

Dress for Success – Leiden



Kleren maken de man! Deze klant voelde zich 'als een directeur' in zijn nieuwe pak. Na anderhalf jaar solliciteren gaat meneer aan de slag via het uitzendbureau, hij heeft een administratieve baan gevonden.

Jaarverslag 2016

Voorwoord voorzitter

Dress for Success Leiden kan met trots terugkijken op het jaar 2016. We hebben belangrijke stappen gezet voor het bereiken van onze doelstelling om onze basis te verbreden en daardoor onze klanten nog beter te kunnen helpen.

Allereerst moet worden gezegd dat onze vrijwilligers weer uitstekend onze klanten hebben gekleed en workshops hebben gegeven. De klanttevredenheid is weer van hoog niveau. Anderen hebben op veel manieren bijgedragen aan verschillende ondersteunende taken. Dank aan allen voor de inzet!

We zijn zeer verheugd met drie 'bekende Leenaars' die zich als ambassadeur aan Dress for Success hebben verbonden. Dat zijn Gerda Schukking, hoofdredacteur van het blad Leven! magazine, Erna Kortlang, notaris bij TK Advocaten en Notarissen en Joost Bleijie, gemeenteraadslid in Leiden en eerder ook centrummanager. Zij zijn enthousiast over onze organisatie en willen daar graag aan bijdragen.

Bijzonderheden in 2016 waren dat we onze 1000^{ste} klant mochten verwelkomen, een groep vluchtelingen hebben gekleed die als acteur deelnemen aan een theaterproductie en dat we steeds meer workshops geven, een activiteit die we in 2015 hebben opgestart. Yvette Nieuwenhuis heeft afscheid genomen als penningmeester, Marlies van Pijkeren heeft haar opgevolgd.

Dress for Success Leiden wil verder groeien. Daarmee krijgen we een stabiele basis en kunnen we onze klanten optimaal van dienst blijven zijn. In 2017 staan we voor interessante uitdagingen. We gaan goed kijken naar onze huisvesting omdat de overeenkomst voor onze winkel tot eind 2017 loopt. Verder blijven we in gesprek met alle gemeenten in de regio Holland Rijnland om de samenwerking met hen als klantverwijzer te optimaliseren. We gaan na hoe we de doelgroep van jongeren zonder werk beter kunnen bedienen en we gaan onderzoeken of we werkzoekenden nog op andere manieren advies kunnen geven, bijvoorbeeld bij loopbaanadvies of sollicitaties.

Maart 2017,

Henny Westdijk

Voorzitter

Resultaten 2016

- Met de workshops 'Kleur en stijl' zijn 276 mensen bereikt.
- DfS heeft daarnaast 156 klanten van kleding voorzien. 31 hiervan ontvingen een 2^e set. Totaal 187 kleedsessies.
- Succespercentage werk: 59 % blijkt bij nabellen een baan of stage te hebben veroverd.
- De klanttevredenheid: 8,6.
- Dankzij het Kansfonds en twee Leidse fondsen meer financiële ruimte.
- Meer gemeenten steunen ons, ook financieel.
- De 1000^e klant sinds de oprichting is in de bloemetjes gezet.
- Totaal 27 vrijwilligers waren actief in 2016
- Drie ambassadeurs en een nieuwe penningmeester zijn geworven.
- Social media (nieuwsbrief, Facebook, Twitter): het gebruik, aantal likes en het aantal weergaven is weer toegenomen.
- DfS sluit het financiële jaar positief af.



Inhoudsopgave

Voorwoord voorzitter	2
Resultaten 2016	3
Inhoudsopgave	4
Dress for Success is	5
De klanten	6
41-50 jarigen grootste groep.....	6
Meeste klanten hebben een mbo-diploma.....	6
Meeste klanten hebben een wwv-uitkering	7
Kwart van de klanten langer dan 3 jaar werkloos	8
Klanttevredenheid hoog en meer dan helft klanten vindt een baan	9
Workshops 'kleur en stijl' succesvol.....	9
Interne organisatie	10
Vrijwillige medewerkers.....	10
Coördinatie.....	11
Bestuur en toezicht	11
Relatie DfS landelijk.....	11
Communicatie en marketing	12
PR	12
Sociale media en nieuwsbrieven.....	12
Relaties en presentaties	12
Financiën	13
Kleding.....	13
Vooruitblik.....	14
Bijlage - klantgegevens.....	16

Dress for Success is

DfS is een vrijwilligersorganisatie die mensen met een kleine beurs en op weg naar werk voorziet van een goed advies en een set representatieve kleding. De persoonlijke en vriendelijke aanpak, en de mooie kleding, geven mensen net dat extra zelfvertrouwen waarmee ze hun gesprek ingaan en vaak (59%) succesvol afsluiten.

