

Toolkit maakt van telers ambassadeurs Gezondheid & Geluk

De bedrijven in de glastuinbouw leveren met hun verse groenten en fruit, bloemen en planten van topkwaliteit een belangrijke bijdrage aan de gezondheid en het geluk van miljoenen consumenten in Nederland en West-Europa.

Dat is zelfs in eigen land echter nog onvoldoende bekend. Wat de glastuinbouw nodig heeft is ambassadeurs, veel ambassadeurs. En wie kunnen die rol in eerste instantie nou beter vervullen dan de telers zelf? Een veelzijdige en complete toolkit gaat ondernemers daarbij helpen. Ga er mee aan de slag en deel de ervaringen!

“Juist door interactie met de samenleving vergroten we de waardering voor de glastuinbouwsector in Nederland”, zegt Jakoline van Straalen, specialist communicatie bij Glastuinbouw Nederland.

Samen met haar collega's van Team Communicatie is de afgelopen maanden heel

hard gewerkt om de toolkit samen te stellen en vorm te geven. “Samen kunnen we meer begrip en sympathie kweken. Dat bereiken we door ons verhaal vaker te vertellen, te luisteren naar onze omgeving en zichtbaar te maken hoe wij werken aan een gezonde en groene samenleving”, benadrukt Jakoline. “Het is de inzet van onze leden die bepaalt of de toolkit een succes wordt. Zij moeten die rol van ambassadeur nadrukkelijk oppakken en van hun publiek vervolgens weer nieuwe ambassadeurs voor de glastuinbouw maken.”

De toolkit is een onderdeel van de website van Glastuinbouw Nederland en te gebruiken via www.toolkitgezondheidengeluk.nl. De informatie in de toolkit is openbaar.

Doe mee, gebruik deze toolkit en deel vooral ook ideeën en ervaringen ter inspiratie van andere ondernemers, zo is de oproep vanuit Glastuinbouw Nederland. De toolkit

is een dynamisch platform. Regelmatig wordt de inhoud aangevuld, uiteraard onder meer door de gedeelde ervaringen van enthousiaste ondernemers!

Waarom deze toolkit?

Iedere Nederlander wil een groene planeet om op te wonen en gezond eten voor iedereen. De glastuinbouw zorgt met haar groenten, fruit, bloemen en planten voor een gezonde en gelukkige wereld. Ook innovaties uit de tuinbouw bieden oplossingen voor diverse maatschappelijke uitdagingen. Alleen, vertellen we dat voldoende? Het antwoord laat zich raden.

Het is van groot maatschappelijk en economisch belang dat elke ondernemer in de glastuinbouw een positieve impact creëert voor de wereld om zich heen. Dat kan door het verhaal achter de producten uit de kassen te vertellen. Maar ook door met allerlei doelgroepen in gesprek te



Vertel het verhaal van de glastuinbouw
Gebruik de Toolkit
Gezondheid & Geluk

De toolkit is te vinden op www.toolkitgezondheidengeluk.nl. (FOTO: PR)

gaan over de sector. Bijvoorbeeld door actief mensen uit te nodigen voor een bezoek of excursie aan het bedrijf. Doelgroepen kunnen variëren van lokale of regionale politici en ondernemersverenigingen tot de eigen werknemers en bureaus. En vergeet de leerlingen van zowel basisschool als voortgezet onderwijs niet. Met name jongeren kunnen zich ontpoppen tot enthousiaste ambassadeurs voor de volgende generatie.

Tips en materialen

“Ook de media zijn een belangrijke doelgroep”, voegt Jakoline van Straalen toe aan het rijtje. “Met name tijdens de energiecrisis hebben we veel journalisten van radio, televisie, landelijke en regionale kranten in contact gebracht met telers. De toolkit helpt hen niet alleen om zich goed voor te bereiden op het bezoek van de pers, maar biedt ook handvatten om het boeiende en belangrijke ver-

haal van de sector goed over te brengen.”

