



Vlog uit de Kas: Glastuinbouw door de lens van jongeren

Tekst: Elte Palm (Colland Arbeidsmarkt) | Foto: Glastuinbouw Nederland

In gesprek met Amy van der Lei (Specialist Communicatie, Glastuinbouw Nederland) ontdekken we “Vlog uit de Kas”. Dit inspirerende initiatief laat jongeren kennismaken met de veelzijdige wereld van de glastuinbouw en toont de kansen en innovaties binnen de sector.

Een frisse blik op glastuinbouw

“De eerste vijf seizoenen maakten scholieren zelf video’s over hun werk en belevenissen in en om de kas. Vorig jaar hebben we het concept vernieuwd. Daan (19), die eerder meedeed en zelf een glastuinbouwopleiding volgt, ging op bezoek bij scholieren en ondernemers. Door jongeren het verhaal te laten vertellen, willen we anderen enthousiasmeren voor een (bij)baan in de glastuinbouw. Ook ondernemers komen aan het woord. Zo vertelde Kees van Tuyl van Kwekerij Van Tuyl hoe via een Warmtekrachtkoppeling (WKK) energie kan worden bespaard.”

Nieuwe aanpak geeft veelzijdig beeld

Dit seizoen loopt Daan een dag mee op verschillende bedrijven en spreekt niet alleen scholieren, maar ook stagiaires en young professionals. “Deze nieuwe aanpak geeft een veelzijdig en diepgaander beeld van de mogelijkheden binnen de glastuinbouw. De eerste vijf jaar werd het project mede gefinancierd vanuit het fonds Colland Arbeidsmarkt. Maar inmiddels volledig door Glastuinbouw Nederland, wat het komt nu volledig uit het communicatiebudget van Glastuinbouw Nederland, wat het belang van dit initiatief voor de sector onderstreept.”

Inzichten uit de Kas: Van accountmanager tot teeltspecialist

“De vlogs belichten uiteenlopende aspecten van het werk in de kas. Jill, die van junior naar een volwaardige

accountmanager is gegroeid in drie jaar. Levi, een scholier, laat zijn werk bij leliekwekerij Bredefleur zien. Hidde, een stagiair bij tomatenkwekerij RedStar, toont de rol van digitalisering en robotisering in zijn werk. Duurzaamheid, werkgeluk en innovatie zijn terugkerende thema’s in de vlogs.”

Meetbaar succes

“We delen de vlogs via social media en adverteren ermee, wat een enorm bereik en jaarlijks veel nieuwe aanmeldingen oplevert. De positieve reacties van zowel jongeren als ondernemers bevestigen het succes. Hoewel de directe impact op het imago van de sector niet specifiek wordt gemeten, draagt het project significant bij aan de reputatie van de glastuinbouw.”

Uitdagingen en toekomstvisie

Een uitdaging blijft het weerleggen van het imago van zwaar en vies werk. “Met moderne hulpmiddelen en comfortabele werkomstandigheden is het werk in de kas vaak anders dan jongeren denken. Glastuinbouw biedt veelzijdige mogelijkheden, van fysieke werkzaamheden tot kantoorbanen. Hoewel er nog geen directe samenwerking met scholen is, wordt de bekendheid van het project steeds groter door de aandacht die het krijgt via tuinbouwopleidingen en Glastuinbouw Nederland.”

Een boodschap voor jongeren

“Als je afwisselend werk wilt, in een gezellige sfeer, met mooie producten, en een goed salaris, dan is een baan in de glastuinbouw zeker iets voor jou!” Vlog uit de Kas blijft een essentieel project om jongeren te laten zien wat de glastuinbouw te bieden heeft en hen te motiveren om deel uit te maken van deze bloeiende sector. ■