
KOHNSTAMM
INSTITUUT

Werken met **KLASSE!**

Wervings- en cursusaanpakken in beeld



JOANNE LOURENS

MARIEKE BUISMAN

Lourens, J. en Buisman, M.

Werken met KLASSE!

Wervings- en cursusaanpakken in beeld

Amsterdam: Kohnstamm Instituut.

(Projectnummer 10881)

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

Uitgave en verspreiding:

Kohnstamm Instituut

Bezoekadres: Keizer Karelplein 1, 1185 HL Amstelveen

Postbus 94208, 1090 GE Amsterdam

Tel.: 020-2141400

www.kohnstammstituut.nl

© Copyright Kohnstamm Instituut, 2022

Inhoudsopgave

Inleiding	1
1 Beschrijving van de onderzoeksopzet en respons	3
2 Resultaten	7
2.1 Wervingsaanpak	7
2.2 Cursusopzet	13
3 Samenvatting en reflectie	21

Inleiding

Een deel van de volwassenen in Nederland beschikt over beperkte basisvaardigheden¹. Deze groep kan in het dagelijks leven moeite ondervinden met lezen, schrijven, rekenen of digitale vaardigheden. De diversiteit binnen de groep is groot: zowel wat betreft achtergrondkenmerken (Nederlandssprekend of niet, jong of oud, werkend of niet werkend) als wat betreft leervragen in relatie tot basisvaardigheden.

Het verbeteren van basisvaardigheden begint bij zicht krijgen op het probleem. Maar dat is niet altijd makkelijk: laaggeletterde volwassenen vinden vaak niet zelfstandig de weg naar een cursus. Soms omdat ze zelf weinig problemen in het dagelijks leven ervaren, soms speelt schaamte een rol. Dat geldt vaker voor mensen met Nederlands als moedertaal. Ook kan een negatieve schoolervaring een drempel vormen om (weer) terug naar school te gaan.

Werken aan basisvaardigheden hoeft niet altijd te beginnen met een cursus taal, rekenen of digitale vaardigheden. Een fotografie- of kookcursus waar basisvaardigheden in verwerkt zijn, kan ook een kansrijk startpunt vormen. Deze aanpak staat centraal binnen [de methode KLASSE!](#). Deelnemers die zich voor zo'n cursus (ook wel: toeleidingscursus) inschrijven doen mee vanuit intrinsieke motivatie om iets nieuws te leren. Daarbij staan praktische onderwerpen centraal (zoals veilig online daten, leren internetbankieren of koken binnen je budget) maar is er ook aandacht voor basisvaardigheden (taal, rekenen, digitale vaardigheden). De cursus vormt het startpunt van een gesprek over verdere leerwensen en leerbehoeften en probeert het plezier in leren weer aan te wakkeren met als doel om de drempel naar (leer)aanbod in basisvaardigheden te verlagen. KLASSE! richt zich specifiek op de werving en het bereiken van laaggeletterde Nederlandssprekenden (NT1). Want deze doelgroep wordt voornamelijk onvoldoende bereikt met aanbod gericht op het versterken van basisvaardigheden.

In dit praktijkgerichte onderzoek verkennen we hoe de inzet van de methode KLASSE! in de werving met behulp van toeleidingscursussen kan worden geoptimaliseerd. Het gaat dan om vragen als: *hoe worden laaggeletterde volwassenen bereikt* en *hoe ga je het gesprek aan over leerwensen en vervolgstappen?* We maken daarvoor gebruik van de ervaringen van cursusbegeleiders en coördinatoren die cursussen met behulp van de methode KLASSE! ontwikkelen en uitvoeren.

Dit onderzoek is onderdeel van het project WERVEN MET KLASSE! dat wordt uitgevoerd door ITTA, CINOP, Zet een Punt., gemeente Meijerijstad, Rozet Bibliotheek Arnhem, FlevoMeer Bibliotheek, ONS Welzijn en Welzijn de Meierij, Bibliocenter Weert en

¹ Buisman, Allen, Fouarge, Houtkoop & van der Velden (2013). *PIAAC: Kernvaardigheden voor werk en leven*. Den Bosch: Ecbo

Bibliotheek Rotterdam. Binnen dat project experimenteren zes organisaties in zestien proeftuinen met de inzet van KLASSE! om NT1'ers gericht te werven en te bereiken. Het project en het onderzoek zijn uitgevoerd in het kader van de [Experimentenregeling Tel Mee Met Taal](#). Kohnstamm Instituut voert in het kader van dit project praktijkgericht onderzoek uit om in kaart te brengen hoe werken met KLASSE! in de praktijk wordt ingezet.

1 Beschrijving van de onderzoeksopzet en respons

Het is belangrijk dat de onderzoeksopzet aansluit bij het stadium waarin een project zich bevindt. Als het onderzoek deel uitmaakt van de ontwikkeling en invoering van een nieuwe aanpak of interventie, is eerst verkennend onderzoek en praktijkervaring nodig om in beeld te krijgen hoe een aanpak werkt en waarom (Van Yperen en Bijl, 2009²). Pas daarna kan in vervolgonderzoek de mogelijke effectiviteit van de aanpak worden vastgesteld, bijvoorbeeld met behulp van interventie- en controlegroepen (SCP, 2014³). In dit ontwikkelproject - waarbinnen nieuwe aanpakken worden gepilot en bijgesteld - zetten we daarom (les)logboeken in om -onder cursusbegeleiders- de bruikbaarheid en toepasbaarheid van de methode KLASSE! in de praktijk te beschrijven. Dat levert concrete informatie op over de bruikbaarheid van de aanpak van KLASSE! in de dagelijkse (cursus)praktijk. Daarnaast vullen cursuscoördinatoren een vragenlijst in, waarmee we de wervingsaanpak in beeld brengen.

Onderzoeksvragen

In dit onderzoek staan twee onderzoeksvragen centraal. De eerste focust op de wervingsstrategie: *Hoe wordt de methode KLASSE! ingezet om gericht NT1-doelgroepen te werven voor deelname aan cursusaanbod?*

Subvragen die daarbij horen zijn:

- *Op welke wijze worden de KLASSE!-profielen ingezet tijdens de werving?*
- *Welke vindplaatsen worden ingezet tijdens de werving?*

De tweede onderzoeksvraag focust op de cursusopzet en de verbinding met basisvaardigheden:

Hoe wordt de KLASSE!-methodiek tijdens de cursussen ingezet om NT1'ers gericht te kunnen ondersteunen in hun leerbehoefte?

Subvragen die daarbij horen zijn:

- *Op welke wijze worden leerwensen van deelnemers in beeld gebracht?*
- *Hoe worden basisvaardigheden in de cursusopzet verwerkt?*
- *Leidt cursusdeelname tot doorverwijzing naar vervolg(leer)aanbod?*

² Yperen, T. van en B. Bijl (2009). Onderwijs op de ladder: maatwerk in het onderzoek naar effectiviteit. In: ministerie van ocv (red.), *Bewezen beleid in het onderwijs*. (p. 84-99). Den Haag: ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

³ SCP (2014). *Op zoek naar bewijs II. Evaluatieontwerpen onderwijs- en cultuurmaatregelen*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

- *Hoe ziet het gesprek over leerwensen eruit?*

Opzet en methoden

Aan dit onderzoek nemen zes organisaties (bibliotheken en welzijnsorganisaties) deel. Zij ontwikkelden in totaal zestien cursussen (proeftuinen) met behulp van de methode KLASSE!.

Met behulp van logboeken brengen we in kaart op welke wijze de verschillende onderdelen van de methode KLASSE! en materialen in de cursussen worden ingezet. De deelnemende cursusbegeleiders vullen twee keer (bij een korte cursus) of drie keer (bij een langere cursus) een leslogboek in. Er is gekozen voor herhaalde invulmomenten om rijkere data te verzamelen en omdat eenmalige afname minder betrouwbaar is. De vragen in de logboeken richten zich op:

- *De inhoud en opzet van de cursus*
- *De wijze waarop functionele opdrachten (taal- en rekenopdrachten of digitale vaardigheden) tijdens de bijeenkomsten worden ingezet*
- *Zicht op ontwikkeling en leerwensen van deelnemers en de wijze waarop cursusbegeleiders daarover het gesprek aangaan*
- *Doorverwijzingen naar vervolg(leer)aanbod*

Met behulp van *vragenlijsten* onder coördinatoren focussen we op de werving van cursusdeelnemers en samenwerking met andere organisaties. Vragen richten zich op:

- De gekozen wervingsstrategie
- De inzet van gerichte pr om doelgroepen te bereiken
- De inzet van de methode KLASSE! tijdens de werving
- De samenwerking met vindplaatsen om cursusdeelnemers te bereiken
- Bereik van deelnemers
- Doorverwijzingen naar vervolg(leer)aanbod

Wijze van afname

Om de tijdsinzet van respondenten te beperken, gebruiken we een online tool waarmee respondenten eenvoudig via een smartphone gegevens in het leslogboek kunnen invullen. Door een beperkte set van vragen en een gebruiksvriendelijke interface kan het invullen van de vragen in korte tijd (circa 5-10 minuten).

Analyse

De logboeken en vragenlijsten bevatten open en gesloten vragen. Omdat het een kleinschalig opgezet onderzoek betreft gebruiken we beschrijvende statistieken om de gesloten antwoorden te beschrijven. De open antwoorden in de leslogboeken zijn handmatig gecodeerd, waarbij is gekeken naar terugkerende patronen in de antwoorden.