Meest op vertoon van een uitnodiging voor een sollicitatiegesprek of een doorverwijzing van bijvoorbeeld een re-integratiebureau of sociale dienst, kunnen mensen gebruikmaken van de dienstverlening van DfS.

Inmiddels komen mensen ook rechtstreeks, bijvoorbeeld naar aanleiding van de workshops 'kleur en stijl', naar de winkel. Als ze de baan hebben, mogen klanten terugkomen voor een tweede set kleding. Ook voor mensen die nog niet aan betaald werk toe zijn, maar bijvoorbeeld solliciteren voor een werkervaringsplaats, stage of vrijwilligerswerk of voor de ZZP-ers aan de onderkant van de arbeidsmarkt kan DfS een uitkomst bieden.

DfS Leiden is één van de tien winkels in Nederland en maakt gebruik van het concept dat oorspronkelijk uit Amerika komt. DfS Worldwide bestaat sinds 1996. De winkels zijn lid van de vereniging DfS Nederland en werken samen met het landelijk bestuur om de bekendheid, het bereik en de professionaliteit van de winkels te vergroten.



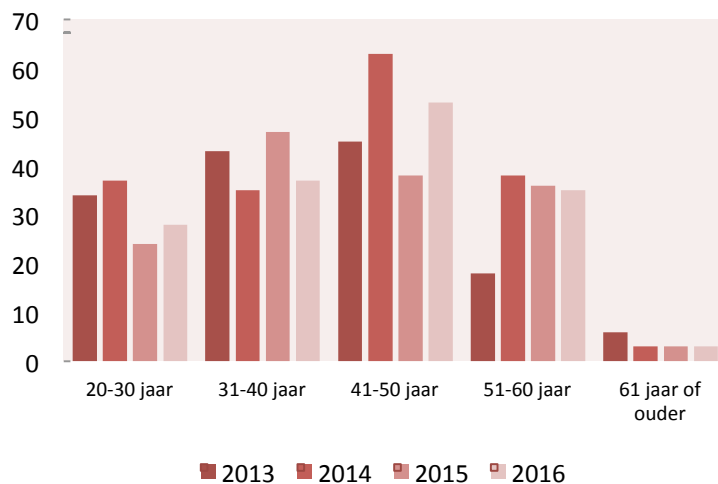
De klanten

In 2016 heeft DfS 156 klanten voorzien van nieuwe kleding. Daarnaast ontvingen 31 klanten een tweede set kleding. In totaal zijn dus 187 sets kleding uitgedeeld. Dat is iets meer dan in 2015, echter minder dan het streefaantal van DfS voor 2016: 250.

41-50 jarigen grootste groep

Het aantal klanten ouder dan 40 is ten opzichte van 2015 toegenomen, dit komt voornamelijk door de groep 41-50 jarigen. Hiermee wordt deze leeftijdsgroep met het grootste aantal klanten in 2016, in 2015 was dit nog de groep 31-40 jarigen.

