

De NMBS-Groep versterkt aanwervingscampagne

Brussel, 15 september 2006. De NMBS-Holding versterkt haar campagne om nieuwe medewerkers aan te werven. Tijdens de periode 2006-2007 zullen in totaal 2.500 mensen de rangen van de Belgische spoorwegen vervoegen. Opdat deze campagne optimaal zou renderen, is ze opgebouwd rond drie pijlers: aanwervingsproces, diversiteit en communicatie. Zo werden diverse initiatieven genomen om de doeltreffendheid van de aanwervings- en de selectieprocessen te verbeteren. Anderzijds zal bijkomende aandacht besteed worden aan de principes van diversiteit en gelijke kansen. Tot slot wordt ze ondersteund door een doeltreffende communicatiecampagne met, bovendien, de lancering van een specifieke website: www.despoorwegenwervenaan.be

Als verantwoordelijke voor de aanwerving van alle nieuwe medewerkers en als enige werkgever van het voltallige personeel van de NMBS-Groep (NMBS-Holding, NMBS als spoorwegonderneming en Infrabel als infrastructuurbeheerder), lanceert de NMBS-Holding een brede aanwervingscampagne.

Dit jaar al bijna 900 vacatures ingevuld

De leeftijdspiramide voor de volledige groep is bijzonder atypisch. Ongeveer 60 % van het personeel is immers 45 jaar of ouder. De komende 10 jaar zal 40 % van het huidige effectief van de NMBS-Groep met pensioen gaan. Daarenboven doet de populariteit van de formules voor deeltijdse arbeid (vooral 4/5e-stelsel) het effectief nog meer dalen. Dankzij een recent akkoord in de paritaire subcommissie zullen deze formules in de toekomst evenwel minder interessant worden.

Op 1 september 2006 werkten bij de NMBS-Groep 37.586 mensen, hetzij 36.145 voltijdse equivalenten. Tussen 1 januari 2006 en nu werden 884 vacatures ingevuld (waarvan 646 externe en 238 interne). Tegen eind dit jaar zal de NMBS-Holding 1.500 personen hebben aangeworven. Het totale aantal geplande aanwervingen voor 2007 bedraagt bijna 1.000. De trend voor de komende jaren ligt in dezelfde lijn.

De NMBS-Groep moet de komende jaren het hoofd bieden aan deze uitdaging. Aangezien alle andere Belgische ondernemingen door de vergrijzing van de bevolking met hetzelfde probleem te kampen hebben, wordt de concurrentie op de arbeidsmarkt onvermijdelijk sterker.

Brede waaier van aangeboden jobs

De NMBS-Holding biedt een brede waaier van boeiende jobs met uitstekende perspectieven.

De Groep is vooral op zoek naar technici, bestuurders rangeringen, seingevers, onderstationschefs, treinbegeleiders en treinbestuurders. Daarnaast worden ook ingenieurs en informatici, adviseurs, administratief en commercieel secretarissen en adviseurs rechtkundige specialiteit gezocht.

De NMBS-Groep biedt een aantrekkelijk loon, werkzekerheid en talrijke extralegale voordelen, zoals de mogelijkheid om gratis te reizen in verschillende Europese landen.

De cultuur binnen de NMBS-Groep staat in het teken van teamspirit, waarbij elke medewerker zich kan ontplooiën binnen een stimulerende werkomgeving. Bovendien biedt het spoor talrijke carrièremogelijkheden, meer bepaald via interne promotie.

Om dit jaar en de komende jaren al deze medewerkers te vinden, werd een aanwervingscampagne opgebouwd rond drie essentiële assen: aanwervingsproces, diversiteit en communicatie.

Geoptimaliseerd aanwervingsproces moet vlotte doorstroming mogelijk maken

Er werden diverse initiatieven ondernomen om de aanwervings- en selectieprocessen te stroomlijnen.

Zo werd een beleid van proactieve aanwervingen geïntroduceerd op basis van de verwachte uitstroom (« aging ») en de evolutie van de behoeften. Dit moet ervoor zorgen dat last-minute aanwervingen systematisch tot een minimum worden beperkt.

Bovendien werden zware inspanningen geleverd om de selectie- en aanwervingsprocessen verder te informatiseren. Daardoor verlopen ze nu een stuk sneller. Manuele verwerkingen werden zoveel mogelijk geschrapt en er kwamen meer menselijke en materiële middelen.

De Groep is overigens geregeld aanwezig op scholen of jobbeurzen. Voorts doet de NMBS-Groep onder meer een beroep op de openbare tewerkstellingsdiensten (VDAB, BGDA, FOREM) die, via een uitwisselingsakkoord, de publicatie van de aanbiedingen vergemakkelijken.

Diversiteit

Bij deze aanwervingscampagne wordt tevens rekening gehouden met het HR-beleid van de Groep, dat de grootste aandacht besteedt aan diversiteit en gelijke kansen.

Het percentage vrouwen dat voor de Groep werkt, is laag (8 %). De NMBS-Groep wil het aantal vrouwelijke medewerkers sterk uitbreiden om zo de waaier van beschikbare competenties binnen het personeelsbestand te verrijken. Hoffelijkheid en openheid staan meer dan ooit bovenaan de agenda.

