

# Mbo'ers: de motor van De Maaspoort



Nu de economie gestaag groeit en hoog opgeleid personeel steeds schaarser wordt, schreeuwt de arbeidsmarkt in Limburg om goed gekwalificeerde vakmensen uit het mbo.

Ook Theater De Maaspoort in Venlo, waar mbo'ers en hbo'ers van verschillende sectoren samenwerken, kan alleen maar draaien op een sterke motor. "De behoefte aan vakspecialisten wordt de komende jaren alleen maar groter", zegt directeur-bestuurder Leon Thommassen.



## Ook de theaterwereld heeft grote behoefte aan jonge vakspecialisten

Als we alle vakmensen uit het mbo vandaag met verlof zouden sturen, zou onze economie als een kaartenhuis in elkaar vallen. Mbo'ers zijn de motor van de samenleving. Zij verzorgen onze zieken, ouderen en gehandicapten, bouwen onze huizen en wegen, repareren onze auto en CV-ketel, helpen ons in de winkel, stylen onze haren, bedienen ons op het terras en zorgen ervoor dat we een avond zorgeloos kunnen genieten in het theater.

Ter illustratie: zo'n 70 procent van de medewerkers van Theater De Maaspoort in Venlo bestaat uit goed gekwalificeerde vakmensen uit het mbo. Je vindt ze overal. Bij de receptie van het theater en het hotel. In de keuken, aan de bar en in de bediening. In de garderobe en de schoonmaakdienst. En achter de schermen van het theater. Mbo'ers regelen het licht en geluid, bouwen de decors en verrichten allerlei hand- en spandiensten. Volgens eventmanager Veronique Schmitz van De Maaspoort zijn mbo'ers onmisbaar omdat ze praktijkgericht denken en werken. "Ik kan de processen en logistieke route bedenken, maar zonder mensen die het kunnen uitvoeren sta ik nergens. Mbo'ers kennen als geen ander de praktijk en kunnen tegen mij zeggen of datgene wat ik bedacht heb wel of juist niet werkt."

### Het hokjesdenken voorbij

Denk nu niet dat hun kennis van de praktijk alleen in operationele functies van pas komt. Daarmee zouden we mbo'ers tekort doen. Theater De Maaspoort nam onlangs een manager Events & Business in dienst met een diploma van de middelbare hotelschool. "Deze dame had bewust voor deze route gekozen omdat ze praktijkgericht bezig wilde zijn. Ze heeft op alle operationele afdelingen gewerkt en is zo opgeklommen tot manager. Om maar aan te geven dat je op basis van talent en ervaring overal kunt komen", vertelt Leon Thommassen. De schouwburgdirecteur houdt niet van hokjesdenken, hij heeft het liever over mensen. "De een werkt graag met z'n handen, de ander zit liever achter de computer of zet de lijnen uit. Ze zijn allemaal even belangrijk. Of iemand een hbo- of mbo-opleiding heeft gehad, vind ik niet zo boeiend. De persoon en diens motivatie en talent zijn veel interessanter."

Daarbij is er de komende jaren ook geen ruimte om in hokjes te denken. Nu de economie gestaag groeit, ziet ook De Maaspoort de krapte op de arbeidsmarkt toenemen, met name in de horeca en de frontoffice van het theater en het hotel. Drie jaar geleden solliciteerden maar liefst 250 mensen op de baan die eventmanager Veronique Schmitz in de wacht sleepte. Die luxe tijden voor het theater zijn voorbij. De komende jaren zijn er meer banen dan beschikbare mensen en zijn vakspecialisten uit het mbo harder nodig dan ooit. Zeker in De Maaspoort. Waar de bezoekersaantallen landelijk onder druk staan, trok de Venlose schouwburg de afgelopen vijf jaar 60% (!) meer bezoekers en reeg het de waarderingsprijzen aaneen. Het meest gastvrije theater van Nederland. De beste evenementen- en congreslocatie. Om maar een paar prijzen te noemen. Gasten waarderen De Maaspoort inmiddels met een 8,4.





## Wat hebben hogere podiumkunsten voor zin als er niemand naar komt kijken?

### Commercieel denken

Die hoge waardering is het gevolg van de nieuwe koers die het theater in 2011 inzette. Een grondige renovatie en nieuwbouw, een noodgedwongen reorganisatie en een nieuwe, professionele marketing. Customer relationship management, afgekort CRM, zo heet de digitaliseringslag die De Maespoort maakte in haar klantrelatiebeheer. Leon Thommassen licht toe: "In het verleden bleef de markering veelal beperkt tot promotieactiviteiten. Maar marketing is veel meer. Je doet marktonderzoek om er achter te komen waar mensen op zitten te wachten, peilt de tevredenheid van je gasten, benut de mogelijkheden van social media, gaat op zoek naar nieuw theatertalent en analyseert klantgegevens. De laatste jaren hebben we fors geïnvesteerd in automatisering; in systemen waarmee we structureel data kunnen analyseren. Zo ontdek je nieuwe trends. Bijvoorbeeld waarom mensen een bepaalde vorm van theater ineens niet meer leuk vinden. Die digitalisering dient maar één doel: zoveel mogelijk mensen raken met mooi theater. Theater in de brede zin van het woord binnen de financiële mogelijkheden die er zijn. Cabaret, musicals en popmuziek, maar ook toneel, dans, opera en ballet."

