



ARENBERG CONSULT
Ward Aerts
aerts.ward@scarlet.be
www.arenberggroup.be



ATOLL INTERIM
Nicole Smet
nicole_smet@atollinterim.be



BIK INTERIM
Katrien Geerts
katrien.geerts@bikinterim.be
www.bilinterim.be



CARELA
Geert Meesschaert
geert.meesschaert@carela.be
www.carela.be



CARREE, BIEBUYCK & PARTNERS BENELUX
Rudy Heijns
rudy.heijns@cbp.be
www.cbp.be



COACHTEAM COM
Paul Koeck
coaching@coachteam.com
www.coachteam.com



COSMOLINGUA
Nensi de Heer
nensi@cosmolingua.be
www.cosmolingua.be



DBM Belgium
Francine Heirbaut
fheirbaut@dbm.be
www.dbm.com



DE WITTE & MOREL / HUDSON
Serge Gomme
Serge.gomme@hudson.com
www.dewittemorel.be



DISTINCTO
Tiziano Pisanu
tiziano.pisanu@distincto.be
www.distincto.be

Bedrijven moeten meer investeren in het menselijk kapitaal

Enquêtes zijn leerrijk en drukken ons soms met de neus op de feiten. Zo vernemen we uit een studie van de socialedienstengroep Securex dat Belgische werknemers gemiddeld 12 werkdagen per jaar afwezig zijn wegens ziekte. Dat zou de bedrijven 6,6 miljard euro kosten. De analyse levert een nationaal ziekteverzuimpercentage op van 4,86 procent. Met andere woorden: op elke honderd werkdagen zijn de Belgische werknemers 4,86 dagen afwezig wegens ziekte of ingevolgd een ongeval. Dat cijfer is een gemiddelde. Iets meer dan de helft van de werknemers (54 procent) is nooit ziek of blijft althans nooit weg van het werk wegens ziekte.

Volgens dit Securex-onderzoek zijn arbeiders gemiddeld 5,87 dagen ziek en bedienden 3,99 dagen op 100.

Het is een zwaar verdict vanuit werkgeversstandpunt gezien want rekent daarbij ook nog eens de vier weken wettelijk verlof bij en iedereen kan de rekening maken wat het "menselijk kapitaal" vandaag de werkgever kost.

Dit menselijk kapitaal is een belangrijke post in de balans van elke onderneming. Met de juiste medewerkers op de juiste plaats kan een bedrijf wonderen verrichten. Daarom moeten we – zoals op de voorpagina reeds aangehaald – betreuren dat het aantal opleidingen dat bedrijven hun medewerkers verplichten te volgen, achteruit gaat. Zes jaar geleden ging 1,34 procent van de loonmassa naar vorming. In 2004 was dat gedaald tot 1,03 procent en hoewel de statistieken voor 2005 nog niet klaar zijn, voorspellen ingewijden dat voor vorig jaar dat percentage wel eens onder de 1 procent zou kunnen gedaald zijn. Waar zitten we fout?

Terwijl de minister van Werkgelegenheid inspanningen doet om het "levenslang leren" aan te moedigen, volgt het bedrijfsleven hem hierin niet helemaal of toch maar erg schoorvoetend. Het is één van de thema's die ook door ons HR-panel werden behandeld tijdens een druk bijgewoond rechthoekig tafelgesprek. Uit de bijna drie uur durende confrontatie bleek dat het bedrijfsleven zich onvoldoende bewust is van het belang van degelijk opgeleide mensen, die niet alleen met dossierkennis maar boven alles met praktijkervaring toekomstvisies moeten ontwikkelen. De komst van de Chinezen zal zich zeker niet beperken tot de gokindustrie op sportwedstrijden. De vernieuwingen worden ons tegen zo'n hoog tempo aangeboden dat we ons niet

mogen veroorloven de boot te missen. We ontvingen het HR-panel in San Marco Village tijdens een ontbijtsessie. Wij stelden de vragen. De deskundigen gaven de antwoorden.

Vraag 1

Hoe belangrijk is het imago van een bedrijf in het kader van HR en rekrutering? Helpt het wanneer een bedrijf bijvoorbeeld genomineerd of verkozen wordt tot één van de beste werkgevers van het jaar?

Stefan Peetroons (Fides Consulting): Nieuwe sollicitanten kiezen vaak hun nieuwe werkgever uit op basis van imago, sfeer en cultuur. Kijk naar Coca-Cola of Ikea. Zij investeren enorm in hun imago omdat dit hen geen windeieren legt. Een groot deel van onze rekruteringsopdrachten bestaat uit vervolgotrajecten bij tevreden klanten, of opdrachten bij organisaties die via een positieve referentie tot bij Fides komt.

Paul Koeck (Coachteam): Een kwaliteitsimago opbouwen vanuit een strategisch perspectief, dat moet het doel zijn. Dat geldt zowel voor een bedrijf als voor een individu. Succesvolle bedrijven zoals de Vlerickschool geven daar prioriteit aan. Ze hebben zich opgewerkt tot de 12de beste in de wereld: mensen willen daarvoor werken! Wie wil niet tot een winning team behoren? Bedrijven die hun imago in lijn brengen met hun strategisch doel, scoren beter.

Bruno Rouffaer (The European Training House): Het imago van een bedrijf of een persoon heeft vooral met emoties te ma-

ken. Het behoort tot de fundamentele aspecten van de cultuur, van de core values van een onderneming, van de competenties van de medewerkers. Dit alles zorgt voor een realistisch imago van een bedrijf. Het wordt ook bepaald door de mate waarin de bedrijfscultuur beleefd wordt door de medewerkers.

Frédérique Bruggeman (Accountemps): Imago heeft alles te maken met perceptie. Uiteraard kan je er als bedrijf alles aan doen om een bepaald beeld naar buiten te dragen maar een goed imago begint met je eigen medewerkers. Open communicatie, respect voor de mening van anderen en erkenning van het "Human Capital" binnenin het bedrijf is de grondslag van een positief imago.

Rudy Heyns (Carree, Biebuyck & Partners Benelux): Soms heeft het ook veel te maken met het imago van de sector. Vele kandidaten kijken vandaag eerst naar de sector en dan naar de bedrijven die deel uitmaken van deze sector. Wie uitgeroepen wordt als één van de laureaten van de actie "Beste werkgever van het jaar" komt absoluut in de kijker en heeft zeker een streepje voor. Misschien kunnen we betreuren dat het soms wel wat veel over de kwantiteit en minder om de kwaliteit gaat en dat zou nochtans bepalend voor het imago moeten zijn.

Tania Stouthuysen (Interact Consulting): Soms gaat het imago niet verder dan de naam. Sollicitanten zijn niet altijd op de hoogte van het imago dat een sector of een bedrijf heeft en in sommige extreme gevallen precies wel, maar over het algemeen zijn de bedrijven het meest bekend van hun reclame. Wie veel reclame maakt is herkenbaarder en werkt zo ook aan zijn imago. En toch is dit blijkbaar nog altijd niet voldoende want wij stellen vast dat kandidaten die solliciteren echt onvoldoende geïnformeerd zijn over het bedrijf waar ze zich gaan aanbieden.

Diane De Winter (San Marco Village): Dat zijn dan meestal de jobhoppers, diegene die overal een beetje gaan solliciteren. Je zal dat minder aantreffen bij mensen die welbewust carrière willen maken en binnen een bepaalde sector actief willen zijn.

Danny Rombouts (Monitor): Het is ook mijn ervaring dat niet iedereen zich goed voorbereidt op een sollicitatiegesprek. Nochtans ben ik ervan overtuigd dat kandidaten die zich ietwat voorbereid hebben, een voorsprong hebben op de anderen.

