

Halfjaarrapportage 2020 De Kop Werkt!

Nummer project	: 612 en 618
Naam project	: Carrières in de Kop en Campagne arbeidsmarktcommunicatie
Jaar start project	: 2017/2018
Bestuurlijk opdrachtgever	: Wethouder Th. Meskers
Projectleider	: Desiré Peters
Boekjaar	: 2020
Totale raming DKW! ¹	: € 750.000
Budget t/m jaarschijf 2020	: € 750.000
Gemaakte totale kosten t/m medio 2020	: € 463.530

EXTRA BUDGET VOOR 2021 ZIE ONDERDEEL D2

A. Inhoudelijke rapportage

1. Doelstelling algemeen

1a. Doelstelling Carrières in de Kop

Dit project heeft tot doel jongeren te interesseren en enthousiasmeren voor werken in de speerpuntsectoren Maritiem & Offshore, Energie & Duurzaamheid, Agribusiness, Zorg en Toerisme & Recreatie en hen te stimuleren tot een studie- en beroepskeuze in een van deze richtingen. De nadruk ligt hierbij op de kritieke keuzemomenten voor jongeren in het voortgezet onderwijs, die bepalend zijn voor hun loopbaan (profielkeuze en studiekeuze). Daarnaast moet het evenement ook voor basisschoolleerlingen bijdragen aan de keuze voor een beroepsrichting en daarbij passend onderwijs.

In de eerste helft van 2018 is besloten om het project Carrières in de Kop te integreren in het project Arbeidsmarktcommunicatie. Het doel van beide projecten: het profileren van de Kop als aantrekkelijke leer- en werkregio, waarbij de doelgroep bij Carrières in de Kop meer specifiek jongeren betreft. Een integrale aanpak om mensen te stimuleren, hier te leren en te werken, maakt de projecten meer effectief en efficiënt. Bovendien worden al vele evenementen / open dagen georganiseerd binnen de diverse sectoren en in het onderwijs. Een op zichzelf staand evenement lijkt niet de juiste keuze. De ontsluiting van informatie over de bestaande evenementen en een inventarisatie hiervan moet bijdragen aan de keuze voor de beroepsrichting en daarbij passend onderwijs. Door de ontsluiting en aantrekkelijke presentatie van informatie over mogelijkheden in onderwijs, stage, afstuderen en carrières, zetten we de Kop neer als aantrekkelijke leer- en werkregio.

Gewijzigde planning 2018 volgens de doelstelling

In 2017 is de doelstelling niet gehaald en is doorgeschoven naar 2018. Hier worden de volgende fasen in het project behaald: het ontwikkelen en formuleren uitvoering geven aan een plan van aanpak. Het ontwikkelen en formuleren van een plan van aanpak en strategie wordt wel in 2018 behaald. Het uitvoeren gebeurt in 2019.

Aangepaste planning

Het ontwikkelen en formuleren van een plan van aanpak en strategie wordt wel in 2018 behaald. Het uitvoeren gebeurt in 2019. In de eerste helft van 2018 is besloten om het project Carrières in de Kop te integreren in het project Arbeidsmarktcommunicatie.

¹ Budget conform de projectenlijst DKW!



1b. Doelstelling Campagne arbeidsmarktcommunicatie

De Kop van Noord-Holland neerzetten als aantrekkelijker leer- en werkregio is het doel van het project Arbeidsmarktcommunicatie, een samenwerking tussen overheid, onderwijs en ondernemers. Doelgroepen die al in de Noordkop wonen worden in het project verleid om hier te leren en werken; mensen die erbuiten wonen, worden gestimuleerd om zich te vestigen en hier te leren. Het project Arbeidsmarktcommunicatie maakt deel uit van het programma Match2020.

In de eerste helft van 2018 is besloten om het project Carrières in de Kop te integreren in het project Arbeidsmarktcommunicatie.