Figuur 1: aantal klanten per leeftijdscategorie in 2013, 2014, 2015 en 2016

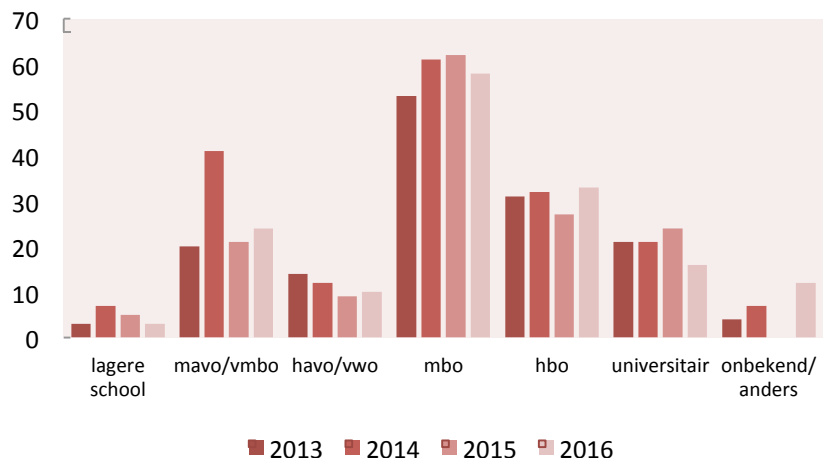


Bron: DfS Leiden jaarcijfers

Meeste klanten hebben een mbo-diploma

De meeste klanten die gebruik maken van de diensten van DfS hebben een mbo opleiding genoten. Verder is opvallend dat het aantal klanten met een hbo opleiding licht is gestegen ten opzichte van 2015 en het aantal klanten met een universitaire opleiding juist licht afgenomen.

Figuur 2: aantal en klanten naar hoogst genoten opleiding in 2013, 2014, 2015 en 2016

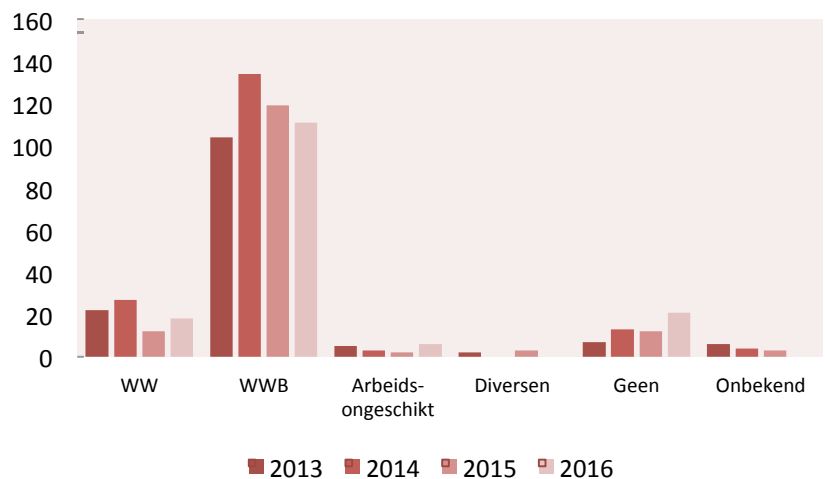


Bron: DfS Leiden jaarcijfers

Meeste klanten hebben een ww-uitkering

De meeste klanten van DfS ontvangen een ww-uitkering, alhoewel het aantal klanten de afgelopen twee jaar licht is afgenomen. Het aantal klanten dat geen uitkering ontvangt is sinds 2015 licht toegenomen, van 12 naar 21.

Figuur 3: aantal klanten naar uitkeringssituatie in 2013, 2014, 2015 en 2016

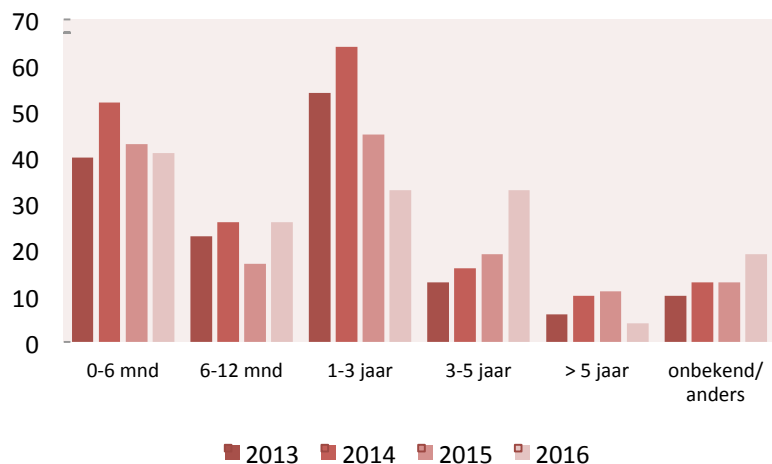


Bron: DfS Leiden jaarcijfers. Categorie diversen: o.a. ziektewet en WIA.

