

Reportage **Vrouwen in technische bedrijven****‘Vrouwen trekken vrouwen aan’**

Croon Elektrotechniek spande zich met succes in voor meer vrouwen in het bedrijf. Gisteren kregen ze er een prijs voor. ‘Ik wil niet alleen vrouwen aan de top, ik wil ze overal in het bedrijf.’

Van onze verslaggeefster  
**Nanda Troost**

**ROTTERDAM** ‘Als je in de Westerscheldetunnel over de rijbaan slingert, hoor je een stem over de autoradio die aan je vraagt of er misschien iets met je aan de hand is. In de controlekamer houden ze dag en nacht de veiligheid in de gaten. Wij hebben voor die techniek gezorgd; die ligt onder de tunnel, kelders vol.’

Tugce Keloglu (29), informatie-analist bij Croon Elektrotechniek, hoeft niet lang na te denken als haar naar voorbeelden van haar werk wordt gevraagd. ‘Vrienden en familie kijken er niet meer van op. Maar ik hoor nog wel eens: Nooit gedacht dat techniek zo leuk kon zijn.’

Croon Elektrotechniek was gisteren een van de winnaars van de Femme Tech Bedrijven Award (zie inzet). Met de prijs worden technische bedrijven in het zonnetje gezet die succesvol zijn in het aantrekken of behouden van vrouwelijke werknemers. De Rotterdamse firma is onderscheiden omdat het bedrijf ‘het streven naar v/m-diversiteit heeft opgenomen in het bedrijfsbeleid’. De jury, onder leiding van Ineke Dezentjé Hamming, voorzitter van metaalwerkgeversorganisatie FME-CWM, noemt dat ‘uitzonderlijk voor een gespecialiseerd elektrotechnisch bedrijf’.

Keloglu is één van de 189 vrouwen in dienst van Croon Elektrotechniek, op een personeelsbestand van rond de 2.000. Het merendeel van de vrouwen werkt in een ondersteunende functie, 55 in een technisch beroep.

Ook voor Keloglu, die als 8-jarige vanuit Turkije naar Nederland verhuisde, lag die keuze niet voor de hand. ‘Met mijn hbo bedrijfskundige informatica solliciteerde ik bij consultancybureaus. Nooit gedacht dat ik met mijn opleiding in de elektrotechniek aan de slag zou kunnen.’ Ze liep als trainee het hele bedrijf door. ‘Techniekontwikkeling, dat leek me wel wat. Ik maak het mogelijk dat wij en de bedrijven waarmee we in een project samenwerken de klanteisen goed kunnen beheren.’



**Frank Schoof (m) en Tugce Keloglu (r).** Bij Croon is bijna een op de tien werknemers vrouw. Foto Arie Kievit

Frank Schoof, directeur hrm van Croon, blijft Rotterdams nuchter onder de prijs. Schoof werd vorig jaar door Talent naar de Top benaderd met de vraag of hij wilde meedoen om meer vrouwen in de top van het bedrijf te krijgen. ‘Daar ben ik dus tegen. Ik wil niet alleen vrouwen aan de top, ik wil ze overal in ons bedrijf: van vmbo-tot TU-niveau. Het aantal vrouwen binnen ons bedrijf lag toen rond de 6 procent. We hebben afgesproken dat we 1 tot 2 procent hoger zouden komen. Niet door vrouwen een voorkeursbehandeling te geven, maar door gewoon hard op zoek te gaan naar geschikte vrouwen.’

Dat is gelukt, want het aandeel vrouwen is gestegen tot 9 procent. Dat is veel, afgezet tegen de hooguit 5 procent die normaal is in de technische sector. Schoof: ‘Het is een kwestie van goed zoeken. Rolmodellen langs scholen sturen. Weet je wat ook werkt? Vrouwen in dienst nemen. Die trekken weer vrouwen aan.’

De zoektocht naar vrouwelijk technisch talent begint al op de basisschool. Op de jaarlijkse Girlsday knutselden meisjes van de basisschool vorig jaar een ledlamp in elkaar, dit jaar bouwden ze een auto op zonne-energie. ‘Gewoon, laten zien dat techniek leuk is, ook voor meisjes.’ Het bedrijf

werkt inmiddels samen met technasia. Over het belang van vrouwen in de techniek wordt bij Croon niet lang nagedacht. Keloglu: ‘Een vrouwelijke invalshoek geeft meerwaarde. En bij onze opdrachtgevers werken ook vrouwen.’ Schoof: ‘Vrouwen maken ook gebruik van techniek.’

De belangstelling voor een technisch beroep groeit ondanks overheids campagnes maar langzaam, terwijl het maatschappelijk belang van techniek verder toeneemt. ‘In de jaren zeventig kon je als meisje met een ingenieur thuiskomen. Nu staat de techniek voor vies en slecht betaald. Dat is een imago probleem, vindt Schoof. ‘Al-

**Femme Tech Award**

**Om het mannelijke imago van het technisch bedrijfsleven van zich af te schudden, worden sinds 2011 de Femme Tech Bedrijven Awards uitgereikt. Per branche – installatie, metaalbewerking, metalelektro en procesindustrie – worden bedrijven genomineerd die volgens de vakjury een inspirerend voorbeeld kunnen zijn om de diversiteit van de branche te bevorderen. Als vrouwen al in de techniek werken, hebben ze vaak een ondersteunende of administratieve baan. Slechts 2 tot 5 procent van de vrouwen heeft een technische functie. Het aantal meisjes dat voor een technische opleiding kiest, stijgt inmiddels, maar blijft laag. Is het percentage vrouwelijke studenten in bèta- en technische opleidingen in Europa gemiddeld 37,6, Nederland staat met 19,9 op de laatste plaats. Dit jaar waren twaalf bedrijven genomineerd voor de Femme Tech Awards. Behalve Croon Elektrotechniek zijn de awards gewonnen door Argowil uit Venray, Fokker Landing Gear uit Helmond en DSM Sittard.**

les werkt altijd, we weten niet beter. Maar hoe? We hebben geen idee.’ Hij wijst naar zijn mobieltje. ‘We bellen dankzij wifi. Ook dat is techniek.’

