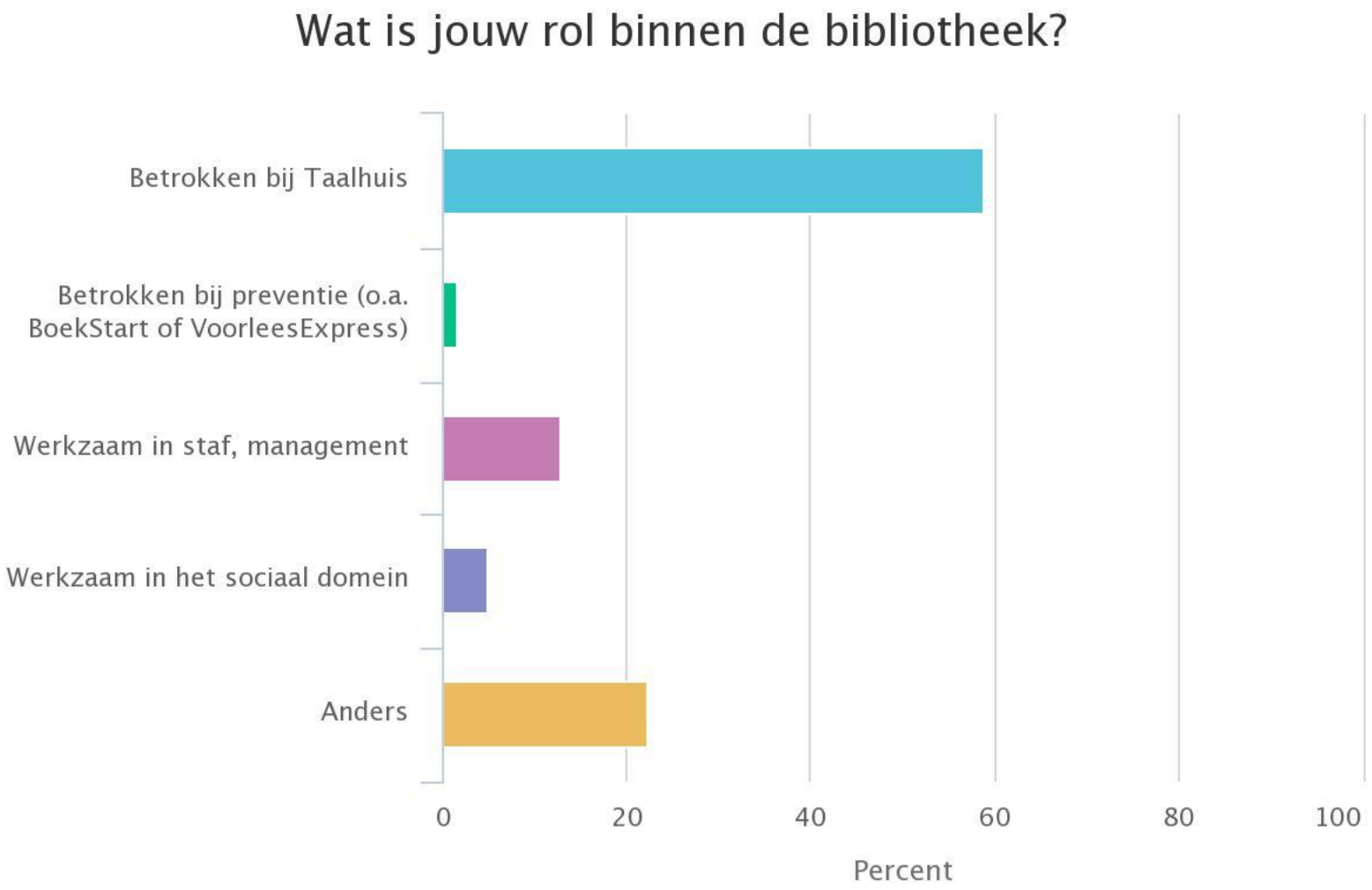
Welkom

1. Voorstellen
2. Geluidscheck
3. Tussendoor polls
4. Stel je vragen in de chatbox!
5. Presentatie duurt 20 minuten, vragen stellen 10 min.
6. Na afloop staat de opname online

Uitslag poll 1



Agenda

- Welkom bij de eerste KB webinar
- Doel: Uitleg over hoe de strategiekit Hoger Bereik je kan helpen bij het bereiken van mensen met lage basisvaardigheden/kwetsbare burgers.
- Aanleiding: Wat is de rol van de bibliotheek bij basisvaardigheden?
- Verandering: Wat vraagt dit voor andere manier van werken
- Aanpak: Hoe ga je hiermee aan de slag?