Nensi de Heer (Cosmolingua): Het is allemaal afhankelijk van hoe carriërbewust iemand is. Hoewel het imago van een bedrijf belangrijk is, volgens mij, merk ik dat jongeren de dag van vandaag meer gefixeerd zijn op carrièreplanning. De opleidingsmogelijkheden die een bedrijf biedt, zijn voor hen van groot belang wanneer ze gaan solliciteren.

Serge Gommé (De Witte & Morel / Hudson): We worden vandaag geconfronteerd met een nieuwe generatie van jongeren. Het is voor de bedrijven moeilijk om het juiste talent aan te trekken binnen deze generatie. Een aantrekkelijk imago zal altijd wel helpen natuurlijk maar de kandidaat verwacht tegenwoordig ook een pakket voordelen en deze voordelen zijn niets dan puur financieel. Het is eveneens van belang voor de nieuwe generatie kandidaten dat er mogelijkheden tot zelfontplooiing, opleidingen, evenwicht privé-professioneel ... worden aangeboden en in de bedrijfscultuur terug te vinden zijn.

Stefan Peetroons: Jongeren worden steeds gevoeliger voor positieve communicatie, aandacht voor persoonlijke groei en ontwikkeling, geen of een minimum aan hiërarchische verhoudingen, feel good en regelmatig plezierige vooruitzichten, ... en dus niet enkel en alleen voor de materiële zaken die men hen biedt.

Rudy Heijns: Vroeger was een rekruteringsbedrijf iets waar kandidaten zich aanboden. Nu verwachten de kandidaten dat de rekruteringsbedrijven voor hen werken. Dat is een groot mentaliteitsverschil.

Myriam Lossy (Lossy & Piret): Er is een belangrijke rol weggelegd voor de selecteur. Diegene die voor de rekrutering en de selectie zorgt die moet ook het imago van het bedrijf waarvoor hij werkt, kunnen doorgeven.

Geert Meesschaert (Carela): Een aantrekkelijk imago als bedrijf zal zeker altijd beter zijn dan het tegengestelde. Het is bekend dat Unique Interim meer kandidaten over de vloer krijgt sedert ze uitgeroepen worden als één van de beste werkgevers van het land. Daarentegen zijn er bedrijven die zeer positief als werkgever in het nieuws komen en die toch de grootste moeite hebben om nieuwe krachten aan te trekken.

Paul Koeck: Belgacom is hiervan een goed voorbeeld. Dit bedrijf bereikt de

Lees verder pag. 26



FIDES CONSULTING
Stefan Peetroons
stefan@fides.be
www.fides.be



HDP - HRCONNECT
Liesbeth Nowé
hdp@hdp.be
www.hrconnect.be



INTERACT CONSULTING
Tania Stouthuysen
interact@interact.be
www.interactconsulting.be



LOSSY & PIRET
Myriam Lossy
myriam.lossy@lossypiret.be
www.lossypiret.be



MONITOR PERSONEELSADVIES
Danny Rombouts
danny.rombouts@monitorpersoneelsadvies.be
www.monitorpersoneelsadvies.be



ROBERT HALF INTERNATIONAL
Frédérique Bruggeman
frederique.bruggeman@rhi.net
www.accountemps.be



SAN MARCO VILLAGE
Diane De Winter
diane@sanmarcovillage.be
www.sanmarcovillage.be



SYNERGIE BELGIUM
Jan De Block
jan.deblock@synergie-belgium.be
www.synergie-belgium.be



THE EUROPEAN TRAINING HOUSE
Bruno Rouffaer
bruno@europeantraininghouse.com
www.europeantraininghouse.com



T-INTERIM
Dirk Dockx
dirk.dockx@t-interim.be
www.t-interim.be

Vervolg van pag. 25

laatste jaren bij haar medewerkers een zeer hoge graad van tevredenheid. Ik was onlangs bij Belgacom en zei tegen de dame die mij begeleidde naar de lift en die duidelijk nog voor RTT gewerkt had, dat er veel veranderd is de laatste jaren. De dame zei letterlijk: Och meneer, ik heb zo'n spijt dat ik er nog maar twee jaar van kan genieten voor ik met pensioen moet gaan. Dat zegt veel, zou ik denken.

Vraag 2

Op welke manier of in welke richting zouden bedrijven meer inspanningen mogen doen om hun werkeversimago te verbeteren?

Paul Koeck: Ik denk dat er nog veel meer dan vandaag aan communicatie moet gedaan worden. Eerlijke, transparante informatiedoorstroming om een echt "partnership" op te bouwen met alle stakeholders bijvoorbeeld is zeer belangrijk. Het is misschien maar een stukje van de puzzel maar transparantie van boven naar onder en omgekeerd betaalt zich dubbel en dik terug.

Diane De Winter: Het is vooral zaak hoofddoel voor ogen te houden en de subdoelen niet belangrijker te maken dan de hoofddoelen.

Frédérique Bruggeman: Wanneer de communicatie goed is, krijg je een veel grotere betrokkenheid van zowel de medewerkers, de leveranciers als de klanten. En een goede communicatie begint intern in het bedrijf. Een open communicatie stimuleert een positieve perceptie en deze wordt automatisch uitgedragen buiten de muren van het eigen bedrijf.

Liesbeth Nowé (HR Connect): Wij doen beroep op communicatiespecialisten om alles duidelijk over te brengen. Wat is het doel? Wat zijn de waarden die je nodig hebt om aan de missie van het huis te kunnen beantwoorden? Wij schakelen een communicatiebureau in om de boodschap te vertalen naar een grotere herkenbaarheid dankzij een sterke vorm van communicatie.

Stefan Peetroons: Bedrijven met een positief imago hebben het makkelijker om sterke profielen aan te trekken. Elk "mens-georiënteerd" bedrijf kan zijn imago optimaliseren door marketingconcepten te koppelen aan die van HR- en rekruteringscommunicatie, zowel in het aantrekken van nieuwe medewerkers als het positioneren van de organisatie op de (arbeids)markt.

Katrien Geerts (Bik Interim): Eerlijkheid is het begin en het verlengde van de communicatie. Het is zeer belangrijk eerlijk te zijn in de communicatie, zowel als het over het goed nieuws gaat als wanneer het over de knelpunten gaat.

Rudy Heijns: Een goede buur is nog altijd beter dan een verre vriend. U kent dit wel. Bedrijven doen er goed aan zichzelf uit de schaduw te halen. Dat kunnen ze door reclame te maken, bepaalde activiteiten te sponsoren, bepaalde clubs te steunen enzovoorts.

Freddy Michiels (kmo insider): Hoe staan de bedrijven daar zelf tegenover volgens u allen? Zijn zij zich bewust van het belang van een degelijke communicatie?

Tania Stouthuysen: In een kmo-omgeving is het zelfs moeilijk om een correct oordeel hierover te vellen. Soms word je te woord gestaan door een secretaresse die als opdracht heeft je te woord te staan

Lees verder pag. 28

inside human resources

VLAANDEREN / WALLONIE

Ongelijkheid

Het is al lang niet meer waar – sedert de staats hervorming en het delegeren van specifieke machten naar de gewesten – dat alle Belgen gelijk zijn voor de wet. Het noorden en het zuiden groeit hij hoe langer hoe meer uit elkaar. Ook op het vlak van de salarissen wordt de kloof alsmaar groter. Zo heeft het Instituut voor Nationale Rekeningen zopas volgende merkwaardige statistieken bekend gemaakt:

- Vlamingen verdienen 25 procent meer
 - Vlamingen betalen 23 procent meer belastingen
 - Vlamingen betalen 21 procent meer sociale bijdragen
 - Vlaamse loonkosten liggen 3 procent lager door hogere productiviteit
 - Waalse werkloosheid is dubbel zo hoog als Vlaamse
- Gemiddeld verdient een Vlaming 4.188 euro meer dan een Waal.