Het doel van beide projecten: het profileren van de Kop als aantrekkelijke leer- en werkregio, waarbij de doelgroep bij Carrières in de Kop meer specifiek jongeren betreft. Een integrale aanpak om mensen te stimuleren hier te leren en te werken, maakt de projecten meer effectief en efficiënt. Bovendien worden al vele evenementen / open dagen georganiseerd binnen de diverse sectoren en in het onderwijs. Een op zichzelf staand evenement lijkt niet de juiste keuze. De ontsluiting van informatie over de bestaande evenementen en een inventarisatie hiervan moet bijdragen aan de keuze voor de beroepsrichting en daarbij passend onderwijs. Door de ontsluiting en aantrekkelijke presentatie van informatie over mogelijkheden in onderwijs, stage, afstuderen en carrières, zetten we de Kop neer als aantrekkelijke leer- en werkregio.

Binnen het project zijn de volgende drie communicatiedoelstellingen te onderscheiden:

- 1. De beoogde doelgroepen informeren over de aantrekkelijkheid van de Kop als leer- en werkregio;*
- 2. De beoogde doelgroepen overtuigen van de aantrekkelijkheid van de Kop als leer- en werkregio;*
- 3. De beoogde doelgroepen bewegen om in de regio Kop te blijven of te komen leren en werken.*

Planning volgens de doelstelling

- 1. Strategieontwikkeling: januari-februari 2018;*
- 2. Ontwikkeling: januari-juni 2018;*
- 3. Uitvoering en monitoring: maart-december 2020*

Aangepaste planning

Het ontwikkelen en formuleren van een plan van aanpak en strategie wordt wel in 2018 behaald. Het uitvoeren gebeurt in 2019. In de eerste helft van 2018 is besloten om het project Carrières in de Kop te integreren in het project Arbeidsmarktcommunicatie.

Wordt het beoogde doel van het project voor het jaarprogramma 2020 behaald?

Ja, al dan niet in afgezwakte vorm in verband met corona(maatregelen). De eerste campagne piek is gepauzeerd en uitgesteld tot het najaar. Vervolgens zullen in 2021 ook nog diverse campagne pieken zijn.

Het aantal geclaimde bedrijven tot en met juni 2020 is 153 en het aantal werkkansen (vacatures, stages) was 460 in juni 2020. Het aantal unieke bezoekers van de website is tot en met juni 2020 24.070. Verspreid over de sociale media kanalen (Instagram, Facebook, LinkedIn en Twitter) waren er op 1 juni 1.200 volgers. Dit is een verdubbeling ten opzichte van 1 maart.

Wordt de beoogde planning voor 2020 behaald?

Ja, al dan niet in afgezwakte vorm in verband met corona(maatregelen).

Het platform Op Kop (www.opkop.nl) is in januari gelanceerd. In het voorjaar is de eerste campagnepiek gestart via social media, maar ook met posters inabri's en het digitale reclamebord langs de a7. Tegelijkertijd ontwikkelde de coronacrisis zich in Nederland, daarom is er gekozen voor het pauzeren van de grootschalige campagne. Desalniettemin zetten we wel 'always on' advertenties in en worden de sociale mediakanalen actief ingezet om de kansen in onze regio onder de aandacht te brengen. Om op passende wijze de regio op de kaart te zetten is via <https://opkop.nl/dekophelpt/> aandacht besteed aan diverse coronacrisis-gerelateerde initiatieven en oproepen.

Indien (een deel van) het project nog niet is gestart: start de uitvoering van (een deel van) het project uiterlijk in de loop van 2021?

(Dus: planvorming, vergunningen e.d. moet dan gereed zijn en met de uitvoering gestart)

Het project is volledig aanbesteed in uitvoering. De campagne loopt echter door tot en met 2021 en het platform blijft live tot en met 2024.

Is het project naar verwachting afgerond (gerealiseerd) per 31 december 2021?

(zo nee: voorwaarde is dat de aanbesteding wel is afgerond en opdrachten verstrekt)

Het project is volledig aanbesteed en in uitvoering. De campagne loopt echter door tot en met 2021 en het platform blijft live tot en met 2024

Indien ultimo 2021 niet afgerond: wanneer wel?

(na aanbesteding/opdrachtverlening in 2021 niet later dan eerste helft 2022)

Het project is volledig aanbesteed en in uitvoering. De campagne loopt echter door tot en met 2021 en het platform blijft live tot en met 2024.

Heeft de coronacrisis gevolgen voor dit project?

Zo ja, beschrijf deze (mogelijke) gevolgen zo goed mogelijk. Wat zijn de (mogelijke) gevolgen voor de inhoud van het project en voor de planning?