Respons

In totaal hebben dertien cursusbegeleiders 29 leslogboeken ingevuld. Sommige cursusbegeleiders vulden logboeken in voor meer dan één cursus, en niet alle dertien deelnemende cursusbegeleiders hebben drie leslogboeken (voor elk afzonderlijke cursus) ingevuld. Vier cursusbegeleiders (van een langere cursus) vulden alle leslogboeken in en acht (van een kortere cursus) vulden twee leslogboeken in. Eén cursusbegeleider heeft slechts één leslogboek ingevuld. Daarnaast hebben in totaal tien coördinatoren dertien vragenlijsten ingevuld: drie respondenten coördineerden meerdere cursussen.

Respons leslogboeken

	Aantal keer ingevuld
Leslogboek 1	11
Leslogboek 2	5
Leslogboek 3	13
Totaal	29

2 Resultaten

We beschrijven de Aanpak van KLASSE! op twee hoofdlijnen:

- 1) Focus op de pr- en wervingsstrategie: in kaart brengen van de aanpak om laaggeletterde volwassenen die passen bij de verschillende KLASSE!-profielen te bereiken.
- 2) Focus op de cursusopzet, de verbinding met basisvaardigheden en zicht op de leerwensen van cursisten.

2.1 Wervingsaanpak

De inzet van profielen

Om laaggeletterde volwassenen te kunnen bereiken moet aangesloten worden bij persoonlijke wensen en behoeften met betrekking tot leren. Dat is het uitgangspunt van KLASSE!. Daarom wordt gebruikgemaakt van vier *profielen*: Fatima, Wesley, Gerard en Elly. Deze profielen vertegenwoordigen verschillende groepen in Nederland waarbinnen laaggeletterdheid relatief vaak voorkomt.

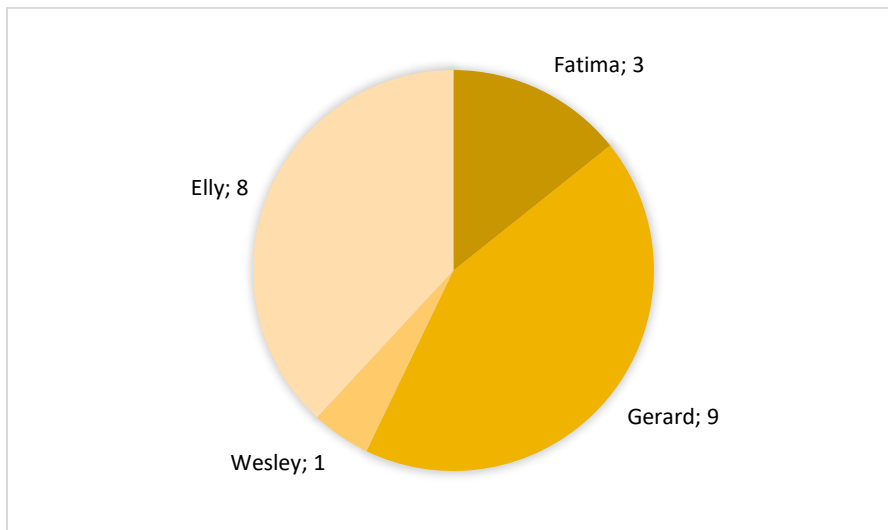
In de aanpak van KLASSE! vormt een specifiek profiel steeds het uitgangspunt om het cursusaanbod en de werving en pr vorm te geven. Elk profiel heeft eigen achtergrondkenmerken (zoals leeftijd of gezinssituatie) en leerwensen (zoals een baan willen vinden of de kleinkinderen leren voorlezen). Ook heeft elk profiel specifieke wervingskanalen en vindplaatsen die belangrijk zijn voor de werving (zoals een kringloopwinkel, een sportclub of het UWV).

Het cursusaanbod binnen de aanpak van KLASSE! is laagdrempelig en breed toegankelijk: iedereen kan deelnemen en niet elke cursusdeelnemer is laaggeletterd. Binnen de cursus wordt aandacht besteed aan basisvaardigheden door activiteiten te vervlechten die bedoeld zijn om het niveau van taal- reken of digitale vaardigheden zichtbaar te maken en hierover het gesprek aan te gaan⁴.

In de cursussen die deelnamen aan dit onderzoek vormen de KLASSE!-profielen het startpunt voor zowel de wervingsaanpak als de cursusopzet. Daarom is allereerst in kaart gebracht op welke profielen de cursussen zich richten.

⁴ Voor meer informatie zie: <https://www.ikwildatleren.nl/ik-wil-meer-weten-over-KLASSE!/>.

Figuur 1 Welk profiel stond centraal tijdens het ontwerpen van de cursus?*



*Aantal keren genoemd, meerdere antwoorden mogelijk

Cursusonderwerpen

Tabel 1 geeft een overzicht van de onderwerpen die in cursussen centraal stonden, plus het bijbehorende profiel. De focus lag steeds op onderwerpen die relevant zijn voor het dagelijks leven van volwassenen: werk & financiën (budgetteren, solliciteren via internet), vrije tijd & gezondheid (omgaan met de naaimachine, autotheorie, kookles) en de digitale wereld (omgaan met je smartphone, verkopen via Marktplaats of fotograferen met behulp van een smartphone). Vaak zit er overlap tussen thema's: zowel financiën als omgaan met de digitale wereld komt bijvoorbeeld aan bod in de cursus Internetbankieren.

Tabel 1 Cursusonderwerpen

Thema: Werk en financiën	Thema: Vrije tijd en gezondheid	Thema: Digitale wereld
<i>Profielen:</i> Gerard + Fatima	<i>Profielen:</i> Gerard, Elly, Wesley en Fatima	<i>Profielen:</i> Gerard, Elly en Fatima
Maak werk van je toekomst!	Tijd voor jouw gezondheid	Omgaan met je smartphone
Geldzaken? Hoe doe je dat?	Maak zelf je eigen kleren	(Ver)kopen via Marktplaats
Internetbankieren (workshop)	Verbeter je handschrift	Fotograferen met je smartphone
Voor hetzelfde geld	Ik wil mijn autorijbewijs kunnen halen	Veilig data via internet
Besparen via internet	Koken binnen je budget	
Budgetteren kun je leren		
Solliciteren via internet		

Alle cursussen zijn ontworpen met een of meerdere profielen als uitgangspunt. Daarbinnen vormen Gerard (acht keer genoemd) en Elly (negen keer genoemd) de belangrijkste doelgroep (figuur 1). De cursussen voor Gerard en Elly focussen vaker op digitale vaardigheden (zoals smartphonegebruik) en vrije tijd. Er waren verschillende redenen om hiervoor te kiezen: omdat de organisaties die de cursussen aanbieden meer NT1'ers wilden bereiken, of omdat het profiel goed aansloot bij de lokale samenstelling van de buurt. Soms vormt een lokaal behoeftenonderzoek de aanleiding: bijvoorbeeld een onderzoek van een gemeente waaruit blijkt dat ouderen interesse hebben in een cursus digitale vaardigheden.

Eén cursus (Autotheorie) focust specifiek op een jongere doelgroep (profiel Wesley). Drie cursussen richten zich op het profiel van Fatima. De focus ligt dan op gezondheid en geldzaken, omdat verwacht wordt dat dit belangrijke onderwerpen zijn voor deze doelgroep.

Worden de profielen bereikt?

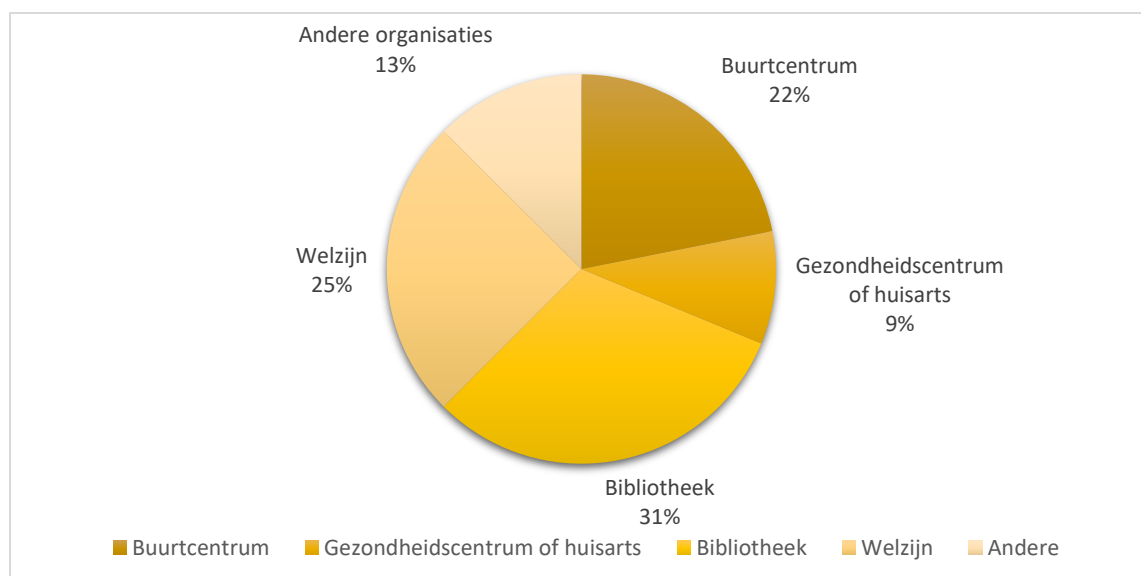
Het lukt meestal om de met de profielen beoogde cursusdoelgroep aan te spreken: voor ongeveer de helft van de cursussen geldt dat het beoogde profiel bereikt is. Dat gold bijvoorbeeld voor de cursus (Ver)kopen via Marktplaats (gericht op Fatima, Gerard en Elly), Veilig daten via internet (gericht op Gerard en Elly) en Internetbankieren (gericht op Gerard). In een kwart van de gevallen is dit gedeeltelijk gelukt; soms sprak de inhoud van de cursus naast het beoogde profiel bijvoorbeeld een bredere doelgroep aan (zoals een cursus autotheorie). In twee cursussen is het niet gelukt om het beoogde profiel te bereiken. Bijvoorbeeld omdat het onderwerp van een cursus (zoals fotografie) vooral een wat hoger opgeleide doelgroep aansprak, of vanwege praktische belemmeringen (zoals de reistijd naar een cursuslocatie net buiten een dorp).

