

**RIS.3587**

# **Jaarplan 2009**

## **Thema Jeugd**

**Jaarplan behorend bij Strategie en actieplan Marketing en Promotie  
Vergroten werkgelegenheid met 2500 arbeidsplaatsen  
2006-2010**

**eMMen Maakt Meer Mogelijk**

Januari 2009

## Inhoud

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1.      Jaarplan 2009 .....</b>                     | <b>3</b>  |
| <b>2.      De strategie in 2009 .....</b>              | <b>4</b>  |
| 2.1. Recente ontwikkelingen.....                       | 4         |
| <b>3.      Bestaand beleid en activiteiten .....</b>   | <b>5</b>  |
| 3.1. Bestaand beleid / relevante stukken .....         | 5         |
| 3.2. Bestaande activiteiten / initiatieven.....        | 5         |
| <b>4.      Uitwerking pijlers.....</b>                 | <b>6</b>  |
| 4.1. Emmen bruist .....                                | 6         |
| 4.1.1. Skate-parade .....                              | 6         |
| 4.1.2. Evenementen .....                               | 7         |
| 4.1.3. Eetcafé .....                                   | 7         |
| 4.2. Emmen daagt uit.....                              | 8         |
| 4.2.1. Netwerkbijeenkomst en ondernemerspitch .....    | 8         |
| 4.2.2. Innovatiewedstrijd.....                         | 8         |
| 4.3. Emmen werkt .....                                 | 9         |
| 4.3.1. Jeugdmagazine .....                             | 9         |
| 4.3.2. Werken in Emmen - Nationale Carrièrebeurs ..... | 9         |
| 4.4. Communicatie .....                                | 11        |
| <b>5 Financiering .....</b>                            | <b>12</b> |
| 5.1. Subsidies .....                                   | 12        |
| 5.2. Sponsoring .....                                  | 12        |
| <b>6 Projectorganisatie .....</b>                      | <b>13</b> |

## 1. Jaarplan 2009

In het bestuursakkoord 2006-2010 schrijft het college onder andere het volgende:

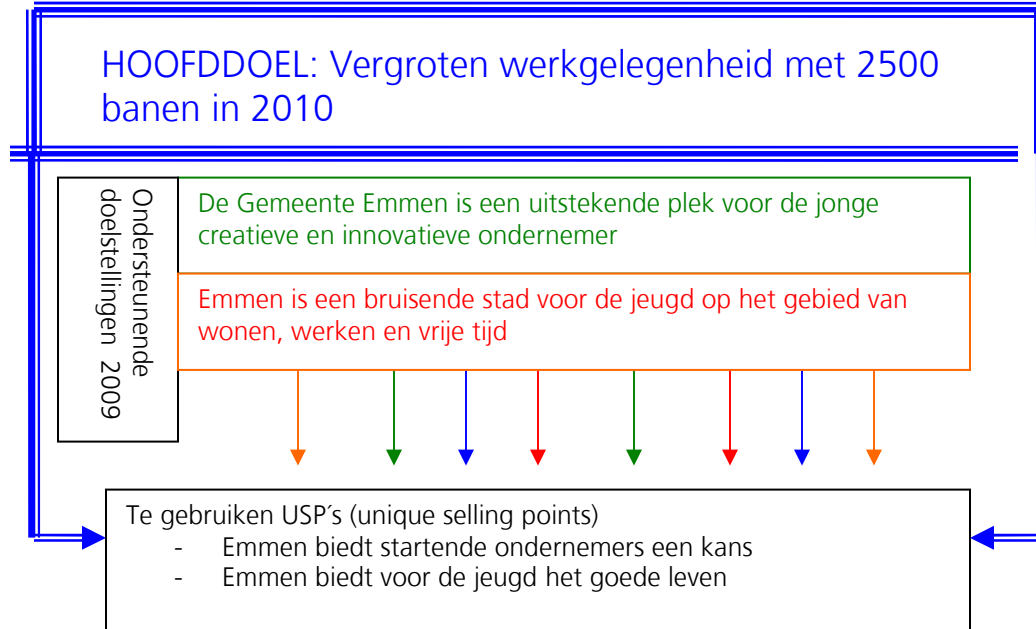
De regionale economie is de kurk waar Emmen op drijft. Het ingezette beleid van diversificatie ter versterking van de economische structuur wordt met kracht voortgezet. De inzet richt zich vooral op de verbetering van het ondernemingsklimaat, de dienstverlening aan bedrijven, de promotie van de sterke punten van Emmen, de acquisitie van nieuwe bedrijven en het bieden van de randvoorwaarden om de structuurversterking in de kansrijke economische sectoren te bevorderen. Eén van de concrete doelstellingen is het realiseren van 2500 nieuwe arbeidsplaatsen.