ARBEIDERS

Dakwerkers worden schaars

De Confederatie Bouw dringt erop aan de dakwerkers mee in de lijst van de knelpuntberoepen op te nemen want de bouw heeft het bijzonder moeilijk om nog dakwerkers te vinden. Er is tevens een groot tekort aan metsers, loodgieters, marmerbewerkers, schrijnwerkers, installateurs voor sanitair, vloerders en bezetters. Op 1 mei wordt een nieuwe lijst knelpuntberoepen bekend gemaakt want die moet het onder meer Poolse werknemers makkelijker maken om in België aan de slag te kunnen. De aanwervingprocedures voor deze specifieke jobs worden versoepeld. Maar nu staat al vast dat dakwerkers niet bij de knelpuntberoepen genoteerd staat.



De echte waarde zit vanbinnen.

We gaan verder dan de eerste indruk ... HR-CC kiest resoluut voor een persoonlijke aanpak en maatwerk. Door dialoog en oog voor detail (finetuning) kunnen we elk parcours aan.

Ontdek uw HR-parcours op www.hrcc.be

Erkend bureau
VL 20649 - B-4804 010
WRS 138 WRE 138



LID FEDERIGON RIS



"HR-CC is zo'n drijvende kracht, een betrouwbare motor",
zo weet Inez Senecaet,
zaakvoerder van HR-CC.




Selectie
Search
Assessment
Coaching
Consultancy

Specifiek voor de KMO-markt, de bedrijven die geen eigen personeelsdienst (HR-management) hebben, werd onlangs het selectiekantoor Distincto boven de doopvont gehouden. Wat dit nieuwe selectiekantoor van anderen onderscheidt is alvast de volledige transparantie waarmee gewerkt wordt, zowel naar de kandidaten als naar de klanten toe. We vroegen recruitment consultant Tiziano Pisanu om meer toelichting.



Distincto onderscheidt zich op vlak van transparantie in het selectieproces

De arbeidsmarkt is een gespecialiseerde markt geworden, waarbij steeds meer spelers zich aanbieden voor een onderdeel van deze markt. De komst van Distincto is daar een goed voorbeeld van. Het selectiekantoor heeft zich gespecialiseerd in de markt van de bedienden, meer in het bijzonder met betrekking tot de midden en hogere kaderfuncties. Dat op zich is reeds een voldoende grote markt om als gespecialiseerd bureau actief in te zijn.

Tiziano Pisanu: “Absoluut, want het zijn de midden en hogere kaderfuncties waarnaar het bedrijfsleven vandaag het meest op zoek gaat. KMO’s die geen eigen personeelsdienst hebben willen wij hierbij helpen. We hebben onze infrastructuur volledig op het rekruteren van deze bedienden afgestemd.”

Wat onderscheidt Distincto van andere selectiebureaus?

Tiziano Pisanu: Na een kort marktonderzoek, hebben we geconstateerd dat het gebrek aan transparantie de meeste KMO’s ervan weerhoudt om beroep te doen op een selectiebureau. In hun ogen zijn selectiebureaus ondernemingen die veel geld vragen voor weinig inspanningen. Uiteraard is dit extreem gesteld, maar wij vonden toch dat we met deze info iets moesten doen en zijn op zoek gegaan naar een methode waarbij we meer transparantie konden bieden aan onze klanten. Zo zijn we bij onze “stap-voor-stap methode” gekomen. In een notendop betekent dit dat we op geregelde tijdstippen met onze klanten communiceren. Zij bepalen mee

welke acties we ondernemen met bepaalde kandidaten en betalen ons enkel voor het geleverde werk; een telefonische screening, een (diepte)interview, een test of eender welke andere dienst die we geleverd hebben. Duurt onze zoektocht langer en moeten we verschillende kandidaten zien, dan betaalt de klant meer. Zijn onze inspanningen echter beperkt geweest, dan hoeft de klant geen duizenden euro’s te betalen. Wij vinden dat een eerlijke methode; facturatie volgens de geleverde diensten.

Hoe gaan jullie dan specifiek tewerk?

Tiziano Pisanu: We starten natuurlijk bij het duidelijk omschrijven van de functies waar wij voor onze klanten naar op zoek zijn. Daarom is het van primordiaal belang dat we de bedrijfscultuur van onze klanten zo goed mogelijk begrijpen. Een groot gedeelte van onze tijd investeren wij dan ook in gesprekken met onze klanten ter plaatse. Wij ondervinden dat we op die manier voeling krijgen met het bedrijf, wat ons ten goede komt wanneer we een selectie doorvoeren. Het kan immers perfect dat we enkele zeer goed kandidaten hebben die voldoen aan het gevraagde profiel en dan komt het erop aan diegene te selecteren die qua persoonlijkheid het best binnen de onderneming past. Wat de rekrutering zelf betreft, gaan we de vacature in de eerste plaats adverteren via de verschillende rekruteringkanalen waar we mee samenwerken. Uiteraard doen we ook beroep op onze eigen databank en raadplegen we de verschillende databanken waar we toegang tot hebben. Iemand die een zeer specifiek of interessant profiel heeft of specifieke

kennis heeft in een domein nodigen wij maar al te graag uit voor een eerste gesprek. De kandidaten zijn meestal passief/actief aan het uitkijken naar een nieuwe functie. Ze komen dan automatisch terecht in ons databestand waar alle communicatie met onze kandidaat wordt bijgehouden. De kandidaten worden in een volgende fase actief voorgesteld aan onze klanten of prospecten. We wachten dus niet altijd tot de geschikte vacature zich aandient, maar gaan pro-actief op zoek naar een ideale job voor onze kandidaten; een methode die efficiënt werkt en erg geapprecieerd wordt!

Zijn er vandaag niet veel beroepen of functies op de markt van de bedienden die echt zeer moeilijk te vinden zijn?

Tiziano Pisanu: “Alle bedienden die vanuit technische profielen moeten opereren zijn moeilijk te vinden. Industriële ingenieurs bijvoorbeeld, maar ook alle B2B-verkopers en sales mensen “pur sang” in het algemeen worden met de dag schaarser. Maar door goed te communiceren met onze klanten en hen te begeleiden in het volledige rekruteringsproces, slagen we er in de meeste gevallen in deze witte raven te vinden.”

Info



Frankrijklei 22 - (1ste verdieping)
2000 – Antwerpen
Tel. 0477 51 04 64
tiziano.pisanu@distincto.be

Vervolg van pag. 26

maat in feite niet echt begaan is met de opdracht. Ze vervangt dan gewoon haar baas die geen tijd heeft. Om een goede doorstroming en uitstraling is het wel belangrijk dat de gesprekspartner mee is natuurlijk.

Frédérique Bruggeman: Soms krijg je wel onduidelijke opdrachten om welke reden dan ook. Het is precies onze toegevoegde waarde dat wij zorgen voor de juiste vertaling van de opdrachten. Wij zullen er altijd voor zorgen dat de opdracht haarfijn geformuleerd wordt en gecommuniceerd wordt. Dat mag een klant-bedrijf ook van een consultant verwachten.

Rudy Heijns: En toch blijft het soms vervelend wanneer je niet precies weet wie de decision maker is.