Hoe worden de profielen bereikt?

Vindplaatsen

In de aanpak van KLASSE! spelen vindplaatsen een belangrijke rol: organisaties in de omgeving van laaggeletterde volwassenen die bij kunnen dragen aan de werving. Cursuscoördinatoren hebben samengewerkt met een divers palet van vindplaatsen, blijkt uit figuur 2. In meer dan de helft van de gevallen wordt samengewerkt met bibliotheken en welzijnsorganisaties. De categorie 'andere organisaties' omvat onder andere Humanitas, gemeenten, werkvoorzieningen, sportscholen, Vluchtelingenwerk, de voedselbank, supermarkten, kringloopwinkels, snackbars, stoffenwinkels en banken. Zeven van de twaalf cursuscoördinatoren geeft aan dat samenwerking met de vindplaatsen ook daadwerkelijk tot extra aanmeldingen van cursusdeelnemers heeft geleid. Een kwart geeft aan dat de samenwerking met vindplaatsen weinig heeft opgeleverd. Bijvoorbeeld omdat de samenwerkingspartners er in de praktijk niet aan toe komen om mensen door te verwijzen naar een cursusaanbod.

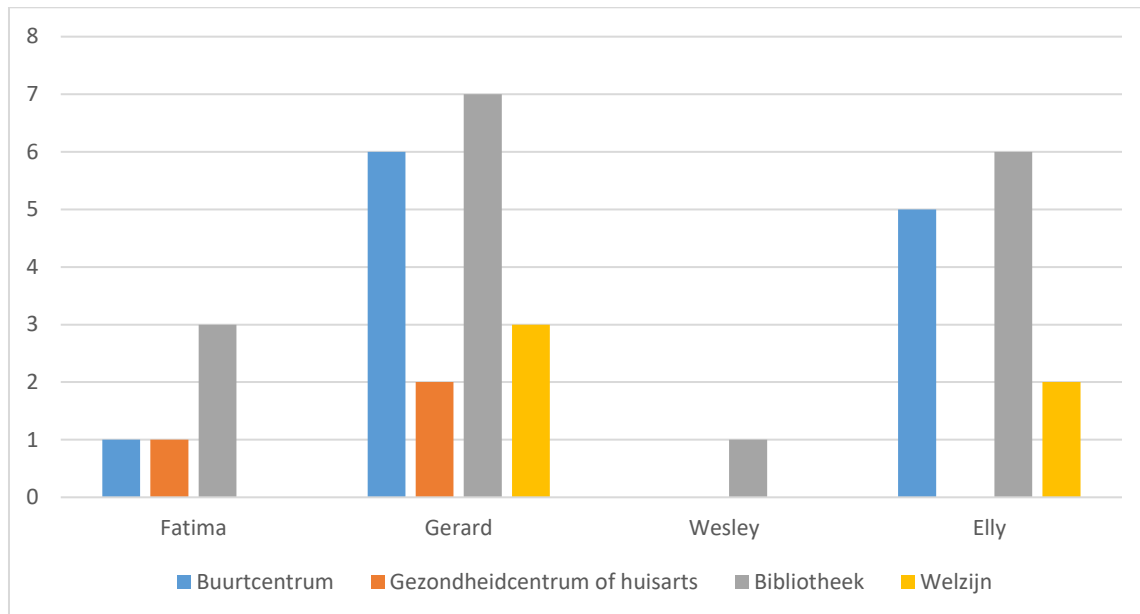
Figuur 2 Met welke vindplaatsen heeft u samengewerkt?



*meerdere antwoorden mogelijk

De bibliotheek is ten behoeve van de werving van alle KLASSE!-profielen ingezet, blijkt uit figuur 3. Voor de profielen van Elly, Gerard en Fatima is de samenwerking met buurtcentra gezocht. Fatima en Gerard zijn daarnaast ook geworven met behulp van gezondheidscentra en huisartsen. Welzijnsorganisaties zijn ingezet voor de werving van de profielen Elly en Gerard.

Figuur 3 De inzet van vindplaatsen naar KLASSE!-profielen



*aantal keer genoemd, meerdere antwoorden mogelijk

Cursuscoördinatoren organiseren wervingsacties langs twee lijnen:

1. Indirecte (brede) werving: het verspreiden van het wervingsmateriaal (zoals flyers) in de bibliotheek, een bericht posten op sociale media of een persbericht.
2. Directe (gerichte) werving: netwerkpartners/vindplaatsen aanmoedigen om hun eigen cliënten door te sturen naar de organisatie waar de cursus zal plaatsvinden en potentiële cursisten uit het eigen netwerk benaderen.

De keuze voor de wervingsaanpak is in de helft van de gevallen gericht op één specifiek profiel. Een kwart van de coördinatoren geeft aan juist breed te werven, gericht op het bereiken van zoveel mogelijk mensen. En een kwart van de coördinatoren geeft tot slot aan dat ze kiezen voor bekende/vertrouwde benadertechnieken inzetten waar ze binnen de eigen organisatie ervaring mee hebben.

Voorbeelden van wervingsaanpakken in de praktijk

Een voorbeeld van werving gericht op een specifiek profiel wordt gegeven door de coördinator van de cursus **Autotheorie** (gericht op Wesley): *Een melding in lokale krant en op sociale media werkt goed voor deze doelgroep. [Daarnaast] actief flyeren en promoten, samen met Welzijn (in het wijkwerk) en via sportscholen. De sportschool is een belangrijke vindplaats voor deze groep.*

Soms wordt een mix van direct en indirect werven ingezet, bijvoorbeeld voor de cursus **(Ver)kopen op Marktplaats** (gericht op Fatima, Gerard en Elly): *We hebben 1) Een advertentie in de wijkkrant geplaatst. 2) Het buurthuis ingeschakeld om te proberen te werven onder de bezoekers. 3) Geflyerd bij de bibliotheek en op de activiteitenkalender van de bibliotheek geplaatst. 4) Tijdens de inloopspreekuren bij de deelnemers aangegeven dat er ook een cursus gevolgd kan worden.*

Voor de cursus **Veilig internetbankieren** is online geworven: *[Een] persbericht is heel breed uitgezet, sociale media, direct mailing naar netwerkpartners. Het doel was om zoveel mogelijk mensen te bereiken.*

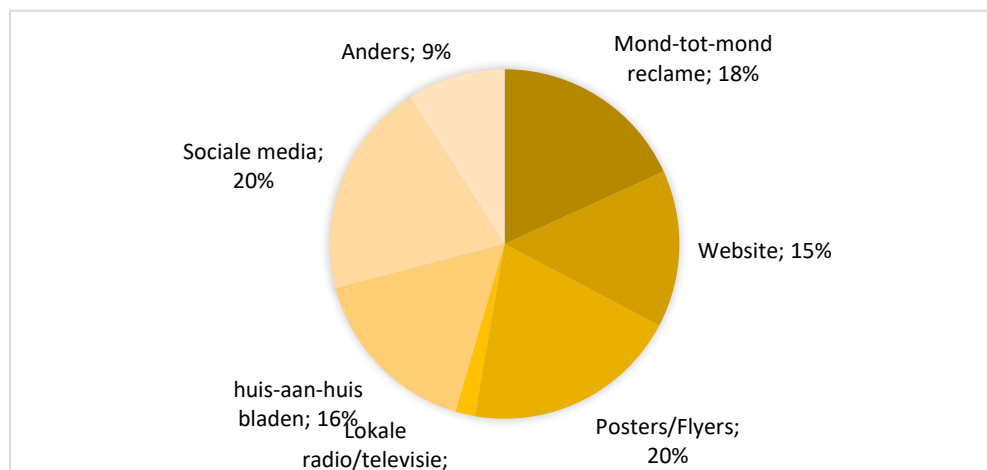
Voor de cursus **Verbeter je handschrift** is ingezet op bekende benadertechnieken: *een persbericht, een bericht op een website en op sociale media [...]* In dit geval hadden we de ervaring: *we hebben de training eerder aangeboden, en [verwachtten dat] we via deze weg deelnemers zouden vinden.*

De coördinator van de cursus **Tijd voor je eigen gezondheid** heeft vooral ingezet op persoonlijke benadering: *[We] hebben de training vooral op veel plekken bekendheid willen geven: vluchtelingenwerk, WMO, andere zorgpartijen, lokale krant, social media en gemeentehuis. Daarnaast hebben we collega's gemotiveerd om cliënten (van de beoogde doelgroep) door te sturen en hebben we tevens cliënten (van de beoogde doelgroep) uit ons eigen netwerk benaderd.*

