



Onder embargo tot 17 mei 06:00

Belgen dromen van andere carrièrepaden voor zoons en dochters

De LEGO® Groep onderzoekt genderstereotypen in België en schakelt vrouwelijke rolmodellen in om taboes te doorbreken

Antwerpen, 17 mei 2022 – Uit nieuw onderzoek* van LEGO® uitgevoerd bij 1000 Belgen blijkt dat ouders voor hun dochters een ander beroep in petto hebben dan hun zoons. Drie op de vijf Belgen vinden anno 2022 nog steeds dat er nu eenmaal beroepen zijn waarvoor mannen beter geschikt zijn dan vrouwen, en omgekeerd. Daarnaast gelooft 1 op 3 dat vrouwen van nature minder ambitieus zijn op professioneel vlak dan mannen. Genderstereotypen zijn de wereld nog niet uit en daar wil LEGO met de *Get ready for Girls* campagne verandering in brengen. Met een open brief die werd onderschreven door verschillende Belgische vrouwelijke rolmodellen breekt LEGO een lans voor gendergelijkheid. Onder anderen ruimtevaartwetenschapster Angelique Van Ombergen, pilote Zara Rutherford, Nele Ost, creatief directeur van wereldbekend bloemenhuis Daniel Ost, tennisspeelster Yanina Wickmayer en chef Isabelle Arpin zetten hun schouders mee onder de campagne.

"Met de Get ready for Girls campagne willen we samen ruimte en kansen creëren voor meisjes en zetten we de kracht van LEGO play in om elk meisje de creatieve vrijheid en het vertrouwen te geven om haar eigen wereld vorm te geven", vertelt Erlijn Heuten, brand manager bij LEGO.

Ongeveer 7 op 10 Belgen vinden dat vrouwen en mannen beschikken over specifieke professionele vaardigheden. Bij mannen zijn dit leidinggevende vaardigheden, resultaatgerichtheid en gedrevenheid. Vrouwen krijgen inlevingsvermogen, behulpzaamheid en georganiseerd zijn toegeschreven als meest uitgesproken professionele eigenschappen. Wanneer we de respondenten vragen aan wat voor persoon ze spontaan denken bij bepaalde beroepen krijgen we een duidelijke opsplitsing.

Beroepen die we het meest associëren met vrouwen:

- Huishoudhulp (56,1%) tov. 2% mannen
- Verpleegkundige (32,3%) tov. 1% mannen
- Interieur- en modeontwerper (29,1%) tov. 3% mannen
- Influencer (27%) tov. 3% mannen
- Onderwijzeres (15,7%) tov. 3% mannen

Beroepen die we associëren met mannen:

- Ordehandhaver bv. politie of leger (44,2%) tov. 2% vrouwen
- Ruimtevaarder (39%) tov. 1% vrouwen
- IT'er (36,3%) tov. 3% vrouwen
- Chef-kok (33%) tov. 2% vrouwen
- Ingenieur (32%) tov. 3% vrouwen

Beroepen die door de meerderheid van de Belgen worden gezien als genderneutraal zijn presentator, acteur/actrice (85,7%), redacteur, journalist (84%), dokter (82,5%) en kunstenaar (80%).

“Mijn grootste ambitie is om de genderkloof te verkleinen. Ik wil meisjes en vrouwen aanmoedigen om piloot te worden of STEM-richtingen te studeren. Met mijn solovlucht heb ik laten zien dat vrouwen moedig en ambitieus kunnen zijn en hun dromen waar kunnen maken. Daarom ben ik met veel plezier ambassadrice van de Get ready for Girls campagne van LEGO”, zegt Zara Rutherford.

“Toen ik een klein meisje was van 9 jaar heb ik mijn droom kunnen waarmaken. Vandaag sta ik aan de top van de tenniswereld. Vrouwen en meisjes zijn misschien emotioneler en zorgzaam van nature, maar vergeet niet dat we ook ambities hebben. Laat je door de genderstereotypen in onze maatschappij niet tegenhouden om je dromen waar te maken en in jezelf te geloven”, zegt Yanina Wickmayer.

