

# EVALUATIE PLAY TO WORK

CONCEPTRAPPORTAGE

**seo** • economisch onderzoek

---

## AUTEURS

KOEN VAN DER VEN (SEO ECONOMISCH ONDERZOEK), ARDITA MUJA, ROOS GEURTS (RESEARCHNED)

## MET SUBSIDIE VAN



NATIONAAL REGIEORGAAN  
ONDERWIJSONDERZOEK

AMSTERDAM, JANUARI 2023

# Samenvatting

Play to Work (PTW) is een platform dat mbo-opgeleiden in contact brengt met werkgevers door middel van digitale spellen waarmee persoonlijkheid en gedrag worden gemeten. Het platform biedt mbo'ers een laagdrempelige manier van solliciteren en maakt gebruik van soft skills matching om objectiviteit in het sollicitatieproces te waarborgen. PTW is effectief in het bevorderen van de positie van mbo-afgestudeerden op de arbeidsmarkt, maar moet groeien in het aantal aangeboden vacatures om nog succesvoller te worden.

Play to Work (PTW) is een platform dat werkgevers in contact brengt met mbo-gediplomeerden. Het is een alternatieve manier van solliciteren, specifiek gericht op mbo'ers. Door middel van een evaluatiestudie is onderzocht of PTW een goedwerkende manier van solliciteren is voor mbo'ers met een migratieachtergrond. De evaluatie van PTW valt onder een breder onderzoek naar de versterking van de positie van mbo'ers met een migratieachtergrond bij de overgang naar de arbeidsmarkt.

PTW biedt mbo-opgeleiden de mogelijkheid om te solliciteren op banen. Via het spelen van digitale spellen op een app worden gedrag, persoonlijkheid en interactie gemeten. Uit die spellen komt een profiel naar voren waarmee de gebruiker kan zien welke beroep of richting goed bij de gebruiker past. Via het profiel worden gebruikers gematcht aan vacatures. Naast de app kunnen mbo'ers ook solliciteren via online campagnes die PTW uitzet onder de doelgroep (mbo'ers). Dat zijn bijvoorbeeld gerichte advertenties via sociale media. Via de campagne kan de mbo'er snel en gemakkelijk in contact komen met PTW en uiteindelijk de werkgever over de vacature. Verhoudingsgewijs is dit de belangrijkste route voor gebruikers om te solliciteren via PTW.

PTW is potentieel effectief om de positie van de mbo-afgestudeerde te bevorderen via een aantal mechanismen. Als eerste kunnen mbo'ers via PTW op een laagdrempelige manier solliciteren, zoals via een WhatsApp-berichtje. Deze manier van solliciteren spreekt een doelgroep aan die moeite heeft met klassieke vormen van solliciteren, zoals via een sollicitatiebrief. Een meerderheid van de gebruikers heeft aangegeven de app te gebruiken vanwege het informeel solliciteren. Ook werkgevers herkennen dat het een laagdrempelige manier van solliciteren is, wat de doelgroep (mbo'ers) aanspreekt.

Ten tweede gebeurt matching op basis van het soft skills profiel wat objectief wordt vastgesteld op basis van de games. Daarmee worden menselijke biases zo veel mogelijk uit het sollicitatieproces gehaald en wordt het objectiever ingestoken. Echter is het wel zo dat de voor- en achternamen te zien zijn voor de werkgever, wat nog steeds discriminatie in de hand kan werken. Gebruikers geven in mindere mate aan dat objectief solliciteren de reden is voor het gebruiken van de app. PTW zou kunnen overwegen om anoniem solliciteren in het proces te bouwen, om zo het solliciteren nog objectiever te maken.

Ten derde is de matching op basis van het soft skills profiel is niet alleen objectiever, het levert ook een betere match op tussen werkzoekende en werkgever. De werkzoekende past dan namelijk beter bij de vacature. Vooral werkgevers zien hier de voordelen. Matching op basis van soft skills profiel zorgt volgens hen voor goede matches. Inzicht in soft skills zegt meer dan een formele brief.

Ten vierde weet PTW een doelgroep te bereiken waar bedrijven moeilijk mee in contact komen, maar waar veel vraag naar is. Het gaat dan om mbo'ers die (wellicht latent) op zoek zijn naar een baan. Mbo'ers, in het bijzonder met een migratieachtergrond, weten de klassieke kanalen van solliciteren niet altijd te benutten. Via PTW kunnen bedrijven toch in contact komen met deze groep, om zo hun vacatures op te vullen.

Als laatste zien we dat gebruikers PTW primair gebruiken om een baan te vinden, maar daarna om erachter te komen welke baan bij ze past of om zichzelf beter te leren kennen. De app wordt dus ook gebruikt voor werkexploratie. Iets minder dan de helft van de gebruikers weet door de app beter welke baan of sector bij ze past. En de helft van de gebruikers heeft aangegeven door PTW te solliciteren op banen die niet passen bij hun opleiding.

Om Play to Work nog meer een succes te laten zijn is groei van het aantal aangeboden vacatures op de app het belangrijkste. Gebruikers geven aan het vaakst via klassieke sollicitatiekanalen zoals vacaturewebsites of uitzendbureaus hun baan te hebben gevonden. Ook zijn ze over het algemeen tevreden over het gebruik van de app, maar slechts een minderheid is tevreden over het vinden van een baan via PTW. Groei in vacatures heeft daarom op dit moment de prioriteit bij PTW.

# Inhoudsopgave

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Samenvatting                         | i  |
| 1 Inleiding                          | 1  |
| 1.1 Play to Work                     | 1  |
| 1.2 Het onderzoek in drie stappen    | 1  |
| 2 Probleem- en interventieanalyse    | 5  |
| 2.1 Interventie                      | 5  |
| 2.2 Mechanisme                       | 6  |
| 2.3 Outcome                          | 7  |
| 2.4 Context                          | 7  |
| 3 Impact van Play to Work            | 9  |
| 3.1 App-gebruikers over Play to Work | 9  |
| 3.2 Impact volgens werkgevers        | 18 |
| 4 Conditie voor succes               | 20 |
| Referenties                          | 22 |

# 1 Inleiding

Play to Work is een alternatieve manier van solliciteren via matching op basis van soft skills. De mogelijkheden die deze manier biedt voor werkzoekende jongeren met een migratieachtergrond is onderzocht middels een kwalitatieve evaluatie. Die evaluatie is gericht op het onderzoeken of het een goede manier van solliciteren is voor de doelgroep, de succesfactoren en onder welke omstandigheden het succesvol is.

## 1.1 Play to Work

Play to Work (PTW) is een platform dat werkgevers in contact brengt met mbo-gediplomeerden. Het is een alternatieve manier van solliciteren, specifiek gericht op mbo'ers. Het ontstaan van PTW is terug te voeren tot 2016. In 2016 was de arbeidsmarkt ruim. Werkzoekenden hadden moeite met het vinden van een baan en bedrijven konden niet goed aan de juiste kandidaten komen. De gemeente Amsterdam wilde hier iets aan doen. Ze wilden weten hoe mbo'ers beter gematcht konden worden met bestaande vacatures door middel van technologie met een focus op soft skills. De gemeente schreef een prijsvraag uit voor welk bedrijf het beste idee had om dit probleem op te lossen: wie kan er een concept verzinnen waarmee mbo'ers zich spelenderwijs eenvoudig kunnen presenteren op basis van karakter en persoon naast werkervaring en cv? Het idee van PTW is de winnende inzending geweest.

PTW is een jong bedrijf en volop in ontwikkeling. Het is continu bezig om hun dienstverlening te verbeteren. Het doel van de evaluatie van PTW is om te onderzoeken of het een goedwerkende manier van solliciteren is voor mbo'ers met een migratieachtergrond. Daarbij proberen we te ontdekken via welke mechanismen dat dan verloopt. Wat zijn de succesfactoren en onder welke omstandigheden of voorwaarden is het succesvol?

## 1.2 Het onderzoek in drie stappen

De evaluatie van PTW valt onder een breder onderzoek naar de versterking van de positie van mbo'ers met een migratieachtergrond bij de overgang naar de arbeidsmarkt. Dit onderzoek is gefinancierd met subsidie van het NRO. Binnen het onderzoek worden verschillende programma's geëvalueerd die mogelijk effectief zijn in de versterking van de positie van deze groep.

De evaluatie van PTW is in drie stappen uitgevoerd. De eerste stap bestond uit de probleem- en interventieanalyse. Hierbij stond de volgende vraag centraal: wat is het probleem en hoe wordt het opgelost door PTW? In stap twee volgde een impactmeting waarin potentiële effecten van PTW aan bod komen. Hierbij is nagegaan of de resultaten van de probleem- en interventieanalyse ook hun weerklank vonden in meetbare indicatoren. Ten slotte heeft met stap drie een verklarende evaluatie plaatsgevonden waarin de uitkomsten van de impactmeting zijn verklaard en waarin gezocht is naar optimale condities voor PTW. Door de uitkomsten van de probleem- en interventieanalyse en de impactmeting met gebruikers, werkgevers en de mensen achter PTW te bespreken, zijn de onderliggende mechanismen belicht.

### 1.2.1 Probleem- en interventieanalyse

De probleem- en interventieanalyse (stap 1 in de evaluatie) is gedaan aan de hand van een zogenaamde CIMO-configuratie. In de CIMO-configuratie wordt beschreven welke mogelijkheden PTW biedt voor gebruikers tijdens het sollicitatieproces, alsmede wat PTW kan betekenen voor werkgevers. Hierin staat centraal in welke Context (C) de Interventies (I) leiden tot Outcomes (O) en via welke veronderstelde Mechanismen (M) de uitkomsten worden bereikt. Het geeft een beeld van de verwachtingen en doelen van PTW, waarmee hypothesen voor het onderzoek kunnen worden opgesteld. Zo wordt duidelijk wat de verwachte effecten zijn. Ook is aan de hand van de CIMO-configuratie bepaald welke uitkomstmaten van belang zijn die in de impactmeting (stap 2 in de evaluatie) zijn gebruikt.

De CIMO-configuratie voor PTW is opgesteld aan de hand van een aantal interviews en deskresearch. Bij de deskresearch is bestaande informatie gebruikt, zoals van de website van PTW, de app en informatie over de prijsvraag waaraan PTW zijn bestaan heeft te danken. De interviews vormden echter de belangrijkste input. Daarin is op systematische wijze (via de CIMO-configuratie) de benodigde informatie verzameld bij sleutelpersonen binnen PTW. Er is een gesprek gevoerd met iemand van het management die vlak na de oprichting betrokken is geraakt bij PTW en veel zicht heeft op de werkgeverskant. Daarnaast is er een gesprek gevoerd met een medewerker die betrokken is bij de gebruikers en marketing. Tijdens de gesprekken zijn de ontstaansgeschiedenis en de functionaliteiten van de app besproken. De motieven van de gebruikers van de app en de werkgevers zijn uitgebreid aan bod gekomen, alsmede de positionering van PTW ten opzichte van andere recruiters/manieren van solliciteren. Ook werd gevraagd naar de doelen en opbrengsten, de succesfactoren en de randvoorwaarden waarmee PTW optimaal kan functioneren. Alle interviews zijn in verband met de coronacrisis via videogesprekken gevoerd.

