



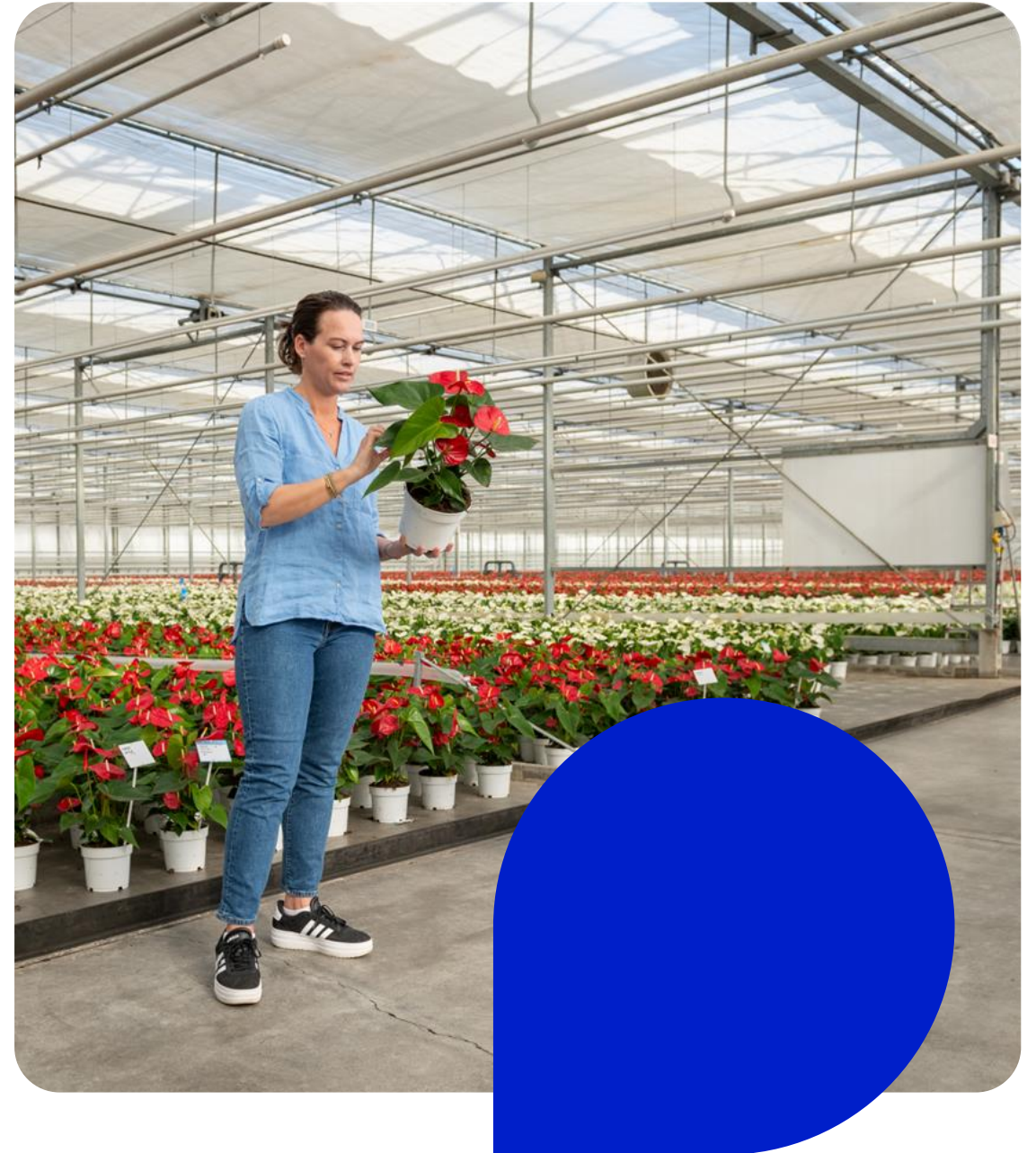
Communicatie

Stand van zaken

Maandelijks communicatieoverleg Werkcentrum
21 oktober 2025

Inhoudsopgave

1. Algemeen
2. Werkcentrum.nl
3. Merkidentiteit
4. Campagne



Algemeen

Werkgroep Communicatie

- Opdracht:
- Afstemming
- Concrete producten
- Gevraagd en ongevraagd advies
- Wie is wie... *Ze stellen zichzelf voor*
- Sub-werkgroep campagne
- Sub-werkgroep website



Stuurgroep | Landelijk Beraad i.o.

Bestuurders partners en afvaardiging regio's



Landelijke werkgroep

(Beleids)medewekers partners en afvaardiging regio's



Landelijke werkgroep communicatie

Communicatieprofessionals partners en afvaardiging regio's

Sub-werkgroep Website (w)

Sub-werkgroep Campagne (c)

Leden werkgroep communicatie

SZW: Brian Verweij (c) , Manon de Jong (w),
Hans van der Lee (w&c) en Jikke Kuijpers (w)

UWV: Leonie Menssink (c)

LORA: Silvia Oldenburg (w)

CNV: Evedien Tukkers (w)
FNV Marianne Overbeeke (c)

SBB: Floor van Aerde (w&c)

MBO-Raad: Nick Wildschut (w)

Regio Midden-Holland: Babet Walker (w&c)

Regio Twente: Ingrid Hogervorst (w&c)

Regio Noord-Holland Noord Judith Schram (c)

Regio Groot Amsterdam Layana Mokoginta (w)

Regio Midden-Brabant: Nick van Mourik (w&c)

Extra leden sub-werkgroep website:

UWV Tim van Laar

Regio Amersfoort: Jantine van de Burg

Werkcentrum.nl

Beoogde planning voor ontwikkeling



Fase 1 DPI

Sep – dec 2025

Eerste versie websites live met kopgroep van regio's.

