



**DRESS FOR SUCCESS®**  
NEDERLAND

# **KLANTEN EN RESULTATEN 2015**

**EEN ANALYSE VAN DE KLANTEN EN HUN SUCCES  
DOOR DE 9 WINKELS VAN DRESS FOR SUCCESS**

**Versie 2 juni 2016**

## **Klanten en resultaten 2015**

### 1. Inleiding

In februari 2016 is aan alle 9 winkels van Dress for Success gevraagd een geanonimiseerd jaarbestand 2015 te leveren met als doel:

- Een poging te doen deze bestanden samen te voegen tot een landelijk overzicht en daarmee inzicht te krijgen in de factoren die het succes van klanten bepalen.
- Voor te sorteren op de ontwikkeling van een gemeenschappelijk registratiesysteem, waarin alle winkels tenminste een basisset aan gegevens vastleggen.

Alle winkels hebben meegewerkt en hun jaarbestanden geleverd. Om te komen tot een landelijk overzicht was een aantal voorbereidingen nodig en werd van de meeste winkels nog aanvullende informatie gevraagd en gekregen. Dit heeft uiteindelijk geresulteerd in een verzamelbestand waarop analyses zijn gedaan.

## 2. Voorbewerking

Uit het ruwe materiaal blijkt dat iedere winkel een ander registratiesysteem gebruikt. Dat betreft zowel de inhoud als de gebruikte techniek.

De eerste stap in de voorbewerking betreft het schonen van de bestanden door evidente fouten te corrigeren en lacunes aan te vullen. Ook was ontdubbeling - het samenvoegen van gegevens van dubbel voorkomende klanten - van een aantal bestanden nodig.

In de tweede stap is op een rij gezet welke variabelen zoal worden bijgehouden, zie bijlage 1, 'Overzicht ontvangen gegevens'. Hieruit blijkt een bonte verscheidenheid.

De derde stap was het analyseren van de ontvangen gegevens en bepalen welke variabelen:

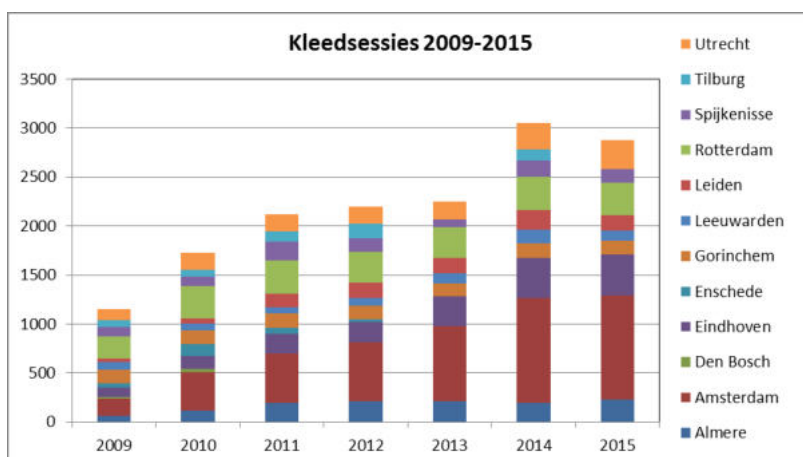
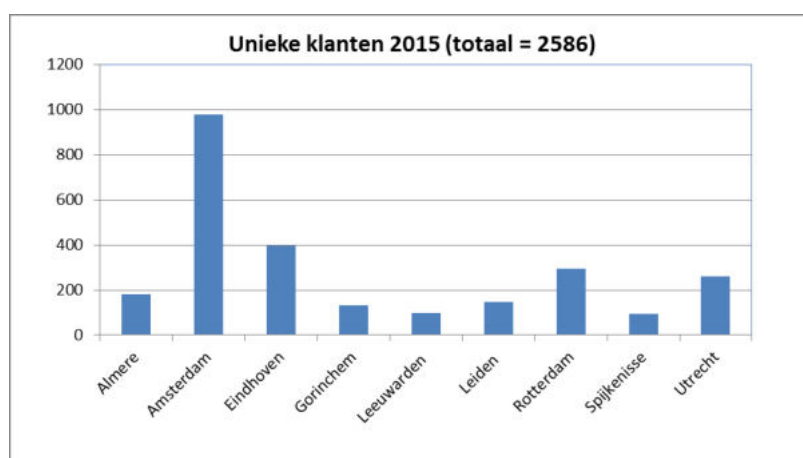
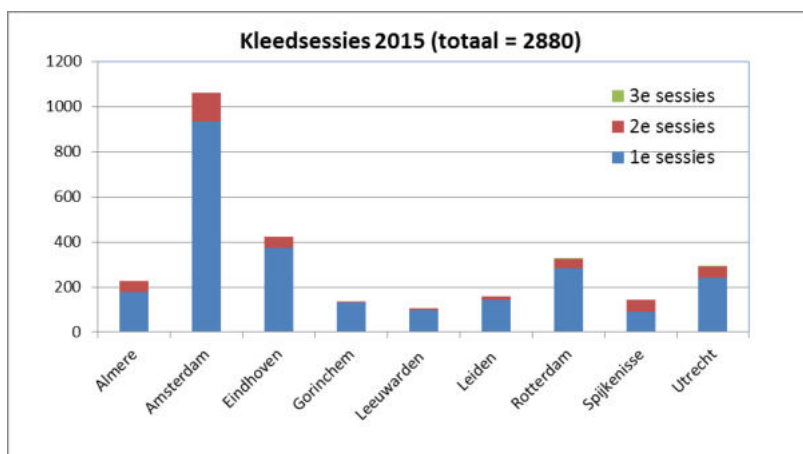
- a. in voldoende mate beschikbaar zijn, en
- b. qua inhoud voldoende duidelijk en uniform zijn, en
- c. zijn in te delen in categorieën, en
- d. (vermoedelijk) relevant zijn voor de kans op succes.

Zie voor deze analyse bijlage 2, 'Analyse ontvangen gegevens', waarin ook de definities van de verschillende variabelen zijn opgenomen. Onderstaande tabel geeft aan welke variabelen zijn opgenomen in het verzamelbestand en welke indeling daarbij is gehanteerd.

|    | <b>Variabele</b>      | <b>Indeling</b>                                                   |
|----|-----------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 1  | winkel                | naam van de winkel                                                |
| 2  | Datum sessie 1        | datum                                                             |
| 3  | Datum sessie 2        | datum                                                             |
| 4  | Datum sessie 3        | datum                                                             |
| 5  | geslacht              | m/v                                                               |
| 6  | leeftijd              | jaren + onbekend/blanco                                           |
| 7  | leeftijdsklasse       | 15-19/20-24/...../55-59/60 <sup>+</sup> en onbekend/blanco        |
| 8  | uitkeringssituatie    | WWB/WW/overig en onbekend/blanco                                  |
| 9  | werkloosheidsduur     | 0-6 mnd./6 mnd.- 1 jr./1-3 jr./3-5 jr./> 5 jr. en onbekend/blanco |
| 10 | opleidingsniveau      | laagst/laag/middelbaar/hoog en onbekend/blanco                    |
| 11 | succes                | ja/nee/blanco                                                     |
| 12 | soort succes          | baan/ZZP/stage/vrijwilligerswerk en onbekend/blanco               |
| 13 | waardering voor Dress | 1-10                                                              |

Samenvoegen van de gestandaardiseerde bestanden van de winkels leverde een verzamelbestand op met 2586 rijen (klanten) en 13 kolommen (variabelen) dat gebruikt is voor analyses.

### 3. Aantallen kleedsessies en klanten



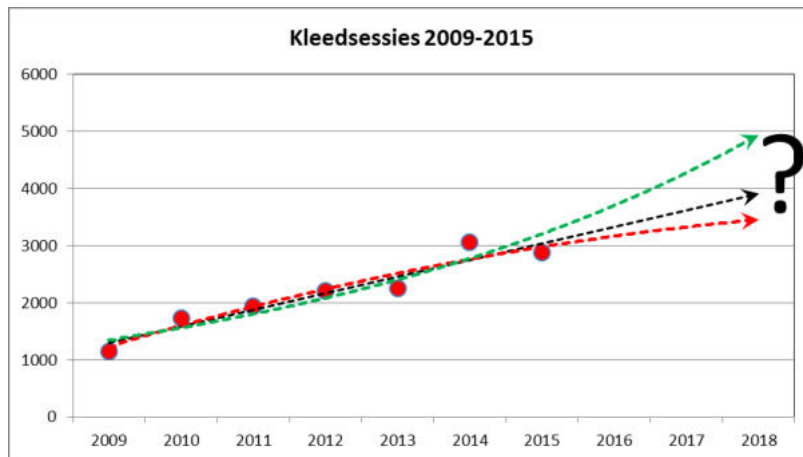
De winkels rapporten in totaal 2880 kleedsessies in 2015, verdeeld over 2586 unieke klanten.

Het werkelijke aantal kleedsessies en klanten is iets groter, omdat er geen gegevens beschikbaar zijn van de winkel in Tilburg die medio 2015 werd gesloten.

Het aantal kleedsessies is hoger dan het aantal klanten, omdat er klanten zijn die in 2015 zowel een 1<sup>e</sup> als een 2<sup>e</sup> kleedsessie hadden. Van de klanten die in 2015 een 2<sup>e</sup> kleedsessie hadden, was een deel al in 2014 of 2013 voor een 1<sup>e</sup> kleedsessie geweest. Het aantal 3<sup>e</sup> kleedsessies is zeer gering en alleen voor de volledigheid vermeld.

In de grafieken is direct te zien dat de winkels qua aantallen sessies en klanten enorm uiteenlopen. De winkel in Amsterdam heeft circa 10 x zo veel klanten als de winkels in Leeuwarden en Spijkenisse.

Gezien over een reeks van jaren is er een gestage groei van ruim 1100 kleedsessies in 2009 naar circa 3000 in 2014 en 2015. Daarbij - als eerder gezegd - de kanttekening dat Tilburg in 2015 niet is meegeteld, evenals in 2013, waarover geen gegevens beschikbaar zijn.



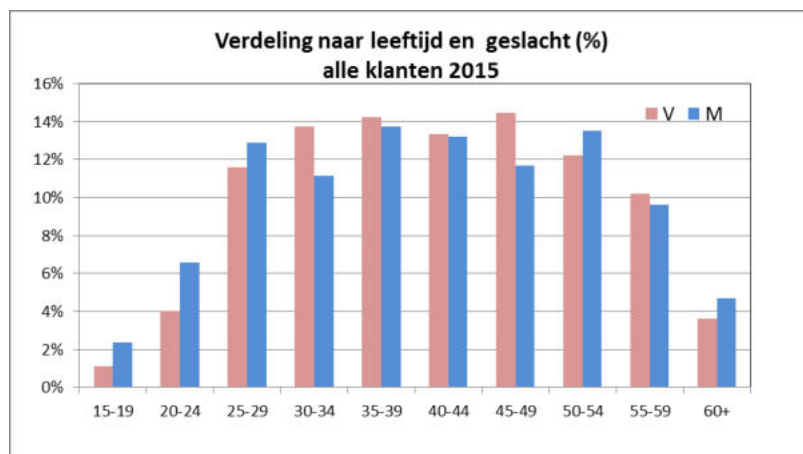
Als de groei in de afgelopen jaren trendmatig doorzet, ligt een aantal sessies van bijna 4000 in 2018 in het verschiet, maar als de groei afvlakt ligt 3500 meer voor de hand. Een extra groei naar bijna 5000 behoort ook tot de mogelijkheden.

#### 4. Het profiel van de klanten

De klanten van Dress for Success hebben een ander profiel dan dat van de gemiddelde werkzoekende in Nederland. In de eerste plaats zijn de klanten van Dress for Success mensen die al een uitnodiging voor een sollicitatie hebben ontvangen en zich daarop goed willen voorbereiden. De doorsnee werkzoekende moet eerst nog maar zien te bereiken dat die wordt uitgenodigd voor een sollicitatie. Een tweede verschil is dat klanten van Dress for Success in de meeste gevallen via een verwijzende instantie, bijvoorbeeld de Sociale Dienst of het UWV, bij Dress terechtkomen. Daar zal ongetwijfeld al een voorselectie zijn gemaakt wie wel en wie niet naar Dress for Success verwezen wordt.

Het verzamelbestand is geanalyseerd door naar de verdeling van de klanten te kijken langs de invalshoek van de verschillende variabelen zoals geslacht, leeftijd, uitkering enzovoort. Zo ontstaat een profiel van de klanten van Dress for Success. Dit profiel moet worden vergeleken met dat van relevante groepen mensen in Nederland, want als er uitspraken worden gedaan over de impact van Dress for Success, dan moeten bekend zijn op welke punten de klantenpopulatie van Dress for Success afwijkt. Anders worden appels met peren vergeleken.

##### 4.1 Leeftijd en geslacht



Het geslacht is bekend van alle 2586 klanten en de leeftijd van 99 % van hen. Van de klanten is 51 % man en 49 % vrouw. De verdeling naar geslacht en leeftijd laat zien dat bij de jongste leeftijdsklassen – tot 30 jaar – de mannen in iets in de meerderheid zijn, terwijl het bij de 30<sup>+</sup>-ers een wisselend beeld is. De gemiddelde leeftijd van de mannen is 40,7 jaar en die van de vrouwen 41,4 jaar.

