

Journal of Social Intervention: Theory and Practice –
2021 – Volume 30, Issue 6, pp. 19–28
<http://doi.org/10.18352/jsi.714>

ISSN: 1876-8830

URL: <http://www.journalsi.org>

Publisher: Rotterdam University of Applied Sciences
Open Access Journals

Copyright: this work has been published under a
Creative Commons Attribution-Noncommercial-No
Derivative Works 3.0 Netherlands License

Jenny Wildenbos is socioloog en werkzaam als
onderzoeker bij onderzoeks- en adviesbureau Lost
Lemon. Zij doet onderzoek naar diverse sociale en
maatschappelijke vraagstukken met specifieke aandacht
voor beleid en ondersteuning ten aanzien van kwetsbare
of moeilijk bereikbare doelgroepen.

E-mailadres: jennywildenbos@lostlemon.nl en website:

<https://www.lostlemon.nl/lost-lemon-lab>

Ingrid Hendriksen is bewegingswetenschapper en
epidemioloog. Tot recent was zij als onderzoeker
werkzaam bij Lost Lemon, een innovatief onderzoeks- en
adviesbureau in het sociaal domein. Momenteel is zij
senior wetenschappelijk medewerker bij het Nederlands
Huisartsen Genootschap en tevens zelfstandig ondernemer.

E-mailadres: hendriksenijm@gmail.com

Dit artikel is gebaseerd op het onderzoeksrapport voor
de gemeente Den Haag: Breder Kijken, Breder Oogsten:

Een onderzoek naar kansen voor laaggeletterden in
stadsdeel Laak.

Correspondence to: Jenny Wildenbos

E-mail: jennywildenbos@lostlemon.nl

Category: IWO

HET ONTWIKKELEN EN TOEPASSEN VAN PERSONA'S: EEN CASE STUDY GERICHT OP LAAGGELETTERDHEID

JENNY WILDENBOS,
INGRID
HENDRIKSEN

INLEIDING

Persona's bieden een gedetailleerde omschrijving van inwonersgroepen en fungeren als een soort archetypen om relevante verschillen binnen doelgroepen te representeren. Persona's worden steeds vaker toegepast in het sociaal domein, ook voor het thema laaggeletterdheid. Naar schatting zijn ruim 2,5 miljoen inwoners in Nederland laaggeletterd (Algemene Rekenkamer, 2016). Laaggeletterden hebben moeite met lezen, schrijven, rekenen en/of digitale vaardigheden. Zij kunnen minder zelfredzaam of gezond zijn, minder snel een baan vinden en minder grip hebben op geldzaken dan geletterden (Stichting Lezen & Schrijven, 2018). Het vinden en herkennen van laaggeletterden, laaggeletterdheid bespreekbaar maken en verwijzen naar passend aanbod is vaak

HET ONTWIKKELEN EN TOEPASSEN VAN PERSONA'S

moeilijk. Persona's kunnen helpen om de doelgroep te herkennen, passend beleid en aanbod te ontwikkelen en geletterdheid te vergroten.

Deze bijdrage gaat in op hoe persona's ontwikkeld worden en hoe ze inzicht kunnen geven in een doelgroep. Hoe kunnen persona's een concrete leidraad bieden voor vraagstukken in het sociaal domein? En welke randvoorwaarden en uitdagingen komen daarbij kijken? Dit illustreren we aan de hand van een onderzoek naar het bereiken en ondersteunen van laaggeletterde inwoners in stadsdeel Laak in de gemeente Den Haag (Wildenbos et al., 2019).

EEN COMPLEX VRAAGSTUK

Om laaggeletterdheid te verminderen en te voorkomen is allereerst inzicht nodig in de doelgroep. Laaggeletterden zijn geen uniforme groep en vindplaatsen, behoeften, motivaties en passend aanbod lopen ver uiteen. De indeling in NT1 (laaggeletterden die Nederlands als moedertaal hebben) en NT2 (laaggeletterden voor wie Nederlands de tweede taal is) biedt in de praktijk vaak onvoldoende houvast. Daarnaast kent laaggeletterdheid extra uitdagingen. Laaggeletterden schamen zich vaak voor hun beperkte basisvaardigheden en verbergen dit voor de buitenwereld. Professionals vinden het soms lastig om het onderwerp te bespreken. Bovendien hebben Nederlandstalige laaggeletterden regelmatig negatieve ervaringen of associaties met leren of school. Deze aspecten verhogen de drempel naar taalaanbod.

