

# Werving NT1, wat werkt?

Ina den Hollander.

Uden, 2016

[www.cinopadvies.nl](http://www.cinopadvies.nl)

# Wat levert deze avond wel en niet op?

- Geen kant en klare recepten of het ei van Columbus
- Wel inzicht in achtergrondkennis die nodig is om NT1 cursisten te werven:
  - o Over kenmerken van de doelgroep
  - o Over scholingsbehoeften en leermotieven
  - o Over motivatie en drempels
- Iets over wel of niet grote publiekscampagnes
- Werkt(e) de bellijn, wat kunnen we ervan leren
- Planmatig werken en maatwerk
- Literatuur

# Doelgroep en subdoelgroepen: hoe delen we in als we kijken naar werving

Taalniveau?

Opleidingsniveau?

Leeftijd?

Sociaal maatschappelijke positie / positie op de arbeidsmarkt?  
(bijvoorbeeld werkloos, werkzoekend, ouder van kleine kinderen, woonwagenebewoner)?

# Kennis van de doelgroep NT1

Waar komt laaggeletterdheid vandaan:

1. Thuissituatie en sociale omgeving (taalarme thuisomgeving, geen leercultuur, vroeg aan het werk, problematische thuissituatie).
2. Het onderwijs (grote klassen, de norm van de gemiddelde leerling, vooroordelen leerkrachten tav resultaten leerling op basis van sociaal-economische en etnische achtergronden).
3. Individuele factoren (concentratiestoornissen, handicaps, beperkte cognitieve vaardigheden, leer- en ontwikkelingsstoornissen, dyslexie en dyscalculie).

# Drempels en motivatie

Situationele drempels

- afstand tot school, vervoer

Institutionele drempels

- tijdstip en frequentie

Informatieve drempels

- gebrek aan informatie over aanbod en mogelijkheden

**Dispositonele drempels**

- attitudes en percepties t.a.v leren)

De eerste drie zijn (makkelijk ??) te overwinnen, voor werving gaat het om de dispositionele drempels.

# Dispositionele drempels

- schaamte
- negatieve schoolervaringen
- faalangst en gebrek aan zelfvertrouwen
- acceptatie van gebrek aan taal- en andere vaardigheden
- vermijding en compensatie
- ontkennen van het probleem
- zich niet bewust zijn van het probleem
- het probleem als ondergeschikt zien als er sprake is van meervoudige problematiek
- laaggeletterdheid als onderdeel van je identiteit

# Motivatie: de andere kant van de medaille

- Zich persoonlijk willen ontwikkelen
- Kunnen meedoen, bijvoorbeeld door digitale en technologische ontwikkelingen
- Verantwoordelijkheden ten aanzien van kinderen en andere familie
- Verbetering werksituatie
- Zelfstandigheid
- Economische noodzaak: werk vinden

# Scholingsbehoeften, leermotieven en triggers

Scholingsbehoefte:

- De behoefte/noodzaak die er is om scholing te volgen
- Is vaak extern bepaald (wat je nodig hebt om te functioneren op het werk, als ouder of als in 2017 de overheid digitaal wordt)
- Wordt door de laaggeletterde vaak niet zo omschreven en ook niet gevoeld

Leermotief / trigger:

- De reden waarom je iets wilt leren
- Doet dus een beroep op je motivatie

*Iemand wil niet leren lezen of schrijven om het lezen of schrijven. Iemand wil werk vinden, zijn kind niet te kort doen in zijn ontwikkeling, meer zelfstandig zijn na een overlijden of scheiding, promotie maken.*

***Als je een leermotief weet, kun je je werving daarop inrichten!***



# Intrinsieke leermotieven

Een paar veel voorkomende intrinsieke leermotieven:

