

Stichting C3
actie ⇌ reactie

**BEDRIJVEN EN STICHTING C3 TREKKEN SAMEN OP
OM INTERESSE BIJ DE JEUGD TE WEKKEN**

CHEMIE, WAT IS DAT?

AkzoNobel, BASF en ExxonMobil, ze zijn alle drie partner van Stichting C3. Stuk voor stuk maken ze gretig gebruik van het "práchtige materiaal" dat C3 ontwikkelde om chemie tot leven te brengen bij de jeugd. Daarnaast participeren ze in projecten gericht op het onderwijs en helpen ze bij het maken van bijvoorbeeld beroepenvideo's en lespakketten. "De jongeren van nu zijn onze medewerkers van de toekomst."

Tekst: Marloes Hooimeijer

Veel van onze projecten richten zich op het onderwijs. We proberen het bedrijfsleven daarin zo veel mogelijk te betrekken, om de praktijk dicht bij de leerlingen te brengen." Dit zei Marijn Meijer, directeur van Stichting C3, in het vorige nummer van *Chemie Magazine*. Steeds meer chemiebedrijven participeren (en investeren) in de diverse C3-projecten: Exact wat je zoekt! (middelbare scholieren

enthousiasmeren voor een studie en beroep in onder meer de chemie), Expedition Chemistry (basisschoolleerlingen op speelse manier kennis laten maken met chemie), Lab Experience Days (middelbare scholieren laten ervaren hoe het is om in een laboratorium te werken), Week van de Procestechneek (vmbo-leerlingen bezoeken bedrijven in de procesindustrie) en Jet-Net Junior 'Parels maken' (ouders uit het bedrijfsleven en leerkrachten wer-

ken samen aan beter basisonderwijs in wetenschap en technologie). De stichting levert ook projecten op maat aan bedrijven (zie voorbeeld ExxonMobil). In 2014 wisten C3 en haar projectpartners via evenementen en workshops in totaal circa 18.000 kinderen, jongeren, docenten en ouders te bereiken.

Meer informatie:
www.c3.nl of Daphne Koeman,
070 - 337 87 86, dkoeman@c3.nl





'Exact wat je zoekt!' tijdens de Jet-Net Career Days Oost.

FOTO: C3

BASF NEDERLAND: 'JEUGD LATEN ZIEN WAT WE DOEN VERSTERKT ONS IMAGO'

Als we vertellen dat onze kunststof wordt verwerkt in de zool van Adidas-hardloopschoenen, klinkt chemie gelijk een stuk *catchier*. Om duidelijk te maken wat chemie precies inhoudt, dat onze producten en halffabricaten bijdragen aan oplossingen voor een duurzame toekomst, moet je het concreet en tastbaar maken", vertelt Freek Bosse, verantwoordelijk voor human resources bij BASF Nederland. "Het motto van ons bedrijf, dat dit jaar 150 jaar bestaat, luidt niet voor niets *'We create chemistry'*. De steeds intensievere samenwerking met Stichting C3 sluit hier goed op aan: we willen ons imago versterken door ook aan de jeugd te laten zien wat we doen. Daar zitten onze medewerkers van de toekomst."

Verrassende vragen

De stichting ondersteunt en faciliteert BASF Nederland om de vertaalslag naar de jongeren te maken, aldus Bosse. "Samen kunnen we hierin meer bereiken