PRAKTIJKCASUS: ONDERZOEK IN DEN HAAG

In de gemeente Den Haag is circa 24% van de volwassenen laaggeletterd, in Laak is dit 50%. Dit is beduidend hoger dan het landelijk gemiddelde van 12% (CINOP et al., 2016). De gemeente Den Haag ambieert een doorontwikkeling van beleid en wijkgericht aanbod voor laaggeletterde inwoners, en wil meer laaggeletterde inwoners bereiken. Hiervoor is het belangrijk om in beeld te krijgen wie dit zijn en wat hen beweegt. Daarom brachten we op iteratieve wijze de context van laaggeletterden in kaart en ontwikkelden persona's. Persona's geven een bredere blik op de doelgroep en bieden een handzaam instrument voor dit vraagstuk.

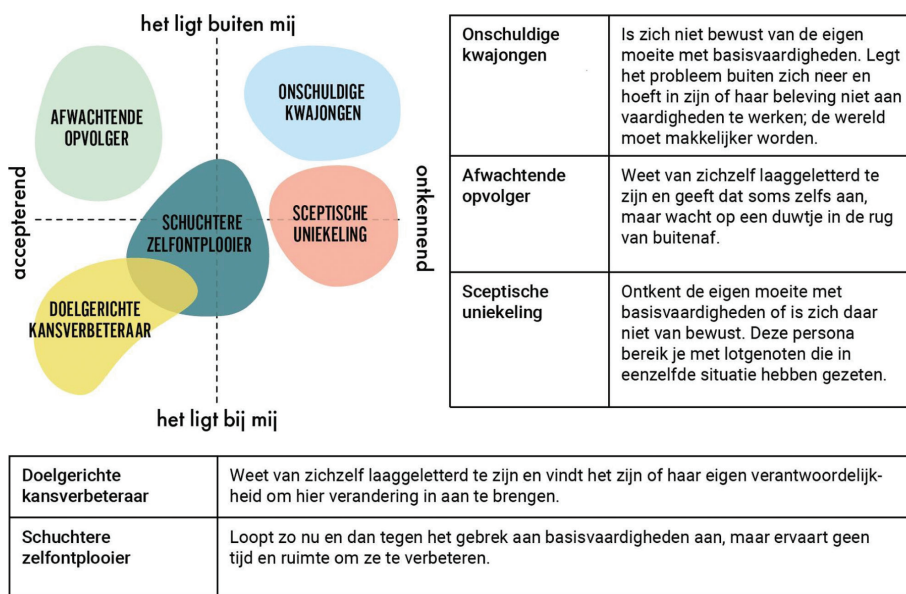
Doelgroepen vinden en benaderen

Om wegwijs te worden in Laak verdiepten we ons in de demografische samenstelling en de sociale kaart. Middels interviews met (in)formele organisaties – zoals bewonerondersteuners en

belangenorganisaties – kregen we inzicht in hun bereik, welke groepen onvoldoende in beeld zijn en of deze inwoners al taalaanbod volgen en waar ze tegenaan lopen. Ook bezochten we samenkomstplekken en vindplaatsen, zoals (buurthuis)activiteiten en voedselbanken. Via ‘snowball sampling’ (Bryman, 2016) vroegen we inwoners ons voor te stellen aan inwoners die nog niet in beeld waren. Via design thinking (Brown, 2019) brachten we de belevingswereld van laaggeletterden in kaart. Design thinking is een oplossingsgerichte, participatieve ontwerpmethodiek en past daarmee bij de complexe, weerbarstige praktijk. Interviews werden visueel ondersteund (met praatplaten over dagindeling, netwerk en (vind)plaatsen in Den Haag), waardoor inwoners vrij konden associëren en de interviewsetting minder talig en vraaggestuurd werd.

Specificeren van persona's NT1-doelgroep

Opgehaalde informatie over de NT1-doelgroep legden we naast de persona's die we eerder met Muzus ontwikkelden voor het kabinetsprogramma Tel mee met Taal (Lost Lemon & Muzus, 2018, zie Figuur 1). Deze persona's verschillen in de mate waarin ze hun laaggeletterdheid erkennen