Genderverschillen

De genderverschillen op gebied van beroepskeuze starten al van kinds af aan. Op de vraag wat hun droomberoep als kind was antwoorden de respondenten afhankelijk van hun geslacht heel verschillend. Zo kregen we heel verschillende antwoorden op de vraag: Wat was je droomberoep als kind? Vrouwen wilden graag leerkracht (18,3%), dierenarts (10,3%) of verpleegster (8%) worden. Mannen dachten eerder aan piloot (9,2%), politieagent (6%) of IT'er (5%). Als we hen vandaag de dag vragen of ze hun droomberoep ook effectief uitoefenen zegt meer dan een kwart ja of doen ze iets gelijkaardigs.

Welk beroep wil ik dat mijn kind later uitoefent?

Als ouder wil je natuurlijk steeds het beste voor je kind. Daar hoort een goede job zeker bij. Ouders vormen dan ook zelf een beeld van de beroepssector die ze verkiezen waarin hun zoon of dochter actief is. In de top 3 voor jongens staat wetenschap (24%), ICT (22%) of sport (12%). Deze worden gevolgd door beveiliging en lucht- of zeevaart. Voor een dochter wordt vaak gehoopt op genees- of verpleegkunde (43%), onderwijs (27%), dierenzorg (10%) of geestelijke gezondheidszorg zoals psychologie (16%). Jobs in de juridische sector worden aan zowel dochters als zonen toegewezen.

De LEGO belofte

Slechts 3% van de respondenten ziet een IT'er of ingenieur als vrouw. Dit denkpatroon heeft gezorgd voor een gebrek aan vrouwen in de wereld van ontwerp en design. De [LEGO Groep](#) zet zich in om meer vrouwen in design te rekruteren en wil zich hier verder voor inzetten. *“Speelgoed zou meer inclusief zijn als het team van designers achter het product ook inclusief is”*, legt Esmee Kuenen, element designer bij LEGO, uit.

Eerder ondertekenden ze reeds de UN Women's Empowerment Principles, waarmee ze hun engagement bevestigen om een bedrijf te zijn dat vrouwen en meisjes sterker maakt.

Met programma's als [FIRST LEGO League](#) introduceert LEGO wetenschap, technologie, techniek en wiskunde (STEM) bij kinderen van 4-16 jaar.

***Onderzoek uitgevoerd door iVOX in opdracht van LEGO**

Online onderzoek uitgevoerd door onderzoeksbureau iVOX in opdracht van Wavemakers - LEGO tussen 8 april en 14 april 2022 bij 1000 Belgen representatief op regio, taal, geslacht, leeftijd en diploma. De maximale foutenmarge bij 1000 Belgen bedraagt 3,02%.

Over de LEGO® Groep

De LEGO Groep is een particulier familiebedrijf met het hoofdkantoor in Billund, Denemarken, en hoofdkantoren in Enfield (USA), Londen (het Verenigd Koninkrijk), Shanghai (China) en Singapore. Opgericht in 1932 door Ole Kirk Kristiansen, en gebaseerd op de iconische LEGO steen, is het één van 's werelds toonaangevende fabrikanten van speelmaterialen. Met de ondernemingsgeest 'Alleen het beste is goed genoeg' als uitgangspunt legt het bedrijf zich toe op de ontwikkeling van kinderen en streeft ernaar om de bouwers van morgen te inspireren en te ontwikkelen door middel van creatief spel en leren. LEGO producten worden wereldwijd verkocht en kunnen virtueel worden verkend op www.LEGO.com. Voor meer nieuws van de LEGO Groep, informatie over onze financiële prestaties en toewijding aan verantwoordelijkheid gaat u naar www.LEGO.com/aboutus.

LEGO, het LEGO logo, de minifiguur en de steen en nop configuratie zijn handelsmerken en/of copyrights van de LEGO Groep. © 2020 LEGO Groep.

Voor meer informatie, beeldmateriaal of reviewaanvragen, gelieve contact op te nemen met (enkel voor pers): Wavemakers PR & Communications – Friedl De Saeger – friedl@wavemakers.eu – 0493 58 53 35