

Algemeen	
Onderwerp	Smaakmakers
Verspreiden	Ja
Contactpersoon	S. Chaara
Eenheid	Sturing
E-mail	s.chaara@regiogv.nl
Kenmerk	17.0013605
Datum	11 januari 2018

Voorstel

Nummer	Omschrijving
Voorstel 1.	Het voorstel 'Smaakmakers 2018 en verder' vaststellen.
Voorstel 2.	Ermeë instemmen dat de smaakmakerscampagne per 1 maart 2018 wordt opgenomen in de reguliere dienstverlening van het Werkgeversservicepunt Gooi en Vechtstreek.
Voorstel 3.	Tot en met 2019 een jaarlijks bedrag van € 34.700 beschikbaar stellen voor de uitvoering van de smaakmakerscampagne door het Werkgeversservicepunt en deze kosten dekken uit het budget van de Werkkamer Gooi en Vechtstreek. Na 2019 kan de campagne opnieuw worden verlengd.
Voorstel 4.	Instemmen met het afkopen van het concept van smaakmakers (zodat vrij gebruik in de Gooi en Vechtstreek toegestaan wordt) en hier eenmalig € 6.000 voor beschikbaar stellen. Deze kosten dekken uit het budget van de Werkkamer Gooi en Vechtstreek.
Voorstel 5.	Bespreken of het wenselijk is de naamgeving en het logo van Smaakmakers per de tweede helft van 2018 aan te passen.

Behandeling

Onderwerp	Overleg	Doel
15 februari 2018	Werkkamer Gooi en Vechtstreek	Vaststellen

Toelichting

Beknpte toelichting

Inclusieve werkgevers in de Gooi en Vechtstreek krijgen de titel 'Erkend bedrijf met Smaak'. We hopen zo dat andere werkgevers geïnspireerd raken om het goede voorbeeld van smaakmakers te volgen en bij te dragen aan de inclusieve arbeidsmarkt. De inclusieve werkgevers ontvangen een compliment in de vorm van een raamsticker. Dit compliment wordt door wethouders Participatiewet van gemeenten uitgereikt.

Toen de Werkkamer in 2016 instemde met de smaakmakers campagne, gaf zij aan te willen dat het compliment en de communicatie daaromheen op termijn wordt opgenomen in de reguliere dienstverlening van het Werkgeversservicepunt Gooi en Vechtstreek. De Werkkamer beoogde communicatiebureau Made in May tijdelijk in te zetten voor het opzetten van een basis voor Smaakmakers. Dit omdat de Werkgeversdienstverlening Gooi en Vechtstreek in een transitiefase zat. Aan de hand van het bijgevoegd voorstel geven we invulling aan deze wens.

Bijlage(n)

Nummer	Omschrijving
Bijlage 1.	Voorstel 'Smaakmakers 2018 en verder'.

Smaakmakers 2018 en verder

Algemeen	
Datum	9 januari 2017
Eenheid	Sturing
Contactpersoon	S. Chaara
Vertrouwelijk	Nee
Kenmerk	17.0007826

Voorstel

1. Ermee instemmen dat de smaakmakerscampagne per 1 maart 2018 wordt opgenomen in de reguliere dienstverlening van het Werkgeversservicepunt Gooi en Vechtstreek.
2. Tot en met 2019 een jaarlijks bedrag van € 34.700 beschikbaar stellen voor de uitvoering van de smaakmakerscampagne door het Werkgeversservicepunt en deze kosten dekken uit het budget van de Werkkamer Gooi en Vechtstreek. Na 2019 kan de campagne opnieuw worden verlengd.
3. Instemmen met het afkopen van het concept van smaakmakers (zodat vrij gebruik in de Gooi en Vechtstreek toegestaan wordt) en hier eenmalig € 6.000 voor beschikbaar stellen. Deze kosten dekken uit het budget van de Werkkamer Gooi en Vechtstreek.
4. Bespreken of het wenselijk is de naamgeving en het logo van Smaakmakers per de tweede helft van 2018 aan te passen.

Samenvatting

Inclusieve werkgevers in de Gooi en Vechtstreek krijgen de titel 'Erkend bedrijf met Smaak'. We hopen zo dat andere werkgevers geïnspireerd raken om het goede voorbeeld van smaakmakers te volgen en bij te dragen aan de inclusieve arbeidsmarkt. De inclusieve werkgevers ontvangen een compliment in de vorm van een raamsticker. Dit compliment wordt door wethouders Participatiewet van gemeenten uitgereikt.