Wervingskanalen

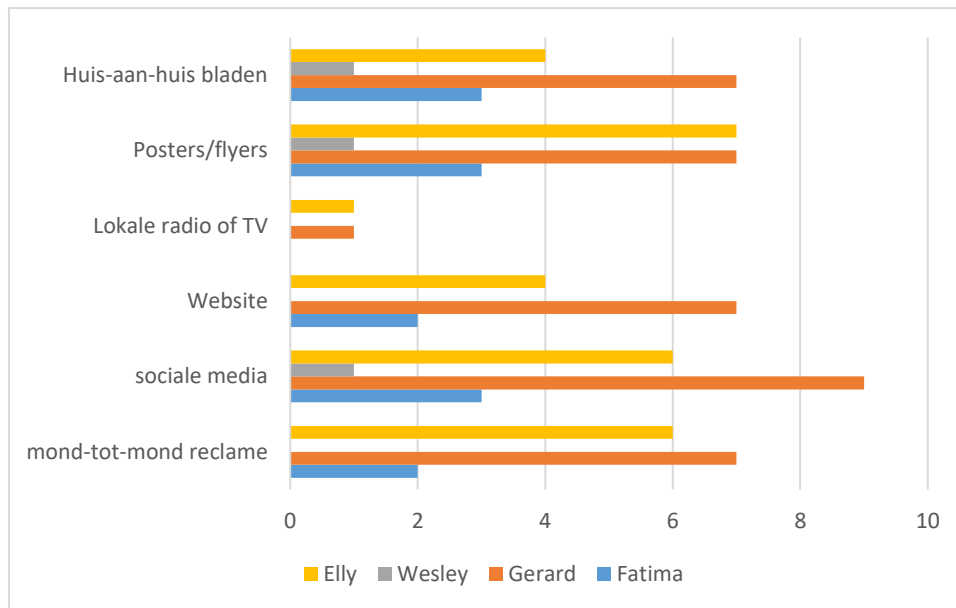
Voor de wervingsacties worden verschillende kanalen ingezet, blijkt uit figuur 4. Posters, flyers en sociale media worden relatief vaak gebruikt. Eén op de vijf cursussen maakt gebruik van mond-tot-mondreclame. Overige wervingskanalen die werden genoemd zijn een eigen nieuwsbrief, maatschappelijk werk en werkvoorzieningsschap, het sociaal Wijkteam, de kringloopwinkel en de supermarkt.

Figuur 4 Gebruik wervingskanalen, in %



In figuur 5 zijn de wervingskanalen die werden gebruikt, uitgesplitst naar de beoogde cursusprofielen. Er wordt vaak ingezet op een brede mix van wervingskanalen: huis-aan-huisbladen, posters/flyers en sociale media worden voor alle profielen ingezet.

Figuur 5 De inzet van wervingskanalen per profiel*



*aantal keer genoemd, meerdere antwoorden mogelijk

In de pr-materialen wordt vaak gebruikgemaakt van korte tekstberichten en begrijpelijke taal. Cursuscoördinatoren maken daarbij regelmatig gebruik van het wervingsmateriaal uit de KLASSE!-profielen (zoals beeldmateriaal).

Voorbeelden van de inzet van pr-materiaal

Cursus **Tijd voor jouw gezondheid**, gericht op het profiel Fatima: *Het wervingsmateriaal oogt vrouwelijk en vrolijk qua kleur. De tekst is kort, overzichtelijk en in eenvoudig taalgebruik. Ook oogt de flyer laagdrempelig en informeel.*

Cursus **Autotheorie**, gericht op het profiel Wesley: *[we gebruiken] een A5 flyer en een A4 poster in een opvallende kleur met Wesley als foto. En een persbericht voor de krant.*

De oproep die online gedeeld is voor de cursus **Veilig internetbankieren**: *Veilig Internetbankieren, hoe doe je dat? Zelf uw bankzaken veilig en eenvoudig online regelen? Heeft u hier hulp bij nodig? We organiseren een gratis informatiemiddag over Veilig Internetbankieren. [We] laten u zien hoe u kunt inloggen, uw financiën kunt inzien en hoe u betalingen doet. Uiteraard is er ook ruimte voor het stellen van vragen.*

We hebben coördinatoren daarnaast gevraagd welke wervingskanalen succesvol waren. De helft van de coördinatoren geeft aan dat vooral een persoonlijke benadering succesvol bleek: mond-tot-mondreclame, inzet van het eigen netwerk gericht werven via vindplaatsen. Vier op de tien geven aan dat de brede, indirecte benadering goed werkte om cursisten te trekken (sociale media, huis-aan-huisbladen, flyers). Een coördinator merkt daarbij op dat dit niet heeft geleid tot het bereiken van laaggeletterde volwassenen: *Een persbericht in de krant levert altijd deelnemers op. De vraag is alleen of dit ook laaggeletterde deelnemers zijn natuurlijk. In deze training was dit helaas niet aan de orde.*

Tips en aandachtspunten

Coördinatoren noemen verschillende tips en aandachtspunten in relatie tot de werving:

1. Werven gaat soms moeizaam via samenwerkingspartners (zoals gemeenten of maatschappelijke organisaties) omdat de samenwerkingspartners er in de praktijk niet aan toe komen om mensen te verwijzen naar een cursusaanbod. Tip hierbij is om je niet helemaal afhankelijk te maken van samenwerkingspartners en mensen zelf actief te benaderen: *Vooraf door mensen zelf uit te nodigen of door een locatie voor de training te kiezen waar sowieso al veel mensen komen, hebben wij deelnemers gevonden.*
2. Als het gaat om de werving bleek het vinden van de juiste plek (vindplaats) voor de promotieactiviteiten volgens één respondent driekwart van het werk. Het kost veel tijd en inspanning en in sommige gevallen levert dit weinig deelnemers op. De verhouding tussen de tijdsinvestering en de opbrengsten is een belangrijk discussiepunt.
3. Cursuscoördinatoren hebben behoefte aan aansprekend beeldmateriaal en vragen of de beeldbank op de KLASSE!-website wat uitgebreid kan worden. En zij hebben behoefte aan praktijkvoorbeelden/succesvolle cases om op weg geholpen te worden bij het effectief bereiken van de profielen.

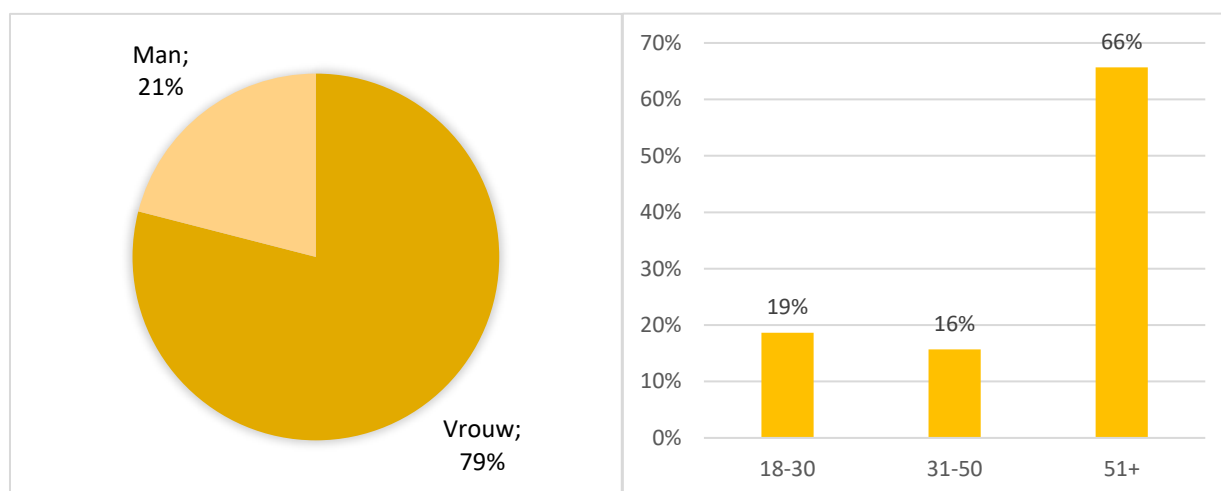
2.2 Cursusopzet

De werving is de eerste stap van de aanpak van KLASSE!. In deze paragraaf focussen we op het vervolg: de cursusopzet, de verbinding met basisvaardigheden en zicht op de leerwensen van cursisten.

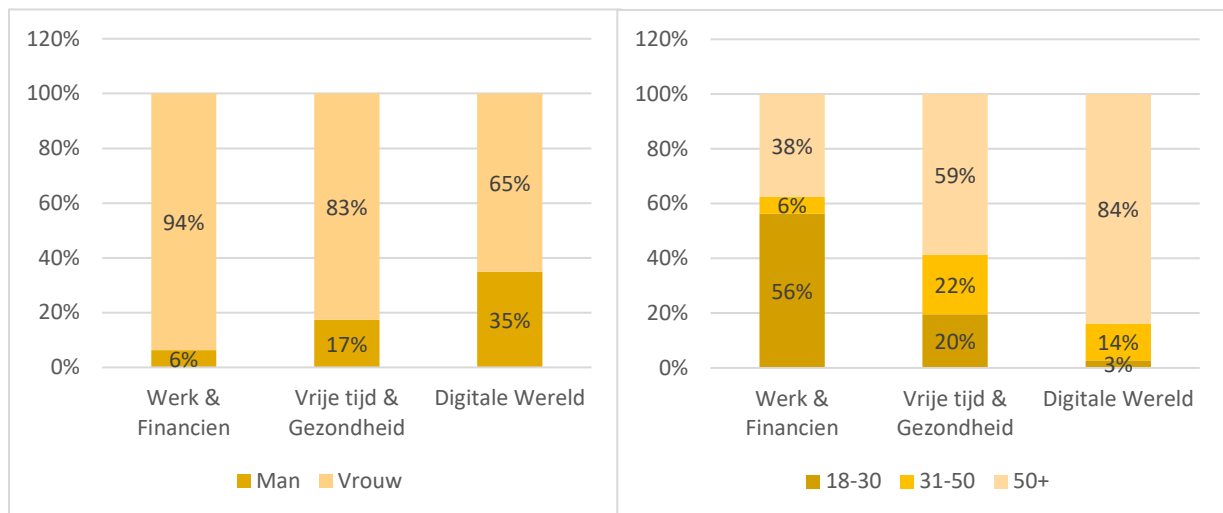
Hoe ziet de deelnemersgroep eruit?

