



*Monitoronderzoek naar de aanpak laaggeletterdheid
in Drenthe - eerste onderzoeksresultaten*

Marieke Buisman MSc. -Kohnstamm Instituut/Universiteit van Amsterdam

Dr. Maurice de Greef -Maastricht University

Prof. Dr. Mien Segers -Maastricht University

02-2019

KOHNSTAMM
INSTITUUT

*© Maastricht University,
Educational Research & Development (ERD)
School of Business and Economics*

KOHNSTAMM
INSTITUUT



Maastricht University

© 2019, Maastricht University, Maastricht

Alle rechten voorbehouden. Niets van deze uitgave mag worden veeelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, of gebruikt in bijvoorbeeld een PowerPointpresentatie, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Maastricht University, de afdeling ERD van de School of Business and Economics. Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j⁰ het Besluit van 20 juni 1974, St.b. 351, zoals gewijzigd bij Besluit van 23 augustus 1985, St.b. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijke vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 882, 1180 AW Amstelveen). Voor zover het opnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de beide genoemde partijen te wenden.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. opzet van het onderzoek	5
3. Resultaten	9
3.1 Bereik	9
3.2 Leeraanbod	11
3.3 Werving	13
4. Conclusies	18
5. Referenties	20

1. Inleiding

Laaggeletterdheid is een maatschappelijk probleem dat van invloed is op tal van levensdomeinen: op de positie op de arbeidsmarkt, op armoede en schulden, vertrouwen in de medemens, maatschappelijke participatie en (ervaren) gezondheid. Basisvaardigheden zijn dan ook een belangrijke voorwaarde om volwaardig te kunnen participeren op het werk en in de samenleving. Het gaat bij laaggeletterdheid echter vaak om een onderwerp waar vaak nog een taboe op rust, en om kwetsbare doelgroepen die lastig te bereiken zijn. De aanpak van laaggeletterdheid vergt daarom een lange adem.

De provincie Drenthe wil zich extra inzetten om meer kansen te bieden voor de groep laaggeletterde inwoners. In de provincie gaat het om ca. 45.000 volwassenen. Zij hebben moeite met lezen, schrijven, rekenen of het werken met de computer. Er is steeds meer aandacht voor de rol die basisvaardigheden spelen in de zelfredzaamheid van burgers. Een aantal trends in de provincie Drenthe raken aan dit onderwerp: de vergrijzing neemt toe en het aandeel laagopgeleiden ligt hoger dan het landelijk gemiddelde (Leefbaarheidsmonitor Drenthe, 2018). Onder deze groepen (ouderen, laagopgeleiden) zijn laaggeletterden oververtegenwoordigd. Met name in Zuidoost-Drenthe is sprake van een stapeling van (sociaal)economische problematiek: een zwakke economische basis gepaard met een laag gemiddeld opleidingsniveau, hoge (jeugd)werkloosheid en lage inkomens (Leefbaarheidsmonitor Drenthe, 2018).

Het Bondgenootschap voor een Geletterd Drenthe maakt zich hard om minimaal 10% van de laaggeletterden te bereiken en te ondersteunen. In de afgelopen twee jaren heeft de aanpak laaggeletterdheid een impuls gekregen in de provincie. Er worden veel nieuwe wervingsactiviteiten opgezet en onderzoek gedaan naar 'klatreis' die laaggeletterden binnen en tussen organisaties maken. Daarnaast heeft vanaf medio 2017 heeft iedere Drentse gemeente een Taalhuis: een samenwerking tussen gemeente, ROC, welzijn en bibliotheek.

Belangrijke vraag is wat de impact van interventies en inzet op het gebied van laaggeletterdheid in de provincie is en wat succesfactoren zijn om trajecten voor laaggeletterden te kunnen vergroten. Een eerste stap is om in beeld te brengen welke initiatieven op lokaal, regionaal, maar ook provinciaal niveau georganiseerd worden en hoe die bijdragen aan de aanpak van laaggeletterdheid. Dit monitoronderzoek is om deze reden geïnitieerd vanuit de provincie Drenthe, in samenwerking met het Bondgenootschap voor een geletterd Drenthe. We brengen in deze startrapportage de uitgangssituatie in kaart, schetsen de huidige infrastructuur van voorzieningen van laaggeletterdheid in Drenthe en welke kansen er zijn om de aanpak te verbeteren.