- Na een crisissituatie (b.v. het overlijden van een partner);
- Voorafgaand aan een mogelijke crisissituatie (afhankelijkheid van anderen)
- Verhuizen
- Veranderen van werk
- Eigen (klein)kinderen die zich ontwikkelen
- Respect krijgen en behouden
- Mogelijkheid via werkgever (b.v. in kader wet WIA)
- Hobby kunnen uitoefenen (je moet kunnen lezen en schrijven)
- Beter functioneren op de werkplek
- Werk behouden (kansen op de arbeidsmarkt vergroten)
- Andere opleiding willen gaan volgen (hiervoor moet je kunnen lezen en schrijven)
- Het sociale aspect: 'Het is gezellig'

## Maar ook:

Onderstaande zijn genoemd in onderzoek naar leervragen bij roc's:

- ✓ Computervaardigheden willen leren: internet, e-mail, sms, briefje op computer schrijven
- ✓ Sociale vaardigheden en zelfredzaamheid
- ✓ Vrijwilligerswerk, maatschappelijke participatie
- ✓ Ondersteuning bij andere opleiding (verhogen 'leervermogen').
- ✓ Ondersteuning bij de opvoeding van kinderen
- ✓ Voorleesproject voor ouders
- ✓ Budgetcursussen (uitkomen met je inkomen)
- ✓ Invullen formulieren/belasting
- ✓ Beter functioneren op de werkplek
- ✓ Leren van een vreemde taal (Engels op zeer basaal niveau)
- ✓ Schrijven van sollicitatiebrieven, vergadervaardigheden, notuleren
- ✓ Zelfstandig kunnen wonen en ondersteuning begeleid wonen
- ✓ Kennismaken met kunst, museum en omgevingsproject
- ✓ De koopjes uit het huis-en-huis-blad kunnen lezen

# Externe leermotieven

Daarnaast zijn er ook externe leermotieven te noemen:

- Verplichting vanuit de sociale dienst
- Traject in kader sociale activering
- Verplichting vanuit het werk
- Verplichting vanuit een subsidieverstrekker
- Druk van eigen kinderen en familieleden
- Druk vanuit collega's

Hoe kijken we hier tegenaan?

# Andere zaken die deelnemers belangrijk vinden

## Drempelverlagende en succesfactoren

- Docenten/begeleiders die motiveren en boeien
- Dicht bij huis
- Veiligheid
- Gezelligheid, groepsvorming
- Kosten zijn laag (leerbon)
- Leren in eigen tempo
- Ambassadeurs
- Tijd en gelegenheid
- Koppeling met ander interesse gebied

# Samenvattend, wat kunnen we hier uit leren voor de werving

- Spreek mensen niet aan op wat ze niet kunnen en niet leuk vinden (lezen en schrijven, naar school gaan), maar op wat ze leuk vinden of willen leren. Zoek dus naar het leermotief van die ene deelnemer!
- Vervlecht in je onderwijs lezen en schrijven met andere functionele vaardigheden en maak dit duidelijk in je werving.
- Zoek ze op waar ze zitten, in plaats van af te wachten tot ze (in reactie op bijvoorbeeld een advertentie) naar het ROC komen.
- Zoek een laagdrempelige locatie in de wijk.
- Continuïteit is belangrijk: vruchten kunnen pas na 3 jaar echt geplukt worden

# Welke oproep zou je wel/niet gebruiken?



Je leert bijvoorbeeld:

- formulieren in te vullen
- bijsluiters en instructies beter te begrijpen
- je post en de krant beter te snappen
- je (klein-) kinderen voor te lezen
- spelling en grammatica

# Doelgroepen en vindplaatsen in kader van werving

- Werklozen
- Werkenden
- Niet-werkenden (niet als werkloos geregistreerd)
- Ouders met (schoolgaande) kinderen
- Licht verstandelijk gehandicapten (LVG)
- Woonwagenebewoners
- Herintreders
- Senioren 65+
- Jongeren (b.v. uitval 5 jaar geleden in ROC, zonder startkwalificatie)
- Praktijkschool en speciaal onderwijs

*Er zijn vele indelingen mogelijk, bepaal doelgroepen die je in je werving specifiek kunt benaderen.*