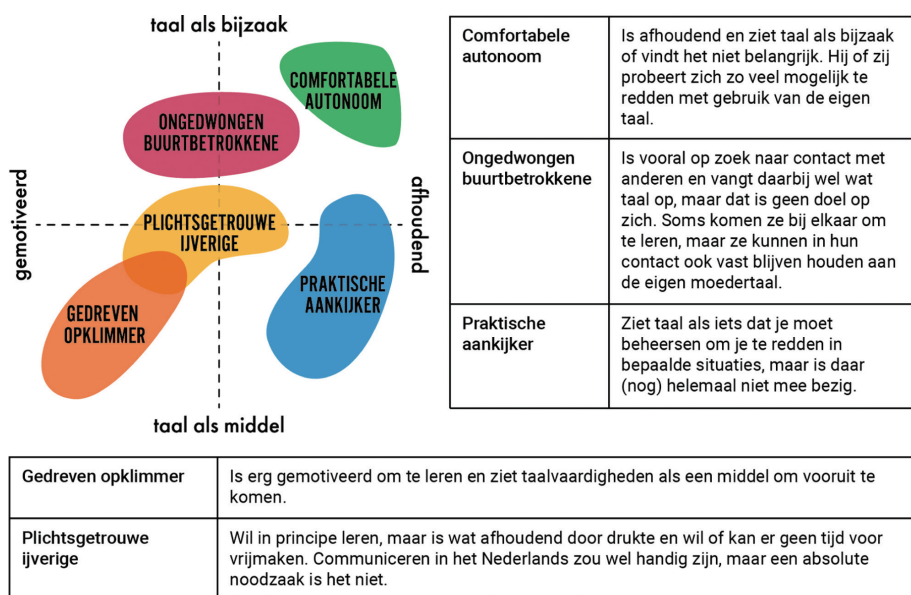
Figuur 1: NT1-persona's. Aangepast overgenomen uit *Laaggeletterden in beeld* (p.35) door Lost Lemon en Muzus, 2018, Haarlem: Lost Lemon & Muzus.

HET ONTWIKKELEN EN TOEPASSEN VAN PERSONA'S

en bij wie ze de verantwoordelijkheid van het probleem en de oplossing neerleggen; dit zijn dan ook de assen waarop de persona's zijn geplot. Iedere persona heeft andere behoeften, wensen en drijfveren en vereist een andere benadering. Een inwoner kan verschillende aspecten van persona's representeren en zich bewegen over het assenstelsel. Voor de Laakse NT1-doelgroep vulden we de persona's uit Tel mee met Taal aan met specifieke citaten en lokale kansen voor bereik en aanbod.

Uitwerken van persona's NT2-doelgroep

Voor de NT2-doelgroep ontwierpen we nieuwe persona's. We zagen verschillen in houding tegenover leren en het gebruik van de Nederlandse taal. Een deel is erg gemotiveerd om zichzelf te ontwikkelen, anderen zijn meer afhoudend en zien deze noodzaak niet. Ook zagen we dat sommigen de Nederlandse taal als bijzaak zien. Deze verschillen vormden de basis van het NT2-assenstelsel. Daarbinnen maakten we clusters die inwonersgroepen vertegenwoordigen bij wie een gelijksoortige benadering of aanbod past, zie Figuur 2.



Figuur 2: NT2-persona's. Aangepast overgenomen uit *Breder kijken, breder oogsten* (p. 33) door J. Wildenbos et al., 2019, Haarlem: Lost Lemon.

Om de NT2-persona's te ontwerpen volgden we een iteratief proces van leren en proberen. We toetsten onze aannames in meerdere rondes en genereerden steeds nieuwe ideeën op basis van verkregen inzichten. Het netwerk en de doelgroep namen actief deel aan dit denkproces. De beleving van de doelgroep was leidend, niet het bestaande beleid of aanbod. We legden anonieme casusbeschrijvingen naast onze persona's om te controleren of deze te plotten waren op het assenstelsel. We toetsten de persona's in focusgroepen bij de doelgroep en gingen bij (in)formele vindplaatsen en taalaanbieders na hoe zij konden inspelen op de verschillende behoeften en houdingen. Zo scherpten we de persona's aan en concretiseerden we de aanpak en benadering.

