
OBA ZET IN OP GEZINSAANPAK

Publicatie/Dossier vervolgpagina

Wat gebeurt er wanneer een programmamaker voor jeugd en een op het gebied van basisvaardigheden elkaar ontmoeten terwijl ze bezig zijn met een impacttraject? Dan ontstaat een ambitieuze theory of change rondom de gezinsaanpak, die ervoor zorgt dat intern én extern de handen op elkaar gaan. Bij de OBA in Amsterdam maakten Annelies Wielaard en Fouzia Benboussounna het mee.



Programmamakers Annelies Wielaard en Fouzia Benboussounna leerden elkaar een jaar of drie geleden beter kennen toen ze de opdracht kregen eens te gaan lunchen met een collega die ze niet zo goed kenden. De twee hadden meteen een klik: Benboussounna's passie om mensen te helpen hun basisvaardigheden op orde te krijgen en Wielaard's drive om kinderen en jongeren een rijke taal- en leesomgeving te bieden sloten perfect op elkaar aan.

Ze besloten samen voort te borduren op de lessen die een collega eerder had geleerd tijdens de leergang Impactmanagement van de KB. Haar casus, rondom de overgang van de basisschool naar het voortgezet onderwijs, sloot mooi aan op het traject rondom de gezinsaanpak waarmee Wielaard en Benboussounna net als duo gestart waren bij Probiblio.

‘Hoe bereik je een zo groot mogelijk deel van je doelgroep? Die vraag stelden we onszelf al,’ herinnert Wielaard zich. ‘In ons geval gaat het over kinderen én volwassenen: we willen de zogeheten helpende volwassenen bewust maken van hun rol binnen de taal-, lees- en mediaontwikkeling van het kind. Denk aan ouders, maar net zo goed aan leerkrachten. Zij kunnen zowel thuis als op school een taalrijke omgeving creëren.’

Aanbod koppelen

‘Voor ons voelt het heel vanzelfsprekend dat het aanbod voor jeugd en volwassenen op elkaar aansluit,’ vertelt Benboussounna. ‘Binnen de bibliotheek lijken we ons niet altijd bewust van wat we allemaal al in huis hebben om ouders, kinderen en professionals te ondersteunen, terwijl we dag in dag uit bezig zijn om de driehoek tussen school, thuis en bibliotheek te versterken.’

Bovendien was binnen de OBA het aanbod nog niet op alle vlakken goed aan elkaar gekoppeld.

Benboussounna: ‘We streven naar een doorlopende leerlijn voor ouder en kind op het gebied van taal en digitale vaardigheden, zodat de cyclus van laaggeletterdheid wordt doorbroken. We hadden het alleen nog niet goed aan elkaar verbonden. Terwijl: op die sleutelmomenten is de bibliotheek juist ontzettend belangrijk.’

Als voorbeeld noemt Benboussounna de overgang van het primair naar het voortgezet onderwijs. ‘We realiseren ons misschien niet hoeveel er op zo’n moment op je af komt – als kind én als ouder of verzorger. Je moet uitzoeken wanneer open dagen plaatsvinden, tijdens die voorlichtingsmomenten moet je informatie vergaren over die nieuwe school, je moet je voor van alles aanmelden, je moet ontdekken hoe ver het is van de school naar je eigen huis. Dat zijn allemaal heel ingewikkelde taken als je basisvaardigheden niet op orde zijn.’

Van basis- naar middelbare school

De schoolkeuze bleek een uitstekend camouflagemoment om ouders en kinderen zich bewust te maken van het belang van goede lees- en informatievaardigheden. ‘Vroeg of laat komt deze keuze in ieder gezin aan bod,’ weet Wielaard. ‘En natuurlijk wil iedereen de school kiezen die het best past bij de eigen situatie. Bovendien is het aanbod van bibliotheken vaak gericht op volwassenen óf kinderen. Met deze kapstok spreken we die twee doelgroepen tegelijkertijd aan.’

Met dit project willen Wielaard en Benboussounna laten zien dat je voor een goed aanbod lang niet altijd iets nieuws hoeft te bedenken: je kunt ook het bestaande aanbod op een mooie manier met elkaar verbinden. Met minder inspanningen een groter effect, noemt Benboussounna het. ‘We bekijken nu beter hoe we impact kunnen maken. Daarvoor blijken sleutelmomenten als de keuze voor een basis- of middelbare school heel geschikt. Daarnaast hebben we goed gekeken wat andere partners in de stad al doen. We kunnen onze tijd maar één keer besteden, dus extra goed om die dan te besteden aan iets wat alleen jij kunt en samen te werken.’

Ouders in contact

Het OBA-duo kreeg bij dit impacttraject ondersteuning van Probiblio. Samen met duo’s uit Noord- en Zuid-Holland leerden ze hoe ze een theory of change moeten opstellen: een kernachtige verwoording van de verandering die zij met hun dienstverlening teweeg willen brengen. ‘In ons geval is dat het doorbreken van de cyclus van laaggeletterdheid door kinderen te laten opgroeien in een taalrijke omgeving,’ licht Wielaard toe. ‘We merkten al snel: in zo’n theory of change wil je ambitieus zijn, terwijl je ook realistisch moet blijven. Je wilt wereldvrede, maar je moet het concreet zien te maken.’

Extra aandacht binnen het programma was voor het met elkaar in contact brengen van ouders. 'Soms kunnen we ook alleen de facilitator zijn,' aldus Wielaard. 'Als wij ouders de mogelijkheid geven om met elkaar te praten, brengen we al iets bijzonders teweeg.'

Ook andere zaken die voor de bibliotheek heel vanzelfsprekend zijn, kunnen voor de doelgroep een wereld van verschil maken. 'Neem onze collectie,' vertelt Benboussounna. 'Daarmee geven we ouders en kinderen toegang tot een schat aan kennis en verhalen. Ook die impact willen we graag zichtbaarder maken. En we blijven kritisch nadenken over hoe we de collectie zoveel mogelijk effect kunnen laten sorteren en de juiste keuzes kunnen maken. Als een boek niet vaak wordt uitgeleend, betekent dat bijvoorbeeld dat het niet geschikt is voor de bibliotheek of juist dat we het meer in the picture moeten zetten?'

Publiek geld

Het denken in impact zorgt nog weleens voor discussies met samenwerkingspartners, merkt Wielaard. 'Partijen als de gemeente zijn nog meer gewend aan het denken in cijfers, terwijl wij juist het verhaal achter die aantallen willen laten zien. Ook binnen onze eigen organisatie wordt op dit moment het gesprek gevoerd over de kracht van het impactgericht samenwerken.'

Volgens Wielaard en Benboussounna is het ook belangrijk dat de bibliotheek bezoekers niet overweldigt met al het aanbod. 'Als we zelf soms al niet weten of kunnen laten zien wat we allemaal al doen, hoe moet onze doelgroep dat dan weten? Focus op wat je hebt en voeg er alleen iets aan toe als dat een echte meerwaarde biedt. We werken met publiek geld, en dat moet je zo goed mogelijk besteden.'