Jan De Block (Synergie Belgium): Aan kmo's zou ik op dit vlak willen zeggen: zorg dat je weet wat uw lange termijn strategie is. Velen liggen daar niet echt wakker van want ze hebben met de zorgen van het dagelijks beleid al de handen vol, maar voor de toekomst van een bedrijf blijft het wel belangrijk te weten waar je met dit bedrijf naartoe wilt.

Bruno Rouffaer: Kmo's kennen een organische groei. Macro-bedrijven ondergaan veranderingen veel logger.

Nensi de Heer: Een toenemend aantal bedrijven betreft ons in hun lange termijn strategie. Wij kunnen hen dan adviseren over de gewenste talenkennis van een nieuwe werknemer. Soms nemen we actief deel aan de selectie of wordt er meteen een trainingsprogramma afgesproken. Zo kunnen wij ons rol optimaal vervullen.

Liesbeth Nowé: Binnen een kmo-omgeving worden verschillende taken door één en dezelfde persoon opgenomen. In dergelijke gevallen is het belangrijk dat het kaderpersoneel meer basisondericht krijgt over HR. Hoe aanwerven? Hoe ontslaan? Waar rekening mee houden? Hoe ziekteverzuim bestrijden? Dat zijn allemaal zaken die het aderpersoneel zou moeten aangeleerd worden.

Ward Aerts (Arenberg Consult): Voor de kmo's wachten er grote uitdagingen en de kmo's moeten ervoor zorgen dat zij daar ook klaar voor zijn. Wij worden voortdurend geconfronteerd met de kleine, dagelijkse problemen van de kmo's. Dagelijks vragen wij ons af: hoe kunnen we de kmo-leiding ervan overtuigen dat hij er belang

inside
human resources

HORECA

Premies in zicht

De VDAB zocht in februari nog 1.442 kandidaten voor een job in theorema. De vacatures raken moeizaam ingevuld. Jongeren kiezen niet snel meer voor een carrière in de horeca. Toch is horeca een zeer belangrijk onderdeel van onze economie met jaarlijks zo'n miljard toeristen die Vlaanderen bezoeken. De horeca zorgt voor 5 procent van de tewerkstelling maar haast alle functies in de horeca behoren tot de knelpuntberoepen. Minister Frank Vandenbroucke heeft een reeks initiatieven uitgewerkt om de sector te helpen. Wie nu al in de horeca werkzaam is kan tijdens het winterseizoen een opleiding volgen. Winter 2006/2007 kan dat al voor de werknemers in de kuststreek. De overheid trekt daar een half miljoen euro voor uit, goed voor de opleiding van 120 mensen. Leerlingen uit de tweede graad Restaurant en Keuken, Hotel en Hulpkok kunnen een premie van 235 euro krijgen, hetgeen kan gebruikt worden voor persoonlijke uitrusting of voor de vergoeding van extra

M - PROCONSULT B.V.B.A.

Sociaal-juridisch
advies

Uw partner voor sociaal - juridisch advies

Sociale audits

Wij maken de sociale wetgeving begrijpelijk en doorzichtig voor u.

Herstructureringen

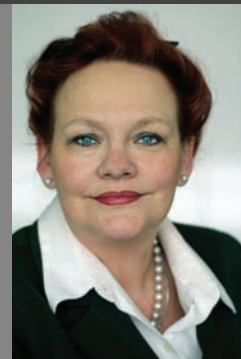
Onze jarenlange praktijkervaring staat borg voor een degelijke kennis van alle aspecten van het arbeidsrecht en het sociale zekerheidsrecht.

Opleidingen

Wij opteren voor een flexibele aanpak en garanderen een snelle en correcte dienstverlening.

Publicaties

Wij zijn 24 u. op 24 u. bereikbaar en zorgen voor een discrete en vertrouwelijke behandeling van uw dossier.



Ria Matthijssens
Zaakvoerder

www.M-ProConsult.be

M-Proconsult B.V.B.A.
James Ensorlaan 47
2630 Aartselaar
Tel. 03 326 56 40
Fax 03 326 57 08

inside human resources

kosten die de leerling nu zelf moet dragen. Het is ook een aanmoediging om te voorkomen dat de leerlingen er de brui aan zouden geven zodra hun eerste ervaring in de horeca tegenvalt. De minister wil nog verder gaan en zoveel mogelijk leerlingen kwaliteitsvolle en gevarieerde stageplaatsen aanbieden.

VERZORGINGSSECTOR

Tekort aan verpleegkundigen

De Wereldgezondheidsorganisatie (WGO) noteert in haar recent gepubliceerd jaarrapport een tekort van 4 miljoen verpleegkundigen en dokters in de wereld. Liefst 57 landen, waaronder 36 in zwart Afrika, kampen met stevige tekorten. Zwart Afrika is goed voor 11 procent van de wereldbevolking en 24 procent van de ziektelasten. Maar in dat gebied werkt maar 3 procent van alle gezondheidswerkers. Wereldwijd zijn er minstens 1,3 miljard mensen die niet over essentiële gezondheidszorg kunnen beschikken omdat ze het geld niet hebben of omdat er geen dokters of verplegers zijn.

bij heeft van een stappenplan voor zijn HR te ontwikkelen?

Paul Koeck: Soms zijn het de moeilijkste opdrachten die het makkelijkste lijken en soms is het omgekeerd. Soms moet je de medewerkers durven "challengen" om meer uit zichzelf te halen (zodat ze later fier kunnen terugblikken op hun verovering op zichzelf), in plaats van hen te beschermen tot de internationale concurrentie hen (samen met je bedrijf) van de kaart veegt. Letterlijk en figuurlijk. Bedrijfsleiders die hun mensen te veel beschermen, graven soms ongewild mee hun graf, want als wij niet beter zijn of slimmer dan onze Aziatische concurrenten, vliegen wij eruit. En dat is een ethische plicht van het management om de boodschap te durven onder ogen zien en te vertalen naar hun mensen toe, zonder paniek te zaaien natuurlijk. Soms heb ik de indruk dat het grootste probleem van een onderneming zich feitelijk stelt wanneer alles goed gaat want dan wordt niet nagedacht over hoe crisissen te voorkomen en dommelt de bedrijfsleiding een beetje in. Een bedrijf mag ook niet té gerust zijn want dat leidt tot zelfgenoegzaamheid.

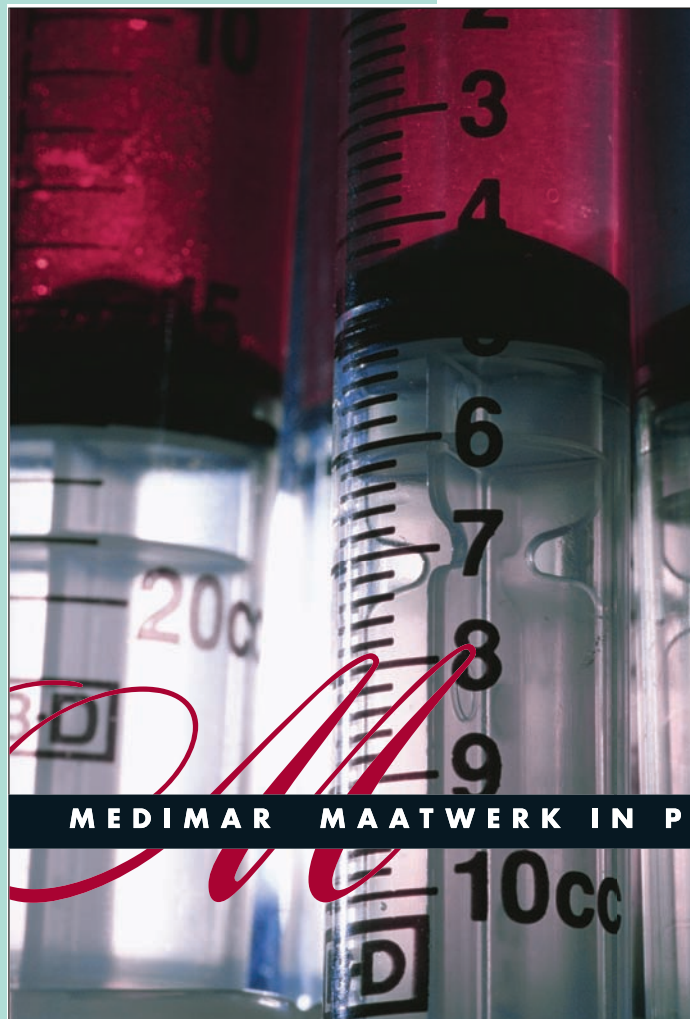
Francine Hierbaut (DBM Belgium): Ik stel vast dat het velen aan een houvast ont-

breekt, aan een referentiekader om hun missie te realiseren.

