

## Bijlage 2

### Twée voorbeelden van effectieve arbeidsmarktcampagnes

#### *Talent 45-plus*

In 2007 is door de overheid het project *Talent 45-plus* gestart dat gericht is op het aan het werk helpen van uitkeringsgerechtigden van 45 jaar en ouder. De deelnemende partijen zijn het Centrum voor Werk en Inkomen (CWI), UWV, gemeenten, ABU/uitzendbureaus, Boaborea, VNO-NCW en MKB Nederland en Grijs Werkt. Partijen willen in twee jaar 30.000 45-plussers extra aan werk helpen door vraag en aanbod beter in kaart te brengen, te zorgen voor snelle bemiddeling en/of re-integratie om langdurige werkloosheid te voorkomen en te zorgen voor een goede communicatie waardoor het beeld over oudere werknemers wordt bijgesteld.

Een van de onderdelen van dit actieplan zijn de netwerkbijeenkomsten 55-plus. Deelnemers wisselen tijdens deze bijeenkomsten onder andere sollicitatietips en baankansen uit. Dit werkt zeer enthousiasmerend, deelnemers geven aan dat zij als gevolg hiervan een perspectiefwisseling ondergaan van 'stoppen met werken' naar 'actief willen zoeken naar werk'.

Het project heeft veel meer succes dan bij de start beoogd is: in de periode 2007-2008 zijn 60.000 45-plussers extra naar betaald werk uitgestroomd. Het project is daarna niet direct gestopt. In 2009 heeft UWV-Werkbedrijf het project op een lager pitje voortgezet. Over de resultaten zijn echter geen gegevens meer voorhanden.

#### *MKB-minderhedenproject*

Eind jaren negentig staat het midden- en kleinbedrijf (mkb) met 180.000 vacatures te springen om werknemers, terwijl tegelijkertijd tienduizenden allochtonen als werkzoekend zijn ingeschreven bij het CWI. Deze situatie leidt ertoe dat MKB Nederland met de ministeries van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW) en Grote Steden- en Integratiebeleid (GSI) en het Centraal Bestuur voor de Arbeidsvoorziening (CBA) voorjaar 2000 een convenant sluit om in één jaar 20.000 allochtone werkzoekenden te bemiddelen naar vacatures. Dit convenant is daarna nog twee keer verlengd tot 31 december 2002. Het resultaat van deze inspanning is dat er eind 2002 meer dan 70.000 werkzoekenden een baan hebben gevonden in het mkb; 90% hiervan is allochtoon.

De achtergrond van dit succes ligt in de aanpak. Bij de bemiddeling wordt gekozen voor een één-op-één benadering zodat maatwerk mogelijk is. Werkgevers kunnen op de gratis landelijke vacaturelijn hun vacatures melden en binnen 72 uur na melding draagt het CWI één of meerdere kandidaten voor. Bij plaatsing houdt de medewerker van CWI nog twee maanden contact met de werkgever en de werknemer; dit vermindert de kans op uitval. CWI werkt samen met commerciële intermediairs om de kans op succes te vergroten. De campagne is begeleid door een intensieve communicatiecampagne.

Uiteraard heeft het gunstige economische klimaat bijgedragen aan het succes. Maar daarnaast waren enerzijds het brede commitment van de organisaties en anderzijds de integrale aanpak, de persoonlijke dienstverlening door CWI en het vraaggestuurd werken zeer belangrijk voor het behalen van dit succes.