De toolkit bevat niet alleen tips en materialen om de verhalen van de sector te vertellen, maar zeker ook van het eigen bedrijf. “Zo verbinden we de glastuinbouw meer met de samenleving. Dat is belangrijk voor de toekomst van de glastuinbouw in Nederland, maar vooral ook voor de gezondheid en het geluk van de bevolking.”

Column

Waardering voor de glastuinbouwsector

Als ondernemer en als medewerker in de glastuinbouwsector denk ik dat we goed weten op welke vlakken wij het goed doen. Ook in het buitenland weet men heel goed hoe hoog het niveau is van onze sector. Hoe komt het dan dat wij vanuit ons eigen land nog te vaak kritiek krijgen op hetgeen wij doen?

Als ik bijvoorbeeld kijk naar de media, dan denk ik dat het onwetendheid is. Veelal constateer ik feitelijke onjuistheden die wel het algemene beeld vormen van veel mensen. Gaat het niet over het energieverbruik van onze sector dan gaat het wel over de gewasbescherming om onze planten vrij van ziekten en plagen te houden. Als het om onze eigen gezondheid gaat, is het voorkomen en genezen van ziekten en kwalen heel normaal, maar bij planten lijkt het vaak een taboe. Hoe natuurlijk het ook gebeurt.

Ik ben van mening dat wij als sector te bescheiden zijn in het vertellen wat we goed doen. Namelijk dat we ondanks dat we veel energie gebruiken, als sector ook bijdragen aan het in balans houden van het Nederlandse elektriciteitsnet. Of dat wij bij het



Eric van Heijningen. (FOTO: PR)

gezonder houden van onze gewassen zoveel mogelijk met biologische bestrijders werken en zo min mogelijk gebruik maken van synthetische gewasbeschermingsmiddelen. En dan heb ik het nog niet gehad over de minimale hoeveelheid water die wij gebruiken voor de teelt van tomaten. Dat is slechts een fractie van hetgeen in bijvoorbeeld Spanje nodig is door hun manier van telen. En zeker nu de discussie speelt over schaarste van water is dit een belangrijk aandachtspunt om onze wijze van duurzaam telen te benadrukken. Vervolgvraag is dan ook, hoe wij ervoor gaan zorgen dat deze boodschap meer verteld en gehoord wordt. Welke ambassadeurs durven het

gesprek aan te gaan met de onwetende buitenwereld. Het belangrijkste kapitaal dat veel bedrijven hebben, zijn hun eigen medewerkers. Zij hebben er bewust voor gekozen bij onze bedrijven te komen werken en daarnaast kennen zij het echte verhaal achter onze producten het best. Het is namelijk een deel van hun leven!

Glastuinbouw Nederland heeft een toolkit gemaakt waarmee glastuinbouwondernemers actief de dialoog kunnen aangaan met diverse doelgroepen, waaronder naast de eigen medewerkers, de politiek, het onderwijs, de omgeving en de media. De toolkit bevat tips en materialen waarmee telers aan de slag kunnen gaan om te laten zien wat onze producten en bedrijven onze maatschappij te bieden heeft. Wat het verschil is tussen veilige, duurzame Hollandse producten en producten uit verre landen die overgevoerd worden. Het is tijd uit onze schulp te kruipen en in plaats van telkens weer de verdediging te kiezen, het mooie, duurzame en eerlijke verhaal over ons werk en onze sector te vertellen.

Eric van Heijningen,
bestuurslid
Glastuinbouw Westland

Leven Lang Ontwikkelen bij Duijvestijn Tomaten

Gewoon mee beginnen en leren van elkaars ervaringen. Dat is het motto van de glastuinbouw als het gaat om een Leven Lang Ontwikkelen. Duijvestijn Tomaten in Pijnacker brengt dat al in praktijk. Projectmanager Kim Oosterom en HR-manager Miranda van Beek zijn daar een aansprekend voorbeeld van.