Kwart van de klanten langer dan 3 jaar werkloos

Steeds meer klanten van DfS zijn langer dan 3 jaar werkloos. In 2015 was dit ruim 20% van de klanten, in 2016 liep dit op tot bijna een kwart. In 2016 klopten echter ook meer klanten bij DfS die relatief kort werkloos zijn (6-12 maanden).

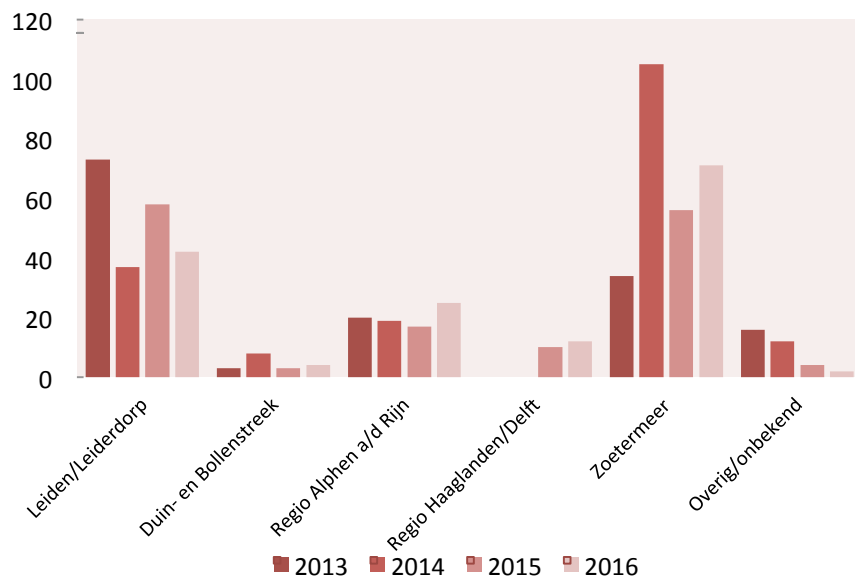
Figuur 4: aantal klanten naar werkloosheidsduur in 2013, 2014, 2015 en 2016



Bron: DfS Leiden jaarcijfers

De meeste klanten van DfS zijn afkomstig uit Leiden en Zoetermeer. Ten opzichte van 2015 is vooral het aantal klanten uit Zoetermeer en Regio Alphen aan den Rijn toegenomen.

Figuur 5: aantal klanten naar woonplaats in 2013, 2014, 2015 en 2016



Bron: DfS Leiden jaarcijfers

Klanttevredenheid hoog en meer dan helft klanten vindt een baan

Enige tijd na de dienstverlening van DfS belt een medewerker de klanten op om te vragen naar de klanttevredenheid en om na te vragen of de baan of stage is binnen gehaald. Hieruit blijkt vaak dat de klanten zeer tevreden zijn over de dienstverlening en advisering van DfS en over de kleding die ze hebben ontvangen. In 2016 gaven 104 klanten die na gebeld werden, DfS een cijfer met een gemiddelde van 8,6. Het nabellen gaf ook inzicht in het succes van het verkrijgen van een baan of stage: 59 % had succes. Van deze groep (62 klanten) hebben er 44 een betaalde baan gevonden en 11 onbetaald.

‘Dress for Succes slaagt er steeds weer in ,om wat bij de klant past, in kleding en presentatie te weerspiegelen. Het is duidelijk merkbaar dat zij de expertise in huis hebben en de klant het extra zelfvertrouwen kunnen geven wat juist dan zo hard nodig is.’

‘Het is heel prettig om als klant alleen in de winkel te mogen zijn.
Dit is een heel goed initiatief dat moet blijven.’

Workshops ‘kleur en stijl’ succesvol

Sinds 2015 geeft DfS ook workshops ‘kleur en stijl’ aan potentiële klanten. Deze workshops hebben als doel om de deelnemers bewust te maken van het belang van goede kledingkeuze voor hun gesprekken. En ook hen te laten ervaren wat een betere presentatie van jezelf voor verschil kan maken in een sollicitatiegesprek. Door de workshops blijken potentiële klanten van DfS gemakkelijker ‘de drempel van de winkel in Leiden over te gaan. Er is veel belangstelling voor de workshops vanuit de verschillende gemeenten. In 2016 hebben 276 mensen deelgenomen aan de workshops. Ook zijn deze workshops gegeven aan 33 medewerkers van de verwijzende instanties/organisaties, zodat zij goed geïnformeerd hun klanten kunnen doorverwijzen.