Livegang per 1 januari 2026



Fase 2 UWV

Aug – dec 2025

Uitwerking en verlening opdracht UWV

Jan – jun 2026

Ontwikkeling bij UWV: verdere ontwikkeling en ruimte voor meer regio's om aan te sluiten.

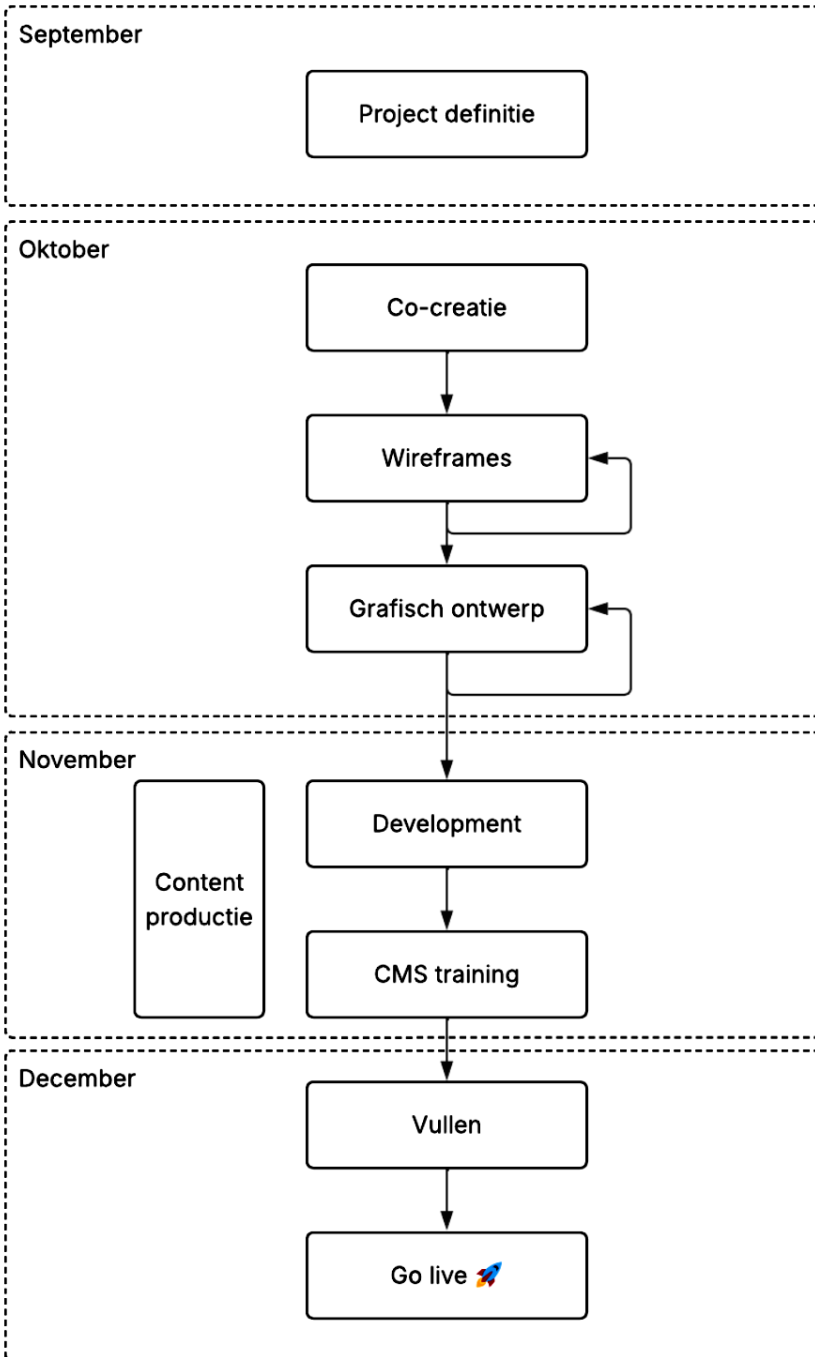
Livegang wordt nu voorzien
±eind Q2 2026



Fase 3 UWV

Jun 2026 – ...

Doorontwikkeling naar meer complexe functionaliteiten



Planning fase 1

Maandag 10 november | 17.00 uur | Deadline voor aanmelding kopgroep

De regio's die een website willen in het multisite platform tijdens fase 1 kunnen zich tot deze datum aanmelden. Dat kan door een mail te sturen naar postbusarbeidsmarktinfrastructuur@minszw.nl

Dinsdag 23 december | deadline content

Tot en met de 23e kan er content geplaatst worden in het CMS. Op 24 december worden de voorbereidingen voor de livegang van werkcentrum.nl en de regio websites in gang gezet. Dan gaat de contentstop in, die duurt tot aan livegang van de websites. Zodra de websites live staan kan er weer doorgewerkt worden aan het aanvullen van de content.

