

*Monitoronderzoek naar de aanpak laaggeletterdheid  
in Drenthe  
Vervolgmeting resultaten 2019*

*MSc. Marieke Buisman - Kohnstamm Instituut*

*Prof. Dr. Maurice de Greef - Maastricht University*

*Prof. Dr. Mien Segers - Maastricht University*

*04-2020*

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

---

**KOHNSTAMM**  
INSTITUUT



© 2020, Maastricht University, Maastricht

Alle rechten voorbehouden. Niets van deze uitgave mag worden verveelvoudigd, 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 j<sup>0</sup> 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**

<b>1. Inleiding</b>	<b>4</b>
<b>2. opzet van het onderzoek</b>	<b>5</b>
<b>3. Resultaten</b>	<b>9</b>
<b>3.1 Bereik</b>	<b>9</b>
<b>3.2 Leeraanbod</b>	<b>11</b>
<b>3.3 Werving</b>	<b>17</b>
<b>3.4 Werkgevers</b>	<b>21</b>
<b>3.5 Gemeenten</b>	<b>22</b>
<b>4. Conclusies</b>	<b>24</b>
<b>5. Referenties</b>	<b>25</b>

## 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 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 de 'klantreis' die laaggeletterden binnen en tussen organisaties maken. Daarnaast heeft vanaf medio 2017 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 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 vervolgmeting in kaart hoe Drentse organisaties de aanpak van laaggeletterdheid in 2019 hebben vormgegeven. Ook brengen we de ontwikkeling te opzichte van de vorige meting (uit eind 2018) in kaart.

## 2. Opzet van het onderzoek

### 2.1 Aanpak

Het doel van dit monitoronderzoek is om het bereik van laaggeletterde doelgroepen, de gekozen aanpak en de inzet van middelen en de betrokken stakeholders in de provincie Drenthe 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 is in 2018 een digitale vragenlijst ontwikkeld. Hiervoor is gekozen, zodat de vragenlijst adaptief ingezet kan worden: niet alle respondenten hoeven alle vragen in te vullen. Dit beperkt de tijdsbelasting voor respondenten.

Naast een aantal algemene vragen zijn specifieke vragen opgenomen voor gemeenten, aanbieders van leeraanbod, werkgevers en organisaties die zich bezighouden met herkennen en doorverwijzen van laaggeletterde groepen.

In 2019 is de vragenlijst op een aantal punten aangepast, in overleg met het Drentse bondgenootschap. De vragenlijst is allereerst ingekort voor aanbieders van leeraanbod. Ook is de term 'taalaanbod' vervangen door 'leeraanbod', om zo recht te doen aan het brede aanbod van basisvaardigheden in de provincie. Tot slot zijn een aantal aanvullende vragen toegevoegd om wervings- en bewustwordingscampagnes beter in kaart te brengen. Ook zijn vragen toegevoegd om de rol van gemeenten in de (lokale) aanpak van laaggeletterdheid beter in beeld te brengen.

## 2.2 Dataverzameling en respons

In het najaar van 2019 is met de online vragenlijst 'Monitoronderzoek aanpak laaggeletterdheid in Drenthe' een 1-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 is een lijst van ruim 300 samenwerkingspartners opgesteld en benaderd voor deelname aan het onderzoek. In november 2019 zijn zij via e-mail benaderd om de vragenlijst in te vullen. 103 respondenten hebben de vragenlijst ingevuld, de respons bedroeg 32,4%. Dat komt redelijk overeen met de respons in 2018: toen vulden 111 personen de online vragenlijst in, de respons bedroeg 36%. De 103 respondenten vertegenwoordigen 90 verschillende organisaties in Drenthe. 28% van de respondenten heeft in 2018 ook deelgenomen aan het monitoronderzoek. De resultaten zijn daarmee niet één-op-één te vergelijken met het voorgaande jaar. Doel van dit monitoronderzoek is om een globale beschrijving van de ontwikkeling van de aanpak van laaggeletterdheid in Drenthe te schetsen.

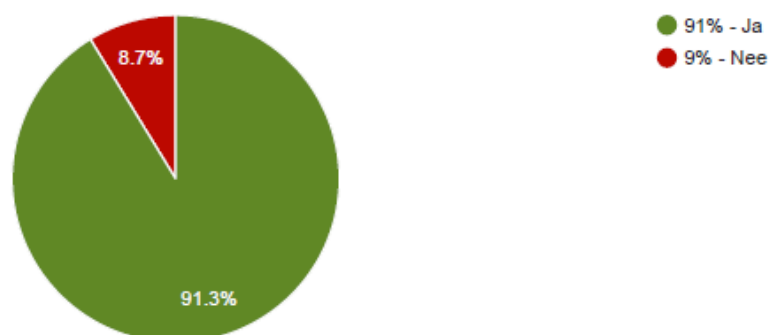
## 2.3 Kenmerken van respondenten

De 103 respondenten die hebben deelgenomen aan het onderzoek vertegenwoordigen 90 verschillende organisaties in Drenthe. Zij zijn met name werkzaam bij de bibliotheekorganisaties, onderwijs, overheid en welzijn, blijkt uit tabel 1. Van deze instellingen heeft 91% zich in 2019 beziggehouden met de aanpak van laaggeletterdheid (figuur 1). Respondenten uit de grote gemeenten (Hoogeveen, Emmen en Assen) zijn oververtegenwoordigd in het onderzoek (zie tabel 2). Dit beeld is vergelijkbaar met 2018, toen deze gemeenten ook in de top drie stonden.