‘Elke 6 weken zijn wij blij met de workshop die Dress for Succes komt geven. De Werkacademie begeleidt kandidaten naar werk met succes! En deze workshop is daar een perfecte aanvulling voor.’

‘Gedreven zetten de vrijwilligers alle benodigdheden klaar om een geweldige interactieve workshop neer te zetten en nemen de kandidaten mee in de zoektocht naar gepaste kleding bij de juiste job.’

Interne organisatie

Vrijwillige medewerkers

Ook in 2016 wisselden de vrijwilligers elkaar weer af. We startten in het begin van het jaar met 19 en we eindigden ook met 19, tussentijds zijn er acht vertrokken en acht weer gestart. Voor de coördinator is het werven en begeleiden van nieuwe vrijwilligers een belangrijke taak: daar draait DfS tenslotte op!

De vrijwilligers hebben regelmatig overleg, waarin ze van alles rondom de winkel bespreken. Daarnaast is er dit jaar een kennisuitwisseling geweest met de winkel in Amsterdam. Na het bezoek aan DfS Amsterdam kwamen de vrijwilligers geïnspireerd terug met nieuwe ideeën. Inmiddels zijn er werkgroepen die plannen uitwerken om deze ideeën verder vorm te geven, zoals verbeteringen in de winkel en een uitgebreidere advisering aan de klanten.

In december heeft het bestuur samen met alle vrijwilligers het jaar feestelijk afgesloten. Niet in het minst door de heerlijke Turkse maaltijd die een van de vrijwilligers had gemaakt. Naast een dankwoordje van de voorzitter en het uitdelen van een cadeaubon, hebben we de verhalen gedeeld over het bezoek aan de winkel in Amsterdam en aan het DfS congres in Chicago. Vol plannen gingen we de kerst en het nieuwe jaar tegemoet.



Coördinatie

Door de subsidie van het Kansfonds kon DfS zowel voor 2015 als voor 2016 haar betaalde uren uitbreiden van acht naar zestien. In 2015 nam een van onze vrijwilligers Grace Flohr de coördinatie van de winkel over en kon Maria Huijts zich meer toeleggen op andere ambities. In 2016 heeft zich een duidelijke taakverdeling uitgekristalliseerd:

- de winkelcoördinator legt zich toe op alle activiteiten rond de winkel, de klanten, kleding, vrijwilligers, verwijzers en presentaties;
- de 'relatiemanager' is onder meer verantwoordelijk voor de nieuwe contacten, uitbreiding werkgebied, verkrijgen financiën, verantwoording, relaties regionaal en landelijk en de ondersteuning bestuur.

Bestuur en toezicht

In 2016 heeft het bestuur negen maal vergaderd. Naast de vaste zaken als begrotingen, jaarrekening en verantwoordingen opstellen, bespreken en vaststellen, waren enkele andere onderwerpen:

- het werven van ambassadeurs;
- fondsen benaderen voor extra aanschaf kleding en PR-producten;
- aanvragen subsidies bij alle gemeenten in de regio;
- evaluatie van de klantgegevens van afgelopen jaren;
- introductie nieuw landelijk registratiesysteem.

Er is een bestuurswisseling geweest: penningmeester Yvette Nieuwenhuis vertrok en Marlies van Pijkeren heeft na de zomer haar plaats ingenomen.

Relatie DfS landelijk

Een van de bestuursleden is de vaste contactpersoon voor het landelijk bestuur van DfS. Hij neemt onder andere deel aan de ledenvergaderingen en heeft dit najaar ook de conferentie van DfS Worldwide bezocht in Chicago. Hij nam zeer inspirerende ideeën mee terug naar Leiden.

Leiden draagt actief bij aan landelijke ontwikkelingen. Zo neemt de voorzitter deel aan een landelijk ontwikkelingsfonds en is de relatiemanager lid van de landelijke werkgroep PR. Deze werkgroep ontwikkelt formats voor PR materiaal voor alle winkels.