Geert Meesschaert: Veel ligt toch ook aan het individu en de manier waarop hij of zij omgaat met zijn ambitie. Wij moeten deze mensen begeleiden en zelfbewust maken van hun mogelijkheden. Ik herinner mij een man in een rolstoel, voor wie de jobkansen eerder beperkt zijn. Hij was zo doordrongen van zijn capaciteiten en deed ook zo zijn best om zich te onderscheiden, dat we moesten vaststellen dat hij na twee maanden de job gevonden had die hem zinde.

Stefan Peetroons: Werkzoekenden willen zich niet alleen kunnen identificeren met de naam van de onderneming of de producten en de diensten die men aanbiedt, maar zeker ook de sociaal-maatschappelijke waarden die men hoog in het vaandel draagt. Ondernemingen laten dit steeds maar naar de buitenwereld zien. Men laat extern hierover oordelen en men bestudeert de publieke opinie via publiciteitscampagnes, publicaties, internet en door deelname aan of het organiseren van evenementen. Ook bedrijfsawards maken hiervoor goede publiciteit. Een goed voor-

Lees verder pag. 30



De zorg voor de gezondheid en het welzijn van uw personeelsleden krijgt alle prioriteit bij MEDIMAR.

MEDIMAR kiest voor een proactieve samenwerking.

Op een persoonlijke manier assisteren wij u bij het realiseren van een succesvol welzijnsbeleid. Als externe dienst staat MEDIMAR reeds jaren in voor het preventiebeleid en de bedrijfsgezondheidszorg in Vlaanderen.

MEDIMAR levert kwaliteit op het vlak van:

• **Medisch toezicht**

Onze dienstverlening behelst niet alleen medische onderzoeken, maar ook inenting, adviezen in verband met algemene en specifieke hygiëne, preventie van beroepsziekten, bescherming bij zwangerschap, bescherming tegen schadelijke stoffen en toezicht op de organisatie van eerste hulp bij ongevallen.

• **Risicobeheersing**

"Beter voorkomen dan genezen" is onze doelstelling. Wij bekijken de mogelijke problemen vanuit vijf verschillende invalshoeken: het domein van arbeidsgeneeskunde, van veiligheid, van ergonomie, van bedrijfshygiëne en op psychosociaal vlak. Ons ISO 9002-certificaat staat daarvoor borg.

MEDIMAR MAATWERK IN PREVENTIE EN BESCHERMING



Brouwersvliet 33 bus 7
2000 Antwerpen
Tel. 03-221 98 04
Fax 03-231 88 46
medimarinfo@medimar.be
www.cepa.be

Vervolg van pag. 29

beeld: het aantal samenzweringen met b.v. de NGO's stijgt de laatste jaren zeer sterk. Kortom: de werkzoekende gedraagt zich als "consument", de "marketing" en de "HR" van een onderneming zou dus veel intensiever moeten samenweezrken.

Katrien Geerts: Dat is een zeer moeilijke opdracht. Een kmo in volle expansie heeft stroeve structuren en werft soms mensen aan met zeer waardevolle ideeën maar die ze binnen dat bedrijf niet kunnen uitleven. Dat is erg. Ook hier moeten wij deze bedrijven bijstaan en op het hart drukken dat ze op het punt staan hun beste krachten te verliezen als ze niet meer interesse gaan tonen voor hun medewerkers.

Myriam Lossy: Klanten opvoeden is een moeilijke taak maar het is onderdeel van onze job. Het moet mogelijk zijn van tegen een klant-opdrachtgever eens te zeggen: hola, stop de trein, kijk eens in de spiegel, bezie eens goed waar je mee bezig bent.

Rudy Heijns: Het ergste dat je in dergelijke gevallen kan meemaken is dat wanneer je gesprekspartner, de afgevaardigde van het bedrijf, geen volmacht heeft om

te beslissen. Dat heb je soms in een familiebedrijf, waarbij de kinderen al wel veel mogen uitvoeren maar waar zij toch nog altijd moeten verwijzen naar de ouders voor de uiteindelijke beslissing.

Myriam Lossy: Dat is de moeilijkheid met de tweede generatie. Ik heb het al meegemaakt dat ik goede raad tracht te geven maar die consequenties inhoudt en dat je dan op het einde van het gesprek moet horen: kom morgenmiddag maar eens mee eten bij pa en ma ...

Vraag 3

Welke beroepen (of sectoren) met ook op lange termijn toekomstperspectieven, zijn het moeilijkst in te vullen? Ik wil het hier niet specifiek over de knelpuntberoepen hebben waarvan de VDAB elk jaar een lijst publiceert.

Tania Stouthuysen: Door de stijgende globalisering kunnen tegenwoordig alle functies in vraag gesteld worden. Functies zullen anders ingekleed worden.

Tiziano Pisanu (Distincto): De laatste

inside
human resources

ONTSLAG

Ontslagen voor haardracht

Onlangs werd een weekendhulp bij een doe-het-zelf-keten in Kortrijk aangevraagd in de persoon van L.N. Naast zijn full time job als Industriel Ingenieur bij een multinational wilde L.N. in het weekend op legale wijze een centje bijverdienen. Via een Kortrijks interimkantoor kon L.N. iedere zaterdag in het magazijn meehelpen. Op het einde van de eerste dag kreeg hij te horen dat hij mocht opstappen indien hij zijn haar niet wilde afknippen. Hij droeg een (naar verluidt verzorgde) paardensstaart. De zaterdaghulp weigerde zijn haar af te knippen en werd ontslagen. Er ontstond nogal wat commotie rond het gebeuren en de werkgever verklaarde plots dat de haardracht niets met het ontslag te maken had. Hij deelde mee: "Wij hebben inderdaad beslist de samenwerking met L.N. na één dag stop te zetten om redenen die wij niet verder wensen toe te lichten."

De kans bestaat dat dit voorval nog "een staartje" (sic) krijgt.

Verblind door uw personeelszaken ?

Van het oprichten van uw bedrijf tot het beheren van uw personeel, HDP loodst u doorheen het administratief kluwen en stelt u eenvoudige, betrouwbare en persoonlijke oplossingen voor.

HDP

www.hdp.be

jaren heeft bijvoorbeeld het ingenieursprofiel een totaal andere wending genomen. Vroeger was dat een eerder technisch georiënteerd beroep. Vandaag voert het diploma van industrieel ingenieur meestal naar een managementfunctie. Ik denk dat dit voor het echte beroep van industrieel ingenieur een probleem zal worden. Ik vrees dat het binnenkort moeilijk zal worden om elektrotechnici te vinden die bereid zijn om in een shiftsysteem te opereren.