**Tabel 1: Verdeling respondenten over sectoren (N = 103)**

Sector	Totaal	%
Onderwijs	19	18
Welzijn (inclusief vluchtelingenwerk)	13	13
Bibliotheekorganisaties	20	19
Kinderopvang, peuterspeelzalen, buitenschoolse opvang, VVE (Voor- en Vroegschoolse Educatie)	1	1
Gezondheidszorg	5	5
Vrijwilligerswerk	10	10
Overheid (zoals gemeente, inclusief het UWV)	18	17
Bouw	1	1
Winkel & Horeca	1	1
Industrie & energie	1	1
Uitzend- en arbeidsbemiddeling	1	1
Schoonmaak	1	1
Overige	12	12

**Figuur 1: Heeft uw organisatie zich in 2019 beziggehouden met de aanpak van laaggeletterdheid? (N = 103)**



**Tabel 2: In welke gemeente focust de aanpak van laaggeletterdheid binnen uw organisatie? (meerdere antwoorden mogelijk)**

Plaats	Totaal	%
Aa en Hunze	8	11
Assen	13	18
Borger-Odoorn	7	10
Coevorden	10	14
De Wolden	8	11
Emmen	17	23
Hoogeveen	19	26
Meppel	5	7
Midden-Drenthe	4	5
Noordenveld	1	1
Tynaarlo	6	8
Westerveld	6	8
Heel Drenthe	11	15

De aanpak van laaggeletterdheid vergt een breed palet van inzet en expertise van organisaties: van bewustwording creëren, herkennen en doorverwijzen van laaggeletterde doelgroepen tot het aanbieden van leeraanbod. Bovendien vervullen organisaties soms meerdere rollen: gemeenten kunnen bijvoorbeeld zowel werkgever van laaggeletterden zijn als ontwikkelaars van lokaal beleid om laaggeletterdheid in de gemeente tegen te gaan. 58% van de organisaties die hebbend deelgenomen aan het monitoronderzoek heeft zich in het afgelopen jaar beziggehouden met het herkennen en doorverwijzen van laaggeletterden.

63% verzorgt taalaanbod en 40% ontwikkelt lokaal of regionaal beleid op het gebied van laaggeletterdheid (tabel 3). In vergelijking met 2018 zijn met name organisaties die leeraanbod aanbieden wat beter vertegenwoordigd in het onderzoek (van 43% naar 63%).

**Tabel 3: Focus aanpak laaggeletterdheid binnen organisatie (meerdere antwoorden mogelijk)**  
(N = 92)

Focus	Totaal	%
Herkennen en doorverwijzen van laaggeletterde volwassenen naar een passend aanbod	53	58
Leeraanbod (zoals taal- of rekencursussen, oefenaanbod digitale vaardigheden of lees-/schrijfclubs) verzorgen voor volwassenen met lage basisvaardigheden	58	63
Lokaal of regionaal beleid ontwikkelen om laaggeletterdheid te kunnen voorkomen of te bestrijden	37	40
Wij zijn werkgever van laaggeletterden	7	8
Anders, namelijk...	12	13

Onder de categorie 'anders' vallen:

- Ontwikkelen van lesmaterialen voor de NT1-doelgroep, aanbieden van avondonderwijs of het organiseren van taalcafés.
- Preventie van laaggeletterdheid: door gezinsaanpak of door NT2- leeraanbod voor leerplichtige jongeren.
- Herkennen en bespreekbaar maken van laaggeletterdheid: bijvoorbeeld binnen de zorg of in pilots.
- Bewustwording creëren over het onderwerp bij samenwerkende organisaties, bijvoorbeeld dmv voorlichting door taalambassadeurs aan bedrijven.
- Generen van middelen voor trainingen van taalcoaches.
- De communicatie van bedrijven en organisaties beoordelen op leesbaarheid door een testpanel.

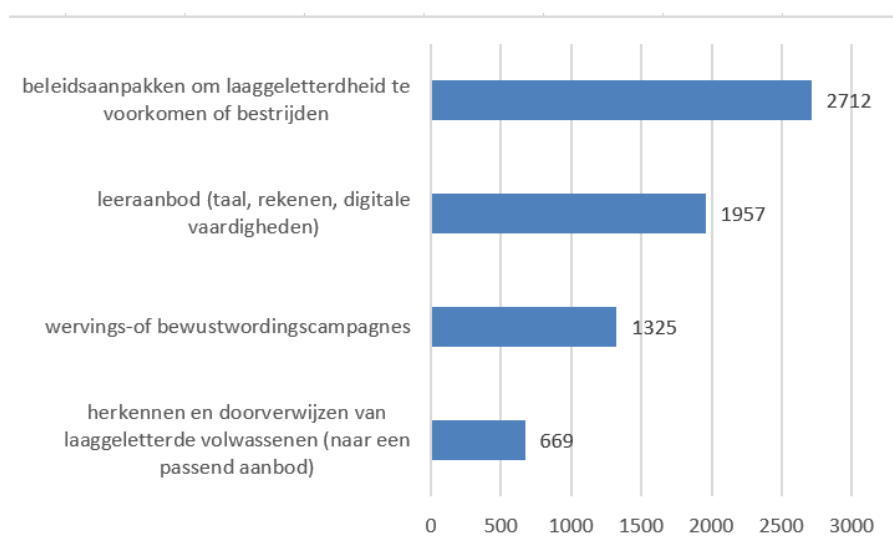


### 3. Resultaten

#### 3.1 Bereik van laaggeletterde doelgroepen

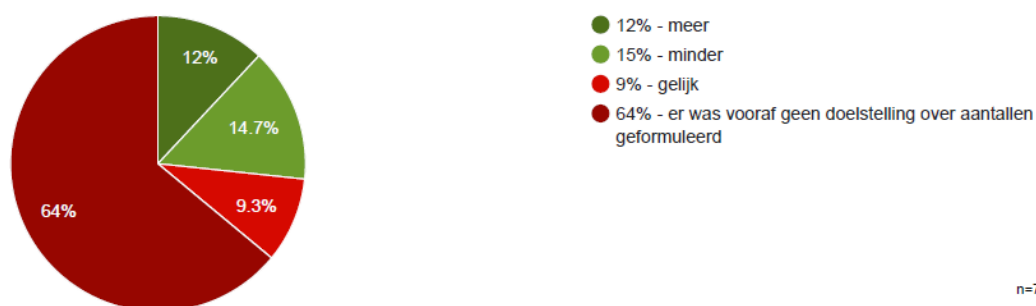
Hoeveel laaggeletterde volwassenen zijn in 2019 in Drenthe bereikt, om welke doelgroepen gaat het en wat zijn de ambities voor de toekomst? Alle respondenten is gevraagd hoeveel laaggeletterden zij het afgelopen jaar hebben bereikt met verschillende activiteiten. Het totaaloverzicht is hieronder weergegeven (zie figuur 2).