In totaal hebben 103 cursisten deelgenomen aan de onderzochte (toeleidings)cursussen: gemiddeld zes à zeven cursisten per bijeenkomst. Ruim de helft van de cursusdeelnemers is 50+ en twee-derde is vrouw. Vrouwen zijn het sterkst vertegenwoordigd in de cursussen die focussen op werk & financiën en vrije tijd & gezondheid. Mannen namen vooral deel aan cursussen die focussen op de digitale wereld (figuur 7). De cursussen die focussen op de digitale wereld trekken met name 50+ ers, cursussen gericht op Werk & financiën worden vaker door 50-minners gevolgd. Binnen het thema gezondheid & vrije tijd zijn alle leeftijdsgroepen vertegenwoordigd (figuur 7).

Figuur 6 Verdeling naar geslacht en leeftijd



Figuur 7 Verdeling naar geslacht en leeftijd binnen de cursusthema's



Sfeer en motivatie tijdens de cursus

Een deel van de volwassenen met lage basisvaardigheden ervaart drempels om deel te nemen aan scholing: het gaat dan bijvoorbeeld om weerstand als gevolg van eerdere negatieve leerervaringen, of weinig vertrouwen in de eigen leermogelijkheden (Buisman, 2017⁵). Voor volwassenen met lage basisvaardigheden is een veilig leerklimaat daarom een belangrijke voorwaarde om te kunnen leren en het gesprek aan te gaan over leerwensen: cursusdeelnemers moeten zich op hun gemak voelen tijdens de cursus. We hebben cursusbegeleiders daarom gevraagd naar de beleving van de sfeer tijdens de bijeenkomsten en de motivatie van deelnemers. Uit de antwoorden blijkt dat tijdens alle bijeenkomsten, de sfeer als (zeer) prettig wordt ervaren. Voor vrijwel alle bijeenkomsten geldt dat de cursisten gemotiveerd waren om aan de cursus deel te nemen.

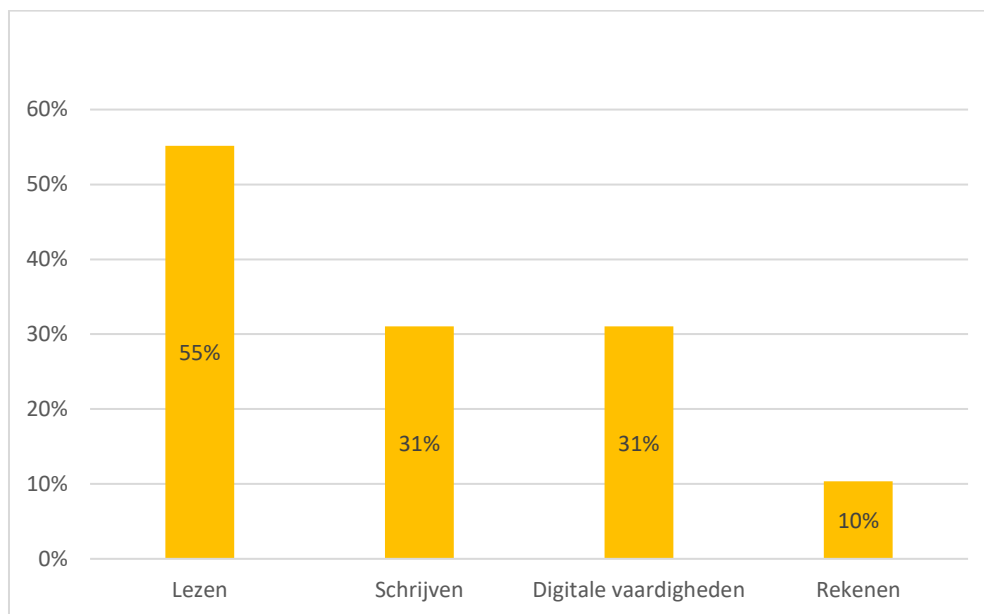
Inzet van basisvaardigheden tijdens de cursus

De cursussen helpen volwassenen om te oefenen met situaties die in het dagelijks leven voorkomen: internetbankieren, koken met een klein budget of een advertentie op Marktplaats zetten. Zo wordt allereerst geprobeerd om het plezier in leren (weer) aan te wakkeren en een lerende houding te activeren. De cursussen zijn daarnaast ook ontworpen als een opstap naar een vervolgcursus om verder te werken aan basisvaardigheden, voor volwassenen die daar behoefte aan hebben. Daarom zijn basisvaardigheden (taal, rekenen, digitale vaardigheden) verwerkt in de cursusopdrachten. We hebben cursusbegeleiders gevraagd hoe vaak en op welke wijze deze basisvaardigheden aan bod zijn gekomen. Het gaat dan steeds om *functioneel* gebruik: het toepassen van deze vaardigheden om concrete doelen te bereiken.

In ongeveer driekwart van alle onderzochte cursusbijeenkomsten is gebruik gemaakt van functionele opdrachten. Lezen wordt het vaakst genoemd (55%) gevolgd door schrijven en digitale vaardigheden (beide 31%). Volgens de cursusbegeleiders komt in 10% van de bijeenkomsten rekenvaardigheden aan bod (Figuur 8). Figuur 9 geeft de onderverdeling van functionele opdrachten per cursusthema weer.

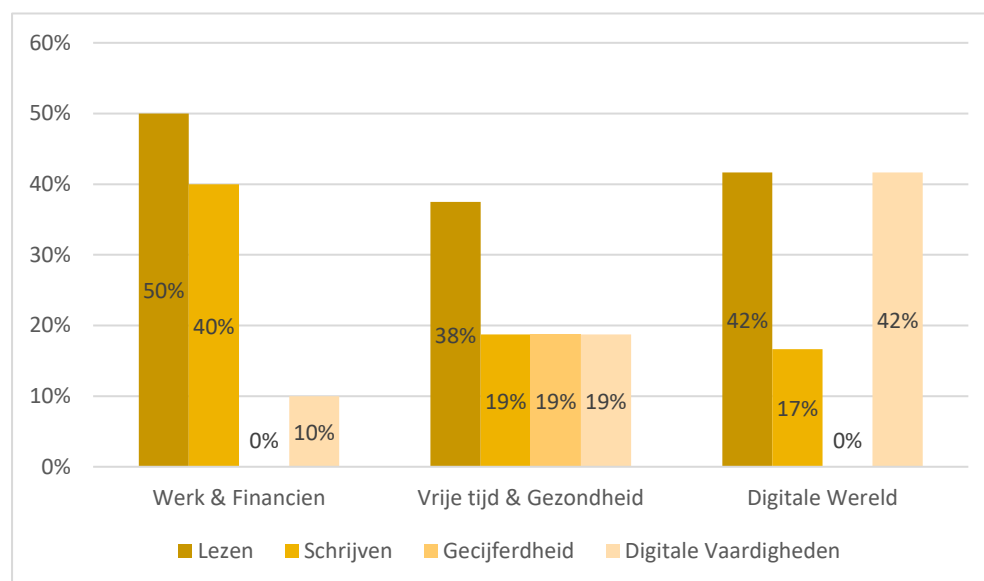
⁵ Buisman (2017) *Negatieve leerervaringen van volwassenen met lage basisvaardigheden. Literatuurstudie*. Amsterdam: Kohnstamm Instituut.

Figuur 8 Percentage gebruik functionele opdrachten tijdens bijeenkomsten*



*meerdere antwoorden mogelijk

Figuur 9 De inzet van functionele opdrachten naar cursusthema's*



*meerdere antwoorden mogelijk

Hoe worden functionele opdrachten tijdens de cursus ingezet?

Basisvaardigheden worden op uiteenlopende manieren in de cursussen verweven. Voorbeelden van functionele opdrachten gericht op lezen en schrijven zijn het invullen van formulieren, begrijpen van een tekst over een fotobewerkingsprogramma en het beoordelen van online advertenties. Ook opdrachten gericht op digitale vaardigheden zijn concreet, bijvoorbeeld een locatie en foto's sturen via WhatsApp of het toevoegen van personen aan een contactenlijst op een smartphone. In drie cursusbijeenkomsten is geoefend met

rekenvaardigheden, bijvoorbeeld met omrekenen van inkoopbonnen of het bijhouden van een kasboek.

Ook combinaties van functionele opdrachten kwamen voor: vooral lezen, schrijven en digitale vaardigheden werden vaak in combinatie met elkaar gebruikt. Voorbeelden zijn een advertentietekst opstellen en uploaden op Marktplaats of een theorie-examen oefenen op een iPad. Rekenen werd soms samen geoefend met lezen en schrijven of digitale vaardigheden. Bijvoorbeeld het berekenen van de kosten van een maaltijd (cursus koken binnen je budget), het recept lezen en meten en wegen van de producten met behulp van een maatbeker of weegschaal.