Paul Koeck: Alle beroepen die naar de computer kunnen gedelegeerd worden zijn vroeg of laat bedreigd met uitsterven. Het gevaar is dan natuurlijk wel dat je jezelf verplicht gaat voelen om teveel taken af te stoten of in handen van derden over te laten omwille van de lagere kostprijs. Ik ben van mening dat je toch bepaalde zaken in huis moet trachten te houden. Fundamentele en strategische kennis voor je onderneming houdt je best maar zelf onder controle, ook al kost dit een centje meer. In principe zou je kunnen stellen dat alle "domme" werk gedoemd is om vroeg of laat te verdwijnen voor de mens. Routineklusjes zullen vroeg of laat door de computer overgenomen kunnen worden. Het is nog niet lang geleden dat het beroep van programmeur zeer prestigieus was, met enorme toekomstperspectieven. Vandaag kan je zaken laten programmeren in alle mogelijke landen tegen een kostprijs die niet te vergelijken is met wat dit bij ons zou kosten. Een Indiër – of iemand in India – kost als programmeur 10 procent van wat een Belgische programmeur kost. Dus, zouden wij tienmaal slimmer en productiever moeten zijn om onze Westerse kostprijs te verantwoorden? We kunnen deze nieuwe waarheid niet ongestraft naast ons neerleggen.

Nicole Smet: Heeft het onderwijs dit wel voldoende begrepen? Is er voldoende open communicatie naar het onderwijs toe vanuit het bedrijfsleven? Worden de jongeren voldoende ingelicht over wat het bedrijfsleven vandaag nodig heeft?

Freddy Michiels: Ik weet dat de Kamers van Koophandel bruggen trachten te leggen tussen de bedrijfswereld en het onderwijs met wisselend succes, want de kloof tussen theorie en praktijk is volgens mij nog altijd iets te groot. Het heeft inderdaad geen zin om mensen in een studierichting te duwen die nauwelijks toekomstmogelijkheden biedt. Wat heb je aan een kolenboer als iedereen centrale verwarming heeft?

Stefan Peetroons: Ook de vzw Bachelor streeft ernaar hogescholen en beroepenvelden samen te brengen om efficiënter een brug te leggen tussen de theorie en de praktijk. Zo brengen zij bijvoorbeeld knelpuntberoepen en loopbaanprofielen in kaart, welke zij kenbaar maken via gerichte communicatie aan studenten.

Rudy Heijns: Ik ben gastlector aan de Universiteit van Antwerpen en kan getuigen dat studenten een enorme nood hebben aan mensen uit de praktijk om zich een beter idee over hun beroepstoekomst te kunnen vormen. Mensen die vanuit de praktijk kunnen spreken zijn voor studenten zeer verrijkend. Je kan er bovendien niet meer onderuit dat "levenslang studeren" een must geworden is. Het onderwijs is van nature erg conservatief voor wat de jobinvulling betreft. Het kan ook moeilijk anders want het onderwijs behoort een theoretische kennis over te brengen die voor iedereen binnen dezelfde richting gelijk is. Mag ik ondertussen een ander pijnpunt aanhalen? Het is een schande dat we de vroegere talenkennis aan het verliezen zijn. De kennis van de eigen taal en van de vreemde talen gaat bij onze studenten achteruit. Schande.

Lees verder pag. 32



Wij streven ernaar
om het beste te halen
uit uw talentvolle
mensen

Hudson | DeWitte & Morel

- Rekrutering, Selectie & Search
- Assessment & Development Centres
- Competentie- en Prestatiemanagement
- Functieanalyse & -classificatie
- Beloningsbeleid & Salarisstudies
- Training & Coaching
- Organisatieontwikkeling
- Loopbaanbeheer

www.dewittemorel.be
www.hudson.com

Joe Englishstraat 54
2140 Antwerpen
Tel. 03 270 12 32
hrs.antwerpen@hudson.com

*From great people
to great performanceSM*

Vervolg van pag. 31

Nensi de Heer: Hier kom je aan een zeer belangrijk punt. Wallonië doet momenteel enorme inspanningen op taalgebied. De overheid stelt enorme beurzen ter beschikking opdat de Waalse bevolking meertalig zou zijn. Dat was vroeger misschien anders, maar vandaag is het frappant dat in Brussel bijvoorbeeld Franstaligen vaak beter tweetalig zijn dan Vlamingen, terwijl dit vroeger net andersom was.

Jan De Block: Spijtig dat het in sommige gevallen een politieke materie is geworden, die in feite met de essentie van de zaak niets te maken heeft. Talenkennis geeft iedereen hoe dan ook een voorsprong.

Geert Meesschaert: Mijn dochter is 18 jaar en de moeilijkste vraag die ze mij kan stellen is: wat moet ik worden? Ik ben ook scheidsrechter in de Belgische voetbalcompetitie en ook daar is talenkennis zeer belangrijk. Maar er is nog een punt dat belangrijk is en dat te maken heeft met een mentaliteitswijziging. Veel beroepen liggen moeilijk in de markt omdat ze avondwerk of weekendwerk vereisen. Over het algemeen zint dit jongeren niet meer. Je merkt ook vaak een gebrek aan bezieling voor de job die je gekozen hebt. Vijf minuten voor het einde van de werktijd stormt iedereen al buiten alsof hun leven ervan af hangt. Bij vele mensen is de lijn tussen werk en privé-leven een echte breuklijn.

Myriam Lossy: Ook hier is een taak weggelegd voor het onderwijs. Wij moeten de jongeren op het leven voorbereiden met een grotere flexibiliteit, want de toekomst zal niet van 9 tot 5 zijn. Een loopbaan verandert in de loop van een mensenleven.

Freddy Michiels: Bovendien zijn de communicatiemogelijkheden zo uitgebreid vandaag dat iedereen die via internet werkt

zich alle ogenblikken van de dag aan correspondentie, opdrachten, vragen, bestellingen en commentaren mag verwachten. Het toepassen van een flexibele uurregeling wordt voor vele beroepen een must.

Vraag 4

Welke opleidingen worden het meest gevraagd? Het meest gevolgd? België heeft niet de beste reputatie op het vlak van opleidingen. Wel over de kwaliteit van onze opleiders maar niet met betrekking tot het volume opleidingen die het bedrijfsleven nodig vindt. Hoe zien jullie dit?

Bruno Rouffaer: Er werd bij ons veel geïnvesteerd in adviescheques e.d. Maar het wordt gezien als een regionale materie terwijl het – zeker als je met nationale en multinationale bedrijven werkt – een federale materie is. Van de regering moeten we niet veel verwachten. Vorige maal waren de adviescheques op twee minuten uitgeput alsof alles van tevoren al beslist was hoe het moest in zijn werk gaan, één grote chaos. Federgon probeert nog wel hier iets aan te doen maar het blijkt moeilijk te zijn. Wat in ons land ontbreekt is de echte stimulans om mensen voortdurend op te leiden. In Frankrijk is elke onderneming al 15 jaar verplicht 2 procent van de personeelsleden een verplichte opleiding te geven. Iets gelijkaardigs zou bij ons zeer welkom zijn.

Myriam Lossy: Het generatiepact verwijst ook naar een betere opleiding. Sectoren zouden in de eerste plaats inspanningen moeten doen om het levenslang studeren concreet aan te moedigen. Er moeten CAO's gemaakt worden binnen de sectoren voor opleidingen. Dat zou een belangrijke stap zijn in de goede richting.