Toen de Werkkamer in 2016 instemde met de smaakmakers campagne, gaf zij aan te willen dat het compliment en de communicatie daaromheen op termijn wordt opgenomen in de reguliere dienstverlening van het Werkgeversservicepunt Gooi en Vechtstreek. De Werkkamer beoogde communicatiebureau Made in May tijdelijk in te zetten voor het opzetten van een basis voor Smaakmakers. Dit omdat de Werkgeversdienstverlening Gooi en Vechtstreek in een transitiefase zat. Aan de hand van dit voorstel geven we invulling aan deze wens.

Aanleiding

Op 31 maart 2016 is de regionale campagne 'smaakmakers' van start gegaan. De campagne is een regionale campagne waar alle gemeenten in de regio Gooi en Vechtstreek, VNO-NCW, MKB-Nederland, FNV, CNV, het ROCvA en UWV aan meedoen en zet werkgevers in het zonnetje, die bijdragen aan de inclusieve arbeidsmarkt en daarmee mensen met een arbeidsbeperking kansen bieden. Deze werkgevers krijgen de titel 'Erkend bedrijf met Smaak'. We hopen zo dat andere werkgevers geïnspireerd raken om het goede voorbeeld van smaakmakers te volgen en bij te dragen aan de inclusieve arbeidsmarkt. De inclusieve werkgevers ontvangen een compliment in de vorm van een raamsticker. De werkgever bepaalt zelf waar hij deze sticker wil opplakken. In principe reiken de wethouders Participatiewet van de gemeente waar het bedrijf is gevestigd, het compliment uit. De smaakmakers die een compliment uitgereikt krijgen, krijgen media aandacht door middel van een berichtje op de website van de gemeente en een artikel in de plaatselijke krant.

Het aantal smaakmakers, zegt iets over de staat van de inclusieve arbeidsmarkt in de regio Gooi en Vechtstreek. Op dit moment zijn er zo'n... inclusieve werkgevers in onze regio Smaakmaker.

Toen de Werkkamer in 2016 instemde met de smaakmakers campagne, ga zij aan te willen dat het compliment en de communicatie daaromheen op termijn opgenomen wordt in de reguliere dienstverlening van het Werkgeversservicepunt Gooi en Vechtstreek. De Werkkamer beoogde communicatiebureau Made in May tijdelijk in te zetten voor het opzetten van een basis voor Smaakmakers. Dit omdat de Werkgeversdienstverlening Gooi en Vechtstreek in een transitiefase zat. Aan de hand van dit voorstel geven we invulling aan deze wens.

Doel

1. Realiseren dat de smaakmakers campagne tegen minimaal dezelfde kwaliteit als nu, maar tegen lagere kosten wordt gecontinueerd.
2. Realiseren dat de smaakmakerscampagne wordt geïncorporeerd in de dienstverlening van het Werkgeversservicepunt Gooi en Vechtstreek.
3. Realiseren dat inclusief werkgeverschap beter onder de aandacht wordt gebracht van werkgevers in de Gooi en Vechtstreek.

Argumenten

Smaakmakers in de Gooi en Vechtstreek

Doel

Binnen de Smaakmakerscampagne wordt beoogd dat alle inclusieve werkgevers in de regio Gooi en Vechtstreek gecompimenteerd worden voor hun inclusief werkgeverschap. Dit compliment wordt door de wethouders Participatiewet uitgereikt.

In de Smaakmakerscampagne vertellen inclusieve werkgevers hun inspirerende verhalen over het in dienst hebben/nemen van mensen met een beperking en hiermee bijdragen aan de inclusieve arbeidsmarkt. Het compliment 'Smaakmakers' heeft als hoofddoel werkgevers als inclusieve werkgevers te kwalificeren en hiermee aantoonbaar te maken dat deze werkgevers bijdragen aan de inclusieve arbeidsmarkt in de regio Gooi en Vechtstreek. We willen goede voorvoelden een podium bieden en inclusieve werkgevers complimenteren. Daarnaast draagt de campagne eraan bij dat het Werkgeversservicepunt meer bekend wordt bij werkgevers.

Stand van zaken

Op dit moment telt de Gooi en Vechtstreek zo'n 35 inclusieve werkgevers die zijn aangemerkt als smaakmaker. Het gaat om grote en kleine werkgevers in uiteenlopende branches.

