

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 95
van **LIEVE MAES**
datum: 7 december 2018

aan **PHILIPPE MUYTERS**
VLAAMS MINISTER VAN WERK, ECONOMIE, INNOVATIE EN SPORT

Luchthavenhuis Aviato - Werking

Ik verwijs naar mijn schriftelijke vraag nr. 617 van 21 juni 2018 over de werking van het Brussels Airport House.

In zijn antwoord kondigde de minister aan dat het Brussels Airport House in het najaar van naam zou veranderen en dat daar een mediacampagne aan gekoppeld zou worden. Die naamswijziging is intussen doorgevoerd en het Brussels Airport House heet intussen Aviato.

Ik heb echter nog vragen over de werking van Aviato.

1. Hoeveel aanmeldingen (spontane toestroom) waren er tot nu toe in 2018 per maand?
2. Hoeveel mensen werden in 2018 intussen aan een job geholpen in en rond de luchthaven?
3. Is er samen met de naamsverandering iets gewijzigd aan het takenpakket, de locatie of de structuur van Aviato? Zo ja, wat?
4. Op welke manier is de mediacampagne rond de naamswijziging gevoerd? Welk budget werd hiervoor uitgetrokken?
5. Het is ook de bedoeling om vanaf 2019 het opleidingsluik verder uit te bouwen.

Zijn die plannen sinds mijn vorige vraag al concreter geworden? Zo ja, kan de minister er wat meer duiding bij geven?

6. Er was ook sprake van een arbeidsmarktstudie die besteld was bij Hiva in samenwerking met de Nationale Bank.

Zijn de resultaten daarvan al bekend? Zo neen, wanneer worden die verwacht?

7. Worden er intussen al statistieken bijgehouden die aantonen van waar de werkzoekenden afkomstig zijn?
8. Houdt Aviato ook gegevens bij van het verloop van werknemers? Hoelang de nieuw aangenomen mensen in dienst blijven bijvoorbeeld?

ANTWOORD

op vraag nr. 95 van 7 december 2018

van **LIEVE MAES**

1. Aviato heeft 548 spontane bezoekers mogen verwelkomen. Per maand geeft dit een gemiddelde van 46 spontane bezoekers. Daarnaast kwamen ook 185 afspraken in de namiddag binnen.
Aviato zet sinds de lancering van de nieuwe website, midden november 2018, sterk in op een meer digitale werking. De website kan wekelijks rekenen op 5000 bezoekers.
2. Aviato heeft 682 mensen aan een job geholpen via vacatures gepubliceerd op de website.
3. De naamsverandering is gepaard gegaan met de opening van nieuwe kantoren op de luchthaven. De nieuwe kantoren van Aviato bevinden zich in het hart van de luchthaven: de terminal.
De nieuwe kantoren zorgen voor een betere werkomgeving voor de Aviato-consulenten en een betere visibiliteit voor de organisatie.
Deze moderne kantoren voldoen aan alle vereisten om werkzoekenden en werkgevers op een comfortabele manier te kunnen ontvangen.
4. De naamsverandering is gepaard gegaan met een mediacampagne, die gestart is midden november 2018. De Raad van Bestuur van Aviato VZW heeft gekozen om een digitale campagne te voeren, die zal lopen tot eind 2019. Het is ook de bedoeling om vanaf 2019 het opleidingsluik verder uit te bouwen.
5. Aviato organiseerde in het najaar van 2018 nog 2 bijkomende opleidingstrajecten voor werkzoekenden en is in 2019 reeds begonnen met een nieuw opleidingstraject voor de functies van luchthaven bewakingsagent en buschauffeur op de tarmac.
De opstart van een Aviato Academy is een concrete doelstelling voor de organisatie in 2019.
6. De eerste onderzoeksresultaten rond directe tewerkstelling worden op dit moment gefinaliseerd en zullen eind Q1 2019 publiek te vinden zijn op de website van Aviato.
7. De arbeidsmarktstudie zal aantonen uit welke windstreken de medewerkers op de luchthaven vandaan komen.
8. De Aviato-dienstverlening stopt niet bij het aanwerving van de kandidaat. Er is reeds een bestaande accountwerking die wordt verzorgd door 2 accountmanagers binnen het team. Zij bezoeken regelmatig de bedrijven op vraag of naar aanleiding van gepubliceerde vacatures. Signalen over tewerkstelling worden via dit kanaal gecapteerd. In 2019 start AVIATO met een nog meer optimale accountwerking. Voor de opleidingstrajecten zijn we aan het onderzoeken om de kandidaten te blijven volgen gedurende 6 maanden na de aanwerving. Op die manier kunnen we de opleidingstrajecten bijschaven.