Het platform Op Kop (www.opkop.nl) is in januari gelanceerd. In het voorjaar is de eerste campagnepiek gestart via social media, maar ook met posters in abri's en het digitale reclamebord langs de a7. Tegelijkertijd ontwikkelde de coronacrisis zich in Nederland, daarom is er gekozen voor het pauzeren van de grootschalige campagne. Desalniettemin zetten we wel 'always on' advertenties in en worden de sociale mediakanalen actief ingezet om de kansen in onze regio onder de aandacht te brengen. Om op passende wijze de regio op de kaart te zetten is via <https://opkop.nl/dekophelpt/> aandacht besteed aan diverse coronacrisis-gerelateerde initiatieven en oproepen.

De actieve inzet op het betrekken van het bedrijfsleven is als gevolg van de coronacrisis ook beperkt gebleven. Bedrijven hebben een andere focus en het is afwachten in hoeverre de arbeidsmarkt krapte aanhoudt. In het najaar zijn activiteiten gepland om meer bedrijven actief deelnemer te maken op Op Kop.

2. Geef een beknopte beschrijving van de in 2020 verrichte werkzaamheden.

(De activiteiten tot 1 januari 2020 staan beschreven in de Jaarrapportage 2019 en worden hier niet herhaald).

Het platform Op Kop (www.opkop.nl) is in januari gelanceerd. In het voorjaar is de eerste campagnepiek gestart via social media, maar ook met posters in abri's en het digitale reclamebord langs de a7. Tegelijkertijd ontwikkelde de coronacrisis zich in Nederland, daarom is er gekozen voor het pauzeren van de grootschalige campagne. Desalniettemin zetten we wel 'always on' advertenties in en worden de sociale mediakanalen actief ingezet om de kansen in onze regio onder de aandacht te brengen. Om op passende wijze de regio op de kaart te zetten is via <https://opkop.nl/dekophelpt/> aandacht besteed aan diverse coronacrisis-gerelateerde initiatieven en oproepen. Daarnaast is de website doorontwikkeld (upgrade in look & feel, aanvullende filters, artikelen etc.). Ook zijn er nieuwe koplopers geselecteerd voor het vervolg van de campagne; zij zijn gekozen op basis van de unieke selling points van de Kop van NH en gelijkmatig verdeeld over de vier gemeenten en speerpuntsectoren.

De campagne piek zoals gepland, maar die i.v.m. corona gepauzeerd is. Wat wel is uitgevoerd: de posters in de abri's, de reclame in de snelwegmast, en online advertentie banners en social media inzet.

Campagne flight 1

Week 12

- Abri's
- Snelwegmast

Week 13


- Snelwegmast
- Bioscoop in de regio

Week 14

- Bioscoop in de regio


Week 15 t/m 20

- Banners & Social Media




Danielle

- Video & foto op social media
- Banners




Gerard

- Video & foto op social media
- Bioscoop
- Banners



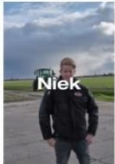
Hans

- Video & foto op social media
- Abri's buiten de regio
- Banners




Laura

- Video & foto op social media
- Banners




Niek

- Video & foto op social media
- Banners




Pascal

- Video & foto op social media
- Bioscoop
- Banners



Shirley

- Video & foto op social media
- Bioscoop
- Snelwegmast
- Abri's in de regio
- Banners



Walter

- Video & foto op social media
- Bioscoop
- Banners

3. Burgerparticipatie/ overheidsparticipatie volgens doelstelling
In hoeverre heeft burgerparticipatie en/ of overheidsparticipatie plaatsgevonden en in welke vorm?

Het programma Match2020 kenmerkt zich door de samenwerking tussen werkgevers, onderwijs- en onderzoeksinstituten en de overheid.

4. Communicatie
In welke vorm heeft er voorlichting en/of communicatie plaatsgevonden over dit project?

Voeg kopieën van persberichten, foto's van bouwboarden e.d. toe.

Zie 'Bijlage communicatie eerste halfjaar 2020', de sociale media kanalen van Op Kop en het platform www.opkop.nl.

5. Duurzaamheid
Op welke wijze heeft is aan het aspect duurzaamheid in dit project vorm gegeven?

Match2020 heeft uiteindelijk tot doel bestendige banen op te leveren.