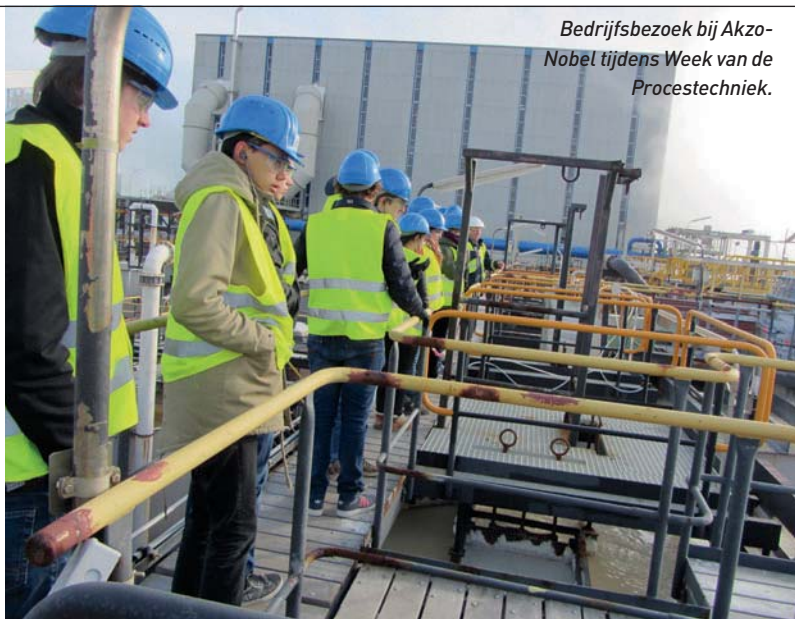
dan alleen. Het enthousiasme van C3 inspireert enorm. We participeren in de projecten Expedition Chemistry en Exact wat je zoekt!, om basisscholieren en middelbare scholieren een goed beeld van chemie te geven en hun interesse te wekken. We geven ook gastlessen met hun materialen, zoals de proevenwaaiers, en tijdens de Dag van de Chemie richten we op onze grotere locaties 'KidsLabs' in. Medewerkers vinden het prachtig om tijdens die dagen over hun vak te vertellen en de verrassende vragen van leergierige jongeren te krijgen. Het geeft een heel andere dynamiek op de locatie dan op normale werkdagen." Over een tijdje organiseert het bedrijf voor het eerst een Lab Experience Day, op zijn locatie in Heerenveen, om middelbare scholieren te laten ervaren hoe het is om in een laboratorium te werken. Er zijn ook plannen voor deelname aan de Week van de Procestechiek, om vmbo'ers een beeld van het vak procesoperator te geven. Bosse: "De gemid-

delde leeftijd van onze procesoperators is 49 jaar. Dat wil niet zeggen dat we hier morgen al een probleem hebben, maar voor de toekomst moet er wel een nieuwe lichting beschikbaar komen. We moeten jongeren dus niet alleen voor chemie interesseren, maar ook de juiste student op de juiste plaats zien te krijgen."

Neutrale partij

Een chemiebedrijf dat net als BASF wil samenwerken met C3, moet volgens hem ook bereid zijn daarin – in geld en mankracht – te investeren. "Alleen in die wederkerigheid kunnen we mooie dingen neerzetten. Je kunt als individueel bedrijf allerlei activiteiten doen om aan te haken bij de jeugd om het imago van de chemie te verbeteren, maar dan krijg je toch snel het beeld dat daarbij alleen het bedrijfsbelang telt. Het reikt echter veel verder; daarom is het zo belangrijk dat een neutrale stichting als C3 zich hiervoor inzet."

Bedrijfsbezoek bij Akzo-Nobel tijdens Week van de Procestechiek.



AKZONOBEL:

'WIJ ZIJN VAN DE INHOUD, NIET VAN DE DIDACTIEK'

C3 heeft prachtig materiaal om scholieren van basis- tot voortgezet onderwijs te enthousiasmeren voor chemie, zoals lesbrieven, websites, folders en video's. Waar ik kan, wijs ik scholen daarop, zodat ze een kijkje gaan nemen op de website van C3", vertelt Akkie Jonkman, coördinator arbeidsmarkt en onderwijs bij AkzoNobel Industrial Chemicals in Delfzijl. Ze vervolgt: "Soms breng ik ook zelf een stapeltje proevenwaaiers van C3 naar basisscholen in de regio of ik zorg dat het leuke bordspel 'Future4U – Ontdek de bètawerelden!' rouleert langs diverse middelbare scholen."

Elkaar opjutten

Dat spel maakt deel uit van het project Exact wat je zoekt!, gericht op middelbare scholieren. AkzoNobel is een van de vaste projectpartners en draagt er financieel en in mankracht aan bij. Jonkman: "In de stuurgroep brengen we als projectdeelnemers al onze ervaringen bijeen, en juttten we elkaar lekker op om goede ideeën te verzinnen om de jeugd te laten zien hoe leuk werken in de chemie is. In de beroepenvideo's op de projectwebsite komen bijvoorbeeld een jonge operator en procestecholoog van AkzoNobel aan het woord."

