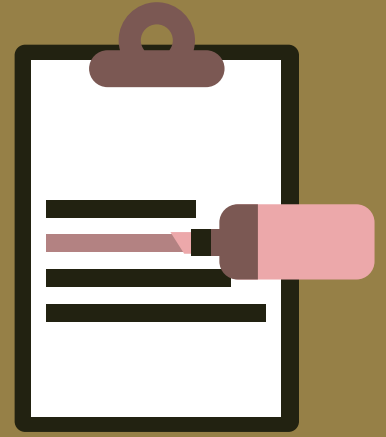


Samenvatting onderzoek



Bereik en effect van non-formele activiteiten voor NT1'ers

Gemeenten, sociale werkvoorziening bedrijven, Taalhuizen en welzijnsorganisaties organiseren regelmatig non-formele activiteiten voor mensen die moeite hebben met basisvaardigheden (rekenen, taal en/of digitale vaardigheden). Een non-formele activiteit is een activiteit waarbij de activiteit niet wordt afgesloten met een erkend diploma. Voorbeelden van non-formele activiteiten zijn een cursus Klik & Tik, het Leerplein en Digimaatjes. Maar hoe effectief zijn deze activiteiten, wat maakt een project tot een succes en hoe wordt vervolgaanbod onder de aandacht gebracht? Dat is in kaart gebracht door zeven non-formele activiteiten te volgen. Om inzicht te krijgen in wat er al bekend is op het gebied van de succesfactoren en knelpunten bij het bereiken van de NT1-doelgroep is ook een literatuurstudie verricht.

Resultaten van de 7 non-formele activiteiten

De aanpak

Deelnemers en begeleiders hebben na afloop van de activiteit een aantal vragen beantwoord over hun ervaring met de activiteit en de ervaren effecten en de waardering voor de activiteit. Het gaat hier om hun eigen inschatting en ervaring. De vooruitgang in basisvaardigheden zijn bijvoorbeeld niet getest.

De activiteiten

Alle zeven activiteiten waren gericht op het verbeteren van de digitale vaardigheden. Vier van de zeven activiteiten waren ook gericht op het verbeteren van de taalvaardigheden en twee op rekenvaardigheden.

'Ik leer van alles steeds weer wat anders dat maakt het erg leuk!'

Deelnemer



Welke doelgroepen zijn bereikt?

In totaal hebben 85 NT1'ers meegedaan aan het onderzoek. In dit onderzoek verstaan we onder NT1'ers: mensen die in Nederland zijn geboren en/of in Nederland op school hebben gezeten en moeite hebben met basisvaardigheden. Daardoor kunnen zij minder goed meekomen in de maatschappij.

Iets meer dan de helft van de deelnemers is vrouw en de gemiddelde leeftijd van de deelnemers is 59 jaar. Naast de 85 deelnemers hebben 17 begeleiders deelgenomen aan het onderzoek.

Waarom zit het succes?

Voor het werven van de doelgroep is een actieve, persoonlijk en positieve benadering essentieel. Het inzetten van leidinggevenden, teamleiders, collega's, Taalambassadeurs en sleutelfiguren werkt vaak goed bij het enthousiasmeren van de doelgroep. Ook is het belangrijk om in te spelen op de behoefte of leervraag van de doelgroep. Tot slot lijkt het succesvol om de activiteit in groepsverband en met meerdere instroommomenten per jaar aan te bieden.

'Ik ben zelfstandiger geworden en minder bang om fouten te maken.'

Deelnemer



Resultaten deelnemers

Deelnemers geven de activiteiten gemiddeld een **8,7** en hun begeleiders een **9,7**. De begeleiders geven de activiteiten gemiddeld een **8,1**.

90%

vond de activiteit interessant

76%

heeft meer plezier in leren

68%

heeft meer zelfvertrouwen in het gebruik van een computer, tablet of smartphone

52%

durft fouten te maken op een computer, tablet of smartphone

Werving

De meeste deelnemers zijn geworven via:

1 de leidinggevende/teamleider



2 een collega



3 een nieuwsbrief



Basisvaardigheden

61%

kan beter lezen

51%

kan beter gebruik maken van computer, tablet of smartphone

46%

kan beter schrijven

44%

kan beter gebruik maken van het internet

31%

kan beter rekenen

88%

van de begeleiders ziet non-formele activiteiten als (heel erg) succesvol om basisvaardigheden te verbeteren

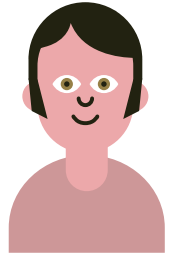
‘Hoewel een kleine stap, is het wel een noodzakelijk begin.’

