

Johan Grootsholten

'Geboden salarissen exploderen'



Profiel

Johan Grootsholten (1965) is managing partner bij Green Career Consult. Dit Wageningse bedrijf is een sinds 2008 nationaal en internationaal opererend bureau voor recruitment en loopbaan-coaching, gericht op agri, horti, food & retail en groene ruimte. Grootsholten werkt er sinds 2014.

De Oostvoornse tuinderszoon werkte daarvoor van 1990 tot 1998 bij DLV Plant en als verkoopleider bij drie verschillende gewasbeschermingsfirma's, van 1998 tot 2007 en van 2011 tot 2014. Tussen 2008 en 2011 was hij al freelance recruiter bij het West-landse/Aalsmeerse recruitment bureau Lutgo.

Het piept en kraakt bij boeren en tuinders. In de kassen zucht men onder de energiecrisis, in de stallen onder het stikstofdebaacle en de vogelgriep. Maar tegelijk moeten in de voedselproductie alle zeilen bijgezet worden, gegeven een krappe arbeidsmarkt. Op die woelige baren laveert recruiter Johan Grootcholten.

INTERVIEW | door Ton van der Scheer

Voor Johan Grootcholten is de nieuwe start de kern van zijn dagelijkse bezigheden. Hij is senior recruiter en managing partner bij Green Career Consult. Zijn vak is het vinden van mensen, die aan een nieuwe baan ergens in het domein van tuinbouw, groen en agrarisch willen beginnen. Niet eenvoudig in een tijd waarin zo ongeveer elke sector in Nederland een schreeuwend tekort aan goede vakmensen heeft?

"De vraag is inderdaad enorm en het aanbod is bescheiden. In 2008 en 2009, aan het begin van de kredietcrisis en de economische crisis die daar op volgde, was het precies andersom. Maar aan mijn taak verandert dat niets: contact leggen en onderhouden met zoveel mogelijk werkgevers én met zoveel mogelijk kandidaten. Toen er in de land- en tuinbouw bijna geen vacatures waren, ging ik toch gewoon door met het spreken van kandidaten. En toen het vanaf 2011 keerde, had ik een breder netwerk aan 'potentials' dan een hoop andere recruiters." Grootcholten vat zijn eigen baan samen als veel koffie drinken, veel praten en veel leuke ontmoetingen.

"Als je de beste match wilt maken moet je bedrijven en hun functies leren kennen én kandidaten van allerlei pluimage. Het scheelt natuurlijk nogal of je een tuinderszoon of een boerendochter tegenover je hebt of een biologiëstudent uit de stad. En aan de andere kant scheelt het enorm of die kandidaat gaat werken op een bedrijf dat heel strak is georganiseerd met heel duidelijk omliggende functies en rollen, of een bedrijf dat op zoek is naar een ondernemende werknemer en die ook min of meer in het diepe zal gooien."

Bedrijfsculturen en karakters matchen, dat is ook een kwestie van dieper kijken en luisteren dan wat mensen en bedrijven van zichzelf zeggen?

"De manier waarop een kandidaten van een functie zeggen dat ze het leuk vinden, kan boekdelen spreken voor wie goed luistert en kijkt. Alleen al het woordje 'leuk' is vaak al een teken dat ze er toch niet écht voor gaan. En wat een bedrijf zegt te zoeken en te bieden klopt ook niet altijd met

de praktijk. Ik heb het zelf in mijn eigen loopbaan ondervonden. Ik werkte tussen 1999 en 2007 voor twee soortgelijke bedrijven in de gewasbeschermingsbranche. Bij de eerste kreeg ik alle ruimte en vrijheid en mocht ik me overall mee bemoeien, ook over de grenzen van afdelingen heen. Ik dacht dat bij het tweede bedrijf op dezelfde voet verder te gaan. Maar ook al werkte ik daar in dezelfde markt en in dezelfde rol, ik voelde me daar in een striktere bedrijfscultuur niet op mijn plek. Mijn les van toen: als je ergens niet lekker zit, durf dan gewoon op te zeggen."

Dat jobhoppen is anno 2022 misschien wel makkelijker dan ooit?

"Ik zie het nu in elk geval vaker en vaker gebeuren dat mensen ontslag nemen ook al hebben ze nog geen andere baan. Zeker jonge mensen doen dat. In het vertrouwen dat ze nu op allerlei plekken weer aan de slag kunnen. Ook door corona zijn mensen veel beweeglijker geworden. Door online vanuit huis werken zijn mensen noodgedwongen uit hun routine moeten stappen. Niet alle bedrijven hebben dat goed ingeschat. Tijdens en na corona als werkgever toch warmte blijven uitstralen, aantrekkelijk blijven en je mensen aan je blijven binden, dat is voor bedrijven ook in de land- en tuinbouw een van de grootste uitdagingen."

'Overnemen familiebedrijf kan als gevangenis worden ervaren'

Hoe doe je dat als agrarisch bedrijf goed?