### 1.2.2 Impactmeting

De impact is gemeten aan de hand van twee bronnen: een enquête uitgezet onder de gebruikers van de app en gesprekken met werkgevers die hebben samengewerkt met PTW. Door de impact bij beide 'afnemers' te achterhalen ontstaat een rijker beeld.

De vragenlijst van de enquête is opgesteld naar aanleiding van de CIMO-analyse. De enquête vraagt niet alleen naar de tevredenheid en ervaringen van gebruikers van de app, maar plaatst de app ook in perspectief van andere sollicitatiekanalen om te achterhalen of PTW gezien wordt als een bruikbaar alternatief. De bijdrage van PTW tijdens het zoekproces is ook uitgevraagd. De enquête is door PTW verspreid onder personen die de app recent hebben gedownload en gebruikt. Dat is gedaan in twee periodes, februari tot en met maart 2022 en oktober 2022.

In totaal hebben 48 app-gebruikers van PTW de enquête ingevuld, waarvan 31 procent een migratieachtergrond heeft en 69 procent geen migratieachtergrond heeft (Tabel 1.1). Het is niet vast te stellen dat de respondenten een representatieve afspiegeling vormen van alle app-gebruikers van PTW. Daarnaast hebben we te maken met relatief kleine aantallen. Om die redenen zijn de bevindingen ook niet te generaliseren naar alle mbo'ers met en zonder een migratieachtergrond. Een lage respons, met name onder gebruikers met een migratieachtergrond, heeft als risico dat gevonden resultaten eerder het gevolg zijn van toeval dan dat er daadwerkelijk sprake is van robuuste bevindingen of verschillen tussen groepen. Bij de bespreking van de resultaten zijn we daarom voorzichtig met het trekken van conclusies. We benoemen alleen aanzienlijk grote verschillen tussen de groepen.

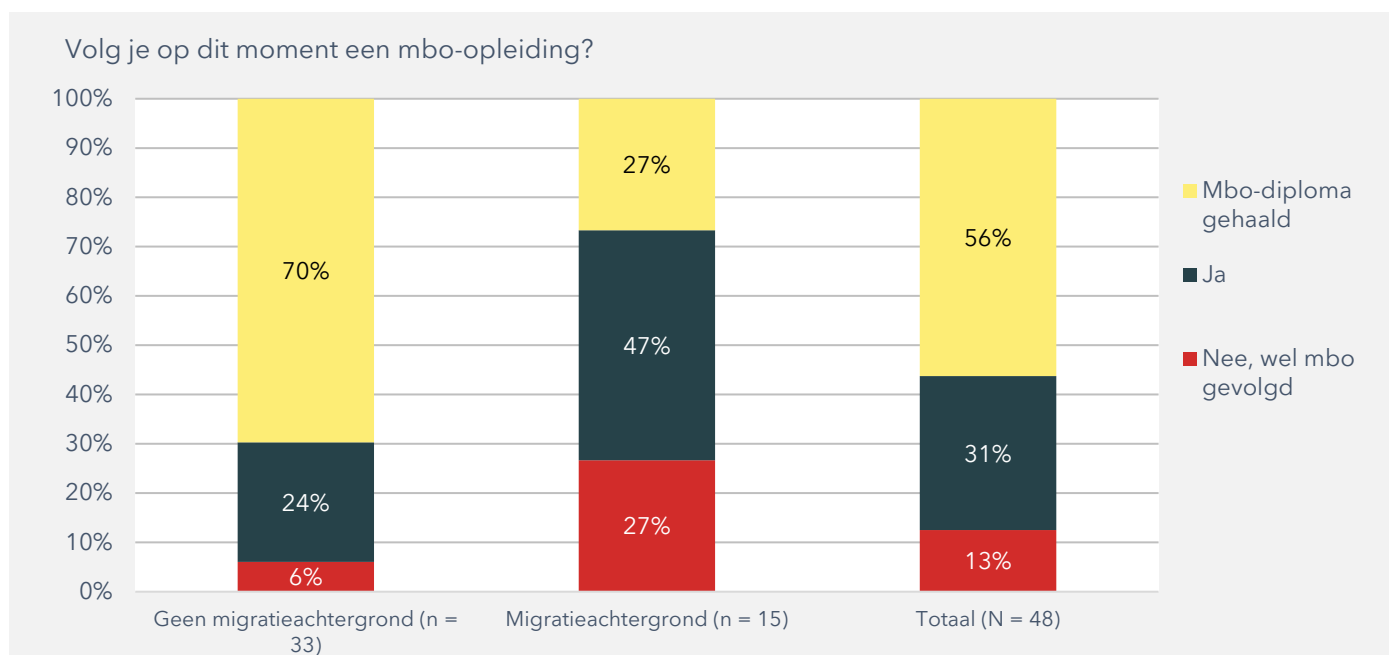
Tabel 1.1 De totale respons van app-gebruikers van PTW op de enquête is 48

|                          | Aantal    | Percentage  |
|--------------------------|-----------|-------------|
| Geen migratieachtergrond | 33        | 69%         |
| Migratieachtergrond      | 15        | 31%         |
| <b>Totaal</b>            | <b>48</b> | <b>100%</b> |

Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022), SEO en ResearchNed

Onder de bevroagde app-gebruikers zonder migratieherkomst heeft het merendeel (70 procent) een afgeronde mbo-opleiding (Figuur 1.1). Onder de app-gebruikers met een migratieachtergrond volgt ongeveer de helft (47 procent) nog onderwijs in het mbo, de rest heeft of al een diploma behaald of ze zijn gestopt met hun opleiding. Bij de interpretatie van de bevindingen uit de enquête is het belangrijk rekening te houden met deze verschillen tussen de twee groepen. Het nog volgen van onderwijs of het diploma reeds behaald hebben kan namelijk een belangrijke verklaring zijn voor eventuele verschillen tussen app-gebruikers met en zonder een migratieachtergrond.

Figuur 1.1 Respondenten met een migratieachtergrond hebben minder vaak een mbo-opleiding succesvol afgerond



Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022), SEO en ResearchNed

In februari 2022 zijn gesprekken gevoerd met vier organisaties waar PTW mee heeft samengewerkt. Daarbij zijn verschillende sectoren vertegenwoordigd, van openbaar bestuur tot techniek, en is er rekening gehouden met bedrijfsgrootte. De gesprekken waren semigestructureerd, waarbij de samenwerking met PTW en het motief daarvoor is uitgevraagd. Ook is gesproken over het potentiële belang van PTW voor de mbo-doelgroep van het overkoepelende onderzoek.

### 1.2.3 Verklarende evaluatie

Als laatste stap is een verklarende evaluatie uitgevoerd, bestaande uit zes gesprekken. Dat zijn gesprekken geweest met gebruikers (twee), werkgevers (twee) en de mensen achter PTW (één). Tijdens deze gesprekken zijn opvallende

resultaten van de gebruikersenquête besproken om mogelijke verklaringen op te halen. Daarnaast is gesproken over mogelijke verbeterpunten en de condities waaronder PTW een succes kan zijn.



## 2 Probleem- en interventieanalyse

Play to Work is een platform dat werkgevers in contact brengt met mbo-gediplomeerden. Mbo'ers spelen spellen waaruit hun soft skills profiel naar voren komt. Vervolgens kan de mbo'er op een laagdrempelige en objectievere manier solliciteren, werkgevers kunnen een doelgroep bereiken waarmee ze normaal gesproken moeilijk in contact komen.

Dit hoofdstuk beschrijft op hoofdlijnen de kenmerken van de PTW aan de hand van de CIMO-configuratie. Het hoofdstuk begint met het bespreken van de Interventie, gevolgd door Mechanisme, Outcome en als laatste de Context.

### 2.1 Interventie

PTW heeft een prijsvraag van de gemeente Amsterdam gewonnen om door middel van technologie en soft skills matching op de arbeidsmarkt voor mbo'ers te verbeteren. Maar wat doen ze dan met die technologie en soft skills? Wat PTW inhoudt is te benaderen vanuit de kant van de (werkzoekende) mbo'er of vanuit de kant van de werkgever.

Voor de mbo'er biedt PTW de mogelijkheid om te solliciteren op banen. Oorspronkelijk ging dat volledig via de vanuit de prijsvraag ontwikkelde app waarin een aantal spelconstructen zitten die gedrag, persoonlijkheid en interactie meten. Uit die spellen komt een profiel naar voren, gebaseerd op een theoretische onderbouwing van Ofman (1998). Op basis van dat profiel kan de gebruiker zien welk beroep of welke richting goed bij de gebruiker past. Via het profiel worden gebruikers gematcht aan vacatures.

Naast de app kunnen mbo'ers ook solliciteren via online campagnes die PTW uitzet onder de doelgroep (mbo'ers). Dat zijn bijvoorbeeld gerichte advertenties via sociale media. Via de campagne kan de mbo'er snel en gemakkelijk in contact komen met PTW en uiteindelijk de werkgever over de vacature. Verhoudingsgewijs is dit de belangrijkste route voor gebruikers om te solliciteren via PTW. Ongeveer 90 procent van de gebruikers die solliciteert via PTW is via zo'n campagne binnengekomen. Deze gebruikers worden wel gestimuleerd om de spellen te spelen om zo inzicht te krijgen in hun soft skills profiel.

Volgens PTW heeft het merendeel van de gebruikers een migratieachtergrond. Dat vragen ze niet uit, maar is te zien aan de voor- en achternamen van gebruikers. Dat koppelen werkgevers of recruiters (tussenpersonen) ook terug. Solliciteren op een vacature kan via telefoon, e-mail of via WhatsApp. Meer dan 70 procent gebruikt de WhatsApp-knop om te solliciteren. Dat is voor gebruikers laagdrempeliger. Het meeste werk gaat zitten in de gebruiker naar het bedrijf begeleiden, zoals kandidaten opvolgen die solliciteren. De marketingafdeling zorgt voor het bereiken van nieuwe, potentiële gebruikers. Dat gaat via wervingscampagnes op sociale media, zoals Facebook, Instagram en TikTok. Hiermee bereikt PTW een doelgroep die via klassieke kanalen minder snel in contact komt met bedrijven.

