

ARBEIDSMARKTCOMMUNICATIE

KENMERK : 699398

BIJLAGE(N) : 1

COMMISSIE(S) : COMMISSIE BESTUUR
& ORGANISATIE

AGENDAPUNT : 3.b

STUKNUMMER : 1

Delft, 17 juni 2008

AAN DE COMMISSIE

Ontwerpbesluit:

In te stemmen met:

1. de uitvoer van het arbeidsmarktcommunicatieplan;
2. het in dit plan geschetste budget;
3. personele inzet voor de in dit plan geschetste aantal uren.

Probleemstelling:

Hoe kan Delfland het imago als werkgever verbeteren en in deze krappe arbeidsmarkt werknemers aantrekken?

Beoogd effect:

Delfland op de kaart zetten als aantrekkelijke werkgever om de (concurrentie)positie op de arbeidsmarkt te versterken.

De inzet van communicatiemiddelen moet een bijdrage leveren aan het realiseren van een vruchtbaar wervingsbeleid binnen Delfland. Doordat Delfland zich meer profileert als aantrekkelijke werkgever moet er een 'natuurlijke' aantrekkingskracht ontstaan voor potentiële kandidaten.

De doelgroepen (zoals beschreven in het plan: starter, doorstromer en latent werkzoekende):

1. weten dat Delfland een deskundige, onmisbare en zinvolle organisatie is (kennis);
2. weten dat werken bij Delfland bijdraagt aan de veiligheid van mens en natuur (kennis);
3. zien Delfland als een professionele en klantgerichte organisatie (houding);
4. staan positief tegenover een loopbaan bij Delfland (houding);
5. zijn bereid om Delfland aan te bevelen aan derden als mogelijke werkgever (gedrag);
6. zijn bereid om te solliciteren bij Delfland (gedrag).

Inleiding

Het Hoogheemraadschap van Delfland heeft op dit moment tachtig formatieplaatsen open staan. Het is voor Delfland steeds lastiger om mensen te werven voor openstaande functies.

Uit de probleemanalyse komt naar voren dat:

- er een grotere vraag naar medewerkers is ontstaan door een grotere uitstroom (zie tabel hieronder) en de ambitieuze doelstellingen in het WBP;

- het imago van Delfland van invloed is op de werving van medewerkers;
- de krapte op de arbeidsmarkt ervoor zorgt dat de technische functies en de functies voor hoogopgeleiden moeilijk vervulbaar zijn;
- de vergrijzing op korte termijn gevolgen heeft voor Delfland.

Uitstroom medewerkers Delfland

Jaar	Aantal medewerkers
2003	27
2004	24
2005	35
2006	37
2007	55

Kader

Arbeidsmarktcommunicatie wordt een onderdeel van het communicatiebeleidsplan dat op dit moment in ontwikkeling is bij bureau B&C. Arbeidsmarktcommunicatie kan worden gezien als een 'communicatiemodaliteit' onder dit overkoepelende plan. In het communicatiebeleidsplan worden de gewenste identiteit en het imago voor Delfland beschreven evenals de belangrijkste doelgroepen, de communicatiedoelstellingen en de communicatieboodschappen. Alle bestaande en nieuwe communicatiemodaliteiten worden getoetst aan het communicatiebeleidsplan.

Toelichting

Communicatiemiddelen leggen uit wat het werken bij Delfland inhoudt. Bijvoorbeeld hoe de kerntaken in de praktijk worden uitgevoerd. Het werk van Delfland is vaak onzichtbaar maar altijd onmisbaar. Deze boodschap wordt overgebracht op potentiële werknemers maar ook op medewerkers van Delfland. Potentiële werknemers worden geïnformeerd en geïnspireerd om een loopbaan te starten bij Delfland. Medewerkers stimuleren om trots te zijn én blijven op het werk dat zij dagelijks uitvoeren.

De communicatiemiddelen die Delfland wil inzetten om de doelstellingen te behalen zijn onder andere;

- corporate- en wervingsadvertenties;
- website werkenbijdelfland.nl;
- evenementen;
- folders/flyers;
- intranet;
- medewerkersactie.

In de arbeidsmarktcommunicatie staat een aantal begrippen centraal:

1. professioneel

Delfland heeft een professionele houding en er is veel ervaring en deskundigheid in de organisatie;

2. klantgericht

Delfland gaat een klantgerichte relatie aan met zijn doelgroepen;

3. praktisch

Delfland is slagvaardig en een organisatie die de handen uit de mouwen steekt;

4. verantwoordelijk

Delfland neemt zijn verantwoordelijkheid en schuift deze niet af;

5. betrokken

Delfland is een betrokken organisatie waarbij collegialiteit centraal staat.

Dijkgraaf en Hoogheemraden van Delfland,
de Secretaris,

de Dijkgraaf,

mevr. A. Boomsma

mr. M.A.P. van Haersma Buma