##### 4.2 Soort uitkering en geslacht

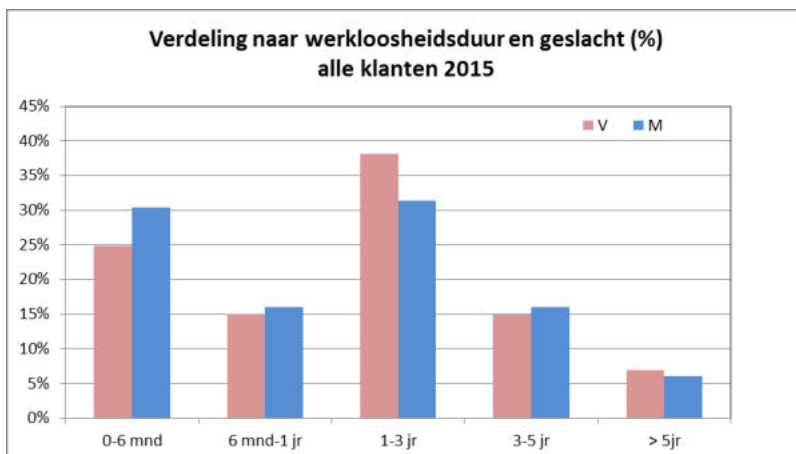
De soort uitkering is bekend van 89 % alle klanten, 49 % van hen zijn vrouwen en 51 % mannen. Voorzover dat expliciet door de winkels werd vermeld, is de aanduiding WW en WWB overgenomen. Daarnaast is bij veel klanten, bij gebrek aan beter, de soort uitkering is bepaald op basis van de verwijzende instantie. Verondersteld is dat klanten die zijn verwezen door de gemeente of een gemeentelijke instantie onder de WWB vallen. De klanten waarbij expliciet UWV werd vermeld zijn ondergebracht in de categorie WW. De overige klanten, met een grote variëteit aan uitkeringen, behoren bij de groep Overig. Erg betrouwbaar is deze indeling dus niet.



Een zeer grote meerderheid van de klanten valt in de categorie WWB, wat niet verwonderlijk is omdat veel winkels nauw samenwerken met gemeentelijke sociale diensten.

De man/vrouw verdeling is bij alle drie de categorieën vrijwel 50/50.

#### 4.3 Werkloosheidsduur en geslacht

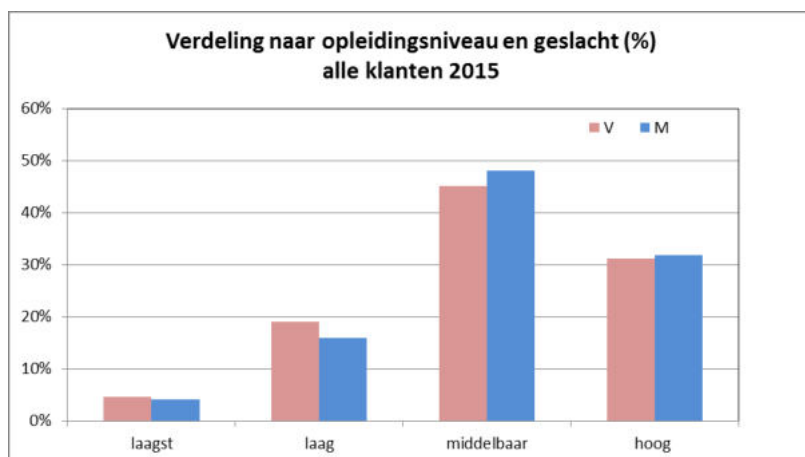


In de context van Dress for Success gaat het hierbij om de periode dat men niet gewerkt heeft, ongeacht de soort uitkering of inkomstenbron.

De werkloosheidsduur is bekend van 1290 klanten (50 %). Van hen is 48 % vrouw en 52 % man.

Bij de korter dan 1 jaar werklozen zijn de mannen iets in de meerderheid en bij de overigen is het percentage mannen en vrouwen vrijwel gelijk.

#### 4.4 Opleidingsniveau en geslacht



Het opleidingsniveau is bekend van 1347 klanten (52%). Van hen is 48 % vrouw en 52 % man.

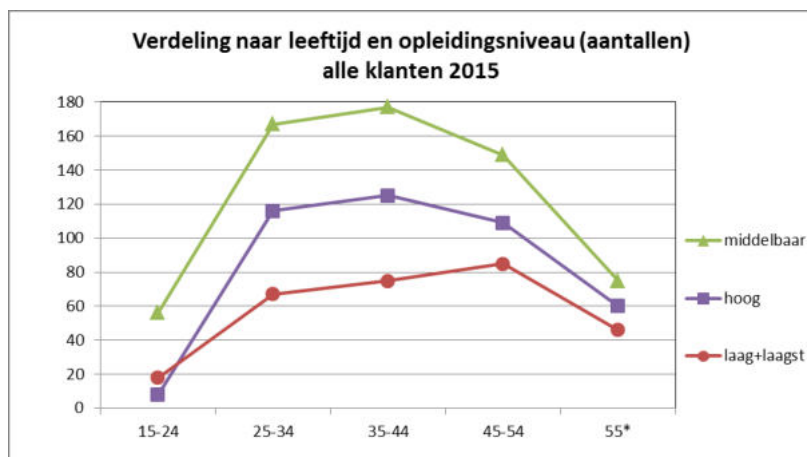
De grootste groep is middelbaar opgeleid, met de hoger opgeleiden op de tweede plaats. Ook hier zijn verschillen tussen mannen en vrouwen niet groot.

#### 4.5 Leeftijd en opleidingsniveau

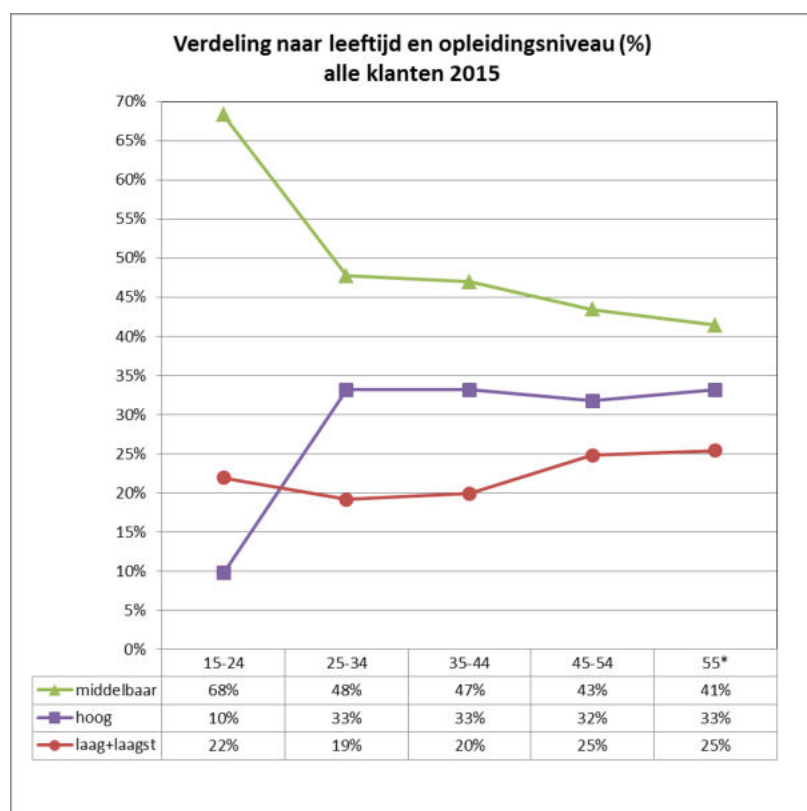
Een analyse van de verdeling naar leeftijd en opleidingsniveau is van belang omdat dit belangrijke factoren zijn die iemands succes op de arbeidsmarkt bepalen. Ouderen en laagopgeleiden hebben minder kansen dan jongeren en hoogopgeleiden.

De combinatie van deze twee variabelen is bekend van 1333 (52 %) van de klanten. Bij een statistische toets blijkt dat deze groep qua leeftijd en opleidingsniveau een goede afspiegeling is van de totale groep klanten.

Echter, bij gebruik van de indeling in 5-jaarsgroepen ontstaan er combinaties met kleine aantallen, waardoor toevalsfactoren een te grote rol kunnen spelen. Het is het beter om voor de verdere analyse een iets minder verfijnde indeling in leeftijdsgroepen van 10 jaar te hanteren. Ook zijn de laagst- en laagopgeleiden samengevoegd.



Bij alle opleidingsniveaus neemt het aantal klanten toe vanaf de jongste groep tot ongeveer 35 jaar. Daarna blijven de aantallen per leeftijdsgroep min of meer constant tot 55 jaar, waarna een daling inzet. Behalve bij het middelbaar opleidingsniveau, omvat de jongste leeftijdsgroep maar hooguit 20 klanten.



Een iets andere groepering van de cijfers laat de verdeling van de klanten per leeftijdsgroep zien. Bij de jongste leeftijdsgroep is bijna 70 % van de klanten middelbaar opgeleid; bij de andere leeftijdsgroepen is dat 40-50 %.

Het ligt voor de hand dat hoogopgeleiden bij de jongste leeftijdsgroep nog niet veel voorkomen. Vanaf 25 jaar is het aandeel bij alle leeftijdsgroepen gelijk op ongeveer 1/3.

Het aandeel laagst- + laagopgeleiden ligt op 20 à 25 % bij alle leeftijdsgroepen.

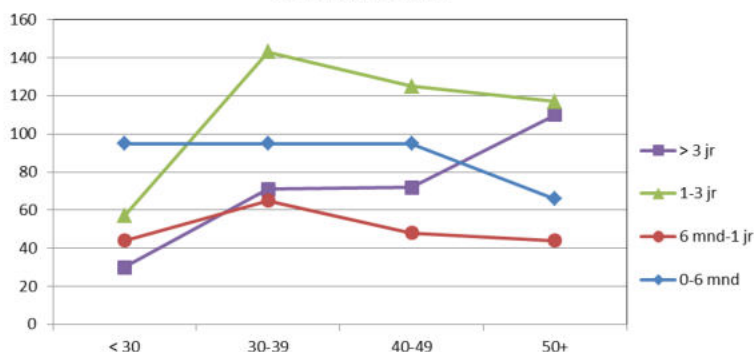
#### 4.6 Leeftijd en werkloosheidsduur

Ook de werkloosheidsduur (uitkeringsduur) is van belang voor de kans op succes op de arbeidsmarkt. Hoe langer iemand zonder werk is, hoe moeilijker het is om weer aan de slag te komen.

De combinatie van de variabelen leeftijd en werkloosheidsduur is bekend van 1277 (49 %) van de klanten. Om te voorkomen dat er teveel combinaties ontstaan die maar heel kleine aantallen bevatten, is een wat minder verfijnde indeling nodig. Gekozen is voor 4 categorieën zowel bij de leeftijdsindeling als bij de werkloosheidsduur. Ook hier blijkt uit een statistische toets dat deze groep klanten een goede afspiegeling is van de totale groep klanten.



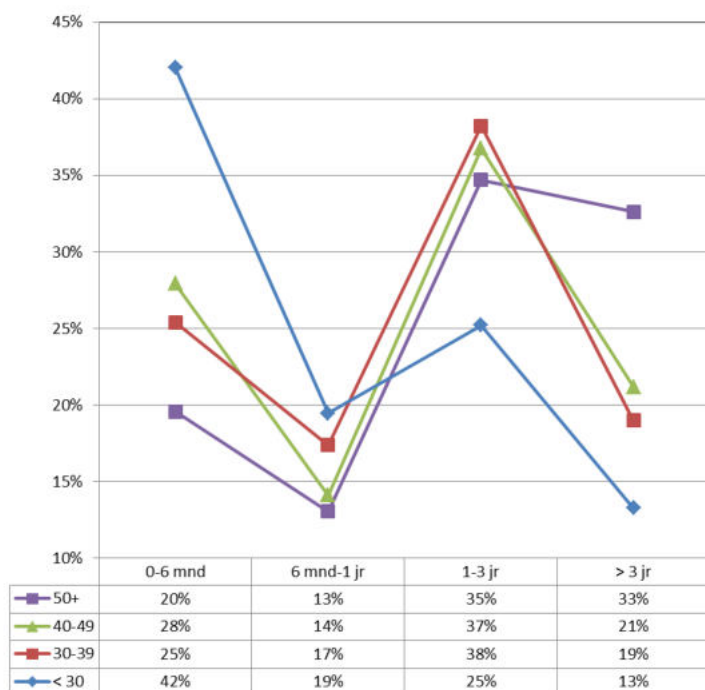
**Verdeling naar leeftijd en werkloosheidsduur (aantallen)  
alle klanten 2015**



De omvang van de groep klanten die korter dan 6 maanden werkloos zijn, blijft tot 50 jaar constant en daalt daarna.

Bij 6 maanden-1 jaar en bij 1-3 jaar werkloosheidsduur is er tot 40 jaar een toename en daarna een beperkte afname. Het aantal langer dan 3 jaar werklozen neemt bij toenemende leeftijd voortdurend toe.

**Verdeling naar leeftijd en werkloosheidsduur (%)  
alle klanten 2015**



De samenstelling verschilt aanzienlijk per leeftijdsgroep. Bij de jongste groep ligt de nadruk op de kortdurend werklozen en bij de oudste groep zijn er juist veel langdurig werklozen. De 30-50 jarigen nemen een tussenpositie in.

Dit staatje verduidelijkt dat:

|           | < 1 jr. | ≥ 1 jr. |
|-----------|---------|---------|
| < 30 jr.  | 62 %    | 38 %    |
| 30-39 jr. | 43 %    | 57 %    |
| 40-49 jr. | 42 %    | 58 %    |
| ≥ 50 jr.  | 33 %    | 67 %    |

Bij de onder 30-jarigen is 62 % korter dan 1 jaar werkloos en bij de boven 50-jarigen is dit maar 33 %. De middelste leeftijds-groepen zitten daar tussen in.