Aanleiding:Problematiek

2,5 miljoen volwassen Nederlanders hebben onvoldoende basisvaardigheden

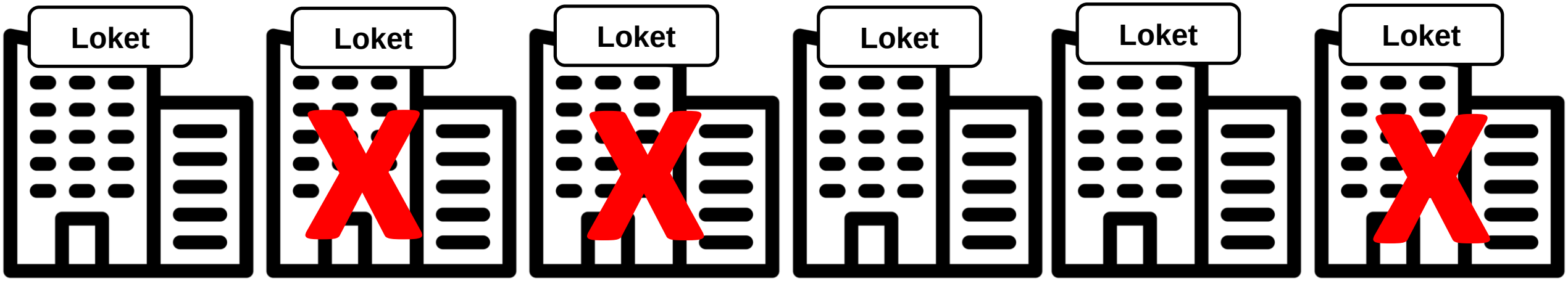
Heeft een laag niveau digitale vaardigheden (Eurostat, 2015)

Heeft moeite met lezen, schijven en/ of rekenen (ARK, 2016)

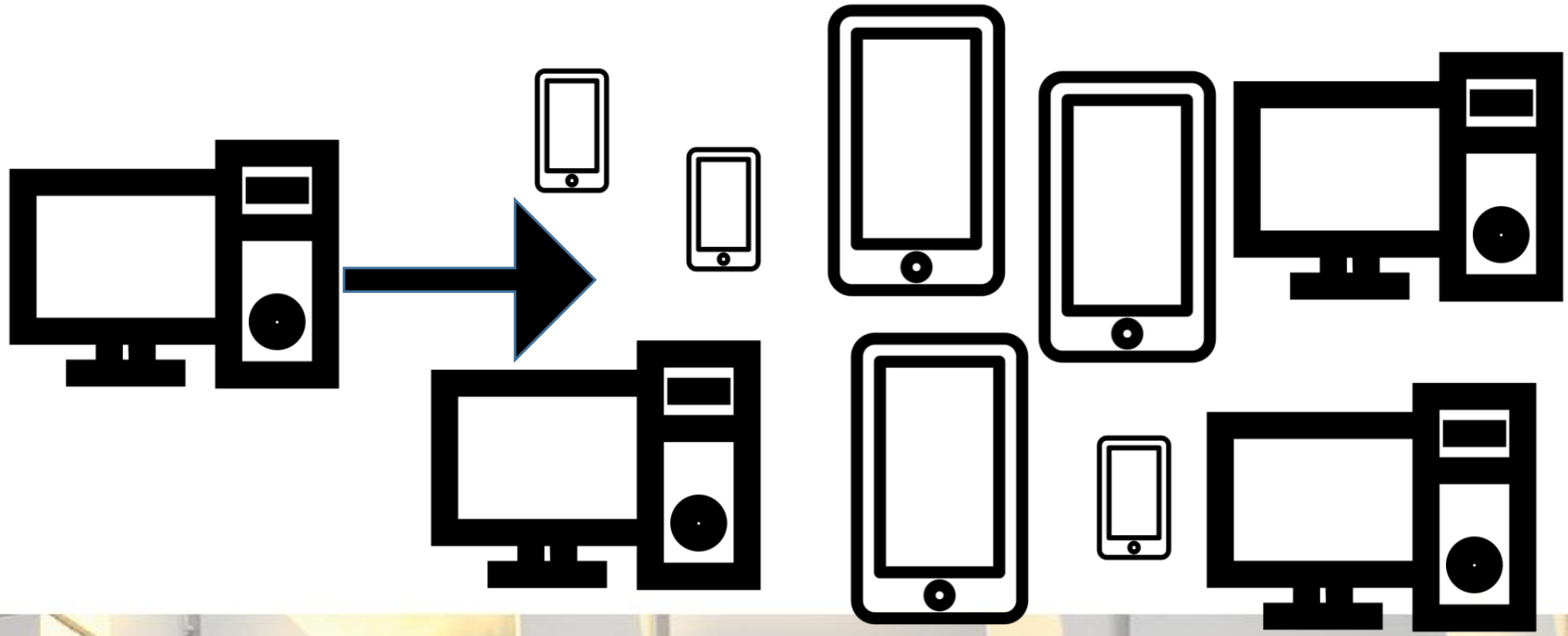
Heeft internet nog nooit gebruikt. (CBS, 2016)