DOOR EEN BREDERE BLIK KOMEN KANSSEN IN BEELD

Het belang van context

De persona's bieden een denkkader om vanuit het perspectief van de doelgroep aan de slag te gaan. Naast de diversiteit onder laaggeletterden is het van belang inzicht te hebben in de kansen en belemmeringen in de lokale context van inwoners. In Laak bevinden zich bijvoorbeeld veel organisaties voor inwoners. Zij hebben intensief contact met hun achterban en hielpen ons bij het vinden van laaggeletterde inwoners, maar de kracht van de vele organisaties kan ook een belemmering zijn. Inwoners en organisaties raken soms het overzicht kwijt. Inwoners zoeken daardoor lang naar passend taalaanbod en organisaties kunnen inwoners niet (passend) doorverwijzen. Daarnaast helpen veel Laakse organisaties inwoners in hun eigen taal of ondersteunen hen praktisch. Dit helpt inwoners op korte termijn, maar zij ervaren hun beperkte basisvaardigheden dan minder als een probleem. Hierdoor werken ze niet aan hun vaardigheden en blijven afhankelijk. Structurele oplossingen vereisen dus een andere, meer integrale aanpak.

Persona's laten je verder kijken dan bestaande aannames

Ten onrechte wordt aangenomen dat de NT2-doelgroep al goed in beeld is. Dit geldt vooral voor inburgeringsplichtigen. Maar studenten en migranten uit de EU en Zwitserland behoren ook tot deze groep (Rijksoverheid, 2021).

Een andere aanname is dat laaggeletterden minder betrokken zijn bij de samenleving, geïsoleerd zijn of een uitkering ontvangen. Veel laaggeletterden zijn echter wel degelijk betrokken: ze werken hard, voeden hun kinderen op, zijn vrijwilliger of bezoeken activiteiten. Van de Nederlandstalige laaggeletterden heeft meer dan de helft een betaalde baan (Van der Meer et al., 2019). Bij Oost-

HET ONTWIKKELEN EN TOEPASSEN VAN PERSONA'S

Europese arbeidsmigranten bestaat het beeld dat ze zich afzijdig houden. Zij missen echter juist aansluiting en komen hierdoor minder in aanraking met Nederlandse taal.

"Toen ik twee weken in het ziekenhuis lag, leerde ik meer Nederlands dan tijdens de taallessen, want ik hoorde de hele dag Nederlands om me heen. Het had zeker geholpen als ik iemand had om Nederlands mee te oefenen naast de taallessen." (arbeidsmigrant)

De persona's laten zien welke bestaande aannames onjuist zijn en welke kansen hierdoor onbenut blijven. Zo ontbreekt voor de 'Plichtsgetrouwe ijverige' de energie en tijd om basisvaardigheden te vergroten als gevolg van het harde werken of de zorg voor kinderen. Voor hen is taalaanbod op het werk, tijdens schooluren of in combinatie met een oppas meer passend.

Persona's verbeelden relevante verschillen en nuanceringen

Hoewel het gebruikelijk is om laaggeletterden te verdelen in NT1 en NT2, blijkt deze verdeling te grofmazig. Sommige inwoners passen niet goed binnen de definities, en diverse relevante(re) verschillen en nuanceringen ontbreken.

De NT1-doelgroep ziet aanbod dat zich specifiek richt op taal als iets voor anderstaligen. Ze lopen immers niet tegen taal aan, maar tegen praktische zaken zoals het invullen van formulieren, reizen met het OV of chatten met een (klein)kind. Bovendien is moeite hebben met lezen en schrijven een taboe; dat had je op school moeten leren. Dit wordt onbedoeld versterkt doordat vindplaatsen daar ook vaak vanuit gaan en het lastig vinden om laaggeletterdheid aan te kaarten.

Anderstaligen hebben weinig last van hun beperkte taalvaardigheid. In multiculturele wijken zijn er voorzieningen zoals supermarkten, huisartsen en advocaten die hun moedertaal spreken. Anderen redden zich in het Engels. Hierdoor is er minder noodzaak om met taal aan de slag te gaan. Inwoners die wel hun basisvaardigheden willen ontwikkelen, bevinden zich vaak in een omgeving waar geen Nederlands wordt gesproken. Hierdoor kunnen ze minder oefenen en komen ze minder goed mee in taallessen. Ook hier is de lokale context dus relevant. Al deze inzichten verwerken we in de persona's.

De meerwaarde van persona's in het sociaal domein

Persona's zijn een waardevol instrument voor beleidsmakers, professionals en vrijwilligers. Door inwoners een gezicht en stem te geven, kunnen zij beter inspelen op hun behoeften. Persona's

bieden een tastbaar inzicht in de behoefte-verschillen binnen de brede doelgroep. Dit geeft handvatten om beleid en dienstverlening vorm te geven vanuit inwonersperspectief.