In het strategie en actieplan marketing en promotie vergroten werkgelegenheid 2006 – 2010 wordt dit als hoofddoelstelling aangemerkt.

Om dit doel te bereiken worden hier jaarlijks, vanuit een thema, ondersteunende doelen aan gekoppeld die zich meer toespitsen op de activiteiten die bijdragen aan het behalen van het gewenste resultaat.

Voor 2009 staat het thema Jeugd centraal. In dit kader is gekozen voor twee ondersteunende doelen. Aan het eind van het campagnejaar zijn de volgende (ondersteunende) doelstellingen positief beïnvloed:

- de gemeente Emmen is een uitstekende plek voor de jonge, creatieve en innovatieve ondernemer;
- de gemeente Emmen is een bruisende stad voor de jeugd op het gebied van wonen, werken en vrije tijd.



## **2. De strategie in 2009**

In de kadernota economie wordt de visie en strategie beschreven om voor de komende jaren de economie en werkgelegenheid te versterken. Het ontwikkelingsperspectief geeft aan wat de sterke kanten zijn en waar de kansen liggen om verdere groei te bewerkstelligen.

De strategie gaat uit van de sterktes en kansen binnen de gemeente Emmen, waarbij ingezet wordt op het hierheen halen van nieuwe bedrijven en op het vergroten en ontwikkelen van de werkgelegenheid door autonome groei.

De pijlers waarop deze strategie rust bestaan uit een mix van promotie, citymarketing, relatiemarketing, intensief accountmanagement en optimale facilitering van zowel bestaande bedrijven als geïnteresseerde nieuwe bedrijven.

In 2009 staat het thema jeugd centraal. Jeugd en werkgelegenheid zijn sterk met elkaar verbonden. De schoolverlaters, jonge ondernemers en de schooljeugd met vakantiebaantjes leveren de directe relatie tussen jeugd en werkgelegenheid. Een indirect verband bestaat er ook. De jeugd gaat uit, sport en gaat naar school. Dit levert in indirecte zin werkgelegenheid op. Deze vorm van werkgelegenheid komt in alle mogelijke branches voor en is om deze reden moeilijk te sturen.

Deze twee invalshoeken, direct en indirect, dienen als basis voor het koppelen van het thema jeugd aan de meerjarenstrategie vergroten werkgelegenheid met 2500 arbeidsplaatsen.

De doelgroep waar we met de campagne in 2009 op inzetten bestaat uit de jeugd van 12 t/m 23 jaar.

### **2.1. Recente ontwikkelingen**

Zoals we allen weten dreigt door de kredietcrisis de jeugdwerkloosheid sterk op te lopen. Uit de laatste cijfers in de gemeente Emmen blijkt nog niet dat de kredietcrisis van invloed is op de jeugdwerkloosheid hier. Echter de gevolgen kunnen later nog zichtbaar worden. Het is goed bij de uitvoering van het jaarplan vinger aan de pols te houden rondom de ontwikkelingen van jeugdwerkloosheid. De projectgroep, verantwoordelijk voor de uitvoering van het jaarplan, houdt deze ontwikkelingen in de gaten en zal ze meenemen in de uitvoering.

### **3. Bestaand beleid en activiteiten**

Zoals in het vorige hoofdstuk al is aangegeven, zijn jeugd en werkgelegenheid sterk met elkaar verbonden. Om een goed overzicht te krijgen van de activiteiten die samenhang vertonen, is het van belang om uiteen te zetten wat er speelt op beide beleidsterreinen. Zonder een limitatieve opsomming te kunnen geven, wordt in dit hoofdstuk geprobeerd een zo volledig mogelijk beeld te schetsen van de ontwikkelingen op het gebied van jeugd en werkgelegenheid.

#### **3.1. Bestaand beleid / relevante stukken**

- Programmabegroting, voornamelijk de programma's 2 (economie en werkgelegenheid) en 4 (onderwijs en jeugd).
- Concept beleidskader Jeugdbeleid 2008 – 2020.
- Convenant "kinderen doen mee".
- Stimuleringsregeling sociaal culturele activiteiten.
- Meerdere subsidieregelingen (jongerencentra / stichting leergeld / SKW).
- Amendement Fonds jeugdbeleid en actieplan jeugd.
- Wet Investering Jeugd.
- Kadernota economie.