Er loopt een pilot binnen het project waarin C3 medewerkers van de bedrijven coacht in het opzetten en geven van een gastles op de middelbare school. "Wij zijn als bedrijven van de inhoud, niet van de didactiek; C3 kan ons daarbij helpen", aldus Jonkman. Overigens heeft zijzelf nooit moeite om collega's te strikken voor voorlichting aan scholieren, zoals tijdens de Jet-Net Career Days voor havo- en vwo-scholieren met een natuur- en techniekprofiel. "De collega's zijn trots op wat ze doen en ik prikkel ze om dat ook uit te dragen. Ze brengen zoveel enthousiasme mee naar die klassen."

Vieze-handen-industrie

Maar leiden al die inspanningen ook tot het gewenste resultaat? "We meten het effect niet, maar leerlingen reageren altijd heel enthousiast. Je ziet hun beeld van de chemie – als vieze-handen-industrie – gaandeweg veranderen. Tot nu toe hebben wij in ieder geval geen problemen om goed personeel te krijgen. Maar we doen de inspanningen richting het onderwijs niet alleen voor onszelf: met elkaar moeten we als bedrijfsleven proberen om van de jeugd van nu onze medewerkers van de toekomst te maken, zodat die vijver groot genoeg is om uit te vissen."

EXXONMOBIL:

'KINDEREN WETEN NIET WAAR WE OLIE VOOR GEBRUIKEN'

Net als dat veel kinderen tegenwoordig niet lijken te weten dat de melk van een koe komt, weten ze vaak niet waar olie vandaan komt en waar het allemaal voor gebruikt wordt. Dat verbaast me weleens", aldus Ellen Ehmen (Public Affairs Advisor Nederland bij ExxonMobil). Haar bedrijf heeft er belang bij dat kinderen al op jonge leeftijd een beeld krijgen van wat petrochemie inhoudt, zegt zij. "Ze zijn op basisschoolleeftijd nog heel onderzoekend en ontvankelijk; vinden het hartstikke leuk om proefjes te doen. Door ze vervolgens op de middelbare school kennis te laten maken met de beroepen die daarbij horen, vergroot je de kans dat ze uiteindelijk voor een studie in die richting kiezen. Vanuit deze overtuiging draagt ExxonMobil bij aan de C3-projecten Expedition Chemistry en Exact wat je zoekt!."

Speels en kleurrijk

Zelf ontplooit het bedrijf ook allerlei activiteiten om de zichtbaarheid bij de jeugd te vergroten. De "speelse en kleurrijke" materialen van Stichting C3 helpen daar volgens Ehmen heel goed bij. "Als sponsor van Jeugdstad Vlaardingen, een meerdaags evenement voor kinderen tijdens de kerstperiode, laten we proevenwaaiers en andere materialen leveren. Er zijn medewerkers van ons aanwezig om bij de proefjes, zoals shampoo en tandpasta maken, te begeleiden. Onze medewerkers geven ook gastlessen aan de hand van de voorbeeldlessen, bijvoorbeeld op de basisschool van hun kinderen. Of hun kinderen geven zelf een spreekbeurt met het spreekbeurtpakket. En middelbare scholieren vinden het boeiend als een jonge medewerker van ons over zijn vak en studie komt vertellen. Met hulp van C3 kunnen ze dat verhaal goed laten aansluiten op de doelgroep – een echt rolmodel zijn."

Een gesmeerde les

ExxonMobil grijpt de contacten met scholen aan om ze erop te wijzen dat ze ook zelf allerlei handige materialen bij C3 kunnen verkrijgen (veelal kosteloos). "Dat weten ze vaak niet. Zo proberen we de drempel om iets met chemie te doen te verlagen." Soms pakt het bedrijf extra uit, zoals rondom het Brielse Meer Spektakel in 2013. Het was een nieuw, door ons ondersteund evenement in de omgeving en we wilden daaraan meer bekendheid geven. "We hebben C3 toen gevraagd om voor ons pakketten met lesmaterialen over chemie en smeeroil samen te stellen voor de basisschool. Die hebben we met een begeleidende brief toegezonden aan alle klassen 7 en 8 van scholen in Voorne Putten, met diverse gastlessen zoeken en veel leuke reacties tot gevolg." ■