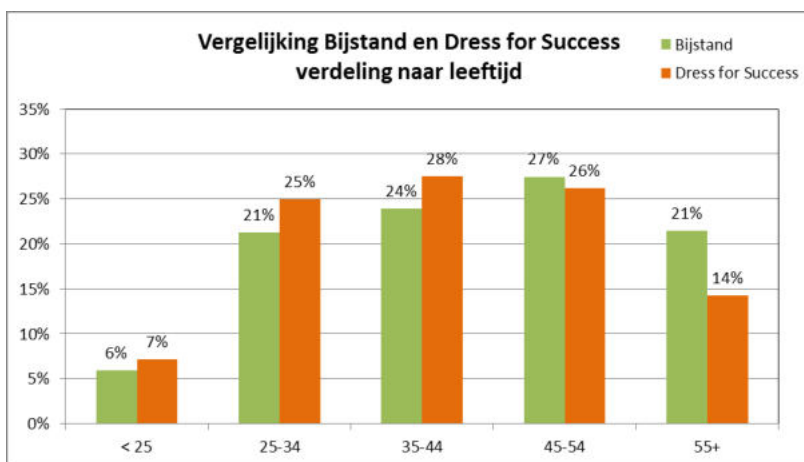
## 5. De klanten van Dress for Success vergeleken met mensen in de bijstand

Hiervoor werd al gesteld dat het nodig is om de klanten van Dress for Success te vergelijken met andere groepen mensen die relevant zijn voor de arbeids- en participatietoelading. Dat biedt een achtergrond voor de beoordeling van de successen van Dress for Success die in hoofdstuk 7 beschreven worden.

Het is niet eenvoudig een referentiegroep te vinden die direct vergelijkbaar is met de klanten van Dress for Success, gegeven het feit dat het gaat om een nogal uiteenlopende groep. Zowel sollicitanten die solliciteren naar betaald werk als mensen die op zoek zijn naar vrijwilligerswerk, maar ook mensen die een stageplaats zoeken en startende ZZP-ers. Maar aangezien een zeer groot deel van de klanten een WWB-uitkering heeft (zie paragraaf 4.2) is biedt een vergelijking met die groep aanknopingspunten. Het CBS rapporteert hierover frequent en gedetailleerd.

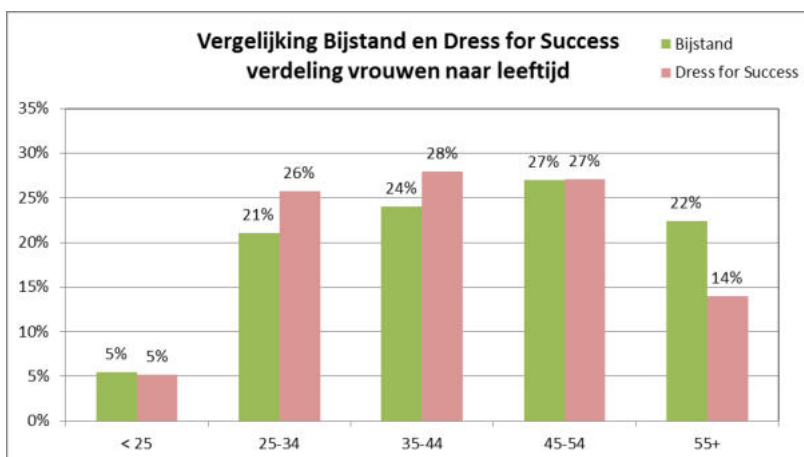
Hiervoor is gebruik gemaakt van de CBS tabel '*Personen met bijstand; duur van de lopende uitkeringssituatie*'<sup>1</sup>. In de vergelijkingen hierna is deze groep aangeduid met Bijstand.

### 5.1 Vergelijking qua leeftijd en geslacht.



Bij de verdeling naar leeftijd blijkt dat de klanten van Dress for Success jonger zijn dan de mensen met bijstand.

In de leeftijdsklassen t/m 44 jaar zijn de percentages bij de Dress-klanten hoger dan bij de mensen in de bijstand. Boven 45 jaar, en vooral boven 55 jaar zijn de percentages juist hoger bij de mensen in de bijstand.

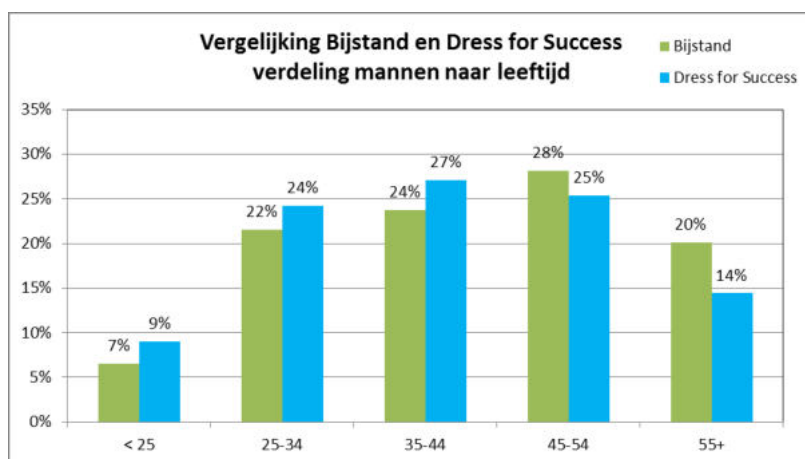


Dit leidt tot verschillende gemiddelde leeftijden: 41 jaar voor de Dress-klanten tegen 44 jaar voor mensen in de bijstand.

Uitgesplitst naar geslacht is te zien dat zowel bij de vrouwen als bij de mannen geldt dat de klanten van Dress jonger zijn dan de CBS groep.

<sup>1</sup> <http://statline.cbs.nl/Statweb/selection/?DM=SLNL&PA=82663NED&VW=T>

Gebruikt zijn de gegevens van ultimo het 2<sup>e</sup> kwartaal van 2015. De leeftijdsgegevens van de klanten van Dress for Success zijn op dezelfde wijze geordend als die van het CBS. Vervolgens zijn beide tabellen gepercenteerd. Het CBS-bestand omvat de mensen in de bijstand tot aan de AOW-leeftijd, het Dress for Success bestand heeft geen formele bovengrens qua leeftijd, maar er zijn er niet veel boven 65 jaar.



Bij de vrouwen is alleen in de leeftijdsklasse boven 55 jaar de bijstand-groep percentueel hoger dan bij de Dress-klanten, terwijl dat bij de mannen al vanaf 45 jaar het geval is.

De man/vrouw verdeling is bij beide groepen niet gelijk, zoals blijkt uit de tabel.

Bij de bijstand-groep is in alle leeftijdsklassen het aantal mannen kleiner dan het aantal vrouwen, gemiddeld 22 %.

Bij de Dress-klanten echter is het aantal mannen 5 % hoger dan het aantal vrouwen. Het meest extreem (82 %) is dit het geval bij de leeftijdsklasse tot 25 jaar.

| Verhouding aantal mannen /vrouwen |             |             |
|-----------------------------------|-------------|-------------|
| leeftijdsklasse                   | Bijstand    | Dress       |
| < 25                              | 0,92        | 1,82        |
| 25-34                             | 0,79        | 0,99        |
| 35-44                             | 0,77        | 1,02        |
| 45-54                             | 0,81        | 0,98        |
| 55+                               | 0,70        | 1,08        |
| <b>allen</b>                      | <b>0,78</b> | <b>1,05</b> |

Conclusies uit deze vergelijking van de klanten van Dress for Success met personen met bijstand:

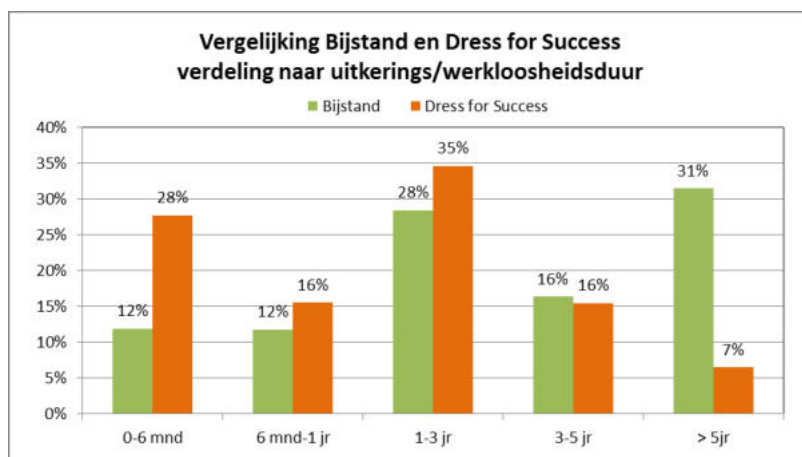
- De klanten van Dress for Success zijn gemiddeld jonger dan de mensen in de bijstand, zowel bij de mannen als bij de vrouwen.
- De klanten van Dress for Success zijn gemiddeld iets vaker mannen dan vrouwen. In de jongste leeftijdsklasse (tot 25 jaar) is er een grote oververtegenwoordiging van mannen. In de leeftijdsklassen boven 25 jaar is er ongeveer een 50/50 verdeling.
- Bij de mensen in de bijstand zijn er gemiddeld meer vrouwen dan mannen. Deze oververtegenwoordiging van vrouwen is beperkt in de leeftijdsklasse tot 25 jaar en veel groter in de leeftijdsklassen boven 25 jaar.

## 5.2 Vergelijking qua uitkerings- respectievelijk werkloosheidsduur en geslacht

Met een iets andere bewerking van de genoemde CBS-tabel is ook een vergelijking te maken qua werkloosheidsduur en geslacht tussen de Dress for Success klanten en de personen met bijstand.

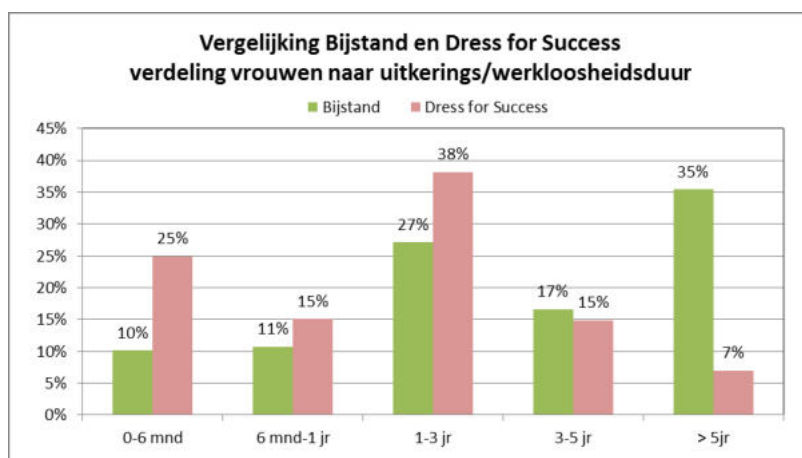
Hierbij past wel een kanttekening.

Bij mensen met bijstand is niet uitgesloten dat die voorafgaand aan de bijstandsuitkering een WW-uitkering hebben gehad. Bij de Dress for Success klanten wordt in feite gevraagd naar de duur dat men zonder inkomen uit werk is geweest, ongeacht de soort uitkering. De 'werkloosheidsduur' van de klanten van Dress for Success is dus inclusief de periode in de bijstand; de uitkeringsduur bij de bijstand-groep omvat alleen de periode in de bijstand. Op voorhand zou daarom te verwachten zijn – voorbijgaand aan alle overige verschillen – dat de werkloosheidsduur (bij de klanten van Dress for Success) langer is dan de uitkeringsduur (bij de personen met bijstand in het CBS-bestand).

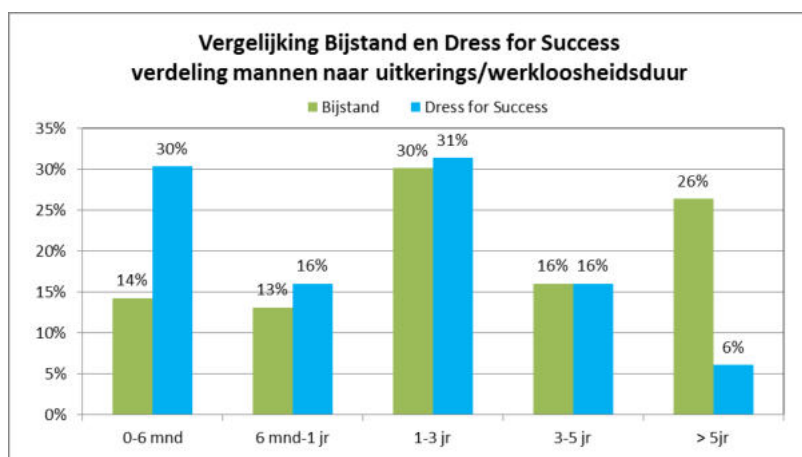


Uit de vergelijking komt overduidelijk naar voren dat van de Dress for Success klanten een veel groter deel 0-6 maanden werkloos is, nl. 28 %, dan er mensen zijn die even lang bijstand hebben, nl. 12 %.

Aan het andere eind van de schaal - langer dan 5 jaar bijstand of werkloos - is het omgekeerd: 31 % bij de bijstand-groep tegen 7 % bij Dress for Success.



Dit beeld wordt bevestigd als de positie van vrouwen en mannen apart in beeld wordt gebracht. Er zijn nuances bij de verschillende categorieën uitkerings- en werkloosheidsduur, maar het overheersende beeld is dat de klanten van Dress for Success veel korter werkloos zijn dan mensen met bijstand een uitkering hebben.



Uit de man/vrouw verhouding blijkt weer dat de bijstand-groep een veel kleiner aandeel mannen telt dan de groep klanten van Dress for Success, waar ze in de meerderheid zijn<sup>2</sup>.

Bij de bijstand-groep geldt de regel: hoe langduriger de uitkering, hoe kleiner het aandeel mannen. Het aantal mannen dat langer dan 5 jaar bijstand heeft is 58 % kleiner dan het aantal vrouwen.