Kim begon in 2021 als locatiemanager en sinds januari 2023 is ze projectmanager. Ze zet haar tanden graag in iets nieuws. Na de opleiding Tuinbouw en Agribusiness op Hogeschool Inholland deed ze een verkorte opleiding HBO Management. “Ik ben gewoon altijd al nieuwsgierig geweest.” Koplopers als Kim heb je nodig om een cultuurverandering in gang te zetten. Ze realiseert zich wel dat niet iedereen even happig is op veranderingen. “Sommigen hebben wat meer tijd nodig, anderen vinden het wel goed zo. Ook daar moet je respect voor hebben én dus rekening mee houden.” Volgens Miranda veranderen



Kim Oosterom (l.) en Miranda van Beek. (FOTO: PR)

mensen pas als ze zelf inzien dat het nodig is én wat het hen kan brengen. “Dat vraagt ook om een heel ander gesprek met medewerkers. Vooral ruimte geven voor eigen initiatief en echt de medewerker centraal stellen. Wat wil jij? Waar ligt je kracht? Waar word je enthousiast van? Hoe kunnen we je helpen? Als je erachter komt wat iemand echt drijft, kun je er samen veel meer uit halen, zowel voor die medewerker zelf als voor het bedrijf. Dat gesprek

moet je leren voeren. Daarom krijgen leidinggevenden daar nu een training voor.” Maar misschien wel het allerbelangrijkste, vindt Miranda, is dat je het als bedrijf écht moet willen. “Niet omdat je subsidie kunt krijgen of omdat het zo verstandig is, maar omdat je het echt samen met je mensen wilt doen.” Kim: “Daarom is het essentieel dat je eerst bepaalt waar je als bedrijf voor staat en waar je heen wilt de komende jaren.”

Duijvestijn Tomaten wil niet alleen nieuwe medewerkers werven, maar ook ervaren krachten duurzaam inzetbaar houden. Dat doet het teeltbedrijf door het werk aan te passen en andere talenten te benutten. “Ook dat begint weer met dat open gesprek”, stelt Miranda. “Dan hoor je bijvoorbeeld dat een van onze 55-plussers al jaren jeugd-leider is bij de voetbalclub. Na een kort opleidingstraject zet hij zijn waardevolle ervaring nu met veel plezier in om stagiaires en nieuwe medewerkers te begeleiden.”



Santen & Gasille. Makelaars en adviseurs met verstand van heel veel zaken.

U wilt een agrarisch bedrijf kopen of verkopen. Of een ander landelijk object. Als mkb'er zoekt u een nieuwe locatie voor uw bedrijf. Uw tuinbouwbedrijf kan een financiële injectie gebruiken. Of u heeft geld achter de hand en u zoekt een belegging. Verschillende situaties, één makelaar en adviseur: Santen & Gasille. Gespecialiseerd als we zijn combineren we expertise van glastuinbouw, finance en bedrijfshuisvesting onder één dak. Met medewerkers die experts zijn in hun vak en u van A tot Z begeleiden. Benieuwd wat we met onze kennis van zaken voor u kunnen doen? Neem vrijblijvend contact op.

Uw partner in glastuinbouw en vastgoed

SANTEN & GASILLE
MAKELAARS & ADVISEURS

Oude Liermolenweg 3, 2678 MN De Lier
0174 - 511 300 • bedrijven@santen-gasille.nl
www.santen-gasillebedrijven.nl



Meldpunt misstanden Glastuinbouw
E: info@glastuinbouwwestland.nl, T: 06 10 35 83 91 (Jacco Vooijs)

Advertentieverkoop via West Media, tel. 0174 - 62 42 12
of advertentie.hhw@uitgeverijwestmedia.nl

Deze pagina valt onder redactionele verantwoordelijkheid van Glastuinbouw Westland.
www.glastuinbouwwestland.nl
info@glastuinbouwwestland.nl