Go live werkcentrum.nl

Dinsdag 30 december vanaf 9.00 uur is de geplande live gang van werkcentrum.nl landelijk en regionaal

Aanvragen en gebruiken domeinnamen

Aanvragen:

- Vraag in een mail aan Hans van der Lee (avdlee@minszw.nl) om de verhuiscode van de (hoofd)domeinnaam van je Werkcentrum;
- Hans geleidt dit verzoek door naar het ministerie van AZ, dat houder van de domeinnamen is;
- Je ontvangt vrij snel de verhuiscode.
- **NB Dit geldt voor je hoofddomeinnaam, dus als voorbeeld `werkcentrumflevoland.nl`.**
- Een subdomeinnaam op de multisite Werkcentrum.nl is ook mogelijk en ziet er dan in ons voorbeeld zo uit: **`flevoland.werkcentrum.nl`.**

Gebruiken:

- Als je als Werkcentrum kiest voor een subdomeinnaam op de multisite Werkcentrum.nl, dan is je url volgens dit zelfde voorbeeld dus **`flevoland.werkcentrum.nl`**;
- In dat geval neem je ook je (hoofd)domeinnaam in gebruik, hier dus **`werkcentrumflevoland.nl`**;
- Met een redirect vanaf je (hoofd)domeinnaam naar je subdomeinnaam komt elke bezoeker dan op jouw regio-site terecht.
- Als je als Werkcentrum kiest voor uitsluitend een (hoofd)domeinnaam, dan is je url volgens dit zelfde voorbeeld **`werkcentrumflevoland.nl`**.

Vragen en antwoorden I

Hoe combineert de livegang van Q2 met de landelijke campagne?

De livegang van fase 1 is eind december en is daarmee voorbereid op de landelijke campagne. De landelijke campagne start kort na de gemeenteraadsverkiezingen van 18 maart 2026. Oplevering fase 2 website is grofweg gepland voor juni 2026 en vormt geen probleem voor de campagne. Nadere informatie over de exacte planning volgt begin volgende jaar.

Onze site is op dit moment gekoppeld (als pagina) aan de landelijke website. Wij werken aan een eigen website, maar weten niet of we 1 januari halen. Blijft onze pagina wel in de lucht?

Voor alle regio's kan een nieuwe website worden ingericht onder het landelijke platform. De huidige website met subwebsites komt daarmee te vervallen. Graag even persoonlijk contact opnemen bij deze situatie, zodat we kunnen kijken naar een oplossing.

Op welk platform worden de regionale sites gebouwd?

Voor fase 1 (uitvoering DPI) is dat WordPress; voor fase 2 en 3 is dat het OCMS van UWV, ontwikkeld met de tool ContentAI.

Vragen en antwoorden II

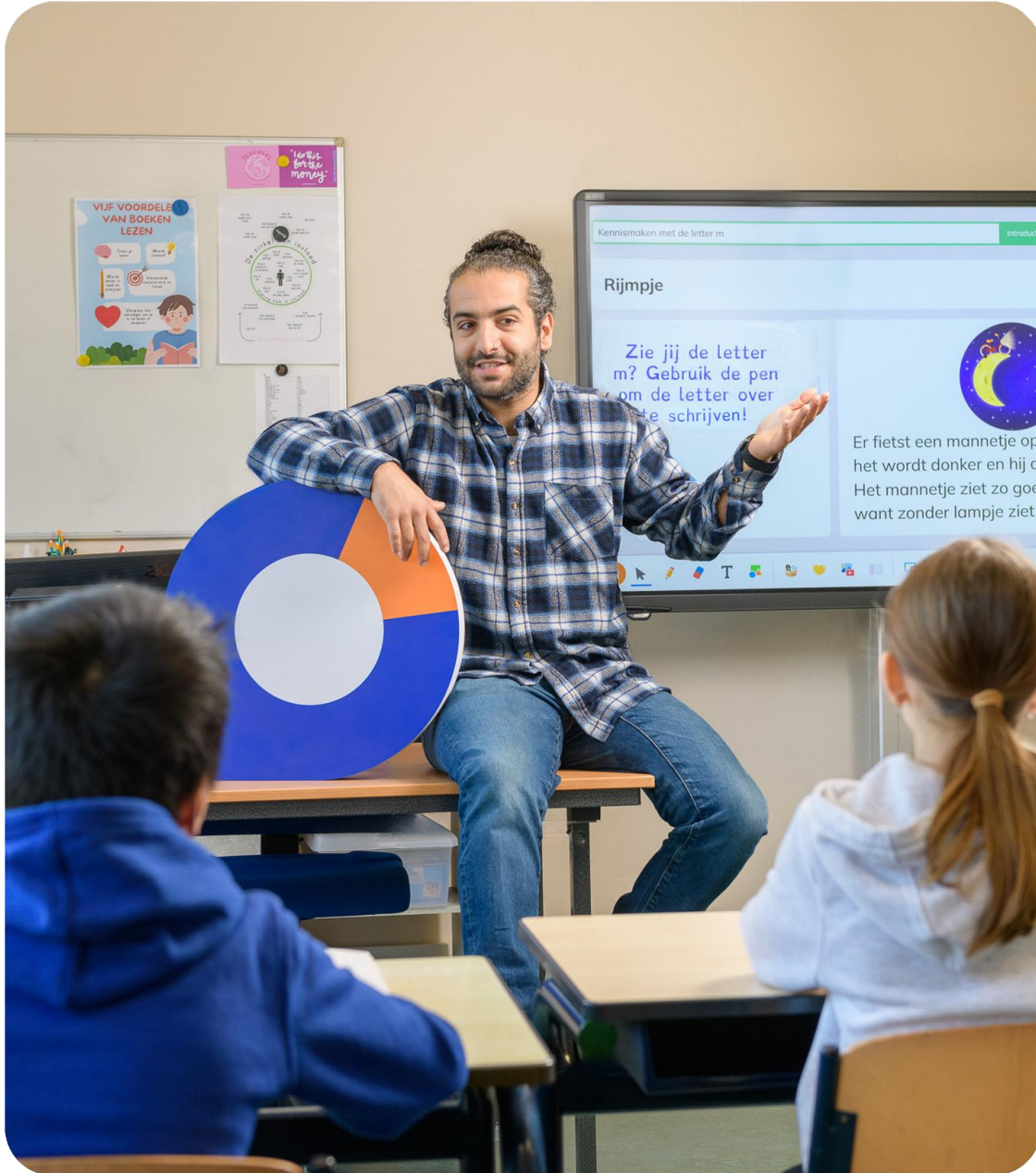
Kun je iets vertellen over het verzamelen en delen van data (met een analysetool). Stel regio's doen regionale campagnes op socials. Hoe houd je de regionale trafficdata vast?