Bij de groep klanten van Dress for Success is het verloop minder eenduidig. Opvallend is de oververteenwoordiging van het aantal mannen in de groep korter dan 6 maanden werkloos.

| Verhouding aantal mannen /vrouwen   |             |             |
|-------------------------------------|-------------|-------------|
| uitkerings- resp. werkloosheidsduur | Bijstand    | Dress       |
| 0-6 mnd                             | 1,09        | 1,32        |
| 6 mnd-1 jr                          | 0,95        | 1,16        |
| 1-3 jr                              | 0,86        | 0,89        |
| 3-5 jr                              | 0,75        | 1,17        |
| > 5 jr                              | 0,58        | 0,95        |
| <b>allen</b>                        | <b>0,78</b> | <b>1,09</b> |

<sup>2</sup> Doordat niet van alle klanten van Dress for Success de werkloosheidsduur bekend is, verschilt de gemiddelde man/vrouw verhouding in deze tabel (1,09) iets met die in paragraaf 5.1 (1,05).

Conclusies uit deze vergelijking van de klanten van Dress for Success met personen met bijstand:

- De werkloosheidsduur van de klanten van Dress for Success is gemiddeld veel korter dan de uitkeringsduur van personen met bijstand.
- Het tegendeel werd verwacht, omdat bij de klanten van Dress for Success ook de werkloosheid voorafgaand aan een bijstandsuitkering wordt meegeteld bij het bepalen van de werkloosheidsduur. In het CBS-bestand wordt alleen de uitkeringsduur in de bijstand meegerekend.
- Bij de klanten van Dress for Success zijn gemiddeld iets meer mannen dan vrouwen, terwijl bij de mensen in de in de bijstand er veel meer vrouwen dan mannen zijn. Dit verschil is het grootst bij de mensen met een uitkerings- of werkloosheidsduur van meer dan 5 jaar.

### 5.3 Vergelijking qua uitkerings- respectievelijk werkloosheidsduur en leeftijd

Een derde manier om de klanten van Dress for Success te vergelijken met de mensen met bijstand is de combinatie van uitkerings- respectievelijk werkloosheidsduur en leeftijd. Ook hiervoor is het genoemde CBS-bestand gebruikt. De resultaten zijn wat lastiger samen te vatten in tabellen en grafieken dan bij de eerdere vergelijkingen, omdat het langs beide assen om 5 categorieën gaat. Niettemin een poging.

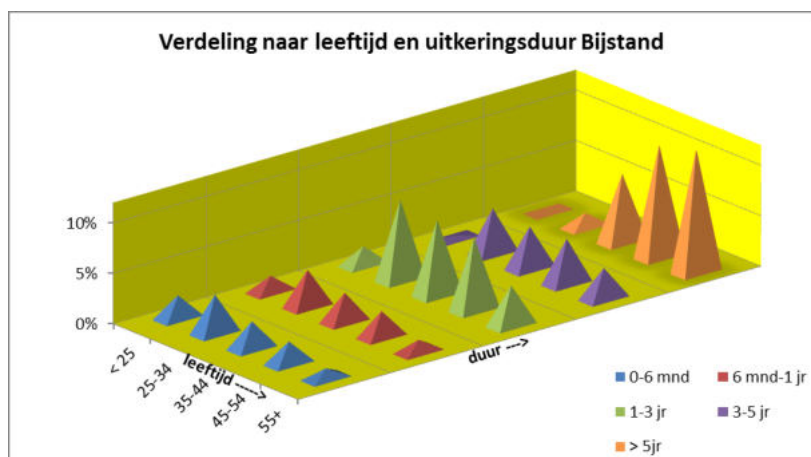
| CBS, uitkeringsduur |         |            |        |        |       |        |
|---------------------|---------|------------|--------|--------|-------|--------|
| lfld klasse         | 0-6 mnd | 6 mnd-1 jr | 1-3 jr | 3-5 jr | > 5jr | totaal |
| < 25                | 2%      | 2%         | 2%     | 0%     | 0%    | 6%     |
| 25-34               | 4%      | 4%         | 8%     | 4%     | 1%    | 21%    |
| 35-44               | 3%      | 3%         | 7%     | 4%     | 7%    | 24%    |
| 45-54               | 2%      | 3%         | 7%     | 4%     | 11%   | 27%    |
| 55+                 | 1%      | 1%         | 4%     | 3%     | 12%   | 21%    |
| totaal              | 12%     | 12%        | 28%    | 16%    | 31%   | 100%   |

In deze tabel zijn alle personen in de bijstand uit het CBS-bestand percentageel verdeeld naar leeftijdsklasse en uitkeringsduur. De vakjes tellen samen op tot 100 %.

De kleuren van de vlakjes corresponderen met de hoogte van het percentage in dat vakje; het vakje met het laagste percentage (0 %) is felgroen, dat met het hoogste percentage (12 %) is felrood. De andere percentages zitten daartussenin. Duidelijk is te zien dat hoge percentages vooral voorkomen bij leeftijden boven 35 jaar en een uitkeringsduur langer dan 5 jaar. Ook in het midden – leeftijd 25 tot 55 jaar en uitkeringsduur 1-3 jaar – zijn er vrij hoge percentages.

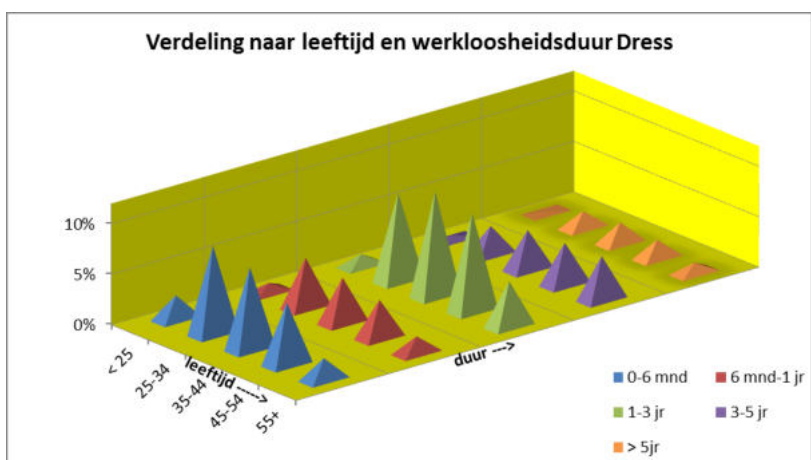
| Dress for Success, werkloosheidsduur |         |            |        |        |       |        |
|--------------------------------------|---------|------------|--------|--------|-------|--------|
| lfld klasse                          | 0-6 mnd | 6 mnd-1 jr | 1-3 jr | 3-5 jr | > 5jr | totaal |
| < 25                                 | 2%      | 1%         | 1%     | 0%     | 0%    | 5%     |
| 25-34                                | 9%      | 5%         | 9%     | 3%     | 2%    | 27%    |
| 35-44                                | 8%      | 4%         | 10%    | 4%     | 2%    | 29%    |
| 45-54                                | 6%      | 4%         | 10%    | 4%     | 2%    | 26%    |
| 55+                                  | 2%      | 2%         | 4%     | 4%     | 1%    | 14%    |
| totaal                               | 27%     | 16%        | 35%    | 16%    | 7%    | 100%   |

De verdeling bij de klanten van Dress for Success is anders. Ook hier hoge percentages in het midden, maar geprononceerder, dan bij de mensen met bijstand. Daarnaast hoge percentages bij 25-55 jaar en 0-6 maanden werkloosheidsduur. De piek rechtsonder ontbreekt hier.



Dezelfde gegevens zijn verwerkt in de beide grafieken. De hoogtes van de piramides geven de percentages weer; het grondvlak bevat de 5 leeftijdsklassen (van achter naar voren) en de 5 categorieën waarin de uitkerings- respectievelijk de werkloosheidsduur is verdeeld.

Bij de mensen met bijstand springen de hoge oranje pieken rechts voorin in het oog: ouderen die langdurig een uitkering hebben.



Bij de klanten van Dress vertegenwoordigen de blauwe pieken linksvoor de relatief hoge aandelen mensen van 25-55 jaar die kort werkloos zijn. De hoogste pieken zijn groene in het midden: mensen van 25-55 jaar die 1-3 jaar werkloos zijn.

Conclusies uit deze vergelijking van de klanten van Dress for Success met het CBS-bestand van personen met bijstand:

- Beide bestanden tonen hoge percentages in het midden: mensen tussen 25 en 55 jaar en een uitkerings- respectievelijk werkloosheidsduur van 1 tot 3 jaar. Dit is bij de klanten van Dress for Success geprononceerder dan bij de personen met bijstand.
- Bij de mensen met bijstand zijn de hoogste percentages te vinden bij de combinatie van een leeftijd boven 35 jaar en een uitkeringsduur van meer dan 5 jaar.
- Diezelfde groep komt bij de klanten van Dress maar heel weinig voor. Daar staan flinke percentages tegenover van mensen tussen 25 en 55 jaar die nog maar kort werkloos zijn.

#### 5.4 Samenvatting vergelijking klanten van Dress for Success met mensen met bijstand

In vergelijking met mensen met bijstand zijn de klanten Dress for Success:

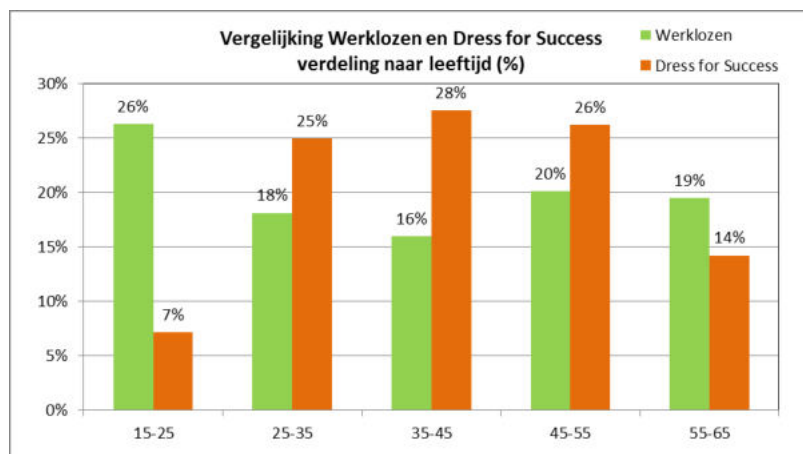
- Jonger, zowel bij de vrouwen als bij de mannen,
- Vaker vrouwen, in alle leeftijdsklassen,
- Kortere werkloos / in de bijstand, zowel vrouwen als mannen, in het bijzonder de groep tussen 25 en 55 jaar.

## 6. De klanten van Dress for Success vergeleken met de werkloze beroepsbevolking

Een tweede referentiebestand is het CBS-bestand werkloze beroepsbevolking<sup>3</sup>. Ook hierbij zijn de gegevens op dezelfde wijze geordend als bij de klanten van Dress for Success en gepercenteerd. In de vergelijkingen hierna wordt deze groep aangeduid met Werklozen.

### 6.1 Vergelijking qua geslacht en leeftijd

Het blijkt dat de verdeling qua geslacht in beide bestanden gelijk is: 49 % vrouwen en 51 % mannen. In het CBS-bestand zijn gegevens over leeftijd in combinatie met geslacht niet beschikbaar.



Het aandeel jongeren onder 25 jaar is in de werkloze beroepsbevolking veel groter dan bij de klanten van Dress for Success (26% tegen 7%). In het CBS-bestand zijn de leeftijdsklassen van 25-55 jaar kleiner dan in Dress for Success bestand, terwijl het boven 55 jarigen bij Dress weer hoger is.

### 6.2 Vergelijking qua werkloosheidsduur en geslacht.



Door verschillen in indeling tussen het CBS-bestand en het klantenbestand van Dress for Success, is bij een werkloosheidsduur van langer dan 1 jaar een verfijning niet mogelijk.

De verschillen zijn duidelijk: in de werkloze beroepsbevolking zijn meer kortdurend werklozen en minder langdurig werklozen dan bij de klanten van Dress for Success.

<sup>3</sup> *Werkloze beroepsbevolking; werkloosheidsduur en persoonskenmerken*

<http://statline.cbs.nl/Statweb/selection/?DM=SLNL&PA=81075NED&VW=T>. De werkloze beroepsbevolking omvat alle personen van 15-74 jaar zonder betaald werk, die actief op zoek zijn naar werk en daarvoor ook beschikbaar zijn. De gegevens worden verkregen door een steekproef enquête, de Enquête Beroepsbevolking (EBB). Gebruikt zijn hier de gegevens over 2015 van mensen van 15-65 jaar.



Bij de vrouwen is het aandeel kortdurend werklozen in het CBS-bestand 42 % en bij de klanten van Dress for Success slechts 25 %. Bij de langdurig werkloze vrouwen is dat 41 % tegenover 60 %. Bij de mannen liggen deze percentages veel dichterbij elkaar.

