

The background features a complex abstract design. On the left, there are solid grey gears and dashed yellow gears. In the center, there are large light blue circles and a dashed yellow gear. On the right, there is a prominent target pattern with concentric dashed blue circles and a central crosshair. A vertical yellow bar is positioned between the center and the target. The bottom of the image is a solid dark blue rectangle containing white text.

Tool Geletterdheidinzicht leidt tot onderbouwde keuze doelgroepenbeleid

Annemarie Groot

Dit artikel maakt deel uit van de reeks artikelen *Leren in de educatie, Lesgeven, begeleiden en faciliteren*. Deze reeks is bestemd voor iedereen die betrokken is bij de volwasseneneducatie, bijvoorbeeld docenten/begeleiders, beleidsmakers, onderzoekers en vrijwilligers. De verschillende artikelen geven informatie over de relevante thema's binnen de volwasseneneducatie, beschrijven de richting waarin de visie hierop zich ontwikkelt en leveren verhelderende voorbeelden.

Annemarie Groot

Annemarie Groot werkt bij CINOP/ECBO en is een ervaren onderzoeker op het gebied van kwantitatief en kwalitatief onderzoek. Annemarie werkte eerder als NT2-docent, trainer en consultant bij CINOP Advies. Ze heeft specifieke expertise op het gebied van basisvaardigheden (taal, rekenen en digitale vaardigheden) in de volwasseneneducatie en voor kwetsbare groepen in het mbo en Inburgering. Ze heeft de afgelopen jaren vanuit haar rol als onderzoeker verschillende beleidsevaluaties en subsidie-evaluaties uitgevoerd, zoals de Evaluatie subsidieregeling laagtaalvaardige werknemers (2019) en de Monitor deelname

lees- en schrijfonderwijs door laaggeletterden (2008 en 2009). Daarnaast heeft Annemarie bijgedragen aan de ontwikkeling van een e-learning voor gemeenten over laaggeletterdheid en is ze projectleider van de Beleidsmonitor Tel mee met Taal die ECBO uitvoert in samenwerking met Ockham IPS in opdracht van de Ministeries van OCW, BZK, SZW en VWS.

Tool Geletterdheidinzicht leidt tot onderbouwde keuze doelgroepenbeleid

Begin 2020 is de tool www.geletterdheidinzicht.nl gelanceerd om gemeenten te ondersteunen bij de ontwikkeling van hun beleid ten aanzien van laaggeletterdheid en volwasseneneducatie. Hoewel gemeenten een breed aanbod aan volwasseneneducatie organiseren, neemt slechts een klein deel van de laaggeletterden deel aan een cursus. Daarom willen gemeenten beter kunnen inschatten of het aanbod wel voldoende aansluit bij de doelgroep. Een beter zicht op de samenstelling van deze doelgroep is dan een vereiste. Hiervoor is de Tool Geletterdheidinzicht.nl ontwikkeld.

Uit een rondgang onder gemeenten blijkt dat de meeste gemeenten deze tool inmiddels wel kennen. Veel gemeenten raadplegen de site om de omvang van de doelgroep in hun regio te bepalen. Maar behalve voor informatie over aantallen, te onderscheiden subgroepen en andere kwantitatieve informatie kan de tool voor meer doeleinden worden ingezet. Bijvoorbeeld als het gaat om de kenmerken van de verschillende doelgroepen, hoe je ze kunt bereiken en welk aanbod voor hen relevant is.

In dit artikel wordt nader ingegaan op de verdere mogelijkheden van de tool en op de vraag hoe deze informatie vertaald kan worden in beleid.

Tool Geletterdheidinzicht leidt tot onderbouwde keuze doelgroepenbeleid

Ondanks het breed aanbod aan volwasseneneducatie vindt slechts een klein deel van de laaggeletterden de weg naar een cursus. Een mogelijke reden hiervoor is dat het aanbod onvoldoende aansluit bij de potentiële doelgroep. Gemeenten beogen uiteraard wel met hun aanpak zoveel mogelijk laaggeletterden te bereiken. Om beter in te kunnen schatten of cursussen voldoende aansluiten, willen ze beter zicht op de samenstelling van de doelgroep in hun gemeente. Dat is de reden dat de overheid aan ECBO, ROA en Etil heeft gevraagd om een doelgroepenanalyse uit te voeren.