Analyse en monitoring is een heel belangrijk onderdeel om inzicht te krijgen in gebruik, prestaties en gebruikerservaring, zodat verbeterpunten en kansen tijdig worden gesignaleerd. Het nieuwe systeem van UWV heeft eigen analysetools die worden gekoppeld aan de website(s). Daarbij is het mogelijk om continue te monitoren op eigen regionale websites. In de opdracht aan UWV wordt dit expliciet gevraagd.

Zijn er straks kosten verbonden aan het gebruik van de regionale website en hosting? En zijn die wellicht al bekend?

De ontwikkelkosten worden centraal gedragen door SZW. Hier hoeven regio's niet aan mee te betalen. We onderzoeken komende periode hoe we de verdeling van de structurele en ontwikkelkosten het beste kunnen inrichten. Zodra rond is hoe de website definitief gehost wordt kunnen we daar meer over zeggen.

Merkidentiteit



Merkidentiteit

- [Huisstijlhandboek](#)
- Geactualiseerd september
- Merkkompas: Doel, overtuigingen, hoe we werken, het fundament
- Kernwaarden:

Betrouwbaar, Vindingrijk en Mensgericht

- Merkverhaal

Werkcentrum Portaal

- Elke regio heeft inloggegevens ontvangen
- Bevat huisstijlhandboek, toepassingsdocumenten en templates, foto's
- Ontwerpen van andere regio's zijn dan ook te hergebruiken
- Pointer worden verstuurd
- Presentatie komt in kleiner formaat



Planning

- Fase 1 Logo's, templates en uitleg
Beschikbaar
- Fase 2 Bewerkbare templates, delen
van goede voorbeelden van andere
regio's

1 januari 2026

- Toolkit campagne

Januari 2026

- Nieuwe templates

2026



Werkcentrum Portaal

Dé plek voor de huisstijl



Welkom op het Werkcentrum Portaal

Hier vind je alle communicatiemiddelen die tot nu toe gemaakt zijn voor het Werkcentrum. We zijn hard bezig om het portaal zo snel mogelijk compleet te maken.



Ga snel naar...

- > [Logo](#)
- > [Fotografie](#)
- > [Het merk](#)
- > [Bouwstenen](#)
- > [Mijn favorieten](#)

Het merk



Het merk



Merkverhaal

Ons verhaal

Fotografie



Pay off

Beeldtaal



Bouwstenen



Templates



Het merkkompas is de gezamenlijke routekaart. Het vertaalt de merkidentiteit naar een beknopt, praktisch overzicht. Het laat zien wie we zijn, waar we voor staan en hoe we werken.

Het merkkompas dient als brug tussen het verhaal en de dagelijkse praktijk. Het geeft richting aan alles wat we doen en zeggen als Werkcentrum.

 Stijlelement

Merkverhaal



Ons verhaal



Fotografie



Pay off



Beeldtaal



Logo

216 records

Naam (a - z) ▾



Logo

Fotografie

Video

Iconen

Asset beheer ▾

Maker ▾



Regio ▾



Zoeken



Vragen en antwoorden I

Is het mogelijk om anderen toegang te geven tot het Werkcentrum Portaal (andere communicatieadviseurs binnen de regio)?

