

# Opel Kadett

De naam Opel scoort acht sollicitanten,  
maar het fictieve JADE scoort maar  
liefst 41 cv's

Hoe snel kunnen dingen veranderen! Nog maar anderhalf twee jaar geleden stond iedere ondernemer in de groene sector met zijn ziel en zijn personeel onder de arm. Niemand zei het met zoveel woorden, maar de blik in de ogen zei genoeg: 'Wil je personeel overnemen?' Inmiddels is de markt 180 graden gedraaid. Zelfs de uitgeverij die dit blad uitgeeft heeft een lange lijst vacatures uitstaan, waarin maar weinig vorderingen worden gemaakt. Gisteren een leuk experiment gelezen. Automerk Opel zet een vacature uit voor nieuw verkooptalent. De score: acht brieven. Vervolgens wordt exact dezelfde tekst in dezelfde krant geplaatst, maar nu met als afzender het niet bestaande bedrijf JADE: 'buro voor lifestyle & design'. Het resultaat is bijzonder.

## We kruipen een keer of tien per jaar bij elkaar om te preken voor eigen parochie

De naam Opel scoort acht sollicitanten, maar het fictieve JADE scoort maar liefst 41 cv's. Nu ben ik persoonlijk geen Opel-man. Bij Opel moet ik nog steeds denken aan een bedeesd ouder echtpaar met een Opel Kadett die iedere zaterdagochtend intensief gepoetst wordt. Maar die score is wel veelzeggend. Jonge mensen willen liever bij een niet-bestaand hip bedrijf werken dan bij een degelijk Duits automerk. Aan welke kant zit de groene sector, aan de Opel-kant of aan de kant van JADE? Natuurlijk kruipt deze sector een keer of tien per jaar bij elkaar om te vertellen hoe geweldig ze met zijn allen zijn. Maar is dat niet vooral preken voor eigen parochie? Met andere woorden: hoe sexy is

deze branche nu werkelijk als het gaat om het aantrekken van nieuw talent? Misschien moeten wij onszelf voortaan ook met een leugen om bestwil op de shortlist van jonge mensen plaatsen? Hoe dat moet, weet ik even niet. Er zijn voldoende aangrijpingspunten: klimaat, stadsontwikkeling, het welzijn van mensen. Maar alleen de consensus van mensen in de groene sector dat jong talent bij ons moet komen werken, is niet voldoende. Ik vertaal het even naar mijn eigen business, de uitgeverij. Wij geloven nog steeds in *ouderwetsch papier* als boegbeeld van de uitgeverij. Voor u geldt dat waarschijnlijk ook, anders zou u dit verhaal op deze pagina niet lezen. Tegelijk moeten wij niet de illusie hebben dat je met een papieren blaadje jong talent kunt mobiliseren. Er zijn overigens meer manieren voor succesvolle personeelwerving. Gister had ik een inspirerend gesprek met Anja Kanters van Donkergroen. Zij begint met een programma waarbij personeel mede-eigenaar kan worden van het bedrijf. Kanters slaat daarmee een massa vliegen in één klap: ze gelooft in de zelfstandigheid van haar bedrijf, ze bindt goede mensen voor langere tijd aan het bedrijf en gunt mensen een winstuitkering als het goed gaat.

Met vriendelijk groet,

Hein van Iersel (hein@nwst.nl)  
Hoofdredacteur



Be social

Scan of ga naar:

[www.stad-en-groen.nl/artikel.asp?id=41-7382](http://www.stad-en-groen.nl/artikel.asp?id=41-7382)