Dit document betreft een *overall*-rapportage. Daarnaast zijn specifieke cijfers per gemeente in kaart gebracht. Deze zijn samengevat in de geletterde kaart van Drenthe, en te vinden op www.naareengeletterddrenthe.nl

2. Opzet van het onderzoek

Aanpak

Doel van het monitoronderzoek is om het bereik van laaggeletterde doelgroepen, de gekozen aanpak en de inzet van middelen en de betrokken stakeholders in kaart te brengen. In de monitor komen de volgende onderwerpen aan bod:

1. Bereik

- Aantal laaggeletterden dat wordt bereikt in Drenthe
- Samenstelling van de bereikte groep
- Ambities voor de toekomst

2. Taalaanbod

- Aantal laaggeletterden dat wordt bereikt in Drenthe
- Relatie van het traject met levensgebieden (zoals werk, zorg, gezin)
- Aantal doorverwijzingen naar taaltrajecten
- De inzet van vrijwilligers
- Kansen en knelpunten

3. De werving

- De samenstelling van de beoogde doelgroep
- De samenstelling van de bereikte doelgroep
- Aard en type wervingsacties
- Inzet van middelen bij wervingsacties
- Samenwerking in de werving met relevante organisaties
- Kansen en knelpunten

Op basis van deze onderwerpen heeft Kohnstamm Instituut in samenwerking met Universiteit Maastricht een vragenlijst ontwikkeld. Naast een aantal algemene vragen zijn specifieke vragen opgenomen voor gemeenten, aanbieders van cursussen en ondersteuning op het gebied van taal, rekenen en digitale vaardigheden, werkgevers en organisaties die zich bezighouden met herkennen en doorverwijzen van laaggeletterde groepen. Niet alle respondenten hebben daarom alle vragen ingevuld.

Dataverzameling

In het najaar van 2018 is met een online vragenlijst 'Monitoronderzoek aanpak laaggeletterdheid in Drenthe' een 0-meting van het monitoronderzoek uitgevoerd onder lokale en regionale organisaties en stakeholders op het gebied van laaggeletterdheid. Samen met het bondgenootschap voor een geletterd Drenthe een lijst van ruim 300 samenwerkingspartners opgesteld en benaderd voor deelname aan het onderzoek. In november 2018 zijn zij via e-mail benaderd om de vragenlijst in te vullen. 111 personen hebben de online vragenlijst ingevuld, de respons bedraagt 36%.














Kenmerken van respondenten

Respondenten die hebben deelgenomen aan het onderzoek zijn met name werkzaam bij de overheid, welzijn, vrijwilligerswerk en onderwijs, blijkt uit tabel 1. Van deze instellingen heeft 90% zich in 2018 beziggehouden met de aanpak van laaggeletterdheid. Respondenten uit de grote gemeenten (Emmen, Hoogeveen en Assen) zijn oververtegenwoordigd in het onderzoek.



Tabel 1: Verdeling respondenten over sectoren (N = 110)

	Totaal		%
Overheid (zoals gemeente, inclusief het UWV)	22		20
Welzijn (inclusief vluchtelingenwerk)	19		17
Overige	17		15
Vrijwilligerswerk	15		14
Onderwijs	13		12
Bibliotheekorganisaties	11		10
Gezondheidszorg	6		5
Kinderopvang, peuterspeelzalen, buitenschoolse opvang, VVE (Voor- en Vroegschoolse Educatie)	3		3
Uitzend- en arbeidsbemiddeling	2		2
Winkel & Horeca	1		1
Industrie & energie	1		1

**Tabel 2 In welke gemeente focust de aanpak van laaggeletterdheid binnen uw organisatie?
(N=110)**

	Totaal		%
Hoogeveen	21		28
Emmen	19		25
Assen	15		20
Coevorden	13		17
Midden-Drenthe	11		14
Aa en Hunze	9		12
Heel Drenthe	8		11
De Wolden	8		11
Borger-Odoorn	7		9
Noordenveld	5		7
Tynaarlo	5		7
Meppel	3		4
Westerveld	3		4

**Tabel 3 Heeft uw organisatie zich in 2018 beziggehouden met de aanpak van laaggeletterdheid?
(N=110)**

Antwoord	Totaal	% van antwoorden	%
Ja	99		90
Nee	11		10

66% van de organisaties houdt zich bezig met het herkennen en doorverwijzen van laaggeletterden. 43% verzorgt taalaanbod verzorgt en 46% ontwikkelt lokaal of regionaal beleid op het gebied van laaggeletterdheid (zie tabel 4).