**Figuur 2: Aantal bereikte laaggeletterden in 2019**





9% van de respondenten geeft aan dat het door hen bereikte aantal laaggeletterden overeenkomt met de beoogde doelstellingen (zie figuur 3). In 15% van de gevallen bleef het aantal achter bij de verwachtingen, in 2018 ging het om 23% van de gevallen. In 12% van de gevallen heeft het bereik de doelstelling overtroffen. In de meeste gevallen was echter geen kwantitatieve doelstelling geformuleerd (64%). Dit beeld komt grotendeels overeen met dat uit 2018: ook toen werden in de meeste gevallen geen kwantitatieve doelstellingen geformuleerd.

**Figuur 3: Aantal bereikte laaggeletterden t.o.v. doelstelling (N = 75)**





Uit de samenstelling van de bereikte doelgroep in tabel 5 blijkt dat de laaggeletterde doelgroep voor wie Nederlands niet de moedertaal is (NT2) beter wordt bereikt dan laaggeletterden met Nederlands als moedertaal (NT1-doelgroep; tabel 4a). Dat beeld is vergelijkbaar met 2018 (tabel 4b). In 38% van de gevallen blijft het bereik van de NT1-groep achter bij de verwachtingen (figuur 4a). In 2018 ging het om 40% (figuur 4b). Onder de categorie 'anders' wordt vaak genoemd dat er vooraf geen verwachtingen over de doelgroep waren geformuleerd.

**Tabel 4a : Samenstelling van de bereikte doelgroep: NT1 of NT2 in 2019**

2019 (N=85)		%
NT1		33
NT2		67

**Tabel 4b : Samenstelling van de bereikte doelgroep: NT1 of NT2**

2018 (N=77)		%
NT1		29
NT2		71

**Figuur 4a: kwam de bereikte doelgroep overeen met de verwachtingen? (2019; N = 52)**



**Figuur 4b: kwam de bereikte doelgroep overeen met de verwachtingen? (2018; N = 48)**



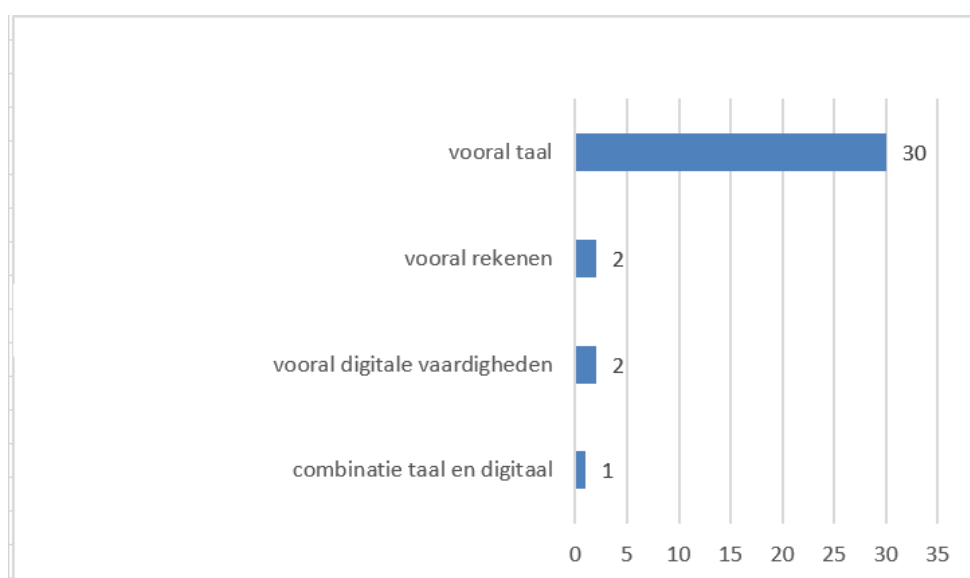
Organisaties in Drenthe hebben de ambitie om komend jaar meer laaggeletterden te bereiken. Het gaat in totaal om ruim 6308 laaggeletterden in de provincie. Dat is fors meer dan in 2018 (4300). Dit cijfer wijkt af, omdat één organisatie aangeeft aan 3000 laaggeletterde volwassenen te willen bereiken.

### 3.2 Leeraanbod

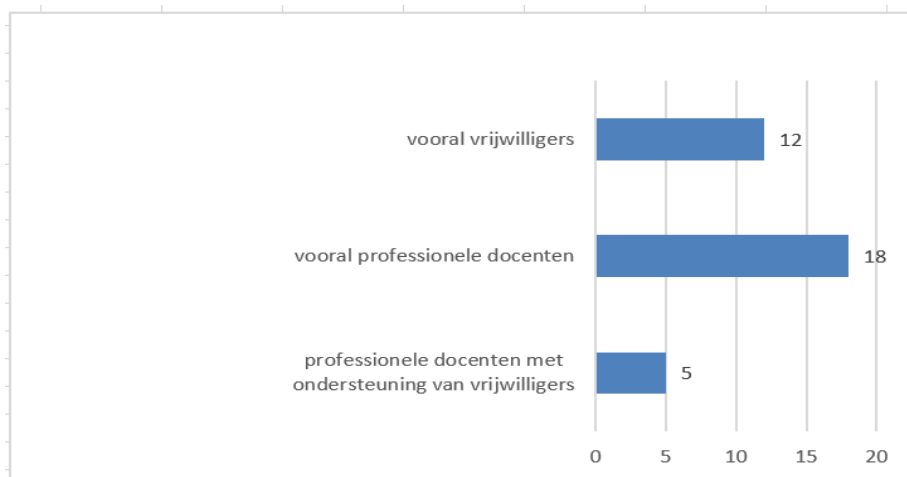
Laaggeletterden weten niet altijd de weg te vinden naar een educatietraject en met name NT1-ers zijn een lastig te bereiken doelgroep. Een deel is zich bewust van de problemen met lezen en schrijven en schaamt zich daar vaak voor. Maar de meeste laaggeletterden ervaren zelf geen problemen (Houtkoop, 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 voor een combinatie van hulp door taalvrijwilligers en formele scholing.