De verhouding tussen de aantallen mannen en vrouwen laat zien dat voor de werkloze beroepsbevolking geldt: hoe langer werkloos, hoe groter het aandeel mannen. Voor de klanten van Dress for Success geldt het omgekeerde.

| Verhouding aantal mannen/vrouwen |           |       |
|----------------------------------|-----------|-------|
| werkloosheidsduur                | Werklozen | Dress |
| 0-6 mnd                          | 0,56      | 1,32  |
| 6 mnd- 1 jr                      | 0,96      | 1,16  |
| > 1 jr                           | 1,18      | 0,97  |
| allen                            | 1,04      | 1,09  |

### 6.3 Vergelijking qua werkloosheidsduur en leeftijd

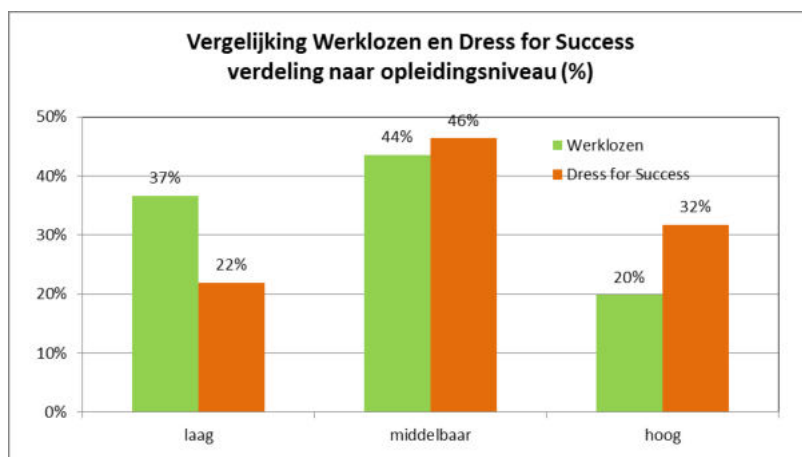
| Werkloze beroepsbevolking |         |            |        |        |
|---------------------------|---------|------------|--------|--------|
| lftd klasse               | 0-6 mnd | 6 mnd-1 jr | > 1 jr | totaal |
| < 25                      | 16%     | 5%         | 4%     | 25%    |
| 25-34                     | 8%      | 3%         | 7%     | 18%    |
| 35-44                     | 6%      | 3%         | 7%     | 16%    |
| 45-54                     | 6%      | 3%         | 11%    | 20%    |
| 55-65                     | 4%      | 3%         | 13%    | 20%    |
| totaal                    | 40%     | 17%        | 43%    | 100%   |

| Klanten Dress for Success |         |            |        |        |
|---------------------------|---------|------------|--------|--------|
| lftd klasse               | 0-6 mnd | 6 mnd-1 jr | > 1 jr | totaal |
| < 25                      | 2%      | 1%         | 2%     | 5%     |
| 25-34                     | 9%      | 5%         | 13%    | 27%    |
| 35-44                     | 8%      | 4%         | 16%    | 29%    |
| 45-54                     | 6%      | 4%         | 16%    | 26%    |
| 55+                       | 2%      | 2%         | 10%    | 14%    |
| totaal                    | 27%     | 16%        | 57%    | 100%   |

Alle werklozen en alle klanten van Dress for Success zijn percentageel verdeeld naar leeftijdsklasse en werkloosheidsduur, samen 100 %. De kleuren van de vlakjes corresponderen met de hoogte van het percentage in dat vakje; de vakjes met de laagste percentages zijn felgroen, die met de hoogste percentages felrood.

Bij de werkloze beroepsbevolking is er een veel groter aandeel jongere, kortdurend werklozen dan bij de Dress-klanten (16 % tegen 2 %). Het hogere aandeel langdurig werklozen onder de Dress-klanten betreft vooral de leeftijdsklassen van 25-55 jaar (45 % tegen 25 %).

#### 6.4 Vergelijking qua opleidingsniveau en werkloosheidsduur



Het aandeel laagopgeleiden is bij de werkloze beroepsbevolking veel hoger dan bij de klanten van Dress for Success (37 % vs. 22 %).

Omgekeerd zijn de verhoudingen bij de hoogopgeleiden: 32 % bij Dress for Success tegen 20 % bij de werkloze beroepsbevolking.

In de tabellen is de werkloosheidsduur als variabele toegevoegd.

| Werkloze beroepsbevolking |         |            |       |        |
|---------------------------|---------|------------|-------|--------|
| opl. niveau               | 0-6 mnd | 6 mnd-1 jr | > 1jr | totaal |
| laag                      | 15%     | 6%         | 15%   | 37%    |
| middelbaar                | 17%     | 7%         | 20%   | 44%    |
| hoog                      | 8%      | 3%         | 9%    | 20%    |
| totaal                    | 40%     | 17%        | 44%   | 100%   |

Van de werkloze beroepsbevolking zijn er, in vergelijking met Dress for Success, hogere aandelen laag- en middelbaar opgeleiden die kort werkloos zijn.

| Klanten Dress for Success |         |            |       |        |
|---------------------------|---------|------------|-------|--------|
| opl. niveau               | 0-6 mnd | 6 mnd-1 jr | > 1jr | totaal |
| laag                      | 5%      | 3%         | 14%   | 22%    |
| middelbaar                | 12%     | 7%         | 27%   | 46%    |
| hoog                      | 11%     | 5%         | 16%   | 32%    |
| totaal                    | 28%     | 16%        | 56%   | 100%   |

Bij de klanten van Dress for Success zijn er, in vergelijking met de werkloze beroepsbevolking, hogere aandelen middelbaar en hoogopgeleiden die langdurig werkloos zijn.

#### 6.5 Samenvatting vergelijking klanten van Dress for Success met de werkloze beroepsbevolking

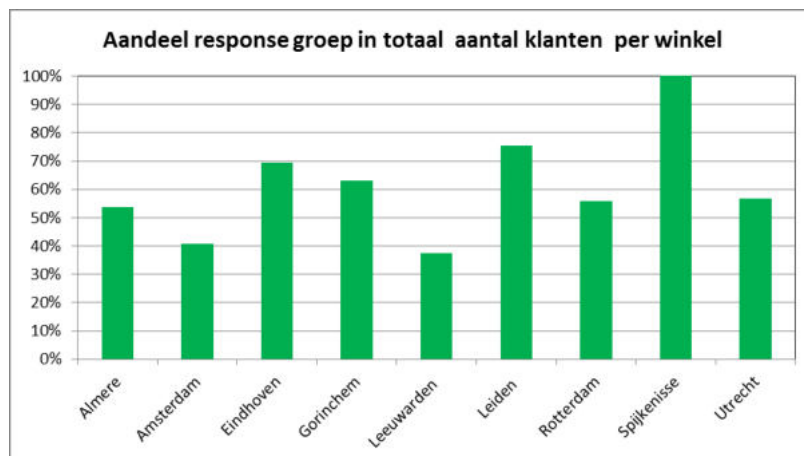
In vergelijking met mensen met bijstand zijn de klanten Dress for Success:

- Even vaak man/vrouw,
- Vaker tussen 25 en 55 jaar, minder vaak < 25 jaar en > 55 jaar,
- Langer werkloos, vooral vrouwen en mensen van 25-55 jaar,
- Hoger opgeleid, vooral langdurig werklozen.

## 7. Het succes van Dress for Success

### 7.1 Algemeen

Of een klant succes heeft geboekt bij de sollicitatie wordt langs verschillende wegen bekend bij de winkel. In de eerste plaats doordat de klant terugkomt voor een tweede kleedsessie waarop deze recht heeft bij slagen. In de tweede plaats doordat de klant bij nabellen meldt of de sollicitatie al dan niet succesvol was. Daarnaast ontvangt een aantal winkels terugkoppeling van de verwijzende instantie, bijvoorbeeld omdat diens bijdrage afhangt van het aantal geslaagde klanten.

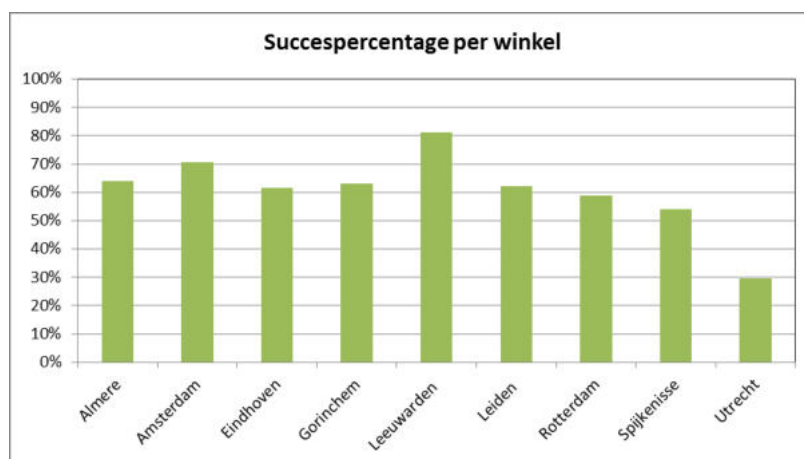


Er is dus een groep klanten waarvan bekend is dat ze al dan niet geslaagd zijn. Van de overige klanten is dat niet bekend. De groep klanten waarvan dat wel bekend is, wordt hierna aangeduid als de response groep. Deze maakt 53 % uit van alle klanten, maar dit percentage verschilt per winkel.

Het succespercentage van Dress for Success is gedefinieerd als:

Het aantal klanten waarvan is vastgesteld dat ze wel geslaagd zijn, gedeeld door het aantal klanten waarvan is vastgesteld of ze al dan niet geslaagd zijn (de response groep).

Het gemiddelde succespercentage is 64 %. Per winkel loopt dit uiteen.



Dit heeft er mee te maken dat tussen de winkels de soort succes die meetelt, verschilt. Soms geldt op grond van afspraken met de verwijzer (vaak ook subsidiënt) alleen een betaalde baan met minimaal een aantal uren per week als een succes. Andere verwijzers vinden de stap vanuit een uitkering naar vrijwilligerswerk ook een succes.

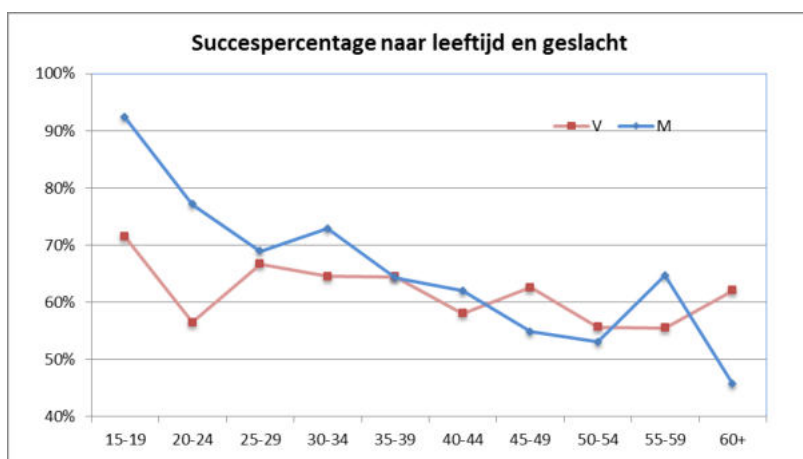


Er zijn daardoor grote verschillen tussen de winkels naar soort succes. Vrijwilligerswerk is de grootste categorie in Gorinchem en komt verder relatief niet veel voor. Stages komen bij alle winkels voor, maar bij Leeuwarden zijn ze in de meerderheid. ZZP-ers zijn alleen in Amsterdam een flinke categorie.



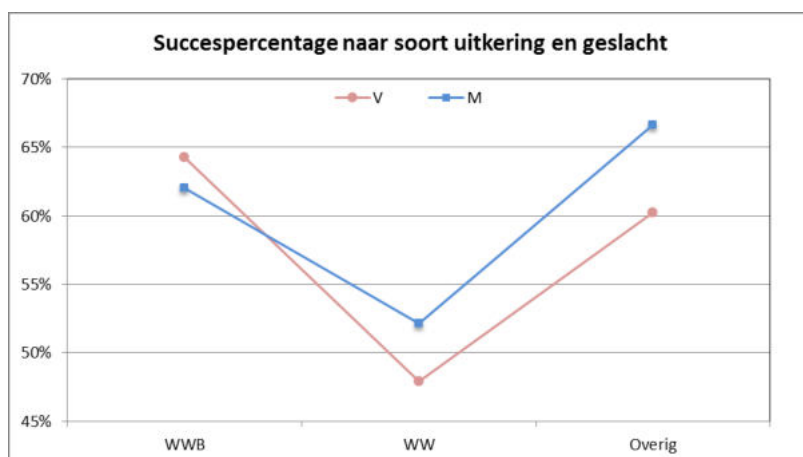
Extrapolatie vanuit de response groep naar alle klanten komt uit op een totaal circa 1660 succesvolle klanten. Maar voordat die extrapolatie geoorloofd is, is een statistische toets nodig om na te gaan of de response groep wel representatief is voor alle klanten. Uit deze toets blijkt dat de response groep representatief is voor alle klanten, zie daarvoor bijlage 3.

## 7.2 Succespercentage naar leeftijd en geslacht



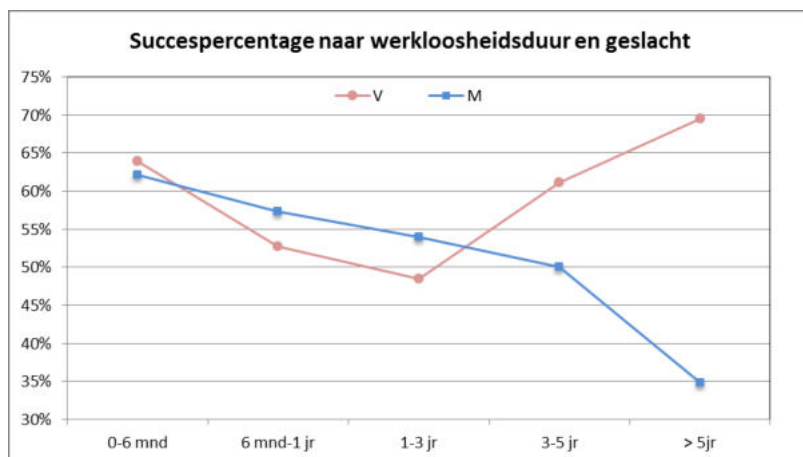
Bij toenemende leeftijd daalt het succespercentage, bij mannen wat sterker dan bij vrouwen. Maar welbeschouwd gaat het vanaf 25 jaar om een beperkte daling: op één uitzondering na blijft het succespercentage boven 50 %. Zelfs bij de kleine groep mannen boven de 60 is het nog 46 %! De verschillen met het gemiddelde succespercentage (64 %) zijn relatief klein.