# Bepalen van vindplaatsen: een voorbeeld

Werkloos	Sociale dienst, CWI, UWV, Reïntegratiebureaus, onafhankelijke arbeidsadviseurs, uitzendbureaus	.....
Allochtoon	Basisonderwijs, Buurtcentra, Moskee, Kerk, Gemeente, ontmoetingscentra voor allochtonen, koffiehuisen, belangenbehartigingsgroepen, informatiemarkten	.....
Werkenden	Bedrijven, basisonderwijs, gemeente, uitzendbureaus, verenigingen, netwerk personeelsfunctionarissen, service-organisaties (Rotary, Lions)	.....



# Vindplaatsen bepalen: wat kan helpen

Achtergrondgegevens:

- Gegevens van de gemeente / CBS data / VNG
- Factsheets per gemeente over aantallen, spreiding man/vrouw, leeftijd, werkenden/werklozen, sectoren arbeidsmarkt (helaas nog niet gratis beschikbaar)
- Publicatie Stichting Lezen & Schrijven over aantallen per gemeente
- Sociale kaart van de gemeente

# Planmatig te werk gaan

Stap 1	Bepaal de doelstelling(en) van het wervingsplan
Stap 2	Bepaal de (sub)doelgroepen
Stap 3	Bepaal de vindplaatsen van de (sub)doelgroep
Stap 4	Bepaal de scholingsbehoefte per (sub)doelgroep
Stap 5	Bepaal de leermotieven van de (sub)doelgroep
Stap 6	Bepaal of een (sub)doelgroep direct benaderd moet worden dan wel indirect (via bedrijf / toeleider)
Stap 7	Bepaal het scholingsaanbod en de wijze waarop met nieuwe scholingsvragen moet worden omgegaan
Stap 8	Bepaal per (sub)doelgroep de wervingsmethoden, -kanalen en -producten
Stap 9	Maak een planning
Stap 10	Maak een financieel overzicht
Stap 11	Voorlichten van het netwerk

# Grote (landelijke) publiekscampagnes

Grote landelijke campagnes Stichting Lezen & Schrijven  
Week van de alfabetisering  
Regionale of lokale campagnes

Succes hangt af van het doel:

- Bewustwording / taboedoorbreking
- Werving

Onderzoek via de bellijn:

# Succes van grote campagnes NT1

Landelijke bellijn:

- Groot aantal bellers
- Gekoppeld aan gratis bestellijn boeken Lees & Schrijf

Wat we weten door onderzoek onder bellers:

- 90 % was NT2
- Spectaculaire daling met meer dan driekwart nadat de boeken niet meer besteld konden worden
- Na week alfabetisering lichte toename, ook niet na media-aandacht

Kijk dus naar kosten (heel hoog) in relatie tot baten.

## Verder van belang:

Inzet ambassadeurs.

Inzet intermediairs.

Gebruik de ervaring die er is, bijvoorbeeld op het roc.

Samenwerking in de keten.

Screeningsinstrumenten als wervingsinstrument?

- Wanneer in te zetten?
- Waarom wel / niet ?
- Ethische aspecten: je hebt een probleem, en dan?

# En tenslotte wie is eigenlijk verantwoordelijk voor werving?

Raar maar waar.....: de WEB-gelden zijn niet voor werving bestemd!  
Maar er ligt wel een belangrijke opdracht via Tel mee met Taal!

De gemeente:

- Belangrijk? Dan zijn er ook middelen vanuit andere beleid dat valt onder het sociaal domein
- Inzet gemeentelijke diensten zoals sociale dienst, wijkteams in het kader van welzijnsbeleid (trainen in herkennen, doorverwijzen)

Andere partijen: woningbouwverenigingen, welzijnsorganisaties e.a.

**Bedankt voor uw aandacht.  
Meer informatie?  
Bel of mail gerust!**

**Ina den Hollander**

ihollander@cinop.nl

06-51690016

[www.cinopadvies.nl](http://www.cinopadvies.nl)