

## **WERKTOP als alternatief voor de huidige bureaucratische route naar werk**

*Een innovatieve aanpak in 10 gemeenten, (Assen, Doetinchem, Groesbeek, Hilversum, Lansingerland, Millingen a/d Rijn, Ubbergen, West Maas en Waal, Zaanstad en Zoetermeer), koppelt werkzoekenden en ondernemers rechtstreeks aan elkaar. Het gaat om écht contact met als resultaat een duurzame relatie. Het is een kanteling in denken en doen. Niet het papier of de regels bepalen de koers, maar de talenten van kandidaten (werkzoekenden) en ondernemers.*

### **Wat is anders?**

De WERKTOP-aanpak creëert een nieuwe architectuur waarbij ondernemers en werkzoekenden direct met elkaar in contact komen. Door deze nieuwe architectuur ontstaat een andere dynamiek wat leidt tot een cultuuromslag in denken en doen.

Klantmanagers, ondernemers en kandidaten leren door de WERKTOP-aanpak nieuw gedrag (daadkrachtiger en effectiever).

De aanpak is van begin tot eind een cocreatie van gemeente en ondernemers.

Ondernemers zijn mede-eigenaar van de aanpak, ze zijn betrokken bij het (door)ontwikkelen van de aanpak en in de uitvoering spelen ze een cruciale rol door de aanpak onder de aandacht van hun collega ondernemers te brengen (ambassadeurschap). De toolbox-benadering (aanbieden van loonkostensubsidie, scholing, etc.) maakt plaats voor de relatiebenadering met als resultaat duurzaam contact.

### **Eerste fase: 'een prettig gesprek'**

In de eerste fase vormen de 'prettige gesprekken' het centrale element. Een prettig gesprek is een groepsbijeenkomst tussen ondernemers en kandidaten. Per keer worden 50 kandidaten uitgenodigd bij een bedrijf (die deelneemt aan de WERKTOP-aanpak), De groep wordt opgedeeld in subgroepen van 8 kandidaten. Aan iedere subgroep worden twee ondernemers toegevoegd. Daarnaast is er een tafelhost aanwezig (een medewerker van de WERKTOP-aanpak). Kandidaten en ondernemers vertellen over hun kwaliteiten en talenten. Door intensief prettig met elkaar in gesprek te gaan ontwikkelen kandidaten meer vertrouwen in wat zij kunnen en krijgen ondernemers meer zicht op de kwaliteiten en talenten van de kandidaten. Het zien en horen van de kandidaten doorbreekt aanwezige vooroordelen. Het merendeel van de kandidaten, zo blijkt uit de prettige gesprekken, is echt gemotiveerd om aan de slag te gaan. Het is niet het gebrek aan motivatie waardoor kandidaten langs de kant staan, maar een gebrek aan zelfwaardering en daadkracht (in de ondersteuning). Door de 'prettige gesprekken' krijgen kandidaten een duw in hun rug. Uit deze gesprekken vloeien vervolgspraken voort (fase 2) met de aanwezige ondernemers of met collega-ondernemers uit hun netwerk. Door de WERKTOP-aanpak wordt re-integratie als gemeenschappelijke verantwoordelijkheid opgepakt.

### **Daadkracht in plaats van bureaucratie**

De klantmanager wordt door de WERKTOP-aanpak getransformeerd tot relatiemanager. De relatiemanager heeft intensief contact met zowel kandidaten als ondernemers.

Relatiemanagers bezoeken ondernemers en brengen 'werk' in kaart en beschikken over de talenten en kwaliteiten van de kandidaten. Doordat het relatiebeheer van ondernemers en kandidaten in één hand is vergroot dit de kans op een goede match.

De motor van de aanpak is de menselijke maat. Er wordt sterk geïnvesteerd in relatiemanagement, het 'kantoor' van de relatiemanager (het gemeentehuis) is het bedrijventerrein geworden.

Normaal bestaat de helft van de werkzaamheden van een klantmanager uit registreren (rechtmatigheid) in plaats van (re)ageren en kandidaten naar de arbeidsmarkt toeleiden. In de WERKTOP-aanpak gaat alle aandacht uit naar werk en krijgen klantmanagers inzicht in de arbeidsmarkt door het intensieve contact dat zij onderhouden met ondernemers (bedrijfsbezoeken, ondernemersbijeenkomsten, MKB-bijeenkomsten, etc.).

### **Ondernemer als coach en ambassadeur**

Ondernemers blijken goede (job)coaches te zijn. Zij hebben niet alleen een uitgebreid netwerk dat zij openstellen voor kandidaten maar ook tal van bruikbare tips. Daarnaast zetten ondernemers zich in als ambassadeur van de WERKTOP. Doel van het ambassadeursnetwerk is om andere bedrijven te betrekken bij de aanpak en hen aan te sporen zich ook in te zetten. "De WERKTOP-aanpak is geen trucje om er als bedrijf beter uit te komen. Je hart moet er liggen, anders werkt het niet. Maar wat absoluut een drive is om door te gaan, is het gevoel dat we het écht met de gemeente samen doen", aldus Ronald Baptiste, directeur van HABO GWW.

### **De 'menselijke maat' werpt vruchten af**

In 10 gemeenten is de WERKTOP-aanpak operationeel en met succes. In Zoetermeer heeft de aanpak, in 9 maanden geresulteerd in 215 duurzame reguliere plaatsingen, en dat in deze tijd. En wat blijkt de aanpak is vier keer goedkoper! In Groesbeek zijn in de afgelopen zes maanden 75 kandidaten geplaatst (34 regulier en 41 via 're-integratie op de werkvloer').

Kortom minder bureaucratie, gelijkwaardig oprecht contact, de menselijke maat en elkaar écht ontmoeten maakt re-integratie van werkzoekenden niet alleen aangener maar ook effectiever. De WERKTOP-aanpak is eenvoudig uit te rollen omdat de architectuur van de publiek- private cocreatie (gestructureerd contact in twee fasen) overdraagbaar is.

Is er iets te noemen wat een landelijke uitrol van deze aanpak, juist in deze tijd van oplopende (jeugd)werkloosheid, tegenhoudt.

Yvonne van Amstel  
Van Amstel Advies B.V.