## 7.3 Succespercentage naar soort uitkering en geslacht



Het lijkt er op dat klanten met een WW uitkering minder succesvol zijn dan die met een bijstandsuitkering. Maar hierbij past de kanttekening dat de indeling naar soort uitkering niet erg betrouwbaar is (zie paragraaf 4.2). Bovendien omvat de groep WW-ers niet meer dan 10 % van de klanten.

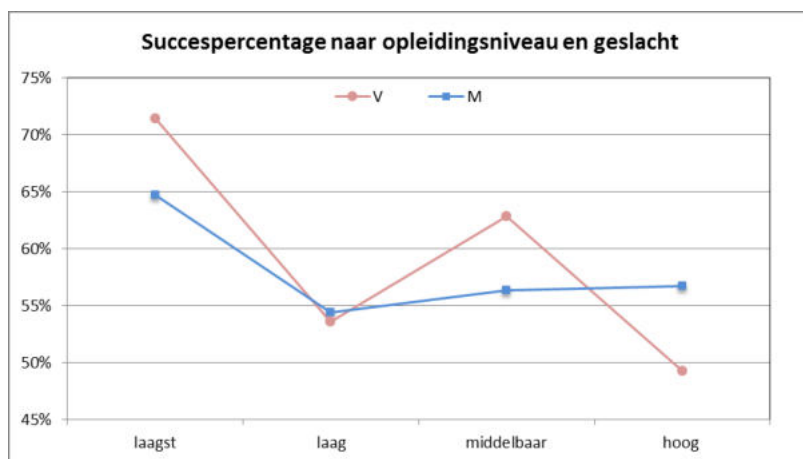
#### 7.4 Succespercentage naar werkloosheidsduur en geslacht



Bij mannen gaat een langere werkloosheidsduur samen met een lager succespercentage. Bij de zeer langdurig werkloze mannen is dit nog maar 35 %, tegen 62 % bij de kortdurend werkloze mannen.

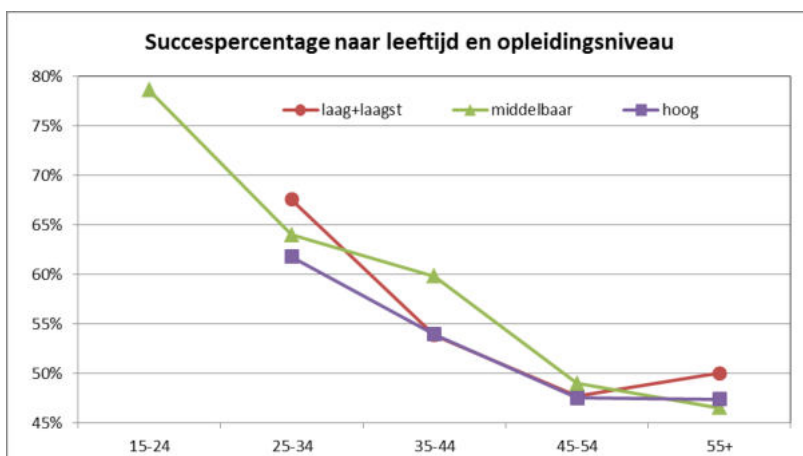
Bij vrouwen stijgt het succespercentage boven een werkloosheidsduur van 3 jaar spectaculair. Nadere analyse leidt niet tot een duidelijke verklaring.

#### 7.5 Succespercentage naar opleidingsniveau en geslacht



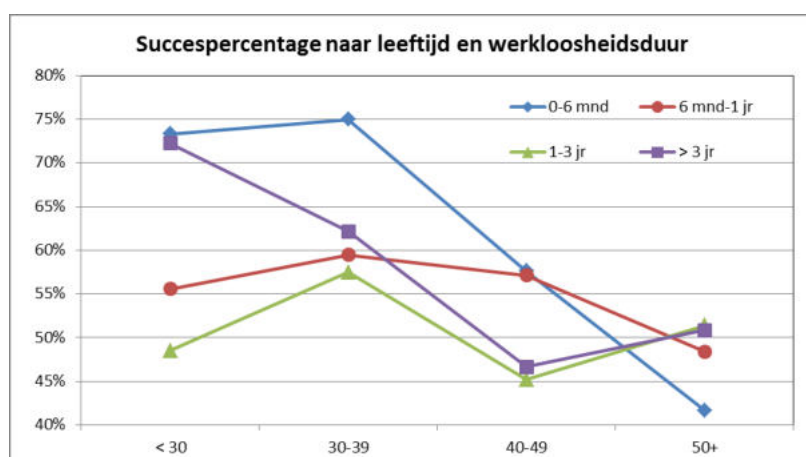
Deze resultaten zijn opmerkelijk! De hoogste succespercentages worden behaald door de klanten met de laagste opleiding en het laagste percentage door vrouwen met de hoogste opleiding. Maar goed beschouwd valt dit mee: voor alle groepen liggen de succespercentages tussen 50 % en 70 %. Dus eigenlijk is de invloed van het opleidingsniveau beperkt.

#### 7.6 Succespercentage naar leeftijd en opleidingsniveau



Tegen de verwachting in leidt de combinatie van een hogere leeftijd met een laag opleidingsniveau niet tot een zeer laag succespercentage. De kans op succes daalt wel bij toenemende leeftijd, maar blijft op een behoorlijk niveau van 45% à 50 %. Vanwege geringe aantallen zijn bij de jongste leeftijdscategorie enkele punten weggelaten waarbij het toeval het beeld teveel zou vertekenen.

## 7.7 Succespercentage naar leeftijd en werkloosheidsduur



Ook de verwachting dat de combinatie van een hogere leeftijd met een lange werkloosheidsduur tot een lage kans op succes leidt, wordt niet echt bewaarheid. Dit gaat wel op bij de 0-6 maanden werklozen en de langer dan 3 jaar werklozen, maar bij de 'middengroepen' blijft het succespercentage rond de 45% à 55 % schommelen.

## 7.8 Hoe deze hoge succespercentages van Dress for Success te interpreteren?

Sponsors en subsidiënten van Dress for Success willen graag weten in hoeverre hun bijdrage meer bijdraagt aan de (arbeids)participatie dan donaties aan andere organisaties. Als dat kan worden aangetoond, kan dat reden zijn om de bijdrage te verhogen of te continueren.

Dit geldt omgekeerd ook voor de Dress for Success winkels bij de werving van subsidies en donaties. Als bewezen kan worden dat de aanpak van Dress for Success meer resultaat heeft dan die van anderen, is dit een krachtig argument bij de fondsenwerving. Ook voor de vrijwilligers, medewerkers en besturen van Dress for Success is bewezen effectiviteit een extra stimulans om hun inzet voort te zetten.

Hoewel de succespercentages over de hele linie verrassend hoog zijn - hoger in elk geval dan menigeen zou verwachten - is het de vraag in hoeverre dit is toe te schrijven aan de werkwijze en inzet van de mensen van Dress for Success, of dat er andere mogelijke verklaringen zijn.

In hoofdstuk 5 is gebleken dat de klanten van Dress for Success vergeleken met mensen met bijstand jonger zijn en korter werkloos. Dat verklaart wellicht de hoge succespercentages, omdat bekend is dat de kansen op de arbeidsmarkt afnemen bij toenemende leeftijd en werkloosheids- c.q. uitkeringsduur.

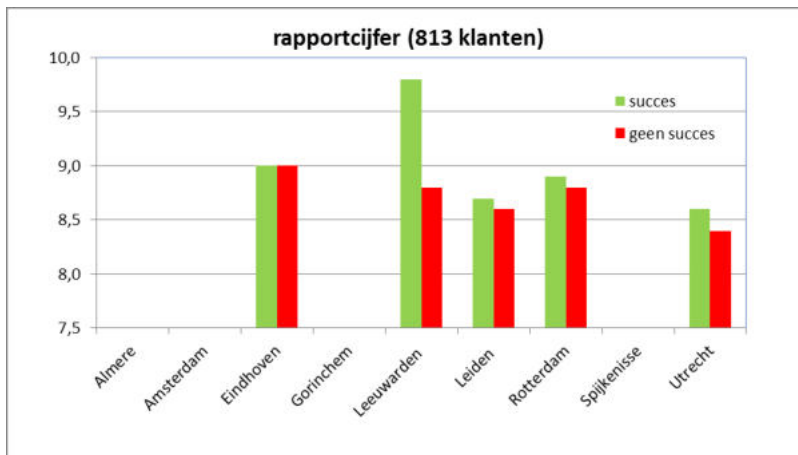
In hoofdstuk 6 bleek dat de klanten van Dress for Success vergeleken met de werkloze beroepsbevolking minder jongeren beneden 25 jaar en minder ouderen boven 55 jaar telt, langer werkloos zijn en hoger opgeleid. Een eenduidige verwachting van hun kansen op de arbeidsmarkt is hier niet op te baseren.

Niet mag worden vergeten dat de meeste klanten naar Dress for Success worden verwezen door gemeenten en uitkeringsinstanties en niet door de winkels zelf worden geworven. Mogelijk verwijzen die instanties juist de naar hun verwachting kansrijkste sollicitanten naar Dress for Success.

Tenslotte speelt waarschijnlijk een rol dat de klanten van Dress for Success al een uitnodiging voor een sollicitatiegesprek op zak hebben en daarmee een voorsprong hebben op de gemiddelde werkloze of bijstandsgerechtigde.

Een afdoende verklaring voor de hoge succespercentages kan wellicht gevonden worden als de aanpak van Dress for Success wordt vergeleken met andere aanpakken bij groepen werklozen en uitkeringsgerechtigden die qua leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en werkloosheids- of uitkeringsduur vergelijkbaar zijn. Het is de vraag is of er gegevens over anderen beschikbaar zijn waarmee dit onderzocht kan worden; voortsnog zijn die niet gevonden. Mogelijk is daarvoor gericht nader onderzoek noodzakelijk.

## 8. Het oordeel van de klant



Een aantal winkels vraagt rapportcijfers aan de klanten. Die zijn opvallend hoog: gemiddeld 8,9. Slechts 33 klanten gaven een 7 of minder, waartegenover 200 keer een 10 of zelfs hoger (!) werd gegeven. Behalve in Leeuwarden scoren de succesvolle klanten niet veel hoger (gemiddeld 8.9) dan de klanten zonder succes (8,7).

Minstens zo belangrijk als de rapportcijfers zijn de talloze loftuitingen, die laten zien dat veel klanten - na misschien met enige schroom de winkel te zijn binnengestapt - na afloop vertellen dat zij nu beter in het leven staan en de wereld weer aan kunnen.

**Ontvangen gegevens per winkel**

|        | Ontvangen gegevens per winkel                                                                                                                     |    |     |     |                     |    |              |    |                |     |             |             |                       |     |             |               |           |     |     |     |                   |     |     |     |                        |     |     |     |                     |     |     |     |                   |     |     |     |           |     |     |     |                   |     |     |     |                   |     |     |     |                        |     |     |     |                     |     |     |     |                  |     |     |     |         |     |     |     |                   |     |     |     |                 |     |     |     |                                                   |     |     |     |                                                  |     |     |     |                 |     |     |     |         |     |     |     |              |     |     |     |                                           |     |     |     |                |     |     |     |                         |     |     |     |                        |     |     |     |                             |     |     |     |                          |     |     |     |                   |     |     |     |                         |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|-----|---------------------|----|--------------|----|----------------|-----|-------------|-------------|-----------------------|-----|-------------|---------------|-----------|-----|-----|-----|-------------------|-----|-----|-----|------------------------|-----|-----|-----|---------------------|-----|-----|-----|-------------------|-----|-----|-----|-----------|-----|-----|-----|-------------------|-----|-----|-----|-------------------|-----|-----|-----|------------------------|-----|-----|-----|---------------------|-----|-----|-----|------------------|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|-------------------|-----|-----|-----|-----------------|-----|-----|-----|---------------------------------------------------|-----|-----|-----|--------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----------------|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|--------------|-----|-----|-----|-------------------------------------------|-----|-----|-----|----------------|-----|-----|-----|-------------------------|-----|-----|-----|------------------------|-----|-----|-----|-----------------------------|-----|-----|-----|--------------------------|-----|-----|-----|-------------------|-----|-----|-----|-------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
|        | Niet vermeld: volgnummer, NAW, e-mailadres, telefoonnummers, BSN, verstrekte kleding, verstrekte accessoires, kledingmaten en vele andere details |    |     |     |                     |    |              |    |                |     |             |             |                       |     |             |               |           |     |     |     |                   |     |     |     |                        |     |     |     |                     |     |     |     |                   |     |     |     |           |     |     |     |                   |     |     |     |                   |     |     |     |                        |     |     |     |                     |     |     |     |                  |     |     |     |         |     |     |     |                   |     |     |     |                 |     |     |     |                                                   |     |     |     |                                                  |     |     |     |                 |     |     |     |         |     |     |     |              |     |     |     |                                           |     |     |     |                |     |     |     |                         |     |     |     |                        |     |     |     |                             |     |     |     |                          |     |     |     |                   |     |     |     |                         |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |
|        | datum sessie 1                                                                                                                                    |    |     |     | datum sessie 2      |    |              |    | datum sessie 3 |     |             |             | waarom geen sessie 2? |     |             |               | man/vrouw |     |     |     | geboortedatum     |     |     |     | leeftijd               |     |     |     | nationaliteit       |     |     |     | land van herkomst |     |     |     | verwijzer |     |     |     | uitkeringsituatie |     |     |     | werkloosheidsduur |     |     |     | nu baan, stage, vrijw? |     |     |     | zo ja, hoeveel uur? |     |     |     | opleidingsniveau |     |     |     | succes? |     |     |     | reden geen succes |     |     |     | bij geen succes |     |     |     | bij geen succes, wel tijdelijk baan/ stage gehad? |     |     |     | was dit ook de functie waarnaar u solliciteerde? |     |     |     | branche bedrijf |     |     |     | functie |     |     |     | soort succes |     |     |     | datum succes (baan/ZP/stage/vrijwilliger) |     |     |     | aantal uren/wk |     |     |     | goed geholpen door DFS? |     |     |     | rapportcijfer voor DFS |     |     |     | Dress bij anderen aanraden? |     |     |     | waar gehoord over Dress? |     |     |     | tips, opmerkingen |     |     |     | bijdrage DFS aan succes |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |
| winkel | kleedsessies                                                                                                                                      |    |     |     | gegevens over klant |    |              |    |                |     |             |             |                       |     |             |               |           |     |     |     | wel / geen succes |     |     |     | beoogde/verkregen baan |     |     |     | waardering voor DFS |     |     |     |                   |     |     |     |           |     |     |     |                   |     |     |     |                   |     |     |     |                        |     |     |     |                     |     |     |     |                  |     |     |     |         |     |     |     |                   |     |     |     |                 |     |     |     |                                                   |     |     |     |                                                  |     |     |     |                 |     |     |     |         |     |     |     |              |     |     |     |                                           |     |     |     |                |     |     |     |                         |     |     |     |                        |     |     |     |                             |     |     |     |                          |     |     |     |                   |     |     |     |                         |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |
| Almere | ja                                                                                                                                                | ja | nee | nee | ja                  | ja | te berekenen | ja | ja             | nee | ja, 12 cat. | ja, 10 cat. | nee                   | nee | ja, 10 cat. | ja, impliciet | nee       | nee | nee | nee | nee               | nee | nee | nee | nee                    | nee | nee | nee | nee                 | nee | nee | nee | nee               | nee | nee | nee | nee       | nee | nee | nee | nee               | nee | nee | nee | nee               | nee | nee | nee | nee                    | nee | nee | nee | nee                 | nee | nee | nee | nee              | nee | nee | nee | nee     | nee | nee | nee | nee               | nee | nee | nee | nee             | nee | nee | nee | nee                                               | nee | nee | nee | nee                                              | nee | nee | nee | nee             | nee | nee | nee | nee     | nee | nee | nee | nee          | nee | nee | nee | nee                                       | nee | nee | nee | nee            | nee | nee | nee | nee                     | nee | nee | nee | nee                    | nee | nee | nee | nee                         | nee | nee | nee | nee                      | nee | nee | nee | nee               | nee | nee | nee | nee                     | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee | nee</ |

