

Imagocampagne beklemtoont positieve langetermijneffecten

Wegenbouwers maken Limburg mooier

MET een druk bijgewoonde kick-off op de bouwplaats Molenpoort (heraanleg Molenpoortplein) van Van de Kreeke nabij hotel Holiday Inn in Hasselt trokken VlaWeBo Limburg en de Confederatie Bouw Limburg op 15 mei hun campagne ter verbetering van het imago van de Limburgse wegenbouwers op gang. Hierbij selecteerden ze zes wegenbouwerven in hun provincie die tijdens deze campagne onder het motto 'Wij maken Limburg mooier' uitgebreid in de kijker worden gezet. Er is immers nog een andere, positieve kant aan het werk van wegenbouwers dan de negatieve aspecten van wegenwerken (verkeersproblemen, hinder voor omwonenden, ...) die steeds worden aangeklaagd, beklemtonen ze.



“Wegenwerken zorgen voor hinder op korte termijn, maar leiden onmiskenbaar tot een verbetering op vele vlakken op lange termijn”, beklemtonen Liesje Vanduyck, Bas van de Kreeke en Rik Mondelaers (vanaf l.).

De wegenbouw vervult met zijn meer dan 4.000 rechtstreekse en onrechtstreekse werknemers (wegearbeiders, bedienden, studie bureaus, toeleveranciers, ...) een prominente rol in de Limburgse economie. “In economisch opzicht is deze sector op verschillende vlakken erg belangrijk. Vooreerst zijn wegenbouwbedrijven en hun werknemers sterk lokaal verankerd: ze werken in Limburg en creëren hierdoor mee welvaart in deze provincie. Behalve voor grote kunstwerken zoals het Klaverblad in Lummen en de bouwplaats Molenpoort, waar Portugezen actief zijn omdat hier Portugese steen wordt gelegd, zijn in deze sector ook heel weinig buitenlandse onderaannemers actief. Zelf gaan wij evenmin naar het buitenland. Bovendien is een goede infrastructuur noodzakelijk voor een goede logistiek”, beklemtoont Bas van de Kreeke, behalve voorzitter van VlaWeBo Limburg zelf ook een gerespecteerde wegenbouwaannemer.

Ook voor de mobiliteit van de burgers is de wegenbouw onontbeerlijk. Helaas wordt echter nog al te zeer gefocust op de hinder die wegenwerken met zich brengen en vergeet men gemakshalve vaak dat de meerwaarde die ze bieden langer blijft doorwerken dan het ongemak dat ze kortstondig veroorzaken.

“Bouwplaatsen op onze wegen worden inderdaad al te dikwijls in eerste instantie geassocieerd met hinder en overlast. Wij willen met deze campagne aantonen dat de activiteiten van wegenbouwers echter ook een duidelijk doel en een gunstig eindresultaat hebben. Ze maken immers Limburg mooier”, stelt Rik Mondelaers, directeur van de Confederatie Bouw Limburg. “We bieden de burger visuele verfraaiing, verkeersveiligheid en wooncomfort”, pikt Bas van de Kreeke daarop in.

De zopas gelanceerde campagne moet het onterecht negatief gekleurde imago

van wegenbouwers opkrikken. Tegelijk willen de initiatiefnemers de hinder van hun wegenwerken tot het strikte minimum beperken door burgers maximaal te informeren en zo meer begrip bij hen te kweken via de website www.wijmakenlimburgmooier.be (onderverdeeld in de rubrieken 'Home', 'Projecten', 'Nieuws' met o.m. een schitterend filmpje uit de oude doos over de aanleg van de E40, 'Aannemers', 'Confederatie Bouw Limburg', 'VlaWeBo Limburg', 'Vacatures' en 'Opleidingen') en door de verspreiding van flyers in de omgeving van wegenwerken. En tot slot wil deze campagne werkzoekenden motiveren om aan de slag te gaan in de wegenbouw, want heel wat vacatures in deze sector geraken niet ingevuld. Hiertoe vermelden de deelnemende bedrijven op de site hun jobaanbiedingen. Belangstellenden kunnen ook steeds een kijkje nemen op de deelnemende bouwplaatsen, die herkenbaar zijn aan de groene campagnewerfdoeken (als verwijzing naar de ecologische inspanningen van de (wegen)bouw, bv. voor de aanleg van gescheiden rioleringen) met de mier als symbool van de harde werker en het opschrift 'www.wijmakenlimburgmooier.be'.

“Eind vorig jaar hebben VlaWeBo Limburg en de Confederatie Bouw Limburg het initiatief genomen om deze campagne, die begroot is op 10.000 EUR, op te zetten met de steun van de provincie Limburg. Zes bedrijven nemen er met evenveel bouwplaatsen aan deel: Gemoco, Kumpen, Martens Wegenbouw, Van de Kreeke, VBG en Wegenbouw Martin. We willen de campagne gedurende een half jaar intensief voeren, waarbij we om de maand een bouwplaats in de kijker plaatsen met spandoeken en flyers die worden verdeeld bij de omwonenden en plaatselijke winkeliers. De website zal langer blijven bestaan en moet op termijn zelfs uitgroeien tot hét communicatiemedium van de



Liesje Vandyck, Bas van de Kreeke, de Limburgse gedeputeerde van Economie Marc Vandeput, de Hasseltse schepen van Openbare Werken Tom Vandeput en Rik Mondelaers (vanaf l.) lanceerden de imagocampagne voor Limburgse wegebouwers op de bouwplaats Molenpoort.

