

27.950

jongeren (12-22 jaar) hebben in de periode 2012-2013 de school zonder diploma verlaten. In 2011-2012 waren dat er 36.250 (Bron: ministerie OCW)

update

week 19

ONDERDAK VOOR TALENT MET RAFELS

Creatief bureau DropOuts werkt uitsluitend met voortijdige schoolverlaters. En dat moet 'creatief verfrissend' werk opleveren. tekst RODERICK MIRANDE

Goed doen en tegelijkertijd commercieel succesvol zijn. Als je dat lukt, dan heb je iets goeds te pakken. Of DropOuts dat kan, moet de toekomst uitwijzen, maar die intentie is er in ieder geval wel.

Antoinette de Ridder, eigenaar en directeur van het mei gestarte creatief bureau voor communicatie en design, wil het mes aan twee kanten laten snijden: Gemotiveerde werkloze, voortijdige schoolverlaters krijgen bij DropOuts de kans om in een creatieve leer- en werkomgeving hun unieke talenten maximaal te ontwikkelen. DropOuts is een commercieel bureau waar we extra aandacht hebben voor onze jonge werknemers. DropOuts is dus een commercieel - en tegelijkertijd geëngageerd initiatief.

De Ridder, die de zaak runt met Cherelle de Graaf, gaat talentvolle, creatieve jongeren selecteren, die om verschillende redenen geen regulier studiepad hebben afgerond. Twintig jongeren ontvangen een tweejarig arbeidscontract dat uiteindelijk bezegeld dient te worden met een GOC erkend vakdiploma. Als alles goed gaat natuurlijk. Want neem je niet ook een bepaald risico door in zee te gaan met, nou ja, mensen met een minder groot doorzettingsvermogen? Van problemen

wil De Ridder niets weten: 'Wij zien vooralsnog vooral zeer enthousiaste gemotiveerde jongeren met veel creatieve ideeën. De uitdaging ligt in het selecteren en begeleiden van het echte talent. We zijn tenslotte een gewoon bureau dat goed werk moet leveren.'

Werken met voortijdige schoolverlaters levert ondersteuning van de overheid op. Voor een aantal



jongeren dat DropOuts samen met DWI heeft geselecteerd, geldt namelijk dat een deel van het loon wordt gesubsidieerd door de gemeente. De Ridder zegt dat deze subsidie vooral gebruikt wordt om de coaching en vakopleiding te bekostigen. DropOuts belooft hier volledige transparantie in te geven.

What's in it voor de opdrachtgever? 'Een concurrerend uurtarief', zegt De Ridder, 'plus de zekerheid dat wij creatief verfrissend werk leveren. DropOuts betreft bij elke opdracht een samengesteld creatief team bij de briefing. Waarin iedereen anders naar de uitdaging of de probleemstelling van de klant kijkt. Een groot deel is echt nog helemaal niet gekleurd en kent geen aannames of grenzen. Hierdoor komen we regelmatig tot heel nieuwe ideeën en een eigenwijze aanpak die sterke communicatieoplossingen bieden.'

DropOuts is vooral op zoek naar opdrachtgevers die het verschil willen maken, bewust en actief bezig zijn met maatschappelijk verantwoord ondernemen, zegt De Ridder. 'Organisaties die er, net als wij, van overtuigd zijn dat er veel jong talent rondloopt en die het belangrijk vinden dat jongeren met meer afstand tot de arbeidsmarkt een kans krijgen.'

Aan ambitie in elk geval geen gebrek: 'Binnen drie jaar willen we vestigingen hebben in Rotterdam, Eindhoven en Utrecht.'

TWITTER TOP 5

Voor het aantal berichten is gekeken naar het aantal unieke Twitterberichten (retweets uitgezonderd). De sentimentsindex is het % positieve berichten - het % negatieve berichten. Minimale score is -100, maximale score is 100. De score 0 is evenveel positieve als negatieve berichten.



'Vier de Oranjekoorts' van Heineken is de afgelopen twee weken de meest besproken commercial.

De meningen zijn uitgesproken en verdeeld. Vooral het roepen van de naam 'Dennis Bergkamp! Dennis Bergkamp!' en het 'No, no there is no limit' is geliefd of wordt gehaat.

Multiscope monitort met Momentum alle Nederlandstalige berichten over reclame op Twitter. Van 14 tot en met 27 april zijn er ongeveer 17.700 berichten over reclame geplaatst. De top 5 meest genoemde merken in deze periode zijn:

1. Heineken - 228 berichten
Sentimentsindex: +19

'Vier de Oranjekoorts'

2. Nike - 195 berichten

Sentimentsindex: +17

'Winner Stays'

3. HEMA - 115 berichten

Sentimentsindex: 0

'Ik wil'm! De oranje onesie'

4. Hoy Hoy - 69 berichten

Sentimentsindex: 0

'Hoy hoy, ik ben Aart de luiaard'

5. WNF - 54 berichten

Sentimentsindex: +61

'Seastars'