De campagne smaakmakers wordt steeds meer bekend onder zowel werkgevers als werknemers/mensen uit het netwerk van werkgevers en werknemers steeds meer bekend. We zien steeds vaker dat werknemers/en of mensen uit het netwerk van een werknemer een werkgever als smaakmaker kandideert.

2018 en verder

Smaakmakers 2018 inbedden in de dienstverlening van het WSP

Voor de periode 2018 en verder beogen we de uitvoering van Smaakmakers op te nemen in de reguliere dienstverlening van het Werkgeversservicepunt. Argumenten hiervoor zijn hoofdzakelijk in het volgende gelegen:

- Het schappen van onnodige afstemming: Made in May is momenteel verantwoordelijk voor het scheppen van de juiste voorwaarden om het compliment uit te reiken. Op het moment dat

zich een inclusieve werkgever aandient die in aanmerking komt voor een compliment, dan vraagt dit om afstemming tussen het WSP en Made in May:

- o alle geccomplimenteerde Smaakmakers moeten worden opgenomen op de website www.onzesmaakmakers.nl;
- o bij een aantal werkgevers worden interviews afgenomen en van een aantal werkgevers worden filmpjes gemaakt. Over welke werkgevers hierbij worden betrokken en wanneer wordt afgestemd tussen het WSP en Made in May.
- o Het bestellen van de stickers gebeurt op verzoek van het WSP door Made in May.
- o Evenementen/bijeenkomsten die het WSP organiseert in het kader van de inclusieve arbeidsmarkt worden doorgegeven aan Made in May en door Made in May opgenomen op de website www.onzesmaakmakers.nl.

Het WSP zou meer effectief zijn als zij bovenstaande punten – zonder tussenkomst van Made in May kan oppakken en organiseren.

- Momenteel hanteert het WSP een eigen website en hanteert Made in May een website over de smaakmakers. Op de website van smaakmakers wordt doorverwezen naar (de website van) het WSP voor informatie over en ondersteuning bij inclusief werkgeverschap. Tegelijkertijd refereert de website van het WSP naar onzesmaakmakers.nl voor concrete voorbeelden van inclusief werkgeverschap in onze regio. Dit is verwarrend voor werkgevers en draagt niet bij aan de ambitie van gemeenten de website van het WSP hanteren als DE website te hanteren waar werkgevers terecht kunnen voor informatie, advies en best practices over inclusief werkgeverschap. Daarom willen we de inhoud van de website van onzesmaakmakers.nl opnemen in de website van het WSP.
- Het WSP kan de dienstverlening rondom Smaakmakers tegen minimaal dezelfde kwaliteit, hetzelfde volume en tegen een steviger beheer en iets lagere kosten zelf organiseren.

Concrete acties en activiteiten in het kader van de Smaakmakerscampagne

Het inbedden van de Smaakmakerscampagne in de dienstverlening van het WSP betekent concreet dat het WSP jaarlijks de volgende activiteiten uitvoert:

1. Op de WSP Website informatie over smaakmakers opnemen en beheren. De website bevat:
 - a. Een overzicht van alle inclusieve werkgevers die Smaakmaker zijn.
 - b. Filmpjes over smaakmakers
 - c. Interviews met smaakmakers (ook anderszins te gebruiken)
 - d. Een evenementenagenda die in het kader van inclusief werkgeverschap relevant is voor Smaakmakers.
 - e. Verhalen van werknemers met een beperking.
2. De organisatie en coördinatie van de uitreiking van het compliment
3. De organisatie en coördinatie van de interviews (met foto) en filmproducties met en over smaakmakers
4. Het beheer van de campagne:
 - a. Het bestellen van raamstickers die als vorm voor het compliment wordt gehanteerd.
 - b. Het benaderen van werkgevers om als smaakmaker aangemerkt te worden en het reageren op verzoeken van derden om werkgevers om te dopen tot Smaakmaker.
 - c. Het verstrekken van een toolkit aan werkgevers zodat zij desgewenst in hun communicatie-uitingen (per brief, e-mail en op hun website) kunnen laten zien dat zij smaakmaker zijn. De toolkit bestaat uit een digitale handtekening en een logo wat op briefpapier/websites etc. gebruikt kan worden.
5. Het organiseren van afspraken met Smaakmakers over:
 - a. De uitreiking van het compliment
 - b. Het afnemen van interviews/schieten van foto's
 - c. Het maken van filmpjes
6. Het organiseren van 2 netwerkbijeenkomsten voor smaakmakers in de Gooi en Vechtstreek.
7. Het verbinden van de Smaakmakerscampagne aan activiteiten die gemeenten vanuit het domein Economie met en voor ondernemers initiëren en uitvoeren.