Elke regio heeft inloggegevens ontvangen voor het Werkcentrum Portaal, wij onderzoeken op dit moment of het mogelijk is om andere communicatieadviseurs ook toegang te geven.

Is er ook een koppeling mogelijk met een centrale drukker, bijvoorbeeld met landelijke afspraken over prijzen?

Hier komen we in een volgend overleg op terug.

Kun je voorbeelden noemen van templates?

Voorbeelden van templates zijn: rolbanner, zigzag folder, flyer en poster.

Krijgen we updates wanneer er nieuwe items worden toegevoegd?

Updates worden tijdens dit maandelijks overleg gegeven en vind je in de nieuwsbrief van samenvoordeklant.nl én nieuwsbrief Hervorming arbeidsmarktinfrastructuur.

Komen er social media templates?

Social media templates worden zo snel mogelijk toegevoegd aan het Werkcentrum Portaal.

Vragen en antwoorden II

Wat is de eventtool, is dat toevallig Yellenge?

Het is de eventtool van Capital ID dat nu ook al door UWV wordt gebruikt. De eventtool is uiteraard in de huisstijl van het Werkcentrum.

Extra foto's zoals in deze presentatie, komen die ook in het portal?

Deze staan onder fotografie in de mediabank in het portaal.

Campagne Werkcentrum

Basis op een rijtje

- 23 september zijn jullie al meegenomen in het concept. Nu een korte herhaling. Totale [presentatie](#) is terug te vinden op [samenvoordeklant.nl](#)
- Bureau Havas-Lemz van Bolletje en Philips Hue
- Briefing gemaakt samen met de subwerkgroep van de landelijke communicatiewerkgroep



Een doorkijkje naar de campagne

Werkzoekenden

Onbenut arbeidspotentieel
in de regio

Werkenden met verhoogd risico

Mensen die wel een baan
hebben, maar weinig
zekerheid

Werkgevers

Werkgevers die op zoek zijn
naar goede nieuwe krachten,
of hun huidige medewerkers
willen ontwikkelen.

Hierbij is speciale aandacht voor het deel van de doelgroepen in het huidige systeem dat de weg nog niet weten te vinden en niet al reeds door SZW of partners/regio's worden bereikt.

Doelstellingen

Weten

Ik ben me ervan bewust dat het Werkcentrum bestaat

Denken

Het Werkcentrum is het centrale punt voor vragen over werk.

Doen

Bij vragen over werk ga ik naar mijn regionale Werkcentrum of de website.

We vertrekken niet van nul. In het communicatieframe ligt al een stevig fundament.

Dit resultaat van uitgebreide afstemming tussen alle partners vormt ook het uitgangspunt voor alle communicatie rond het Werkcentrum.

Het Werkcentrum

Ons doel
Passende ondersteuning voor mensen en bedrijven voor maatschappelijke groei

Door kansen en mogelijkheden af te stemmen op individuele situaties en vaardigheden, helpen we mensen aan passend werk, kunnen we bedrijven aan passende medewerkers en stimuleren we duurzame inzetbaarheid. Zo ondersteunen we mensen en bedrijven eigen regie te nemen en positieve stappen te zetten.

Onze overtuiging
Inzicht vergroot mogelijkheden

Door samenwerking zijn we in staat om over de grenzen van onze eigen dienstverlening heen te kijken. Dit vernooit onze blik en zorgt voor nieuwe inzichten. Zo kunnen we de ondersteuningsbehoefte van mensen en bedrijven centraal stellen in onze dienstverlening.

Hoe we werken
Het begint met vertrouwen

Het Werkcentrum luistert, vraagt door, adviseert en helpt op een laagdrempelige en gelijkwaardige manier. Dit stelt mensen in staat eigen regie te pakken en vorm te geven aan hun loopbaan of bedrijf.

Wat we bieden
Centraal punt voor vragen over werk en ontwikkeling

Via één centraal punt bieden wij mensen en bedrijven toegang tot relevante kennis en dienstverlening van partners in ons netwerk. Met onafhankelijk advies en professionele begeleiding op gelijkwaardig niveau. Zo ontstaat vertrouwen en het begin van nieuwe mogelijkheden.

Ons fundament
De kracht van samenwerking

Het Werkcentrum verbindt publieke en private partijen om de arbeidsmarkt te verstevigen en arbeidsmarktdienstverlening toegankelijk te maken voor iedereen.

Voortbouwend op bestaande samenwerkingen tussen verschillende arbeidsmarktpartners, verbinden wij, waardoor mensen beter geholpen worden.

Hoe we praten
Persoonlijk, gelijkwaardig en inspirerend

We hebben oprechte aandacht en een scherp oog voor wat mensen drijft, zonder de realiteit te verliezen. Altijd op gelijk niveau en denkend in mogelijkheden.

Hoe we er uit zien
Toegankelijk, verbindend en herkenbaar

Onze uitstraling is open, toegankelijk en benadrukt onze verbindende rol. Iedereen moet zich welkom voelen en de dienstverlening snel herkennen.