En wie van deze groep maakt er gebruik van zorgtoeslag, huurtoeslag, kindgebonden budget en gemeentelijke minimaregelingen?

Tendens / beleid overheid



- Groeiende digitale overheid
- Gericht op efficiënt én klantgericht werken
- Het aantal fysieke loketten loopt terug.



Tendens / beleid overheid

- Veel burgers kunnen uit de voeten met de digitale overheid…

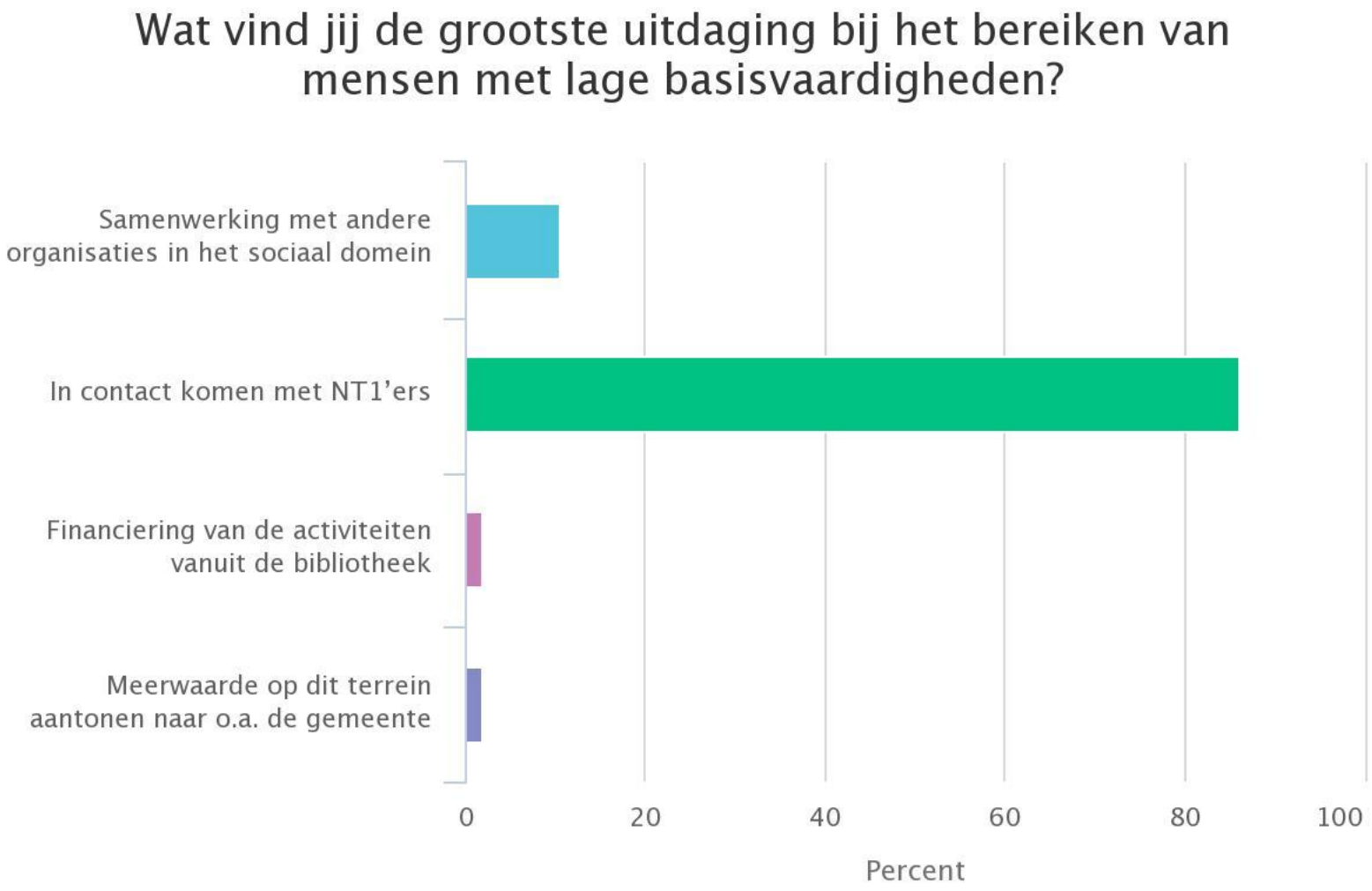
maar…

- Een deel ook niet
- Verantwoordelijkheid deze groep is versnipperd
- En de menselijke maat lijkt soms verdwenen.

Uitdaging

Op dit moment bereiken we 0,98% van de 2,5 mln. Hoe kunnen we het bereik onder de doelgroep verhogen?

Uitslag poll2



Uitbouwen rol van de Bibliotheek

Kunnen we in vijf jaar tijd *1.000.000 Nederlanders (burgers)* ondersteunen?

#hulpomdehoek

Wat doen we aan hoger bereik?

- Samenwerking (campagnes) landelijke partners (Week van de Alfabetisering, Belastingdienst, Logius etc.)
- Bibliotheken ondersteunen bij de lokale aanpak en promotie:
  - Pilots en Strategiekit ‘Hoger Bereik’