Begeleider



‘Heb me al gemeld om een vervolg, vooral voor DigiD en veilig bankzaken regelen.’

Deelnemer



Sociale inclusie

41%

begrijpt informatie van de huisarts beter

39%

begrijpt websites van de overheid beter

37%

kan beter met geldzaken omgaan

36%

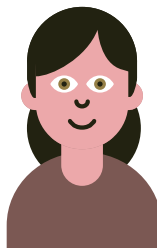
kan beter zaken regelen via de gemeente

94%

van de begeleiders ziet non-formele activiteiten als (heel erg) succesvol om deelnemers te helpen om meer deel te nemen in de maatschappij

‘Ik voel me meer onderdeel van de snel veranderende maatschappij door het gebruik van mijn smartphone.’

Deelnemer



Doorstroom

96%

van de deelnemers wil (misschien) meer leren

64%

wil met name beter leren omgaan met computer, tablet of smartphone

54%

wil websites van de overheid beter begrijpen

41%

wil beter leren schrijven

77%

van de begeleiders heeft met deelnemers gesproken over een vervolg

31%

van de begeleiders geeft aan dat de meeste of zelfs alle deelnemers doorstromen naar vervolgaanbod

De succesfactoren uit de literatuur

De aanpak

Stichting Lezen en Schrijven heeft een selectie gemaakt van verschillende relevante rapporten, onderzoeken, verslagen van kennissessies en pilots. Uiteindelijk zijn daar 17 van meegenomen in de literatuurstudie¹. Dit betrof documenten met informatie gericht op de succesfactoren en/of knelpunten bij het bereiken van de NT1-doelgroep.

De belangrijkste conclusies uit de literatuurstudie zijn aangevuld met voorbeelden vanuit de 7 gevolgde activiteiten.



Werving

- Om NT1'ers te werven is het belangrijk om mond-tot-mondreclame in te zetten en de doelgroep persoonlijk aan te spreken. Dan kun je makkelijker inspelen op de behoefte van een potentiële deelnemer en zijn of haar leervraag.
- Bij het benaderen van personen is het belangrijk om te proberen potentiële deelnemers te bereiken vanuit een positieve insteek. Het inzetten van een mix van wervingsmethodieken is succesvol.
- Met radio en televisie kun je de doelgroep vaak goed bereiken, maar dit is wel een dure aanpak.

Potentiële deelnemers worden via het Leerplein bij **Zaffier** actief benaderd. Via Taalambassadeurs worden ze persoonlijk aangesproken.

Deelnemers binnen participatiebedrijf **Westrom** zijn mondeling benaderd via hun teamleider om deel te nemen aan de cursus Basisvaardigheden. Oud-deelnemers zetten zich in om nieuwe deelnemers te werven.

Inhoudelijke aspecten

- Om NT1'ers te bereiken is het essentieel om aan te sluiten bij de belevingswereld, de intrinsieke motivatie en de leerwens van de doelgroep. Door hier inzicht in te hebben kun je in de activiteit beter inspelen op deze behoeftes.
- Het is effectief om het aanbod specifiek te maken en aan te laten sluiten bij het dagelijks leven.

Bij ontwikkelbedrijf **Risse Groep** is de inhoud van de begeleiding bij de cursus 'Lezen en Schrijven' afgestemd op de behoeftes van de doelgroep. Er is geen vast format. Er worden vragen behandeld als: 'Hoe lees je een bankafschrift', 'Hoe geef je je op voor een sportschool' en 'Hoe ga je om met Marktplaats'. Zo worden de deelnemers meer zelfredzaam.

1. In het onderzoeksrapport is een referentielijst opgenomen van de literatuur.



Kan ik je helpen?

Persoonlijke aspecten

- Bij het bereiken van de doelgroep helpt het als er een concrete aanleiding is voor de doelgroep om deel te nemen aan de activiteit. Het is daarbij ondersteunend als de activiteit direct helpt bij hun dagelijkse situatie en hun toekomstperspectief.