Analyse van doelgroepen voor de Tool Geletterdheidinzicht.nl

Voor het onderzoek naar de verschillende doelgroepen is gebruik gemaakt van data van het PIAAC-onderzoek en registerdata van het CBS. Het laatste was nodig om de omvang van de doelgroepen ook op het niveau van de gemeente te kunnen vaststellen. Uiteindelijk levert de analyse een beperkt en hanteerbaar aantal subgroepen op, die groot genoeg zijn om beleid op te ontwikkelen.

Voor het onderscheiden van subgroepen is gebruik gemaakt van 8 objectieve kenmerken, waarvan er uiteindelijk maar 4 onderscheidend bleken:

- leeftijd
- migratie-achtergrond
- partner en/of kinderen
- arbeidsmarktstatus

De andere 4 kenmerken: geslacht, opleidingsniveau, het hebben van een bijstandsuitkering en deelname aan een schuldhulptraject bleken onvoldoende onderscheidend.¹

Omdat de PIAAC-data zich richten op de bevolking tussen 16-65 jaar hebben de gegevens alleen op die groep betrekking. Hoewel laaggeletterdheid ook voorkomt onder mensen die ouder zijn dan 65 jaar zijn er over de groep 65+'ers geen cijfers uit onderzoek bekend en kan deze groep alleen bij benadering worden geschat. Verdere informatie en verantwoording van het uitgevoerde onderzoek is te vinden op de website van de tool.²

6 doelgroepen

Uiteindelijk leverde de analyse 7 doelgroepen op: 6 duidelijk onderscheiden doelgroepen (A t/m F) en 1 groep (G) met de laaggeletterden die niet tot een van die 6 doelgroepen behoren.³ Deze doelgroepen zijn als volgt te omschrijven:

A Oudere, werkend, met Nederlandse achtergrond, en zowel partner als kinderen

Mensen in deze groep zijn allemaal 50 tot en met 65 jaar oud, en hebben allemaal zowel een partner als kinderen. Uit eerder onderzoek (Bijlsma & Van der Velden, 2019) weten we dat werkende laaggeletterden relatief vaak werkzaam zijn in facility management en reiniging, vervaardiging van kleding, schoenen, metaal en andere goederen, landbouw, en horeca. Het gaat daarbij relatief vaak om mensen met een beroep als schoonmaker, productiemachinebediener, assemblagemedewerker of hulpkracht in bouw, industrie, horeca en landbouw.

B Oudere, niet-actief, met Nederlandse achtergrond, en zowel partner als kinderen

Identiek aan de eerste groep, maar niet actief op de arbeidsmarkt. Verdere analyse suggereert dat deze groep vooral bestaat uit mensen die met (vervroegd) pensioen of arbeidsongeschikt zijn. Op deze groep is mogelijk de 'use it or lose it'-redenering van toepassing (vaardigheden verslechteren indien ze niet gebruikt worden, zoals bijvoorbeeld leesvaardigheid in de werkomgeving).

C Tussen 30 en 50 jaar oud, werkend, met Nederlandse achtergrond, divers qua partners en kinderen

Deze groep onderscheidt zich niet als het gaat om partners en kinderen; mensen met en zonder partners en kinderen komen proportioneel voor in deze groep. Ook in deze doelgroep kan bijvoorbeeld gedacht worden aan werkenden in sectoren zoals facility management en reiniging, vervaardiging van kleding, schoenen, metaal en andere goederen, landbouw, en horeca, en om beroepen als schoonmaker, productiemachinebediener, assemblagemedewerker of hulpkracht in bouw, industrie, horeca en landbouw.

D Oudere, zowel werkend als niet-werkend, met Nederlandse achtergrond, en ófwel een partner, ófwel kinderen

De mensen in deze groep zijn vrijwel allemaal 50 tot en met 65 jaar oud en zijn voornamelijk singels met kinderen (een kleiner aandeel is kinderloos met partner). Mensen in deze groep zijn relatief iets vaker werkloos en niet-actief, maar de groep bevat ook werkenden.