Limburgse wegebouw”, verklaren Bas van de Kreeke en Rik Mondelaers.

Minder hinder

Ze gaan tevens dieper in op de drie hierboven vermelde campagnedoelen. “We beseffen maar al te goed dat we noodgedwongen hinder veroorzaken, maar we werken milieubewust en zorgen op termijn voor een onmiskenbare verbetering op verschillende vlakken. Onze campagne werkt bovendien ondersteunend voor de minder hinder-initiatieven. We juichen overigens van harte toe dat onze overheden steeds meer belang hechten aan minder hinder-maatregelen, maar ze zadelen onze aannemers hierdoor wel op met een heel zware last en kost die niet als post is voorzien bij de aanbesteding en die ook moeilijk kan begroot worden. Bovendien wijst de publieke opinie bij ongemakken en ongelukken al snel met een beschuldigende vinger naar de aannemer, terwijl die daar vaak geen schuld aan heeft. Intussen beschikken we al wel over een mobiele flitspaal, die automobilisten moet aanraden om hun snelheid bij wegenwerken te matigen. Wat we nog nodig hebben, is een woordvoerder die problemen bij wegenwerken kan duiden en in de juiste context plaatsen”, verklaren ze.

In Hasselt biedt <http://werken.hasselt.be> heel wat informatie over lokale werkzaamheden en werd met Nico Rutten een degelijke communicatieambtenaar aangesteld die ook op werkbezoek gaat en ondersteunend werkt voor de technische mensen. Buiten Hasselt en Genk brandt de communicatie over en sensibilisering voor wegenwerken van de Limburgse gemeentebesturen echter op een laag pitje. “Intussen maken we

zelf gebruik van twitter voor onze bouwplaats in Hasselt, waar we intussen al een vijftal maanden aan de slag zijn. De plaatselijke winkeliers pikken daarop in met speciale acties voor hun producten”, signaleert Bas van de Kreeke. “We trachten ook via Facebook kenbaar te maken wat we allemaal doen”, voegt Rik Mondelaers hieraan toe.

Ze stellen tevens vast dat de wegebouw de subsector in de bouw is met het meest standvastige, maar ook oudste personeel. “We proberen daar wat verjonging in te krijgen. Daarom trachten we via deze campagne ook werkzoekenden ertoe aan te zetten om voor de wegebouw te kiezen. Hiertoe kunnen leden van de Confederatie Bouw Limburg op de website vacatures plaatsen. Tot vandaag maken al wel de zes deelnemende bedrijven aan deze campagne langs deze weg hun openstaande betrekkingen kenbaar, maar uiteindelijk mogen al onze leden dit doen”, melden ze.

Rik Mondelaers en Bas van de Kreeke zijn ook vol lof over de opleiding tot wegebouwarbeider voor werkzoekenden, die reeds in een heel vroeg stadium gelinkt worden aan een bedrijf waar ze stage moeten lopen. “De deelnemers zijn doorgaans 25 tot 27 jaar oud. De eerste sessie, waaraan twaalf werkzoekenden deelnamen, kende een doorstroming van meer dan 50%. Op 16 mei liep de tweede sessie, eveneens met twaalf deelnemers, af. Daarna volgt nog een ibo van twee maanden. Zes bedrijven doen hieraan mee. Onze communicatie- en netwerkverantwoordelijke Liesje Vandyck bezoekt elke week het Mobility Center van de VDAB in Bilzen om te vragen hoe ze evolueren. Problemen tijdens de opleiding worden eveneens daar gesignaleerd. We hopen hier-

voor opnieuw gefinancierd te worden via het project Werken in de Bouw (WIB), zoals bij de eerste opleiding in 2011. Deze financiering werd tijdelijk afgeschaft, maar we vangen signalen op dat ze weer zou worden gestart”, delen ze mee.

Tot slot signaleren ze trots dat de Limburgse (wegen)bouw ook op andere vlakken reeds baanbrekend werk heeft geleverd. Zo wordt de Bouwradar, waarvan de eerste editie toegespitst was op de Limburgse wegebouw en waarbij eenmaal per kwartaal een bevraging wordt gehouden die heel precieze cijfers oplevert voor de bouwsituatie in deze provincie, intussen voor heel Vlaanderen uitgerold. - JL

NETWERKAVOND INTERIEUR

De Confederatie bouw Afwerking en de Associatie van Interieurarchitecten (AINB) organiseren drie netwerk- en informatieavonden over het thema interieur voor aannemers, fabrikanten en interieurarchitecten. De gastsprekers zijn Ann-Sophie Markey en Bram Schelstraete, die onlangs een FidiA-Award wonnen (zie Bouwkroniek van 13 januari 2012, blz. 26).

Deze avonden worden georganiseerd op dinsdag 29 mei in de faculteit Economie van de UGent, op donderdag 31 mei in het kasteel van Horst in Holsbeek en op donderdag 7 juni in het Concertgebouw in Brugge. De avonden starten telkens om 19 u. en worden afgesloten met een receptie. Je kan gratis deelnemen, maar vooraf inschrijven is verplicht. Dat kan op www.bouw-events.be.