

## **Ik wil leren | Communicatiecampagne**

### **Praktijkvoorbeeld toepassing interventie ‘Hoe bereik je met een communicatiecampagne laaggeletterden in jouw gemeente’ in Haaglanden**

#### **1. Algemene informatie**

Stichting Lezen en Schrijven stelt sinds 2020 de communicatiecampagne “Ik wil leren” beschikbaar aan taalnetwerken voor lokale toepassing. Stichting Lezen en Schrijven begeleidt de taalnetwerken ook bij de implementatie. Taalnetwerken kunnen de communicatiecampagne lokaal op maat laten maken. Dat houdt in dat de campagne wordt aangepast aan de lokale situatie, met eigen contactgegevens en logo’s. Het campagneconcept sluit aan op laaggeletterden: de communicatiematerialen bevatten concrete voorbeelden van de leervraag, een positieve insteek en duidelijk ondersteunend beeld. De vormgeving en teksten zijn getest door ervaringsdeskundige Taalambassadeurs.

Na een pilotperiode is Stichting Lezen en Schrijven in 2021 gestart met intensievere ondersteuning van de campagne in de regio en een uitgebreider maatwerkpakket met naast flyers, posters, banners en advertenties, ook een eigen website en de mogelijkheid om eigen ambassadeurs op de uitingen af te beelden. Hierbij begeleidt en financiert Stichting Lezen en Schrijven het ontwerp en drukwerk van maatwerkmaterialen.

De regio Haaglanden heeft tijdens de Week van Lezen en Schrijven in 2021 gebruik gemaakt van de campagne op maat. Bij deze campagne waren betrokken:

- het taalnetwerk
- communicatieadviseur Stichting Lezen en Schrijven
- adviseur Stichting Lezen en Schrijven uit de regio
- Taalambassadeur.

De campagne werd uitgevoerd in gemeentes Westland, Delft, Den Haag en Rijswijk.

#### **2. De situatie voor de interventie**

De taalpartners van de gemeenten in Haaglanden zochten manieren om de NT1-ers effectiever aan te spreken. Zij zagen de communicatiecampagne “Ik wil leren” als een aantrekkelijke en doelgerichte manier om deze doelgroep aan te spreken en te activeren om zich aan te melden voor een cursus in de buurt.



### 3. Het verloop van de interventie

Het taalnetwerk van de gemeenten in Haaglanden wilden graag gebruik maken van de maatwerkvariant van de campagne “Ik wil leren”, met hun eigen ambassadeurs en eigen logo’s en contactgegevens. Ook wilden zij graag een maatwerk website. Zie voorbeeld: [www.ikwilleren.nl/denhaag](http://www.ikwilleren.nl/denhaag).

De volgende stappen zijn gezet:

1. Via regio adviseur LES: afspraak met ROC Mondriaan (coördinator) over de campagne in de gemeenten Rijswijk, Delft, Den Haag en Westland.
2. Mei 2021: startgesprek: handleiding, opzet communicatieplan en stappen besproken.
3. Mei 2021: taalnetwerken aan de slag met communicatieplannen & input maatwerk.
4. Juli 2021: communicatieplannen en input maatwerk bespreken.
5. Juli 2021: opmaak maatwerkmaterialen 4 gemeentes (posters, flyers, formulieren, advertenties en bannersets) door Stichting Lezen en schrijver met vormgevingsbureau.
6. Augustus 2021: afstemming designs & eigen opmaak flyer met ambassadeur .
7. augustus 2021: controle eigen flyer.
8. augustus 2021: designs met briefing naar drukker .
9. Eind augustus 2021: drukwerk geleverd aan de taalnetwerken & maatwerk website gemaakt door communicatieadviseur.
10. 8 september 2021: livegang campagnes Rijswijk, Delft, Den Haag, Westland (in aangepaste vorm i.v.m. corona)
11. Midden december 2021: contact over extra boost campagne (50 aanmeldingen Haaglanden sinds livegang)
12. Maart 2022: contact over tv-spotje en extra aanzet campagne in het najaar 2022.

### 4. De situatie na het uitvoeren van de interventie

Door corona kon de campagne in de regio’s niet in volle glorie draaien. Veel fysieke activatie gingen niet door, en dat is juist wat nodig is als je een doelgroep in beweging wilt krijgen en vooral een doelgroep die lastig te activeren is. Dat was een groot gemis in de campagne. De resultaten in de gemeentes schommelden en waren nog niet explosief. Het taalnetwerk in de Gemeente Westland was het meest actief en daar waren de resultaten dan ook het beste.

#### Succesfactoren en ervaringen

Wat goed werkte was een actieve coördinator vanuit de regio Haaglanden die er bovenop zat. En de inzet van eigen ambassadeurs die bekend zijn in de regio. Waar mogelijk deelden de ambassadeurs flyers uit waar zij zelf op stonden. Dat maakt het extra persoonlijk en geeft een ingang voor een gesprek.



*‘Denk na over specifieke wijken waar je de campagne intensief inzet’*

De adviseur van Stichting Lezen en Schrijven in de regio geeft het volgende aan over de campagne: “De communicatiecampagne “Ik wil leren” raakt de leervragen die mensen hebben. De onderwerpen van de campagne sluiten aan bij het leven van mensen zelf, herkenbaar en dichtbij huis. Solliciteren of voorlezen van je kinderen spreekt meer aan dan het verhogen van je taalniveau. Een leerpunt betreft de locatie waar de campagne wordt uitgevoerd: in plaats van uitzetten in de gehele regio, zou het advies zijn om met partners van tevoren na te denken in welke wijken of dorpen de meeste (en de juiste) mensen worden bereikt.”

*‘Campagne met eigen taalambassadeurs levert extra persaandacht op’*

Het taalnetwerk in Haaglanden deelt haar ervaring met de communicatiecampagne: De instrumenten met foto zijn mooi en aantrekkelijk en vooral het gegeven dat we foto’s van onze eigen Taalambassadeurs konden gebruiken was aantrekkelijk want dat maakt de campagne veel persoonlijker en krachtiger in de afzonderlijke gemeenten. Het levert ook redelijk eenvoudig gratis publiciteit op omdat media de eigen inwoners/Taalambassadeur graag spreken als ervaringsdeskundige over laaggeletterdheid. Je moet er wel rekening mee houden dat er door Stichting Lezen en Schrijven ‘over je schouders’ wordt meegekeken. De servicegerichtheid en ondersteuning van Stichting Lezen en Schrijven was gelukkig goed’.

**Hoe verder**

De campagne wordt voortgezet en tijdens de Week van Lezen en Schrijven 2022 komt er weer een intensievere actieperiode. De uitingen met de ambassadeurs uit een aantal gemeentes waren zo sterk dat Stichting Lezen en Schrijven aan deze ambassadeurs heeft gevraagd of hun foto’s ook landelijk voor andere regio’s gebruikt mogen worden. Zij hebben daarmee ingestemd. Dus op de landelijke communicatiemiddelen zijn nu ook twee ambassadeurs uit Haaglanden toegevoegd.