Door in de schoenen van de doelgroep te gaan staan, verbreden professionals hun beeld van een doelgroep en wordt duidelijker waardoor zij bepaalde inwonersgroepen niet (goed) bereiken. Deze bewustwording is een startpunt voor wat nodig is om hen te vinden en te motiveren. Ook het herkennen van laaggeletterdheid blijkt in de praktijk lastig, omdat vaak wordt gedacht aan anderstaligen. Dat iemand Nederlands is of goed Nederlands spreekt, wil echter niet zeggen dat diegene goed kan lezen, schrijven en rekenen. Inwoners die (voorheen) zelf moeite hadden met taal of iemand kennen die laaggeletterd is, herkennen dit makkelijker bij anderen; zij weten wat het inhoudt en welk gedrag daaruit voortvloeit. De persona's verbeelden ook deze aspecten van de doelgroep.

Een bredere blik op (diversiteit binnen) een doelgroep helpt om beleid of dienstverlening inclusiever te maken en te richten op onbereikte groepen. De 'Afwachtende opvolger' kan bijvoorbeeld gevonden worden via welzijnswerk, huisarts, wijkagent of jongerenclub. Sleutelfiguren kunnen op deze plekken getraind worden in het herkennen en bespreken van laaggeletterdheid. Vervolgens is een warme, snelle overdracht naar taalaanbod belangrijk, want voor de 'Afwachtende opvolger' is de stap van vindplaats naar aanbod snel te groot. Door vindplaatsen en taalaanbieders samen een klantreis (het traject dat een inwoner aflegt van vindplaats tot aanbod) te laten doorlopen, wordt duidelijk hoe ze elkaar kunnen aanvullen om de doelgroep te bereiken. Een andere kans is om het taalaanbod fysiek dichtbij vindplaatsen te organiseren.

Persona's kunnen ook helpen een 'tone of voice' te bepalen. Het heeft bijvoorbeeld weinig zin om een laaggeletterde aan te spreken op 'taal' en te motiveren richting taalaanbod als hij niet weet dat hij laaggeletterd is, zich daarvoor schaamt of taal niet als probleem ervaart. De 'Comfortabele autonoom' zou zeggen: "Ik heb het niet nodig. Als ik het nodig zou hebben, zou ik naar taallessen gaan". Daarnaast zijn persona's een instrument om met acteurs gespreksvaardigheden te oefenen of voor evaluatie: wie bereik je en wie niet, wie haken eerder af of vallen uit en waarom?

GELEERDE LESSEN VOOR ONTWIKKELING

Open blik en inwoners als uitgangspunt

Persona's worden vaak gebruikt om diepgaander inzicht in een doelgroep te krijgen. Juist daarom is het belangrijk met een open blik op zoek te gaan naar die doelgroep en verder te kijken dan

HET ONTWIKKELEN EN TOEPASSEN VAN PERSONA'S

de eigen kennis en/of inwonersgroepen die al in beeld zijn. Zo voorkom je dat persona's een 'self fulfilling prophecy' worden; een uitwerking van 'usual suspects' met een externe invulling van hun leefwereld. Uit onze gesprekken bleken enkele aannames bijvoorbeeld onjuist. Het ontdekken en ontkrachten hiervan is een belangrijk aanknopingspunt om de weg vrij te maken naar vinden, ontmoeten en een passende aanpak.

Als persona's tot doel hebben om beter inzicht te krijgen in een doelgroep, dan moet de doelgroep het uitgangspunt zijn om deze meerwaarde te kunnen verzilveren. Tijdens ons onderzoek bezochten we locaties, evenementen en organisaties en lieten we ons via-via verder introduceren. Daardoor vonden we nieuwe subgroepen, kregen we zicht op hun leefwereld en leerde de gemeente hen (beter) kennen. De persona's en de verkregen inzichten gebruikte de gemeente vervolgens om haar taalbeleid meer integraal en doelgroepgericht te maken.

Contact met kwetsbare doelgroepen

Onderzoeken wat inwoners belangrijk vinden, willen bereiken, lastig vinden en wat hen tegenhoudt, vraagt om een zorgvuldige aanpak. Daarbij zijn vertrouwen van 'gatekeepers' en inwoners, een veilige setting en passende gespreksvormen van belang. Conform de design thinking-methode werkten we met visuele praatplaten die we samen met inwoners invulden. Hiermee zetten we de inwoner(servaring) centraal; zij namen ons mee in hun leefwereld.

Een ander aandachtspunt is dat inwoners zich soms niet willen of kunnen identificeren met een doelgroep. Zo weten bijvoorbeeld niet alle laaggeletterden dat zij laaggeletterd zijn. Het is belangrijk om je hier bewust van te zijn wanneer je hen wilt bereiken.