Voorbeelden van functionele opdrachten

Cursusbegeleider **Maak werk van je toekomst** over het oefenen van digitale vaardigheden in het kader van een beroepskeuzetest: *Deelnemers maken online een account aan en voeren een onboarding-programma uit. Hieruit stroomden 5-tal talenten en de ideale werkomgeving uit.*

Cursusbegeleider **Koken binnen je budget**: *De deelnemers moesten inkoopbonnen omrekenen, kosten van een maaltijd per persoon berekenen, recepten lezen en meten en wegen van producten in de keuken (met behulp van een weegschaal of maatbeker).*

De cursusbegeleider van de cursus **Autotheorie**: *We oefenen theorie-examens op de iPads. Hiervoor moeten de deelnemers lezen, soms berekeningen maken en komen hun digitale vaardigheden aan bod: we hebben veel digitaal geoefend met oefenexamens. Er zijn ook enkele opdrachten waarin bijvoorbeeld een remafstand gemeten moet worden.*

Cursusbegeleider **(ver)kopen via Marktplaats**: *Het beoordelen van verkoopadvertenties. Tekstueel en contextueel: wat is goed en wat is minder goed in de advertentie.*

Cursusbegeleider **Omgaan met je smartphone**: *Iemand bellen en terugbellen, naam toevoegen aan contacten. elkaar whatsapp berichten sturen met foto's.*

Het observeren van basisvaardigheden

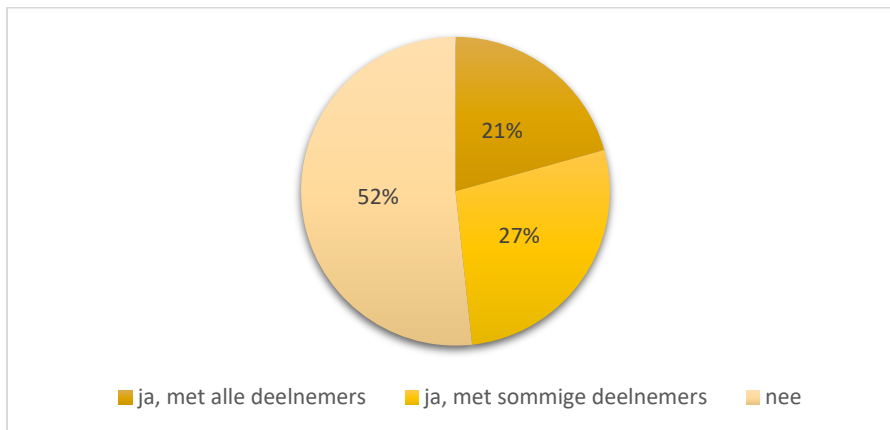
Voor een goede doorverwijzing naar vervolgleeraanbod is het cruciaal dat cursusbegeleiders zicht hebben op de basisvaardigheden van cursisten. Daarom is aan cursusbegeleiders gevraagd hoe vaak en op welke wijze zij de inzet van basisvaardigheden (taal, rekenen, digitale vaardigheden) van deelnemers hebben geobserveerd tijdens de functionele opdrachten. Observeren gebeurt in ongeveer twee derde van alle cursusbijeenkomsten, op drie manieren:

1. **Tempo**: observeren of een cursist moeite heeft met (het uitvoeren van) een opdracht of dat deze te snel voor hen gaat. Tijdens de cursus **Fotograferen met je smartphone** heeft de cursusbegeleider bijvoorbeeld geobserveerd of alle deelnemers rond hetzelfde moment klaar waren om de vraag over de tekst te beantwoorden, of dat er deelnemers waren die zichtbaar langer de tijd nodig hadden om een tekst te lezen.
2. **Inbreng**: observeren of de cursist actief participeert tijdens de opdracht. Tijdens de cursus **Veilig online daten** lette de cursusbegeleider bijvoorbeeld tijdens het bespreken van een contactadvertentie op de actieve deelname van de deelnemers.
3. **Meekijken, begeleiden, tips en aanwijzingen geven** tijdens opdrachten: Tijdens de cursus **Verkopen via Marktplaats** zijn er zijn voorwerpen overhandigd om een onlineadvertentie over te maken. Deelnemers werden begeleid in het opzoeken relevante gegevens en het beschrijven van de voorwerpen in de advertentie. In de cursus **Autotheorie** is een vergelijkbare aanpak ingezet: *Rondlopen, observeren, inspelen op vragen die gesteld worden, met name op taalgebied: technisch lezen [ging] over het algemeen goed, begrijpend lezen [was] voor sommigen moeilijk. Tips geven over bijvoorbeeld context en plaatjes.*

Gesprek over leerwensen

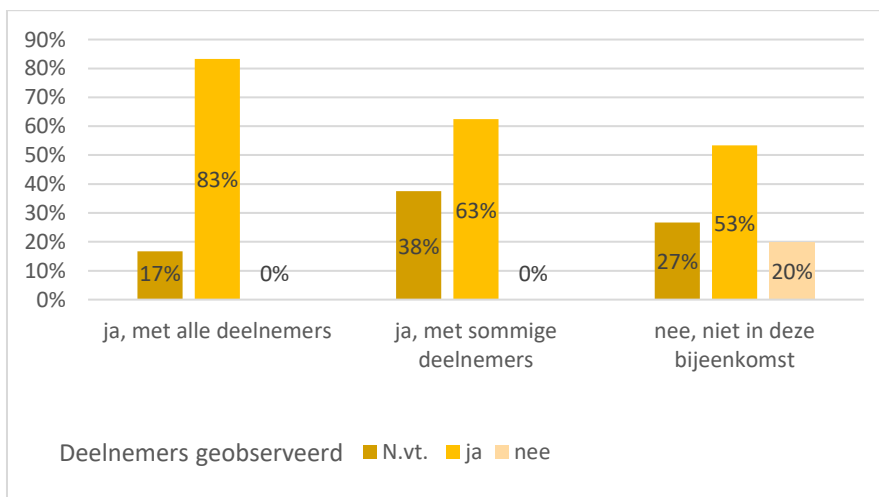
Het observeren van (moeite met) basisvaardigheden vormt een belangrijk startpunt van een gesprek over verdere leerwensen en leerbehoeften. Zo'n gesprek kan cursisten helpen bij de keuze voor een passend vervolg en de drempel verlagen om gebruik te maken van (leer)aanbod gericht op basisvaardigheden. In bijna de helft van de in totaal 29 cursusbijeenkomsten waarvoor een logboek is ingevuld, zijn cursusbegeleiders met cursisten in gesprek te zijn gegaan over leerwensen (figuur 10). Soms met alle deelnemers, soms individueel of met een deel van de cursusgroep.

Figuur 10 Overzicht van gevoerde gesprekken over leerwensen tijdens de cursusbijeenkomsten



Daarbij zien we een positieve samenhang tussen de observaties en gesprekken over leerwensen. Cursusbegeleiders die vaker aangeven functionele basisvaardigheden te observeren tijdens de bijeenkomsten, voeren meer gesprekken over leerwensen met cursisten (Figuur 11). Het gaat dan om de cursussen **Voor hetzelfde geld**, **Omgaan met je smartphone**, **Maak werk van je Toekomst!**, **Koken binnen je Budget** en de cursus **Autotheorie**. De cursusbegeleider van de cursus **Voor hetzelfde geld** geeft bijvoorbeeld aan: *Mijn rol was om te achterhalen waar cursisten de meeste problemen mee hadden en deze in de cursus te bespreken. Wel was ik enigszins sturend. Cursisten hebben de neiging om onderwerpen die zij herkennen te kiezen, terwijl het juist belangrijk is om onbekend terrein te behandelen.*

Figuur 11 % gesprekken over leerwensen, uitgesplitst naar de inzet van observaties



Hoe het gesprek tot stand komt, varieert van begeleider tot begeleider. Globaal zien we drie aanpakken:

1. Het gesprek is geïnitieerd door de cursisten zelf, bijvoorbeeld naar aanleiding van een concrete vraag over vervolgcursussen in de buurt.
2. Het gesprek is geïnitieerd door de cursusbegeleider, bijvoorbeeld tijdens de cursusevaluatie. In de cursus **Autotheorie** werd het gesprek bijvoorbeeld als volgt ingestoken: *Wat vonden jullie van de cursus, zijn er andere onderwerpen waar je meer over zou willen weten? We hebben een zgn. keuzemenukaart gemaakt, waarin men kan aankruisen of zelf een onderwerp kan kiezen waar interesse in is. Men kan ook aangeven of men een (vervolg)gesprek zou willen om hier verder over te praten. Mijn rol daarbij was die van gesprekspartner.*
3. Het gesprek is onderdeel van de cursus, bijvoorbeeld in de cursus **Maak werk van je toekomst**: Als onderdeel van het programma (gericht op het vinden van werk) worden persoonlijke ontwikkeldoelen opgesteld. En in de cursus **Tijd voor jouw gezondheid** is het gesprek over leerwensen (met de focus op verandering in eetgedrag en wat cursisten daarover willen leren) gevoerd naar aanleiding van een eetdagboek dat cursisten gedurende de cursus bijhouden. De cursusbegeleider: *We hebben gesproken over de schijf van vijf en gezondheid en leefstijl. Ik heb vooral geluisterd en daar waar nodig een advies gegeven.*

Het gesprek over leerwensen was niet altijd eenvoudig. Een cursusbegeleider geeft aan: *Wat wij lastig vonden is de gesprekken voeren over individuele leerwensen tijdens de cursus. Je wilt je aandacht verdelen en niet te veel focussen op bepaalde personen. [...]De gesprekken over je bevindingen zijn lastiger in te plannen. Wij hebben dit nu gecombineerd in een eindevaluatie. Dat is wel in groepsverband, dus of iedereen dan het achterste van zijn tong laat zien is de vraag. Daar willen we graag meer handvatten voor.*

Aantal doorverwijzingen naar vervolg(leer)aanbod

Drie van de dertien cursusbegeleiders geven aan dat ze zicht hebben op de vervolgstappen die deelnemers na afloop van de cursus willen zetten. Vijf van hen geven aan hier geen zicht op te hebben en vijf cursusbegeleiders hebben deze vraag niet ingevuld. We vroegen aan de cursusbegeleiders die zicht hebben op de leerwensen, welk percentage binnen de cursusgroep een vervolgcursus gaat doen. Zij geven aan dat het percentage cursusdeelnemers met concrete plannen om verder te gaan met een vervolgcursus (niet gericht op basisvaardigheden) per cursus varieert van 10% tot 50%. Deze cursisten gaan bijvoorbeeld verder met een cursus fotobewerking of een leefstijltraject (gezonde levensstijl/voeding). Ook wordt vrijwilligerswerk genoemd. Het percentage cursisten dat wil doorstromen naar een vervolgcursus die wel gericht is op basisvaardigheden (taal, rekenen of digitale vaardigheden) varieert per cursus tussen de 10% tot 30%. En na afloop van elke cursus stopt een deel van de cursisten en stroomt niet door naar vervolgaanbod. De variatie is groot: na sommige cursussen zet 10% van de deelnemers geen vervolgstap, na andere cursussen geldt dat voor alle deelnemers.