Communicatie en marketing

PR

Veel PR kreeg DfS toen wethouder Marleen Damen van de gemeente Leiden de 1000^e klant ontving. In juli 2016 ontving Sabrina de Wekker uit Oegstgeest een nieuwe outfit voor haar sollicitatiegesprek. Damen zei bij die gelegenheid: *'Dress for Success geeft sollicitanten dat extra steuntje in de rug. Als je werk zoekt is iedere hulp welkom en ik ben blij dat we ook in Leiden een filiaal hebben!'* (quote uit Unity artikel).

Deze bijeenkomst kreeg veel aandacht in de regionale pers, zowel kranten (Leidsch dagblad en huis- aan huisbladen) als TV/radio (Unity en Omroep West) besteden aandacht aan de bijeenkomst. Ook was onze coördinator naar aanleiding van de 1000^{ste} klant te gast in een talkshow van Unity.

December 2016 verscheen er een fotoreportage over het werk van DfS in het blad Mede van het Kansfonds. De aanleiding hiervoor was de toekenning van de financiële ondersteuning voor het tweede jaar van het professionaliseringstraject.



Artikel uit Mede, magazine van het Kansfonds

Sociale media en nieuwsbrieven

Er zijn vier nieuwsbrieven verstuurd, aan bijna duizend adressen, weer meer dan vorig jaar. Van de ontvangers heeft 40 % de nieuwsbrief ook gelezen.

Ook bij Facebook is bereik toegenomen. Het doel van 200 *likes* is ruimschoots gehaald; eind van het jaar op 270. Het grootste bereik, namelijk 1400 mensen, had de foto- impressie van de 1000^{ste} klant.

Relaties en presentaties

Bestuursleden en coördinatoren hebben tal van 'netwerkbijeenkomsten' bezocht zoals bijvoorbeeld het Gidsnetwerk, de Bakkerij, het vrouwennetwerk.

Om de bekendheid met de dienstverlening van DfS te vergroten is bij diverse gelegenheden acte de présence gegeven met een informatiestand en/of een presentatie. Zoals op de Internationale Vrouwendag, op de UWV banenmarkt en bij het ROC en de Lions.

Financiën

DfS heeft het jaar 2016 positief afgesloten: € 2.215,--

Het budget waar DfS over kon beschikken was € 55.963,-- daar tegenover stonden uitgaven ter hoogte € 53.748,--

Dit was mogelijk door de financiële steun die we mochten ontvangen. Vanzelfsprekend danken wij hier weer de twee Leidse woningcorporaties de Sleutels en Portaal die zich wederom garant stelden voor huisvesting en energie. Daarnaast is inmiddels tot onze vreugde een stabiele financiële relatie ontstaan met vier gemeenten. Naast Leiden, nu ook met Zoetermeer, Alphen aan den Rijn en Katwijk. Om het (financiële) draagvlak te vergroten heeft DfS in 2016 alle gemeenten in de regio Holland Rijnland om subsidie gevraagd voor 2017. De aangevraagde bedragen zijn gebaseerd op het aantal bijstandsgerechtigde inwoners per gemeente. Daarmee is het aantal gemeenten dat DfS financieel gaat ondersteunen vanaf 2017 inmiddels zeven.

Daarnaast heeft DfS ook weer geld mogen ontvangen van verschillende fondsen.

Zoals van het Kansfonds voor het tweede jaar van het professionaliseringstraject. Daarmee kon DfS onder meer:

- de bekendheid met DfS in de hele regio vergroten door middel van nieuwe PR-kanalen;
- het netwerk van relaties en verwijzers vergroten;
- nieuwe activiteiten ontwikkelen zoals de workshops 'kleur en stijl';
- nieuwe fondsen aanboren;
- een betere borging van gegevens realiseren.

Door een prachtige kerstactie van de leerlingen van het Visser t Hooft heeft DfS een gift van € 750,-- ontvangen. Bij elkaar kwam er, naast de subsidies en fondsen, ruim €1800,-- aan giften binnen.

In 2016 zijn ook Leidse fondsen benaderd voor financiële ondersteuning. Deze aanvragen waren gericht op een betere dienstverlening aan onze klanten. We ontvingen van het Druckerfonds en Fonds 1818 hiervoor een toezegging van € 10.015,-. Middels dit geld zijn we van plan om in 2017 de volgende producten aanschaffen:

- bepaalde kleding en schoenen, die we niet via de reguliere werving binnen krijgen voor grote en kleine maten of kleding voor jongeren;
- materialen voor de workshops en PR activiteiten.