Tabel 4: Focus aanpak laaggeletterdheid binnen organisatie (meerdere antwoorden mogelijk)

N=97

Antwoord	Totaal	%
Herkennen van mensen die niet goed kunnen lezen en schrijven en doorverwijzen naar een taal cursus	66	68
Taalaanbod (zoals cursussen) verzorgen voor mensen die niet goed kunnen lezen en schrijven (met docenten en/of vrijwilligers)	42	43
Lokaal of regionaal beleid ontwikkelen om laaggeletterdheid te kunnen voorkomen of te bestrijden	46	47
Wij zijn werkgever van laaggeletterden	6	6
Anders	25	26

Onder de categorie 'anders' vallen:

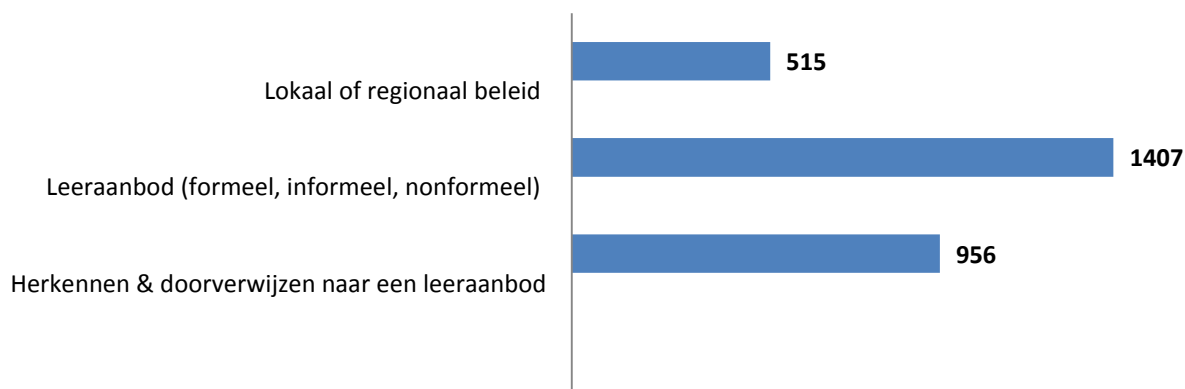
- Ondersteuning sociaal arme gezinnen of kwetsbare mensen, bijvoorbeeld met een beperking
- Training gezondheidsvaardigheden, lokaal beleid ontwikkelen voor het versterken van gezondheidsvaardigheden
- Preventie: taalaanbod voor kinderen, signalering, onderzoek en begeleiding van kinderen
- Eigen communicatie begrijpelijker maken voor iedereen, Informatiemateriaal (handleidingen van spellen beter leesbaar maken), brieven vereenvoudigen
- Digitale vaardigheden
- Gemeenten en andere organisaties faciliteren door het aanbieden van kennis op het gebied van laaggeletterdheid (onderzoek).
- Eerste aanzet om te komen tot een dorpsbrede aanpak voor laaggeletterdheid
- Cursus herkennen laaggeletterdheid voor personeel
- bemiddeling tussen taalcoaches (vrijwilligers) en laaggeletterden
- Aanbieden van budgettrainingen en -workshops voor laaggeletterden

3. Resultaten

3.1 Bereik van laaggeletterde doelgroepen

Hoeveel laaggeletterde mensen zijn in 2018 in Drenthe bereikt, om welke doelgroepen gaat het en wat zijn de ambities voor de toekomst? Alle respondenten is gevraagd hoeveel laaggeletterden zij in 2018 hebben bereikt met verschillende activiteiten. Het totaaloverzicht is hieronder weergegeven.

Tabel 5: Aantal bereikte laaggeletterden (N = 78)

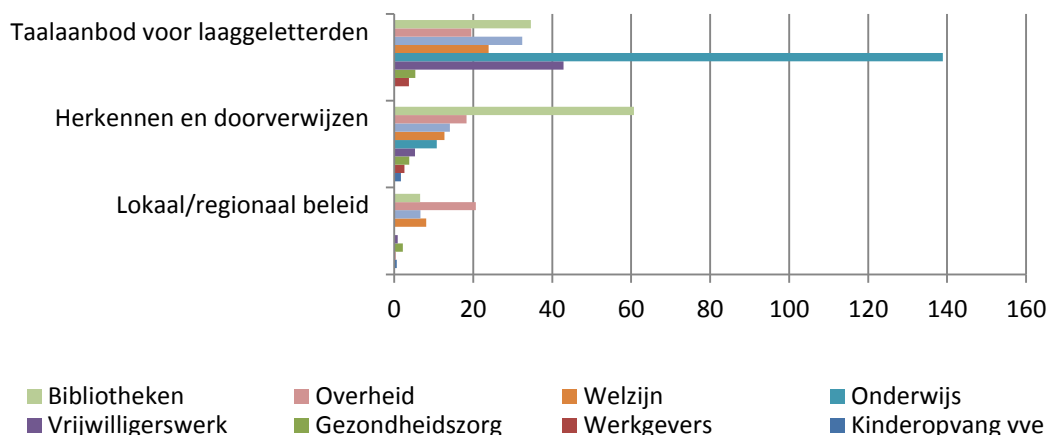


Daarbij geldt dat de verschillen tussen organisaties groot zijn. De spreiding ligt tussen:

