



## De banden aanhalen

**De bedrijfswagenbranche worstelt met de zoektocht naar personeel. Zeven concurrenten in Noord-Nederland trekken samen op om zich voor te stellen aan jong technisch talent.**

Tekst **Nicole Weidema**

**H**et is niet zozeer dat jongeren een slecht beeld hebben van het werken in de bedrijfswagenbranche. Het probleem is meer dat jongeren er vaak niet eens aan denken dat ze daar ook voor kunnen kiezen. En denken ze er wel aan, dan overheerst toch het beeld van vies en zwaar werk. 'Bovendien worden we vaak verward met de transportsector. Wij werken voor die sector, maar dat is toch wat anders', zegt Mirjam Magermans, manager p&o van Autobedrijven ESA in Groningen. 'Onbekend maakt onbemind.' En dat moet veranderen, wil de sector de krapte op de arbeidsmarkt het hoofd kunnen bieden. Niet alleen op de korte termijn, al is die situatie al nijpend genoeg, maar vooral ook over een jaar of vijf. 'Wij richten ons op de lange termijn, zodat we kunnen zeggen dat we er alles aan hebben gedaan om problemen voor te zijn.' Het project waar zeven Groningse en Drentse bedrijfswagendealers - normaal gesproken vurige concurrenten - zich voor inzetten, heet 'Stap in de bedrijfswagens'. Hiervoor worden gedurende drie jaar kinderen van groep zeven en acht uit het basisonderwijs en leerlingen van ROC's en

### De kwestie

**Probleem:** Het tekort aan medewerkers dreigt nijpend te worden voor bedrijfswagendealers

**Investing:** Scholieren worden uitgenodigd om zelf te ervaren dat het werk niet alleen maar vies en zwaar is

**Opbrengst:** 450 scholieren kwamen al een kijkje nemen en velen van hen hebben een stageplaats aangevraagd

vmbo-opleidingen uitgenodigd om kennis te maken met alle aspecten van het werk: het sleutelen, een beurt geven, storingen meten, maar óók het werk waarbij je niet vies wordt, zoals administratief medewerker debiteuren/crediteuren en verkoper. 'Wat wij willen aangeven, is dat het werk een grote diversiteit kent', vertelt Ernst Sommerauer, directeur van Sommerauer Trucks in Westerbroek. 'Tot vijftien jaar geleden was dit werk misschien vies en zwaar, maar dat is allang niet meer zo. De it is al heel lang aanwezig in onze bedrijven. Veel mensen weten niet dat

een vrachtwagen geavanceerder is dan een personenauto. De reacties van leerlingen op de "doe-dingen-dag" zijn altijd erg enthousiast. We zijn nu anderhalf jaar bezig, en we weten nu al dat we aan het einde van die drie jaar doorgaan met het project.'

Om leerlingen geïnteresseerd te krijgen voor de doe-dingen-dagen zijn de scholen onmisbaar. De bedrijfswagendealers hadden al goede contacten met de ROC's, en ook met de vmbo's en de basisscholen zijn nu de banden aangehaald. Dat loopt volgens Magermans goed. 'Het Noorderpoort College, één van de ROC's, heeft al aangegeven de doe-dingen-dag verplicht te stellen voor alle leerlingen die een relevante opleiding volgen.'

De zeven samenwerkende dealers zijn en blijven buiten het project concurrenten, erkent Sommerauer. Maar alle deelnemers zien volgens hem in dat op dit gebied samenwerking nodig is. 'Tot anderhalf jaar geleden hadden we alleen hapsnap initiatieven. Twee keer per jaar komen we nu samen om te overleggen over de dingen waarin we niet met elkaar concurreren. Dat heeft geleid tot een aantal ideeën die we nu aan het uitwerken zijn. Daarvoor is wel een stukje vertrouwen nodig.' Magermans verwijst een enkele keer zelfs jongeren die ze zelf niet kan plaatsen door naar een concurrent die in dit project plotseling een partner is. 'Je moet je realiseren dat je een breed draagvlak wil creëren. Dan moet je ook een echte kerel zijn en je bezwaren tegen samenwerking op dit gebied opzij zetten.'

*Geeft u ook het goede voorbeeld? Mail naar [redactie@intermediarpw.nl](mailto:redactie@intermediarpw.nl) onder vermelding van Best Practice.*