Voor werkgevers is PTW een mogelijkheid om kandidaten voor (voornamelijk) mbo-vacatures te werven. Daarbij kunnen verschillende 'pakketten' afgenomen worden die verschillen in intensiteit. Het minst uitgebreide pakket bestaat uit het aanleveren van het gewenste aantal kandidaten dat voldoet aan een aantal objectieve eisen

(bijvoorbeeld een bepaald diploma of een rijbewijs). De werkgever doet vervolgens de screening en selectie. In een uitgebreider pakket kan PTW ook de screening op zich nemen. Dan houden ze een intakegesprek met de mogelijke kandidaten om te bepalen of het een match kan zijn. Het meest uitgebreide pakket houdt in dat de mogelijke kandidaten de spellen spelen om zo het soft skills profiel in kaart te brengen. De kandidaten waarvan het soft skills profiel matcht met de vacature worden doorgestuurd naar de werkgever. Het zijn vaak de bedrijven waarbij de kosten groter zijn als een nieuwe medewerker uitvalt, die kiezen voor het uitgebreide pakket. Dat zijn bijvoorbeeld de bedrijven waar na de sollicitatie een interne opleiding gedaan moet worden.

Voor kleine bedrijven heeft PTW een checklist welk profiel (welke soft skills) waarbij past. Voor grotere bedrijven/vacatures schakelen zij een psycholoog in die het model achter de spellen heeft ontwikkeld. Hij doet dan onderzoek naar wat bij de functie past. Hierdoor wordt de match een stuk nauwkeuriger.

De vacatures worden aangeleverd door werkgevers, die aangeven waar zij naar op zoek zijn. Eind 2021 waren er rond de 100 tot 150 vacatures bij 20 tot 25 werkgevers. Het duurt meestal twee weken tot twee maanden voordat gebruikers een vacature opvullen.

#### Box 2.1 Cijfers van PTW over het jaar 2022

Ter context een aantal cijfers van PTW over het jaar 2022:

- 11.832 kandidaten zijn voorgesteld aan bedrijven;
- 800 kandidaten zijn aangenomen;
- 2.700 kandidaten hebben één of meerdere spellen gespeeld van de app;
- Er werken 14 FTE bij PTW.

## 2.2 Mechanisme

Wat zijn de mogelijke werkzame mechanismen van PTW? Aan de gebruikerskant gaat dat om de laagdrempeligheid en objectiviteit van solliciteren. Aan de werkgeverskant zit dat op doelgroepbereik en effectievere matching, hoewel dat laatste ook voor de gebruiker van belang is:

- **Laagdrempelig solliciteren.** Gebruikers kunnen via PTW op een laagdrempelige manier solliciteren, zoals via een WhatsApp-berichtje. Deze manier van solliciteren spreekt een doelgroep aan die moeite heeft met klassieke vormen van solliciteren, zoals via een sollicitatiebrief. Dat maakt het voor deze doelgroep makkelijk om in contact te komen met potentiële werkgevers;
- **Objectiever solliciteren.** Matching gebeurt op basis van het soft skills profiel wat objectief wordt vastgesteld op basis van de games. Daarmee worden menselijke biases zo veel mogelijk uit het sollicitatieproces gehaald en wordt het objectiever ingestoken. Echter is het wel zo dat de voor- en achternamen te zien zijn voor de werkgever, wat nog steeds discriminatie in de hand kan werken. PTW geeft aan dat dat sneller gebeurt bij de 'light' versie waarbij de screening en selectie bij de werkgever ligt dan wanneer zij de screening ('kleurenblind') verzorgen of wanneer de matching gebeurt op basis van het soft skills profiel. Zo stelt PTW dat het voorkomt dat werkgevers alleen de kandidaten zonder migratieachtergrond uitnodigen voor een gesprek, zonder daar een reden voor te hebben;
- **Effectieve matching.** Matching op basis van het soft skills profiel is niet alleen objectiever, het levert ook een betere match op tussen werkzoekende en werkgever. De werkzoekende past dan namelijk beter bij de vacature. Door het doorlichten van het recruitmentproces wat PTW ook aanbiedt, scheppen ze voor de opdrachtgever ook een beter beeld van waar de opdrachtgever naar op zoek is, wat betere matching in de hand werkt;

- **Bereik doelgroep.** Door de ervaring die PTW heeft met campagnes via sociale media, weet het een doelgroep te bereiken waar bedrijven moeilijk mee in contact komen, maar waar veel vraag naar is. Het gaat dan om mbo'ers die (wellicht latent) op zoek zijn naar een baan. Mbo'ers, in het bijzonder met een migratieachtergrond, weten de klassieke kanalen van solliciteren niet altijd te benutten. Via PTW kunnen bedrijven toch in contact komen met deze groep, om zo hun vacatures op te vullen. PTW kan dat niet alleen doen voor grotere bedrijven met een groot HR-budget, maar ook voor het garagebedrijf om de hoek.

## 2.3 Outcome

PTW zorgt voor een aantrekkelijke manier van solliciteren voor gebruikers, en biedt een breder doelgroepbereik voor werkgevers. Uiteindelijk wil PTW daarmee hét arbeidsmarktplatform voor mbo'ers worden, de plek waar mbo'ers op zoek gaan naar werk en waar werkgevers op zoek gaan naar kandidaten die bij hen passen. Beoogde uitkomsten kunnen we wederom opdelen in de uitkomsten voor gebruikers en voor werkgevers.

Voor gebruikers is dat een match tot stand brengen met hun meest geschikte baan. Met het soft skills profiel creëert PTW zelfinzicht bij de gebruikers over wat ze kunnen en geeft PTW advies welke banen/richting bij ze passen. Een baan is geschikt wanneer deze matcht op basis van het soft skills profiel. Nu is het zo dat het merendeel bij PTW terecht komt via de online campagnes en de spellen niet speelt. Het hele sollicitatieproces moet voor de gebruiker soepel verlopen om daarmee zo min mogelijk gebruikers te verliezen. Een succesvolle match zou volgens PTW ook moeten inhouden dat iemand die baan ook kan vasthouden. Er is nu geen zicht op hoelang aangedragen kandidaten bij de werkgevers aan de slag blijven.

Voor bedrijven wil PTW een effectievere matching tot stand brengen. Dat wil zeggen dat er minder kandidaten nodig zijn per vacature. Dat wordt de zogeheten applicant-to-hire genoemd. Die ratio ligt bij PTW hoger (wat beter is) dan bij andere sollicitatieplatforms. PTW weet verder niet hoeveel personen er worden aangenomen buiten de kandidaten van PTW om en hoe succesvol dat dan is.

Een mogelijk negatief bijeffect van PTW is dat het contact via WhatsApp wellicht iets te informeel is (zonder meneer/mevrouw, jij in plaats van u). Formele communicatie is onderdeel van werkzoekvaardigheden die volgens de OECD van belang zijn voor een goede overstap van opleiding naar werk (OECD, 2010).

## 2.4 Context

PTW is vanaf het begin af aan specifiek gericht op mbo'ers. Het biedt een oplossing bij het vinden van een baan voor mbo'ers. PTW is met name gericht pas-afgestudeerde mbo'ers die op zoek zijn naar een baan, hoewel ook oudere mbo'ers er gebruik van kunnen maken. Anderzijds is PTW ook een oplossing voor het vinden van mbo'ers voor een bepaalde vacature. Er zijn ook vijf focusgebieden (zorg, techniek, horeca, logistiek en notarieel/secretarieel) waar ze zich op richten. Dat zijn de gebieden waar bedrijven moeite hebben met het zoeken van mbo'ers. Ze weten niet waar/hoe ze moeten zoeken. Organisaties die bij PTW aankloppen hebben mbo'ers nodig voor een vacature, en zetten PTW daarvoor in. Voorbeelden van organisaties zijn ProRail, KPN en Voskamp Groep, maar ook MKB-bedrijven en enkele gemeenten. PTW fungeert als een platform tussen mbo'ers en de organisaties die mbo'ers zoeken. Het is goed voor te stellen dat PTW ook werkt voor andere focusgebieden of doelgroepen, vooral doelgroepen waarvoor klassieke sollicitatiekanalen minder goed werken.

Naast (commerciële) opdrachtgevers zijn er enkele specifieke spin-offs waarbij PTW samenwerkt met onderwijsinstellingen, zoals ROC's, of met de gemeente Amsterdam. In beide gevallen wordt de PTW-infrastructuur aangepast ingezet. Bij ROC's is de applicatie Play to School ontwikkeld, waarbij (v)mbo'ers erachter kunnen komen welke opleiding bij hen past. Bij het project voor de gemeente Amsterdam zetten ze PTW in om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt weer richting de arbeidsmarkt te krijgen. PTW is dus ook voor andere doeleinden in te zetten, waarbij het de soft skills infrastructuur inzet om tot betere matching te komen.

## 3 Impact van Play to Work

Gebruikers van de app gebruiken de app om een baan te vinden, maar ook om erachter te komen wat bij hen past. Ze zijn tevreden over de app, maar vinden nu nog eerder een baan via klassieke sollicitatiekanalen zoals vacaturewebsites. Werkgevers zien de voordelen van onder andere effectievere matching via het soft skills profiel.

De app van PTW dient te zorgen voor een objectievere en betere matching tussen werkzoekenden en werkgevers, waarbij de sollicitatieprocedure door een informelere insteek (bijvoorbeeld solliciteren via WhatsApp) laagdrempeliger is voor gebruikers. Wat is volgens de verschillende partijen, app-gebruikers (mbo-studenten en -gediplomeerden) en werkgevers, de belangrijkste meerwaarde van PTW en wat levert het hen op? Het gaat hierbij niet alleen sec over de impact van PTW op het verkrijgen van een baan of het werven van werknemers. De insteek is breder: wat vinden app-gebruikers en/of werkgevers prettig aan het gebruiken of inzetten van de app, wat zijn de redenen voor het gebruik van de app, over welke aspecten zijn ze tevreden, waar diende de app hen bij te helpen en wat heeft het hen opgeleverd in termen van het vinden van een baan of het vinden van passende werknemers?

