

Eigen bakkerij is het beste wervingskanaal

De problematiek op de arbeidsmarkt hakt er steeds steviger in. Er zijn vacatures te over. En niet alleen in de bakkerijsector. Alle sectoren van het bedrijfsleven, de overheid en de zorg hebben grote behoefte aan instroom van personeel. Niet alleen is er behoefte aan jonge mensen, ook zij-instromers zijn van harte welkom in de bakkerij.

Naast het feit dat er minder jongeren zijn (in de zestiger jaren was 45% tussen 0 en 25 jaar, nu nog slechts 28%) speelt ook mee dat jongeren een uitgebreide wensenlijst hebben met betrekking tot inkomen en werk. En bovendien weten zij niet of nauwelijks hoe mooi het is om in de bakkerij te werken.

Daarom is het goed dat er steeds meer aandacht in de bakkerijsector komt voor de promotie van het bakkersvak in de breedste zin van het woord. Er zijn her en der in het land, via ketensamenwerkingsverbanden, goede initiatieven tussen lokale overheden, scholen (AOC/ROC) en (industriële) bakkerijen ontstaan.

Mooie voorbeelden daarvan zijn de Food Innovation Academy in Vlaardingen, het Bakery Sweets Center in Leeuwarden en de Food Academy in Nijkerk. Het zou overigens heel goed zijn als dit rijtje zich de komende jaren verder uitbreidt.

Ook vanuit het Sociaal Fonds worden diverse activiteiten georganiseerd om meer mensen in de bakkerijsector geïnteresseerd te krijgen. Via Stichting Bakkracht wordt hierin goed werk verricht door bijvoorbeeld regionale 'meet and match-bijeenkomsten' op te zetten. Daarvoor is participatie van bakkerijen essentieel. Dus sluit je hierbij aan als zo'n bijeenkomst in jouw regio wordt georganiseerd.

Echter, deze nationaal/regionaal georganiseerde activiteiten vallen in het niet bij de allerbelangrijkste wervingsfactor voor de bakkerijsector.


En dat is natuurlijk de eigen bakkerij. Dit wervingskanaal kan zich nog zeker verder ontwikkelen. Hoe weet het individuele bedrijf zelf en lokaal de naamsbekendheid te vergroten?


Door de bakkerij open te stellen voor schoolklassen, stages of leer/werktrajecten? Hoe heeft de bakkerij een connectie met het lokale verenigingsleven en de sociale activiteiten? Of is de bakkerij 'slechts' een blokkendoos op een industrieterrein zonder een echte connectie met de lokale/regionale samenleving?


Voor de zomermaanden wens ik alle eigenaren van bakkerijen veel tijd en rust toe om goed na te denken over een eigen imagoplan/campagne om de eigen arbeidsmarktpositie (verder) te versterken. Want een ding is zeker: er komen steeds minder jongeren. Dus

de strijd om de instro-

WIM KANNEGIETER, DIRECTEUR NEDERLANDSE VERENIGING VOOR DE BAKKERIJ

 nvbinfo@nedverbak.nl

 [wimkannegieter](https://www.linkedin.com/in/wimkannegieter)

 [@NVBBakkerijen](https://twitter.com/NVBBakkerijen)