"Door niet altijd in dezelfde vijvers te blijven vissen. Niet alleen maar kijken naar tuinderszoon die op de groene opleidingen zitten of gezeten hebben. Dat droogt op. Daar zijn er gewoon steeds minder van. Maar ondertussen is voeding als breed interessegebied onder studenten en jonge professionals veel populairder geworden. De bedrijven die die jongeren proberen aan te spreken, bijvoorbeeld met gastlezingen op hbo-opleidingen en universiteiten, of met het aanbieden van traineeships of van eigen inhouse academies, dát zijn de toekomstbestendige bedrijven. Wie dat allemaal maar gedoe vindt, die vist achter het net."

Ook zo'n tuinderszoon

Zelf was Grootcholten ook zo'n tuinderszoon. Zijn vader

verkaste al begin jaren zestig van het Westland naar Voorne-Putten. Johan deed nog wel de studie tuinbouwplantenteelt in Wageningen, maar bond daar bedrijfseconomie aan vast, en in plaats van te gaan doen wat zijn vader deed en diens vader voor hem, ging hij werken bij wat toen de nog net niet geprivatiseerde Dienst Landbouvoorlichting was, oftewel de DLV, nu Delphy.

“Door de veranderingen die de privatisering van de DLV meebracht, was er veel verloop. Daar deed ik mijn eerste ervaring op met het aannemen van mensen en het daarna ook volgen van hoe ze op hun nieuwe plek uit de verf komen. Na acht jaar voorlichting en advisering en acht jaar in de gewasbescherming stapte ik zelf naar een bureau voor werving en selectie, eigenlijk met in gedachten een nieuwe functie als verkoopleider te gaan zoeken. Maar daar vonden ze me, met mijn netwerk en kwaliteiten, geknipt voor het vak van recruiter.”

Behalve kwaliteiten en culturen is een goeie match ook een kwestie van genoeg geld kunnen verdienen?

“De salarissen die nu worden geboden zijn geëxplodeerd, zeker. Vooral mensen met én teeltechnische kennis én kennis van digitalisering en robotisering zijn enorm gewild.

‘Van LinkedIn af, omdat ze te vaak benaderd werden’

Maar ook sales-functies in alle soorten en maten, van platte verkoop tot aan verkoop inclusief gespecialiseerd teeltechnisch advies en begeleiding kunnen wat vragen, qua verdienste of arbeidsvoorwaarden: 32 uur is het nieuwe full-time en als bedrijf zeggen dat hybride werken ‘bij ons niet kan’, dan maak je het jezelf ook moeilijk.”

Ook genoeg kansen voor boeren en tuinders die het op hun eigen bedrijf als ondernemer moeilijk hebben, maar die een schat aan kennis en vaardigheden in huis hebben.

“Zoals gezegd, kinderen uit agrarische gezinnen zijn al heel lang schaars en enorm gewild. En dat geldt ook voor gewezen agrarische ondernemers. Toen ik na 2011 meer en meer ruimte begon te krijgen voor goede kandidaten was het in de glastuinbouw nog heel moeilijk. Veel bedrijven in bijzonder beheer, veel bedrijfsbeëindigingen. Maar er was ook nog wel schaamte. Een hele hobbel om met een recruiter te gaan praten en je ziel bloot te leggen. Maar ik ken onder tussen ook genoeg voorbeelden van de andere kant: tuin-



derszonen die op de HAS zitten en voor wie al een eigen locatie van het familiebedrijf klaarstaat van 5 of 10 hectare. Dat lijkt een gespreid bedje, maar kan ook van tevoren al als een klein gevangenisje worden ervaren. Een gesprek met mij aangaan kan voor die jongens en meiden een vlucht uit een verplichte toekomst zijn.”

Als je er zo naar kijkt liepen er in 2019 duizenden potentiële kandidaten voor recruiters rond op het Malieveld bij de boerenprotesten.

“Ik ben er zelf niet heen gegaan, maar weet van collega’s die er wel waren. Wij plaatsen al heel lang boerenzonen en -dochters. In de voersector bijvoorbeeld, in de dierlijke farma, veel ook in de internationale sales van melkrobots, in de makelaardij. Maar het is niet een stap die je mensen moet gaan aanpraten. De boeren en boerenkinderen die uit overtuiging eigen baas willen blijven of worden, als je die op sollicitatiegesprek zou sturen, dan vallen ze daar door de mand. Maar als dat familiebedrijf een last is of een verplichte toekomst, dan is het goed om te weten dat er heel veel andere opties zijn. Dan kan de negatieve publieke opinie of zoals nu voor de glastuinbouw de dreigende energiecrisis net het duwtje zijn om een nieuwe start te zien en te maken.”

Zo’n duwtje kan ook zijn: gevraagd worden. Of met een mooi verbogen anglicisme: ‘geheadhunt’ worden.

“Een enkele keer doe ik dat ook weleens, als een klant daarom vraagt. Voor een recruiter betekent dat wel nogal een afbreukrisico. Want je haalt een goeie werknemer weg bij een bedrijf waar je dan niet meer zo makkelijk zaken mee zult kunnen doen. Aan de positieve kant: het maakt mensen bewust van hun waarde, ook voor de werkgever waar ze op dat moment zitten. Maar ik ken ook mensen die van LinkedIn af zijn gegaan, omdat ze te vaak benaderd werden en ze daar een beetje moe van werden.”