#### **3.2. Bestaande activiteiten / initiatieven**

- Jongerenwerk Sedna.
- Projecten Veilig Uitgaan.
- Evenementen (van Vuelta tot kunstontmoetingsdag).
- Culturele activiteiten (kunstontmoetingsdag / beeldenroute / CKV dagen / kunstmenu op scholen).
- Loopbaanoriëntatiestages, maatschappelijk stages en werkstages.
- Sportactiviteiten (BOS – buurt onderwijs sport / sportcongressen / Combifunctionarissen).
- Kan wel Jong – project.
- Jongerenloket.
- Jongerenraad.
- Leerwerkloket.
- Brede school.
- Centrum voor Jeugd en Gezin.
- Aboutaleb-gelden.
- Verscheidene congressen.
- Reïntegratietraject Jeugd.

In het volgende hoofdstuk zullen we op enkele van deze initiatieven dieper ingaan.

## 4.      **Uitwerking pijlers**

In de strategienota zijn de pijlers relatiemarketing, promotie en citymarketing beschreven. Anders dan in voorgaande jaren worden in dit jaarplan deze pijlers niet afzonderlijk beschreven maar komen elementen hiervan terug in de uitwerking van de beschreven promotionele activiteiten. Bij veel activiteiten is namelijk niet direct duidelijk onder welke pijler deze vallen.

Er is gekozen om drie stromen te benoemen waar alle activiteiten onder gecategoriseerd worden. Dit zijn:

1. Emmen bruist.
  - a. Skate-parade.
  - b. Evenementen.
  - c. Eetcafé.
2. Emmen daagt uit.
  - a. Netwerkbijeenkomst en ondernemerspitch.
  - b. Innovatiewedstrijd.
3. Emmen werkt.
  - a. Jeugdmagazine.
  - b. Nationale Carrièrebeurs, Online Carrièrebeurs, Vacaturewebsite & Banenmarkt Starters.
  - c. SoZa promotie bestaande regelingen/subsidies.

### 4.1. **Emmen bruist**

#### 4.1.1. **Skate-parade**

Skaten past in "het tijdsbeeld". Verenigingen hebben het moeilijk. De jeugd wil niet twee keer per week naar een club. Ze willen hun eigen schema bepalen. Dat past in de trend van individualisering. Hippe sponsors blijken maar al te graag een skate-event te willen sponsoren. Te denken valt aan sport-outlet winkels; Coach Emmen, Rodolfo's Amsterdam en een audio leverancier.

Om invulling te geven aan het subdoel "Emmen als bruisende stad voor de jeugd" kan er aansluiting gezocht worden bij bruisende bestaande activiteiten in overige gemeenten in Nederland. De skate-tour of skateparade is een goed voorbeeld van een evenement dat in gemeenten als Amsterdam, Eindhoven, Utrecht, Haarlem en Groningen al leeft en bruist. Een kans dus voor Emmen om met een dergelijk evenement Emmen op de kaart te zetten bij de jeugd!

Het idee is om een skateparade te organiseren in de vorm van een Fridaynight-skate op een terugkerende vrijdagavond in de zomer in het centrum van Emmen. Aan de skate dient een thema en dresscode gevoegd te worden. Een thema voor een eerste skateparade is bijvoorbeeld 'Fridaynight-skate met glitters, bling-bling, grunge, rock en hiphop!

Skaters hebben behoefte aan een glad en egaal wegdek. De skateparade kan bijvoorbeeld beginnen bij de skatebaan, dan over de hondsrugweg over de traverse (de roltrappen kunnen geschikt gemaakt worden om te klunen), door het overdekte winkelcentrum, door het centrum langs de beeldenroute, het nieuwe gemeentehuis, de dierentuin en kan eindigen bij de bioscoop alwaar het parkeerterrein geschikt is gemaakt voor de rollerdisco met dj en eettentjes.

Skaten behoort tot de stroming sub-urban. Het parcours kan met verschillende sub-urban activiteiten worden aangevuld zoals bijvoorbeeld graffitiwalls. Deze kunnen worden bespoten met

graffiti. In de gemeente Eindhoven worden sloopauto's neergezet langs het parcours welke bespoten mogen worden met graffiti. Een andere activiteit is het geven van breakdancedemo's.

Tijdens de route zijn "Emmense punten" te verdienen bij de beelden, de dierentuin, het mooiste graffiti kunstwerk en het nieuwe gemeentehuis. Deze punten worden beschikbaar gesteld door de gemeente Emmen en degene met de meest verdiende punten wint een prijs!

Belangrijk is om bij dit evenement ook aandacht te schenken aan de veiligheid van de skaters in de vorm van het dragen van beschermingsmateriaal als pols- knie- en elleboogbescherming. Een voorbeeld in de communicatie is: 'do it safe, use protection!'

