

# Heeft de jeugd de toekomst?

**E**r is een periode geweest dat er weinig instroom was in de bestratingsbranche. Het tij lijkt nu langzaam te keren. Een aantal jonge straatmakers die bij de Van Beek Groep werken, vinden in elk geval dat de jeugd de toekomst heeft, ook in het straatmakersvak, al zal er nog veel gedaan moeten worden om het imago van straatmaker op te vijzelen.

Mick van Beek is 16 en volgt een opleiding tot straatmaker op het ROC in Breda. "In onze klas zitten maar negen leerlingen die de infra-opleiding volgen. Erg jammer, vind ik, want straatmaker is een prachtig

beroep. Ik ben er mee opgegroeid en niets ligt me beter dan dit werk."

Albert Dieke kwam via zijn oom in aanraking met het straatmakersvak. "Mijn oom werkte bij de Van Beek Groep, maar is inmiddels voor zichzelf begonnen. Ik ben nog een tijdje heftruckchauffeur geweest, maar kwam erachter dat mijn hart toch echt bij het straten ligt. Je hebt behoorlijk wat vrijheid, je werkt lekker buiten en steeds op verschillende plekken. Bij ons bedrijf doen ze er alles aan om het werk te verlichten. Ik zit meestal op de machine, wat wel zo relaxed is."

Het werk bevalt ze allemaal

goed, alleen het imago van straatmaker kan veel beter. "Als ik uitga en iemand me vraagt wat voor werk ik doe, hoef ik niet te zeggen dat ik straatmaker ben," vertelt Robbie Hammer, "want dan draaien ze gelijk om. Dat heeft alles te maken met onwetendheid." Albert Dieke: "Ik zeg altijd dat ik machinaal stenenlegger ben. Dat klinkt interessant en ze vragen meteen door, wat dat precies inhoudt. Je moet het gewoon heel positief brengen."

"Wat je vaak ziet, is dat jongeren liever achter de computer zitten, dan dat ze fysiek werk verrichten," leest



v.l.n.r. Robbie Hammer, Albert Dieke, Peter van Beek, Mark de Weerd en Mick van Beek.

Mark de Weerd uit. "Mensen draaien soms een weekje op het werk mee en dan houden ze het voor gezien. Maar

in een week tijd kun je niet alle kanten van ons vak leren kennen. We zullen als beroepsgroep ons best moeten

doen om ook zelf mensen te werven. Mond-tot-mond-reclame, zeg maar, want dat werkt toch het best."