  - Onderzoek naar communicatie met doelgroep: promotiemateriaal
  - Samenwerking met gemeenten en lokale partners: inspiratiedocument nav VNG-congres en deelsessie
  - Kennisdeling via portal, landelijke dag 8 november, pilotbiebs via POI’s in 2019 en pilot met deze webinars

2

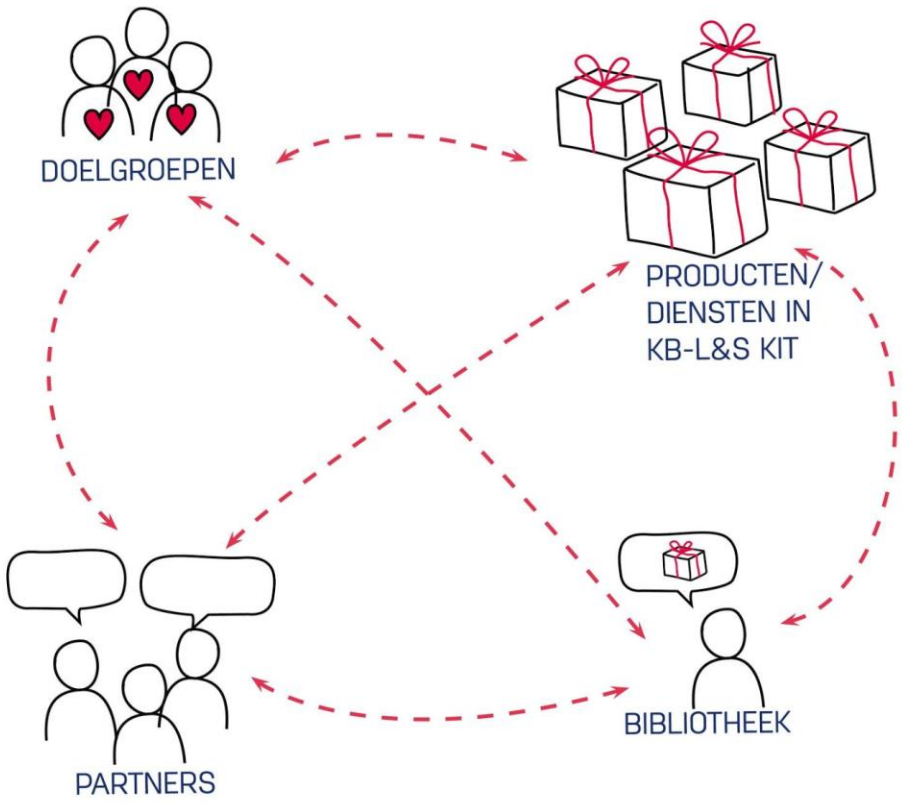
Laaggeletterdheid

We moeten ook weer niet denken dat iedereen in Nederland een hogere opleiding moet doen, zegt Bijl. „Verschillen zijn niet erg, als mensen maar niet worden uitgesloten." Beleidsmakers moeten er volgens hem rekening mee houden dat niet alle mensen hetzelfde kunnen. „De samenleving wordt steeds complexer en verandert snel. Veel mensen kunnen dat niet bijbenen." Hij wijst ook op de 2,5 miljoen laaggeletterden in Nederland. „Daar is onze maatschappij niet op ingericht, daar zou de politiek meer over mogen nadenken."

dit vraagt om verder ontdekken wat werkt voor deze doelgroep…. en de professionals die met hen werken

wat kan je met de strategiekit?