#### **4.1.2. Evenementen**

De gemeente Emmen kent een veelvoud aan jaarlijks terugkerende evenementen die ook voor de jeugd interessant zijn. Hierbij valt te denken aan C'est La Vie, de Gouden Pijl, het Full Colour Festival, Rupspop en het internationaal vliegerfestival. In 2009 komt daar eenmalig ook nog de Spaanse wielerronde 'La Vuelta' bij. Al deze activiteiten leveren een bijdrage aan de subdoelstelling "Emmen als bruisende stad voor de jeugd". Met name rupspop is een evenement dat speciaal toegespitst is op de jeugd. De bestaande evenementen zouden zich in hun uitvoering wellicht ook meer kunnen focussen op de jeugd zodat ook de bestaande evenementen als moment voor de jeugd interessant zijn.

Naast het toespitsen van de bestaande evenementen op de jeugd en het uitdiepen van een speciaal evenement als Rupspop kunnen de jongeren ook betrokken worden bij de uitvoering en organisatie van deze evenementen. De Stenden Hogeschool, het Drenthe College en de Kennis Campus Emmen kunnen jongeren stages aanbieden binnen de organisatie van deze evenementen. Op dit moment worden er al studenten ingezet bij het Full Colour Festival. Ieder jaar wordt een leerbedrijf van de Stenden Hogeschool uitgekozen om de organisatie op zich te nemen. Iets vergelijkbaars zou goed passen bij de andere evenementen.

Op deze manier heeft de jeugd als stagiaire invloed op de organisatie van deze evenementen. Daardoor zijn de evenementen niet alleen voor maar ook door de jeugd bedacht. Hiermee blijven de evenementen aansluiting vinden bij de wensen van de jeugd.

De evenementen zijn bij uitstek geschikt als moment om aankomende evenementen of activiteiten te promoten. Ook hiervoor kunnen Stenden Hogeschool, het Drenthe College en de Kennis Campus Emmen ingeschakeld worden. Deze studenten weten als geen ander wat op dit moment in is, en kunnen daar met de promotionele activiteiten op inspelen.

#### **4.1.3. Eetcafé**

In het kader van 'Emmen als bruisende stad' kan een eetcafé de juiste gelegenheid zijn om kennis te maken met de Emmense horeca. Het idee is om een eetcafé in het centrum van Emmen als mensa om te bouwen. Elke avond serveert het eetcafé dan goedkope maaltijden voor studenten. Voor een klein bedrag (in de meeste mensa rond de 5 euro) krijgen de studenten een maaltijd. Het oorspronkelijke idee komt voort uit studentenverenigingen waar de mensa als noodzaak werd gezien vanwege het gebrek aan geld om een fatsoenlijke maaltijd te kunnen bereiden.

In vele studentensteden bestaat zo'n mensa al langer, maar in Emmen nog niet. De mensa die in Emmen gerealiseerd zal worden heeft voornamelijk een sociale functie. Het zal vooral een ontmoetingsplek voor studenten worden.

Om de mensa onder de aandacht te brengen van de studenten, kan gedacht worden aan het verspreiden van folders op de hogeschool, flyers uitdelen tijdens de stapavonden en de mensa te promoten op de website van de hogeschool.

Bij de uitwerking van deze activiteit is het met name van belang de Emmense horecaondernemers hierbij te betrekken. Deze activiteit staat in het kader van het onderzoeken van de mogelijkheden voor een mensa.

## **4.2. Emmen daagt uit**

### **4.2.1. Netwerkbijeenkomst en ondernemerspitch**

In het kader van de hoofddoelstelling past een uitdagende netwerkbijeenkomst over jong ondernemerschap uitstekend. De bestaande netwerkbijeenkomst van de gemeente Emmen kan als basis dienen voor een competitie waar de jonge, startende ondernemer wordt uitgedaagd.

#### *Uitleg netwerkbijeenkomst gemeente Emmen:*

Niet alleen de gemeente heeft een netwerk, maar elke ondernemer afzonderlijk ook. In de netwerken van ondernemers kunnen relaties zitten die wellicht geïnteresseerd zijn in de gemeente Emmen als vestigingsplaats voor hun bedrijf. Met die ondernemers wil de gemeente Emmen graag in contact komen. In een speciale netwerkbijeenkomst kunnen de mogelijkheden die de gemeente Emmen biedt gepresenteerd worden aan ondernemers elders in het land. De lokale ondernemer heeft een prominente rol in deze netwerkbijeenkomst. Veelal heeft elke netwerkbijeenkomst een thema, één van de thema's was bijvoorbeeld 'transport en logistiek'. In 2009 zou het thema 'jonge ondernemers' kunnen zijn. Jonge ondernemers die succesvol zijn kunnen een workshop verzorgen.