- 1 en 400 bereikte laaggeletterden voor herkennen en doorverwijzen;
- 1 en 450 bereikte laaggeletterden voor taalaanbod;
- 1 en 180 bereikte laaggeletterden voor beleidsaanpakken.





Daarom is is in kaart gebracht wat het *gemiddelde* bereik van het aantal laaggeletterden per type organisatie in 2018 is. Uit tabel 6 blijkt dat met name de onderwijssector en bibliotheken veel laaggeletterden bereiken.

Tabel 6: Gemiddelde aantal bereikte laaggeletterden per type organisatie (N = 77)



16% de respondenten geeft aan dat het bereikte aantal laaggeletterden overeenkomt met de beoogde doelstellingen (zie tabel 7). Slechts in 6% van de gevallen heeft het bereik de doelstelling overtroffen. In de meeste gevallen was echter geen kwantitatieve doelstelling geformuleerd.

Tabel 7: Aantal bereikte laaggeletterden t.o.v. doelstelling (N = 77)

Antwoord	Totaal	% van antwoorden	%
Meer	5		6
Minder	18		23
Gelijk	12		16
Er was vooraf geen doelstelling over aantallen geformuleerd	42		55

Uit de samenstelling van de bereikte doelgroep in tabel 8 blijkt dat de laaggeletterde doelgroep die voor wie Nederlands niet de moedertaal is (NT2) beter wordt bereikt dan laaggeletterden met Nederlands als moedertaal (NT1-doelgroep). In 40% van de gevallen blijft het bereik van de NT1-groep achter bij de verwachtingen (figuur 1).

Tabel 8: Samenstelling van de bereikte doelgroep: NT1 of NT2 (N = 77)

	%	%
NT1		29
NT2		71

Figuur 1: kwam de bereikte doelgroep overeen met de verwachtingen? (N = 48)



Ambitie

Organisaties in Drenthe hebben de ambitie om komend jaar meer laaggeletterden te bereiken. Het gaat om ruim 4300 laaggeletterden in de provincie.

3.2 Leeraanbod

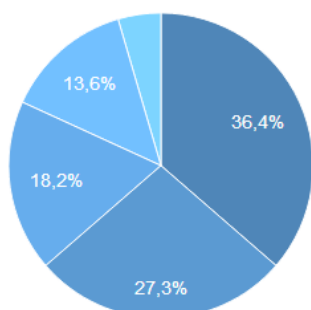
Laaggeletterden weten niet altijd de weg te vinden naar een educatietraject en met name NT1-ers zijn een lastig te bereiken doelgroep. Een deel is zich bewust van de problemen met lezen en schrijven en schaamt zich daar vaak voor. Maar de meeste laaggeletterden ervaren zelf geen problemen (Houtkoop, et al, 2012). Ook gaat het deels om mensen die geen positieve schoolervaring hebben gehad (Buisman, 2017). Een deel van de laaggeletterden kiest daarom liever voor een non-formeel leertraject (buiten de school georganiseerd) zoals taallessen door vrijwilligers. Of een combinatie van hulp door taalvrijwilligers en formele scholing.

Hoeveel laaggeletterde volwassenen hebben in 2018 -ongeveer- aan leeraanbod in Drenthe deelgenomen? Onderwijs, vrijwilligerswerk en bibliotheken bereiken gemiddeld het grootste aantal laaggeletterden, blijkt uit tabel 9. In de meeste gevallen gaat het om een (taal)cursus met professionele docenten, in combinatie met vrijwilligers (figuur 2). De focus van het leeraanbod ligt meestal niet op specifieke levensgebieden, maar op het leren van (taal)vaardigheden in het algemeen. Wel wordt in de lessen maatwerk toegepast. Laaggeletterde cursisten vinden tot slot in het grootste deel van de gevallen zelf de weg naar de taalaanbieder (tabel 10).