E Jongere, zowel werkend als niet-werkend, zowel met Nederlandse achtergrond als met migratieachtergrond, en zonder partner en kinderen

Deze groep bestaat zowel uit jongeren (16 tot 30 jaar oud) met een Nederlandse achtergrond als jongeren met een migratieachtergrond. Het gaat deels (47.6%) om jongeren die nog met een opleiding bezig zijn, bijvoorbeeld op mbo-niveau, al zijn er ook werkenden in deze groep.

F Mensen met migratieachtergrond, 30 jaar en ouder, zowel werkend als niet-werkend, en met partner, met kinderen of met beide

Mensen in deze groep hebben allen een migratieachtergrond (m.n. 1e generatie). Mensen in deze groep zijn allemaal 30 jaar en ouder (een combinatie van mensen tussen 30 en 50 jaar oud en mensen van

50 tot en met 65 jaar oud) en hebben meestal zowel een partner en kinderen (een kleinere groep heeft partner of kinderen). Deze doelgroep onderscheidt zich niet duidelijk van andere doelgroepen op het gebied van arbeidsmarktstatus.

G Divers: mensen die niet in één van de 6 andere doelgroepen (A t/m F) vallen

Tot slot blijft er een groep mensen over die enerzijds niet bij één van de 6 doelgroepen passen, maar die anderzijds ook onderling te verschillend zijn om samen nog een extra 7e doelgroep te kunnen vormen. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om 2e generatie migranten, jongeren met kinderen, 1e generatie migranten van 30 jaar en ouder die zowel geen

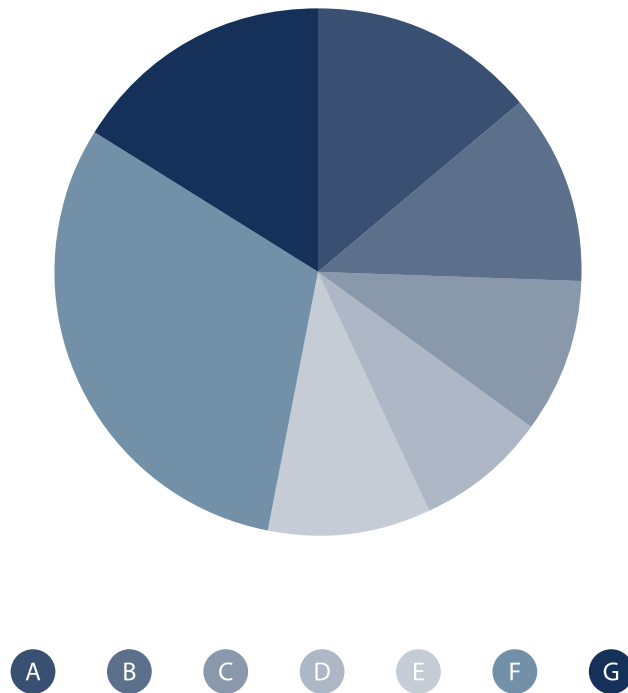
partner en geen kinderen hebben en oudere werknemers die zowel geen partner als geen kinderen hebben.

Wat opvalt is dat 4 van de 7 doelgroepen bestaan uit volwassenen zonder migratieachtergrond (Nederlandssprekenden), 1 doelgroep alleen migranten bevat (NT2'ers) en 2 doelgroepen zowel migranten als niet-migrant. Verder valt op dat er 1 doelgroep is met jongeren tot 30 jaar zonder partner en zonder kinderen. Tot slot zijn er 2 doelgroepen die alleen verschillen in arbeidsmarktstatus (werkend tegenover niet-actief).