#### *Ondernemerspitch:*

Een ondernemerspitch is een competitie waarin elke ondernemer de gelegenheid krijgt tot het promoten van de eigen onderneming. De gemeente Emmen heeft plannen om een ondernemerspitch in combinatie met een netwerkbijeenkomst te houden. Enkele maanden voorafgaand aan de netwerkbijeenkomst zal de communicatie over de ondernemerspitch van start moeten gaan. Vanuit verschillende invalshoeken zullen jonge ondernemers bereikt moeten worden. Er valt te denken aan een workshop voor de afstudeerders van de verschillende (hoge)scholen. Daarnaast valt te denken aan een aankondiging via het Jeugd magazine (zie 4.3.1), de Zuidoosthoeker, Emmen.nu, de gemeentelijke website, enz.

De verschillende jonge ondernemers krijgen tijdens de netwerkbijeenkomst elk 5 minuten de tijd om hun onderneming te promoten. De jury zal bestaan uit enkele medewerkers van de sponsors, een medewerker van de gemeente Emmen en wellicht enkele bedrijven vanuit de zaal. De jury maakt een selectie van de verschillende ondernemers die doorgaan naar de finale, waar ze in anderhalve minuut de laatste promotiemogelijkheid krijgen om hun onderneming te lanceren. Aan het einde van de bijeenkomst wordt de winnaar bekend gemaakt. De winnaar krijgt één jaar lang gratis kantoorruimte aangeboden (sponsoring door een makelaar), één jaar lang gratis ondersteuning vanuit de hogeschool (persoonlijke begeleiding docent naar keuze), één jaar lang gratis gebruik maken van communicatiemogelijkheden (sponsoring drukkerij) en wellicht een geldbedrag en/of subsidies voor de startende ondernemer om een goede start te maken (sponsoring gemeente Emmen). De gemeente Emmen zal ter voorbereiding de sponsoring voor de ondernemerspitch regelen.

### **4.2.2. Innovatiewedstrijd**

De wensen kennen van de doelgroep is van belang voor het slagen van de in te zetten activiteiten. Via een innovatiewedstrijd kunnen ideeën door de jeugd worden aangedragen. Op deze manier krijgt de jeugd inspraak. Dat is van belang voor de gemeente bij het ontwikkelen van activiteiten voor de jeugd. Tegelijkertijd creëert dit een grotere betrokkenheid van de jeugd. Om het competitie-element in de innovatiewedstrijd aan te brengen stelt de gemeente Emmen een geldbedrag ter beschikking als prijs aan de bedenker van het beste idee. Een samen te stellen jury zal de ideeën beoordelen en aan het beste idee wordt een (vooraf bekend gemaakt) budget toegekend, om het idee ook daadwerkelijk te realiseren. De prijs in de vorm van een geldbedrag en daadwerkelijke uitvoering van het idee daagt de jeugd uit.



Hoe en waar de jeugd wordt benaderd is erg van belang. Het moet laagdrempelig zijn, anders bestaat het risico dat er weinig jeugd reageert. Een goede kans is om de jeugd te benaderen tijdens een les op het voortgezet, middelbaar of hoger beroeps onderwijs. Op het voortgezet onderwijs kan het vak Maatschappijleer of CKV zich hiervoor lenen. Er kan tijdens een les uitvoering worden gegeven aan de innovatiewedstrijd. De innovatiewedstrijd kan worden begeleid door de docent of door een medewerker/bestuurder van de gemeente. Vervolgens kunnen in een volgende les (bijv. twee maanden later) de ideeën door de jury in ontvangst worden genomen.

Afstemming tussen scholen en de gemeente is van belang voor het goed wegzetten van de innovatiewedstrijd.

### **4.3. Emmen werkt**

#### **4.3.1. Jeugdmagazine**

Door vier keer per jaar een jeugdmagazine uit te geven op middelbare scholen en op sportverenigingen kunnen we de jeugd bereiken. Het magazine bevat de volgende elementen.

- Wat heeft Emmen te bieden? Een overzicht van belangrijke plekken / gebeurtenissen voor de jeugd. Hierbij kan gedacht worden aan een overzicht van sportverenigingen / winkels / horeca / onderwijs waarbij in elk nummer enkele onderwerpen worden uitgelicht.
- Evenementenkalender waarin alle evenementen worden genoemd waarvan telkens één van de evenementen uitgelicht wordt.
- Nieuws uit Emmen – wat is voor de jeugd op dat moment van belang / wat zijn de nieuwste ontwikkelingen en hypes, evt. interviews met jonge ondernemers?
- Boodschappen van de jeugd, voor de jeugd.
- Een strip over Emmen.
- Alles over de werkgelegenheid, stages in Emmen (vacatures).

