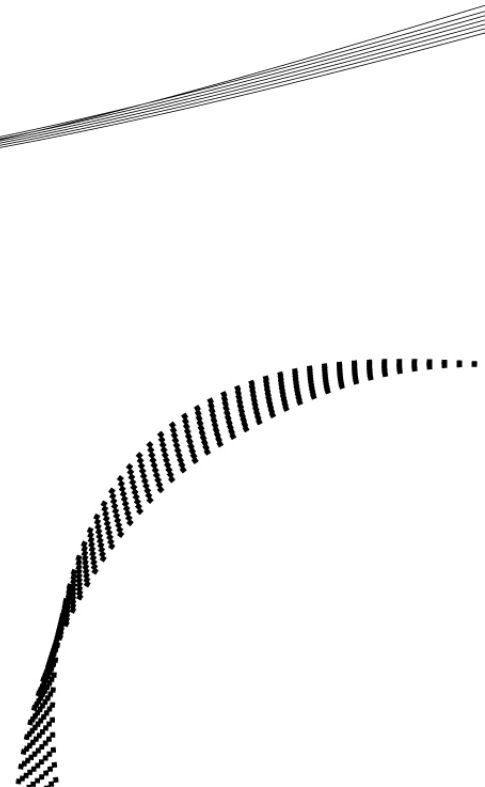
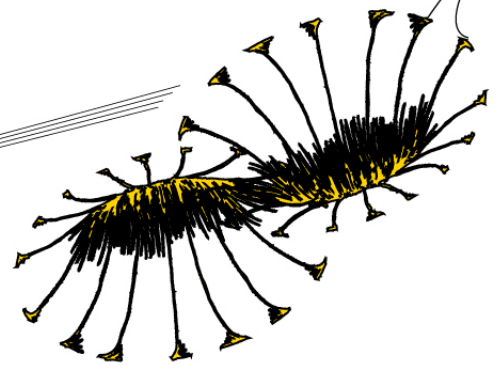


EINDRAPPORT
DIA ENSCHEDE



Eindrapport DIA Enschede

Datum 15 februari 2016
Versie 1.0

Uitgever Universiteit Twente
Center for e-Government Studies
<http://www.cfes.nl>

Met subsidie van

Publicatie titel Eindrapport DIA Enschede
Publicatiejaar 2016
Publicatietype Onderzoeksrapport

Auteurs Prof. dr. Wolfgang Ebbers
Julia Lange, Msc.

Correspondentie Wolfgang Ebbers
E-mail W.E.Ebbers@utwente.nl

APA Referentie Ebbers, W.E., Lange, J.D.U. (2016). *Rapportage 2-meting en interviews DIA Enschede*. Enschede: Universiteit Twente.

INHOUDSOPGAVE

Inleiding	4	
1	Concluderende samenvatting	5
2	Onderzoeksverantwoording	6
3	Beschrijving Respondenten 2-meting	9
2.1	Socio-demografische gegevens van de respondenten	9
4	Effectiviteit pijlers	10
4.1	Veranderingen tussen 0- en 2-meting	10
4.2	Veranderingen in zoekresultaat tussen de 0- en de 2-meting	11
4.3	Verschillen 2-meting onderling	12
4.4	Daadwerkelijk uitstroom	12
4.5	Conclusies veranderingen t.o.v. 0-meting en aanbevelingen	13
4.6	Advies naar aanleiding van de conclusies	13
5	Waardering dienstverlening	14
5.1	Rapportcijfer per pijler	14
5.2	Rapportcijfer per leeftijdscategorie	15
5.3	Rapportcijfer per opleidingsniveau	15
5.4	Rapportcijfer t.o.v. attributie	16
5.5	Rapportcijfer t.o.v. behoefte aan persoonlijk contact	17
5.6	Rapportcijfer t.o.v. Gebruik digitale dienst	17
5.7	Variabelen die geen effect op rapportcijfer hebben	18
5.8	Waardering ten aanzien van de dienstverlening	18
5.9	Conclusie waardering dienstverlening en digitale dienstverlening.	19
6	Veel en Weinig - Gebruikers Digitale Dienst	20
6.1	Leeftijd, geslacht en opleiding	20
6.2	Verschillen tussen veel-gebruikers digitale dienst en weinig-gebruikers	21
6.3	Conclusie gebruikers digitale dienst	21
7	Interviews: Effectiviteit pijlers	22
7.1	Veranderingen in zoekgedrag en zoekresultaat	23
7.2	Waardering applicaties	23
7.3	Conclusie en interpretatie	24
Bronnen / referenties		25
Variabelen en hun toelichting		26

INLEIDING

Voor u ligt het eindrapport van het onderzoek naar het project Digitale Innovatie Arbeidsmarkt van de gemeente Enschede en het Werkplein Twente door het Center for e-Government Studies van de Universiteit Twente. Het rapport geeft een overzicht van:

- de DIA 2-meting (de derde en laatste dataverzameling aan de hand van een online enquête uit de populatie van PW-werkzoekenden uit de regio Twente/Enschede) afgezet tegen de 0-meting,
- de daadwerkelijke uitstroomcijfers.
- de belangrijkste uitkomsten uit de interviews met deelnemers van de DIA-interventie

Het doel van het onderzoek was: beoordelen of de pijlers succes boeken, en zo mogelijk welke pijler het meeste succes heeft geboekt en waarom.

De data van de 2-meting is verzameld in de tweede helft van november 2015. Door het relatief kleine aantal respondenten kunnen weliswaar indicaties gegeven worden, maar moet er voorzichtigheid worden betracht voor wat betreft de generaliseerbaarheid van de uitkomsten naar andere regio's of doelgroepen.

Verder zijn we in staat geweest om de daadwerkelijke uitstroom in beeld te krijgen. Dan gaat het om uitstroom naar een fulltime baan, parttime baan/uitstroom of uitstroom om een andere reden. De pijlers scoren op onderdelen beter dan de controlegroep. Maar ook hier geldt dat er voorzichtigheid moet worden betracht voor wat betreft de generaliseerbaarheid van de uitkomsten. We kunnen niet met volledige zekerheid vaststellen of de cijfers komen door de werkwijzen, onafhankelijk van bijvoorbeeld ontwikkelingen in de regionale economie. Daarvoor is de periode te kort geweest.

De interviews werden afgenomen in de maand september en oktober 2015. In totaal werden 10 interviews gehouden met 5 werkzoekenden uit pijler 1 en 5 werkzoekenden uit pijler 2. Het doel van de interviews was om aanvullend op de data uit de vragenlijst een dieper begrip te krijgen van de effectiviteit van de interventies (een effect op werkzoekresultaat en werkzoekgedrag).

De primaire doelgroepen van deze rapportage zijn de projectgroep en stuurgroep Digitale Innovatie Arbeidsmarkt.

De rapportage is opgebouwd als volgt: Hoofdstuk 1 geeft een samenvatting van dit rapport weer, met daarin de belangrijkste conclusies. Hoofdstuk 2 geeft de onderzoeksverantwoording weer. Hoofdstuk 3 beschrijft de socio-demografische data van de respondenten, zoals leeftijd en opleidingsniveau. In hoofdstuk 4 wordt zowel het totale verschil van de 2-meting met de resultaten van de 0-meting besproken, als ook de verschillen van de pijlers en de controlegroep onderling. Ook wordt in dat hoofdstuk aangegeven wat de resultaten zijn geweest bij de daadwerkelijke uitstroom. Hoofdstuk 5 gaat in op de waardering van de dienstverlening van het Werkplein. In hoofdstuk 6 zetten we de veel-gebruikers van pijler 1 en pijler 2 bij elkaar opgeteld af tegen de weinig-gebruikers van pijler 1 en pijler 2 bij elkaar opgeteld. Hoofdstuk 7 omvat het kwalitatieve deel van het onderzoek: de interviewresultaten. Aan het eind van het rapport staan de bronnen/referenties en een lijst met enkele variabelen en toelichting.

1 CONCLUDERENDE SAMENVATTING

In 2015 is de gemeente Enschede en Werkplein Twente begonnen met het uitproberen van twee nieuwe manieren van werken richten mensen in de bijstand, de zogenaamde PW-ers. Oogmerk was dat er een digitale aanpak werd gekozen die desalniettemin persoonlijk was. Er zijn twee aanpakken beproefd. Werk.nl in combinatie met de werkmap zoals UWV die nationaal ook ter beschikking stelt aan de WWers. En TING (heden 8TING), een applicatie die gebruik maakt van zogenaamd behavioral targeting, een aanpak uit de e-commerce. TING is een initiatief van Present Media bv.

Doel was om in een periode van een half jaar uit te zoeken of de twee aanpakken succes boeken en zo ja welke aanpak daarin het beste slaagde en waarom. Aan de Universiteit Twente / Center for e-Government Studies gevraagd het oordeel daarover te geven.

Een meetperiode van een half jaar is vrij kort om al te hoge verwachtingen te mogen hebben van het resultaat. Zeker als daarbinnen de technische kant van de interventies nog niet helemaal is geregeld, de coaches nog moeten worden ingewerkt en een deel van de periode ook nog eens midden in de zomervakantieperiode valt. Maar de uitkomst is dat ondanks dat op enkele sprekende onderdelen vooruitgang is geboekt. Dat mag opvallend en interessant worden genoemd.

Zo presteert de pijler waarin gewerkt is met de zogenaamde TING applicatie beter op fulltime uitstroom dan de controlegroep. De pijler waarin gewerkt is met werk.nl presteert beter op parttime uitstroom dan de controlegroep. Beide pijlers laten op enkele werkzoekgedragingen significante veranderingen zien vergeleken met hun startsituatie. Wat betreft gedrag, houding en werkzoekresultaat verschillen de pijlers aan de eindstreep niet significant van elkaar. Maar op onderdelen verschillen ze wel significant met de controlegroep. In beide pijlers was na een half jaar sprake van een meer gefocuste werkzoekstrategie, er zijn enkele aanwijzingen in de wetenschappelijke literatuur dat een dergelijke zoekstrategie tot een duurzamere match leidt.

Als we kijken naar de verwachting, de waardering en de gebruiksfrequenties van de digitale diensten zelf, is er geen verschil is met de controlegroep waar werk.nl zonder werkmap wordt aangeboden. Terwijl de pijlers op onderdelen duidelijk beter scoren. Dat sterkt ons vermoeden dat het de sterk persoonlijke, totaalaanpak is bij beide (!) pijlers die zorgt voor de geboekte successen, niet de digitale dienst sec. Het zijn de coaches, de groepsbijeenkomsten en individuele contacten tussen coach en werkzoekende die hier hoogstwaarschijnlijk een flinke duit in het zakje deden. Vooral als het gaat om het allerbelangrijkste: het vinden van werken of van een andere oplossing om deels of zelfs zonder bijstand verder te kunnen in het leven.