We hebben dezelfde vraag aan de dertien coördinatoren voorgelegd die hebben deelgenomen aan het onderzoek. Vier van hen gaven aan dat de cursisten geen vervolgstap hebben gezet. Waarom, is niet aangegeven. Negen coördinatoren hebben aangegeven dat een deel van de cursisten daadwerkelijk een vervolgstap heeft gezet naar een vervolgcursus. Vanuit zeven cursussen (**Veilig daten via internet**, **(Ver)kopen via Marktplaats**; cursus **Autotheorie**, **Verbeter je handschrift**, **Omgaan met je smartphone** en **Fotograferen met je**

smartphone) gaan deelnemers verder met cursus gericht op basisvaardigheden. Het gaat veelal om cursussen die focusen op digitale vaardigheden. Daarnaast geldt voor twee cursussen dat de vervolgstap van cursisten niet is gericht op basisvaardigheden (maar bijvoorbeeld gericht op gezondheidsvaardigheden).

We hebben ook aan coördinatoren gevraagd wat goed werkt om de vervolgstap te faciliteren. Meestal wordt een drietrapsaanpak genoemd:

1. *Informer*: het merendeel van de cursusbegeleiders licht deelnemers voor over vervolg(leer)aanbod dat aansluit op de cursus.
2. *Het gesprek aangaan*: vaak is het einde van de cursus een goed moment om niet alleen de afgelopen weken te evalueren, maar ook om samen te kijken naar concrete vervolgstappen en daarover met cursisten in gesprek te gaan. De coördinator van de training **Tijd voor je eigen gezondheid** geeft aan: *Aan het einde van de training is samen met deelnemers een evaluatieformulier ingevuld. Daarbij kwam ter sprake dat twee deelnemers graag nog vaker aan dergelijke trainingen mee zouden willen doen. Ik heb hen daarna gebeld om aan te geven wat voor aanbod we nog meer hebben (denk aan een vrouwenochtend waarbij bezoekers informatie krijgen over gezonde leefstijl).*
3. *Warme overdracht*: Degenen die door willen stromen worden begeleid naar een vervolgstap: een warme overdracht naar een vervolgcursus. De coördinator van de cursus **Fotograferen met je smartphone** geeft aan: *Een meneer is direct doorgestroomd naar een computercursus bij de bibliotheek. Hij was erg enthousiast en vond de bieb een fijne plek om nog een cursus te volgen. Het was dus 'warm'.*

Tips en opmerking

Coördinatoren en cursusbegeleiders gaven verschillende tips en aandachtspunten die te maken hebben met het gesprek over leerwensen en vervolgstappen:

1. Cursusbegeleiders benadrukken dat een vertrouwelijke band met deelnemers een belangrijke voorwaarde is om het gesprek over een vervolgstap aan te kunnen gaan.
2. Het vergt ervaring om goed om te kunnen gaan met niveauverschillen binnen de cursus: ook niet-laaggeletterden kunnen zich inschrijven als het onderwerp voor hen interessant is. Omdat deelnemers binnen een groep verschillende niveaus van basisvaardigheden hebben, kunnen er spanningen ontstaan omdat het voor sommigen te snel gaat en voor anderen niet snel genoeg.
3. Het is soms lastig om persoonlijke gesprekken over leerwensen aan te gaan. Een cursuscoördinator licht toe: *Wij hebben het als lastig ervaren om echt het gesprek aan te gaan met de deelnemers. Zij zijn daar met een doel. [...] Maar om tijdens een les, pauze of achteraf in gesprek te gaan over mogelijke andere uitdagingen en/of vervolgstappen voelde niet altijd goed. Ik heb meermaals met enkele cursisten voorafgaande aan een les informeel gekletst, maar daar bleef het wel bij. We hebben er voor gekozen om tijdens de laatste les een evaluatie-moment in te bouwen. Daarin is klassikaal besproken hoe het ging en of er wellicht andere leerwensen zijn. Daar kwam uit dat een deelnemer misschien wel een digitale cursus wil volgen, maar verder kwam er weinig uit.*
4. Daarnaast geeft een cursusbegeleider tips om het gesprek over vervolgstappen in een volgende cursus te verbeteren: *Het gesprek over leerwensen en doorverwijzingen was moeizaam om uit te voeren. De begeleiders/docenten [moeten we] nog beter hierop voorbereiden. In de cursus stilstaan bij het onderwerp basisvaardigheden, en hier een gesprek over hebben. Duidelijker tijdens de cursus bespreken of een vervolg gewenst is of er verdere leervragen zijn (met de coördinator vanuit de organisatie erbij aanwezig).*

3 Samenvatting en reflectie

In dit praktijkgerichte onderzoek is in een aantal proeftuinen in kaart gebracht hoe de inzet van KLASSE! in de opzet en werving van toeleidingscursussen kan worden geoptimaliseerd. In totaal zijn zo'n 100 cursisten geworven voor deelname aan toeleidingscursussen die zijn ontworpen in de proeftuinen volgens de methode KLASSE!. Dat is een bemoedigend resultaat, zeker omdat de focus ligt op de vaak lastig te bereiken NT1-doelgroep. We kunnen op basis van dit onderzoek geen uitspraken doen over de effecten van de wervingsaanpak, of een vergelijking maken met de opbrengsten van andere wervingsaanpakken voor dezelfde doelgroep. En vanwege de kleine omvang van het onderzoek zijn de uitkomsten niet generaliseerbaar. Wel kunnen we inzichtelijk maken *hoe* de wervingsaanpak binnen de proeftuinen is ingezet en hoe in de cursusopzetten de verbinding met basisvaardigheden wordt gelegd. Deze twee onderzoeksvragen staan in dit rapport centraal.

Hoe wordt KLASSE! ingezet om gericht NT1-doelgroepen te werven voor deelname aan cursusaanbod?

Op welke wijze worden de KLASSE!-profielen ingezet tijdens de werving?

Om de werving toe te spitsen op specifieke doelgroepen maakt KLASSE! gebruik van vier profielen: Fatima, Wesley, Gerard en Elly. Alle cursussen zijn ontworpen met een of meerdere profielen als uitgangspunt, waarvan de profielen Gerard en Elly het vaakst terugkomen. De cursusonderwerpen voor deze profielen focussen vooral op digitale vaardigheden (zoals smartphonegebruik) en vrije tijd. Eén cursus (autotheorie) focust specifiek op een jongere doelgroep (profiel Wesley). Drie cursussen richten zich op het profiel van Fatima. Daar ligt de focus op gezondheid en geldzaken.

Het lukt meestal om de beoogde profielen aan te spreken: voor ongeveer de helft van de cursussen geldt dat de profielen voor wie de cursussen ontworpen zijn, daadwerkelijk zijn bereikt en hebben deelgenomen. In een kwart van de gevallen is dit gedeeltelijk gelukt; soms sprak de inhoud van de cursus naast het beoogde profiel bijvoorbeeld een bredere doelgroep aan.

Om de profielen te werven organiseren cursuscoördinatoren wervingsacties langs twee lijnen: indirecte (brede) werving via flyers of sociale media en directe (gerichte) werving via netwerkpartners en vindplaatsen. De helft van de coördinatoren geeft aan dat vooral een persoonlijke benadering succesvol bleek: mond-tot-mondreclame, inzet van het eigen netwerk en gericht werven via vindplaatsen. Vier op de tien geven aan dat de brede, indirecte benadering goed werkte om cursisten te bereiken (sociale media, huis-aan-huisbladen, flyers).

In de pr-materialen wordt vaak gebruikgemaakt van korte tekstberichten en begrijpelijke taal en coördinatoren maken regelmatig gebruik van bestaand wervingsmateriaal (zoals beeldmateriaal) dat is ontwikkeld voor de KLASSE!-profielen. Coördinatoren geven tot slot aan behoefte te hebben aan meer praktijkvoorbeelden en succesvolle cases om op weg geholpen te worden bij het bereiken van de profielen.

Welke vindplaatsen worden ingezet tijdens de werving?

Binnen KLASSE! is een belangrijke rol in de wervingsaanpak weggelegd voor *vindplaatsen*: organisaties in de omgeving van laaggeletterde volwassenen die bij kunnen dragen aan de werving. Dat zijn relatief vaak bibliotheken en welzijnsorganisaties. Daarnaast wordt een breed palet van andere vindplaatsen ingezet: gemeenten, organisaties voor sociale werkvoorzieningen, sportscholen, vluchtelingenwerk, de voedselbank, supermarkten, kringloopwinkels, snackbars, stoffenwinkels en banken. De meerderheid van de cursuscoördinatoren geeft aan dat samenwerking met de vindplaatsen ook daadwerkelijk tot aanmeldingen van cursusdeelnemers heeft geleid. Een kwart geeft aan dat de samenwerking met vindplaatsen weinig heeft opgeleverd. Bijvoorbeeld omdat de samenwerkingspartners er in de praktijk niet aan toe komen om mensen te verwijzen naar een cursusaanbod. Tip hierbij is om je niet te sterk afhankelijk te maken van samenwerkingspartners en mensen zelf actief te benaderen.