Tania Stouthuyzen: We hebben het makkelijk over de statistische kwantiteit. Gaan we zo niet aan de echte problematiek voorbij?

Bruno Rouffaer: Niet alle opleiding moeten ook rechtstreeks verband houden met het beroep waarvoor je gekozen hebt. Er is nog

inside
human resources

Jongeren zijn gegeerde arbeidskrachten

Sociaal secretariaat Partena en Unique Interim hebben een interessante brochure samengesteld als een gids voor de tewerkstelling van jongeren. Hierin worden de jongeren op een zeer overzichtelijke manier wegwijs geholpen door het labyrint van gewoonten en gebruiken van het bedrijfsleven. Het begint al bij studentenarbeid.

Volgens een recente HIVA-studie (Hoger Instituut voor de Arbeid) vindt 35,2% van de bedrijven studentenarbeid een strategisch nuttig flexibiliteitsinstrument. Meer dan een derde van de ondernemingen vindt het inzetten van studenten de beste formule om in de zomermaanden personeel met vakantie te vervangen of het hoofd te bieden aan productietoenames. In de bedrijven die uitzendarbeid inzetten bedraagt dit percentage zelfs 45,2%. Studentenarbeid is flexibel en bovendien bijzonder interessant voor de werkgever aangezien het brutoloon onder bepaalde voorwaarden niet onderworpen is aan de gewone RSZ-bijdragen.

Jongeren zijn gegeerde werknemers in het bedrijfsleven. Vooral diegenen die gestudeerd hebben voor een zogenaamd "knelpuntberoep". Wie momenteel gestudeerd heeft als arbeider zowel als bediende, voor één van de knelpuntberoepen, verhoogt aanzienlijk zijn/haar kansen op de arbeidsmarkt.

De top 10 van de knelpuntberoepen zijn vandaag:

- Bedienden: boekhouder, hoofdboekhouder, directiesecretaresse, dispatcher, klantenbediening (intern en extern), financieel analist, verkoper, expeditiebediende, tekenaar en technisch bediende;
- Arbeiders: Electromechanici (of technicus elektronicamechanica), mecaniciens voor vrachtwagens of auto's, lasser, beenhouwer, vrachtwagenbestuurder, frezer, plaatslager of carrosseriebehandelaar, elektronicus of technicus elektronica, draaier en andere technische specialisaties.

Jongeren die interesse hebben voor deze beroepen doen er verstandig aan zich hierin verder te ontwikkelen.

kmo-insider • April 2006

ACCOMTEMPS, marktleider in boekhoudkundige, financiële en bancaire uitzendarbeid.

U zoekt een kei in cijfers, maar u wilt niet behandeld worden als een nummer?

Bediende in de boekhouding • Boekhouder
Accountant • Hoofdboekhouder
Dossierbeheerder • Financieel Analist
Credit Collector • Junior Auditor
Ass. Financieel Manager • Credit Analyst

Antwerpen • Brussel • Charleroi • Gent
Groot-Bijgaarden • Hasselt • Liège • Wavre
• Zaventem

Tel.: 0800/99820

 Accountemps™
Temporary Financial Staffing

www.accountemps.be

GENERATIEPACT

Verhoging van opleidingsinspanningen

De wet betreffende het Generatiepact van 23 december 2005 (BS 30/12/2005) voorziet in een verplichting voor alle werkgevers uit de private sector: zij moeten samen minstens 1,9% van hun totale loonmassa besteden aan opleiding. Een KB zal de datum van inwerkingtreding bepalen. Het percentage van 1,9% kan bij KB verhoogd worden met maximum 0,2% per jaar. Bij een verhoging is een voorafgaand advies van de NAR nodig, die een meetinstrument zal ontwikkelen om jaarlijks de opleidingsinspanningen op te volgen. Als de opleidingsdoelstelling van 1,9% niet gehaald wordt zijn er 2 mogelijkheden:

1. Binnen de sector is een akkoord gesloten met als doel meer inspanningen te leveren zodat het opleidingspercentage stijgt. Een KB moet verduidelijken hoe dit akkoord er precies zal uitzien. Om de opleidingsdoelstelling te bereiken, kan de sector 2 pistes volgen:
 - de opleidingsinspanning jaarlijks met minstens 0,1% verhogen
 - de participatiegraad vorming en opleiding met minstens 5% verhogen. Daartoe kan de sector o.m. onderstaande maatregelen toepassen:
 - aanpassen van de bijdragen voor het sectoraal opleidingsfonds
 - toekennen van opleidingstijd per werknemer (collectief of individueel)
 - aanbieden en toepassen van een vormingsaanbod buiten de werkuuren
 - collectieve opleidingsplanning via de ondernemingsraad
2. De sectoren die geen sectoraal akkoord sluiten worden gesanctioneerd met een bijkomende bijdrage van 0,05% voor het educatief verlof. In plaats van 0,04% betalen deze sectoren dus 0,09% voor het educatief verlof. Deze sanctie zal concreet uitgewerkt worden bij KB.

CREATIVITEIT

Edward de Bono

Creativiteitsgoeroe Edward de Bono blijft maar hameren op zijn stokpaardje: "Human resources management moet zich veel meer met creativiteit bezighouden." Volgens deze "prediker" heeft dit alles te maken met het feit dat creativiteit de laatste troef is waarover het Westen tegenover andere windstreken nog beschikt. Maar Azië schiet al wakker, vindt hij en zoals zovele met hem, moeten we het gevaar van die kant verwachten.

zoiets als een algemene ontwikkeling, de persoonlijke ontwikkeling. Men mag best breder denkend zijn en zichzelf over een breed spectrum informeren. Vroeg of laat heb je het toch nodig.

Tiziano Pisanu: In Nederland worden de bedrijven verplicht hun medewerkers cursussen te laten volgen die niets met de job te maken hebben. Ik ben daar ook grote voorstander van. Het is ook belangrijk voor de zelfkennis. Wie met oogkleppen door het leven gaat krijgt vroeg of laat wel enkele ontgoochelingen te verwerken. Door deze cursussen te volgen weet de bedrijfsleiding ook of iemand bekwaam is om nieuwe wendingen in onze maatschappij te volgen.

Stefan Peetroons: Zowel vaktechnische skills maar vooral attitude en gedragsvaardigheden spelen een steeds belangrijkere rol in de optimalisatie van de totale professionele expertise. De vraag naar dit soort opleidingen stijgt bij ons zeer sterk. Denk aan vaardigheden voor een vlotte communicatie, onderhandelen en overtuigen, leidinggevende vaardigheden, meer betrokkenheid creëren en het stimuleren van intern en extern klantgericht denken en handelen, efficiënter vergaderen, het permanent coachen en motiveren van medewerkers ... De verantwoordelijkheid voor de persoonlijke ontwikkeling ligt dan ook vooral bij de medewerker zelf. De medewerker is immers de architect van de eigen loopbaan. Zonder het nemen van eigen initiatieven gaat het niet.

Paul Koeck: Ik ben principieel tegen al te veel verplichtingen. Je moet opleiden, coachen, groeien als mens én als professioneel aantrekkelijker maken, meer sexy. Zowel het individu als het bedrijf moet er bij winnen, in geld en in plezier.

Stefan Peetroons: Alles valt of staat met persoonlijke motivatie. Een gemotiveerd

persoon telt voor drie. Betrokkenheid bij alles en iedereen zorgt automatisch voor meer initiatieven. Het rendement van een vlot lopende organisatie is dan enkel nog een logisch gevolg.