Onder de streep mogen we zeggen, dat ondanks de beperkende omstandigheden pijler 1 en 2 beide tot (een aantal verschillende) verbeteringen hebben geleid in houding, gedrag en uitstroomresultaat. Deze inzichten stemmen hoopvol en mogen een terecht gevoel van blijdschap geven bij de initiatiefnemers en de direct betrokkenen. Maar we adviseren daarbij wel terughoudendheid. De verbeteringen zijn goed, maar het kwam van ver. De aanpakken steken in hun resultaat niet met kop en schouders uit boven de rest. De aanpakken zijn beproefd in aparte projectorganisaties, zonder dynamiek van voortdurend nieuwe instroom. We kunnen niet met volledige zekerheid zeggen of de hogere uitstroom in zekere mate toevallig was en of de uitstroom duurzaam is. Voor beide is de onderzoeksperiode te kort geweest. Maar boven alles: er zijn ook mensen de afgelopen periode niet aan werk geholpen, terwijl ze daar mogelijk wel op gehoopt hadden.

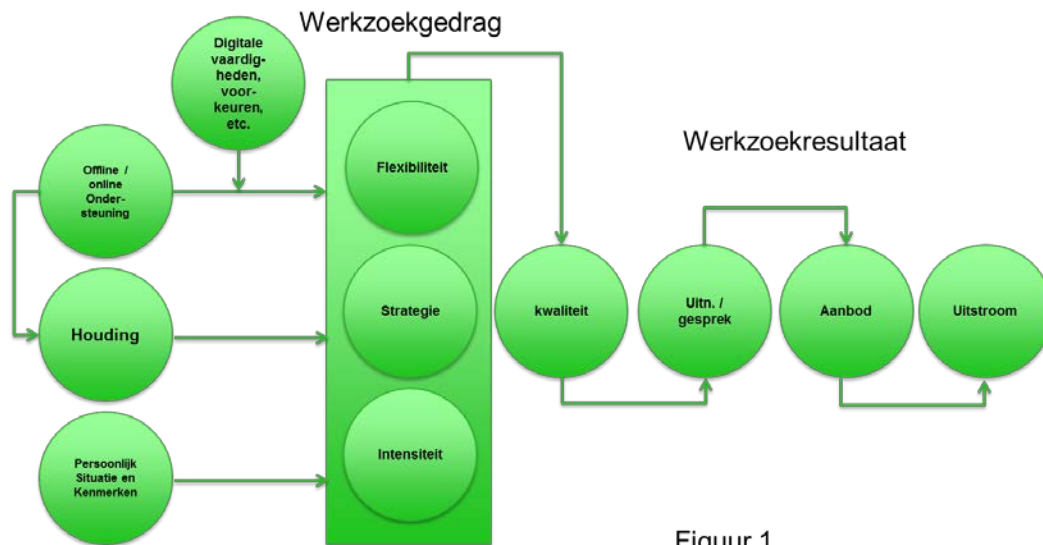
Wel tonen de resultaten naar onze mening genoeg redenen om door te gaan met het beproeven van de werkwijzen. Welke aanpak (of combinatie) het uiteindelijk moet worden, hangt ook af van de totale kosten per aanpak. Die zouden bij een vervolg goed in kaart gebracht moeten worden. Het is daarbij het overwegen waard om TING en Werk.nl op termijn doelgroepgericht in te zetten. De een vindt TING fijn en er is mee geholpen. De ander werk.nl. Maar het menselijke aspect, de inzet van de coach blijft in beide aanpakken nodig voor het (werkzoek)resultaat.

2 ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Het doel van het onderzoek is: beoordelen of de experimentgroepen (of beter gezegd: pijlers) succes boeken, en zo mogelijk welke pijler het meeste succes heeft geboekt en waarom. Om een antwoord op deze vragen te geven, is de onderzoeksopzet als volgt vormgegeven.

- 1) We wilden uitsluiten dat in een van de pijlers of de controlegroep sprake was van onder- of oververtegenwoordiging van kansrijke werkzoekenden. Dat zou de uitspraak over succes of falen sterk beïnvloeden. Daarom is bij de selectie van de deelnemers uiteindelijk een a-selecte keuze gemaakt uit een groep mensen die allemaal niet al met een andere interventie in aanraking was en die niet te ver van de arbeidsmarkt stond. Denk bij ver van de arbeidsmarkt aan multiple probleem gezinnen, verslaving, dak- of thuisloos, geen of slechte beheersing taal . Verder is gelet op een gelijke verdeling op leeftijd en geslacht. Deze groep was eerst 1420 personen groot. daaruit zijn 2 keer 150 mensen willekeurig geselecteerd. De niet-geselecteerden vormden de controlegroep.
- 2) Alle geselecteerde mensen kregen bij aanschrijven een toelichting. Daarbij kregen ze de mogelijkheid om aan te geven of ze uit de pijler wilden stappen. Hierbij werd aangegeven dat er geen gevolgen zaten aan deze keuze. Enkele mensen hebben van deze mogelijkheid gebruik gemaakt.
- 3) Tijdens de laatste analysefase bleek dat bij de selectie per abuis enkele mensen plaats hadden gekregen in die groepen (vooral in de controlegroep) die al met een andere krachtige interventie¹ van Werkplein Twente in aanraking waren geweest. Deze groep mensen is buiten de uitstroombetingen gehouden. Om zo de invloed van hun resultaten op het gemiddelde van de uitstroom uit te sluiten. Uiteindelijk hebben de pijlers en de controlegroep de volgende getalsmatige samenstelling gehad bij het berekenen van de daadwerkelijke uitstroom:
 - a. pijler 1: 145
 - b. pijler 2: 140
 - c. controlegroep: 983
- 4) Bij de mededeling van selectie is aan de deelnemers aangegeven dat de Universiteit Twente onderzoek zou gaan doen via een online enquête (papier was ook mogelijk) en bij enkelen met hun instemming een mondeling interview, waarbij de antwoorden vertrouwelijk en anoniem werden behandeld. Bij deze mededeling is tevens aangegeven van welk persoonlijk e-mailadres de Universiteit Twente voor het elektronische aanreiken/correspondentie van de enquête gebruik zou maken.
- 5) We wilden uitsluiten dat het oordeel over succes of falen al te zeer beïnvloed kon worden door heftige schommelingen in de regionale economie. Vooral door de plotselinge komst of vertrek van een grote werkgever in de regio gedurende de meetperiode. Daarom is bij de beoordeling niet alleen gelet op uitstroom. Ook drie andere factoren die van belang zijn bij het vinden van werk zijn meegenomen (zie ook figuur 1)
 - iemands werkzoekresultaat (lees: allerlei soorten sollicitatie activiteiten waaronder het schrijven van een sollicitatiebrief)
 - iemands werkzoekgedrag (bijvoorbeeld hoe vaak verricht iemand een sollicitatieactiviteit, met welke strategie)
 - en tot slot op allerlei daaraan voorafgaande of ondersteunende factoren als houding, situatie en de ervaren ondersteuning van het Werkplein en de applicaties.

¹ Het ging om het traject 'Direct Werk'



Figuur 1

- 6) Een tweede reden voor de keuze zoals omschreven bij het vorige punt, is dat op basis hiervan ook andere regio's beter kunnen inschatten of zo'n aanpak in hun regio kansrijk is.
- 7) Er is gewerkt met online enquêtes (papier was mogelijk, maar is enkel in de eerste meting sporadisch gebruikt), met 10 interviews en met formele uitstroomgegevens van Werkplein Twente.
- 8) De pijlers zijn over een periode van een half jaar drie keer gemeten met een online enquête: een startmeting (0-meting) in mei 2015, een tussenmeting (de 1 meting) eind augustus 2015 en een eindmeting (de 2 meting) in de laatste week van november 2015. De controlegroep is twee keer gemeten: een startmeting en een eindmeting. Deze metingen vielen nagenoeg gelijk met de betreffende metingen van de pijlers.
- 9) De deelname aan de enquêtes was vertrouwelijk en bovendien volstrekt en nadrukkelijk vrijwillig. Om daarbij de kansen op een bruikbaar aantal volledige ingevulde vragenlijsten (de respons) zo hoog mogelijk te krijgen, zij waardebonnen van €20 toegezegd en uitgereikt aan iedere pijlerdeelnemer die alle drie keer meedeed aan de enquête. Aan de controle groep zijn om dezelfde reden 7 waardebonnen ter waarde van €20 verloot aan degene die ook daadwerkelijk 2 keer meedeed. Deze maatregel is met de ethische commissie van de Universiteit Twente afgestemd. Daarbij is geconstateerd dat het om een proportionele beloning ging.
- 10) De respons op de vragenlijsten was in alle gevallen hoog genoeg om via statistische analyses:
 - a. al dan niet veranderingen waar te nemen tussen de startsituatie in mei 2015 en de eindsituatie eind november 2015.
 - b. een verschil te kunnen maken tussen de pijlers onderling en tussen de afzonderlijke pijlers en de controlegroep.
- 11) Bij het samenstellen van de vragenlijsten is onder meer gebruik gemaakt van bestaand, getest en aangereikt materiaal van de Universiteit Twente, de KU Leuven en Kenniscentrum UWV Amsterdam.
- 12) De respons was van dien aard dat we kunnen vaststellen of de geboekte verschillen en veranderingen te maken hebben met alleen het aanbieden van de digitale dienst of met de totaalaanpak (persoonlijke gesprekken, groepstrainingen etc.) waarbinnen de digitale dienst was ingebed.
- 13) De selectie van de interviewkandidaten heeft plaatsgevonden naar aanleiding van de 1-meting. We wilden alle geluiden zo veel mogelijk aan bod laten komen, positief en negatief. Daarbij is gelet op welk waarderingscijfer ze gaven voor de dienstverlening van UWV in het algemeen, hun geslacht en in welke pijler ze zaten. Op deze manier is een evenwichtige samenstelling verkregen van vrouwen en mannen (5 om 5), pijler 1 en pijler 2 (5 om 5) en cijfers (variërend van een score 5 tot een score 8).
- 14) Wat de interventies betreft: in pijler 1 is gebruikt gemaakt van de applicatie genaamd TING (nieuwe naam 8TING) waarbinnen op 6 toegespitste werkttypeprofielen cv's konden worden aangemaakt, vacatures werden aangereikt, etc. en waarbinnen contact mogelijk is met de werkcoach en taken kunnen worden toebedeeld. In pijler 2 is werk.nl ingezet met als extra toevoeging de 'werkmap', waarbij eveneens direct contact tussen werkcoach en werkzoekende mogelijk is en waarbinnen taken kunnen worden toebedeeld. De werkmap wordt normaliter alleen door het UWV aangeboden aan de WW populatie en niet aan de PW populatie.