Commercieel denken was jarenlang uit den boze in de theaterwereld. Het moest per slot van rekening om de inhoud gaan. De Maespoort brak enkele jaren geleden met die trend en laat zien dat je als theater juist commercieel móet denken om het cultuurgood overeind te houden en te versterken. "Wat hebben hogere podiumkunsten voor zin als er niemand naar komt kijken? Ook opera- en balletvoorstellingen verdienen een volle zaal", stelt de schouwburgdirecteur.

## Theaterkrachten bundelen

Eenvoudig is die missie allerminst, zeker in deze moderne tijd waarin er voor de consument zoveel te kiezen valt. "Onze grootste concurrent is de bank thuis, oftewel de on demand diensten zoals Netflix. Die concurrentie kunnen we alleen maar bedwingen als we samenwerken met de theaters om ons heen. En dat gaan we ook doen. We gaan samen de marketing ter hand nemen, kennis en expertise uitwisselen en ons programma-aanbod op elkaar afstemmen. Nu komen er jaarlijks 200.000 mensen naar de theaters in Venlo, Venray, Panningen, Roermond en Weert. Door de krachten te bundelen en innovatie met hoofdletters te schrijven, moeten dat een kwart miljoen bezoekers worden." Om die doelstelling te bereiken, heeft De Maaspoort ook de komende jaren goed opgeleide medewerkers nodig. "We willen een werkgever zijn waar mensen het fijn hebben en de vrijheid krijgen om naar eigen inzicht hun werk te doen. Dat wordt gewaardeerd en dat horen we ook terug van onze stagiairs van het mbo. Onze medewerkers van de toekomst. Zij vinden het leuk bij ons omdat ze zoveel mogen doen. Ik zeg altijd: gaat niet, bestaat niet. Je mag elke dag de dingen anders doen, zolang je dat maar goed uitlegt en je gasten meeneemt in jouw verhaal."

## Ultieme stage-ervaring

Over vrijheid en vertrouwen gesproken. Afgelopen maart was De Maaspoort drie dagen lang volledig in handen van mbo-studenten van Gilde Opleidingen. Zo'n 150 jonge vakmensen in de dop runden samen het theater, hotel en restaurant. Ze bemanden de receptie, ontvingen en begeleidden de gasten, kookten en serveerden de gerechten, hielden het gebouw schoon en schitterden zelfs op de bühne. Studenten en docenten van Gilde Travel & Leisure College brachten drie avonden de musical 'All shook up - Love me tender' op de planken. Collega's van Gilde Wellness & Beauty College verzorgden de kapsels en visagie en legden gasten in de watten met een ontspannende wellnessbehandeling. Studenten van Gilde Food & Hospitality College runden de keuken en het restaurant.

Bij elkaar een totaalbeleving en daarmee de ultieme stage-ervaring voor mbo-studenten. "Toen we dit verzoek van Gilde Opleidingen kregen, hebben we direct 'ja' gezegd. De studenten van vandaag zijn namelijk onze medewerkers van morgen. Wij hebben hen hard nodig en vinden het daarom belangrijk dat zij hun vak zo goed mogelijk kunnen leren. En waar kan dat beter dan in de praktijk", zegt projectleider Veronique Schmitz namens De Maaspoort. Leon Thommassen vergelijkt het met een EHBO-cursus. "Op papier kun je lezen wat je in acute situaties moet doen, maar de praktijk verloopt altijd anders. Ineens is het niet meer vrijblijvend en moet je vlammen."



De overname door studenten was best even spannend, zo bekend hij. "We willen namelijk geen enkele concessie doen aan onze kwaliteit. Onze gasten mochten niet merken dat het theater, hotel en restaurant door studenten werd gerund. We hebben dit samen met Gilde Opleidingen grondig voorbereid. En het resultaat is er ook naar. Het was een groot succes."

Veronique Schmitz zag de studenten groeien in hun rol en als een hechte groep samenwerken. "Dat is heel belangrijk in een theater waar alle afdelingen met elkaar verbonden zijn. Als iemand tijdens een congres of vergadering iets wil bestellen van de lunchkaart, moet je bijvoorbeeld direct schakelen met de keuken."

## Jongeren binden en inspireren

Vernieuwende projecten zoals deze, waarbij mbo-studenten intensief samenwerken in de praktijk, leveren alleen maar winnaars op. Leon Thommassen: "Deze jongeren kunnen niet alleen terugkijken op een prachtige stage-ervaring, ze hebben nu ook met eigen ogen gezien wat een theater is en doet anno 2018. Dat het helemaal niet duf en stoffig is, zoals nog wel eens wordt gedacht. Het theater is een prachtige wereld. Hopelijk hebben we de vakmensen van morgen door deze kennismaking geïnspireerd om straks terug te komen. Om te werken. Of om de geest te verrijken met een mooie theatervoorstelling. Alleen dat al zou fantastisch zijn."