Tezelfdertijd richt de wervingscampagne zich ook op de Belgen van buitenlandse origine, die een belangrijke bron van potentiële medewerkers vormen.

Om de diversiteit binnen het bedrijf te vergroten, worden overigens ook partnerships opgezet met de Federale regering, het Instituut voor de Gelijkheid van Vrouwen en Mannen en (onder andere) de Universiteit Limburg.

Doeltreffende communicatiecampagne

De massale aanwervingen worden ondersteund door een opvallende communicatiecampagne die samen met het agentschap VVL/BBDO werd uitgewerkt. Deze heeft twee doelstellingen. De groep positioneren als een aantrekkelijke werkgever en meer en goed gekwalificeerde kandidaten aantrekken.

Onderzoek leert dat 84% van de doelgroep niet weet dat de NMBS-Groep aanwerft. Bovendien kent slechts 19% de troeven van de Groep. De campagne wordt daarom gevoerd op twee niveaus. Enerzijds een algemene imagocampagne die de misvatting moet rechtzetten dat de NMBS-Groep na een periode van herstructureringen niet meer aanwerft. Maar integendeel een ambitieus en modern bedrijf binnen een groeiende sector is geworden en opnieuw aanwerft. Anderzijds een tactische campagne die naar specifieke beroepen zoekt.

De Groep speelt hierbij haar troeven uit. Jongeren zijn immers naast werkzekerheid, uitdrukkelijk op zoek naar een goed evenwicht tussen werk en vrije tijd en naar verantwoordelijkheid en loopbaanmogelijkheden waarbij ze met collega's aan toekomstgerichte projecten meewerken.

Concept

Voor deze campagne werd een bekend en populair gegeven uit de jeugd van velen gebruikt: de elektrische treintjes. In de campagnebeelden worden treinen en andere spoorwegelementen op ware grootte getoond, maar de personages werden uitvergroot en op de voorgrond geplaatst. Zo wordt de nadruk gelegd op de hoofdrol van de spoorwegvrouwen en -mannen.

De beelden passen bij de aantrekkingskracht van de trein, zonder romantisch of nostalgisch te zijn. De aandacht wordt gevestigd op de trein van morgen, die zal rijden dankzij de inzet van mensen die ijverig timmeren aan een toekomstgerichte onderneming.

De modellen, die de potentiële kandidaten voorstellen, zijn allemaal medewerkers van de NMBS-Groep. Bij de keuze van de modellen werd ook rekening gehouden met de diversiteit.

Alle beelden zullen verwijzen naar de internetsite www.despoorwegenwervenaan.be die hiervoor speciaal wordt opgezet.

Interactieve website

Omdat jongeren bij het zoeken naar een geschikte baan zich bij voorkeur informeren via het internet, lanceert de NMBS-Groep ook een nieuwe internetsite die volledig in het teken staat van de wervingscampagne. De naam van de site spreekt voor zich : www.despoorwegenwervenaan.be. Deze site wordt de vitrine van de jobaanbiedingen.

Via het menu kunnen geïnteresseerden vlot de jobaanbiedingen overlopen, gerangschikt volgens het vereiste diploma of volgens type van activiteit.

De site biedt bovendien heel wat informatie over de onderneming zoals over haar structuur, loopbaanmogelijkheden en zelfs over het aanvangsloon van de

verschillende functies. Je vindt er ook getuigenissen van huidige medewerkers over hun job bij de spoorwegen.

Websitebezoekers kunnen zich bovendien abonneren zodat ze automatisch en onmiddellijk op de hoogte worden gebracht van de jobaanbiedingen die aan hun criteria voldoen. De « melding » kan via e-mail of sms worden verstuurd. Online solliciteren is ook mogelijk via een invulformulier. De geïnteresseerden ontvangen dan een uitnodiging die ze doorheen de volgende fasen van de procedure loodst.

Illustratie

De beelden van de reclamecampagne kunt u downloaden via onze website: <http://press.b-holding.be>, username 'press', wachtwoord 'documents'.

*De **NMBS-Holding** overkoepelt de NMBS-Groep en staat mee garant voor een optimale kwaliteit van de dienstverlening. Dit doet ze door de activiteiten van haar filialen NMBS (exploitant) en Infrabel (infrastructuurbeheerder) te coördineren en te ondersteunen. Ze let op de samenhang van hun strategieën en de eenheid van de groep om, onder meer, een financieel evenwicht te bereiken. De NMBS-Holding is de werkgever van het voltallige spoorwegpersoneel van de NMBS-Groep. Dat telt circa 38 000 personeelsleden. De Holding is eigenaar van de stationsgebouwen, parkings, fietsenstallingen en ruimtes voor fietsenverhuur en de stationsomgeving. Verder staat zij in voor de veiligheid op en de beveiliging van het spoorwegdomein. Daarenboven beheert zij het IT-netwerk voor de volledige groep. Ze zet zich in voor het behoud van het historisch patrimonium van de spoorwegactiviteit en heeft de promotie van het vervoer op het Belgische spoorwegnet, een van 's werelds dichtste, tot doel.*

Perscontact:

Leen Uytterhoeven, woordvoester NMBS-Holding: 02/526.37.20 of 0478/23.41.73 of leen.uyterhoeven@b-holding.be.