Daaromheen zijn in beide pijlers verschillende groepsbijeenkomsten georganiseerd (denk aan instructies over hoe om te gaan met de applicatie tot en met hoe presenteer je je tijdens eens sollicitatiegesprek) en hebben individuele gesprekken plaatsgevonden via de telefoon of op het Werkplein zelf.

Voor meer informatie over de interventies verwijzen we naar een video op internet, hier te vinden:

<https://youtu.be/Oe1HiVGUVAE>

- 15) Voortdurend is door het onderzoeksteam van de Universiteit Twente gelet op dat informerende en motiverende bijeenkomsten niet in de buurt van de 0-meting en de eindmeting lagen. In een geval is dat bij de eindmeting toch gebeurd bij een kleine groep mensen. De antwoorden van die kleine groep zijn na constatering en voorafgaand aan de analyses verwijderd uit de database.
- 16) Tot slot, voor het vaststellen of de aanpakken ook tot duurzame uitstroom leiden, was de onderzoeksperiode te kort. Onderzoekservaring van collega wetenschappers leert, dat op zijn vroegst acht maanden na tewerkstelling daarover een eerste inzicht kan worden verkregen.

Over de duur van de meetperiode willen we nog het volgende benadrukken. Een meetperiode van een half jaar is vrij kort om al te hoge verwachtingen te mogen hebben van het resultaat. Zeker als daarbinnen de technische kant van de interventies nog niet helemaal is geregeld, coaches moeten worden ingewerkt en wanneer een deel van de periode tijdens de zomervakantieperiode valt.

3 BESCHRIJVING RESPONDENTEN 2-METING

In dit hoofdstuk zijn de socio-demografische data zoals leeftijd en opleiding van de respondenten uit de 2-meting weergegeven en mogelijke verschillen met de populatie (het aantal van WWB-werkzoekenden uit de regio Twente/Enschede met een afstand van langer dan 1 jaar tot de arbeidsmarkt, en niet vallend onder andere regelingen).

2.1 Socio-demografische gegevens van de respondenten

Tabel 1 geeft een overzicht van leeftijdsgroep, geslacht en hoogst genoten opleiding van de respondenten uit de 2-meting. In de experiment groep (beide pijlers bij elkaar opgeteld) is de leeftijdscategorie 45-54 jaar met 36,2 % sterker vertegenwoordigd dan in populatie. Ook de leeftijdscategorie 55-65 jaar is in de controlegroep met 20,9 % oververtegenwoordigd ten opzichte van de populatie. Verder is Het aantal hoogopgeleide respondenten net als in de eerdere metingen ook in de 2-meting oververtegenwoordigd vergeleken met de populatie. Wij hebben in de 2-meting net als in de 0-meting te maken met een licht scheve verdeling voor leeftijd en opleiding ten opzicht van de populatie (n=1420).

Groep	2Meting Pijler 1 (n = 35) %	2Meting Pijler 2 (n = 34) %	2Meting Experim ent groep (n = 69) %	2Meting Controle groep (n=91) %	2Meting Totaal (n = 160) %	Popul atie (n = 1420) %
Leeftijd						
< 25 jaar	11.4	5.9	8.7	5.5	6.9	10,5
25 – 34 jaar	28.6	35.3	31.9	20.9	25.6	38,5
35 – 44 jaar	22.9	11.8	17.4	29.7	24.4	26,4
45 – 54 jaar	28.6	44.1	36.2	23.1	28.8	18,6
55 – 65 jaar	8.6	2.9	5.8	20.9	14.4	6,1
Geslacht						
Mannen	42.9	35.3	39,1	57.1	49.4	53,7
Vrouwen	57.1	64.7	60,9	42.9	50.6	46,3
Hoogste opleiding						
Geen basisopleiding	0	0	0	0	0	0,1
Basisniveau	2.9	5.9	4.3	8.8	6.9	11,6
LBO/MAVO niveau	31.4	29.4	30.4	27.5	28.8	31,8
MBO/HAVO/ VWO niveau	37.1	38.2	37.7	34.1	35.6	41,0
HBO niveau	20.0	20.6	20.3	19.8	20.0	7,8
WO niveau	2.9	2.9	2.9	5.5	4.4	2,3
Onbekend	5.7	2.9	4.3	4.4	4.4	5,4

Tabel 1. Leeftijd, geslacht, opleiding respondenten 2-meting.

De data van de 2-meting is verzameld in de tweede helft van november 2015. Binnen deze periode werden respondenten via e-mail uitgenodigd om deel te nemen aan een enquête en aan hen werd in totaal drie keer een herinnering verstuurd. De voor de analyse bruikbare respons in de 2-meting is met 69 relatief klein (97 in de 0-meting). 35 van de responses komen uit pijler 1 en 34 responses uit pijler 2. De controlegroep leverde 91 responses op (224 in de 0-meting). Door het relatief kleine aantal respondenten kunnen welswaar indicaties gegeven worden, maar moet er voorzichtigheid worden betracht voor wat betreft de generaliseerbaarheid van de uitkomsten naar andere regio's of doelgroepen.

4 EFFECTIVITEIT PIJLERS

In dit hoofdstuk wordt gekeken naar:

- verschillen tussen de 0-meting en de 2-meting *binnen* de pijlers/controlegroep
- meer specifiek: of er een verschil is in werkzoekresultaat (met name het aantal arbeidsvoorwaardengesprekken wat werd gekozen als uitkomstvariabele, omdat dat het dichtst bij het geambieerde doel van daadwerkelijke werkhervatting ligt) tussen de 0-meting en de 2-meting
- de verschillen *tussen* de pijlers en de controlegroep binnen de 2-meting.

Op basis van de eerdere bevindingen worden conclusies over de effectiviteit van de pijlers en aanbevelingen over mogelijke bijsturingen gegeven.

Voor een uitleg van de gebruikte variabelen verwijzen we naar de bijlagen.

4.1 Veranderingen tussen 0- en 2-meting

Tabel 2 laat de veranderingen in de gemeten variabelen van de 2-meting ten opzichte van de 0-meting zien. In de controle groep zijn geen significante verschillen te vinden. De waardes daar zijn dus in de 2-meting gelijk gebleven ten opzichte van de 0-meting. Beide pijlers scoren vergeleken met de 0-meting in de 2-meting een hogere mate van gefocuseerde werkzoekstrategie. Dat wil zeggen dat respondenten uit pijler 1 en 2 beter weten wat hun eigen interesses, vaardigheden en eisen aan een baan zijn. Daarop gebaseerd zoeken ze gericht naar banen. Verder scoren respondenten uit pijler 2 hoger op werkzoek self-efficacy dan in de 0-meting. Dat betekent dat ze vinden dat ze beter zijn geworden in werkzoek gerelateerde handelingen, zoals een potentiële werkgever bellen of een open sollicitatie schrijven. Daarnaast geven respondenten uit pijler 1 in de 2-meting voor de manier waarop het Werkplein hun helpt bij het vinden van werk een hogere rapportcijfer dan in de 0-meting. Ook geven ze aan een hogere behoefte aan persoonlijk contact met het Werkplein te hebben dan in de 0-meting. Een mogelijke verklaring voor deze verhoging kan de aanwezigheid van een latente behoefte voor persoonlijk contact zijn. Een behoefte die door de strategie van pijler 1 (een zeer persoonlijke benadering) verder lijkt aangewakkerd.

Variabelen	Controlegroep (n = 91)	Pijler 1 (n = 35)	Pijler 2 (n = 34)
Waardering	onveranderd	verhoogd	onveranderd
Zoek Flexibiliteit	onveranderd	onveranderd	onveranderd
Gefocuseerde Werkzoekstrategie	onveranderd	verhoogd (van 2.86 naar 3.11)	verhoogd (van 2.80 naar 3.02)
Exploratieve Werkzoekstrategie	onveranderd	onveranderd	onveranderd
Werkzoek Intensiteit	onveranderd	bijna sig. verlaagd (p=.058, van 2.22 naar 2.04)	onveranderd
Werkzoek Intentie	onveranderd	onveranderd	onveranderd
Werkzoek Self-Efficacy	onveranderd	onveranderd	verhoogd (van 3.41 naar 3.62)
Werkhervattings-Self-Efficacy	onveranderd	onveranderd	onveranderd
Werk Commitment	onveranderd	onveranderd	onveranderd

Zelfvertrouwen	onveranderd	onveranderd	onveranderd
Attributie	onveranderd	onveranderd	onveranderd
Persoonlijk Contact	onveranderd	verhoogd (van 3.16 naar 3.50)	onveranderd
Verwachting Baan	onveranderd	onveranderd	onveranderd
Werkzoekresultaat	onveranderd	onveranderd	onveranderd

Tabel 2. Verschillen 2-meting ten opzichte van de 0-meting voor controlegroep en pijler 1 en 2.

4.2 Veranderingen in werkzoekresultaat tussen de 0- en de 2-meting

De statistische analyses lieten geen significant verschil zien tussen de waardes voor werkzoekresultaat uit de 2-meting en de 0-meting. De waarde was laag en is laag gebleven. Ook het aantal arbeidsvoorwaardengesprekken², is onveranderd gebleven. In pijler 1 is echter wel sprake van een *bijna* significante verlaging van de werkzoekintensiteit.

Hoewel er geen verandering in werkzoekresultaat in de huidige meting ten opzichte van de 0-meting is gevonden, is er toch gekeken naar de voorspellers van werkzoekresultaat omdat men hiervan interventie-mogelijkheden - “knopen om aan te draaien”- af zou kunnen leiden. Werkzoekresultaat bestaat uit drie vragen, ze gaan over hoe vaak iemand in de afgelopen twee maanden (1) een uitnodiging voor een sollicitatiegesprek heeft gekregen, (2) een sollicitatiegesprek heeft gevoerd en (3) een arbeidsvoorwaardengesprek heeft gevoerd.

Volgens de data van de 2-meting doen zich 3 voorspellers van werkzoekresultaat voor, namelijk:

- (1) Werkzoek intensiteit – de frequentie van sollicitatieactiviteiten. Ook een voorspeller in de 0-meting.
- (2) Verwachting Baan – hoe lang iemand denkt te doen om weer werk te vinden. Ook een voorspeller in de 0-meting.
- (3) Opleidingsniveau. In de 0-meting was dat overigens geen voorspeller, er is wel sprake van een samenhang met werkzoekintentie en opleiding. In de 0-meting was de werkzoekintentie overigens nog wel een voorspeller.