Hoe zag het leeraanbod voor laaggeletterde volwassenen er in het afgelopen jaar in Drenthe uit? We hebben allereerst het aantal leertrajecten in kaart gebracht. Uit een inventarisatie onder Drentse ROC's, taalpunten en taalhuizen blijkt dat het leeraanbod met name focust op taal (30 trajecten van de in totaal 35 leertrajecten, figuur 5a). Het gaat dan zowel taalcursussen (op een ROC) als om meer informele vormen van leeraanbod (zoals lees- en schrijfclubs). Het aanbod van leertrajecten digitale vaardigheden en rekenen is relatief beperkt (5 leertrajecten in totaal). Het grootste deel van het leeraanbod vindt plaats onder leiding van professionele docenten (18) of vrijwilligers (12) (figuur 5b).

**Figuur 5a: Aantal leertrajecten (formeel, informeel) in 2019 naar type leeraanbod**



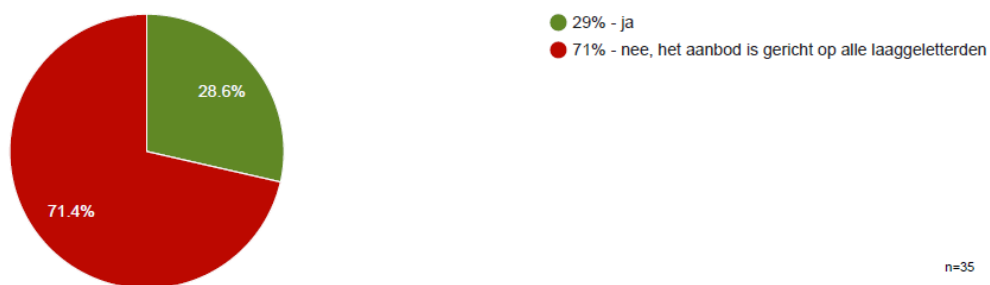
**Figuur 5b: Begeleiding van het leeraanbod in 2019**



Soms is het leertraject gericht op een specifieke doelgroep (jonge ouders, 55+ers), maar het grootste deel van het leeraanbod (71%) is niet op zo'n specifieke groep gericht (figuur 5c). De focus van het leeraanbod ligt meestal ook niet op specifieke levensgebieden, maar op het leren van (basis)vaardigheden in het algemeen (figuur 5d). Wel wordt in de lessen maatwerk toegepast, blijkt uit de open antwoorden van respondenten (categorie 'anders').

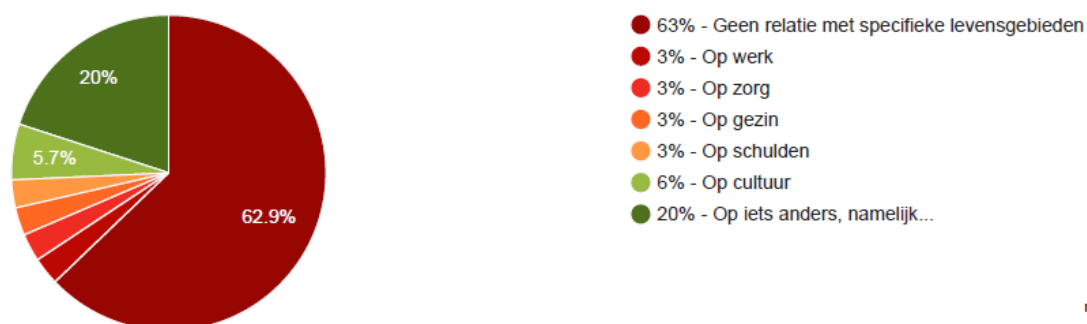
**Figuur 5c: Focus van het leeraanbod: specifieke laaggeletterde groepen**

Focust uw aanbod op specifieke laaggeletterde doelgroepen (bijvoorbeeld jonge ouders, autochtone werkzoekenden, 55-plussers)?



**Figuur 5d: relatie van het leeraanbod met specifieke levensgebieden**

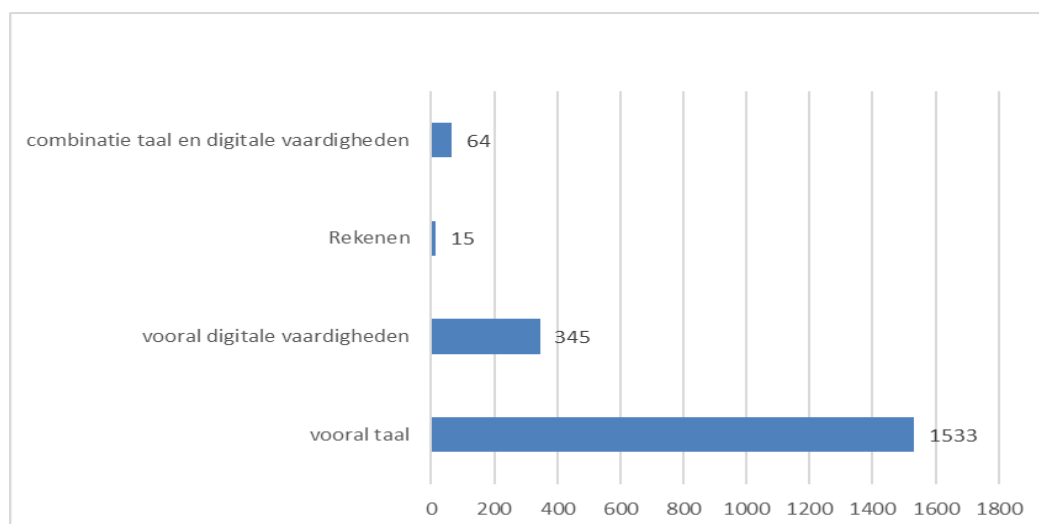
Heeft het leeraanbod een duidelijke relatie met één van de volgende levensgebieden?