Praktische aspecten

- Een belangrijk praktisch aspect dat naar voren komt in de literatuur bij het bereiken van NT1'ers, is ervoor te zorgen dat je een aanbod doet dat zo dicht mogelijk bij de doelgroep ligt. Daarmee wordt de drempel tot deelname aan een activiteit verlaagd. Dat vraagt vervolgens om een wijkgerichte aanpak en betrokkenheid van organisaties en sleutelfiguren die contact hebben met mensen met beperkte basisvaardigheden. Daarvoor is samenwerking nodig met andere partijen. Het werkt daarbij het beste om samen te werken met partijen via het bestaande netwerk van de doelgroep. Het vergt wel een lange adem om dat netwerk goed inzichtelijk te krijgen.
- De inzet van (Taal)ambassadeurs is essentieel om de doelgroep te bereiken. Door hun succesverhaal te laten vertellen, voelen andere NT1'ers zich uitgenodigd om deel te nemen aan een activiteit.



Bij participatiebedrijf **Westrom** zijn de lessen gericht op de (digitale) werkomgeving binnen Westrom: Denk aan onderwerpen als 'Hoe meld je je ziek' en 'Hoe kun je je loonstrookje inzien'. Zo kunnen medewerkers de lessen direct toepassen in hun werksituatie.

Participatiebedrijf **Westrom** werkt in de uitvoering van de cursus Basisvaardigheden samen met een formele aanbieder. De lessen worden op de werkvloer gegeven omdat deze vertrouwd aanvoelt. Omdat ze op de werkvloer worden aangeboden maakt het ook andere werknemers nieuwsgierig.

De **centrale Bibliotheek in Rotterdam** organiseert verschillende activiteiten voor mensen met lage basisvaardigheden (zowel NT1 als NT2). Bijvoorbeeld: Klik & Tik, Digisterker, Digivitaler, Digicafé, Les op Maat en de Taalclub. Alle digitale- en taalactiviteiten worden aangeboden op het Ontwikkelplein. Op het Ontwikkelplein zijn ook partners aanwezig, zoals het UWV-loket en een punt om je bankzaken te regelen.

Knelpunten


- Het belangrijkste knelpunt bij het werven en bereiken van de doelgroep wordt gevormd door angst en schaamte bij de doelgroep. Ze vinden het moeilijk uit te spreken dat zij moeite hebben met lezen, schrijven of rekenen. Daarnaast zijn laaggeletterden vaak onzeker over hun eigen kunnen en/of hebben zij geen vertrouwen in hun eigen leervermogen.
- Mensen met lage basisvaardigheden hebben manieren gevonden met de situatie om te gaan waardoor ze zich minder aangesproken of geen noodzaak voelen om deel te nemen aan de activiteiten die georganiseerd worden.


Via het **Digimaatjesproject** van het Digitaalhuis in Breda wordt één-op-één hulp aangeboden aan een inwoner die moeite heeft met het gebruik van een computer, tablet en/of telefoon. De hulpvraag van een deelnemer is leidend. Het aanbod is zo ingericht dat het ondersteunend is aan het dagelijks leven. Zo worden mensen intrinsiek gemotiveerd deel te nemen aan een activiteit.


Meer weten?

Lees meer over het project, het onderzoek en de geleerde lessen op www.lezenenschrijven.nl/NT1.

Wil jij meer weten over het werven van de NT1-doelgroep? Neem dan contact op met onze adviseurs:

 070 - 302 26 60

 info@lezenenschrijven.nl

 lezenenschrijven.nl/regionale-adviseurs

Dit kennisblad geeft de belangrijkste resultaten weer van het onderzoek naar non-formele activiteiten voor mensen die moeite hebben met basisvaardigheden aangevuld met de resultaten uit de literatuur. Zes bedrijven deden mee aan het onderzoek: **Centrale bibliotheek van Rotterdam, Digi-Taalhuis Breda, EcoWare, Risse Groep, Westrom en Zaffier**. Het onderzoek is uitgevoerd door ResCon in opdracht van Stichting Lezen en Schrijven.

VI-2024

Een samenleving waarin iedereen meedoet

In Nederland hebben 2,5 miljoen volwassenen moeite met lezen, schrijven of rekenen. Daardoor hebben ze ook vaak moeite met een computer of een smartphone. Dat heeft veel gevolgen. Een baan vinden, gezond leven en grip hebben op je geldzaken is dan lastiger. Wij zetten ons ervoor in dat iedereen kan lezen, schrijven en rekenen. Daarom maken we laaggeletterdheid onderwerp van gesprek bij het publiek en de politiek. Dat doen we met advies en campagnes. We ondersteunen gemeenten bij beleidsontwikkeling en beleidsuitvoering. En we ondersteunen organisaties met scholing, onderzoek en lesmateriaal. Want een samenleving waarin iedereen meedoet, daar hebben we allemaal wat aan.