Uiteraard zullen ook de activiteiten die in dit jaarplan besproken worden, in het magazine worden toegelicht.

#### **4.3.2. Werken in Emmen - Nationale Carrièrebeurs**

De Nationale Carrièrebeurs is het grootste landelijke carrière-evenement. Op de beurs is een groot aantal bedrijven, overheids- en onderwijsinstellingen aanwezig.

De beurs richt zich op afgestudeerden en afgestudeerden uit maar liefst zes doelgroepen. In 2009 richt de Nationale Carrièrebeurs zich op de economische, bedrijfskundige en juridische faculteiten van universiteiten.

De gemeente Emmen wil het bedrijfsleven van de gemeente Emmen op de kaart zetten door deelname aan de nationale carrièrebeurs. Om dit te bewerkstelligen inventariseert de projectgroep wie stakeholders kunnen zijn in het kader van dit project. Hierbij valt te denken aan:

- o bedrijven/ondernemersvereniging
- o uitzendbureau's
- o CWI
- o UWV

Voor de promotie van de gemeente Emmen richten wij een lifestyle gedeelte in waarbij alle lifestyle/faciliteiten van de gemeente Emmen aan bod komen. Hierbij valt te denken aan de volgende onderwerpen:

- o recreatie
- o horeca
- o uitgaan
- o sport

- o    cultuur

#### *Online Carrièrebeurs*

Naast de Nationale Carrièrebeurs willen wij als projectgroep online een carrièrebeurs aanbieden specifiek voor de doelgroep in de leeftijdscategorie van 16 t/m 23 jaar. De mensen die wij als projectgroep niet fysiek kunnen bereiken willen we via deze weg benaderen. De stakeholders zijn gelijk aan de genoemde stakeholders van de Nationale Carrièrebeurs. Promotiemiddelen die we als projectgroep kunnen gebruiken om onze online Carrièrebeurs te promoten, zijn bijvoorbeeld:

- o    Hyves-Online Carrièrebeurs;
- o    advertenties via MSN, DVHN, website gemeente Emmen;
- o    folders verspreiden op de verschillende hogescholen binnen en buiten de gemeente Emmen.

#### *Vacaturewebsite voor jongeren*

Hierop komen alle vacatures te staan van elk bedrijf/uitzendbureau binnen de gemeente Emmen. Per vacature wordt een link weergegeven naar het bedrijf/uitzendbureau waar de vacature zich bevindt. De criteria voor het plaatsen van een vacature op de website kan bijvoorbeeld zijn, werkervaring 0 tot 2 jaar en vacatures vanaf minimaal Mbo-niveau. Als voorbeeld voor de inrichting van de website valt te denken aan [www.funda.nl](http://www.funda.nl).

#### *Banenmarkt Starters*

Jaarlijks zal een banenmarkt voor starters gehouden worden in de gemeente Emmen. Deze banenmarkt zal aangekondigd worden op de vacaturewebsite. Op deze banenmarkt zal wederom een lifestyle-hoek gecreëerd worden om de faciliteiten van de gemeente Emmen te laten zien, met daarnaast natuurlijk de mogelijke vacatures binnen de gemeente Emmen en wellicht enkele workshops.

#### *Diverse bestaande regelingen SoZa*

Momenteel zijn er al bestaande regelingen en subsidiemogelijkheden voor de jeugd. Een veel gehoord probleem is dat de jeugd moeilijk te bereiken is en dat het juiste instrument ontbreekt om deze jongeren op de hoogte te brengen van de bestaande mogelijkheden. Dit jaarplan biedt mogelijke kansen om via de beschreven promotionele activiteiten of communicatiemiddelen de bestaande regelingen onder de aandacht van de jeugd te brengen. Een specifieke invulling hieraan kan door de projectgroep worden gegeven.

#### **4.4. Communicatie**

In de uitvoering dient een communicatieplan specifiek te worden uitgewerkt door de projectgroep. Hieronder zijn enkele suggesties gedaan die wellicht gebruikt kunnen worden in het op te stellen communicatieplan.

##### **Communicatieve boodschap 2009**

- Emmen bruist.
- Emmen daagt uit.
- Emmen helpt je op weg.

##### **Suggesties communicatiemiddelen**

- Jeugdmagazine.
- Sms – actie.
- Internet.
- Flyers.
- Posters in de stad, op de scholen, verenigingen, hyves.
- Reclame in de bioscooppauzes.
- Jeugdsoos.
- Een eigen plek op de gemeentelijke website

##### **Suggesties communicatiemomenten**

- Op koopavond flyereren
- Tijdens evenementen flyereren

## **5 Financiering**

### **5.1. Subsidies**

Subsidiemogelijkheden dienen nog te worden onderzocht bij de uitvoering van het jaarplan.