### Leeraanbod: aantallen cursisten

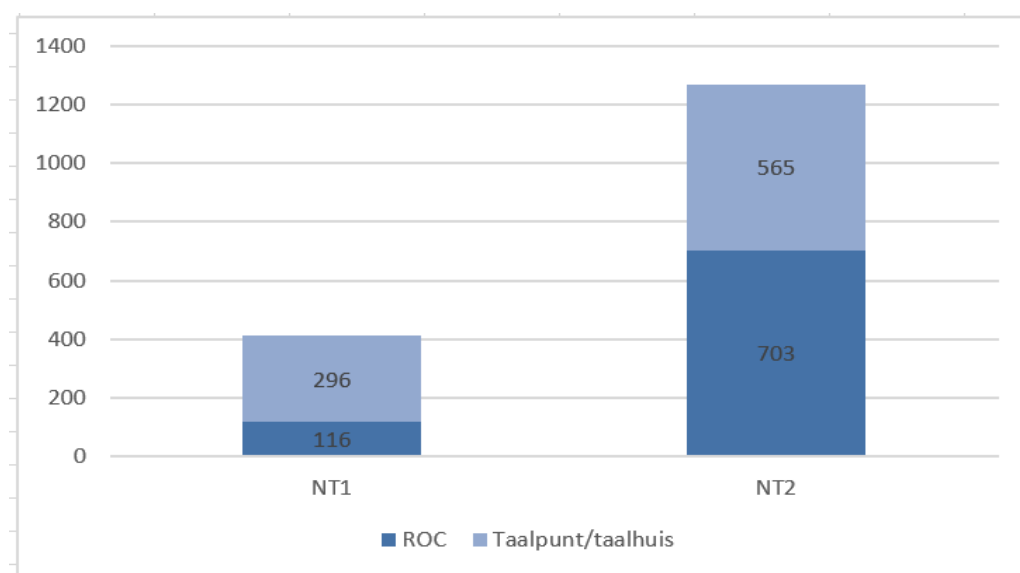
Naast de het aantal en type leertrajecten is het aantal deelnemers in beeld gebracht. In totaal hebben in 2019 1957 volwassenen deelgenomen aan leeraanbod bij een ROC, taalpunt of taalhuis (gericht op basisvaardigheden). 78% van de cursisten (N=1533) heeft deelgenomen aan leeraanbod met een focus op taal, 345 volwassenen aan een leeraanbod dat gericht was op digitale vaardigheden (figuur 6a).

**Figuur 6a: Aantal deelnemers in 2019 naar type leeraanbod**



Van 1680 van de volwassenen die het afgelopen jaar hebben deelgenomen aan leeraanbod gericht op het versterken van basisvaardigheden, is bekend of zij tot de NT1- of NT2-doelgroep horen: 412 NT1'ers en 1268 NT2'ers deelgenomen aan een leertraject op en ROC of bij een taalhuis/taalpunt. ROC's bereiken naar verhouding wat meer NT2'ers, en taalhuizen/taalpunten wat meer NT1'ers (figuur 6b).

**Figuur 6b: Samenstelling van de doelgroep, naar type organisatie**



### Doorverwijzen naar leeraanbod

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 van laaggeletterden, bijvoorbeeld als werkgevers van laaggeletterden of als dienstverlener die -bijvoorbeeld aan het loket- met de laaggeletterde doelgroep in aanraking komt.

Het percentage doorverwijzingen is in 2019 gestegen ten opzichte van 2018 van 23% naar 35%. Het aandeel van respondenten dat aangeeft dat laaggeletterden zelf de weg naar een leeraanbod heeft gevonden is gedaald van 65% naar 37%. Ook laat 'actieve werving' een stijging zien van 12% naar 38% (zie tabel 5a en tabel 5b).

**Tabel 5a: Hoe hebben laaggeletterde deelnemers het leeraanbod gevonden in 2019?**  
(meerdere antwoorden mogelijk)

2019		%
Deelnemer is naar uw organisatie doorverwezen door een andere organisatie		35
Deelnemer heeft uw organisatie zelf gevonden		37
Deelnemer heeft u zelf actief geworven		38





**Tabel 5b: Hoe hebben laaggeletterde deelnemers het leeraanbod gevonden in 2019?**  
(meerdere antwoorden mogelijk)

2018		%
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



Verschillende organisaties zijn betrokken bij het doorverwijzen van laaggeletterden in Drenthe. Uit tabel 6a blijkt dat laaggeletterde groepen het vaakst worden doorverwezen naar taalpunten in bibliotheken. Een vijfde wordt doorverwezen naar formeel leeraanbod op ROC's. De cijfers zijn grotendeels vergelijkbaar met die uit 2018 (zie tabel 6b).

**Tabel 6a: Type organisatie waar laaggeletterde deelnemers naar worden doorverwezen in 2019**

(N=26; meerdere antwoorden mogelijk)

2019		%
% ROC		22
% Bibliotheek/Taalpunt		67
% Vrijwilligersorganisatie		2
% Anders		10

**Tabel 6b: Type organisatie waar laaggeletterde deelnemers naar worden doorverwezen in 2018**

2018	% van antwoorden	%
% ROC		20
% Bibliotheek/Taalpunt		69
% Vrijwilligersorganisatie		5
% Anders		5

Onder de categorie 'anders' vallen:

- (Nog) geen doorverwijzingen mogelijk (wegens gebrek aan getrainde vrijwilligers of gebrek aan passend aanbod).
- Taalhuis.
- Stichting ABC.
- Werktraject.