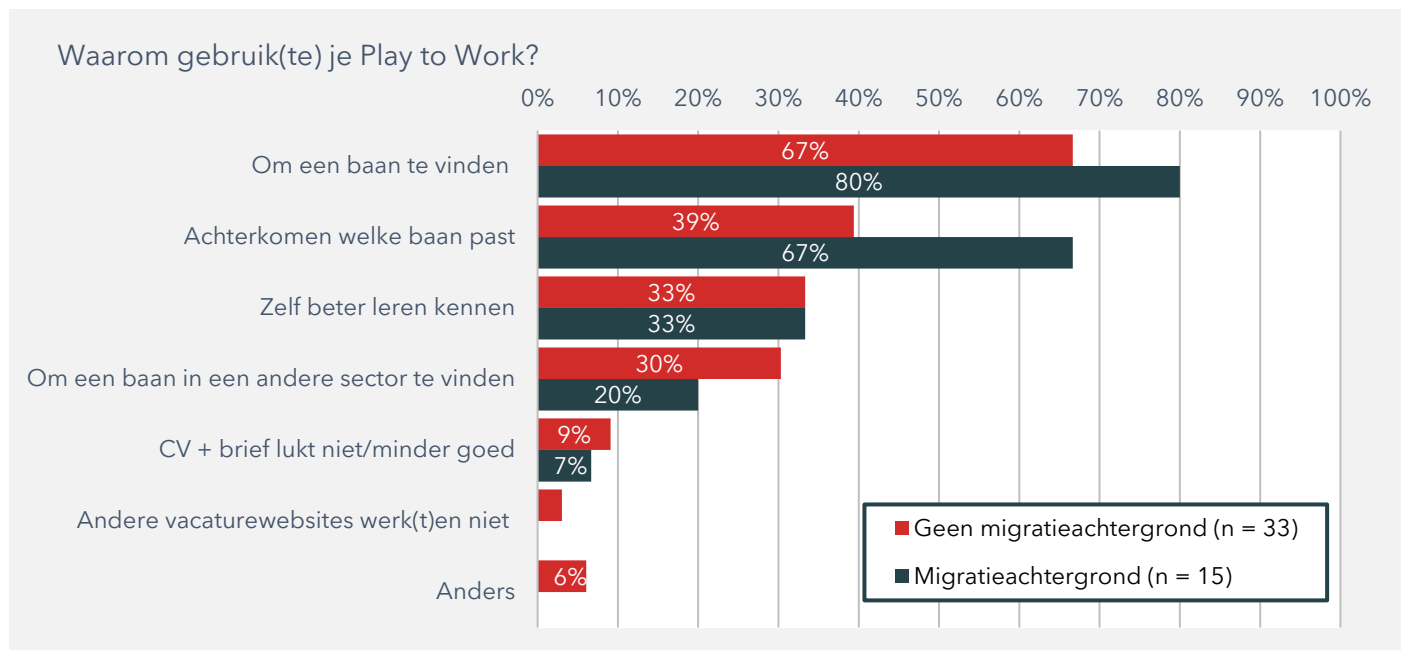
### 3.1 App-gebruikers over Play to Work

#### 3.1.1 Waarvoor gebruiken ze de app?

Er zijn verschillende redenen voor het gebruik van de app van PTW. De top drie belangrijkste redenen voor het gebruik van de app onder alle 48 bevraagde mbo'ers zijn: 1) het vinden van een baan, 2) middels de app erachter komen welke baan bij ze past, en 3) om zichzelf beter te leren kennen (zie Figuur 3.1). Dat gebruikers de app ook gebruiken voor werkexploratie is een aanvullend mechanisme waardoor PTW succesvol kan zijn.

Hierbij zijn er verschillen zichtbaar tussen mbo'ers met een migratieachtergrond en mbo'ers zonder migratieachtergrond. Omdat er sprake is relatief lage respons, zijn alleen grote percentuele verschillen interessant en ook die verschillen dienen met enige voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden. We zien dat een aanzienlijk groter aandeel mbo'ers met een migratieachtergrond de app gebruikt om erachter te komen welke baan bij hen past (28 procentpunt verschil ten opzichte van mbo'ers zonder migratieachtergrond). Een mogelijke verklaring die tijdens de verklarende evaluatie is genoemd, kan zijn dat jongeren met een migratieachtergrond een minder uitgebreid netwerk hebben en dus met relatief weinig beroepen in aanraking komen. Het kan er ook aan liggen dat de respondenten met een migratieachtergrond nog vaker bezig zijn met hun mbo-opleiding en de arbeidsmarkt nog niet betreden hebben, en daardoor minder zicht hebben op wat voor baan bij hen past.

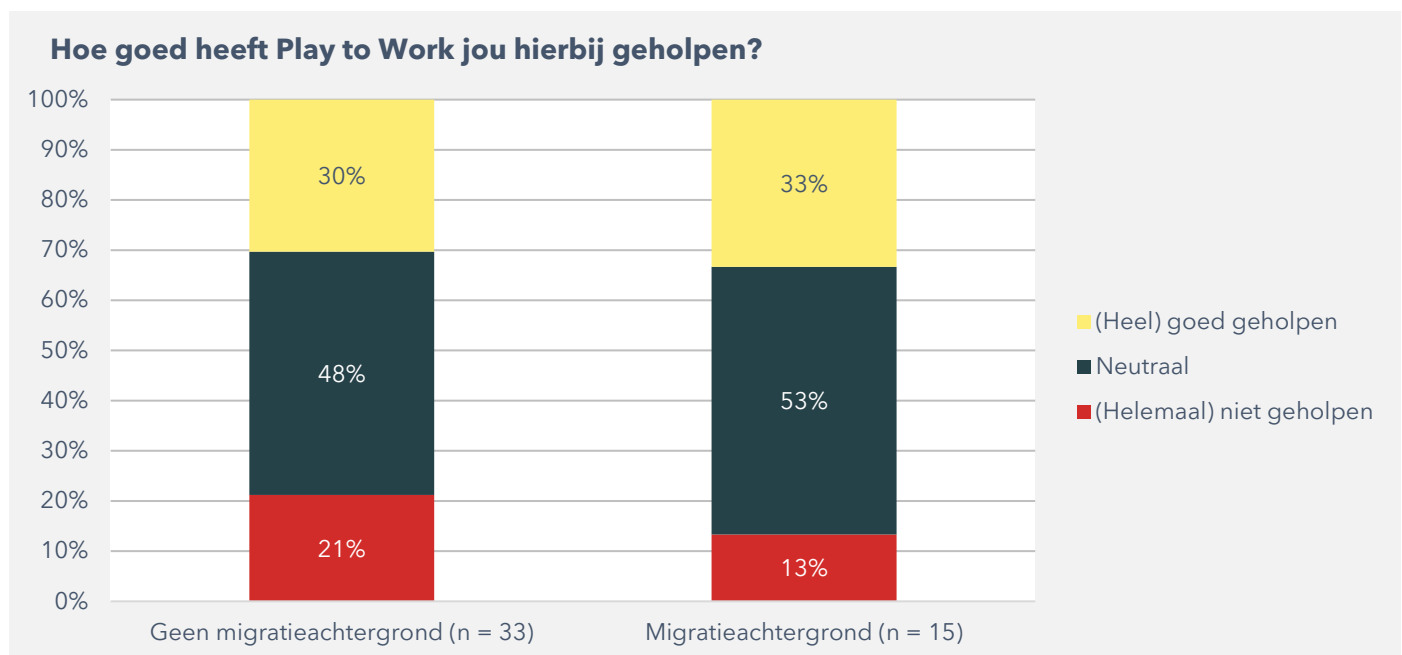
Figuur 3.1 De app wordt het vaakst gebruikt om een baan te vinden



Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022, N=48), SEO en ResearchNed

De gebruikers zetten de app dus in om verschillende redenen, maar dat is volgens hen niet altijd effectief geweest. Op de vraag hoe goed PTW heeft geholpen bij de reden van gebruik staat ongeveer de helft van alle gebruikers hier neutraal tegenover (Figuur 3.2). Ongeveer een op drie vindt dat PTW (heel) goed hierbij heeft geholpen, terwijl een op vijf van mening is dat PTW hier (helemaal) niet bij heeft geholpen. Er zijn geen grote verschillen tussen mbo'ers met en zonder een migratieachtergrond.

Figuur 3.2 Ongeveer de helft van de gebruikers is neutraal over de hoe goed de app heeft geholpen



Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022, N=48), SEO en ResearchNed

### 3.1.2 Waarom kiezen mbo'ers voor PTW?

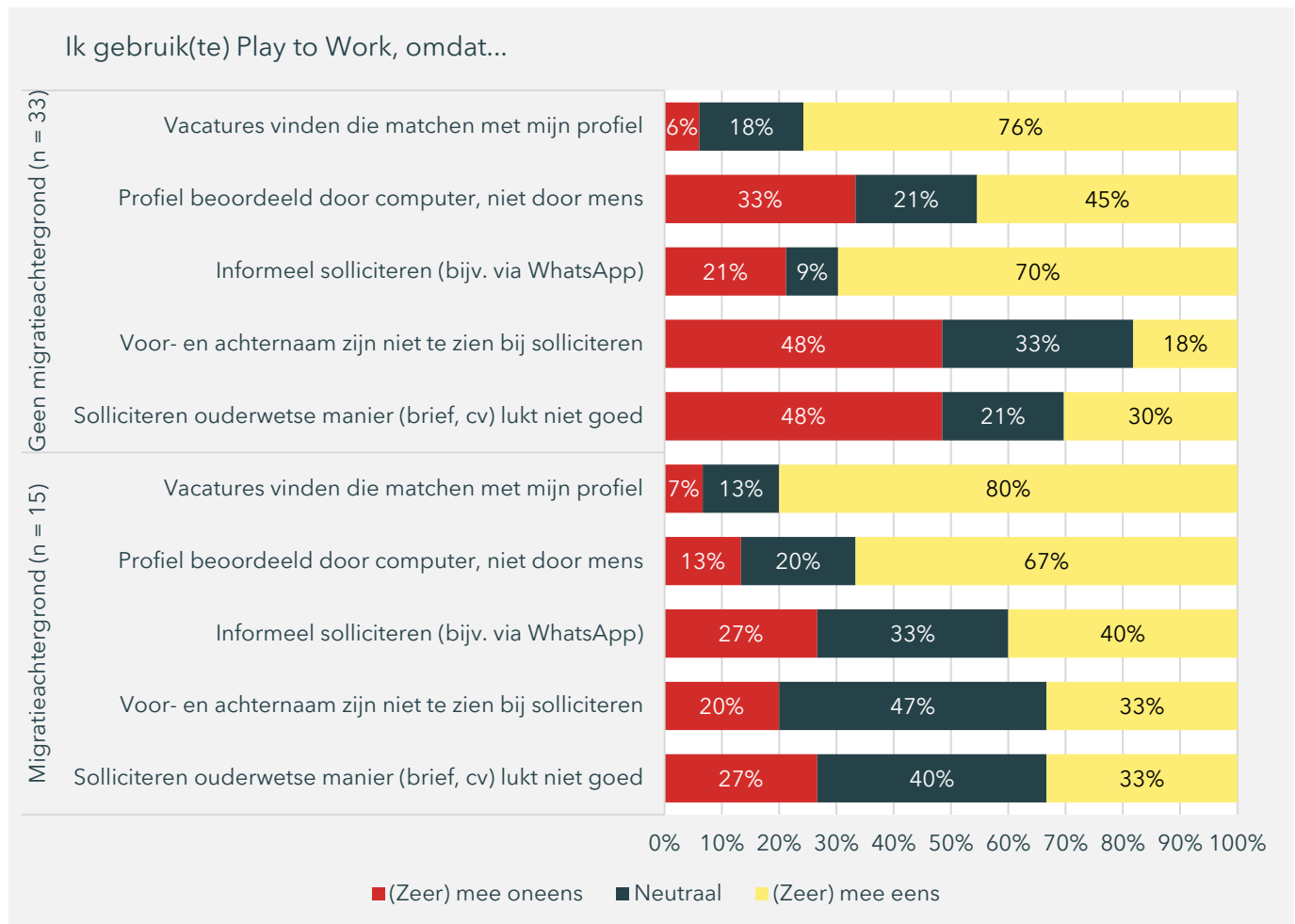
In Figuur 3.3 is te zien wat de drie belangrijkste redenen zijn waarom mbo'ers kiezen voor PTW: (1) vacatures vinden die matchen met hun profiel, (2) om informeel te kunnen solliciteren (bijvoorbeeld via WhatsApp) en (3) omdat het profiel beoordeeld wordt door een computer en niet door een mens. De drie bovengenoemde zijn gerelateerd aan de twee werkzame mechanismen van PTW aan de gebruikerskant, namelijk de laagdrempeligheid en objectiviteit van solliciteren. Het informeel solliciteren via bijvoorbeeld een WhatsApp-berichtje verlaagt de drempel om te solliciteren voor deze doelgroep en lijkt daarmee het contact met potentiële werkgevers te vergemakkelijken.