Tabel 9: Gemiddeld aantal deelnemers aan leeraanbod in 2018 per type organisatie

Type organisatie	Gemiddeld aantal deelnemers
Onderwijs	194
Welzijn	62
Bibliotheken	124
Gezondheidszorg	12
Vrijwilligerswerk	98
Overheid	38
Werkgevers	26




Figuur 2: Organisatie van het taalaanbod (N = 22)



- 36% - taalcursus met professionele docenten en ondersteuning van vrijwilligers
- 27% - taalcursus met vrijwilligers
- 18% - informele taalactiviteiten (oefen- lees- of schrijfclubs)
- 14% - anders, namelijk...
- 5% - taalcursus met professionele docenten

n=22





Tabel 10: Hoe hebben laaggeletterde deelnemers het leeraanbod gevonden? (N=18)

Antwoord	% van antwoorden	%
Deelnemer is naar uw organisatie doorverwezen door een andere organisatie		23
Deelnemer heeft uw organisatie zelf gevonden		65
Deelnemer heeft u zelf actief geworven		12

Het is voor volwassenen met lage basisvaardigheden niet altijd gemakkelijk om zelf de weg naar een passend leeraanbod te vinden. De omgeving speelt daarom een belangrijke rol in het herkennen en doorverwijzen van deze groep naar een geschikt aanbod. Dat blijkt bijvoorbeeld uit het [klantreisonderzoek](#) van laaggeletterde volwassenen dat in Drenthe is uitgevoerd. Het bereiken van deze doelgroep vraagt een gezamenlijke inspanning van overheid, onderwijs, werkgevers en maatschappelijke organisaties: zij spelen een belangrijke rol in het herkennen en doorverwijzen laaggeletterden, bijvoorbeeld als werkgevers van laaggeletterden of als dienstverlener die -bijvoorbeeld aan het loket- met de laaggeletterde doelgroep in aanraking komt.

Verschillende organisaties zijn daarom betrokken bij het doorverwijzen van laaggeletterden in Drenthe. Uit tabel 11 blijkt dat laaggeletterde groepen het vaakst worden doorverwezen naar taalpunten in bibliotheken. Een vijfde wordt doorverwezen naar formeel leeraanbod op ROC's.

Tabel 11: Type organisatie waar laaggeletterde deelnemers naar worden doorverwezen (N=74)

Antwoord	% van antwoorden	%
% ROC		20
% Bibliotheek/Taalpunt		69
% Vrijwilligersorganisatie		5
% Anders		5

De helft van de organisaties die betrokken zijn bij het herkennen & doorverwijzen van laaggeletterde groepen hebben dit ook vastgelegd in een (beleids)plan. Eén op de tien monitort de opbrengsten van deze activiteiten.

Wat werkt in de samenwerking met doorverwijzers?

Respondenten noemen vijf (hoofd)zaken die goed werken in het doorverwijzen van deelnemers, te weten:

- Kies een screeningsaanpak die past bij de doorverwijzer, en maak doorverwijzers bewust van de meerwaarde van de aanpak van laaggeletterdheid voor hun eigen dagelijkse praktijk (beter lezen en rekenen kan helpen bij het aanpakken van schulden, vinden van werk of bevorderen van therapietrouw). Doorverwijzers zoals huisartsen of wijkteams moeten niet het idee krijgen dat ze er nog een taak bij krijgen. Iedereen moet een duidelijk beeld hebben van zijn/haar rol in de samenwerking.
- Blijf dicht bij de belevingswereld van de laaggeletterde, vraag welke ondersteuning gewenst is en leg daarbij de verbinding met dagelijkse problemen waarbij werken aan basisvaardigheden kan helpen om die te verbeteren (zoals online belastingaangifte doen, voorlezen aan (klein)kinderen).
- Spreek mensen niet aan als laaggeletterd: het is voor een deelnemer bijvoorbeeld makkelijker om aan anderen te vertellen dat hij/zij naar een avondschoon gaat. Mensen schamen zich vaak: met een focus op taalles wordt voorbij gegaan aan de eigenwaarde van de deelnemer.
- *Outreaching* werken, waarbij ingezet wordt op persoonlijk contact, warme overdracht en vertrouwen tussen doorverwijzer en deelnemer. Zorg dat mensen snel worden doorverwezen om uitval tegen te gaan en neem ze -zeker in het begin- bij de hand.
- Samenwerking met netwerkpartners (zoals taalaanbieders en sociale teams / welzijnsorganisaties) om een integrale aanpak over de organisatiegrenzen (en beperkingen) heen.

En wat merkt minder goed?