Soms wordt vindbaarheid of kwetsbaarheid genoemd als reden om de doelgroep niet te spreken of alleen ervaringsdeskundigen te interviewen. Onze ervaring is dat (rechtstreeks) contact met de doelgroep cruciaal is om representatieve persona's te ontwerpen. Ervaringsdeskundigen slaan belangrijke bruggen naar de doelgroep, maar kunnen niet altijd de volledige diversiteit van die doelgroep representeren. Daarnaast kan investeren in contact met inwoners opleveren dat zij en hun netwerk zich erkend voelen. Dat kan bijdragen aan beter of structureel contact. Ook is onze ervaring dat inwoners bij de juiste benadering graag hun verhaal vertellen om zo mee te werken aan passende oplossingen. Rondom een persona worden die oplossingen – bijvoorbeeld in workshops met professionals, vrijwilliger en sleutelfiguren – zichtbaar in nieuwe verbindingen die nodig zijn om inwoners beter te bereiken of passend aanbod te ontwikkelen.

Eerst zaaien om te oogsten

Persona's bieden een concrete leidraad voor de aanpak van laaggeletterdheid: hoe herken je laaggeletterden, hoe maak je het thema bespreekbaar, wat maakt een vindplaats kansrijk, hoe verleid je iemand om een volgende stap te zetten en welk aanbod past dan? Daar is niet één antwoord op, want wat voor de één werkt, werkt juist averechts voor de ander.

Door laaggeletterde inwoners te differentiëren op basis van hun wensen, behoeften en waar zij tegenaan lopen, ontstaat inzicht in waar kansen liggen en welk aanbod bij hen past. Een inclusieve of doelgroepgerichte aanpak vraagt om 1) een goed beeld van wensen, behoeften en motivaties, 2) kennis over welk aanbod en welke benadering aanspreekt, 3) verbinding tussen de leefwereld en interventies of beleid en 4) (contextspecifiek) inzicht in wat werkt, wat niet werkt en wat door aanpassingen versterkt kan worden.

Het zorgvuldig ontwikkelen van persona's vereist tijd, sensitiviteit, vele iteratieslagen en creativiteit. Maar persona's die de doelgroep en hun leefwereld representeren en tastbaar maken, kunnen vervolgens van grote meerwaarde zijn om inwoners meer positie te geven bij de ontwikkeling van beleid en dienstverlening in het sociaal domein.

REFERENTIES

- Algemene Rekenkamer. (2016). *Aanpak van laaggeletterdheid*. Geraadpleegd op 15 oktober 2019, van <https://www.rekenkamer.nl/publicaties/rapporten/2016/04/20/aanpak-van-laaggeletterdheid>
- Brown, T. (2019). *Change by design. Revised and Updated*. New York: HarperCollins.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). London: Oxford University Press.
- CINOP, Etil, Kohnstamm Instituut, Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt (ROA) & Maastricht University. (2016). *Laaggeletterdheid in Den Haag - Conclusies*. Den Haag: Gemeente Den Haag.
- Lost Lemon & Muzus. (2018). *Laaggeletterden in beeld*. Haarlem: Lost Lemon & Muzus.
- Rijksoverheid. (2021). *Moet ik als nieuwkomer inburgeren?* Geraadpleegd op 1 december 2021, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/inburgeren-in-nederland/vraag-en-antwoord/moet-ik-als-nieuwkomer-inburgeren>
- Stichting Lezen & Schrijven. (2018). *Feiten & Cijfers Laaggeletterdheid*. Geraadpleegd op 1 oktober 2020, van https://www.lezenenschrijven.nl/sites/default/files/2020-08/2018_SLS_Literatuurstudie_FeitenCijfers_interactief_DEF.pdf

HET ONTWIKKELEN EN TOEPASSEN VAN PERSONA'S

- Van der Meer, R., Doelen, P., Kistemaker, N., & Boonen, S. (2019). *Herkennen, bereiken en activeren van de moeilijker bereikbare doelgroep. Toegespitst op de thema's werknemers en werkzoekenden, armoede en schulden*. Haarlem: Lost Lemon & Muzus.
- Wildenbos, J., Van der Meer, R., & Hendriksen, I. (2019). *Breder kijken, breder oogsten: een onderzoek naar kansen voor laaggeletterden in stadsdeel Laak*. Haarlem: Lost Lemon.