Ons verhaal

Merkverhaal

Het merkverhaal vertelt in heldere taal wie we zijn en waarom we bestaan. Het is het verhaal dat we delen met iedereen die met ons in contact komt.

Het merkverhaal draagt onze waarden - betrouwbaar, verbindend en mensgericht - uit en vertaalt ze naar concrete betrouwen. Zo zorgen we dat mensen weten wat ze van het Werkcentrum kunnen verwachten.

Het merkverhaal is de onderlegger voor communicatie. Het zorgt voor één herkenbaar verhaal in alle communicatie, terwijl het ruimte laat voor regionale invulling. Het merkverhaal spreidt de diverse doelgroepen aan - werkszoekenden, werkenden en werkgevers. Met het merkverhaal als basis kan voor elke doelgroep de juiste boodschap worden ontwikkeld.

Pay off

Het Werkcentrum heeft een eigen pay off: **voor vragen over werk**. Deze kernachtige zin vat de essentie van de dienstverlening van het Werkcentrum samen. De formulering 'vragen over werk' weerspiegelt ons doel: mensen en bedrijven ondersteunen om eigen regie te nemen en positieve stappen te zetten.

Het Werkcentrum is er voor iedereen met vragen over werk. Ben je op zoek naar een (nieuwe) baan? Wil je jezelf ontwikkelen? Of ben je werkgever en ben je op zoek naar medewerkers? Wij brengen je in contact met de juiste organisaties en informatie via één centraal punt. Online via onze website of offline, via onze werkcentra.

Bij ons kun je rekenen op persoonlijk contact met echte aandacht voor jouw wensen en doelen. We luisteren goed naar jouw verhaal, kijken samen wat bij je past en laten je zien wat mogelijk is. Zo helpen we jou of je bedrijf verder. Wat je vraag over werk ook is: je bent welkom bij het Werkcentrum.

Van volledigheid naar focus

We kiezen één heldere boodschap over het Werkcentrum. Niet een complete uitleg van alle diensten.

Van organisatie naar belofte

We vertellen wat Werkcentrum voor jou kan betekenen. Niet hoe wij georganiseerd zijn.

Van beleidstaal naar mensentaal

We spreken zoals mensen dat doen. Persoonlijk en direct, zonder jargon of abstracties.

We verbinden mensen en mogelijkheden, zijn vindingrijk en zien overal kansen. Hier vind je alles en iedereen in de regio die met werk en ontwikkeling te maken heeft.

Daarom bestaat nu het Werkcentrum: om inzicht te bieden, de weg te wijzen en vertrouwen en mogelijkheden te scheppen. Het belangrijkste?

We beginnen bij jouw vraag

We beginnen bij jouw vraag

Positionerend

We zetten Werkcentrum neer als belangrijke stap richting een positieve uitkomst.

Activerend

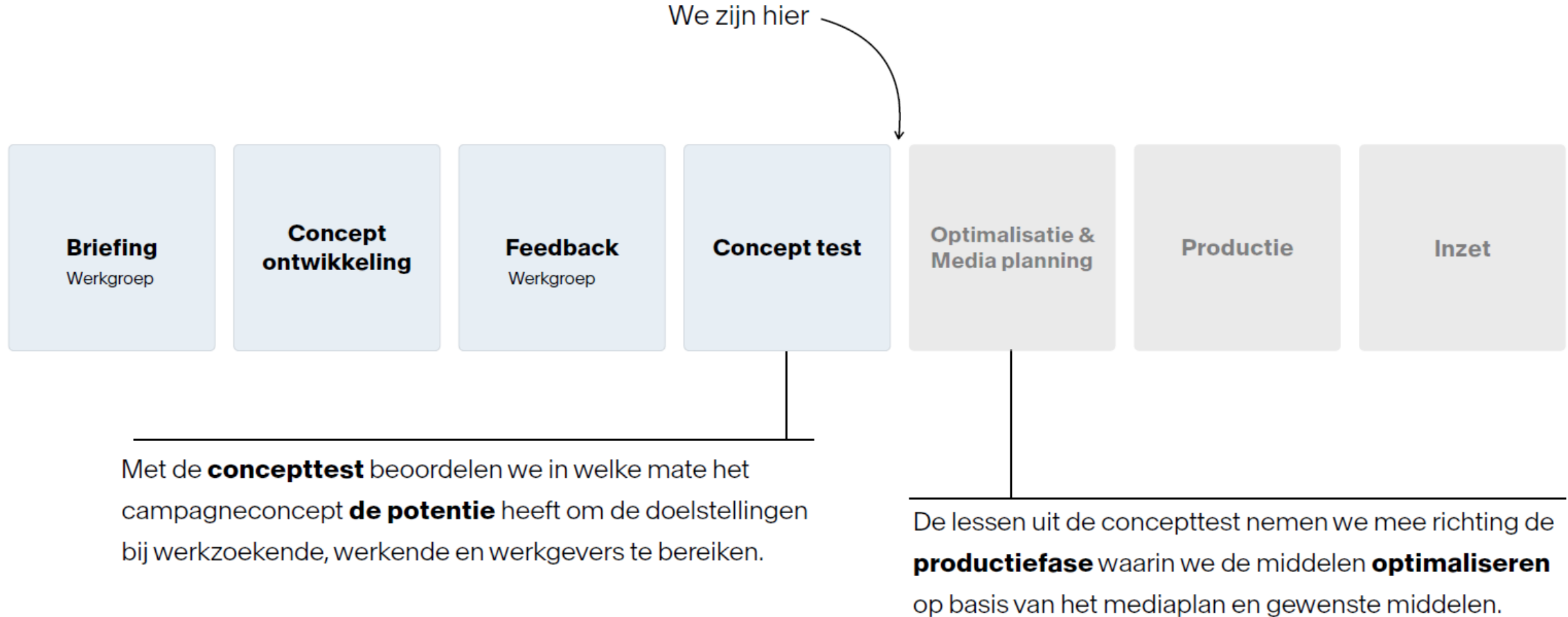
We geven duidelijke voorbeelden van vragen waarmee je bij het Werkcentrum terecht kan.

