

# door de bril van

Iedereen kijkt met andere ogen naar Kies Kleur in Groen. Soms geeft het opzetten van een andere bril ineens een hele andere, ruime blik. In 'Door de bril van' kijken we door de ogen van één van onze lezers naar het project.

## Lise Schregardus

Lise Schregardus is projectleider van It's Alive, de campagne van de Nederlandse tuinbouw, uitgevoerd door het productschap Tuinbouw

Met It's Alive richten wij ons op alle jongeren. We maken hierbij geen onderscheid naar afkomst, seksuele geaardheid en of ze van stad of platteland komen. Ze hebben namelijk allemaal hetzelfde - verkeerde - beeld van de tuinbouw.

TEKST: MIRJAM KUGGELEIJN  
FOTOGRAFIE: MARION KLERKEN

Turkse- en Marokkaanse jongeren kiezen niet snel voor de sector omdat ze het werk associëren met armoede in het thuisland: simpel, eenvoudig en zwaar werk. Maar Nederlandse jongeren denken er vaak net zo over. Eigenlijk hebben veel beroepen die voortkomen uit een ambacht hier last van. Met onze campagne willen we uitdragen: 'welke interesse je als jongere ook hebt, de Nederlandse tuinbouw biedt altijd een boeiende carrièrekans. De Nederlandse

**'Jongeren zijn jongeren, welke kleur ze ook hebben'**

tuinbouw is belangrijk voor de Nederlandse economie en is een moderne internationale sector met hightech bedrijven'. Dus heel

duidelijk gericht op alle jongeren.

Voor tuinders is culturele diversiteit eigenlijk geen op zichzelf staand onderwerp. Zij zijn vooral op zoek naar mensen. Werknemers die de handen uit de mouwen willen steken, op alle niveaus. Werkgevers zeggen: jongeren zijn jongeren, welke kleur ze ook hebben. Op dit moment is er - door de economische crisis - geen acuut arbeidsmarktprobleem. Dat maakt campagne voeren wel eens wat lastig uit te leggen. Ondernemers realiseren zich niet dat het veranderen van de beeldvorming iets is van een hele lange adem.

Gelukkig is It's Alive bewezen succesvol. De campagne heeft een aantoonbaar effect op het beeld dat jongeren van de tuinbouw en het werken in de tuinbouw hebben, mbo'ers scoren hier zelfs nog iets hoger dan hbo- en wo-studenten.

Afgelopen zomer waren er werkvakanties te winnen in de tuinbouw. Daar hebben we erg veel positieve reacties op gehad. Deze werkvakanties richtten zich vooral op wo-hbo, maar als we in 2013 door mogen met It's Alive, komen ook de mbo'ers aan bod. We zoeken dan werkvakanties dichterbij huis, een 17-jarige kun je niet zomaar naar het buitenland sturen. Of in een vertrouwd thuisland: er zijn al goede contacten met innovatieve bedrijven in bijvoorbeeld Marokko.

Ik denk dat we een heel diverse doelgroep aan kunnen spreken. Zelf kom ik regelmatig in de Utrechtse wijk Lombok, één van de meest gemêleerde wijken in Nederland. Daar zie je ontzettend veel ondernemerschap onder de multiculturele bevolking. En waar kun je nu beter ondernemen dan in de tuinbouw? ■