Voorspeller	Sterkte	Significantie p	Toelichting
Werkzoek Intensiteit	.29	>.05	Hoe hoger de werkzoek intensiteit, hoe beter het werkzoekresultaat.
Verwachting Baan	-.23	>.05	Hoe sneller men denkt men denkt een baan te vinden, hoe beter het werkzoekresultaat.
Opleidingsniveau	.27	>.05	Hoe hoger men is opgeleid, hoe beter het werkzoekresultaat.

Tabel 3. Voorspellers van werkzoekresultaat (n=69). De verklaarde variatie is 28% (Nagelkerke $R^2 = .28$).

De 3 variabelen verklaren samen 28 procent van het werkzoekresultaat. 72 procent van het werkzoekresultaat wordt dus verklaart door andere factoren, die we niet in beeld hebben. Denk bijvoorbeeld aan de regionale economie: het aantal vacatures en de werkelijke vraag naar personeel. Het kan goed zijn dat dit een rol speelt, omdat in de 2-meting het werkzoekresultaat negatief correleert met de variabele gefocusseerde werkzoekstrategie. Dat betekent hoe beter de kennis van eigen interesses, vaardigheden en eisen aan een baan en daarop gebaseerd gericht naar banen zoeken, hoe lager het

² Arbeidsvoorwaardengesprekken was in de analyse van de data uit de 0-meting gekozen als uitkomstvariabele, omdat dat het dichtst bij het geambieerde doel van daadwerkelijke werkhervatting ligt.

werkzoekresultaat. Als er vervolgens weinig banen zijn waar gericht naar gezocht kan worden, ligt het aantal werkzoekacties mogelijk daardoor lager. Daarnaast is er een correlatie met werkzoek intentie – hoe hoger de motivatie om er alles aan te doen om werk te vinden, hoe hoger het werkzoekresultaat. Overigens kunnen aan de correlatie van werkzoekresultaat met deze twee variabelen kunnen geen causale verbanden ontleent worden: het zijn geen voorspellers.

4.3 Verschillen 2-meting onderling

In tabel 4 zijn mogelijke verschillen binnen de 2-meting weergegeven. De tabel laat zien dat de waardes van de variabelen van pijler 1 en pijler 2 onderling niet verschillen. Pijler 1 heeft een hogere waarde voor werkzoek intentie dan de controlegroep. Pijler 2 heeft hogere waardes voor werkzoek intentie, werkzoek self-efficacy en zelfvertrouwen dan de controlegroep.

Variabelen	Pijler 1 vs. Pijler 2	Pijler 1 vs. Controlegroep	Pijler 2 vs. Controlegroep
Waardering	geen verschil	geen verschil	geen verschil
Zoek Flexibiliteit	geen verschil	geen verschil	geen verschil
Gefocusseerde Werkzoekstrategie	geen verschil	geen verschil	geen verschil
Exploratieve Werkzoekstrategie	geen verschil	geen verschil	geen verschil
Werkzoek Intensiteit	geen verschil	geen verschil	geen verschil
Werkzoek Intentie	geen verschil	hoger (3.67 vs. 3.27)	hoger (3.72 vs. 3.27)
Werkzoek Self-Efficacy	geen verschil	geen verschil	hoger (3.65 vs. 3.27)
Werkhervattings-Self-Efficacy	geen verschil	geen verschil	geen verschil
Werk Commitment	geen verschil	geen verschil	geen verschil
Zelfvertrouwen	geen verschil	geen verschil	hoger (3.89 vs. 3.60)
Attributie	geen verschil	geen verschil	geen verschil
Persoonlijk Contact	geen verschil	geen verschil	geen verschil
Verwachting Baan	geen verschil	geen verschil	geen verschil
Werkzoekresultaat	geen verschil	geen verschil	geen verschil

Tabel 4. Verschillen 2-meting onderling voor pijler 1, 2 en controlegroep.

4.4 Daadwerkelijk uitstroom

Onderstaande tabel (tabel 5) laat de gegevens van de daadwerkelijk uitstroom zien van de pijlers en de controlegroep.

pijler	aantal deelnemers	Reden uit bijstand	Totaal	%
1	145	werk/opleiding binnen pilotperiode, uit PW	17	11.7
		nieuw parttime werk/opleiding (nog) niet uit PW	17	11.7
		einde PW om andere reden dan werk	13	9.0
2	140	werk/opleiding binnen pilotperiode, uit PW	10	7.1
		nieuw parttime werk/opleiding (nog) niet uit PW	21	15.0
		einde PW om andere reden dan werk	7	5.0
3	983	werk/opleiding binnen pilotperiode, uit PW	85	8.6
		nieuw parttime werk/opleiding (nog) niet uit PW	77	7.8
		einde PW om andere reden dan werk	42	4.3

Tabel 5 Uitstroomresultaten voor pijler 1, 2 en controlegroep (in tabel genaamd pijler 3).

Uit de tabel wordt duidelijk, dat na afloop van de meetperiode de pijler (1) waarin gewerkt is met de zogenaamde TING applicatie beter op fulltime uitstroom scoort dan de controlegroep. De pijler (2) waarin gewerkt is met werk.nl presteert beter op parttime uitstroom dan de controlegroep.

4.5 Conclusies veranderingen t.o.v. 0-meting en aanbevelingen

Beide pijlers tonen vergeleken met de 0-meting in de 2-meting een hogere mate van gefocusseerde werkzoekstrategie. Dat wil zeggen dat respondenten uit pijler 1 en 2 beter weten wat hun eigen interesses, vaardigheden en eisen aan een baan zijn en daarop gebaseerd gericht naar banen zoeken. Verder scoren respondenten uit pijler 2 in de 2-meting hoger op werkzoek self-efficacy dan in de 0-meting. Dat houdt in dat ze in staat zijn om werkzoek gerelateerde handelingen door te voeren, zoals een potentiële werkgever te bellen of een open sollicitatie te schrijven.

Daarnaast geven respondenten uit pijler 1 in de 2-meting de voor manier waarop het Werkplein hun helpt bij het vinden van werk een hogere waardering dan in de 0-meting. Ook geven ze aan een hogere behoefte aan persoonlijk contact met het Werkplein te hebben dan in de 0-meting. Een mogelijke verklaring voor deze verhoging kan de aanwezigheid van een latente behoefte voor persoonlijk contact zijn. Een behoefte die door de strategie van pijler 1 (een zeer persoonlijke benadering) verder is aangewakkerd.

Voor wat betreft het werkzoekresultaat (Aantal sollicitatieactiviteiten, allerlei soorten: van brieven schrijven tot en met het voeren van arbeidsvoorwaardengesprekken, maar exclusief uitstroom): beide pijlers hebben hier geen succes geboekt. Het werkzoekresultaat is in beide pijlers onveranderd laag ten opzicht van de 0-meting. Werkzoekintensiteit in pijler 1 is zelfs (bijna significant) verlaagd sinds de 0-meting. Maar dat is wel nauw verbonden met de gefocusseerde werkzoekstrategie. Het is dan ook interessant om te zien dan ondanks de lagere werkzoekintensiteit de uitstroom in pijler 1 hoger ligt dan in pijler 2 of de controlegroep.

4.6 Advies naar aanleiding van de conclusies

Mogelijkheden voor ingrepen zien we bij werkzoekintensiteit. Volgens de analyses verhoogt de intensiteit van werk zoeken daadwerkelijk de kans op werkherleving. Maar dat zal waarschijnlijk pas echt goed werken, als het aantal vacatures in deze regio verder toeneemt.

We weten uit ander onderzoek, dat intensiteit alleen nog niets zegt over de kwaliteit van de 'match' van de werkherleving, terwijl het daar in dit project wel om gaat. Uit de wetenschappelijke literatuur weet men dat de werkzoekstrategie voor de match een belangrijke rol kan spelen. De gefocusseerde strategie draait juist om de kwaliteit van de match van de werkherleving en is sinds de 0-meting significant verhoogd. In de 0-meting was de exploratieve werkzoekstrategie nog een voorspeller van werkzoekresultaat (met name het aantal arbeidsvoorwaardengesprekken), dat is in de 2-meting niet meer zo.

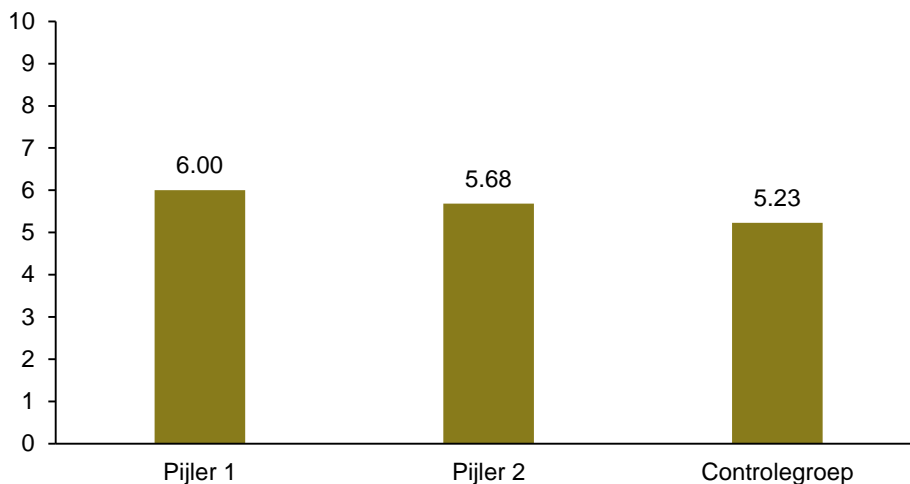
Verder adviseren we het gebruik van de digitale dienst te stimuleren, vooral onder jonge deelnemers aan de pilot. Deze maken volgens de data minder vaak gebruik van digitale dienst dan hun oudere mededeelnemers. Het gebruik van de digitale dienst is positief gerelateerd aan waardering van de dienstverlening van het Werkplein, zelfvertrouwen en werkzoek self-efficacy.

