

# Werving deelnemers

Versie 29 april 2019

Veel van de leerpunten uit de [pilot EVA \(Educatie voor Vrouwen met Ambitie\)](#) hebben we om kunnen zetten naar tips en suggesties.

Laaggeletterden bereiken blijft een lastige klus. Mensen voelen vaak te veel schaamte om zich aan te melden voor een taalles. Empowerment verlaagt de drempel, omdat het gaat over aan de slag gaan met je toekomst. Door dromen te formuleren, eigen talenten te zien en ontwikkelkansen te benoemen zet iemand vervolgens makkelijker en met meer zelfvertrouwen de stap om de basisvaardigheden verder te ontwikkelen.

## Manieren van werving

- Werving dichtbij is het meest succesvol. Misschien zijn er binnen uw organisatie al laaggeletterden die aan de slag willen met hun zelfvertrouwen en zelfinzicht. Zij kunnen makkelijk verwezen worden naar het aanbod.
- Via eigen netwerken van betrokkenen, mond-tot-mondreclame of advertenties in het lokale dagblad. Let bij het plaatsen van advertenties wel op het taalniveau. U kunt ook denken aan een lokale televisiespot.
- Door samen te werken met andere lokale partijen, zoals bijvoorbeeld het wijkteam of het Taalhuis, kunt u deelnemers doorverwezen krijgen.

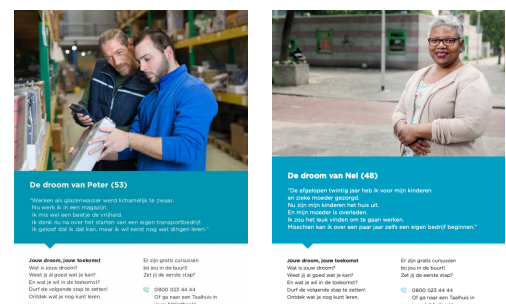
*Voorbeeld – werven via het UWV* In twee jaar tijd zijn bij het UWV in Brabant 175 medewerkers getraind op het herkennen van laaggeletterdheid. Deze medewerkers herkennen sneller signalen van laaggeletterdheid en verwijzen mensen door naar het taalnetwerk in de regio. Deze mensen willen zo snel mogelijk weer aan het werk. Ze willen leren solliciteren en hun basisvaardigheden verbeteren, zodat de banenkans toeneemt. Het trainen van UWV-medewerkers leidt tot meer aanmeldingen, vooral vanuit de NT1-doelgroep. Door te werken aan Empowerment en basisvaardigheden, neemt de banenkans nog meer toe.

## Timing

Het juiste moment van werving is belangrijk. Als mensen in beslag worden genomen door grote problemen zoals schulden of mishandeling, hebben zij geen ruimte om na te denken over hun toekomst. Het empowermentaanbod kan in een latere fase wellicht wel ingezet worden.

## Wervingsmateriaal

Er zijn diverse wervingsmaterialen voor deelnemers. Posters, flyers en kaarten. Kijk in de [bestelportal.taalvoorhetleven.nl](#) om te zien wat er allemaal is en om te bestellen.



## **Werving via Facebook**

Gedurende de EVA-pilotperiode is er geëxperimenteerd met en geïnvesteerd in werving via Facebook. Op de Facebookpagina Evaenik creëerden we een community van 19.000 vrouwen uit heel Nederland die met elkaar uitwisselen over uiteenlopende thema's. We plaatsen berichten over feestdagen, hobby's, maar ook meer serieuze berichten over dromen of leerwensen.

Daarnaast werden er advertenties geplaatst om vrouwen toe te leiden naar online oefeningen of een formulier waar zij zich konden aanmelden voor leergroepen. Hier werd veelvuldig gebruik van gemaakt. Vrouwen melden zich aan voor taallessen, maar ook voor begeleiding bij het solliciteren.

Werving via deze community of via uw eigen lokale organisatiepagina is een goede manier om de doelgroep te bereiken. Ook betaald adverteren met heel specifieke doelgroep is mogelijk op Facebook.

## **Contact**

De [Toolkit Empowerment](#) is ontwikkeld binnen de pilot EVA van Taal voor het Leven. Meer informatie of meteen aan de slag met de empowermentmaterialen? Neem contact op via [info@lezenenschrijven.nl](mailto:info@lezenenschrijven.nl), 070 - 304 26 60 of uw lokale contactpersoon van Taal voor het Leven.

