

Het is een vak apart om met deze doelgroep te communiceren. Het enige verstandige wat je daarover kunt zeggen is dat mensen boven de 40 daar niks verstandigs over kunnen zeggen



Generatie Z

Het mooie van mijn beroep is dat ik constant word uitgenodigd voor allerlei bijeenkomsten waar organisaties hun visie op de toekomst met je proberen te delen. Een vast thema daarbij is tegenwoordig de zorg dat de groene sector – en dan in de breedste zin van het woord – niet meer in staat is om jonge mensen aan zich te binden. Ja, dank je de koekoek: dat weten we allemaal. Het probleem van veel van die bijeenkomsten is dat een kudde oudere heren met elkaar hun zorgen delen, zonder dat de jeugd ofwel Generatie Z waarover het gaat erbij aanwezig is. Allemaal supergoed bedoeld van deze oudere heren, maar het zet niet echt zoden aan de dijk. En laten we eerlijk zijn: hoe groot is de kans dat je met dat soort uitspraken de doelgroep over de streep krijgt? We kennen allemaal het antwoord: die kans is gewoon nul – net zo groot als de kans dat de

Een belangrijk succesaspect is de rol van het bedrijfsleven. Bedrijven en scholen blijven niet op hun eilandje zitten, maar gaan samen aan de slag

doelgroep naar aanleiding van mijn stukjes besluit boomverzorger, hovenier of fieldmanager te worden. Ik krijg vaak commentaar en reacties op mijn stukjes in de gele vakbladen, maar in de 30 jaar dat ik dit doe is er nog nooit een reactie bij geweest van de doelgroep waarover we het nu hebben: jongeren tussen de pakweg 16 en 20 jaar. Het is ook een vak

apart om met deze doelgroep te communiceren. Het enige verstandige wat je daarover kunt zeggen is waarschijnlijk dat mensen boven de 35 of 40 jaar daar niks verstandigs over kunnen zeggen.

Het mooie van mijn vak is natuurlijk ook dat je vaak wordt uitgenodigd bij evenementen en evenementjes waar het wel lukt om de jeugd te inspireren. Gisteren nog in Nijmegen bij de hotspot Tuin en Landschap van Yuverta. Omdat onze redactie in Nijmegen zit, is dat een thuiswedstrijd voor ons. Het aardige is dat zij klaarblijkelijk wel in staat zijn om een koppeling te bewerkstelligen tussen de jeugd, het bedrijfsleven en de opleidingsinstellingen.

Een belangrijk succesaspect daarbij is de rol van het bedrijfsleven. Bedrijven en scholen blijven niet op hun eilandje zitten, maar gaan samen aan de slag en stellen vooral ook eisen aan elkaar. Een simpele regel daarbij is: als je niet meewerkt aan de samenwerking, krijg je ook geen stagiaires vanuit de opleiding. En het mooie is: het werkt klaarblijkelijk. Sinds een aantal jaren zie je de leerlingenaantallen stijgen.

Met vriendelijk groet,
Hein van Iersel (hein@nwst.nl)
Hoofdredacteur

