

# 'Vrouwen maken bouw innovatiever'

## Hoe diverser het bedrijf hoe creatiever

Suzanne van den Eynden

**DEN HAAG - Een bedrijf dat wil innoveren, ontkomt er niet aan om actief beleid te voeren gericht op een groter aandeel vrouwen in hogere functies. "Hoe diverser, hoe creatiever", stelt Heidi van Limburg Stirum van Bouwnetwerk, het netwerk voor hoogopgeleide vrouwen in de bouwnijverheid.**

Deze week presenteerden Bouwnetwerk en PSIBouw de resultaten van het onderzoek 'Getallen op tafel' naar de aanwezigheid en zichtbaarheid van vrouwen in de bouwnijverheid.

Die getallen liegen er niet om. De top 10 van bouwbedrijven kent geen vrouwelijke commissarissen of directeurs. Bij grote ingenieursbureaus werkt één vrouwelijke directeur. Vrouwen zijn vooral zichtbaar en vindbaar in toezichhoudende functies. Vrijwel geen enkel bedrijf onderkent de afwezigheid van vrouwen als actiepoint.

"Bedrijven die niet bij zichzelf te rade gaan en niet proberen het aandeel vrouwen in de top toe te laten nemen, doen zichzelf tekort", vindt Van Limburg Stirum. "Bouwbedrijven moeten innoveren, en hoe diverser het bedrijf, hoe groter de creativiteit. Als je internationaal gezien wilt meetellen, zul je bovendien wel moeten. Daarnaast kampen bouwbedrijven met een enorm personeelstekort. Op dit moment zitten ze allemaal te vissen in dezelfde vijver. Bedrijven die nieuwe groepen weten aan te spreken, hebben een voorsprong."

Hiertoe moeten bedrijven eerst zichzelf de kritische vraag stellen: Ben ik aantrekkelijk genoeg voor vrouwen? "Aantrekkelijk word je bijvoorbeeld door ruimte te bieden voor zelfontplooiing aan de inhoudelijke kant", licht bestuurslid Fran-

çoise Dechesne van Bouwnetwerk toe. "Vrouwen hechten daar over het algemeen veel belang aan. Daarnaast zou een bedrijf moeten zorgen voor een bepaalde flexibiliteit. Het niet zo erg vinden dat iemand eerst even thuis werkt, en om half 10 naar kantoor komt. Niet strak vasthouden aan die aanwezigheid tussen negen en vijf." De vrouwen die er zijn, zijn bovendien nauwelijks zichtbaar, zowel in publicaties als op congressen en symposia.

### Aantrekkelijker

Om een bedrijf aantrekkelijker te maken voor vrouwen, is de aanwezigheid van andere vrouwen een voorwaarde. "Als 30 tot 40 procent van de collega's vrouw zijn, voelen vrouwen zich daar prettig bij. Bij 5 procent vrouwelijke medewerkers is de toegevoegde waarde van een gemengd team minimaal."

Om deze percentages te bereiken, zou een targetregeling ingesteld kunnen worden. "Maar dan als onderdeel van het sociaal plan van het bedrijf zelf, niet als maatregel van buitenaf waar sancties op gelegd kunnen worden. Dat werkt niet", benadrukt Dechesne.

"Rabo Vastgoed hanteert een criterium van minimaal 20 procent vrouwen in bepaalde echelons." Ook mogen bedrijven best iets proactiever optreden naar vrouwen, die vaak minder assertief zijn dan mannen. "In de huidige bedrijfscultuur krijgen én pakken jonge mannen meer kansen dan vrouwen", schetst Dechesne. "Ze mogen het al snel proberen als leidinggevende, en als ze vijf keer op hun gezicht gaan, is dat geen probleem. Een vrouw moet zich eerst enorm bewijzen, en dan mag ze het misschien een keer proberen in een leidinggevende functie. Bedrijven mogen het vrouwen gerust iets makkelijker maken en zelf vragen aan een vrouw of zij iets voelt voor een bepaalde functie."