### **Analyse van de ontvangen gegevens**

In de ALV is besloten dat Dress NL een poging doet een rapportage te maken over de klanten van Dress for Success in 2015<sup>4</sup>. Conform het besluit van de ALV zijn begin 2016 de jaarbestanden 2015 van de winkels opgevraagd.

De wijze van registreren en rapporteren door de winkels loopt zeer uiteen; van uiterst beknopt tot zeer uitgebreid. Men gebruikt diverse verschillende eigen gebouwde Excel-sheets (de meeste), een eigen D-base systeem (Amsterdam) en het Accenture-systeem (bij slechts een paar winkels; vaak ook nog aangevuld met Excel). In een aantal gevallen gebruikt men daarnaast tekstbestanden voor de terugkoppeling uit de evaluatiegesprekken met de klanten.

Het 'Overzicht ontvangen gegevens' (bijlage 1) laat de diversiteit van de ontvangen gegevens zien. De onderste rij geeft aan welke van die gegevens zich op basis van de hieronder volgende analyse lenen voor opname in een standaardrapportage.

#### **1. Onderzoekspopulatie**

De onderzoekspopulatie bestaat uit de klanten van Dress for Success in 2015. Het lijkt een eenvoudige zaak om deze te bepalen op basis van **Datum Sessie 1 en sessie 2**, want alle winkels houden dit bij. (Klanten mogen voor een 2<sup>e</sup> kleedsessie terugkomen voor werkkleding als hun sollicitatie geslaagd is). Enkele winkels noteren ook een beperkt aantal 3<sup>e</sup> kleedsessies.

Maar er zitten een paar adders onder het gras.

##### Na-ijleffect

De meeste winkels houden per klant bij wanneer deze gekomen is voor een kleedsessie en noteren dan ook de andere gegevens. Per klant gaan ze na of die geslaagd is, deels doordat ze voor een 2<sup>e</sup> of 3<sup>e</sup> sessie terugkomen en deels door ze 1 à 2 maanden na het bezoek op te bellen voor een evaluatiegesprek ("nabellen" in jargon)

Het totaal aantal kleedsessies in 2015 is duidelijk: dat is de som van het aantal 1<sup>e</sup>, 2<sup>e</sup> en 3<sup>e</sup> sessies in het kalenderjaar. Ook het aantal klanten dat in 2015 voor een 1e sessie is gekomen is duidelijk.

Maar het gaat er vooral om na te gaan welke klanten, onderscheiden naar hun persoonsgebonden variabelen, geslaagd zijn in het vinden van een baan. Dus moeten die geslaagde klanten vergeleken worden met de hele populatie, zodat de invloed van de persoonsgebonden variabelen op hun succes kan worden geanalyseerd.

---

<sup>4</sup> "Maar intussen blijven we niet stilzitten. Wij stellen voor dat iedere winkel per eind 2015 z'n jaarbestand (geanonimiseerd!) in Excel aanlevert. Wij kunnen die bestanden dan samenvoegen tot één bestand en daarop analyses verrichten, zowel per winkel en landelijk. Op die manier kunnen we er in de praktijk achter komen wat we met zo'n landelijk bestand kunnen en waar het vastloopt, bijvoorbeeld door gebrek aan uniformiteit van de gegevens.

Bovendien kunnen we dan aan onze belangrijkste sponsor Start een eerste proeve van een impactanalyse laten zien. De terugkoppeling van Start kunnen we dan meenemen in de ontwikkeling van het registratiesysteem.

Gevraagd besluit

De ALV stemt in met het voorstel dat iedere winkel per eind 2015 een geanonimiseerd jaarbestand aanlevert, zodat Dress NL daarop analyses kan verrichten."

Dit levert een complicatie op:

1. een deel van de klanten kwam vóór 2015 voor een 1<sup>e</sup> of 2<sup>e</sup> sessie en slaagt in 2015, zoals blijkt uit nabellen en/of bij 2<sup>e</sup> of 3<sup>e</sup> sessies.
2. een ander deel van de klanten heeft in 2015 een 1<sup>e</sup> sessie en slaagt nog in 2015, zoals blijkt uit nabellen en/of bij 2<sup>e</sup> of 3<sup>e</sup> sessies.
3. een derde groep klanten heeft in 2015 een 1<sup>e</sup> of 2<sup>e</sup> sessie, maar pas in 2016 zal bij nabellen of bij een 2<sup>e</sup> of 3<sup>e</sup> sessie blijken dat zij geslaagd zijn.

Globaal zullen de eerste en de derde groep even groot zijn, maar omdat de bestanden begin 2016 zijn opgevraagd, is er een aantal wel geslaagde klanten waarvan dat op dat moment nog niet bekend was. Dit levert een onderschatting op van het aantal geslaagden en mogelijk, maar niet erg waarschijnlijk, een vertekening van de persoonsgebonden variabelen van de geslaagde klanten.

Dit na-ijleffect moeten worden geaccepteerd; er kan niet een aantal maanden gewacht worden tot alle geslaagde klanten van 2015 gesignaleerd zijn. Het is niet te verwachten dat dit veel invloed heeft op de persoonsgebonden variabelen van de geslaagde klanten.

#### Dubbeltellingen

Een tweede complicatie is dat sommige winkels per kleedsessie rapporteren welke klant geweest is in 2015, of het een 1<sup>e</sup>, 2<sup>e</sup> of 3<sup>e</sup> sessie was en wat hun verdere gegevens zijn. Dat heeft tot gevolg dat klanten die in 2015 voor zowel een 1<sup>e</sup> als een 2<sup>e</sup> of 3<sup>e</sup> kleedsessie de winkel bezochten, 2 of 3 keer voorkomen. Doordat de bestanden geanonimiseerd zijn aangeleverd, konden ze niet ontdebeld worden op basis van naam.

Met de betreffende winkels is overlegd om een ander bestand aan te leveren dat niet ontdebeld hoefde te worden of met extra gegevens op basis waardoor dat wel kon. Zodoende zijn de dubbeltellingen, zij het moeizaam, er uit gefilterd.

#### Tilburg

De winkel in Tilburg is helaas medio 2015 gesloten vanwege een bestuurlijke crisis. Van het eerste halfjaar van 2015 zijn geen gegevens over klanten en kleedsessies beschikbaar. De in Tilburg geholpen en geslaagde klanten zijn dus niet meegeteld

**Conclusie: de te analyseren groep klanten omvat alle klanten waarvan bekend is dat ze in 2015 in de winkels zijn gekomen voor een 1<sup>e</sup> en/of 2<sup>e</sup> en/of 3<sup>e</sup> bezoek, zonder dubbeltellingen.**

## **2. Geslacht**

Dit is de enige variabele die geen problemen oplevert omdat het geslacht van alle klanten bekend is.

**Conclusie: geslacht opnemen in standaardrapportage met de indeling M/V.**

## **3. Geboortedatum/leeftijd**

Sommige winkels rapporteren de leeftijd bij het eerste bezoek, andere de geboortedatum op basis waarvan de leeftijd bij het eerste bezoek te berekenen is.

Voor de rapportage zijn de klanten verdeeld in leeftijdsklassen van 5 jaar: 15-19, 20-24, enz. tot 60+, en ongeveer 1 % met onbekende leeftijd. De winkels zijn gewend jaarlijks te rapporteren aan Dress for Success Worldwide met een wat ongelukkige indeling: onder 18, 18-24, 25-30, 31-40, 41-50, 50+ en onbekend. De indeling in 5-jaarsklassen is logischer. Zonodig is een rapportage in de Worldwide-indeling te maken met de histogramfunctie in Excel.

**Conclusie: in de standaardrapportage leeftijd bij het eerste bezoek opnemen met de indeling in 5-jaars klassen en onbekend/blanco.**

#### 4. Nationaliteit/land van herkomst

Dat dit gegeven slechts door 3 winkels wordt bijgehouden, is op zich al reden genoeg om het niet mee te nemen in de standaardrapportage. Maar er zijn bij de meeste andere winkels principiële bezwaren om dit te registreren (discriminatoire, irrelevant). Bovendien blijkt bij inspectie van de geleverde bestanden dat deze gegevens soms wat slordig worden ingevuld.

**Conclusie: nationaliteit/land van herkomst niet opnemen in de standaardrapportage.**

#### 5. Uitkeringssituatie

Ongetwijfeld een gegeven van belang. Probleem is hier de indeling in categorieën. Iedere winkel die dit gegeven registreert, gebruikt een andere indeling, tot wel 14 categorieën. Bij de winkels die niet over de uitkeringssituatie rapporteren, is deze bij benadering wel af te leiden uit de verwijzende instantie. Bij gemeenten en sociale diensten gaat het waarschijnlijk in hoofdzaak om bijstandsgerechtigden, bij het UWV meestal om werklozen. Erg betrouwbaar is deze indeling echter niet. Deze twee categorieën omvatten samen 78 % van het bestand.

Onder een groep 'overige' (12 %) vallen arbeidsongeschiktheidsregelingen, aflopen van studiefinanciering, werken op/onder minimumloonniveau, NUG-ers, geen (eigen) inkomen, enz. Er resteert daarnaast de categorie 'onbekend/blanco' van ongeveer 11 %.

**Conclusie: in de standaardrapportage de uitkeringssituatie opnemen met de indeling WWB, WW, Overig en onbekend/blanco.**

#### 6. Werkloosheidsduur

Ook dit is een belangrijk gegeven en ook hierbij worden veel verschillende indelingen gebruikt. Vrijwel alle winkels werken met de categorieën 0-6 mnd., 6 mnd-1 jr., 1-3 jr. en 3-5 jr. Bij de groep die langer dan 5 jaar werkloos is, loopt de registratie zeer uiteen. Het betreft echter maar zo'n 5 % van de mensen van wie de werkloosheidsduur bekend is, dus is dit samengevoegd tot de categorie > 5 jr.

De werkloosheidsduur is van ongeveer 50 % van de klanten bekend. Van de andere klanten is gemeld dat dit onbekend was of werd dit niet aangeleverd.

**Conclusie: in de standaardrapportage werkloosheidsduur opnemen met de indeling 0-6 mnd., 6 mnd-1 jr., 1-3 jr., 3-5 jr., > 5 jr. en onbekend/blanco**

#### 7. Huidige werkzaamheden

Over de huidige werkzaamheden van de klanten rapporteert maar 1 winkel.

**Conclusie: huidige werkzaamheden niet opnemen in de standaardrapportage.**

#### 8. Opleidingsniveau

De meeste winkels rapporteren over het opleidingsniveau van de klanten, maar niet gestandaardiseerd en dus in zeer verschillende categorieën. Om hier ordening in aan te brengen en het aantal categorieën te beperken zou aansluiting gezocht kunnen worden bij de CBS-indeling in onderwijsniveau<sup>5</sup>, maar daarvoor zijn de gerapporteerde gegevens onvoldoende verrijkt.

Het Nationaal Kompas Volksgezondheid kiest bij de sociaaleconomische status voor een indeling die iets verschilt van de CBS-indeling<sup>6</sup>. Het enige verschil is dat het CBS mbo-1 indeelt bij het laag opleidingsniveau, terwijl het Kompas het gehele mbo bij de middelbare opleidingen indeelt.