### **5.2. Sponsoring**

Een aantal activiteiten leent zich voor cofinanciering of sponsoring door private partijen. Het projectteam maakt een voorstel voor de te sponsoren onderdelen in het jaarprogramma, een overzicht van partijen die belangstelling kunnen hebben vanwege de thema's, welke relaties er zijn, zowel bij de gemeente als bij het bedrijfsleven, hoe geïnteresseerde bedrijven te benaderen en door wie, en wat de tegenprestaties zijn.

### **5.3. Budget 2009**

Het startbudget voor het jaarplan 2009 is € 50.000. Dit komt uit het budget eMMen Maakt Meer Mogelijk FCL 60636. Hieruit worden de algemene communicatieve- en promotionele uitingen rond het thema wonen gedekt.

Voor de activiteiten uit het jaarplan wordt per te realiseren activiteit een voorstel aan het college gedaan over de financiering, gebaseerd op de voorstellen van de taskforce subsidies en financieringsmogelijkheden.

## 6 Projectorganisatie

### Opdrachtgever

Ambtelijk opdrachtgever is het hoofd Concernstaf. Het aanspreekpunt voor de opdrachtgever is de projectleider van dit project, zijnde de beleidsadviseur corporate communicatie en promotie van de Concernstaf.

In de organisatie zal van een groot aantal medewerkers een behoorlijke tijdsinvestering gevraagd worden om dit plan structureel op te pakken. Hierbij moet gedacht worden aan uren opdrachtgever, uren ondersteunende communicatie, uren verschillende vakgebieden zoals jeugd, economie, sport, enz. Dit laatste is afhankelijk van de activiteiten. Hierdoor kan het zo zijn dat de samenstelling van de projectgroep gedurende het jaar veranderd. De belangrijkste rol van de projectleider van de projectgroep is om te zorgen voor de aansturing en voortgang in de ambtelijke organisatie. De projectgroep rapporteert aan het college en doet voorstellen per activiteit over de financiering.

De projectgroep komt wekelijks bij elkaar om de voortgang te bespreken, verbindingen te leggen en knelpunten op te lossen. De leden van de projectgroep sturen in de lijn de inhoudelijke thema's aan vanuit hun deskundigheid.

- ✓ De projectleider zorgt voor een goede samenwerking en afstemming tussen de verschillende deel terreinen, enthousiasmeert en initieert en verbindt initiatieven.
- ✓ De communicatiemedewerker is verantwoordelijk voor de begeleiding en uitvoering van de gewenste communicatie. Dit kan zijn van het voorbereiden van een persconferentie tot het begeleiden van een nieuwsbrief, het maken van uitnodigingen, (laten) aanleveren van teksten etc.
- ✓ De projectassistente bereidt vergaderingen voor en doet de verslaglegging, houdt de planning en archief bij en ondersteunt in de organisatie van de bijeenkomst.

### Overleg met de wethouder

In 2007 & 2008 werd wekelijks vergaderd. De verantwoordelijke wethouder was hierbij aanwezig. Dit werkte zeer plezierig en bevorderde de korte en snelle beslislijnen. Het voorstel aan de projectgroep is om dit voor 2009 opnieuw te doen met de wethouder Onderwijs, Welzijn, Kunst & Cultuur.