5 WAARDERING DIENSTVERLENING

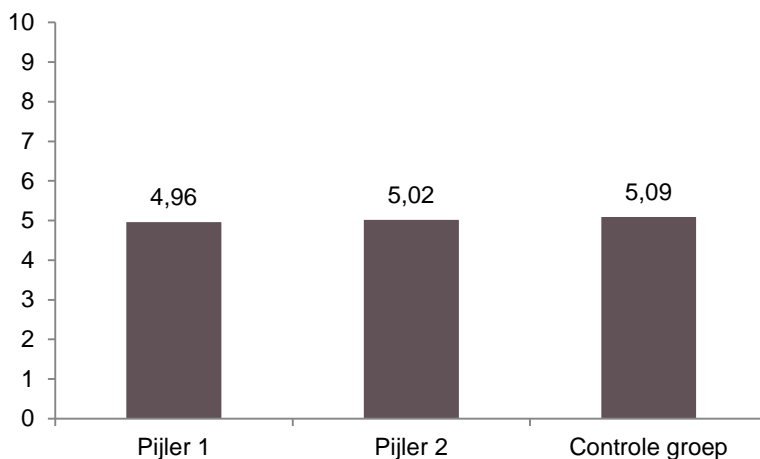
Dit hoofdstuk gaat in op de waardering van dienstverlening door de respondenten. Aan de respondenten is gevraagd een holistisch rapportcijfer te geven voor de dienstverlening met betrekking tot de manier waarop het Werkplein hen helpt bij het vinden van werk. Het gemiddelde rapportcijfer dat men geeft is een 5,49. Vergleken met de gemiddelde rapportcijfer uit de 0-meting van 5,06 is de waarde verhoogd. De verdere analyses laten dan ook zien dat dit verschil significant is: De waardering van de dienstverlening is dus vergeleken met de 0-meting in de 2-meting significant hoger. Dit komt vooral door de goede score van pijler 1. Zie ook 4.1 hieronder.

5.1 Rapportcijfer per pijler

Wat het rapportcijfer betreft, zoals in een vergelijking tussen figuur 2 en figuur 3 te zien is, zijn de waardes over de volle breedte verhoogd. De waardering bij de pijlers en de controlegroep is overal hoger dan bij de start van het experiment. Zo geven respondenten uit pijler 1 een gemiddeld rapportcijfer van 6,00, respondenten uit pijler 2 een 5,68 en de controle groep een 5,23. De waardes in de 2-meting van de pijlers en de controlegroep onderling lopen niet heel ver uiteen, de verschillen onderling zijn niet significant. Echter springt pijler 1 er uit, daar is de verhoging zo groot, dat van toeval geen sprake meer kan zijn: de verandering ten opzichte van de eigen startsituatie is significant.: De gemiddelde waardes zijn in pijler 1 gestegen van 4,96 naar 6,00. Voor pijler 2 en de controlegroep werden geen significante verschillen tussen de waardes uit de 0-meting en de 2-meting gevonden. Kort gezegd, overal steeg de waardering, maar bij pijler 1 het meest en het meest duidelijk.



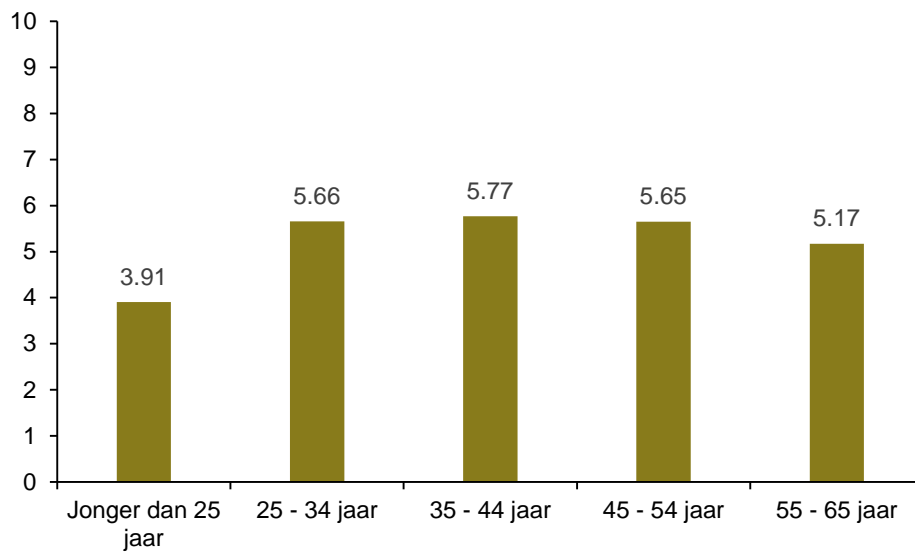
Figuur 2. Gemiddelde rapportcijfer per pijler en controlegroep 2-meting.



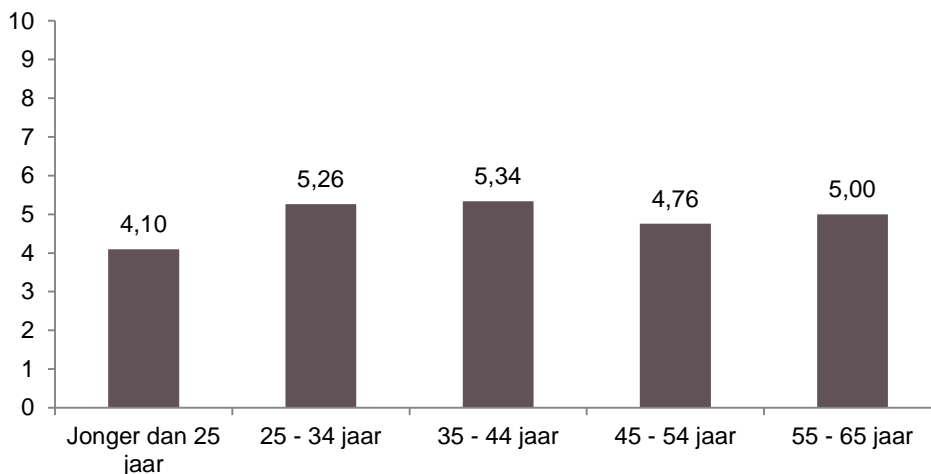
Figuur 3. Gemiddelde rapportcijfer per pijler 0-meting.

5.2 Rapportcijfer per leeftijdscategorie

Verder kunnen we zien hoe de verdeling van het rapportcijfer is over de verschillende leeftijdscategorieën over alle pijlers en de controlegroep heen, zoals gevisualiseerd in figuur 4 voor de 2-meting en figuur 5 voor de 0-meting. Zoals te zien in figuur 5 wordt net als in de 0-meting de dienstverlening het laagst gewaardeerd in de leeftijdscategorie 'jonger dan 25 jaar'. Respondenten in deze leeftijdscategorie geven een gemiddeld cijfer van 3,9. Het hoogst gewaardeerd wordt de dienstverlening in de leeftijdscategorie 35-44 jaar. Respondenten geven hier een 5,77. De statistische analyses laten zien dat de verschillen in rapportcijfer tussen de verschillende leeftijdscategorieën niet significant zijn.



Figuur 4. Gemiddelde rapportcijfer per leeftijdscategorie 2-meting (n=160).

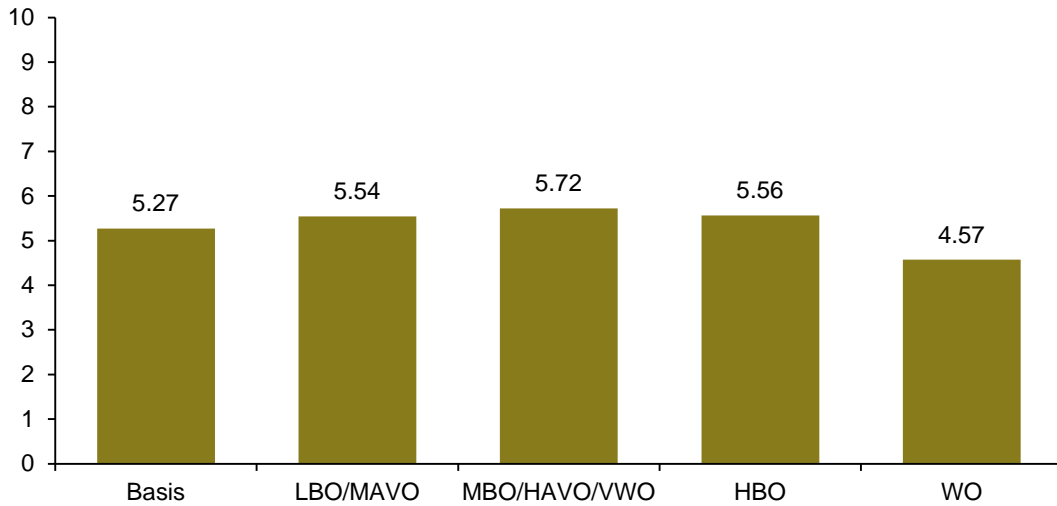


Figuur 5. Gemiddelde rapportcijfer per leeftijdscategorie 0-meting (n=160).

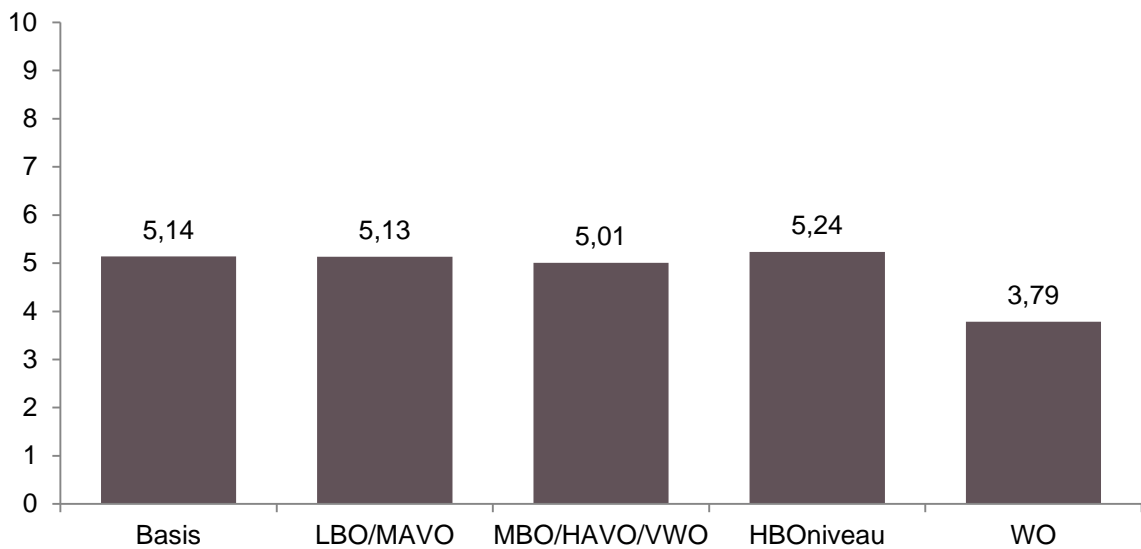
5.3 Rapportcijfer per opleidingsniveau

Het rapportcijfer kan ook opgesplitst worden naar opleidingsniveau over alle pijlers en controlegroep heen. In Figuur 8 en 9 zien we hoe respondenten met verschillende opleidingsniveaus de dienstverlening waarden. Figuur 6 laat zien dat in de 2-meting het rapportcijfer dat men geeft niet veel verschilt per

opleidingsniveau behalve voor universitair opgeleiden, hier ligt de gemiddelde waarde met 4.57 wat lager. In de 0-meting was er ook weinig verschil in waardering, behalve voor de groep universitair opgeleiden. Zij geven namelijk een 3.79 zoals weergegeven in figuur 7. Het percentage respondenten met een universitaire opleiding is echter wel erg laag in het onderzoek (4.4 %) en de statistische analyses laten ook zien dat de verschillen in rapportcijfer tussen de verschillende opleidingsniveaus niet significant zijn.



