

## Vlaamse schilder- en decoratiesector in 2024

### Uitdagingen en kansen in detail

De Vlaamse schilders- en decoratiesector staat aan de vooravond van een interessante periode, waarin positieve economische signalen worden gemengd met aanzienlijke uitdagingen. Bouwunie voerde een uitgebreide sectorstudie uit tussen eind mei en begin juni 2024 om inzicht te krijgen in de huidige situatie van de sector. De resultaten bieden een gedetailleerd beeld van de economische situatie, werkvolume, onderwijs-gerelateerde kwesties en de aantrekkelijkheid van de sector voor zowel huidige als potentiële werknemers en ondernemers.

### Economische situatie en werkvolume

Uit de enquête blijkt dat 85% van de schilders- en decoratiebedrijven aangeeft voldoende werk te hebben, een duidelijke verbetering ten opzichte van 77% vorig jaar. Het orderboekje is bij 23% van de bedrijven beter gevuld dan vorig jaar, terwijl 54% hetzelfde werkvolume rapporteert en 21% minder projecten heeft. Dit toont aan dat de sector, ondanks uitdagingen, een stabiele economische basis heeft.

De verwachtingen voor de komende maanden zijn gemengd. Terwijl 83% van de bedrijven een stabiel werkvolume verwacht, voorziet slechts 4% een toename en 13% een daling van het werkvolume. Ook dit is beter dan vorig jaar toen 32% van de bedrijven aankondigde dat de activiteit zou afnemen.

Opvallend is voorts dat 50% van de bedrijven minstens 60% van hun offertes binnenhaalt. De redenen voor het niet binnenhalen van offertes variëren, maar prijsperceptie is duidelijk de belangrijkste factor.

### Prijsbeleid en reclame

De gemiddelde uurprijs die een zelfstandige schilder aanreken, bedraagt 46 euro, terwijl bedrijven met meer dan vijf werknemers gemiddeld 52 euro per uur aanrekenen. Deze prijzen worden echter als hoog ervaren door de markt, wat de concurrentiepositie kan aantasten.

Marketing en publiciteit kunnen de prijsperceptie bij klanten beïnvloeden. De bedrijven gebruiken diverse kanalen voor reclame, met mond-aan-mondreclame (91%), websites (72%), sociale media (57%) en sponsoring (52%) als de meest populaire methoden.

### Onderwijs en kwaliteit van instromers

De kwaliteit van het onderwijs blijft een punt van zorg. Maar liefst 72% van de bedrijven vindt het niveau van instromers uit het secundair onderwijs onvoldoende. Dit benadrukt de kloof tussen het onderwijs en de behoeften van de arbeidsmarkt. Bouwunie heeft hierop ingespeeld door een werkgroep onderwijs op te richten. Die streeft naar een betere ondersteuning van de scholen. Een van de actiepunten is het ter beschikking stellen van kwalitatieve materialen door met leveranciers gunstige afspraken te maken. Dit initiatief moet de kwaliteit van het onderwijs verbeteren en de aansluiting tussen school en arbeidsmarkt versterken.

## **Aantrekkelijkheid van de sector**

Bouwunie organiseert sinds drie jaar succesvolle imagocampagnes, zoals 'Paint Panter' voor jongeren en 'wordschilder.be' voor volwassenen. Deze campagnes hebben als doel de veelzijdigheid en de voordelen van het schilders- en decoratievak te benadrukken, en zijn een belangrijke pijler in het aantrekken van nieuwe instromers.

## **Werkdruk en work-life balance**

De sector kampt met een hoge werkdruk, zowel voor zaakvoerders als voor medewerkers. Een goede work-life balance wordt steeds belangrijker gevonden. Bedrijven die hierin investeren, hebben een voordeel bij het aantrekken en behouden van medewerkers. Een goede relatie tussen werkgever en werknemer (87%) en het bieden van een goede balans tussen werk en privé (58%) worden als cruciaal beschouwd.

## **Krappe arbeidsmarkt**

Het vinden van gekwalificeerd personeel blijft een van de grootste uitdagingen. Geen enkel bedrijf geeft aan dat dit zonder problemen lukt, terwijl 71% aangeeft dat het proces moeilijk en tijdrovend is. Dit onderstreept de noodzaak voor gerichte initiatieven om de instroom van gekwalificeerd personeel te verhogen.

## **Sterktes en uitdagingen van de sector**

De schilder-decorateur onderscheidt zich door de kwaliteit van zijn werk en het gebruik van hoogwaardige producten. Bedrijven proberen zich ook te onderscheiden door persoonlijk advies, flexibiliteit en een totaalaanpak te bieden. Tegelijkertijd worden de grootste uitdagingen gevormd door de krappe arbeidsmarkt, administratieve rompslomp en de hoge werkdruk voor zaakvoerders. Het vinden van gekwalificeerd personeel (79%), de concurrentie van buitenlandse bedrijven (77%) en zwartwerkers (75%), en de overvloed aan vaak onduidelijke of overbodige regels (72%) zijn de meest ernstige knelpunten.

## **Toekomstperspectief**

Ondanks de uitdagingen blijft de sector veerkrachtig. Bouwunie zet zich in voor het verbeteren van de kwaliteit van het onderwijs en het versterken van de sector door middel van diverse initiatieven en campagnes.

De toekomst van de Vlaamse schilders- en decoratiesector ziet er positief uit, mits de sector blijft investeren in zijn sterke punten zoals kwaliteit en klantgerichtheid, en blijft werken aan oplossingen voor de knelpunten.

\* \* \*

## **Voor meer informatie**

- Anja Larik, economisch adviseur  
mail [anja.larik@bouwunie.be](mailto:anja.larik@bouwunie.be), tel. 02 588 42 01
- Wannes Staelens, Bouwunie Schilders & Decorateurs  
mail [wannes.staelens@bouwunie.be](mailto:wannes.staelens@bouwunie.be), tel. 050 89 59 32

Het onderzoek gebeurde via Medallia Agile Research