Kleding

Veel mensen vinden het fijn om kleding te doneren aan DfS. De meeste kleding komt dan ook van particulieren. Wij zijn hier erg blij mee.

Vanuit grote winkelketens, maar ook van lokale winkels ontving DfS prachtige nieuwe kleding. Zoals van Claudia Strater, Oger, Naturelle Oegstgeest, grote damesoutlet – Ricky Smulders en van Bert Schrier uit Leiden. Ook hen danken wij van harte.

De ontvangen kleding is niet altijd representatief genoeg voor ons doel. Gelukkig vindt de kleding zijn weg naar de Voedselbank en komt zo alsnog goed van pas.



‘Tk zie er beter uit en daardoor voel ik mij ook zelfverzekerder.’

‘De vrijwilligers van Dress for Succes stellen mij op mijn gemak en kijken samen met mij wat nodig is. WOW, wat een gave outfit.’

Vooruitblik

Onze strategische visie 2015-2017 komt samengevat neer op: meer klanten bereiken, een steviger financieel fundament, uitbreiding van de regio, meer geschikte kleding. Aan het realiseren van onze doelen werken we hard. Dat betekent ook voor 2017 een onverminderde grote inzet. Vanzelfsprekend in de dienstverlening in de winkel en in het geven van de workshops op vele locaties, tenslotte onze corebusiness. Maar daarnaast volop in alle activiteiten die daarbij ondersteunend kunnen zijn.

Concreet betekent dit:

- Een groei naar 275 kleedsessies;
- Een groei naar 300 deelnemers aan de workshops 'kleur en stijl';
- Streven naar een succespercentage van 60%;
- De klanttevredenheid naar een 9;
- Werven van 2 ambassadeurs uit de grote regio;
- 2 extra vrijwilligers werven voor presentaties/workshops en voor ondersteunende werkzaamheden coördinatie.
- Voldoende middelen verwerven voor 16 betaalde coördinatie-uren;
- Duidelijkheid verkrijgen over al dan niet andere huisvesting;
- Social media: Naar 1250 adressen voor nieuwsbrieven, 350 likes voor facebook en 200 volgers op twitter

Bijlage - klantgegevens

	2015	2016		2015	2016
Geslacht			Hoogst genoten opleiding		
Mannen	79	78	Lagere school	5	3
Vrouwen	69	78	VMBO/ LTS/ LBO	16	14
Totaal	148	156	MAVO	5	10
Uitkeringssituatie			HAVO	8	7
WW	12	18	VWO	1	3
WWB	119	111	MBO	62	58
WIA/ WAO/ Wajong	2	6	HBO	27	33
Diversen	3	-	Universitair	24	16
Geen/ ZZP/ Stufi	12	21	Onbekend	-	12
Totaal	148	156	Totaal	148	156
Leeftijd			Doorverwijzers		
Jonger dan 30	24	28	Gemeente/ Sociale dienst/ gemeentelijke re-integratiebedrijven	133	114
31-40 jaar	47	37	Overige re-integratiebedrijven	2	8
41-50 jaar	38	53	Eigen initiatief/ grijp-je-kans/ Via via	12	17
51-60 jaar	36	35	Banenmarkt	1	-
61 jaar of ouder	3	3	Vluchtelingenwerk	-	12
Onbekend			Overige organisaties	-	4
Totaal	148	156	Totaal	148	156
Werkloosheidsduur			Waar komt de doelgroep vandaan:		
0-6 mnd	43	41	Leiden/L'dorp/ O'geest	58	42
6-12 mnd	17	26	Bollenstreek	2	2
1-3 jaar	45	33	Zoetermeer/ Zoeterwoude	56	71
3-5 jaar	19	33	Alphen a/d Rijn en regio	17	25
langer dan 5 jaar	11	4	Katwijk en bollenstreek	1	2
onbekend/anders	13	19	Regio Den Haag (Haaglanden+Delft)	6	12
Totaal	148	156	Haarlem + Haarlemmermeer	6	2
			Totaal	181	156