### **Wat werkt wel of niet goed in de samenwerking met doorverwijzers?**

Respondenten noemen een aantal (hoofd)zaken die goed werken in het doorverwijzen van deelnemers. Een goede samenwerking met partnerorganisaties komt het vaakst aan bod. Ten opzichte van 2018 worden persoonlijke contacten en een warme overdracht vaker genoemd:

- 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).
- Toon begrip en inlevingsvermogen naar de doelgroep, zodat de drempel minder hoog is. Spreek mensen niet aan als laaggeletterd: het is voor een deelnemer bijvoorbeeld makkelijker om aan anderen te vertellen dat hij/zij naar een avondschool gaat. Mensen schamen zich vaak: met een focus op taalles wordt voorbij gegaan aan de eigenwaarde van de deelnemer.

- Outreachend 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. Een goede relatie tussen de doorverwijzer en de laaggeletterde is essentieel voor een succesvolle doorverwijzing.
- Samenwerking met netwerkpartners (zoals taalaanbieders en sociale teams / welzijnsorganisaties) om een integrale aanpak over de organisatiegrenzen (en beperkingen) heen. Zet in op structureel contact, onderhoud korte lijnen en inventariseer samen de mogelijkheden voor doorverwijzing.
- 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.

Daarentegen werken de volgende (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.
- Te sterk aanbodgericht werken: vanuit een bestaand aanbod de doelgroep opzoeken en aanspreken.
- Dwang (verplichte deelname aan cursussen). Mensen moeten er zelf de meerwaarde van inzien om met basisvaardigheden aan de slag te gaan een taaltraject vol te houden (intrinsieke motivatie).
- Te lang wachten op doorverwijzen, waarbij niet duidelijk is waar de deelnemer terecht komt.
- Wisselende contacten met doorverwijzers: dan haakt de doelgroep af.
- In 2019 wordt tijdsgebrek/werkdruk nadrukkelijker genoemd: te weinig tijd voor coördinatoren om de doelgroep te spreken en voor een goede follow-up (is iemand wel op de juiste plek terecht gekomen)?

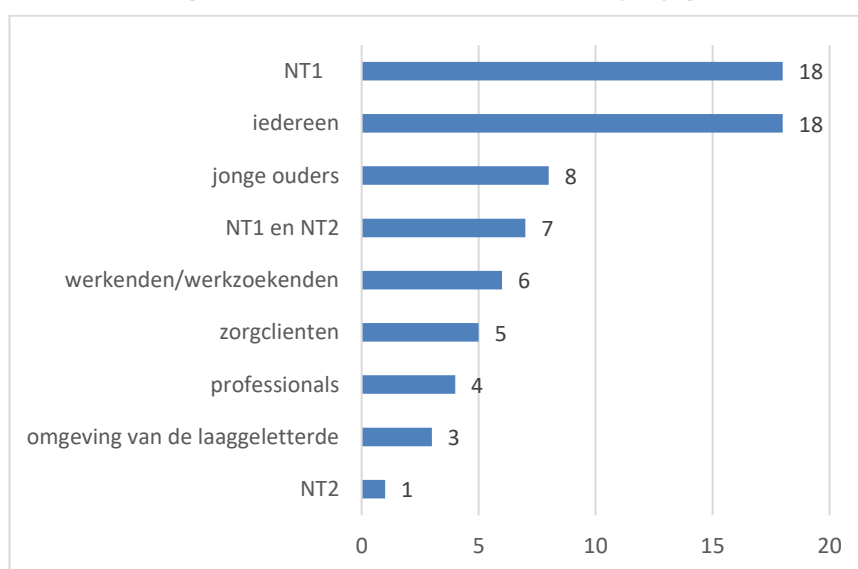


### 3.3 Werving

Laaggeletterden zijn een lastig te bereiken doelgroep. Om laaggeletterde doelgroepen te bereiken, zijn wervingsactiviteiten essentieel. 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 bijsluiter van een medicijn. Voor werkzoekenden kan online solliciteren een drempel zijn. 49% van de respondenten geeft aan dat de organisaties waar zij werkzaam zijn in 2019 specifieke wervingsacties hebben opgezet om laaggeletterde groepen te bereiken. Dat is iets lager dan in 2018 (54%). Per organisatie zijn -net als in 2018- gemiddeld drie wervingsacties per jaar ingezet.

Uit figuur 7 blijkt dat wervingsacties met name op de NT1'ers of de brede doelgroepen (alle iedereen/alle laaggeletterden of NT1 en NT2) gericht zijn. Dat was ook in 2018 het geval. In vergelijking met 2018 ligt de focus wat vaker op de NT1-doelgroep, jonge ouders en zorgcliënten en wat minder op werkenden & werkzoekenden en de NT2-doelgroep.

**Figuur 7: Overzicht van laaggeletterde doelgroepen voor wervingsacties (N=30; meerdere antwoorden mogelijk)**



In Drenthe is een breed palet aan organisaties betrokken bij wervingsactiviteiten. Er wordt -net als in 2018- vaak samengewerkt 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.

De (media)middelen die vaak worden ingezet bij wervingsacties zijn mond-tot-mondreclame, huis-aan-huisbladen en sociale media (zie tabel 7a en tabel 7b). Onder de categorie anders wordt flyer (in de wijk, buurtcentrum en bibliotheek) vaak genoemd. In vergelijking met 2018 worden taalambassadeurs wat minder vaak ingezet, en wordt wat vaker gebruik gemaakt van sociale media.