Figuur 6. Gemiddelde rapportcijfer per opleidingsniveau 2-meting (n=160).

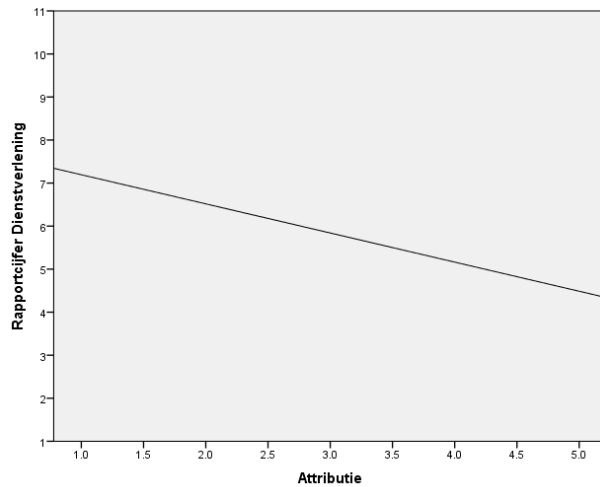


Figuur 7. Gemiddelde rapportcijfer per opleidingsniveau 0-meting (n=160).

5.4 Rapportcijfer t.o.v. attributie

Externe attributie met betrekking tot werk vinden is de mate waarin iemand de schuld van zijn werkloosheid bij anderen (de overheid, de markt, de werkgever) legt. De mate waarin iemand extern attribueert en het cijfer dat men geeft voor de dienstverlening van het Werkplein over alle pijlers en controlegroep heen, hangen wel met elkaar samen ($r = -.17$, $p = .03$), zoals te zien in figuur 8. Hoe meer men extern attribueert, hoe lager de waardering voor de manier waarop Werkplein men helpt bij het vinden van werk. Met andere woorden, hoe meer iemand de oorzaak van een situatie waarin iemand zich bevindt bij anderen neerlegt,

hoe lager de waardering voor de manier waarop Werkplein men helpt bij het vinden van werk..



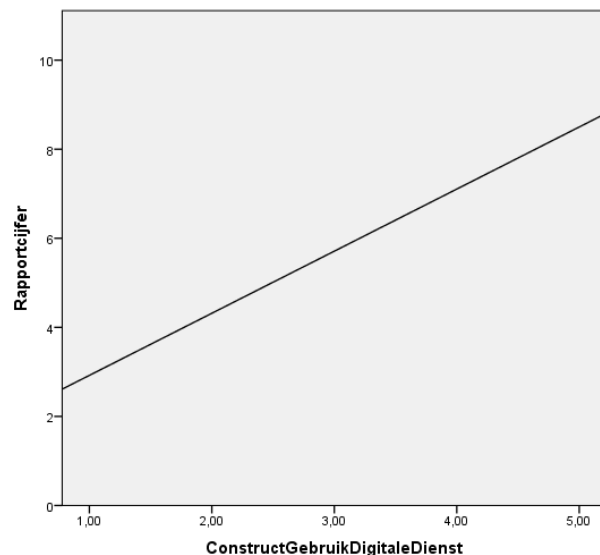
Figuur 8. Rapportcijfer per mate van attributie 2-meting (n=160).

5.5 Rapportcijfer t.o.v. behoefte aan persoonlijk contact

Behoeftte aan persoonlijk contact hangt samen met waardering. Dat was nog niet het geval in de 0-meting. Naar mate dat de behoefte aan persoonlijk contact toeneemt, stijgt de waardering voor de manier waarop Werkplein men helpt bij het vinden van werk.

5.6 Rapportcijfer t.o.v. Gebruik digitale dienst

Er is een samenhang tussen gebruik digitale dienst en rapportcijfer ($r = ,38$, $p < ,01$). Hoe meer men de digitale dienst gebruikt, prettig in gebruik en behulpzaam vindt bij het vinden van werk, hoe hoger is de waardering voor de manier waarop het Werkplein men helpt bij het vinden van werk.



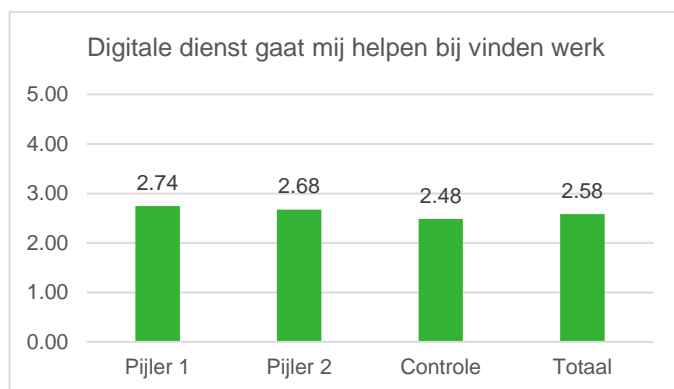
Figuur 9. Rapportcijfer t.o.v. construct gebruik digitale dienst 2-meting (n=160).

5.7 Variabelen die geen effect op rapportcijfer hebben

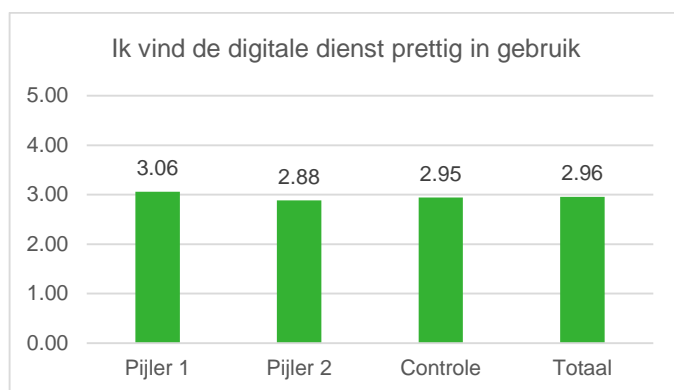
Verder is onderzocht in hoeverre het aantal maanden in de bijstand, en variabelen zoals zelfvertrouwen en digitale vaardigheden een effect hebben op de waardering van de dienstverlening. In de 2-meting is er, net als in de 0-meting, geen samenhang gevonden.

5.8 Waardering ten aanzien van de dienstverlening

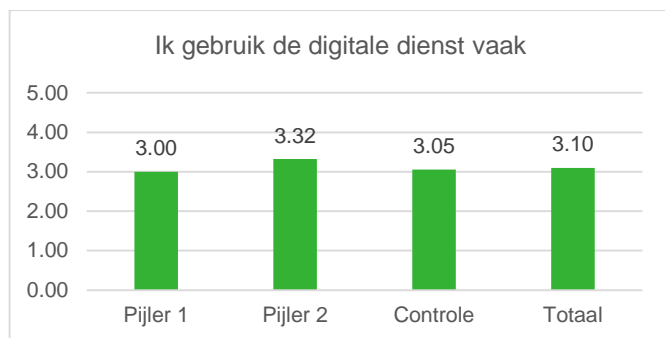
We hebben alle groepen (dus ook de controlegroep) bevraagd op of mensen vonden dat de digitale dienst hun ging helpen bij het vinden van werk, of de digitale dienst prettig was in gebruik en of ze de dienst vaak gebruikten. De figuren 10, 11 en 12 hieronder laten zien wat de gemiddelde uitslagen zijn op een 5-puntsschaal. Vooraf vermelden we dat de cijfers alleen optisch, maar statistisch gezien nergens significant van elkaar verschillen. Alle pijlers en de controlegroep scoren dus feitelijk hetzelfde.



Figuur 10. Waardering op 5-puntsschaal digitale dienst gaat helpen



Figuur 11. Waardering op 5-puntsschaal digitale dienst is prettig



Figuur 12. Waardering op 5-puntsschaal digitale dienst vaak gebruikt

Het gegeven dat alle pijlers eigenlijk hetzelfde scoren, leidt tot de conclusie dat de resultaten waarschijnlijk niet sec aan de digitale diensten zelf kan worden toegeschreven, maar dat het veel waarschijnlijker is dat het om de totaalaanpak gaat.

5.9 Conclusie waardering dienstverlening en digitale dienstverlening.

De waardering van de dienstverlening is in een half jaar tijd in zijn algemeen verhoogd van 5.06 in de 0-meting naar 5.49 in de 2-meting. Dat komt vooral door pijler 1. Want overal steeg de waardering, maar bij pijler 1 het meest en het meest duidelijk. Respondenten uit pijler 1 waarden de manier waarop het Werkplein hun helpt bij het vinden van werk het meest positief – zij geven gemiddeld een rapportcijfer van 6,00, respondenten uit pijler 2 geven een 5,68 en respondenten uit controle groep geven een 5,23. Daarnaast geven jonge respondenten (< 25 jaar) een bijzonder laag rapportcijfer, namelijk een 3.91. Hun waardering is ook gedaald, in de 0-meting lag de gemiddelde waarde nog bij 4.10. Het opleidingsniveau heeft geen invloed op de waardering van de dienstverlening. Alleen universitair opgeleiden geven een in verhouding lagere cijfer, maar de groep is met 4.4 % vrij klein en er is ook geen significant verschil gevonden tussen de opleidingscategorieën.

Verder heeft de mate van externe attributie invloed op het rapportcijfer, hoe meer men extern attribueert, hoe lager de waardering voor de manier waarop Werkplein hen helpt bij het vinden van werk. Behoefte aan persoonlijk contact en gebruik digitale dienst hebben ook een positief verband met het rapportcijfer: Hoe groter het behoefte aan persoonlijk contact en hoe vaker men de digitale dienst gebruikt, hoe hoger is het rapportcijfer dat men geeft.

Tegelijk laten de data zien dat de resultaten in hoofdstuk 3 waarschijnlijk niet sec aan de digitale diensten zelf kan worden toegeschreven, maar dat het veel waarschijnlijker is dat het om de totaalaanpak gaat. Een aanpak waarbij persoonlijk contact een grote rol speelt, al dan niet via de applicaties.