- handvatten om dit speelveld te overzien
- handleidingen
- werkbladen
- instructies voor workshops
- tips van andere bibliotheken
- voorbeelden



met wie werkten we samen?

nieuwe ideeen om bewustwording tot stand te brengen

" WIJ MOETEN ALTIJD IEMAND
OM HULP VRAGEN EN DAT
VINDEN WE

Werkblad

Maak net als Waterland een klantreis met een laaggeletterde bij een bepaalde organisatie

Flirt met taligheid

LOST LEMON MUZUS KB Koninklijke Bibliotheek Nationale bibliotheek van Nederland

1 ORGANISATIE

Bedenk welke organisatie uit jouw netwerk interessant is om mee aan de slag te gaan.

2 DIENSTVERLENING & TAAL

Hoe ziet het proces eruit van een klant die binnenloopt bij deze organisatie? Schrijf de verschillende stappen van de dienstverlening vanuit het oogpunt van deze persona in de vakjes hiernaast. Geef met kleur aan welke stappen een relatie met taal hebben.

3 DIT KAN MIS GAAN!

Zet hiernaast met kleine post-it's op een rijtje welke kansen er zijn tijdens deze klantreis. Bedenk per stap wat er ideaal zou zijn voor de persona in deze situatie. Wat moet je juist wel of juist niet doen?

4 ONZE TAALFLIRT

Bedenk op welke manier je deze organisatie kunt triggeren om met laaggeletterdheid aan de slag te gaan. Waar zit de winst voor hen?

Vraag het de doelgroep

buiten gebaande paden gaan

zoek waar energie zit

1A - Netwerkanalyse

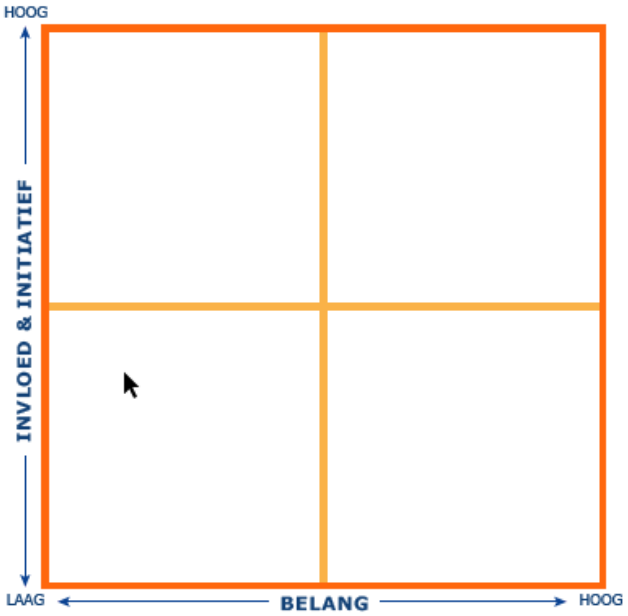
HOGER BEREIK basisvaardigheden
de Bibliotheek en basisvaardigheden

1 Breng de stakeholders in kaart: zet je eigen organisatie in het midden en inventariseer met wie je te maken hebt. Ga na wie belangrijk zijn, geraakt worden of invloed hebben.