Daarentegen werken de volgende drie (hoofd)zaken volgens de respondenten minder goed:

- Concurrentie tussen organisaties die zich bezighouden met de aanpak van laaggeletterdheid. Dat zorgt voor weinig eigenaarschap als het gaat om samenwerking en doorverwijzing tussen organisaties.
- Dwang (verplichte deelname aan cursussen). Mensen moeten er zelf de meerwaarde van inzien om met basisvaardigheden aan de slag te gaan en een taaltraject vol te houden (intrinsieke motivatie).
- Te lang wachten op doorverwijzen, waarbij niet duidelijk is waar de deelnemer terecht komt.

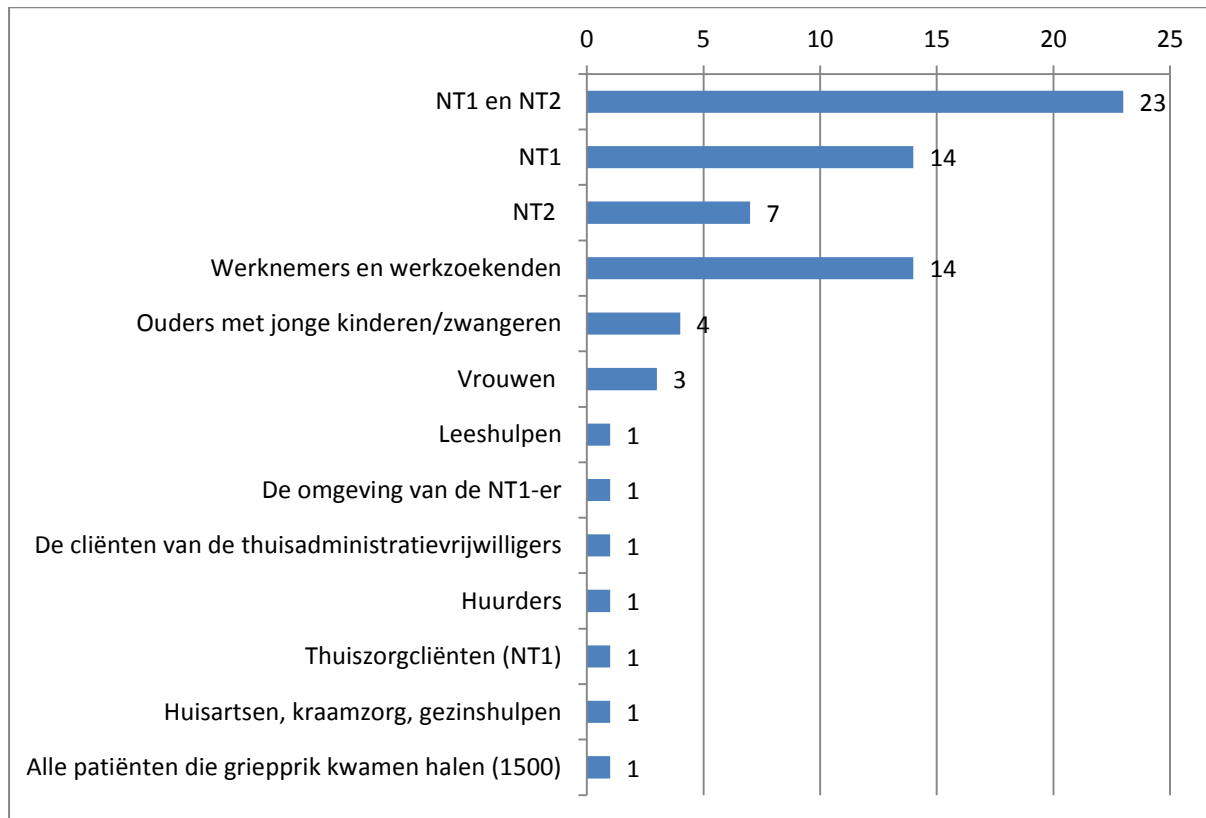
3.3 Werving

Laaggeletterden zijn een lastig te bereiken doelgroep. Laaggeletterdheid is daarmee een maatschappelijk probleem, dat niet vanuit het onderwijs alleen kan worden opgelost. Om laaggeletterde doelgroepen te bereiken, zijn wervingsactiviteiten essentieel.