Daarnaast wijzen de overige belangrijkste redenen van gebruikers (vacatures laten matchen met profiel en beoordeling door computer en niet door mens) erop dat het objectief solliciteren via de games een belangrijke reden is waarom PTW ingezet wordt. Matching gebeurt op basis van het soft skills profiel, wat niet alleen objectiever is volgens PTW doordat menselijke biases zo veel mogelijk uit het sollicitatieproces gehaald worden, maar ook een betere match oplevert tussen werkzoekende en werkgever. De respondenten gebruiken de app dus vanwege de werkzame mechanismen die we in de CIMO hebben vastgesteld.

Onder gebruikers met een migratieachtergrond geeft een groter deel aan PTW te gebruiken omdat zij hierdoor kunnen solliciteren zonder dat hun voor- en achternaam zichtbaar is (33 procent ten opzichte van 18 procent onder gebruikers zonder migratieachtergrond). Ook dragen zij vaker als reden aan PTW te gebruiken omdat beoordeling van het profiel door een computer en niet door een mens gebeurt (67 procent ten opzichte van 46 procent). Dit lijkt erop te wijzen dat deze groep gebruikers zich bewust is dat de objectievere manier van solliciteren via PTW de kans op discriminatie op basis van hun migratieachtergrond verkleint.

Onder gebruikers zonder migratieachtergrond is een aanmerkelijk groter deel het juist *oneens* met de stellingen dat zij gebruikmaken van de app zodat ze anoniem, zonder vermelding van hun voor- en achternaam, kunnen solliciteren (49 procent) en omdat solliciteren op de ouderwetse manier (brief en CV) niet goed lukt (49 procent). Een voor de hand liggende verklaring hiervoor is dat zij minder te maken hebben met discriminerende processen die optreden tijdens een sollicitatieprocedure. Ondanks dat deze groep juist een sterkere voorkeur heeft voor informeel solliciteren dan gebruikers met een migratieachtergrond (70 procent ten opzichte van 40 procent), heeft de reden voor gebruik van de app niet te maken met het feit dat solliciteren op de ouderwetse manier niet goed lukt. Met andere woorden, het lijkt erop dat gebruikers zonder migratieachtergrond geen voorkeur hebben voor informeel solliciteren omdat zij minder moeite ervaren met klassieke vormen van solliciteren, zoals via een sollicitatiebrief.

Figuur 3.3 De meeste gebruikers gebruiken de app om vacatures te vinden die matchen met hun profiel



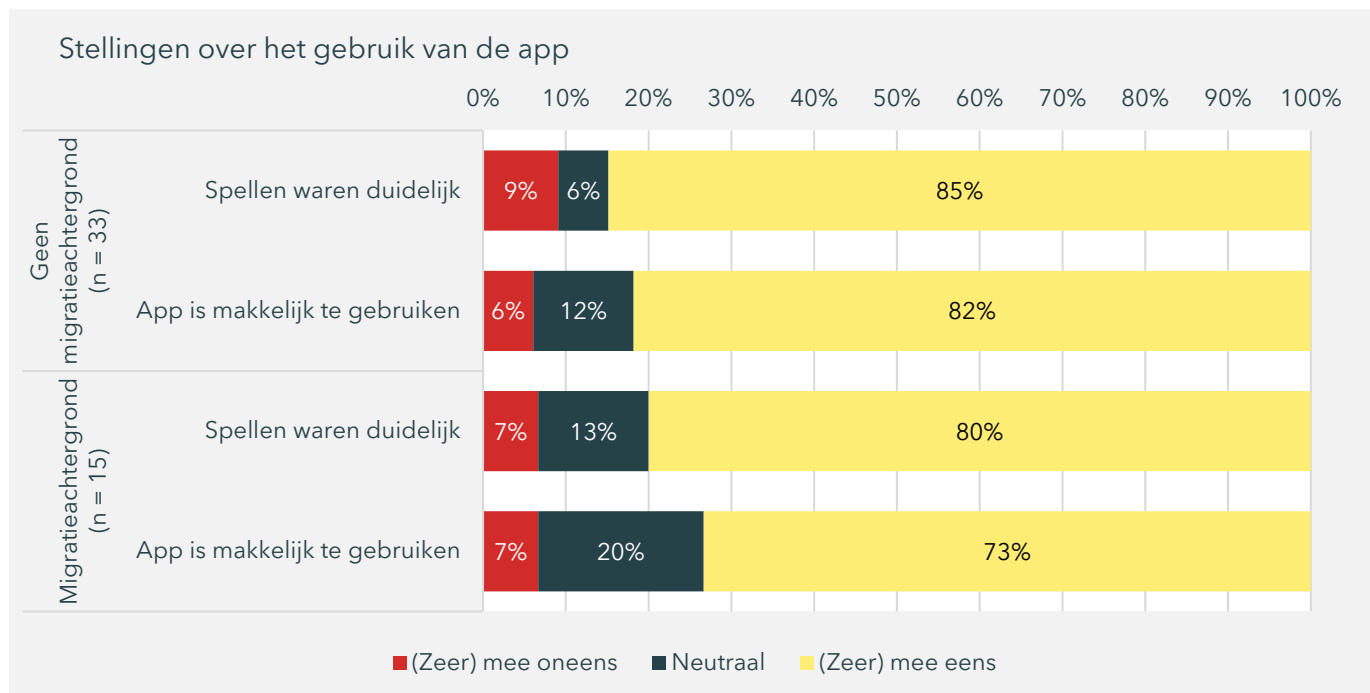
Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022, N=48), SEO en ResearchNed

### 3.1.3 Tevredenheid over de app

Onder mbo'ers die de app van PTW hebben gebruikt is het gros van mening dat de spellen van de app duidelijk waren en dat de app makkelijk te gebruiken is (Figuur 3.4). De mate waarin de spelletjes duidelijk waren, lijkt niet te verschillen tussen mbo'ers met en zonder een migratieachtergrond. Daarentegen lijken mbo'ers met een migratieachtergrond iets minder vaak aan te geven dat de app makkelijk te gebruiken is (73 versus 82 procent) verschil.



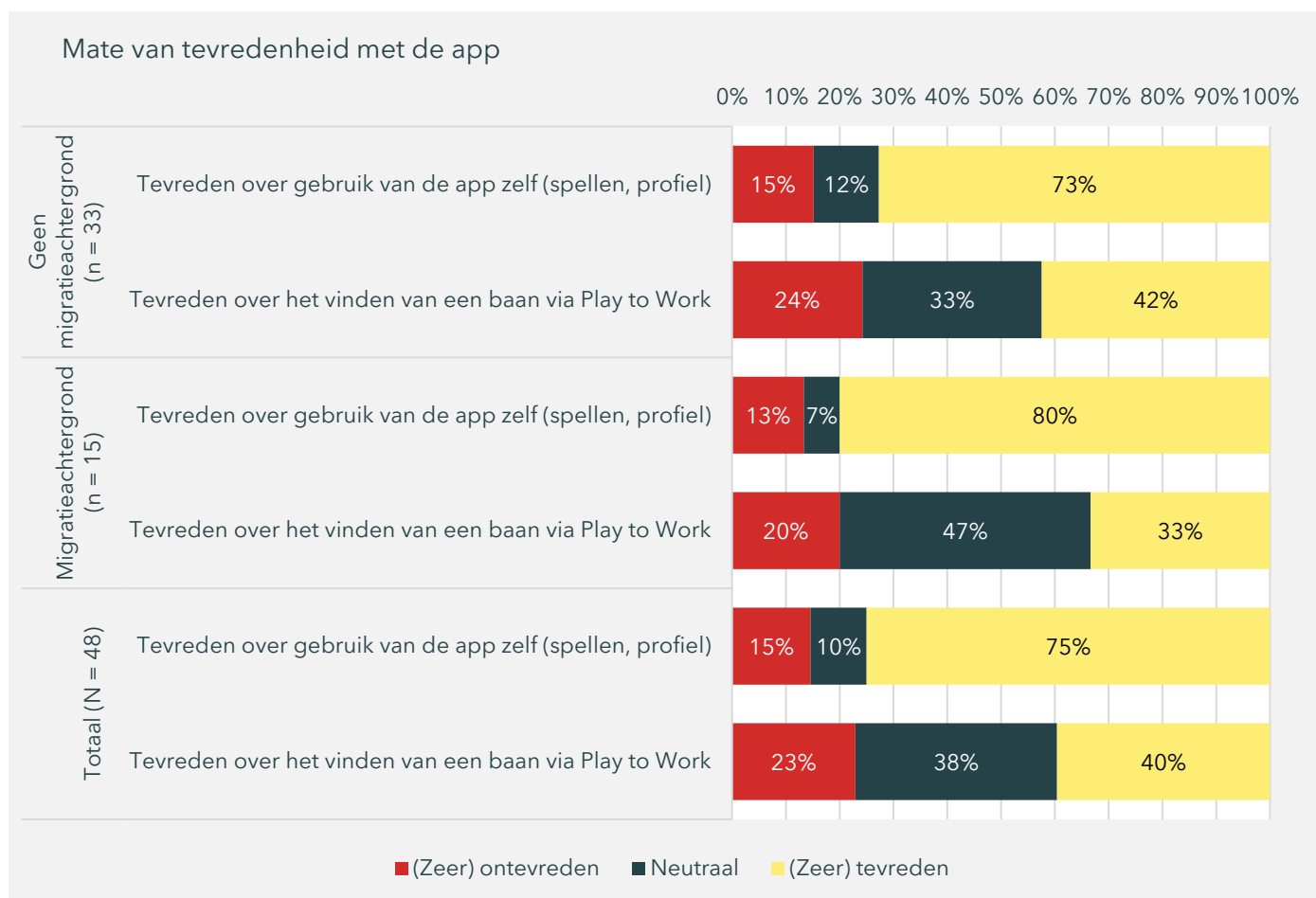
Figuur 3.4 De meerderheid vindt de spellen duidelijk en de app makkelijk in gebruik



Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022, N=48), SEO en ResearchNed

Figuur 3.5 laat zien dat zo'n drie kwart van de totale groep (zeer) tevreden is over de app zelf. Omdat er geen grote verschillen zijn tussen respondenten met en zonder een migratieachtergrond, wordt hier naar het totaal gekeken. Veelgenoemde redenen waarom gebruikers tevreden zijn is omdat het een leuke manier is van solliciteren en meer over jezelf te weten te komen. Zo schrijft iemand: "De app ziet er aantrekkelijk uit en nodigt uit om de spellen te spelen. Leuk om daarna te zien welke banen eventueel zouden aansluiten bij mijn profiel. De spellen geven ook inzicht in wie je bent." Gebruikers die niet tevreden zijn over de app zelf geven aan het te herhalend te vinden. Verder is twee op vijf tevreden over het vinden van een baan via PTW. Een iets kleiner percentage staat hier neutraal tegenover en iets minder dan een kwart geeft aan (zeer) ontevreden hierover te zijn. Gebruikers die tevreden zijn over het vinden van een baan via PTW geven aan dat er veel werk wordt aangeboden en dat ze het leuk vonden om op een heel andere manier te solliciteren. Een gebruiker schreef: "Het [solliciteren] was makkelijker dan anders en het is beter omdat ik meer banen vond in mijn sector". Gebruikers die ontevreden waren geven aan dat er werk werd aangeboden dat niet paste bij hun opleiding. Zo schreef een gebruiker: "Alle banen die ik te zien heb gekregen waren onder mijn niveau. Er stonden qua salaris ook geen interessante vacatures tussen in vergelijking met mijn huidige loon."

Figuur 3.5 Zo'n drie kwart van de totale groep is (zeer) tevreden over de app zelf



Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022, N=48), SEO en ResearchNed

### 3.1.4 Gevolgen van het gebruik van de app

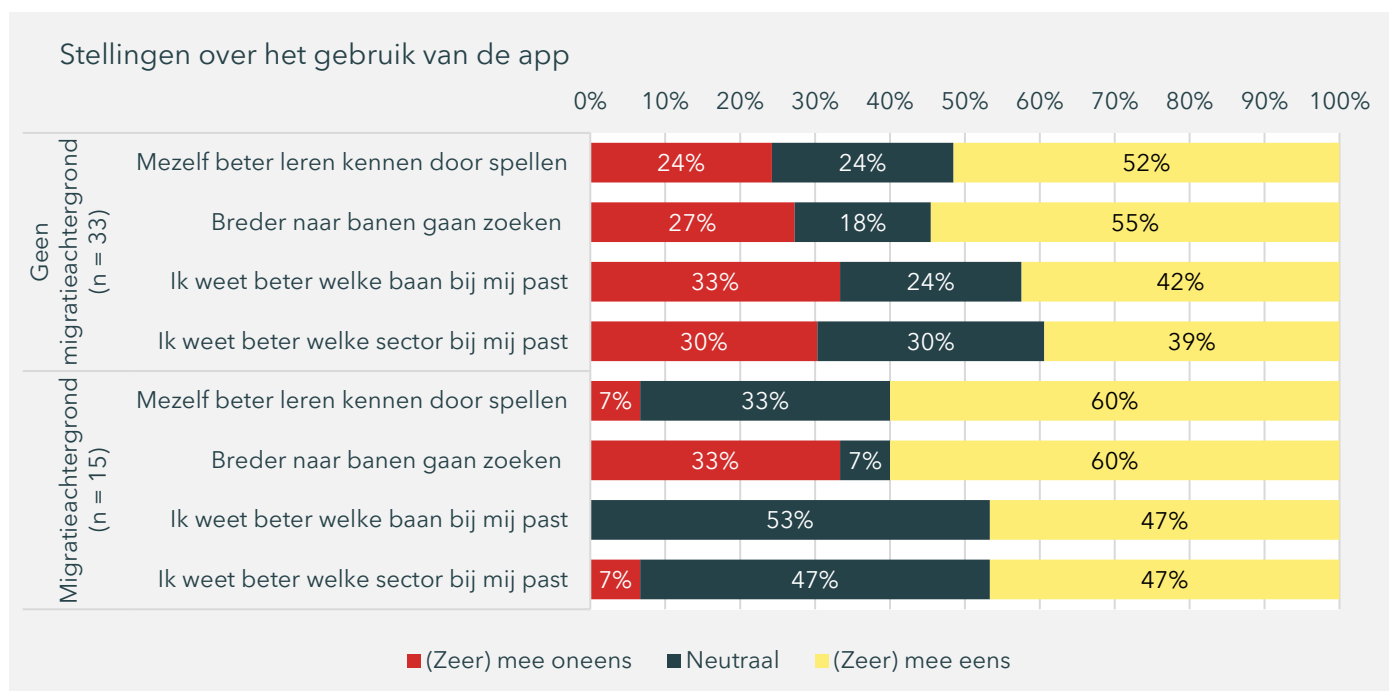
Wat heeft het gebruik van de app gebruikers opgeleverd? Om zicht te krijgen op de (positieve) gevolgen van het gebruik is er een aantal stellingen voorgelegd die zijn weergegeven in Figuur 3.6. Meer dan de helft van de gebruikers geeft aan zichzelf beter te hebben leren kennen door de spellen en dat zij door de app breder zijn gaan zoeken naar banen (in verschillende sectoren). Opvallend is dat mbo'ers met een migratieachtergrond dit vaker aangeven dan mbo'ers zonder migratieachtergrond. Onder de groep met een migratieachtergrond is daarnaast slechts een klein deel het niet eens met de stellingen dat de spellen ervoor hebben gezorgd dat ze zichzelf beter hebben leren kennen (7 procent ten opzichte van 24 onder de groep zonder migratieachtergrond).

Het breder gaan zoeken naar werk hangt samen met het matchingmechanisme van PTW. Door de matchingtechnieken van PTW op basis van onder meer soft skills is het mogelijk dat gebruikers breder op vacatures zijn gaan zoeken dan zij initieel zelf voor ogen hadden. Het mechanisme dat PTW leidt tot een objectievere matching door middel van spellen zorgt naast een mogelijk betere matching ook voor het vergroten of verbreden van het zoekgebied (en daarmee ook de baanmogelijkheden) van werkzoekenden.

Tot slot is onder de groep met een migratieachtergrond te zien dat bijna de helft aangeeft dat zij door de app beter weten welke baan en welke sector bij hen past. Geen enkel of slechts een klein deel is het hiermee oneens. Onder

de groep zonder migratieachtergrond is het beeld iets anders. Daar is ongeveer twee op vijf het eens met deze twee stellingen en (iets minder) dan een derde het er volledig mee oneens. Het lijkt er dus op dat de app vooral mbo'ers met een migratieachtergrond helpt om erachter te komen wat bij hen past op het gebied van werk. Het verschil tussen deze twee groepen kan mogelijk verklaard worden door het feit dat een groter aandeel van de gebruikers met een migratieachtergrond nog onderwijs volgt terwijl een groter aandeel van gebruikers zonder migratieachtergrond het diploma al behaald heeft. De achterliggende verklaring is dan dat degenen die al een afgerond diploma hebben al beter weten welke banen en sectoren bij ze passen dan studenten die nog onderwijs volgen. Een andere verklaring die is geopperd is het feit dat jongeren met een migratieachtergrond vaak een klein netwerk hebben en daardoor met relatief weinig beroepen in aanraking zijn gekomen.

**Figuur 3.6** Meer dan de helft van de gebruikers geeft aan zichzelf beter te hebben leren kennen door de app



Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022, N=48), SEO en ResearchNed

### 3.1.5 Huidige arbeidssituatie van app-gebruikers

Naast vragen waarvoor en waarom de app is gebruikt, alsook de tevredenheid en de gevolgen van het gebruik van de app, hebben we de huidige arbeidssituatie van gebruikers in kaart gebracht: hebben ze op dit moment een betaalde baan, hebben zij deze baan via PTW verkregen en hebben zij door PTW breder gezocht naar een baan? De huidige paragraaf geeft antwoord op deze vragen.

Op het moment van het invullen van de vragenlijst had 72 procent van de gebruikers een betaalde baan (zie Tabel 3.1). De vragen in deze paragraaf zijn enkel voorgelegd aan werkenden (N = 34). Door de kleiner geworden aantallen, dienen de volgende resultaten met nog meer voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden. Bij de onderstaande bevindingen kijken we naar de totale groep, omdat de aantallen nog kleiner worden als we uitsplitsen naar wel of geen migratieachtergrond.

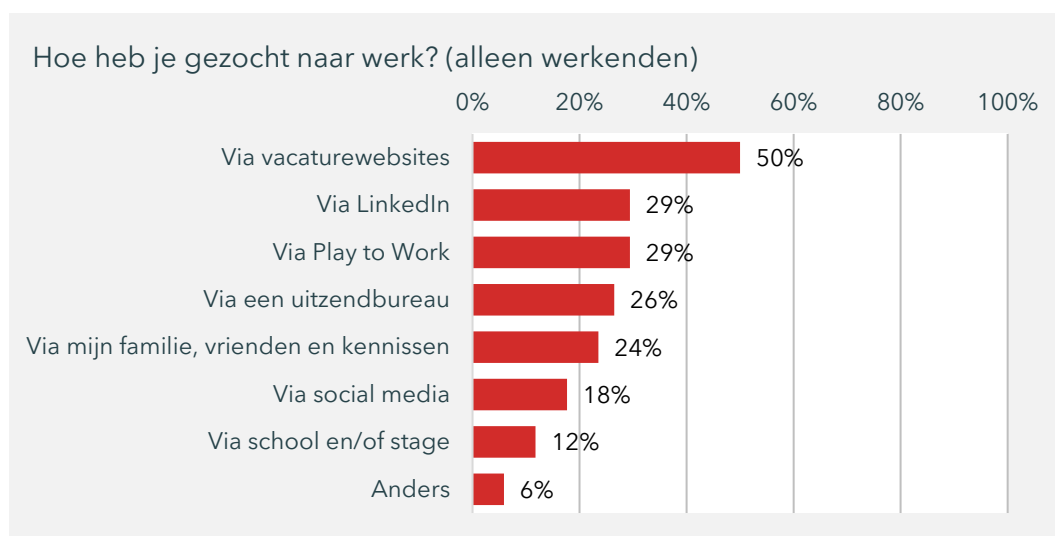
Tabel 3.1 Ongeveer drie kwart van de respondenten heeft een baan

|                    | Geen migratieachtergrond |     | Migratieachtergrond |     | Totaal |     |
|--------------------|--------------------------|-----|---------------------|-----|--------|-----|
|                    | n                        | %   | n                   | %   | n      | %   |
| Geen betaalde baan | 7                        | 22% | 6                   | 40% | 13     | 28% |
| Betaalde baan      | 25                       | 78% | 9                   | 60% | 34     | 72% |

Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022, N=34), SEO en ResearchNed

Aan werkenden is gevraagd hoe zij hebben gezocht naar een baan, waarbij ze meerdere opties aan konden vinken (Figuur 3.7). Wat opvalt is dat de traditionele sollicitatiekanalen (nog steeds) populair zijn onder de bevroagden. Solliciteren via vacaturewebsites, via LinkedIn en via een uitzendbureau zijn samen met PTW de vier meest gebruikte manieren van solliciteren.