Terwijl mannelijke collega's met schone handen de elektrische bedrading aansluiten in kasten, werpt Keloglu een blik op een bouwtekening. ‘We werken mee aan de nieuwbouw van het European Patent Office in Rijswijk. Die opdracht hebben we onlangs binnengehaald. De bouw moet nog beginnen, in 2015. Maar ben je al op het nieuwe Centraal Station van Rotterdam geweest? Al die lampen, maar ook het scannen van je OV-chipkaart. Dankzij ons!’

**‘Begin met LinkedIn, dat gaat niet zo snel mis’****Interview**  
**Petra ter Doest**

Hoogopgeleiden gaan nog al eens de mist in op sociale media, zegt Petra ter Doest. Daarom schreef ze een boek waarin ze uitlegt wat wel en wat niet werkt.

Van onze verslaggever  
**Ties Brock**

Sociale media zijn voor veel hoogopgeleiden een struikelblok, merkte journalist en trainer Petra ter Doest (52). Voor hen schreef ze *Publiceren over jezelf. Voor bestuurders, topambtenaren en managers*. Frans Timmermans op Facebook is een mooi voorbeeld, maar niet voor iedereen.

**Een gids voor sociale media, waarom gedrukt op papier?** ‘Grappig is dat, hè. Er is ook een e-book, maar lezers willen het boekje toch lekker naast de computer leggen. Internet levert nog altijd papier op.’

**U geeft al jaren trainingen aan hoogopgeleide socialemediagebruikers. Waar gaan zij de mist in?** ‘Veel deelnemers zijn online slecht vindbaar. Ze durven niets uit te sluiten en noemen zich liever bestuurder dan bestuurder in de zorg. Geef aan wat je onderscheidt, dan ben je beter te vinden.’

‘Gebruik ook niet te veel zachte woorden als gefocust, resultaatgericht en mensenmens. Bezoekers van LinkedIn zoeken niet op het trefwoord ‘betrokken’, maar op harde termen als ‘Philips’, ‘WMO’ en ‘openbaar bestuur.’

**Sommige managers zijn op de on-**



**Petra ter Doest**

linenetwerken afwezig. Kan dat nog?’ ‘Als ik iemand niet kan vinden, denk ik: die zal wel niet helemaal bij de tijd zijn. Of zou hij zich boven LinkedIn verheven voelen? Ook als je niets doet, maak je een statement. Haast iedereen heeft sociale media nodig. Je kunt er iedereen vinden, alles opzoeken en ongelooflijk veel ondernemen.’

**U adviseert sociale netwerkers te beginnen met het zakelijke LinkedIn. Waarom?**

‘Op LinkedIn gaat het niet zo snel mis. Op Facebook en Twitter lopen privé en zakelijk door elkaar en dan gaat het vaker fout. Werknemers zeggen een vergadering af, maar zijn op Face-

book te zien tijdens een familie-uitje. LinkedIn is overzichtelijk en helpt het professioneel te houden.’

**U bepleit zakelijke profielfoto's en een rechttoe-rechtaanstijl. Wordt het niet heel saai allemaal?**

‘Een beetje degelijk en voorspelbaar is geen probleem. Je mag best opvallen, maar dat moet een functie hebben. Er zijn op internet genoeg plekken om creatief te zijn, maar LinkedIn hoort daar niet bij.’

**Is er op Facebook wel ruimte om uit de band te springen?**

‘Je blijft in de publieke ruimte bezig. Een bankdirecteur die op een foto op zijn hoofd wil staan, kan zijn profiel beter afsluiten voor onbekenden. Frans Timmermans maakt een goede mix. Hij geeft professionele informatie, maar vertelt ook over het hockey van zijn dochtertje. Hij heeft er plezier in en het gaat hem goed af. Maar

je moet het ook leuk vinden om er zoveel tijd in te steken, zijn stijl werkt niet voor iedereen.’

**Op uw Facebookpagina staan foto's van uw zoon en uw jarige moeder. Waar leg je de grens?**

‘Ik zet er alleen dingen op die anderen mogen zien, want alles kan op straat komen. Toch is het soms leuk om privédingen online te zetten. Een lagere schoolvriendin vond het mooi om die foto van mijn moeder te zien. Ik ben niet bekend. Als ik een meer publieke functie zou hebben, zou ik mijn pagina vergrendelen.’

**LinkedIn Premium biedt voor gebruikers meer netwerk mogelijkheden. Kopen?**

‘Nee, begin met een gratis account. Met de betaalde versie kun je meer berichten sturen en meer informatie bekijken, maar voor de meeste gebruikers is dat niet de moeite waard.’