**Bijlage 1. Uitkomst brainstormsessie 27 november 2008.**

**Bestaande activiteiten**

| Jeugd   | Mengvorm  | Werkgelegenheid |
|---|---|-----------------|
|   | Aboutaleb gelden: binnen 2 maanden een aanbod voor werk aannemen & anders is de uitkering weg. Ook op het gebied van sport (lidmaatschap, kleren) onderwijs (computer of wellicht kosten internet?) cultuur |                 |
| Organisatie Congressen waar verschillende activiteiten plaatsvinden   |   |                 |
| Jeugdtheaterschool CQ   |   |                 |
| Rupspop   |   |                 |
| Culturele vorming dmv het VAK-CUV (13-18 jaar)  |   |                 |
| CKV-dagen voor HAVO/VWO-4 leerlingen  |   |                 |
| Activiteiten zie overzicht Alinda   |   |                 |
| Computers voor minima na 3 jaar WWB en kinderen in voortgezet onderwijs   |   |                 |
| Stichting Kwaliteitsimpuls Podiumkunsten  |   |                 |
|   | Introductiedagen HBO-studenten kennismaken met CBK Emmen  |                 |
| Stimuleringsregeling Sociaal Culturele Activering € 100 pp (zie alinda)   |   |                 |
| Op aanvraag beelden routes organiseren  |   |                 |
| Activiteiten ihkv brede schoolontwikkeling  |   |                 |
| Verenigingsondersteuning (220 verenigingen)   |   |                 |
| Erkende Overleg Partners (via Eop kan een jongere een activiteit opzetten voor zijn eigen wijk)                                   |   |                 |
| Aanleg multifunctionele sportvelden (door beheer gedeeltelijk bij jongeren neer te leggen, een plek in de samenleving te creëren) |   |                 |
| Beleidskader Jeugdbeleid 2008-2020 (collegevergadering 16-12)   |   |                 |
|   | Kosten schoolgaande kinderen betalen € 75   |                 |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | basisonderwijs, € 200 voortgezet onderwijs                                      |  |
|  | Leren & Werken (EVC's)  |  |
|  | NASB impuls?  |  |
|  | Ontwikkeling BOS team (His, Drenthe college & andere partijen)                  |  |
|  | Combifunctionarissen Sport 17 fte's (BSO, Lesgeven, ondersteuning verenigingen) |  |
|  | Buitenschoolse opvang (BSO)   |  |
|  |   | Stage Kenniscampus via opleiding EVENTS bij C'est la Vie, Vuelta, Full Colour, Gouden Pijl, enz. |
|  |   | Vuelta   |
|  |   | Reintergratie traject Jeugd  |
|  |   | Jongerenloket  |
|  |   | Rare kwasten   |
|  |   | Wet Investering Jeugd (WIJ)  |

**Uitkomsten brainstormronde:**

|  | Incidenteel | Structureel |
|--|-------------|-------------|
| Boomhutten in nieuw park   | x           |             |
| Buiten kunst (kamperen → kunsttheater)   |             | x           |
| Probleem: Hoe kunnen we Jeugd hier houden? Jeugd mee laten praten en denken dmv langs scholen gaan                                     |             | x           |
| SMS-actie  | x           |             |
| Markt (bijbaantjes en activiteiten)  |             | x           |
| Festival (zingen, dansen, rap-battle) lsm bv. rupspop  |             | x           |
| Stripboek over Emmen   | x           |             |
| Innovatiecongres (best idee van emmen) onder de jeugd.   | x           |             |
| Jeugdmagazine met oa. evenementenkalender, hulp gem. emmen, bruisende stad, opleidingen, banen. Huis-aan-huis en landelijk verspreiden |             | x           |
| Jeugdcafé/restaurant voor en door de jeugd (het gehele traject)  |             | x           |
| Dierenpark betrekken in het plan (Yacatan)   | x           |             |
| Voorkomende vertrekkende jongeren (tijdig aanbieden baan/vacatures) comm. scholen vb.?   |             | x           |
| Folder met activiteitenkalender  |             | x           |

|   |   |   |
|---|---|---|
| Jeugdambassadeur (inspraak in tentoonstellingenprogramma, comm. hyves, op scholen als ambassadeur zijnde jongeren uitnodigen, lokken via acties (foto's) naar de website daar evenementen laten zien) |   | X |
| Centrum aantrekkelijker maken voor jeugd, jeugd kans geven om in het centrum te wonen   |   | X |
| Campagne  | x |   |
| Poppodium   |   | X |
| Naar blanco??   |   |   |
| Na theaterschool aansluiting bestaande activiteiten??   |   |   |
| Gratis publicatie/ standaard pagina? voor wie gratis?   |   | X |
| Cartoon in Emmen actueel  | x |   |
| Jonge ondernemerspitch/competitie: winnen faciliteiten (kantoorruimte), coachen (docent Stenden Hogeschool)   | X |   |
| Menza in Emmen ?  | X |   |
| Graffiti olv kunstenaars  | X |   |
| Graffiti workshop (EO-jongerendag, zonder EO gedeelte daarvoor een rapper & wellicht reïntegratiebedrijf)   | X |   |
| Beeldenroute vs Sport (over gebouwen lopen)   | X |   |
| Skatewedstrijd met parcours door Emmen  | X |   |
| Straat tekenen (iets te jonge doelgroep denk ik?)   | X |   |
| Pizza bakken competitie   | X |   |
| Statenmakerswedstrijd   | X |   |
| Parade naar Emmen   | X |   |
| Themafeesten in Park  | x |   |



## **Bijlage 2. Mogelijke stakeholders**

Uitzendbureau's  
CQ  
Drenthe college  
Afdeling Sport  
Bestuur C'est la Vie  
Bestuur Gouden pijl  
Bestuur FC Emmen (jonge  
ondernemers)  
Provincie  
Ondernemers  
Politiek  
CWI  
UWV  
Ondernemersvereniging Emmen  
Stenden Hogeschool  
Bestuur Nationale Carrièrebeurs  
Horeca Emmen