Hoe wordt de KLASSE!-methodiek tijdens de cursussen ingezet om NT1'ers gericht te kunnen ondersteunen in hun leerbehoefte?

Wie nemen aan de cursussen deel?

In totaal hebben 103 cursisten deelgenomen aan de onderzochte cursussen: gemiddeld zes à zeven cursisten per bijeenkomst. Ruim de helft van de cursusdeelnemers is 50+ en twee derde is vrouw. Vrouwen zijn het sterkst vertegenwoordigd in de cursussen die focussen op onderwerpen als werk & financiën en vrije tijd & gezondheid. Mannen namen vooral deel aan cursussen die focussen op de digitale wereld. Cursusbegeleiders geven aan dat de sfeer tijdens alle bijeenkomsten als (zeer) prettig werd ervaren. En voor vrijwel alle bijeenkomsten gold dat de cursisten tijdens de bijeenkomsten gemotiveerd waren om de cursus te volgen.

Hoe worden basisvaardigheden in de cursusopzet verwerkt?

In ongeveer driekwart van alle onderzochte bijeenkomsten zijn functionele opdrachten (die focussen op taal, rekenen of digitale vaardigheden) verwerkt in de cursusopzet. Lezen wordt het vaakst genoemd (55%) gevolgd door schrijven en digitale vaardigheden (beide 31%). Rekenen komt het minst vaak (in 10% van de bijeenkomsten) aan bod. Basisvaardigheden worden op uiteenlopende manieren in de cursussen verweven, maar de nadruk ligt altijd op praktische toepassingen: invullen van formulieren, foto's sturen via WhatsApp, advertentieteksten opstellen en uploaden op Marktplaats.

Hoe krijgen cursusbegeleiders zicht op de basisvaardigheden van cursisten?

Binnen de methode KLASSE! is het cruciaal dat cursusbegeleiders voldoende zicht hebben op de basisvaardigheden van cursisten en of zij moeite ondervinden met het gebruik van basisvaardigheden. In twee derde van de bijeenkomsten observeren cursusbegeleiders de basisvaardigheden van deelnemers, bijvoorbeeld door te kijken naar het werktempo of actieve inbreng van deelnemers. Ook actief meekijken, begeleiden, tips en aanwijzingen

geven tijdens opdrachten door cursusbegeleiders wordt vaak genoemd als manier om zicht te krijgen op basisvaardigheden.

Op welke wijze worden leerwensen van deelnemers in beeld gebracht?

Het observeren van (moeite met) basisvaardigheden vormt een belangrijk startpunt van een gesprek over verdere leerwensen en leerbehoeften. Zo'n gesprek kan cursisten helpen bij de keuze voor een passende vervolgcursus. In bijna de helft van de cursusbijeenkomsten zijn cursusbegeleiders met cursisten in gesprek gegaan over leerwensen. We zien een positieve samenhang tussen de observaties en gesprekken over leerwensen: cursusbegeleiders die vaker functionele basisvaardigheden observeren, voeren meer gesprekken over leerwensen met cursisten. Dat wijst erop dat een focus op het regelmatig observeren van basisvaardigheden een belangrijke voorwaarde is om het gesprek aan te kunnen gaan over vervolgstappen.

Hoe ziet het gesprek over leerwensen eruit?

Hoe het gesprek over leerwensen tot stand komt, varieert van begeleider tot begeleider. Globaal zien we drie aanpakken: het gesprek wordt geïnitieerd door de cursisten zelf; de cursusleider besteedt hier aandacht aan tijdens de cursusevaluatie of het gesprek is integraal onderdeel van de cursus. Het voeren van een gesprek over leerwensen is echter niet voor iedereen eenvoudig: het is soms lastig om persoonlijke gesprekken aan te gaan en cursusbegeleiders zijn soms zoekende naar de goede gespreksvorm (informeel, individueel of met de hele cursusgroep). Cursuscoördinatoren geven als tip mee dat dat cursusbegeleiders hier beter in ondersteund kunnen worden, en dat coördinatoren zelf een grotere rol kunnen spelen in deze gesprekken. Cursusbegeleiders benadrukken dat een vertrouwelijke band met deelnemers een belangrijke voorwaarde is om het gesprek over een vervolgstap aan te kunnen gaan.

Leidt cursusdeelname tot doorverwijzing naar vervolg(leer)aanbod?

Een klein deel van de cursusbegeleiders geeft aan dat ze zicht hebben op de concrete vervolgstappen die deelnemers na afloop van de cursus willen zetten. Coördinatoren hebben dit beter in beeld: de ruime meerderheid van de coördinatoren geeft aan dat (een deel van de) cursisten daadwerkelijk een vervolgstap heeft gezet naar een vervolgcursus, die meestal focust op basisvaardigheden. Vooral vanuit KLASSE!-cursussen die betrekking hebben op digitale vaardigheden (zoals veilig daten via internet of fotograferen met je smartphone) wordt een vervolgstap naar een cursus basisvaardigheden gezet. Er wordt vaak ingezet op een drietrapsaanpak om de overstap te faciliteren: breed informeren tijdens de cursus, het gesprek aangaan over de mogelijkheden en zorgen voor een warme overdracht.

Reflectie

De ervaringen die cursusbegeleiders en coördinatoren in de logboeken en vragenlijsten delen over de KLASSE!-proeftuinen zijn over het algemeen positief: ruim 100 mensen zijn bereikt met praktische cursussen en in de meeste cursusbijeenkomsten wordt aandacht besteed aan (functionele) basisvaardigheden en verdere leerwensen. Ook geeft de meerderheid van de cursusbegeleiders aan dat een deel van de deelnemers doorstroomt naar een vervolgcursus op het gebied van basisvaardigheden.

Verwachtingen afstemmen

Maar cursusbegeleiders en coördinatoren ervaren ook aan een aantal knelpunten. Soms rapporteren cursusbegeleiders dat de resultaten van wervingsinspanningen tegenvallen omdat niet iedereen die bereikt is, laaggeletterd is. Het is belangrijk om op te merken dat dit samenhangt met het laagdrempelige karakter van de toeleidingscursussen: ze staan open voor iedereen. Idee is dat organisaties – door de cursusopzet en wervingsactiviteiten af te stemmen op wensen en (leer)behoeften die passen bij specifieke profielen – meer cursisten bereiken, en dat de verwachting is dat *een deel* daarvan moeite met basisvaardigheden zal hebben. Voor deze groep kan de cursus helpen om leerwensen in relatie tot basisvaardigheden te formuleren en vervolgstappen te zetten. Het is belangrijk om dit expliciet aan cursusbegeleiders te communiceren en deze verwachtingen voor aanvang van de cursus helder af te stemmen.

Zicht op de kwaliteit van de cursusbegeleiders

Uit de antwoorden in logboeken en vragenlijsten blijkt ook dat cursusbegeleiders een aantal knelpunten ervaren in de cursuspraktijk. Bijvoorbeeld als het gaat om differentiëren of het gesprek aangaan over leerwensen. Vanwege het laagdrempelige karakter van de cursussen is de doelgroep heterogeen wat betreft vaardigheden: niet iedereen heeft moeite met basisvaardigheden. Dat maakt het soms lastig om om te gaan met niveauverschillen binnen de groepen. Ook worstelt een deel van de cursusbegeleiders met het aangaan van het gesprek over leerwensen en geeft aan op dat punt soms handelingsverlegen te zijn.

In dit onderzoek is de (werk)ervaring en achtergrond van cursusbegeleiders niet in kaart gebracht, we weten bijvoorbeeld niet of vrijwilligers of ervaren (taal)docenten als cursusbegeleiders zijn ingezet. Maar bovenstaande knelpunten kunnen erop wijzen dat de kwaliteit van cursusbegeleiders verschilt. We vinden bijvoorbeeld aanwijzingen dat cursusbegeleider die basisvaardigheden vaker observeren, meer gesprekken voeren over leerwensen: het loont om bewust bezig te zijn met observeren.

Het is voor coördinatoren van belang om zicht te hebben op kwaliteiten die nodig zijn om een cursus goed te kunnen begeleiden: zowel wat betreft voldoende pedagogisch-didactische ervaring (kunnen observeren van basisvaardigheden en differentiëren naar niveau tijdens de cursus) als wat betreft sociaal-emotionele vaardigheden: het soms lastige gesprek over leerwensen durven aangaan. Soms geven coördinatoren aan dat ze voor zichzelf een actievere rol zien weggelegd in het ondersteunen van cursusbegeleiders. Dat kan bijvoorbeeld door een gesprek over leerwensen te oefenen in een rollenspel of met behulp van vraag-antwoordsessies.

Beperkingen van de opzet en vragen voor verder onderzoek

In deze onderzoeksopzet is gekozen voor logboeken om op een laagdrempelige manier praktische informatie te verzamelen, die respondenten bovendien weinig tijd kost. Maar er zijn ook beperkingen aan verbonden: logboeken bieden in beperkte mate de mogelijkheid om door te vragen, bijvoorbeeld als het gaat om specifieke knelpunten. In het kader van dit onderzoek gaat het dan bijvoorbeeld om knelpunten in de samenwerking met vindplaatsen, of moeite om het gesprek over leerwensen aan te gaan. Om de achtergrond bij deze knelpunten te achterhalen zijn bijvoorbeeld diepte-interviews geschikt.

Ook is het perspectief van cursusdeelnemers niet meegenomen in de onderzoeksopzet. Het gaat dan om vragen als: sprak het wervingmateriaal je aan, en waarom (niet)? Waarom heb je (g)een vervolgstap gezet naar een volgende cursus, en wat was de rol van de

cursusbegeleider daarin? En hoe heb je het gesprek daarover ervaren? Om het deelnemersperspectief te achterhalen zijn bijvoorbeeld focusgroepen geschikt.