Landelijke uitstraling met regionale flexibiliteit.

- Landelijk deel
- Algemene vragen die voor alle Werkcentra gelden
- Werkenden – werkzoekenden – werkgevers in algemene zin
- Regionaal deel
- Logo van het Werkcentrum
- Vragen en doelgroepen bepaalt de regio



Planning



Pre test van de campagne

Het doel van het onderzoek:

1. Inzicht krijgen in hoeverre het campagneconcept de potentie heeft om de campagnedoelstellingen bij werkzoekenden, werkenden en werkgevers te bewerkstelligen;
2. Het vinden van aanknopingspunten om het concept te optimaliseren.



Onderzoek bestaat uit twee delen

1. Kwalitatief onderzoek (n=24)

- Werkgevers binnen het Mkb, verantwoordelijk voor het personeelsbeleid (n=8)
- Werkzoekenden (n=8).
- Werkenden (n=8)
- Jongeren (18 – 27 jaar, n=6)
- Laaggeletterden (n=2)
- Zzp/flexcontract (n=2)

2. Kwantitatief onderzoek

- Werkenden en werkzoekenden (n=270)
- Werkgevers (n=16)



Hoofdconclusie

Het campagneconcept wordt goed ontvangen. Het beantwoordt aan de campagnedoelstellingen, het toont de meerwaarde van het Werkcentrum, alleen de werkgevers zien de meerwaarde nog onvoldoende. Aanpassingen zitten op executieniveau.



Tegemoet gekomen aan campagnedoelstellingen

Het to-the-point concept zorgt ervoor dat de boodschap **succesvol overkomt** en de **campagnedoelstellingen worden behaald**.



De meerwaarde zien

De doelgroep (niet-)werkenden **ziet de meerwaarde** van het laagdrempelige en betrouwbare Werkcentrum. Werkgevers herkennen de relevantie voor henzelf nog onvoldoende.



