



# ‘De Bouw Kijkt Verder’: grootschalige campagne moet sector aantrekkelijker maken

De campagne ‘De Bouw Kijkt Verder’, die in april is gelanceerd door de sociale partners in de bouwsector, is gericht op het grote publiek om onterechte vooroordelen over de sector te ontcrachten en mensen aan te moedigen om in de bouw te gaan werken.

Om de vele hedendaagse uitdagingen aan te kunnen (zoals de Green Deal, het relanceplan, de energiedoelstellingen en de wederopbouw van overstroomde gebieden) heeft de bouwsector dringend nood aan een massale instroom van geschoolde arbeidskrachten. Naar schatting zouden er in de bouwsector onmiddellijk zo’n twintigduizend nieuwe werknemers moeten worden aangeworven en zijn er de komende vijf jaar honderdduizend nieuwe werknemers nodig.

De campagne is drieledig: een imagocampagne om stereotypen te doorbreken door aan te tonen dat de bouw een diverse, innovatieve en duurzame sector is die een belangrijke maatschappelijke rol vervult (1), een overtuigingscampagne om doelgroepen te doen inzien dat het een toegankelijke sector is met veel werkzekerheid, carrièremogelijkheden en extra voordelen (2) en een activeringscampagne om hen aan te moedigen te studeren en te solliciteren voor een job in de bouw.

De uitdaging voor de sector bestaat er dus in werkzoekenden en jongeren naar de bouw te lokken. Fabrice Meeuw, directeur-generaal Building on People, Constructiv: “*We moeten de buitenwereld beter vertrouwd maken met de bouw en aantonen dat het een innovatieve, groeiende sec-*

*tor is waarin verschillende profielen kunnen gedijen, inclusief een aantrekkelijk salaris.*”

## **Van werfdoeken tot sociale media**

**Fabrice Meeuw:** Eerst en vooral hebben we een imago-enquête gehouden bij meer dan tweeduizend Belgen. Hieruit bleek dat het enthousiasme om een job in de bouwsector uit te oefenen nog steeds te gering is. Slechts één op de tien Belgen zegt immers geneigd te zijn om in de bouw te werken. Een interessante vaststelling is dat werkzoekenden het minst positief zijn, maar ook jongeren zijn kritisch: amper 11% van de bevroegde studenten zegt te overwegen in de bouwsector te gaan werken. En het zijn juist deze profielen die de sector nodig heeft om nieuwe werkkrachten te kunnen aantrekken.

## “ Met de imagocampagne bewijst de sector dat hij klaar is om nieuw talent aan te trekken en maakt hij komaf met hardnekkige misverstanden. ”

Fabrice Meeuw, directeur-generaal  
Building on People, Constructiv



Een persconferentie, georganiseerd door de sociale partners van de bouwsector in de buurt van de ZIN-werf in Brussel, vormde de officiële start van de campagne. De ambities en de resultaten van de imago-enquête werden er gepresenteerd. Ook de nieuwe huisstijl van 'De Bouw Kijkt Verder' werd voorgesteld, die op grote schaal verspreid wordt in de vorm van werfdoeken, affiches, brochures en ander communicatiemateriaal. Ook de videoclip van de campagne werd gelanceerd, die gedurende drie weken te zien was op alle televisiezenders van het land.

Daarnaast is er het onlineplatform [www.debouwkijktverder.be](http://www.debouwkijktverder.be). Deze website stelt de bouwsector voor aan de hand van een reeks artikelen over innovatie en veiligheid, welzijn en inclusie, circulair bouwen en de impact van de sector op de samenleving. Ook een presentatie van de aangeboden jobs en de bijbehorende opleidingen kon uiteraard niet ontbreken.

**Fabrice Meeuw:** Tot slot loopt er een digitale campagne op sociale media om jongeren massaal te kunnen bereiken. Om deze doelgroep te inspireren en te prikkelen, lanceren we binnenkort een reeks content in samenwerking met influencers. Het is de bedoeling om gebruik te maken van hun bekendheid om jongeren te laten kennismaken met de verschillende beroepen in de bouw en te wijzen op de voordelen van een carrière in deze sector.

