee vindt het belangrijk dat een melkveehouder zijn medewerkers betreft in de

bedrijfsvoering. “Laat ze de resultaten zien en investeer in kennis. Personeel is geen kostenpost, maar een deel van de toekomst van het bedrijf. Ga samen naar studiebijeenkomsten en bespreek wat de opgedane kennis voor het bedrijf kan betekenen. Dat motiveert ze om het werk binnen jouw kaders uit te voeren. Om dat te kunnen, moet je wel weten hoe jouw personeel jou ervaart. Veel mensen hebben de impact van het eigen gedrag niet door. Ben je bezorgd en vraag je zes keer ‘gaat het wel goed’, dan wordt de werknemer daar niet zekerder van. Blijf in ieder geval jezelf. Ook als je onder enorme sociale of financiële druk staat. En dat sta je als melkveehouder die uitbreidt. Heb je dat niet onder controle, dan brand je niet alleen zelf op, maar brand je ook andere mensen af.” Om te voorkomen dat de druk te veel wordt, geeft Van Dee nog een laatste tip: “Organiseer het eigen werkplezier. Als jij plezier hebt, hebben ook jouw familie, vrouw en kinderen en het personeel plezier. Daardoor kan het bedrijf zich blijven ontwikkelen.”



Marinus van Dee werd in 1966 geboren in het Gelderse IJzendoorn als zoon van een melkveehouder. Hij studeerde Bedrijfskunde aan de Christelijke Agrarische Hogeschool in Dronten waarna hij als specialist Bodem en Bemesting bij DLV ging werken. In 1998 werd hij manager van de business unit Dier van DLV en in 2000 als manager accountancy en advies bij Accon-AVM. Acht jaar later werd hij regiomanager Gelderland bij AB Oost waar hij sinds mei 2009 commercieel directeur is. Daarnaast is hij burgerraadslid voor het CDA in de gemeente Neder-Betuwe.