Volgens 54% van de respondenten zijn er in 2018 in Drenthe specifieke wervingsacties opgezet om laaggeletterde groepen te bereiken en daarbij ging het gemiddeld om drie wervingsacties per jaar per organisatie. Uit tabel 12 blijkt dat wervingsacties met name op de brede doelgroepen NT1 en NT2 gericht zijn. De focus ligt minder vaak op de werving van specifieke laaggeletterde groepen zoals jonge moeders of zorgcliënten. Werkenden en werkzoekenden worden wel vaker specifiek geworven. Het opzetten van specifieke wervingsacties voor specifieke doelgroepen met verschillende behoeften, kan een kansrijke aanpak zijn. Ouderen kunnen bijvoorbeeld moeite hebben met het lezen van de bijsluiters van een

medicijn. Voor werkzoekenden kan online solliciteren een drempel zijn. Soms zal een formele taal cursus de juiste weg blijken, in een ander geval een digitaal aanbod of ondersteuning door vrijwilligers.

Tabel 12: Soorten laaggeletterde doelgroepen voor wervingsacties (N 27)



Uit figuur 3 blijkt dat in Drenthe een breed palet aan organisaties worden betrokken bij wervingsactiviteiten. Er wordt vaak samenwerkt met gemeenten, taalhuizen, bibliotheken, Stichting Lezen & Schrijven en de welzijnssector. Uit de monitor komen wel duidelijke verschillen tussen gemeenten naar voren: in een aantal gevallen beperkt het netwerk zich tot een aantal 'kernpartners': gemeente, bibliotheken en taalaanbieders. Met name de samenwerking met partners die laaggeletterden herkennen en doorverwijzen kan in sommige gevallen versterkt worden.

Figuur 3: Samenwerking tussen organisaties bij wervingsactiviteiten (N = 27)



De (media)middelen die hier vaak worden ingezet zijn social media, taalaambassadeurs, websites en huis-aan-huisbladen (zie tabel 13). De mon-op-mond reclame wordt het meest gebruikt (in 78% van de gevallen).

Tabel 13: (Media)middelen die vaak worden ingezet voor werving

Antwoord	%
Sociale media (facebook, twitter)	47
Mond-op-mond reclame	78
Taalambassadeurs	47
Website	47
Lokale radio/televisie	17
Huis-aan-huisbladen	47
Anders	39

Iets meer dan de helft van de respondenten (53%) geeft aan dat zij de opbrengsten van wervingsactiviteiten monitoren. Succesvolle wervingsmiddelen zijn mond-op-mondreclame en de inzet van taalambassadeurs (zie tabel 14).

Tabel 14: Succesvolle wervingsmiddelen (N = 29)

Antwoord	Totaal	%
Social media (facebook, twitter)	3	18
Mond-op-mond reclame	12	71
Taalambassadeurs	4	24
Website	0	0
Lokale radio/televisie	1	6
Huis-aan-huisbladen	3	18

Wat werkt goed in de werving?

- mond-op-mondreclame via vrienden of collega's
- persoonlijke benadering
- Laagdrempelig en benaderbaar aanbod.
- door inzet van taalambassadeurs en mensen die de doelgroep kennen, spreek je mensen vaker persoonlijk aan met een groter bereik tot gevolg

Wat werkt minder goed in de werving (knelpunten)?

- Het vervolgtraject (toeleiding naar een (taal)aanbod bestendigen is lastig.
- huis-aan-huis bladen en folders: de doelgroep leest meestal de krant niet
- digitale en sociale media platforms waar de doelgroep niet te vinden is.
- de juiste koppeling tussen vraag en aanbod is lastig
- verplichtend karakter van een leertraject vanuit de gemeente, + eigen kosten voor de deelnemer voor een leertraject

Aan respondenten is tot slot de vraag voorgelegd op welke vindplaatsen kansrijk zijn om laaggeletterden te werven (figuur 4).

Figuur 4: Overzicht vindplaatsen voor laaggeletterde deelnemers (N = 61)



4. Conclusies

In deze rapportage zijn de eerste resultaten van het monitoronderzoek aanpak van laaggeletterdheid in Drenthe weergegeven. Het gaat hier om een *overall-rapportage*: daarnaast zijn specifieke cijfers per gemeente in kaart gebracht. Deze zijn samengevat in de *geletterde kaart van Drenthe*, en te vinden op www.naareengeletterddrenthe.nl

Bereik

Organisaties in Drenthe zijn actief in het bereiken van laaggeletterde deelnemers en hebben een duidelijke ambitie om in 2019 meer laaggeletterden te bereiken. Het afgelopen jaar bleef met name het bereiken van de NT1-doelgroep achter bij de eigen verwachtingen: in heel Drenthe geldt dat de NT2- doelgroep beter wordt bereikt dan de NT1-groep. Ook is nog niet in alle gemeenten een divers netwerk van samenwerkingspartners actief. In een aantal gevallen beperkt dit zich tot een aantal 'kernpartners': gemeente, bibliotheken en taalaanbieders. De samenwerking met partners die laaggeletterden herkennen en doorverwijzen kan in sommige gevallen versterkt worden.

