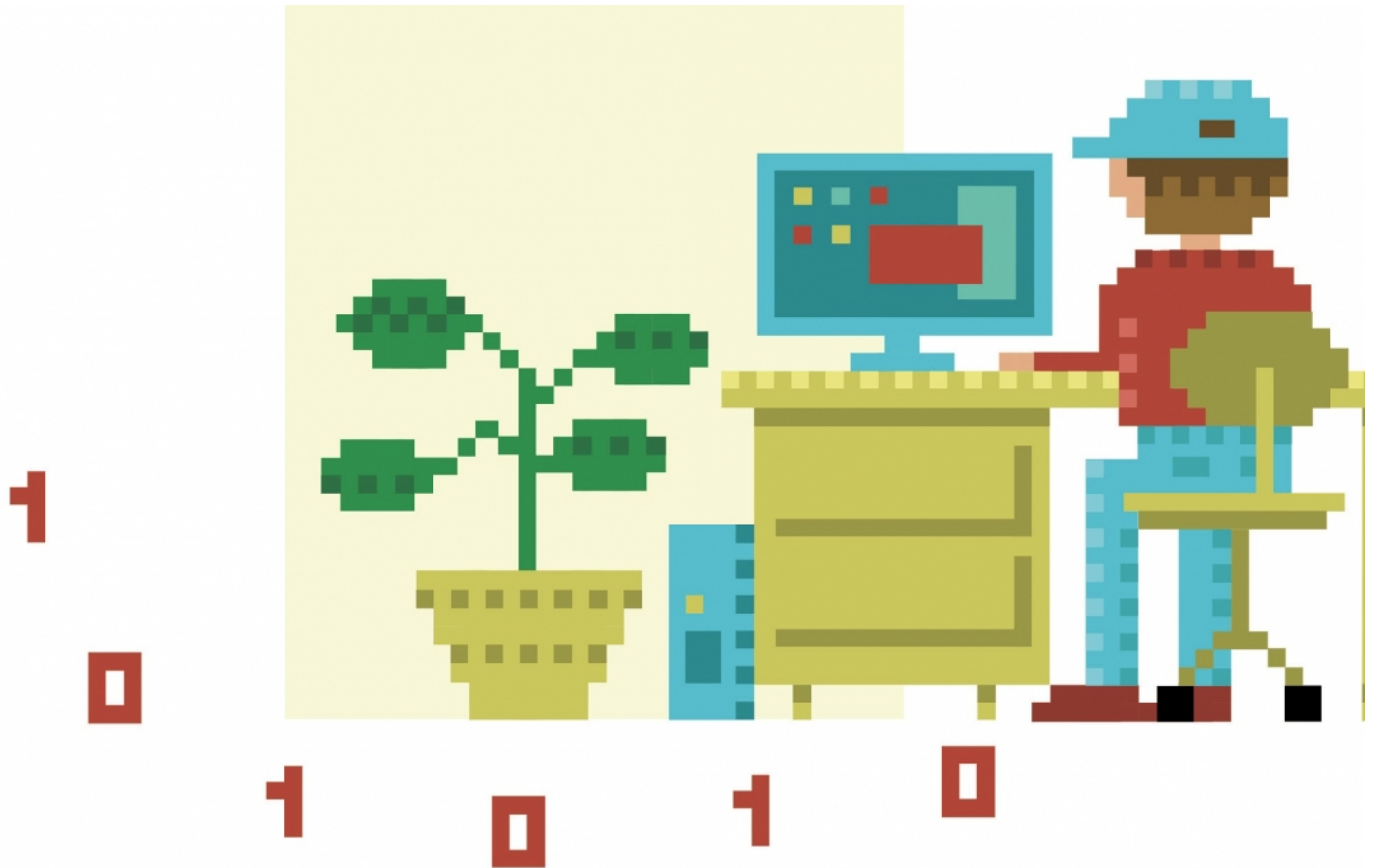


Human capital: Waarom AH-medewerkers leren programmeren

13-02-2017 10:18



Door Nick Möller
Redactie RetailWatching

De eerste Code Camp bij Albert Heijn is achter de rug. Vijftig werknemers van de supermarktketen leerden in één dag de basis van het programmeren. Binnenkort volgen nog honderd vakkenvullers en orderpickers. Waarom eigenlijk?

‘Binnen nu en vier jaar is digitale kennis voor negentig procent van de banen een vereiste. Die kennis, waaronder programmeren, wordt op Nederlandse scholen echter nog niet standaard aangeboden. Dit betekent dat duizenden banen in Nederland mogelijk moeilijk vervulbaar zullen zijn in 2020.’ Het is de tekst uit een persbericht van bol.com, dat inmiddels alweer zo’n twee jaar geleden werd verspreid. De Nederlandse etailer kondigde destijds de eerste Code Camp in Nederland aan, gehouden op 25 april 2015.