6 Veel en Weinig - Gebruikers Digitale Dienst

Om een beter beeld te schetsen van de groep respondenten die vaak gebruik maakt van de digitale diensten TING (pijler 1) en werkmapp/werk.nl (pijler 2), en om eventuele verschillen tussen vaak en weinig gebruikers te achterhalen, werden net als in de 1-meting de pijler-respondenten van de 2-meting gesplitst in een groep die vaak gebruik maakt (n = 27) en respondenten die zelden gebruik maakt (n = 42) van de digitale dienst. Ondanks de kleine aantallen aan respondenten mogelijke verschillen tussen de groepen uit te kunnen zoeken³.

6.1 Leeftijd, geslacht en opleiding

Categorie	Dienst veel gebruikt (n = 27) %	Dienst weinig gebruikt (n = 42) %	2-meting pijlers totaal (n = 69) %	0-meting totaal (n = 321) %	Populatie (n = 1420) %
Leeftijd					
< 25 jaar	-	14.4	8.7	6,2	10,5
25 – 34 jaar	25.9	36	31.9	30,8	38,5
35 – 44 jaar	18.5	16.8	17.4	27,4	26,4
45 – 54 jaar	44.4	31.2	36.2	24,3	18,6
55 – 65 jaar	11.1	2.4	5.8	11,2	6,1
Geslacht					
Mannen	40.7	37.6	39.1	49,8	53,7
Vrouwen	59.2	62.4	60.9	50,2	46,3
Opleiding					
Geen opleiding	-	-	-	-	0,1
Basis	4	4.8	4.5	6,5	11,6
LBO/MAVO	28	33.6	31.8	27,7	31,8
MBO/HAVO/VWO	40	38.4	39.4	39,6	41
HBO	28	16.8	21.2	17,1	7,8
WO	-	4.8	3	4,4	2,3
Onbekend	-	-	-	4,7	5,4

Tabel 6. Leeftijd, geslacht, opleiding gebruik digitale dienst.

Tabel 6 laat zien dat de veel-gebruikers van de digitale dienst een hogere leeftijd hebben dan de weinig-gebruikers: 44.4 % ten opzichte van 31.2 % zijn 45 -54 jaar oud en 11.1 % ten opzichte van 2.4 % zijn 55 – 65 jaar oud. De weinig-gebruikers zijn dus jonger, respectievelijk de helft van deze groep is jonger dan 34 jaar. Behalve voor leeftijd zijn er geen opmerkelijke verschillen tussen de groepen.

In de 1-meting hadden de respondenten uit de groep van veel-gebruikers van de digitale dienst ook een hogere leeftijd, maar lagen ook qua opleidingsniveau hoger dan de weinig gebruikers. Dat laatste is nu niet meer zo. We hebben hier geen verklaring voor anders dan dat meerdere deelnemers die in de 1-meting hebben meegedaan nu niet meer hebben meegedaan/zijn weggevallen. Hierdoor veranderd de samenstelling van de steekproef. We houden het er voor nu op dat rol die opleiding speelt nog niet duidelijk is.

³ Met behulp van het zogenaamde bootstrappen. Voor meer informatie, zie bijvoorbeeld [https://en.wikipedia.org/wiki/Bootstrapping_\(statistics\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Bootstrapping_(statistics)) (alleen in het Engels).

6.2 Verschillen tussen veel-gebruikers digitale dienst en weinig-gebruikers

Zoals in tabel 7 weergegeven ligt de waardering digitale dienst, werkzoek self-efficacy en zelfvertrouwen significant hoger bij de veel-gebruikers van de digitale dienst. Voor alle overige constructen is er geen significant verschil.

Variabelen	Dienst veel gebruikt	Dienst weinig gebruikt
Waardering	geen verschil	geen verschil
Waardering Digitale Dienst	hoger (3.43)	2.63
Zoek Flexibiliteit	geen verschil	geen verschil
Gefocuseerde Werkzoekstrategie	geen verschil	geen verschil
Exploratieve Werkzoekstrategie	geen verschil	geen verschil
Werkzoek Intensiteit	geen verschil	geen verschil
Werkzoek Intentie	geen verschil	geen verschil
Werkzoek-Self-Efficacy	hoger (3.74)	3.45
Werkhervattings-Self-Efficacy	geen verschil	geen verschil
Werk Commitment	geen verschil	geen verschil
Zelfvertrouwen	hoger (4.01)	3.73
Attributie	geen verschil	geen verschil
Persoonlijk Contact	geen verschil	geen verschil
Verwachting Baan	geen verschil	geen verschil
Werkzoekresultaat	geen verschil	geen verschil

Tabel 7. Verschillen vaak/weinig gebruik digitale dienst.

In de 1-meting was de groep veel-gebruikers gekenmerkt door een hogere mate aan werkzoekflexibiliteit en een hogere mate van exploratief werkzoekstrategie dan weinig-gebruikers.

6.3 Conclusie gebruikers digitale dienst

De groep veel-gebruikers van de digitale dienst is in verhouding ouder (gemiddelde leeftijd 43 jaar) dan de groep weinig-gebruikers (gemiddelde leeftijd 37 jaar) en de totale steekproef (gemiddelde leeftijd 41 jaar). Daarentegen is de groep weinig gebruikers van de digitale dienst in verhouding vrij jong, de helft is jonger dan 34 jaar. Verder is de groep veel-gebruikers van de digitale dienst gekenmerkt door een hogere waardering van de digitale dienst, zij vinden het dus prettiger in gebruik en denken dat de dienst hun beter gaat helpen bij het vinden van werk dan de groep weinig gebruikers van de digitale dienst. Daarnaast heeft de groep veel-gebruikers van de digitale dienst vergeleken met de weinig gebruikers een hoger zelfvertrouwen en een hogere werkzoek self-efficacy, dus het beheersen van werkzoek gerelateerde activiteiten zoals open sollicitaties schrijven of met een potentiële werkgever bellen.

Als het gaat om de waardering, is er geen significant verschil is tussen de groep van veel- en weinig-gebruikers⁴.

⁴ Dit lijkt in tegenspraak met hoofdstuk 4, waar we een positief verband vermeldden tussen gebruik van de digitale dienst en waardering van de algehele dienstverlening. Het verschil komt doordat we in hoofdstuk 4 hebben gekeken we naar pijler 1, 2 EN(!)controlegroep. Bovendien hebben we daar met alle drie items (Gaat de digitale dienst me helpen? Vind ik de digitale dienst prettig? En gebruik ik de digitale dienst vaak?) gerekend. Terwijl we het hier alleen hebben over hoe vaak iemand in pijler 1 of 2 (dus zonder de controlegroep) de digitale dienst gebruikt en wat dan zijn waardering was: want dat bepaalt immers of iemand een veel of weinig gebruiker is.

7 INTERVIEWS: EFFECTIVITEIT PIJLERS

Doel van de interviews is geweest om een meer kleurrijk, extra inzicht te krijgen in of er verandering zijn in het werkzoekgedrag en werkzoekresultaat. En of er iets meer inzicht te krijgen is in de waardering ten aanzien van de ingezette applicaties. Als voorzorgsmaatregel mochten we via de enquêtes onvoldoende respons krijgen om onderscheid te maken tussen pijler 1 en pijler 2⁵.

Deze resultaten kunnen geenszins kwantitatief geïnterpreteerd worden! Het gaat om kwalitatieve resultaten waarbij veelmeer een sfeergevoel verkregen kan worden, een extra inkleuring. Om toch zo dicht mogelijk bij een goede afspiegeling te komen van de meningen en ervaringen van de groep, zijn de interviewkandidaten als volgt geselecteerd:

De selectie van de interviewkandidaten heeft plaatsgevonden naar aanleiding van de 1-meting. We wilden alle geluiden zo veel mogelijk aan bod laten komen, positief en negatief. Daarbij is gelet op welke waarderingcijfer ze gaven voor de dienstverlening van UWV in het algemeen, hun geslacht en in welke pijler ze zaten. Op deze manier is een evenwichtige samenstelling verkregen van vrouwen en mannen (5 om 5), pijler 1 en pijler 2 (5 om 5) en cijfers (variërend van een score 5 tot een score 8).

De interviews zijn uitgevoerd met een zogenaamde half open half gestructureerde vragenlijst. Dat wil zeggen een lijst enkele vooraf geformuleerde vragen die tijdens het interview gesteld werden, en waarop vervolgens afhankelijk van het antwoord verdiepings- of vervolgvragen werden gesteld.

De interviews zijn telkens met toestemming opgenomen, vervolgens woordelijk uitgeschreven en daarna gelabeld en gegroepeerd op uitspraken. De codes die onder de categorieën werkzoekgedrag, werkzoekresultaat en werkwijze coaches vallen werden uit een a priori lijst gehaald die is gebaseerd op de bronnen die gebruikt zijn in het kwantitatieve gedeelte van dit onderzoek.

Om de betrouwbaarheid van de codes te verhogen, zijn deze door twee onderzoekers onafhankelijk van elkaar aangebracht en de overeenstemming achteraf vergeleken en zo nodig en in overleg aangepast. Verder werd naar overeenstemmingen en gelijkheden bij de codes gekeken en zijn deze waar mogelijk samengevoegd. Het uiteindelijke aantal van 112 codes zodoende terugbracht naar 8 categorieën.

1. Coach/es	2. Applicatie
<ul style="list-style-type: none">- Werkwijze: onderhouden van de relatie- Werkwijze: manier van uitoefenen taak	<ul style="list-style-type: none">- content- gebruiksvriendelijkheid- "karakter"- effect werkzoekgedrag (motivatie, exploratieve werkzoek.strategie, werkz.self-efficacy, zelfvertrouwen, zoekintensity, zoekflexibility)- effect werkzoekresultaat

Voor wat betreft de 2 categorieën onder 'coach' het volgende: deze worden hierboven alleen voor de volledigheid genoemd. Uit persoonsvertrouwelijke overwegingen worden deze echter niet verder meegenomen in de interpretatie en in dit rapport. Het enige dat we hier zeer nadrukkelijk willen benoemen, is dat nagenoeg alle respondenten zeer grote waarde hechtten aan het vaste contact al dan niet via de applicatie met een en dezelfde coach gedurende een langere tijd. Ze ervoeren daardoor veel meer begrip en veel meer steun in het vinden van nieuw werk.

Per pijler is gekeken hoe vaak groepen van aan de applicatie gerelateerde uitspraken (let op: dus niet aantal mensen dat uitspraken doet, maar aantal uitspraken dat is gedaan) voorkomen. Het resultaat en de interpretatie daarvan staan hieronder weergegeven.