Het opnemen van de Smaakmakerscampagne in de dienstverlening van het Werkgeversservicepunt gaat niet ten koste van overige taken van het WSP. De Smaakmakerscampagne zal onderdeel uitmaken van het communicatieplan WSP 2018, waardoor de campagne in het licht van overige communicatie activiteiten van het WSP wordt opgepakt en uitgevoerd.

Alternatieven

Alternatieven op dit voorstel zijn::

1. De Smaakmakerscampagne voortzetten bij Made in May. In onze ogen is dit uit efficiency en uit kostenoverwegingen af te raden.
2. Stoppen met de smaakmakerscampagne: de smaakmakerscampagne wordt door wethouders Participatiewet, werkgevers en het WSP ervaren als een effectief middel om goede voorbeelden van inclusief werkgeverschap onder het voetlicht te brengen. Naar ons oordeel is het niet raadzaam om te stoppen met de campagne.

Naamgeving

Wanneer gemeenten de smaakmakerscampagne in eigen beheer uitvoeren, is het het afwegen waard om de naamgeving en het logo aan te passen. Immers, bij het aansluiten bij de landelijke campagne, was er geen ruimte om voor een eigen naam en logo te kiezen. Die ruimte is er nu wel. Aan de stuurgroep wordt gevraagd te bespreken of dit wenselijk is. Indien de stuurgroep uit wil gaan van een andere naam en een ander logo, dan stellen wij voor om uit te gaan van een effectuering per de tweede helft van 2018. Zo bestaat er voldoende tijd om de veranderingen goed voor te bereiden en te implementeren.

Financiën

De uitvoering van Smaakmakers wordt momenteel uit de begroting van de Werkkamer bekostigd. Wij adviseren om deze bekostiging in de periode 2018-2025 te continueren en hierbij uit te gaan van de volgende begroting:

Onderdeel	Inschatting kosten
Fotografie en interviews met 10 inclusieve werkgevers (inclusief foto)	€ 7.500
5 filmpjes van inclusieve werkgevers	€ 5.000
Smaakmakers stickers (stelpost) in Full Colour en dubbelzijdig	€ 1.200
Organisatie/beheer/monitoring	€ 20.000 ¹
2 Netwerkbijeenkomsten Smaakmakers	€ 1.000
Totaal	€ 34.700

Afkoop

Het merk 'Smaakmakers' is intellectueel eigendom van communicatiebureau Made in May. Om dit eigendom af te kopen – en dus in eigen beheer gebruik te blijven maken van het merk - vraagt Made in May om een afkoopsom van € 6.000. Met het betalen van deze som worden gemeenten mede eigenaar van het merk Smaakmakers en worden alle nodige materialen om dit merk goed te kunnen gebruiken door Made in May aan de Regio overgedragen. Wij adviseren de afkoopsom te betalen en dit bedrag te bekostigen uit het budget van de Werkkamer.

Uitvoering

¹ De beheerskosten zijn als volgt opgebouwd: een inzet van gemiddeld 6 uur in de week, voor de duur van 46 werkweken en een uurtarief van € 75 per uur.

De huidige werkwijze rondom Smaakmakers wordt gecontinueerd. Deze werkwijze staat beschreven in het voorstel 'Aansluiten bij Smaakmakers', met als kenmerk: 18.0000354 zoals in 2016 vastgesteld in het directieoverleg sociaal domein, de stuurgroep 18+ en de Werkkamer Gooi en Vechtstreek.

Evaluatie

De voortgang van Smaakmakers wordt gevolgd door het Werkgeversservicepunt. Nu wordt voorgesteld de smaakmakerscampagne met twee jaar- tot en met 2019- te verlengen. In 2019 wordt er een evaluatie uitgevoerd op basis waarvan gemeenten en de Werkkamer kunnen besluiten de campagne – eventueel onder aangepaste condities- te continueren. Vervolgens kan de campagne elke twee jaar – en op basis van inhoudelijke evaluaties- gecontinueerd danwel beëindigd worden.

Bijlage(n)

Geen.