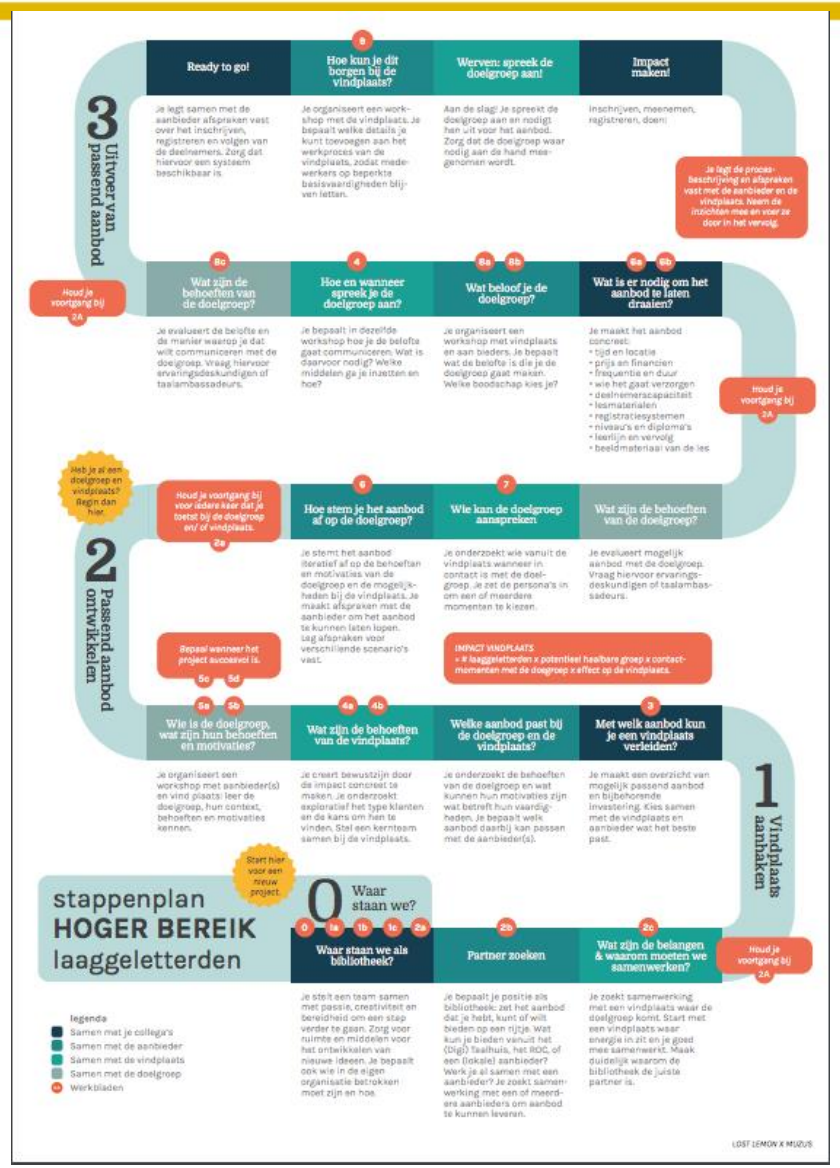
Bedenk ook met wie je rekening moet houden, met wie je een klik hebt en waarvan je denkt dat die bereid zijn in actie te komen. Hoe dichter bij het midden, hoe belangrijker, invloedrijker en/of interessanter.

2 Ga voor de stakeholders na wat hun invloed is op basis van hun doelen, belangen, behoeftes en uitdagingen. Wat is de mate van invloed en initiatief van een stakholder? En welk belang heeft een stakeholder?

Zet de stakeholders in de matrix hieronder. De mate van invloed en initiatief vormt de y-as, het belang vormt de x-as. Hierdoor wordt duidelijk hoe je de stakeholders moet betrekken en informeren.



Waar begin je?


stappenplan
HOGER BEREIK
laaggeletterden
Start hier voor een nieuw project
0 Waar staan we?
1 Vindplaats aanhaken
2 Passend aanbod ontwikkelen
3 Uitvoer van passend aanbod
Waar staan we als bibliotheek?
Partner zoeken
Wat zijn de belangen & waarom moeten we samenwerken?
Met welk aanbod kun je een vindplaats verleiden?
Welke aanbod past bij de doelgroep en de vindplaats?
Wat zijn de behoeften van de vindplaats?
Wie is de doelgroep, wat zijn hun behoeften en motivaties?
Wat zijn de behoeften van de doelgroep?
Wie kan de doelgroep aanspreken
Hoe stem je het aanbod af op de doelgroep?
Wat is er nodig om het aanbod te laten draaien?
Wat beloof je de doelgroep?
Hoe en wanneer spreek je de doelgroep aan?
Wat zijn de behoeften van de doelgroep?
Impact maken!
Werven: spreek de doelgroep aan!
Hoe kun je dit borgen bij de vindplaats?
Ready to go!
Houd je voortgang bij 2A
Heb je al een doelgroep en vindplaats? Begin dan hier.
Houd je voortgang bij voor iedere keer dat je toetst bij de doelgroep en/ of vindplaats. 2a
Bepaal wanneer het project succesvol is. 5c 5d
IMPACT VINDPLAATS
= # laaggeletterden x potentieel haalbare groep x contactmomenten met de doelgroep x effect op de vindplaats.
Je legt de procesbeschrijving en afspraken vast met de aanbieder en de vindplaats. Neem de inzichten mee en voer ze door in het vervolg.
legenda
Samen met je collega's
Samen met de aanbieder
Samen met de vindplaats
Samen met de doelgroep
Werkbladen
LOST LEMON X MUZUS

Sleutel tot succes?