**Tabel 7a: (Media)middelen die vaak worden ingezet voor werving in 2019  
(meerdere antwoorden mogelijk)**

2019 (N=31)		%
sociale media (facebook, twitter)		55
mond-tot-mond reclame		81
taalambassadeurs		29
website		42
lokale radio/televisie		23
huis-aan-huisbladen		55
anders, namelijk...		39

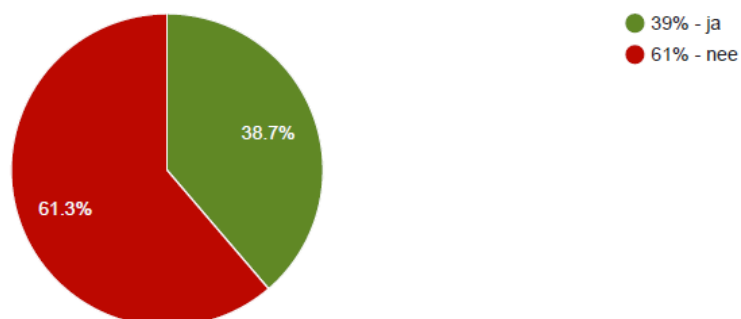
**Tabel 7b: (Media)middelen die vaak worden ingezet voor werving in 2018  
(meerdere antwoorden mogelijk)**

2018 (N=36)		%
Sociale media (Facebook, Twitter)		47
Mond-tot-mond reclame		78
Taalambassadeurs		47
Website		47
Lokale radio/televisie		17
Huis-aan-huisbladen		47

Minder dan de helft van de respondenten (39%) geeft aan dat zij de opbrengsten van wervingsactiviteiten monitoren. 61% houdt de opbrengsten van wervingsactiviteiten niet bij (zie figuur 8). In 2018 was dat 53%.

**Figuur 8: Monitoring wervingsactiviteiten (N=31)**

Houdt u bij wat de opbrengsten zijn van de wervingsactiviteiten?








n=31

Succesvolle wervingsmiddelen zijn mond-tot-mondreclame en de inzet van sociale media (zie tabel 8a en b). Onder de categorie 'anders' worden camouflagecursussen en flyereren als succesvolle wervingsactiviteiten genoemd.

**Tabel 8a: Succesvolle wervingsmiddelen in 2019**

2019 (N=27)	Totaal	% van antwoorden	%
sociale media (facebook, twitter)	6		22
mond-tot-mond reclame	14		52
taalambassadeurs	4		15
website	1		4
lokale radio/televisie	1		4
huis-aan-huisbladen	5		19
anders	9		33

**Tabel 8b: Succesvolle wervingsmiddelen in 2018**

2018 (N=29)	Totaal	%
Social media (facebook, twitter)	3 	18
Mond-tot-mond reclame	12 	71
Taalambassadeurs	4 	24
Website	0	0
Lokale radio/televisie	1 	6
Huis-aan-huisbladen	3 	18

### **Wat werkt wel en niet goed in de werving?**

Ten slotte gaven de respondenten aan dat de volgende zaken goed werkten betreffende de werving:

- 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 ("het echte, eigen verhaal vertellen").
- Gericht flyeren onder specifieke doelgroepen op basis van een sociale kaart van de gemeente.

De volgende zaken werkten daarentegen minder goed:

- De follow-up na het afnemen van een taalmeter komt lastig tot stand.
- Huis-aan-huis bladen en folders: de doelgroep leest meestal de krant niet.
- Benaderen van de doelgroep via bedrijven (het is lastig om bij bedrijven binnen te komen).
- Werven via de website.

### 3.4 Werkgevers

In 2019 is de rol van werkgevers in de aanpak van laaggeletterdheid in Drenthe in kaart gebracht. Zes werkgevers hebben de vragenlijst ingevuld. Allereerst is gevraagd hoe groot werkgevers het probleem van laaggeletterdheid binnen de eigen organisatie inschatten. Drie werkgevers schat in dat het om een klein aandeel van de werkenden binnen hun organisatie betreft (0-5%). Een werkgever gaat uit van 5-10% en twee werkgevers gaan uit van een percentage van 15% of hoger.

De bedrijven die hebben deelgenomen aan dit onderzoek werken in de aanpak van laaggeletterdheid meestal samen met andere organisaties in Drenthe: taalhuizen en bibliotheken, Stichting Lezen & Schrijven, welzijnswerk, ROC's, gemeenten, het Bondgenootschap voor een geletterd Drenthe of specifieke programma's zoals 'Kansen voor de Veenkoloniën'. Volgens werkgevers hebben een aantal werkzame elementen bijgedragen aan een succesvolle aanpak van laaggeletterdheid binnen hun organisatie:

- tijdens werktijd mensen mogelijkheden bieden om taalles te volgen;
- integratie van taal in de gewone werkprocessen;
- taal koppelen aan een specifiek onderwerp (gezondheid, duurzame inzetbaarheid, veiligheid);
- uitzetten van de taalprojecten via leidinggevenden.

Maar werkgevers lopen soms ook tegen knelpunten aan: de doorverwijzing naar een passend aanbod verloopt soms ingewikkeld en het waarborgen van continuïteit van het leeraanbod is ook een lastig punt. Tot slot blijven NT1-ers een moeilijk te bereiken doelgroep, ook voor werkgevers. Het merendeel van de werkgevers geeft dan ook aan behoefte hebben aan meer ondersteuning om de aanpak van laaggeletterdheid binnen de organisatie te kunnen versterken.

### 3.5 Gemeenten

Omdat laaggeletterden niet altijd de weg vinden naar een leertraject, vergt de aanpak van laaggeletterdheid veel inzet van lokale organisaties die dichtbij de doelgroep staan. In de provincie Drenthe maakt een breed Bondgenootschap van onder andere gemeenten, bibliotheken en onderwijsinstellingen zich hard om laaggeletterde doelgroepen te bereiken en te ondersteunen. De regie van de aanpak laaggeletterdheid is door de rijksoverheid echter belegd bij de gemeenten: het idee daarachter is dat zij beschikken over veel relevante kennis van de lokale situatie.

In 2019 is daarom ook de rol van gemeenten in de aanpak van laaggeletterdheid in kaart gebracht. Vertegenwoordigers van 11 gemeenten hebben aan het onderzoek deelgenomen. Gemeenten vervullen verschillende rollen: naast de regierol zijn gemeenten inkoper/subsidieverstrekker, aanjager van lokale initiatieven, en verbinder die relevante organisaties samenbrengt en faciliteert. Tot slot verwijzen gemeenten laaggeletterden ook zelf door naar passend aanbod ('aan het loket').