<sup>5</sup> [www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/begrippen/default.htm?ConceptID=3119](http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/begrippen/default.htm?ConceptID=3119)

<sup>6</sup> [www.nationaalkompas.nl/bevolking/scholing-en-opleiding/indeling-opleidingsniveau/](http://www.nationaalkompas.nl/bevolking/scholing-en-opleiding/indeling-opleidingsniveau/)

| niveau     | Kompas          | CBS                                                                       |
|------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------|
| laagst     | lagere school   | lagere school                                                             |
| laag       | lbo, mavo, vmbo | lbo, mavo, vmbo, mbo-1, avo-onderbouw (eerste drie jaren van havo en vwo) |
| middelbaar | mbo, havo, vwo  | havo, vwo, mbo-2-4                                                        |
| hoog       | hbo, wo         | hbo, wo                                                                   |

In de rapportages van de winkels wordt het mbo-niveau niet onderverdeeld en kan de CBS-indeling dus niet worden gehanteerd.

Van bijna 50 % van de klanten is het opleidingsniveau bekend. Van de andere klanten wordt gemeld dat dit onbekend is of is dit niet aangeleverd.

**Conclusie: in de standaardrapportage opleidingsniveau opnemen en conform het Kompas indelen in laagst, laag, middelbaar, hoger en onbekend/blanco.**

## 9. Succes

Alle winkels rapporteren impliciet of expliciet over het door de klant behaalde succes. Bij enkele winkels wordt bij het nabellen gevraagd naar de reden waarom er geen succes geboekt werd en of men nog verder aan het solliciteren is geweest. Verder wordt soms gevraagd of het bij succes om dezelfde functie gaat als bij de 1<sup>e</sup> kleedsessie. Een indeling naar branche van de verkregen baan wordt door één winkel gerapporteerd. De meeste winkels noteren de functie waarnaar gesolliciteerd werd, echter veelal in vrije tekst en met een grote diversiteit. Voor de standaardrapportage leveren deze nadere specificaties geen bruikbare gegevens op.

Het blijkt dat in totaal van ruim de helft van de klanten bekend is of zij wel of niet geslaagd zijn. Van de overige klanten is dat niet bekend omdat zij niet kwamen voor een 2<sup>e</sup> of 3<sup>e</sup> kleedsessie of niet bereikbaar waren bij het nabellen.

**Conclusie: in de standaardrapportage succes opnemen met de indeling: ja, nee en blanco.**

## 10. Soort succes

Van belang is natuurlijk de soort succes dat geboekt is. Kleedsessies dienen er niet alleen voor om de klanten te ondersteunen bij het vinden van betaald werk, maar ook als zij zich bij opdrachtgevers willen presenteren als ZZP-er, een stage willen gaan doen of als vrijwilliger aan de slag gaan. Tussen deze categorieën bestaan vele combinaties en er zijn ook veel nuances aan te brengen, zoals blijkt uit de gerapporteerde gegevens van de winkels.

Een paar voorbeelden:

- Betaalde baan, maar tellen een paar uur per week, een oproepcontract, een tijdelijk contract, uitzendwerk ook mee?
- Stages die soms wel soms niet betaald worden; soms als voortraject naar een betaalde baan.
- Werken gecombineerd met een opleiding en/of een uitkering.
- Vrijwilligerswerk, naast een uitkering, als eerste stap richting werk. Met al dan niet een kleine vergoeding.

De rapportages van de winkels verschillen ook omdat zij met hun verwijzers afspraken hebben gemaakt om over het succes van de klanten te rapporteren. In een aantal gevallen is daar ook de subsidie voor de winkel op gebaseerd. Maar sommige verwijzers honoreren bijvoorbeeld vrijwilligerswerk niet en wordt dit ook niet door de winkel geregistreerd. Over de startdatum van de verkregen baan en het aantal uren/week wordt maar door een paar winkels gerapporteerd.

Alles afwegende is de keus gevallen op:

- baan: betaald werk in enigerlei omvang, duur en soort contract
- ZZP: als zelfstandige aan de slag (willen) gaan
- stage: als het hoofdkenmerk is dat (vrijwel) onbetaald een traject wordt ingegaan
- vrijwilligerswerk: als dit expliciet vermeld wordt

Ruim 90 % van de klanten die geslaagd zijn, valt in deze 4 categorieën. Van 9 % van de geslaagde klanten is de soort succes niet vermeld of onbekend.

**Conclusie: in de standaardrapportage de soort succes opnemen met de indeling: baan, ZZP, stage, vrijwilligerswerk en onbekend/blanco.**

#### **11. Waardering voor Dress for Success**

De nabelgesprekken worden door een aantal winkels ook gebruikt om teruggekoppeld te krijgen hoe de klanten Dress for Success waarderen, hoe zij daarvan gehoord hebben, of zij nog klachten, suggesties en opmerkingen hebben en wat de bijdrage van de kleedsessie was aan het behaalde succes. Prachtig en nuttig materiaal voor de winkels om voortdurend bezig te zijn met het (beter) inspelen op de wensen en behoeften van de klanten. Maar door het anekdotische karakter van de rapportages leveren die geen gegevens op die bruikbaar zijn in een gestandaardiseerde rapportage.

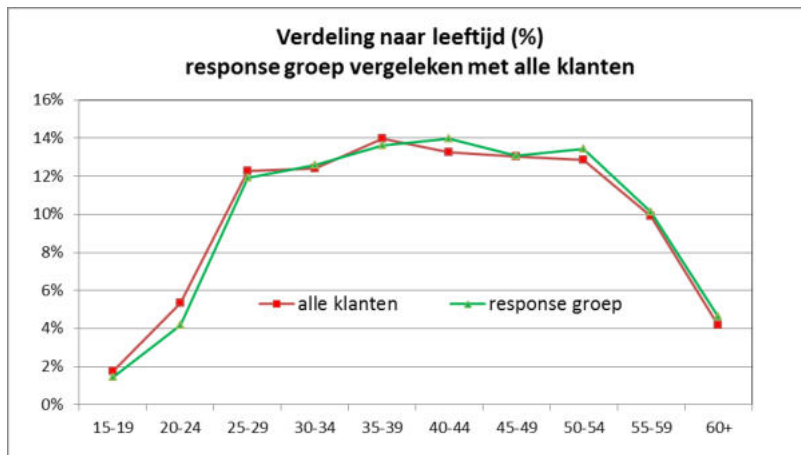
Het rapportcijfer dat een aantal winkels vraagt leent zich daar wel voor. Enkele winkels vragen rapportcijfers voor verschillende aspecten, bijvoorbeeld voor de winkel, voor de vrijwilligers en voor een algemene indruk. In deze gevallen zijn de rapportcijfers gemiddeld.

**Conclusie: in de standaardrapportage het rapportcijfer (1-10) voor Dress for Success opnemen.**

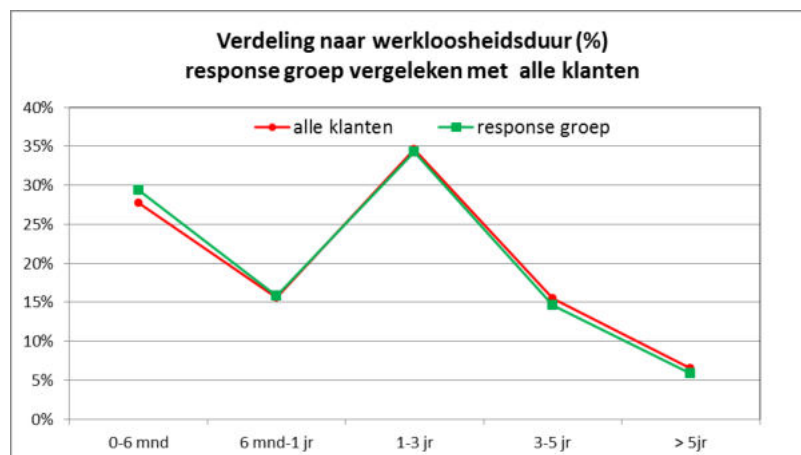
### Representativiteit van de response groep

De analyse van de succespercentages vindt plaats op basis van de response groep, de groep klanten waarvan is vastgesteld of ze al dan niet geslaagd zijn bij hun sollicitatie. Om te bepalen of de response groep representatief is voor de totale groep klanten is een statistische toets gedaan.

Als voorbeeld de verdeling naar leeftijd - voorzover bekend - in de responsegroep (1369 klanten) vergeleken met die in de totale groep klanten (2559 klanten).



In de grafiek is te zien dat de beide lijnen een vrijwel gelijk verloop hebben. De correlatiecoëfficiënt tussen deze beide groepen is 0,9938. Apart bezien voor vrouwen en mannen is de correlatiecoëfficiënt 0,9936 resp. 0,9912. Aangezien een correlatiecoëfficiënt boven 0,90 al duidt op een zeer hoge correlatie<sup>7</sup>, is de response groep dus zeer representatief voor de totale groep klanten.



Ook de verdeling naar werkloosheidsduur – voor zover bekend – van de response groep (778 klanten) vergeleken met die van alle klanten (1290 klanten) laat een zeer hoge correlatie zien.

De correlatiecoëfficiënt is 0,9972. Apart bij de vrouwen is die 0,9989 en bij de mannen 0,9968.

Bij deze voorbeelden blijkt dat de response groep anders van samenstelling en omvang is, afhankelijk van de variabele die getoetst wordt. Een klant waarvan de leeftijd wel bekend is, maar niet de werkloosheidsduur, wordt wel meegenomen bij de beoordeling van de correlatie op de variabele 'leeftijd', maar niet bij die op de variabele 'werkloosheidsduur'.

De berekening van de correlatiecoëfficiënt is daarom uitgevoerd bij elk van de combinaties van variabelen die in hoofdstuk 4 zijn besproken, om te bepalen of de in hoofdstuk 5 weergegeven succespercentages representatief zijn voor de totale groep klanten. Onderstaande tabel geeft de correlatiecoëfficiënten voor alle gebruikte combinaties van variabelen<sup>8</sup>. Op één uitzondering na is de correlatie bijzonder hoog.

<sup>7</sup> Zie [www.tilburguniversity.edu/nl/studenten/studie/colleges/spsshelpdesk/eddesk/correlat/](http://www.tilburguniversity.edu/nl/studenten/studie/colleges/spsshelpdesk/eddesk/correlat/)

<sup>8</sup> Bij combinaties waarbij het geslacht een variabele is, heeft het geen zin om te toetsen of de man/vrouw-verdeling in de response groep overeenkomt met die van alle klanten. Als het aantal vrouwen in beide groepen groter is dan het aantal mannen, is de correlatiecoëfficiënt per definitie +1. Is echter in de ene groep het aantal vrouwen groter dan het aantal mannen en in de andere groep is dat omgekeerd, dan is deze per definitie -1.



| Variabelen                          | Aantal in<br>response groep | Aantal in<br>totale groep | Correlatie-<br>coëfficiënt |
|-------------------------------------|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| <b>Leeftijd x geslacht</b>          |                             |                           |                            |
| Totaal                              | 1369                        | 2559                      | 0,9938                     |
| Vrouwen                             | 669                         | 1248                      | 0,9936                     |
| Mannen                              | 700                         | 1310                      | 0,9912                     |
| <b>Soort uitkering x geslacht</b>   |                             |                           |                            |
| Totaal                              | 1202                        | 2313                      | 1,0000                     |
| Vrouwen                             | 586                         | 1136                      | 1,0000                     |
| Mannen                              | 616                         | 1177                      | 1,0000                     |
| <b>Werkloosheidsduur x geslacht</b> |                             |                           |                            |
| Totaal                              | 778                         | 1290                      | 0,9972                     |
| Vrouwen                             | 355                         | 618                       | 0,9989                     |
| Mannen                              | 424                         | 672                       | 0,9968                     |
| <b>Opleidingsniveau x geslacht</b>  |                             |                           |                            |
| Totaal                              | 822                         | 1347                      | 0,9980                     |
| Vrouwen                             | 373                         | 644                       | 0,9912                     |
| Mannen                              | 448                         | 623                       | 0,9995                     |
| <b>Leeftijd x opleidingsniveau</b>  |                             |                           |                            |
| <i>per opleidingsniveau</i>         |                             |                           |                            |
| Totaal                              | 818                         | 1333                      | 0,9995                     |
| Laagst + laag                       | 154                         | 291                       | 0,9997                     |
| Middelbaar                          | 396                         | 624                       | 0,9988                     |
| Hoog                                | 268                         | 418                       | 0,9981                     |
| <i>per leeftijdsklasse</i>          |                             |                           |                            |
| Totaal                              | 818                         | 1333                      | 0,9947                     |
| 15-24                               | 56                          | 82                        | 0,9889                     |
| 25-34                               | 216                         | 350                       | 0,9967                     |
| 35-44                               | 217                         | 377                       | 0,9938                     |
| 45-54                               | 222                         | 343                       | 0,9449                     |
| 55+                                 | 107                         | 181                       | 0,9681                     |
| <b>Leeftijd x werkloosheidsduur</b> |                             |                           |                            |
| <i>per werkloosheidsduur</i>        |                             |                           |                            |
| Totaal                              | 776                         | 1277                      | 0,9899                     |
| 0-6 mnd.                            | 138                         | 226                       | 0,9968                     |
| 6 mnd-1 jr.                         | 221                         | 374                       | 0,8896                     |
| 1-3 jr.                             | 205                         | 340                       | 0,9944                     |
| > 3 jr.                             | 212                         | 337                       | 0,9899                     |
| <i>per leeftijdsklasse</i>          |                             |                           |                            |
| Totaal                              | 776                         | 1277                      | 0,9862                     |
| <30                                 | 227                         | 351                       | 0,9977                     |
| 30-39                               | 123                         | 201                       | 0,9921                     |
| 40-49                               | 257                         | 442                       | 0,9952                     |
| 50+                                 | 159                         | 283                       | 0,9538                     |