Uitslag poll 3

Q&A

1. Reactie op de poll over de rol van de luisteraars in de Bibliotheek:

   Ik denk dat marketeers/communicatiemedewerkers er ook bij zitten, maar afhankelijk van hun plek in de organisatie zullen ze ofwel staf, ofwel overig hebben geantwoord.

2. Ik heb helaas de opening gemist, wie zijn jullie?

   Stephanie Verhagen – marketeer Basisvaardigheden bij de KB

   Petra Doelen – Coördinator Lost Lemon Lab. Projectleider van het onderzoek "Laaggeletterden in Beeld", waarin gezocht wordt naar manieren om Nederlandstalige laaggeletterden te vinden en te motiveren naar scholing

3. Is de strategiekit eerder beschikbaar of pas tijdens Landelijke Dag Basisvaardigheden?

   Hij is al beschikbaar op www.bibliotheekenbasisvaardigheden.nl onder de knop ‘Hoger Bereik’. Hij wordt nog verder gevuld met alle relevante documenten. Op 8 november (Landelijke Dag Basisvaardigheden) is hij compleet.

Q&A tijdens het webinar

4. Hoe check je of iemand laaggeletterd is?

- Mariet Hattink (taalregisseur Stichting Lezen & Schrijven - Rayon Midden) gaf 17 mei een workshop Herkennen & doorverwijzen. Ook training herkennen en doorverwijzen biedt hiervoor goede handvaten.
- Er is een training Frontoffice-medewerkers in ontwikkeling, samen met St. L&S, SL, KB, SPN en Bibliotheken. Dit wordt een blended learning (e-learning en bijeenkomst(en)) traject. Het wordt dit najaar gepilot bij een aantal bibliotheken en in 2019 verder uitgerold.
- De Stichting Lezen & Schrijven biedt op deze pagina ook diverse handvatten hiervoor.
- Met deze kleine interventie valt veel winst te behalen: **Focus op begrijpen**. Iedere dienstverlener kan in gesprekken bij zijn klanten nagaan of diegene snapt wat hij zegt. Dit zou de basis moeten zijn van elk gesprek en is voor elke klant relevant, niet alleen voor laaggeletterden. Zo vindt er een simpele, maar effectieve check plaats die tijd noch moeite kost. Het kan de eigen dienstverlening alleen maar verbeteren. Het zorgt er wel voor dat klanten snappen wat ze moeten doen. Met medicijnen, met reïntegratieplannen, met brieven.

WAT KUN JE ALS PROFESSIONAL DOEN?

HOE KUN JE HERKENNEN OF MENSEN PROBLEMEN HEBBEN MET BASISVAARDIGHEDEN?

WAT KUN JE DOEN?	WAT KUN JE AFLEZEN UIT HET GEDRAG?
1. Mensen kunnen lezen, maar begrijpen is lastiger. Laat mensen actief samenvatten wat jullie bespreken.	1. Bij ingewikkelde informatie vraagt iemand weinig en wil hij zo snel mogelijk weg.
2. Vraag of mensen zelf het formulier hebben ingevuld. Laat ze als test een formulier invullen.	2. Zenuwachtig en onrustig als je veel ingewikkelde informatie vertelt.
3. Wees je bewust van je taalgebruik: maak het simpel.	3. Iemand is wat stil en terughoudend. Dit lijkt ongemotiveerd.
4. Geef je een folder mee, geef deze dan op zijn kop aan.	
5. Verwijs je naar het internet, check dan of mensen vaak op het internet komen.	
6. Je kunt zeggen: 'Ik wil je graag goed helpen. Ik zie dat het lastig voor je is om het formulier in te vullen. Weet je dat je hier hulp bij kan krijgen?'	

© Lost Lemon & Muzus 2018

Q&A tijdens het webinar

5. Jullie gaan goed in op hoe de samenwerking met organisaties ingevuld kan worden, maar… waar zitten de NT1? Dat is onderbelicht in mijn visie.