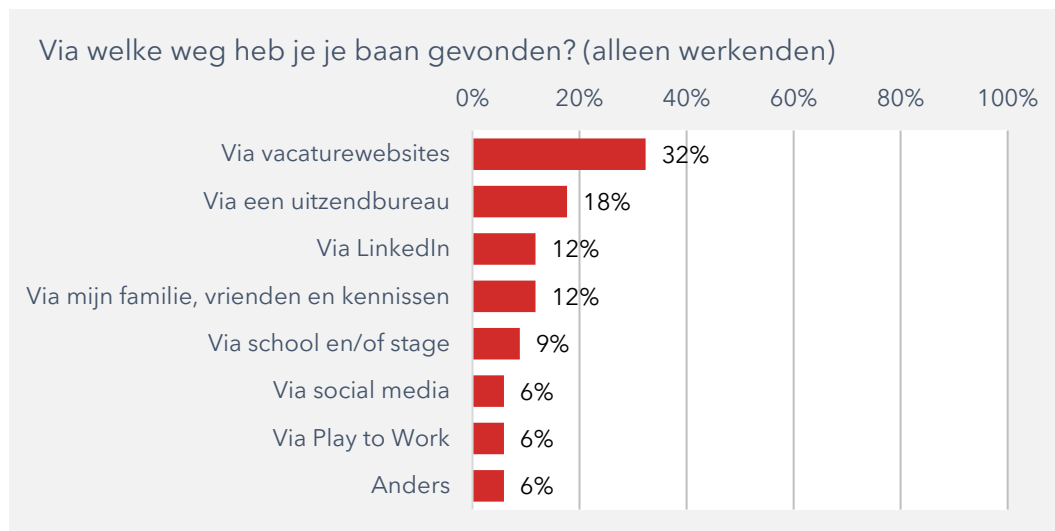
Figuur 3.7 Er is het vaakst gezocht naar een baan via vacaturewebsites



Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022, N=34), SEO en ResearchNed

Figuur 3.8 toont via welke weg werkenden hun baan hebben gevonden. Het grootste aandeel heeft werk gevonden via vacaturewebsites en via een uitzendbureau. De twee traditionele sollicitatiekanalen lijken relatief goed te werken voor app-gebruikers. Slechts twee respondenten geven aan hun huidige baan te hebben gevonden via PTW. Over de baan zegt iets meer dan de helft van alle werkenden dat hun huidige baan bij hun opleidingsniveau past en geeft zo'n 68 procent aan dat baan bij de richting of sector van hun opleiding past.

Figuur 3.8 Een vacaturewebsite is het kanaal waarbij het vaakst een baan is gevonden



Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022, N=34), SEO en ResearchNed

Aan werkenden is gevraagd of zij de verschillende gebruikte manieren van solliciteren op volgorde wilden zetten van meest naar minst fijn. Zo'n vijftien werkenden hebben dat gedaan. Op basis van het aantal stemmen is een top drie gemaakt van de fijnste manieren van solliciteren. Dat zijn: (1) vacaturewebsites, (2) PTW, LinkedIn, en familie/vrienden/kennissen en (3) uitzendbureaus (Tabel 3.2). De klassieke manieren van solliciteren via vacatureswebsites en uitzendbureaus blijven dus populair, maar PTW valt ook goed in de smaak.

Respondenten geven aan dat vacaturewebsites veel vacatures hebben en doorgaans simpel en gemakkelijk in gebruik zijn. Solliciteren via familie/vrienden en kennissen wordt gewaardeerd vanwege de betrouwbaarheid en het biedt een makkelijke ingang. LinkedIn biedt ook makkelijk een ingang. PTW wordt gewaardeerd vanwege het spelenderwijs solliciteren en het feit dat er verschillende soorten banen voorbij komen. Daarin klinkt weer de werkexploratie in terug. Uitzendbureaus zijn makkelijk en snel.

Nadelen van vacaturewebsites die zijn genoemd, zijn het schrijven van (vele) sollicitatiebrieven en telkens hetzelfde traject te moeten doorlopen. Via LinkedIn worden minder passende vacatures gevonden en wordt al minder makkelijk in gebruik ervaren. Over PTW zeggen respondenten dat het tot nu toe nog niets heeft opgeleverd en dat de vacatures landelijk en niet regionaal zijn. Er wordt ook persoonlijk contact gemist. Dat zeggen ze ook over uitzendbureaus.

Tabel 3.2 Klassieke manieren van solliciteren zijn populair

| Positie | Manieren van solliciteren  | Aantal stemmen |
|---------|----------------------------|----------------|
| 1.      | Vacaturewebsites           | 9              |
| 2.      | Play to Work               | 7              |
| 2.      | LinkedIn                   | 7              |
| 2.      | Familie/vrienden/kennissen | 7              |
| 3.      | Uitzendbureaus             | 6              |
| 4.      | School/stage               | 1              |

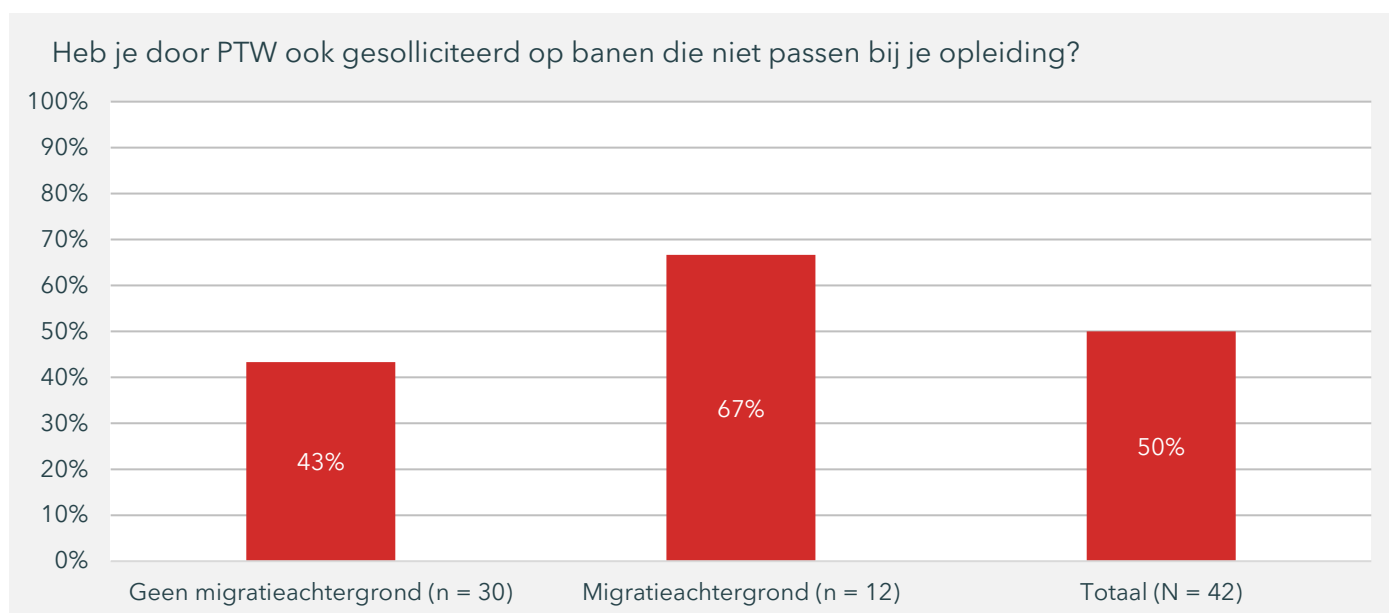
|    |               |   |
|----|---------------|---|
| 5. | Sociale media | 1 |
| 6. | Anders        | 1 |

Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022, N=34), SEO en ResearchNed

Tot slot is aan de groep app-gebruikers die een baan hebben of actief zoeken gevraagd of zij hebben gesolliciteerd op banen die niet bij hun (gevolgde) mbo-opleiding passen (Figuur 3.9). Onder de totale groep geeft de helft aan dit gedaan te hebben. Kijken we naar de groepen met en zonder een migratieachtergrond, dan geeft onder de eerste groep een groter percentage aan dit te hebben gedaan. Dit zien we ook terug in Figuur 3.1, die laat zien dat gebruikers met een migratieachtergrond de app ook gebruiken om erachter te komen welke baan bij hen past.

Echter zagen we in Figuur 3.6 dat app-gebruikers met een migratieachtergrond niet vaker hebben aangegeven breder te zijn gaan zoeken naar banen in verschillende sectoren. Dus aan de ene kant hebben ze vaker gesolliciteerd op banen buiten de eigen opleidingsrichting, maar dat lijken ze niet bewust te doen, aangezien ze niet breder hebben gezocht. Het kan ook zijn dat mbo'ers met een migratieachtergrond vaker (moeten) uitwijken naar banen die niet passen bij hun opleiding. Deze verklaring komt uit ander onderzoek onder mbo-gediplomeerden (Muja et al., 2019a; Muja et al., 2019b). Door de kleine aantallen in het huidige onderzoek is deze conclusie niet met zekerheid te stellen. Er kan alsnog sprake zijn van een bevinding die toevallig hetzelfde beeld laat zien als voorgaande onderzoeken.

**Figuur 3.9 De helft heeft gesolliciteerd op banen die niet passen bij de gevolgde opleiding**



Bron: Enquête onder gebruikers van PTW (2022, N=42), SEO en ResearchNed

## 3.2 Impact volgens werkgevers

We hebben met vier werkgevers gesproken die samenwerken met PTW. Deze partijen vertegenwoordigen verschillende branches en bedrijfsgroottes. We hebben gesproken met een arbeidsbemiddelingsbedrijf met ongeveer 25 medewerkers, een detentiecentrum met 400 medewerkers, een technisch bedrijf met meer dan 600

medewerkers en een gemeente. Zij kennen PTW allemaal via LinkedIn, via de branchevereniging of via hun eigen netwerk. PTW bereikt zijn klanten dus via vooral hun netwerk.