Wat werkte volgens de Drentse gemeenten in het afgelopen jaar goed in de aanpak van laaggeletterdheid (en zijn kansen)? Vaak genoemd worden de betrokkenheid van samenwerkingspartners, werving van vrijwilligers en de samenwerking tussen verschillende partijen (in het erkennen van het probleem en het actief meedenken over een oplossing). Maar er worden ook knelpunten genoemd. Alhoewel gemeenten vooral positief zijn over de betrokkenheid van organisaties, verloopt de praktische uitvoering niet altijd zoals gehoopt:

- Het aantal doorverwijzingen van organisaties die laaggeletterdheid kunnen signaleren blijft achter bij de verwachting.
- Gebrek aan focus: soms is de beoogde aanpak van laaggeletterdheid te algemeen en niet gericht op specifieke groepen (terwijl tussen laaggeletterden grote verschillen bestaan).
- Sommige gemeenten geven aan dat er te makkelijk wordt gedacht over de toeleiding naar een leertraject: het signaleren van een taalprobleem leidt niet automatisch tot de start van een leertraject. Doorverwijzers zouden meer oog kunnen hebben voor de motivatie en behoeftes van laaggeletterde groepen.
- De continuïteit in personele bezetting (bijvoorbeeld in een taalpunt) wordt soms als probleem genoemd.
- Te ambitieuze kwantitatieve doellostelling in termen van laaggeletterdheid verminderen kunnen contraproductief werken (want het is soms niet haalbaar).
- Het is niet altijd helder uitgewerkt wie voor welke activiteiten verantwoordelijk is (eigenaarschap).

### Speerpunten voor 2020

Tot slot is aan gemeenten gevraagd welke speerpunten voor de aanpak van laaggeletterdheid voor 2020 zijn geformuleerd. De antwoorden hebben betrekking op:

#### 1. *Het (beter) bereiken van specifieke doelgroepen:*

- volwassenen die kampen met armoede en schulden;
- laagtaalvaardige ouders;

- kwetsbare jongeren met lage basisvaardigheden.

*2. Het (beter) organiseren van de aanpak van laaggeletterdheid:*

- organisaties die laaggeletterdheid willen inbedden in hun organisatie ondersteunen;
- werkgevers ondersteunen en faciliteren bij het herkennen van laaggeletterdheid en het gesprek hierover aan gaan;
- zorgdragen voor een sluitend, dekkend en kwalitatief goed leeraanbod.

*3. Het uitproberen van nieuwe wervingsaanpakken:*

- aansluiting zoeken met nieuwe vindplaatsen (zoals computercursussen of EHBO-cursussen);
- opzetten van een wijkgerichte aanpak (in wijken met veel kwetsbare NT1-bewoners);
- werven, opleiden en inzetten van ervaringsdeskundigen (als onderdeel van een landelijke pilot).

## 4. Conclusie

Uit de monitor blijkt dat Drentse organisaties in de afgelopen twee jaren actief hebben ingezet op het bereiken van laaggeletterde deelnemers. Met name het bereiken van de NT1-doelgroep blijft nog achter bij de eigen verwachtingen: in heel Drenthe geldt dat de NT2- doelgroep beter wordt bereikt. De focus van leertrajecten ligt met name op taal en in mindere mate op andere basisvaardigheden (rekenen of digitale vaardigheden). Ongeveer een derde van het leeraanbod is gefocust op specifieke levensgebieden (zoals werk, gezin, gezondheid) of specifieke doelgroepen (zoals werkenden, 55-plussers).

Uit de monitor in 2018 bleek dat er naar verhouding weinig laaggeletterde volwassenen waren doorverwezen naar een taal cursus op een ROC. Dat beeld is in 2019 grotendeels hetzelfde gebleven: laaggeletterde groepen worden het vaakst worden doorverwezen naar taalpunten in bibliotheken. Een vijfde wordt doorverwezen naar formeel leeraanbod op ROC's.

Het percentage actieve doorverwijzingen is in 2019 wel gestegen ten opzichte van 2018: van 23% naar 35%. Het aandeel van de respondenten dat aangeeft dat laaggeletterden zelf de weg naar een leeraanbod heeft gevonden is gedaald van 65% naar 37%. Ook laat 'actieve werving' door de eigen organisatie een stijging zien van 12% naar 38%.

Een aantal gemeenten en werkgevers geeft aan knelpunten te signaleren in de doorverwijzing en toeleiding naar een leertraject: het herkennen en signaleren van een taalprobleem leidt niet automatisch tot de start van een leertraject. Daarbij is het van belang dat doorverwijzers meer oog hebben voor de motivatie en behoeftes van laaggeletterde groepen en zorgen voor een warme overdracht. Werkgevers zijn een belangrijke partner in de aanpak van laaggeletterdheid. Zij geven aan dat met name de *functionele* inzet van taalvaardigheden op de werkvloer bijdraagt aan een succesvolle aanpak van laaggeletterdheid binnen hun organisatie. Het gaat dan bijvoorbeeld om de integratie van taal in de gewone werkprocessen of het koppelen van taal aan een specifiek onderwerp (zoals gezondheid, duurzame inzetbaarheid en veiligheid). Werkgevers die deelnamen aan dit onderzoek geven aan behoefte te hebben aan meer ondersteuning om de aanpak van laaggeletterdheid binnen de organisatie te kunnen versterken.

Tot slot liggen op het gebied van werving volgens respondenten nog steeds kansen voor verbetering. Hier geldt dat -naast wervingsactiviteiten voor brede doelgroepen als NT1 en NT2- meer gefocust kan worden op specifieke groepen. Verschillende gemeenten geven aan dat dit een speerpunt is voor nieuw beleid in de aanpak van laaggeletterdheid in 2020. Om uit te vinden wat werkt voor welke doelgroep en hierop te kunnen sturen is het van belang dat organisaties zelf monitoren welke wervingsactiviteiten wel of niet succesvol zijn en waarom dat het geval is. Dat gebeurde het afgelopen jaar – net als in 2018- nog in beperkte mate.



## 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>