

Het Glazen Radiohuis in de regio Haaglanden

Praktijkvoorbeeld bij de interventie Hoe bereik ik met een communicatiecampagne laaggeletterden in mijn gemeente?

1 Algemene informatie

Stichting Cineac Den Haag (Cineac) en Stichting Lezen en Schrijven organiseerden in september 2022 en 2023 het Glazen Radiohuis in de arbeidsmarktregio's Haaglanden en Zuid-Holland Centraal. Tijdens de Week van lezen en schrijven maakten radiopresentatoren vanuit het Glazen Radiohuis in Rijswijk, Zoetermeer en Den Haag programma's om aandacht te vragen voor laaggeletterdheid. Ook gaven ze een podium aan taalaanbieders en ervaringsdeskundigen. De uitzendingen waren te volgen via de lokale radio, televisie en internet (www.glazenradiohuis.nl).

2 De situatie voor de interventie

In de regio's Haaglanden en Zuid-Holland Centraal bereikten bibliotheken, scholen, welzijnsorganisaties en gemeenten al veel NT1'ers (mensen met Nederlands als eerste taal) en NT2'ers (mensen met Nederlands als tweede taal) die moeite hebben met lezen en schrijven. Maar het aantal deelnemers aan cursussen bleef achter. Vooral NT1'ers maakten weinig gebruik van het ondersteuningsaanbod. Om dat te veranderen startten gemeenten in de regio Haaglanden in 2021 de campagne Ik wil leren. Met deze campagne bereikten ze een deel van de mensen die moeite hebben met lezen en schrijven. Met het Glazen Radiohuis konden ze veel meer mensen bereiken. Joey Koeijvoets van Cineac: "Het feit dat we met radio zoveel mensen kunnen bereiken is fantastisch. Het mooie van een radiohuis is dat het transparant is. Je kan binnenkijken of zelfs binnenlopen als je wil. Het staat dicht bij de mensen en dat wordt gewaardeerd."

3 Het verloop van de interventie

Cineac nam het initiatief voor het Glazen Radiohuis. Cineac ondersteunt organisaties om aandacht voor maatschappelijke onderwerpen te vragen. Dat kan via radio, tv of internet. Stichting Lezen en Schrijven werkte al eens met Cineac samen. Vanuit het contact tussen de 2 stichtingen ontstond het idee om lokale en regionale radio, tv en sociale media (internet) van Cineac in te zetten om mensen die moeite hebben met basisvaardigheden te bereiken.

Het Glazen Radiohuis stond van 12 tot en met 16 september 2022 in Bogaard Stadscentrum in Rijswijk (regio Haaglanden). Van 6 tot en met 9 september 2023 stond het Radiohuis in Zoetermeer (regio Zuid-Holland Centraal). En van 12 tot en met 15 september 2023 in Den Haag (regio Haaglanden). Radiopresentatoren besteedden in de programmering van elk Glazen Radiohuis aandacht aan (de aanpak van) laaggeletterdheid met activiteiten, optredens, interviews en items op locatie in de regio. Elke dag stond een van de deelnemende gemeenten centraal met



een thema dat goed bij die gemeente past. Bijvoorbeeld laaggeletterdheid en werk, laaggeletterdheid en wonen of laaggeletterdheid en jongeren.

Ik wil leren-campagne

Er was ook aandacht voor de Ik wil leren-campagne. Elke dag waren er lokale Taalambassadeurs (ex-laaggeletterden) betrokken bij de uitzendingen. Zij vertelden over wat ze allemaal kunnen sinds ze de stap hebben gezet om beter te leren lezen en schrijven. Ook benoemden de radiopresentatoren hoe je je kan aanmelden voor een cursus. Op de website www.glazenradiohuis.nl konden luisteraars en kijkers gebruik maken van de Ik wil leren-knop en ander lokaal aanbod.

Samen laaggeletterdheid aanpakken

Verder vertelden bestuurders van verschillende organisaties in de uitzendingen over wat zij doen op het gebied van laaggeletterdheid. Scholen en welzijnsorganisaties vertelden over hun taalaanbod. Er was aandacht voor innovatie en kennis op het gebied van basisvaardigheden verbeteren. Sport- en cultuurverenigingen legden uit welke rol taal op het podium of het sportveld heeft. Ook waren er ervaringsdeskundigen en individuen in de uitzending die het ontwikkelen van basisvaardigheden en het aanpakken van laaggeletterdheid een warm hart toedragen. En er was natuurlijk genoeg muziek. Het blijft toch radio!

Knelpunten oplossen

Het knelpunt tijdens de eerste editie in 2022 was het tekort aan vrijwilligers die het cursusaanbod onder het winkelende publiek konden verspreiden. In 2023 was dat opgelost.

Volgende editie

Bij een volgende editie willen we het nog professioneler aanpakken. We gaan werken met duidelijkere briefings en strakkere tijden voor de deelnemers. Nu het Glazen Radiohuis een begrip is, vraagt meedoen ook meer van de deelnemers.

Terugkijken

Het Glazen Radiohuis bereikte in 2022 ongeveer 100.000 mensen. In 2023 verdrievoudigde dat naar 300.000 mensen. Omdat beeld meer zegt dan veel woorden, hierbij de [aftermovie](#) voor een indruk van het Glazen Radiohuis 2022.

4 De situatie na het uitvoeren van de interventie

De inzet van het Glazen Radiohuis was een groot succes. Naast het grote bereik (300.000 bezoekers, luisteraars en kijkers in 2023) zorgde het Glazen Radiohuis voor een flinke stijging van



het aantal aanmeldingen bij de taalaanbieders in de regio's. In 2022 zagen de **Taal+ school van ROC Mondriaan** en Taalhuizen een verdubbeling van het aantal aanmeldingen in de eerste weken na het Glazen Radiohuis. Ook zorgde het Glazen Radiohuis ervoor dat het bereiken van laaggeletterden via (sociale) media nu een plek heeft in de gemeentelijke bewustwordingscampagnes. Hilbert Bredemeijer, wethouder CDA Den Haag: "Een doorstart naar veel meer van dit soort weken in de toekomst."

De succesfactoren van het Glazen Radiohuis:

- Een uitgebreide voorbereiding.
- Kennis van zaken bij de radiopresentatoren.
- Een relevant en gevarieerd programma.
- De inzet van Taal(huis)vrijwilligers.
- De betrokkenheid van bestuurders en maatschappelijke organisaties.
- De inspanningen van (Taal)ambassadeurs en bekende Nederlanders.
- De inzet van het netwerk van de lokale omroepen.