

Bijlage 1a: actieplan 'Dichterbij dan je denkt'

- Doel van het actieplan 'Dichterbij dan je denkt' is: op korte termijn de krappe arbeidsmarkt benutten om extra mensen die nu langs de kant staan naar (parttime) werk of een leerwerktraject te begeleiden. Inzet is om mismatches tussen vraag en aanbod te verminderen, door verandering van zoekgedrag van werkgevers en werkzoekenden.
- We ondersteunen werkgevers om anders te kijken naar de invulling van hun vacatures of baanopeningen, om anders te werven en om meer mensen uit het onbenut arbeidspotentieel een kans te geven. Dit doen we via een landelijke campagne waarin we vier beproefde wervingsroutes centraal zetten: Open Hiring, leerwerktrajecten (waaronder praktijkleren in het mbo), jobcarving/functiecreatie en innovatieve manieren van matching. Dat biedt nieuwe mogelijkheden voor mensen die werk zoeken.
- We inspireren met de campagne ook werkzoekenden om de stap naar (parttime) werk of een leerwerktraject te zetten.
- We willen tevens kennis opdoen en leren ten behoeve van de bredere krapteaanpak en ambities uit het coalitieakkoord.
- Met het actieplan sluiten we aan op de infrastructuur van de Regionale Mobiliteitsteams (RMT's). We wijzen werkzoekenden op de bestaande infrastructuren in de regio voor ondersteuning. Ook voor het instrumentarium maken we gebruik van de aanvullende dienstverlening van de RMT's die door het beoogde loslaten van de peildatum 12 maart 2020 beschikbaar komt voor alle werkzoekenden met een ondersteuningsvraag.
- De belangrijkste uitdagingen waar het actieplan op ingaat zijn:
 - mensen die willen en kunnen werken, maar op dit moment geen baan hebben en niet zonder ondersteuning aan het werk komen, inspireren aan het werk te gaan en ondersteunen, zodat zij de stap toch kunnen of durven te zetten.
 - werkgevers bereid maken om alle werkzoekenden een kans te geven en waar mogelijk hun baanopeningen of vacatures aan te passen.
 - verbeteren van de informatievoorziening over de gezamenlijke dienstverlening ten aanzien van de vier routes uit het actieplan, waarbij eenvoud voor zowel de werkzoekende als de werkgever als belangrijk uitgangspunt wordt gehanteerd.
- De kracht van dit actieplan schuilt in vier facetten:
 - › De inzet op gedragsverandering bij werkgevers en werkzoekenden middels de communicatiestrategie 'dichterbij dan je denkt'. We laten werkgevers zien dat talent dichterbij is dan zij denken, en laten werkzoekenden zien dat de kans op een baan dichterbij is dan verwacht.
 - › Het breder bekend en vindbaar maken van de werkzoekenden en werkgeversdienstverlening in de regio's en in beeld brengen van vier centrale wervingsroutes, waar regio's extra dienstverlening voor gaan organiseren. We horen nog te vaak dat werkgevers en werkzoekenden niet op de hoogte zijn van de bestaande dienstverlening en dat het aanbod tussen doelgroepen en regio's versnipperd is. We laten zowel werkzoekenden als werkgevers de nabijheid van dienstverlening van gemeenten en UWV in de arbeidsmarktregio's zien (ook hier "dichterbij dan je denkt").
 - › De specifieke inzet op het bereiken van niet-uitkeringsgerechtigden. Volgens het UWV en CBS is 7 van de 10 mensen uit het onbenut arbeidspotentieel niet in beeld bij gemeenten en UWV. Dit betreft mensen die geen uitkering en geen werk hebben, bijvoorbeeld omdat hun partner werkt, of omdat ze niet in aanmerking komen voor de uitkering (vanwege bijvoorbeeld vermogen, leeftijd of woonsituatie).
 - › Gerichte inzet op en activiteiten voor landelijk opererende werkgevers of werkgevers met een grote personeelsvraag. Juist deze tijd vraagt extra inzet om kansen te benutten die de krapte biedt. We zoeken hiervoor de samenwerking met de landelijke werkgeversservicepunten UWV en gemeenten en Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB).
- Het actieplan loopt 8 maanden (mei t/m december '22). In de periode mei t/m december lanceren we de campagne en breiden we de aanpak landelijk uit met de regio's/gemeenten die mee willen doen. Begin 2023 verzamelen we de resultaten van het actieplan, formuleren we

geleerde lessen om mee te nemen in de verdere ontwikkeling van de arbeidsmarktinfrastructuur en bespreken we borging van de waardevolle elementen uit het actieplan.

- De doorlooptijd is kort. Het actieplan is gericht op de korte termijn kansen die de krapte biedt voor de doelgroep onbenut arbeidspotentieel. Daarmee is dit actieplan geen volledig antwoord op de conjuncturele, transitiegerelateerde en structurele krapte. In een apart traject wordt gewerkt aan de uitvoering van de motie Paternotte en Heerma¹ die de regering verzoekt op zeer korte termijn een aanpak tegen arbeidsmarkttekorten te formuleren en de Kamer voor het zomerreces daarover te rapporteren.
- Het actieplan bevat de volgende zeven activiteitensporen:
 1. Landelijke campagne gericht op activeren, inspireren en informeren van werkgevers en werkzoekenden (via de boodschap 'dichterbij dan je denkt'), met vier overzichtelijke routes met bijbehorende dienstverlening:
 - a. Leerwerktrajecten (waaronder praktijkleren in het mbo)
 - b. Jobcarving en functiecreatie
 - c. Open Hiring
 - d. Innovatieve manieren van matching (waaronder banenmarkten)
 2. Impuls aan de regionale matching via regionale invulling van het actieplan, door inzet op de vier wervingsroutes en regionale communicatie richting werkgevers en werkzoekenden;
 3. Impuls aan de landelijke matching via landelijke activiteiten en gerichte benadering van grote, landelijk opererende, werkgevers;
 4. Verkenning bufferbudget;
 5. Impuls uitvoering werkagenda Verdere Integratie op de Arbeidsmarkt;
 6. Financiële middelen ter ondersteuning van de uitvoering;
 7. Monitoring en evaluatie.
- Het actieplan 'dichterbij dan je denkt' is afgestemd met sociale partners, enkele gemeenten, Uitvoeringsinstituut Werknemersverzekeringen (UWV), de landelijke werkgeversservicepunten UWV en gemeenten, de Algemene Bond Uitzendondernemingen (ABU), de Nederlandse Bond van Bemiddelings- en Uitzendondernemingen (NBBU), Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB), de MBO-raad, het ministerie van OCW, de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG), Divosa en Cedris.
- Alle partijen zien de meerwaarde van een landelijke communicatiestrategie en een aanpak waarbij de drempels tot toegang van de arbeidsmarkt verlaagd worden. Brede roep is om aan te sluiten bij bestaande initiatieven, structuren en instrumenten. Dat doen we met dit actieplan.

¹ Kamerstukken TK 2021/22, 35788, nr. 128.