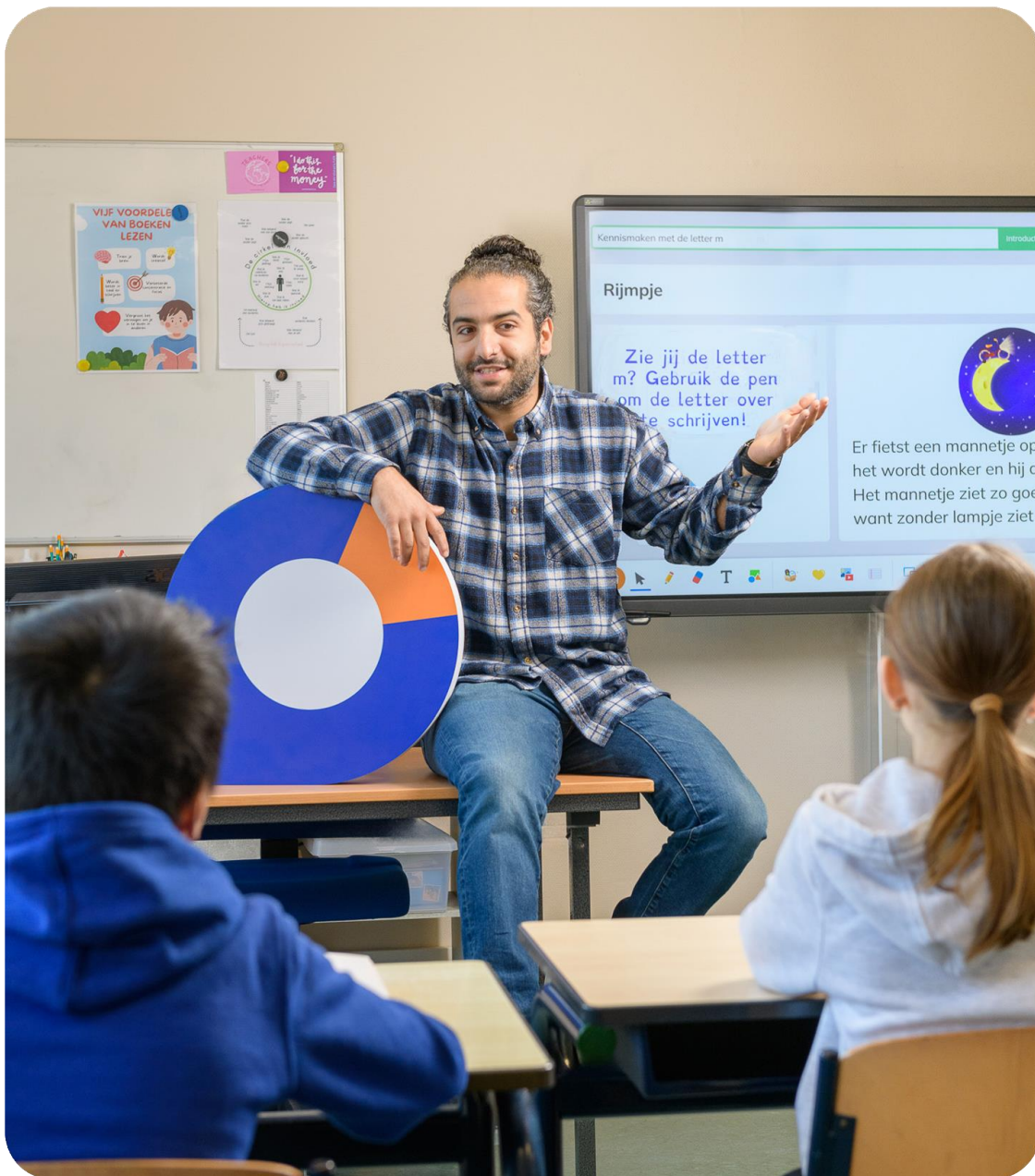
Aanpassingen op executieniveau

De **basis van de campagne staat** en kan met **aanpassingen op uitvoerend niveau** nog doelgerichter worden gemaakt om optimaal aan te sluiten op alle doelgroepen.

Media-strategie

- Mediabureau Initiative
- Campagne na 18 maart 2026
- Pre test is input
- Middelen worden aangepast aan de inzet van de media
- Definitieve start campagne volgt na advies





Campagnetoets

- **Campagnes van de Rijksoverheid met grote media-inkoop**
- **Getoetst op:**
 - Beleidsdoelen
 - Stakeholders betrokken
 - Kan de belofte van de campagne waar gemaakt worden
- **Effectmeting (landelijk) van de campagne**
- **Opvolging**
 - Jaarlijkse landelijke opfriscampagne
 - Regio's kunnen na lancering zelf bepalen wanneer en hoe vaak zij de campagne inzetten.

Toolkit Campagne

- Landelijk en regionale middelen
- Middelen zijn aan te passen
- Onderzocht wordt om dit te ontsluiten via Werkcentrum Portaal: dé plek voor de huisstijl



Vorbereiding regio's

- Blijf aansluiten bij dit overleg voor de laatste ontwikkelingen
- Interne communicatie:
 - Eigen organisatie
 - Het netwerk publiek-private partners
- Regionaal deel van de campagne:
 - Welke doelgroepen wil je aanspreken met welke boodschap?
 - Welke media zet je in?

Budget

2025

- Impulsbudget voor implementatie communicatie Werkcentrum €96.529

2026

- Landelijk budget voor de campagne
- Regionaal budget voor inzet van de regionale campagne. Hoeveel is nog niet bekend





Meer informatie of vragen

- Maandelijks communicatieoverleg Werkgroep
 - 3^e dinsdag van de maand
 - 18 november | 16 december | 20 januari | 17 februari | 17 maart | 21 april
- Nieuwsbrief Hervorming Arbeidsmarktinfrastructuur
- Samenvoordeklant.nl
- Mail naar:
postbusarbeidsmarktinfrastructuur@minszw.nl
- Bel: 06-29 65 68 92 [Jikke Kuijpers]

Vragen en antwoorden I

Kunnen jullie iets vertellen over de kwantitatieve doelstellingen van de campagne? Bijvoorbeeld spontane naamsbekendheid x%, geholpen naamsbekendheid y% enzovoort?

Hier komen we in een volgend overleg op terug.

Het regionale deel van de campagne: voeren jullie ook mediacampagne in regionale media of alleen landelijke media?

Hier komen we in een volgend overleg op terug.

Campagne-middelen staan al eerder in de toolkit dan de start van de campagne. Mogen wij die dan ook al eerder regionaal inzetten?

Nee, de campagne zoals door Havas-Lemz gepresenteerd gaat landelijk en regionaal tegelijk live. Daarna mogen de regio's deze campagne gebruiken wanneer en zo vaak zij willen. Eerder een campagne doen kan wel, dan met de uitgangspunten van de huisstijl zoals beschreven in het huisstijlhandboek.

Wij hebben in onze regio behoefte aan een set uitgewerkte persona. Is er een regio die dit beschikbaar heeft en dit eventueel wil delen?

Afgesproken is om de persona's te delen met alle regio's.

Worden werkgevers wel of niet in de eerste introductiecampagne meegenomen?

Werkgevers worden meegenomen. De manier waarop zij worden meegenomen wordt deels beantwoord via de mediastrategie en daar komen we het volgende overleg op terug.

Tot ziens op 18 november!