Kansen voor het versterken van de aanpak:

Probeer het netwerk met samenwerkingspartners uit te breiden die kunnen helpen om groepen laaggeletterden te herkennen en door te verwijzen. Focus daarbij scherper op specifieke groepen die je wilt bereiken (zoals Nederlandstalige ouderen, jonge moeders, werkzoekenden) en monitor de opbrengsten per doelgroep. Dat maakt het mogelijk om de aanpak per doelgroep te evalueren en bij te stellen, en te leren van de successen.

Leeraanbod

In vrijwel alle gemeenten in Drenthe kunnen volwassenen terecht voor ondersteuning op het gebied van basisvaardigheden, zowel door middel van formele cursussen als informeel of nonformeel leeraanbod. Het aanbod van trajecten focust met name op taal, daarnaast wordt ondersteuning voor het verbeteren van digitale vaardigheden en enkele rekencursussen aangeboden. Er wordt nog relatief weinig verbinding gelegd met specifieke levensdomeinen in het leeraanbod (zoals werk, gezin, gezondheid).

Kansen voor het versterken van de aanpak:

Probeer naast taallessen ook meer geïntegreerde trajecten aan te bieden waarbij taal, rekenen of digitale vaardigheden worden gerelateerd aan een ander levensdomein. Een geïntegreerd taalaanbod kan ervoor zorgen dat mensen eerder aan een taaltraject deelnemen doordat het 'taaldoel' niet expliciet voorop staat en de schaamte om op latere leeftijd aan taallessen deel te nemen minder zichtbaar is. Een voorbeeld is een leertraject formulieren invullen. Vervolgens kan tijdens dit leertraject bekeken worden of men taalproblemen heeft en kunnen mensen doorverwezen worden naar een intensiever taaltraject.

Ook kan het proces van doorverwijzing naar een leeraanbod geoptimaliseerd worden. Er worden bijvoorbeeld naar verhouding weinig laaggeletterde volwassenen doorverwezen naar een taal cursus op een

ROC: veel mensen vinden zelf de weg daar naartoe. Uit het [Klantreisonderzoek](#) blijkt dat de doelgroep vaak drempels ervaart en het lang kan duren voordat mensen op de juiste plek terecht komen. Er zijn dan ook verbeteringen mogelijk als het gaat om doorverwijzen van laaggeletterden naar taalaanbod: het voor laaggeletterde volwassenen bijvoorbeeld vaak niet duidelijk is wat de vervolgstappen zijn en ze voelen zich daar onvoldoende in ondersteund. Voor een goede ketenaanpak is snelle actie, een warme overdracht en contact blijven houden van belang. Dat vraagt volgens deelnemers aan het onderzoek ook om een integrale aanpak over organisatiegrenzen (en beperkingen) heen.

Werving

In alle gemeenten in Drenthe worden wervingsactiviteiten ondernomen om laaggeletterde deelnemers te kunnen bereiken. Wervingsmiddelen die goed werken in de provincie focussen op een persoonlijke benadering, de inzet van taalambassadeurs, het 'via-via' netwerk en mond-op-mondreclame. Werving via digitale kanalen heeft niet altijd het gewenste effect. Op het gebied van werving liggen volgens respondenten nog veel kansen voor verbetering. Ook hier geldt dat -naast wervingsactiviteiten voor brede doelgroepen NT1 en NT2- meer gefocust kan worden op specifieke groepen. Goede voorbeelden daarvan in Drenthe zijn specifieke acties gericht op huurders, thuiszorgcliënten, jonge moeders, werknemers en werkzoekenden. Om uit te vinden wat werkt voor welke doelgroep en hierop te kunnen sturen is het van belang om zelf te monitoren welke wervingsactiviteiten wel of niet succesvol zijn, en waarom.

5. Referenties

Buisman, M. & Houtkoop, W. (2014). *Laaggeletterdheid in kaart*. 's-Hertogenbosch: ECBO.

Trendbureau Drenthe (2018). *Leefbaarheidsmonitor 2018. Editie 2*. Assen: CMO STAMM.

De processpecialisten (2018). *Op weg naar beter lezen en schrijven. De klantreis van 'de' laaggeletterde*.

<https://www.telmeemetaal.nl/wp-content/uploads/2019/01/De-Klantreis-van-de-Laaggeletterde-De-Processpecialisten.pdf>