### **Veel verschillende jobs en modern beroep**

**Fabrice Meeuw:** Om jongeren aan te trekken, moeten we het imago van de bouw afstoffen en over de sector communiceren. Het is zaak om de maatschappelijke meerwaarde ervan aan te tonen en de voordelen van een carrière in de bouw te presenteren. De enquête heeft ons doen inzien dat de Belgen vaak aan metselaars denken als we het over de bouwsector hebben (ook al vertegenwoordigen zij slechts 12% van de volledige bouwpopulatie). De rijke

diversiteit van jobs in de bouw is dus nog te weinig bekend. De sector wil daar verandering in brengen.

Bovendien hebben de digitalisering en de steile opmars van technologische innovaties de werkgelegenheid in de bouw aanzienlijk beïnvloed. De sector is niet alleen op zoek naar arbeiders, maar ook en vooral naar werknemers met een technisch profiel die onmiddellijk aan de slag kunnen.

De respondenten hechten veel belang aan innovatie, maar kunnen verrassend genoeg slechts enkele voorbeelden opnoemen. 72% is er zelfs helemaal niet toe in staat. Wat de invloed van de digitalisering in en voor de bouwsector betreft, blijkt desondanks uit de enquête dat de sector zich volledig richt op innovatie. Er worden immers verschillende technologieën ingezet om de werklast te verminderen en de veiligheid van de werknemers te verhogen. Wat duurzaamheid, veiligheid en verloning betreft, blijkt uit de cijfers dat er een grote kloof gaapt tussen wat de Belgen denken en de realiteit in de sector. 47% weet niet in welke mate de bouwsector klimaatdoelstellingen nastreeft. Slechts 34% is ervan overtuigd dat de bouwsector extralegale voordelen biedt.

De cijfers bewijzen dat er veel behoefte is aan meer informatie over wat de sector eigenlijk doet. Met de imagocampagne 'De Bouw Kijkt Verder' bewijst de sector dat hij klaar is om nieuw talent aan te trekken en maakt hij komaf met hardnekkige misverstanden.

### **Waardevolle troeven en overheidssteun**

Uit een enquête van Constructiv bij bouwvakkers blijkt dat de belangrijkste troeven van de sector handenarbeid, de verscheidenheid van taken, de mogelijkheid om bij te leren, werkzekerheid en fierheid over het geleverde werk zijn.

Het lijkt er ook op dat de bouw een bewuste keuze van de werknemers

is. Ze beschouwen hun job in geen geval als een 'laatste kans op de arbeidsmarkt'. Actieve werknemers blijven in de sector werken vanwege de kwaliteit van hun salaris, hun vast contract en de goede werksfeer. Dit zijn allemaal troeven die moeten worden uitgespeeld, naast het feit dat de sector evolueert en het werk almaar veiliger, minder inspannend en minder vuil wordt, vooral dankzij de voortschrijdende digitalisering.

**Fabrice Meeuw:** Ook de overheid steunt de sector, die momenteel voor heel wat uitdagingen staat. Zo heeft de bouw geprofiteerd van de verlaging van het btw-tarief tot 6% voor renovatie, sloop en heropbouw, wat een goede zaak is gezien het aantal woningen dat in het kader van de klimaatdoelstellingen moet worden gerenoveerd. De sector heeft echter nog steeds te lijden onder de gevolgen van de stijgende materialenprijzen, die nog worden versterkt door de explosie van de energieprijzen als gevolg van de oorlog in Oekraïne.

Het tekort aan arbeidskrachten wordt eveneens aangepakt door de regionale tewerkstellingsdiensten, die hun krachten met ons bundelen om de situatie te verbeteren. Actiris, Forem en de VDAB voeren ook campagnes om de vele openstaande vacatures in de bouw te kunnen invullen, en daar zijn we blij om. Wat het onderwijs betreft, zou de waarde van technische studierichtingen idealiter moeten toenemen. Er is nog werk aan de winkel om ouders en leerlingen wegwijs te maken in deze studierichtingen, maar dat is ook het doel van deze campagne. ■