Rudy Heijns: Sommige bedrijven voelen zich niet geroepen om hun medewerkers bijscholing te geven want zij vrezen dat nog beter opgeleide mensen meer uitdagingen krijgen dat zij met deze verworven kennis, sneller naar ander werk uitkijken.

Freddy Michiels: Het is altijd gevaarlijk om bang te zijn voor onwetendheid. Het bedrijf moet ervoor zorgen dat ze verworven kennis of vaardigheden van hun medewerkers ook gebruiken. Wie zich goed voelt zal niet snel het initiatief nemen om van werk te veranderen.

Stefan Peetroons: Hierin ligt ook een taal voor de rekruteerder of consultant om de bedrijfsleiding attent te maken op de begeleiding van nieuwe medewerkers, zodat ze succesvol zijn in hun job. In onze voortdurend veranderende omgeving denken wij mee met onze klant en staan wij hem als zakelijke partner bij met passend advies inzake rekruteringsvraagstuk-

Lees verder pag. 34



**adviesbureau
DREESSEN**



**20 jaar ervaring in de
technisch-commerciële sector
resulteert in 100%
Q*For-klantentevredenheid**

- selectieprocedures op basis van alle gangbare media-instrumenten
- commercieel competentie management: potentieelonderzoek, individuele coaching, eigen assessment-methode
- commercieel-technische training: vertalen van productkennis naar commerciële argumenten, open training en maatwerk: binnen- en buitendienst
- lid van Federgon - Erkend voor het Vlaams/Waals/Brussels Gewest - Opleidingscheques en adviescheques

Kantoren: C. Marckxlaan 25, 2550 Kontich
Trainingscentrum: Kon. Astridlaan 9, 2550 Kontich

www.dreessen.be

**persoonlijke betrokkenheid
en effectieve specialisatie**

Vervolg van pag. 33

ken en overheidsmaatregelen, personeels- en opleidingsbeleid. Voornamelijk bij de aanwerving van hooggeschoolde medewerkers is verdere opleiding en ontwikkeling aangewezen.

Ward Aerts: Bedrijven hebben er belang bij dat ze over goed geïnformeerde medewerkers beschikken. Het mag een investering van het bedrijf zijn. Kennismanagement wordt altijd beloofd en versterkt de binding tussen het bedrijf en de werknemer. Wie het niet doet isoleert zijn medewerkers van de evolutie.

Nensi de Heer: Wij merken dat dit zeker juist is op het gebied van taalopleidingen. Een taaltraining voor een medewerker moet zeker gezien worden als een investering. Het zet zich bijna dadelijk om in betere prestaties en resultaten. Bovendien is het ook een pluspunt voor de werknemer in zijn persoonlijk leven.

Vraag 5

Welke uitdagingen staan ons nog te wachten? Waar moet de bedrijfsleiding meer rekening houden dan zij vandaag doet?

Bruno Rouffaer: De grootste uitdaging voor de bedrijfsleiding is de man helemaal bovenaan de top. Die moet mee zijn. Die met zich bezig kunnen houden met de lange termijn visie, dus het imago van zijn bedrijf. Hij bepaalt voor 80 à 90 procent het imago van het bedrijf. En dat is een geweldige uitdaging.

Paul Koeck: Dat klopt. De ideale leider moet zijn medewerkers zodanig motiveren dat zij probleemloos mee bouwen aan het gedroomde imago van het bedrijf. Maak het sexy om je bedrijf én jezelf groot te maken.

Stefan Peetroons: Bedrijven moeten investeren in hun mensen. Het menselijk kapitaal is voor ondernemingen vaak echt kapitaal en dus cruciaal voor het rendement. Investeren in permanente vorming verhoogt jobsatisfactie, betrokkenheid en productiviteit en dat levert een duurzaam economisch voordeel op.

Myriam Lossy: Op commercieel niveau is iedereen belangrijk in een bedrijf, elk niveau draagt bij en het is inderdaad de leiding die voor het bedrijfsklimaat moet

zorgen, maar de inbreng van elke medewerker – dus ook die van de receptioniste – is belangrijk.

Liesbeth Nowé: Dat is in de eerste plaats een kwestie van communicatie en zorgen dat de medewerkers zich betrokken voelen.

Francine Heirbaut: We praten veel en terecht over knelpuntberoepen, maar ik zou ook eens wat meer aandacht willen vragen voor de knelpuntleeftijden. Het is toch niet ernstig dat we zoveel ervaring soms moeten aan de deur zien staan. We moeten absoluut denken aan het enorme talent en de expertise die de leeftijdsgroep van boven de 45 jaar ter beschikking kan stellen.

Iedereen in koor: Dit is inderdaad zeer belangrijk. Hier moeten we allemaal aan werken.

Serge Gommé: Voor een bedrijf dat vandaag succesvol is en dit in de toekomst wenst te blijven zal het noodzakelijk zijn een HR-politiek te voeren die rekening houdt met de realiteit. We weten allemaal dat morgen – en reeds vandaag – talent zeldzaam wordt. Het is dus van uitermate groot belang dat het talent dat vandaag in een bedrijf aanwezig is, met de nodige aandacht opgevolgd en ondersteund wordt. Development wordt de sleutel tot succes in een alsmaar enger wordende arbeidsmarkt.

*Tekst: Freddy Michiels
Foto's: Luc Peeters*



OPLEIDING

Niet alleen aan scholen overlaten

Bijscholingen waren in België lange tijd te complex en te versnipperd georganiseerd. Er zijn verschillende ondernemingen die zich gespecialiseerd hebben in bijscholing, soms zeer specifiek op een bepaalde sector toegespitst, zoals o.a. op de autosector, de verkoopsector enz. Niet alleen wordt de persoonlijkheid van elk individu gescherpt, maar bovendien verhoogt men zijn/haar kansen op de arbeidsmarkt. Alles evolueert vandaag veel te snel om iedereen toe te laten zonder bijscholen te kunnen uitblinken in een bepaald domein. Maak er als bedrijfsleider een erezaak van dat je jezelf en je medewerkers regelmatig bijscholing geeft.

MERKSEM

t-interim

t-interim, de uitzenddivisie van de Vlaamse t-groep, breidt zijn netwerk uit met een nieuw kantoor in Merksem aan de Bredabaan 373. De keuze van de vestiging vloeit voort door een door t-interim zelf uitgevoerde studie naar de evolutie van de werkloosheid, bevolking, werkgelegenheid enz. van lokale markten. De regio rond Merksem kenmerkt zich door een toenemende werkgelegenheid en de komst van een groot aantal bedrijven. Het kantoor wordt gestuurd door Marita Embrechts, district manager Antwerpen. Info: 03 800 55 70

Beroepsarbeid gepensioneerden

In het Staatsblad van 9 maart 2006 verscheen het koninklijk besluit van 5 maart 2006 met betrekking tot de beroepsarbeid van gepensioneerden. Dit besluit verhoogt de loongrenzen voor toegelaten beroepsarbeid voor gepensioneerden die ouder zijn dan 65 jaar (of ouder dan 64 jaar wanneer het om vrouwen gaat). Het gaat om een verhoging van 15 % op 1 januari 2006 en van nog eens 10 % op 1 januari 2007. Dit besluit heeft uitwerking op 1 januari 2006. De nieuwe jaargrenzen zijn als volgt:

	1.1.2006	1.1.2007
beroepsarbeid als werknemer (met kinderlast)	15.590,18 EUR bruto/jaar (19.300,98 EUR)	17.149,20 EUR bruto/jaar (20.860,00 EUR)
beroepsarbeid als zelfstandige (met kinderlast)	12.472,14 EUR netto/jaar (15.440,77 EUR)	13.719,35 EUR netto/jaar (16.687,980 EUR)