Bij het detentiecentrum en het technische bedrijf heeft het merendeel van de medewerkers een mbo-opleiding. Zij zochten mbo-opgeleiden om eigen vacatures in te vullen. Het arbeidsbemiddelingsbedrijf zocht ook mbo'ers voor vacatures, maar dat waren vacatures voor andere bedrijven waarvoor ze bemiddelden. De gemeente had een project waarbij ze mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt weer richting een baan wilden krijgen. De wervingskanalen die zij normaliter inzetten zijn divers: reclames via radiozenders, een stand op de carrièrebeurs of gewoon een vacature op de eigen website.

De werkgevers zien verschillende voordelen van PTW ten opzichte van andere wervingskanalen, zowel voor de werkgever zelf als voor de kandidaat. Kandidaten worden gematcht op basis van het soft skills profiel. Daarmee vindt er al een voorselectie van kandidaten plaats op basis van harde kenmerken (zoals een bepaalde diplomarichting) en soft skills (zoals bepaalde competenties). Dat zorgt volgens de werkgevers voor goede (en dus efficiënte) matches. Inzicht in soft skills zegt meer dan een formele brief, aldus een werkgever. Bij de gemeente waar ze PTW inzetten om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt richting een baan te krijgen wordt het soft skills profiel ingezet om deelnemers van het project inzicht in hun competenties te bieden en wat bij hen past. Een andere werkgever bevestigt dit. Kandidaten vinden het soms moeilijk om aan te geven waar ze goed in zijn. Door het soft skills profiel krijgen ze daar inzicht in.

Een belangrijke reden waarom werkgevers de hulp inroepen van een recruiter als PTW, is dat zij moeilijk aan geschikt personeel komen. PTW weet volgens de werkgevers een doelgroep te bereiken die zij zelf moeilijker kunnen bereiken. Ze komen specifiek bij PTW terecht vanwege hun expertise op het gebied van mbo, waarbij PTW ook mbo'ers met een migratieachtergrond weet te bereiken.

Ze weten de doelgroep niet alleen te bereiken, maar ook is het hele proces erop aangepast. Mbo'ers kunnen via een laagdrempelige en simpele manier in contact komen met werkgevers. Klassieke vacatures of LinkedIn werken niet voor deze groep volgens de werkgevers, ook niet voor mbo'ers met een migratieachtergrond. Bij het project van de gemeente voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt spreekt de laagdrempelige en speelse app vooral de jongeren aan, terwijl er een vergelijkbaar, in-person traject loopt wat juist de oudere deelnemers trekt. De andere werkgevers zien ook terug dat PTW jongeren goed weet te bereiken.

## Conclusie

De gesprekken met de werkgevers bevestigen grotendeels de drie mechanismen beschreven in hoofdstuk 2. Werkgevers komen in contact met een doelgroep die ze zelf moeilijk weten te bereiken. Voor gebruikers is het een laagdrempelige manier van solliciteren. De objectiviteit van solliciteren met het soft skills profiel is niet zozeer teruggekomen in de gesprekken. Daarentegen is genoemd dat het soft skills profiel wel leidt tot een goede voorselectie en dat het inzicht geeft aan gebruikers en werkgevers in wat een kandidaat kan. Dat leidt tot een betere en efficiëntere matching.

## 4 Condities voor succes

Om Play to Work nog meer een succes te laten zijn is groei van het aantal aangeboden vacatures op de app het belangrijkste. Voor doorontwikkeling is het belangrijk dat er zicht is op de effectiviteit, bijvoorbeeld inzicht in vroegtijdige uitstroom na plaatsing. Effectiviteit wordt grotendeels bepaald door de kwaliteit van de kandidaten die ze bij werkgevers aanbieden.

Er zijn verschillende aspecten die bijdragen aan het succes van PTW.

### **Voldoende vacatures**

Mbo-vacatures zijn vaak regionaal. Een vacature in Groningen zal niet zo gauw opgevuld worden door iemand uit Brabant. Om van toegevoegde waarde te zijn voor de gebruikers is het van belang dat er voldoende vacatures regionaal beschikbaar zijn. Dat geven respondenten ook aan in de enquête. PTW heeft nog niet het kritieke aantal vacatures bereikt dat er voldoende vulling is, dat verwachten ze in 2023 te bereiken. Groei in vacatures kan gerealiseerd worden via een uitbreiding van de salesafdeling, zodat ze meer bedrijven kunnen bereiken om vacatures te plaatsen. Groei in vacatures heeft op dit moment de prioriteit bij PTW. Wellicht zou hier een rol weggelegd kunnen zijn voor overheidsinstanties als werkgevers door deze vorm van solliciteren te stimuleren.

### **Bekendheid van PTW**

Daar komt bij dat er ook voldoende bekendheid van PTW moet zijn. PTW is niet het eerste kanaal waar men aan denkt wanneer ze zoeken naar een baan. Als men een baan zoekt, komen ze eerst terecht bij traditionele kanalen zoals vacaturewebsites.

### **Doorontwikkeling van de app**

De effectiviteit van de app kan verbeterd worden door de app over de hele breedte verder te ontwikkelen. Een substantieel deel van de gebruikers zonder migratieachtergrond (een derde, Figuur 3.6) geeft bijvoorbeeld aan niet meer inzicht te hebben gekregen welke baan of sector bij hen past. PTW noemt zelf de volgende zaken: meer focus op data-analyse om de matching beter te maken, het hele proces van plaatsing van een kandidaat beter en efficiënter inrichten, de games verbeteren, de app gebruiksvriendelijker maken. Gebruiksvriendelijkheid wordt vaak genoemd als toelichting waarom bepaalde sollicitatiekanalen als prettig worden ervaren (of onprettig wanneer het juist niet gebruiksvriendelijk is).

Ook zouden ze meer kunnen doen met data-gedreven feedback. Inzicht in hoeveel kandidaten bij de opdrachtgevers vroegtijdig uitstromen en waarom zij uitstromen is waardevolle informatie om mee te nemen voor verbetering. Dat gebeurt op dit moment nog te weinig. Zulke gegevens kunnen ook gebruikt worden om nieuwe opdrachtgevers te informeren en over de streep te trekken om gebruik te maken van de diensten van PTW. Omdat PTW een nieuwe, ongebruikelijke manier van solliciteren is moet je nieuwe opdrachtgevers kunnen overtuigen van de effectiviteit.

### **Zicht op de kandidaat**

PTW doet er goed aan om zo veel mogelijk goede kandidaten door te sturen naar de opdrachtgevers. Zo krijg je tevreden opdrachtgevers en tevreden kandidaten. Of een kandidaat 'goed' is hangt van verschillende zaken af. Dat



kan inhouden dat er een match is wat betreft soft skills (waarbij die matching en de games doorontwikkeld kunnen worden zoals eerder aangegeven), maar ook een ontmoeting en een persoonlijk gesprek kunnen daar belangrijk bij zijn. PTW levert bij de uitgebreidere pakketten sowieso een profielschets per kandidaat.

### **Actieve gebruikers**

Het is van belang dat de gebruikers een actieve houding hebben. Ze moeten zelf alle games spelen zodat er een volledig soft skills profiel aangemaakt wordt, ze moeten zelf op de sollicitatieknop drukken en ze moeten zelf de telefoon opnemen als ze gebeld worden door een potentiële werkgever. PTW is hier wel mee bezig door na te bellen en de gebruikers te activeren. Maar het initiatief moet ook van de gebruiker komen, zij moeten ook inzet en betrokkenheid laten zien.

### **Afweging: zakelijkheid van de app**

PTW is een laagdrempelige manier van solliciteren waarbij gebruikers van de app spellen kunnen spelen om zo bij matchende vacatures uit te komen. Daarmee richt het zich op een specifieke doelgroep die via traditionele kanalen moeilijk te bereiken is voor werkgevers. De speelse en kleurrijke benadering van de app is geschikt voor jongeren, maar voor de wat oudere werkzoekende wellicht minder passend. Voor die groep zou een zakelijkere, minder kleurrijke insteek wellicht beter passen. Daarmee kan de app wat serieuzer aanvoelen. Er kan dus gekeken worden om de app wat zakelijker in te kleden zonder de aantrekkelijkheid voor de belangrijkste doelgroep te verliezen om zo een groter gebruikerspotentieel te bedienen.

### **Afweging: nog objectiever solliciteren**

PTW maakt het sollicitatieproces objectiever door gebruik te maken van matching op basis van soft skills. Echter krijgen werkgevers wel de namen van de gematchte sollicitanten te zien, waardoor discriminatie alsnog kan optreden. Er zou gekeken kunnen worden of alle gematchte kandidaten anoniem kunnen solliciteren. Daarmee is het gehele proces van solliciteren via PTW objectief.

## Referenties

- Muja, A., Blommaert, L., Gesthuizen, M., & Wolbers, M. H. J. (2019a). The role of different types of skills and signals in youth labor market integration. *Empirical Research in Vocational Education and Training*, 11(1), 6.
- Muja, A., Blommaert, L., Gesthuizen, M., & Wolbers, M. H. J. (2019b). The vocational impact of educational programs on youth labor market integration. *Research in Social Stratification and Mobility*, 64, 100437.
- OECD (2010). *Equal Opportunities? The Labour Market Integration of the Children of Immigrants*. Parijs: OECD Publishing
- Ofman, D.D. (1998). *Bezieling en kwaliteit in organisaties*. Kosmos Uitgevers.



# “De wetenschap dat het goed is.”

SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winstoogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.

**SEO-rapport 2023-24**

**ISBN 978-90-5220-266-2**

## **Informatie & Disclaimer**

SEO Economisch Onderzoek heeft op de verkregen informatie en data geen onderzoek uitgevoerd dat het karakter draagt van een accountantscontrole of due diligence. SEO is niet verantwoordelijk voor fouten of omissies in de verkregen informatie en data.

## **Copyright © 2022 SEO Amsterdam.**

Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit magazine te gebruiken in artikelen, onderzoeken en collegesyllabi, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld. Gegevens uit dit rapport mogen niet voor commerciële doeleinden gebruikt worden zonder voorafgaande toestemming van de auteur(s). Toestemming kan worden verkregen via [secretariaat@seo.nl](mailto:secretariaat@seo.nl).

Roetersstraat 29  
1018 WB Amsterdam

**+31 20 525 1630**  
[secretariaat@seo.nl](mailto:secretariaat@seo.nl)  
[www.seo.nl](http://www.seo.nl)