- Een klein deel van de doelgroep NT1'ers wil aan hun vaardigheden werken en zoekt zelf actief naar hulp. Daarvoor biedt de strategiekit tips over hoe je hen bereikt via communicatie-uitingen en welk aanbod werkt voor hen.
- Het overgrote deel van de NT1'ers ontkent het probleem of wacht tot anderen hem motiveren iets te gaan doen. Deze groep laat zich ook niet doorverwijzen naar het taalhuis/de bibliotheek. Daarvoor is de schaamte bij hen te groot. Wil je deze groep bereiken, dan moet je samenwerken met diverse vindplaatsen. Aangezien geletterden zich moeilijk voor kunnen stellen dat Nederlandse cliënten laaggeletterd zijn, is het een behoorlijke kluif om het bewustzijn daarover te activeren. Vandaar dat we in de strategiekit veel aandacht besteden aan hoe je vindplaatsen bewust maakt. Alleen een training 'herkennen en doorverwijzen' is niet genoeg.
- Verder verkennen we in de strategiekit alternatieve manieren om rechtstreeks met de doelgroep in contact te komen. Bijvoorbeeld via een voorstelling of een bus.

6. Hebben jullie ook tips over hoe een medewerker van de balie of van een Klik & Tik-cursus het gesprek kan voeren met een zojuist gesignaleerde laagtaalvaardige. Verwijzen ze door, benoemen ze wat ze zien? Kortom hebben jullie tips?

   Zie ook het antwoord op vraag 4.

Q&A tijdens het webinar

7. Is er ook een presentatie beschikbaar over verschillende persona's? Zeer handig namelijk! :-)

- De flyer zit in de strategiekit Hoger Bereik.
- Via dit webinar kan je de uitleg terugkijken van de persona's. (https://register.gotowebinar.com/recording/6093117791945330440)
- Presentatie bij de strategiekit

8. De allochtonen komen zelf, de autochtonen niet, zijn zij meer te bereiken via de Klik & Tik en via taal.

Een klein deel van de autochtone laaggeletterde (NT1) zijn via 'camouflage-aanbod' zoals Klik & Tik te bereiken. Ook de NT1'er die op zoek is naar taalaanbod kun je bereiken met goede communicatie en informatie. Voor het overgrote andere deel werk je samen met vindplaatsen. Zo vinden we laaggeletterde ZZP'ers via hun boekhouders. En werken we aan aanbod voor hen waarin we hun behoefte aan het leren van ondernemersvaardigheden combineren met taal en rekenen.

Q&A tijdens het webinar

9. Komt er nog vaker een webinar?

Dit is het eerste webinar uit een reeks proefwebinars. Eind dit jaar wordt besloten of we ermee doorgaan, onder andere afhankelijk van de reacties uit het land.

10. Zijn jullie tevreden over de resultaten van de pilots?

De pilotbibliotheken hebben veel werk gestoken in het onderzoeken wat werkt en wat niet werkt om in samenwerking met vindplaatsen deze doelgroep te bereiken. Ze hebben zich een andere manier van werken eigengemaakt die nodig is om op dit vlak samen te werken met andere partners. En ook gezien te worden als serieuze gesprekspartner in het sociaal domein of bij werkgevers bijvoorbeeld. We merken bij de pilotbibliotheken dat deze manier van werken helpt om de nieuwe rol van de bibliotheek praktisch in te vullen. Deze manier is wel een groot verandertraject, vergt een lange adem en veel inzet en energie. De resultaten van deze investering zien we terug in de strategiekit Hoger bereik, die de andere bibliotheken handvatten en tools biedt om ook met deze groep aan de slag te gaan. De resultaten in aantallen presenteren we aan het einde van het jaar.

11. Er is onlangs ook een ander onderzoek uitgebracht met profielen van laaggeletterden KLASSE! Kennen jullie dit? Is dit afgestemd met Lost Lemon?

We hebben nog niet afgestemd met deze profielen van laaggeletterden. Wel hebben we contact met de makers. Deze profielen laten goed zien welke leerwensen ze hebben, bijvoorbeeld als het gaat om werk, familie, gezondheid. Als je specifiek aanbod wilt ontwikkelen, vind je hierin een handig overzicht.

Q&A tijdens het webinar

12. Komen er ook bijvoorbeeld e-books voor laaggeletterden?

Dat zit niet in de plannen voor de komende jaren.

13. Is het webinar later nog terug te zien?

Ja, via deze link.

Afsluiting

Meer informatie op:
https://www.bibliotheekenbasisvaardigheden.nl/documentatie/projecten/project-hoger-bereik.html

Of via homepage en klik op Hoger bereik