⁵ Dit bleek achteraf niet nodig. Er was voldoende respons.

7.1 Veranderingen in werkzoekgedrag en werkzoekresultaat

De tabel hieronder laat het aantal uitspraken zien ten aanzien van de applicatie en het werkzoekgedrag en werkzoekresultaat. Telkens is met rood weergegeven in welke pijler bepaalde uitspraken het meest voorkwamen.

Applicatie: Effect werkzoekgedrag		
	Pijler 1	Pijler 2
Exploratieve werkzoekstrategie	8	3
Motivatie	13	6
Zelfvertrouwen	6	0
Werkzoek flexibiliteit	0	3
Werkzoek self-efficacy	3	0
Applicatie: Effect werkzoekresultaat		
	Pijler 1	Pijler 2
Werkzoekresultaat (geen effect op aantal sollicitatiegesprekken etc.)	7	10

Bovenstaande uitspraken ademen met name voor pijler 1 (TING) een positieve invloed uit: zelfvertrouwen, zijn of haar motivatie en de manier van zoeken (open staan voor andere zaken, kijker voorbij de horizon). Uitspraken voor Pijler 2 (werk.nl) ademen ook motivatie uit, maar minder dan pijler 2. Daarentegen lijkt werk.nl meer invloed te hebben op het loslaten van waar je vandaan komt (flexibiliteit). Bij beide applicaties horen echter ook uitspraken, die aangeven dat ze geen echt effect hebben op het werkzoekresultaat. Dit laatste strookt met de kwantitatieve beelden uit de enquête.

7.2 Waardering applicaties

De tabellen hieronder laat het aantal uitspraken zien ten aanzien van de applicatie en de content, de gebruiksvriendelijkheid en het karakter. Telkens is met rood weergegeven in welke pijler bepaalde uitspraken het meest voorkwamen.

Applicatie: Content		
	Pijler 1	Pijler 2
- Veel vacatures, maar weinig passend	3	7
- Te generiek/onpersoonlijk/niet gericht op het individu, niet passend bij eigen omstandigheden	3	6
- Opdrachten niet concreet genoeg/te vaag	3	0
Informeel, motiverende taal	2	0

Bovenstaande uitspraken gaan in de richting van dat werk.nl weinig passende, niet met de omstandigheden rekening houdende vacatures toont. Bij TING is dat ook wel het geval, maar minder. TING lijkt wat dat betreft informeler, wat ook zijn weerslag lijkt te hebben in het minder concrete karakter van de opdrachten. Dit alles is niet gek, omdat TING het informele ook nastreefde en in het tonen van vacatures ook meer met de persoon zelf rekening wilde houden. Het lijkt daarin te slagen, alhoewel er afgaand op de uitspraken nog wel ruimte is voor verbetering.

Applicatie: Gebruiksvriendelijkheid		
	Pijler 1	Pijler 2
Duidelijk op een hoger niveau	2	4
Makkelijk, prettig in gebruik	3	0
Moeilijk in gebruik, niet prettig werken	1	4
- Functies werken niet bv. CV uploaden	3	2
- Onoverzichtelijk op een lager niveau	0	3
- Waarborgt je privacy niet	2	0

TING is scoort meer uitspraken als het gaat om prettig in gebruik. Meer dan bij werk.nl. Voor werk.nl worden die uitspraken gedaan als het gaat om de hoger niveaus, dus hoger dan de vacatures (liggen op een dieper niveau bij werk.nl). Beide applicaties kampen af en toe met technische storingen. Bij TING speelt mogelijk een gevoel dat je privacy niet is gewaarborgd. Het is niet duidelijk of dat terecht is, mogelijk denkt(en) of verwachten de werkzoekende(n) dat een relatie met een werkcoach los en anoniem is en schrikt(ken) hij/zij/ze wanneer ze worden aangesproken over het al dan niet uitvoeren van een taak.

Applicatie: "Karakter"		
	Pijler 1	Pijler 2
Andere (leuke, positieve) invalshoek	5	0
Persoonlijk – veel aandacht voor eigen competenties	4	0
Helpt je focussen op wat je wilt en kunt	6	0
- Vereist zelfstandigheid, eigenverantwoordelijkheid, motivatie	3	1
- Maakt gebruik v. stereotypen /gaat te ver bijv. rek met tweede hands kleding bij een fotoshoot	3	0

Veel uitspraken gaan over het op prijs stellen van TING, de geïnterviewde mensen vinden de applicatie leuk, positief en behulpzaam. Voor werk.nl komen we deze uitspraken niet tegen. Wel vereist TING meer zelfstandigheid dan werk.nl. De doelgroepgericht benadering gaat voor sommigen te ver.

7.3 Conclusie en interpretatie

Nagenoeg alle respondenten hechtten zeer grote waarde aan het vaste contact al dan niet via de applicatie met een en dezelfde coach gedurende een langere tijd. Ze ervoeren daardoor veel meer begrip en veel meer steun in het vinden van nieuw werk.

Vooral bij 8TING (pijler 1) worden wat betreft houding positieve uitspraken gedaan door respondenten: zelfvertrouwen, zijn of haar motivatie en de manier van zoeken (open staan voor andere zaken, kijker voorbij de horizon). Bij werk.nl worden ook uitspraken rond motivatie gedaan, maar minder dan bij 8TING. Daarentegen lijkt werk.nl meer invloed te hebben op het loslaten van waar je vandaan komt (flexibiliteit). Bij beide applicaties horen echter ook uitspraken, die aangeven dat ze geen echt effect hebben op het zoekresultaat. Dit laatste strookt met de kwantitatieve beelden uit de enquête.

Werk.nl toont weinig passende, met de omstandigheden rekening houdende vacatures, aldus de geïnterviewden. Bij 8TING komen dat soort uitspraken ook voor, maar minder. TING is wat dat en wat veel andere aspecten betreft informeler, wat ook zijn weerslag lijkt te hebben in het minder concrete karakter van de 8TING opdrachten. Dit alles is niet gek, omdat TING het informele ook nastreeft en in het tonen van vacatures ook meer met de persoon zelf rekening wil houden. Het lijkt daarin te slagen, alhoewel nog niet helemaal en niet tot ieders plezier

Veel uitspraken gaan over het op prijs stellen van 8TING, ze vinden de applicatie leuk, positief en behulpzaam. Voor werk.nl komen we deze uitspraken niet tegen. Wel zijn er rond 8TING meer uitspraken die aangeven dat zelfstandigheid dan rond werk.nl. De werktipe benadering van 8TING gaat een enkeling te ver.

Onder de streep leiden we af dat de applicaties in meer of mindere mate gewaardeerd worden, maar op het zoekresultaat sec hebben ze weinig invloed. Daar is meer voor nodig, hier komen de coaches om de hoek kijken en allerlei andere niet aan de applicatie gebonden factoren. Ook is het zo dat de een TING wel waardeert, de ander niet. Datzelfde geldt voor werk.nl.

Het is het overwegen waard om TING en Werk.nl op termijn doelgroepgericht in te zetten, de een vindt TING fijn en er is mee geholpen. De ander werk.nl. Maar het menselijke aspect, de inzet van de coach blijft nodig voor het (werkzoek)resultaat.

BRONNEN / REFERENTIES

Brouwer, S., Schellekens J.M.H., Bakker, H. R., Verheij, N.P., Steegen, D., Havinga, H., Brakel, van, K., (2011) Eindrapportage Voorspellers van Werkhervatting - een onderzoek onder Werklozen in Noord-Holland - Eindrapportage + Bijlagenboek Rijks Universiteit Groningen – IMCG | Kenniscentrum UWV Amsterdam.

Van Deursen, A.J.A.M., Helsper, E.J. & Eynon, R. (2014). Measuring Digital Skills. From Digital Skills to Tangible Outcomes project report. Available at: www.oii.ox.ac.uk/research/projects/?id=112

Hooft, van, E., Ottervanger, M., Dam, van A., (2007) “Verklarende factoren van werkzoekgedrag en werkhervatting - Onderzoeksrapport” Instituut voor Psychologie, Erasmus Universiteit Rotterdam.

Koen, J., Klehe U.C., Vianen, van, A.E.M. Zikic, J., Nauta, A., (2010) “Job-search strategies and reemployment quality - The impact of career adaptability” *Journal of Vocational Behavior* 77, 126–139.

Vansteenkiste, S. (2014) “Does flexibility work for the workless? Examining the impact of a flexible job search among unemployed jobseekers.” Proefschrift + Vragenlijsten KU Leuven.

VARIABELEN EN HUN TOELICHTING

Variabelen	
Waardering	De mate waarin een respondent de algehele dienst van Werkplein Twente waardeert, middels een cijfer van 1 tot 10.
Zoek Flexibiliteit	De mate waarin een respondent bereid is te zoeken naar een baan die (al dan niet in zijn nadeel) afwijkt van zijn opleiding, opleidingsniveau, vorige salaris, vorig reistijd, vorige verantwoordelijkheid, etc.
Gefocusseerde Werkzoekstrategie	Een strategie waarbij de werkzoekende vroeg in het proces kiest wat hij of zij wil, met duidelijk (zoek)doelen en beperkt aantal werkgevers. Actief alleen bij 'klik' met interesse, kwalificaties.
Exploratieve Werkzoekstrategie	Een strategie waarbij de werkzoekende open staat voor meerdere mogelijkheden, meerdere info bronnen raadpleegt en toegewijd is aan zijn of haar zoektocht.
Werkzoek Intensiteit	Het aantal sollicitatie activiteiten in een bepaalde periode, denk aan schrijven van gerichte en open sollicitatiebrieven, cv's online zetten, etc.
Werkzoek Intentie	De mate waarin iemand nieuw werk wil vinden.
Werkzoek Self-Efficacy	De mate waarin iemand ervan overtuigd is dat hij goed is in het <i>zoeken naar werk</i> .
Werkhervattings-Self-Efficacy	De mate waarin iemand ervan overtuigd is dat hij goed is in het <i>vinden van werk</i> .
Werk Commitment	De mate waarin iemand weer aan het werk wil.
Attributie	De mate waarin iemand de oorzaak van de situatie waarin hij zich bevindt en de mogelijkheid om daar weer uit te komen bij iets anders of iemand anders neerlegt.
Persoonlijk Contact	Behoeftte aan contact met een werkcoach.
Verwachting Baan	De mate waarin iemand verwacht weer een baan te vinden.
Werkzoekresultaat	Aantal sollicitatieactiviteiten, allerlei soorten: van brieven schrijven tot en met het voeren van arbeidsvoorwaardengesprekken.