Nieuw-Zeeland

De Code Camp is een initiatief van Code Avengers, dat de komende generatie wil klaarstomen voor de toekomst. Twee jaar terug ging het in Nieuw-Zeeland opgerichte platform in ons land van start. Code Avengers biedt lessen in HTML, CSS, JavaScript, Python en webdesign, iets waar je niet zo snel op Nederlandse scholen mee in aanraking komt. De lessen zijn net als de Code Camps ontwikkeld in samenwerking met het Ministerie van Educatie van Nieuw-Zeeland, op basis van inzichten van professionals uit de ICT-sector en het onderwijs

en de mening van leerlingen die de lessen al hebben gevolgd.

Code Avengers telt wereldwijd inmiddels meer dan een miljoen gebruikers en houdt programmeerdagen in landen als Singapore, Australië, Hongarije, de Verenigde Staten en sinds twee jaar dus ook in Nederland. “Ons doel is om leren programmeren net zo populair te maken als leren zwemmen”, aldus Inge Peters van Code Avengers Nederland. Het uitgangspunt is volgens haar kennis en spel combineren, zodat ‘de wereld achter het scherm leuk en interessant wordt’. Het kind beslist zelf wat het daar vervolgens mee doet, stelt zij. “De samenwerking met vooraanstaande techbedrijven maakt dat de kinderen zien waar digitale kennis toe kan leiden.”

In twee jaar tijd heeft Code Avengers zijn horizon wat verbreed. Waar het bij bol.com alleen nog om kinderen ging, wordt er bij Albert Heijn geoefend met de medewerkers van de supermarktketen. 150 ‘jonge mensen’ hebben zich voor het initiatief ingeschreven, vertelt een woordvoerder. “Dat was het maximum aantal. Er was veel animo: de inschrijvingen voor deelname aan de Code Camp zaten al snel vol.”

Albert Heijn mikt met de Code Camp op logistiek medewerkers en winkelmedewerkers, waaronder veel orderpickers en vakkenvullers. Tijdens de Code Camp gaan de medewerkers met behulp van opdrachten zelf aan de slag, bijvoorbeeld met het maken van een game. In de maand na deze sessie krijgen ze toegang tot een online omgeving waar ze verder kunnen oefenen. “We weten dat er een hoop jonge mensen in onze organisatie zijn die het leuk vinden om te coderen. Wij zien het als een mooie manier om te kijken wat medewerkers van coderen vinden, of ze enthousiast zijn en geïnspireerd raken en zich misschien wel verder willen ontwikkelen. De digitale wereld ontwikkelt zich razendsnel, medewerkers met kennis over en ervaring met coderen zijn onmisbaar nu en in de toekomst.”

Bol.com

Het aanbod op de arbeidsmarkt is in dit opzicht echter schaars, lezen we vorig jaar al in RetailTrends. Voor elke twaalf vacatures op IT-gebied is slechts één professional met minimaal vier jaar werkervaring. Nu de retailbranche – en zeker voor een pureplayer als bol.com – steeds meer draait op data, groeit de behoefte aan mensen die die informatiestromen kunnen analyseren en vooral interpreteren. Wie daar alles wil uithalen, moet er immers meer mee doen dan ze alleen verzamelen. De kloof tussen de vraag en het aanbod van specialisten die deze gegevens kunnen analyseren en duiden is echter enorm, merkt ook Jaap Rip. Als manager recruitment en employer branding van bol.com ligt zijn focus op het binnenhalen van de juiste mensen, waaronder via de Code Camp. “Het werkerterrein van dataspecialisten bij een onlinespeler als wij is nog relatief jong, veel mensen weten niet goed wat het inhoudt”, aldus manager recruitment en employer branding Jaap Rip. “Op deze manier proberen we al vroeg bewustwording te creëren rondom de vaardigheden die steeds belangrijker worden.”

Het tekort aan IT-specialisten is ook voor Albert Heijn reden om de Code Camp uit te proberen, stelt de woordvoerder. De supermarktketen heeft bijvoorbeeld de Appie-app, die alsmaar verder ontwikkeld dient te worden. “Het is de eerste keer dat we een Code Camp organiseren en het is niet onze verwachting dat deze 150 medewerkers allemaal verder willen als IT-specialist. Maar we hebben al wel gemerkt dat er belangstelling is onder deelnemers om er meer mee te doen. Ze raken enthousiast en geïnspireerd om zich verder te ontwikkelen. Wij zien het vooral als een manier om de drempels voor hen weg te nemen.”

RetailWatching besteedt deze week elke dag aandacht aan human capital. Het februarinummer van RetailTrends bevat een special rond dit thema, met onder meer aandacht voor algoritmisch management en de Jean School van House of Denim, die de misstanden in de branche moet terugdringen. Ook in de human capital-special: vijf retailjobs van de toekomst en een analyse over het einde van de traditionele verkoper op de winkelvloer. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)