B. Opgave van kosten tot en met projectjaar

	Begroot (€)	Werkelijk (€)
Totale kosten project	750.000	€ 463.530
Ten laste van DKW!	750.000	463.530
Eigen bijdrage gemeente		
Overige ontvangsten		



C. Financiële verantwoording tot en met projectjaar

- Geef een overzicht van de **werkelijke kosten** van het project in vergelijking met de begrote kosten zoals opgenomen in het *format jaarprogramma 2020*.
Afwijkingen ten opzichte van de begroting bij C2 toelichten.
Bedragen en verantwoording dienen in overeenstemming te zijn met de programmarekening van de projectverantwoordelijke. Dit dient zichtbaar aangeleverd te worden in het projectdossier.

Kostenpost	Begroot (€)	Werkelijk (€)
Verantwoord t/m 2019		158.465
Videoproducties Op Kop		7.760
Just BV, Arbeidsmarktcommunicatie		260.000
Kick off website		5.226
Projectleiderskosten		24.815
Drukken kaarten		1.523
Animatie Op Kop		4.575
Overige kosten		1.666
Totale kosten	750.000	463.530

- Toelichting/onderbouwing bij **afwijkingen** van de werkelijke kosten ten opzichte van de begroting.
(afwijkingen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming kunnen van invloed zijn op de bijdrage vanuit De Kop Werkt!)

Er is een opdracht aanbesteed aan Just BV. Deze opdracht wordt in termijnen betaald. Op basis van de overeenkomst met Just BV is er nog een bedrag van €188.100 gereserveerd. Dat opgeteld bij de reeds uitgegeven €463.530, maakt €651.630. Voor de benodigde uren van de communicatieadviseur, de projectleider, de samenwerking met de loopbaan oriëntatie in het onderwijs en het betrekken van werkgevers is nog €98.370. De verwachting is dat dit in de tweede helft van 2020 grotendeels besteed gaat worden.

- Geef een overzicht van de verleende/ontvangen subsidies en bijdragen ten behoeve van dit project. Geef ook de naam van de betreffende co-financiers.

Naam	Bedrag (€)	vast bedrag of percentage?	Al uitbetaald (€)
Totale financiering			

Wijziging activiteiten 2020 en benodigde middelen 2020

(voor zover niet eerder gemeld)

- Geef een beschrijving van de wijziging in de activiteiten van het project in het jaar 2020.

Niet van toepassing.

2. Opgave projectgelden die aangevraagd worden voor het jaarprogramma 2020 (alleen mogelijk indien totale budget nog niet is opgevraagd).
(Hierbij is het mogelijk dat het bedrag van het jaarprogramma afwijkt van de oorspronkelijke planning. Dit dient toegelicht te worden. Uitgangspunt is dat de totale projectkosten niet groter mogen zijn dan in de bijlage bij de SOK is vastgesteld).

Budget is reeds opgevraagd.

Budgetaanvraag 2021 (overbruggingsjaar)

Vanwege het coronavirus zijn bepaalde zaken in 2020 on hold gezet, zoals de grootschalige campagne en het bezoeken van ondernemers/ondernemersverenigingen. De uren van de projectleider zijn wel volledig benut, omdat er andere zaken zijn opgepakt, zoals de doorontwikkeling van de website, <https://opkop.nl/dekophelpt>, de vlogactie (<https://opkop.nl/jobvloggers>) en lokale social media.

Op basis van onderstaande globale begroting wordt €80.000 aanvullend budget gevraagd.

Kostenpost	Begroot
Projectleider (16 per week, 50 weken; t.b.v. betrekken ondernemers, beheer social media, ontwikkeling platform, organisatie vervolg van vlogcampagne, aanwezigheid bij evenementen, bezoek aan scholen, samenwerking met Match2020-projectleiders)	€55.000,-
Aanvullende online promotie (social media, samenwerking voortgezet onderwijs, vlogcampagne)	€15.000,-
Offline Promotie (drukwerk, aanwezigheid op evenementen, vlogcampagne)	€10.000,-
TOTAAL	€80.000,-

Rapportage geschreven door Desiré Peters

Datum 13 augustus 2020.