Doelgroep	Leeftijd	Partner en/of kinderen	Met of zonder migratieachtergrond	Arbeidsmarktstatus	Aandeel in totale groep laaggeletterden
A	50-65	Partner en kinderen	Niet-migrant	Werkend	14%
B	50-65	Partner en kinderen	Niet-migrant	Niet-actief	11,7 %
C	30-50		Niet-migrant	Werkend	9,3 %
D	50-65	Partner of kinderen	Niet-migrant		8,1%
E	16-30	Geen van beide	Migrant en niet-migrant		10,0 %
F	30-50 en 50-65	Partner en/of kinderen	1e Generatie migrant		30,8 %
G Restgroep					16,1 %

Figuur 1: Doelgroepen laaggeletterden met onderscheidende kenmerken⁴

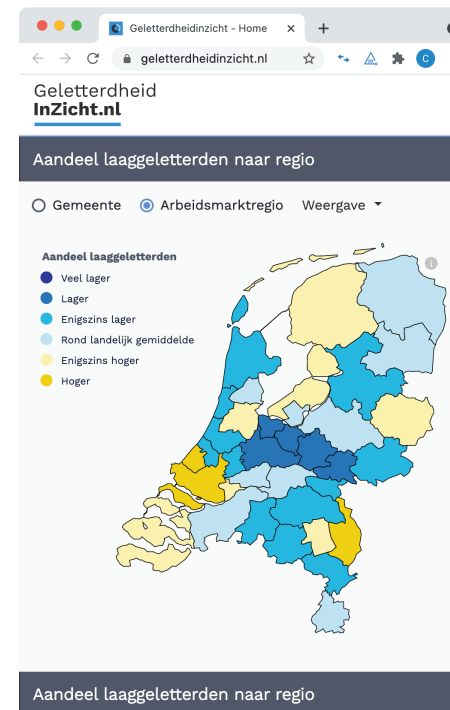
Bekijk het cirkeldiagram (fig. 2) voor een grafische weergave.⁵



Figuur 2: Percentage van alle laaggeletterden per doelgroep

Meer dan aantallen

De meeste gemeenten raadplegen de site vooral om de omvang van de doelgroep in hun regio of gemeente te bepalen. Dit blijkt ook uit de websitegegevens: verreweg de meeste bezoekers van de website raadplegen de webpagina met informatie over het aandeel laaggeletterden naar regio of gemeente.



Figuur 3: Weergave www.geletterdheidinzicht.nl

Met de tool kun je door te klikken op de kaart zien welke doelgroepen in jouw gemeente of regio voorkomen, hoe groot het aandeel van deze doelgroep in percentages is binnen de totale doelgroep laaggeletterden en de geschatte aantallen. Zo krijg je inzicht in de verdeling van de gemeentelijke populatie en kun je daar je beleid op afstemmen. Minder bekend is dat de tool niet alleen maar bestaat uit de verschillende visualisaties met betrekking tot de

omvang van de groep laaggeletterden, maar dat er ook per doelgroep uitgebreide informatie te vinden is die kan ondersteunen bij de werving van laaggeletterden. Die informatie is te vinden in de uitgebreide handreiking bij de doelgroepenanalyse.

Handreiking bij de doelgroepenanalyse

In de handreiking wordt aangegeven welke informatie beschikbaar is, je vindt er een 3-stappenplan voor het uitwerken van een visie, planvorming en het uitwerken van een concreet actieplan en veel informatie over de 6 onderscheiden doelgroepen.

Het stappenplan

Stap 1: Het opstellen van een visie die de kaders van het beleid bepaalt
Hierbij kan de tool gebruikt worden om:

- de omvang van de groep laaggeletterden te bepalen en te kijken hoe de doelgroepen verdeeld zijn in de regio en/of per gemeente, zowel procentueel als in aantallen. Ook wordt aangegeven welke andere databronnen benut kunnen worden;
- te reflecteren op het huidige beleid: wie worden al bereikt, wie nog niet;
- doelgroepen van het beleid vast te stellen en eventueel opstellen nieuwe visie.

Stap 2: Planvorming

Om op basis van de visie te komen tot een beleidsplan biedt de tool informatie over:

- kenmerken en mogelijke leervragen van de doelgroepen;

- het lokaliseren van de doelgroepen;
- het benaderen van de doelgroepen (werving);
- het bepalen van passend aanbod.

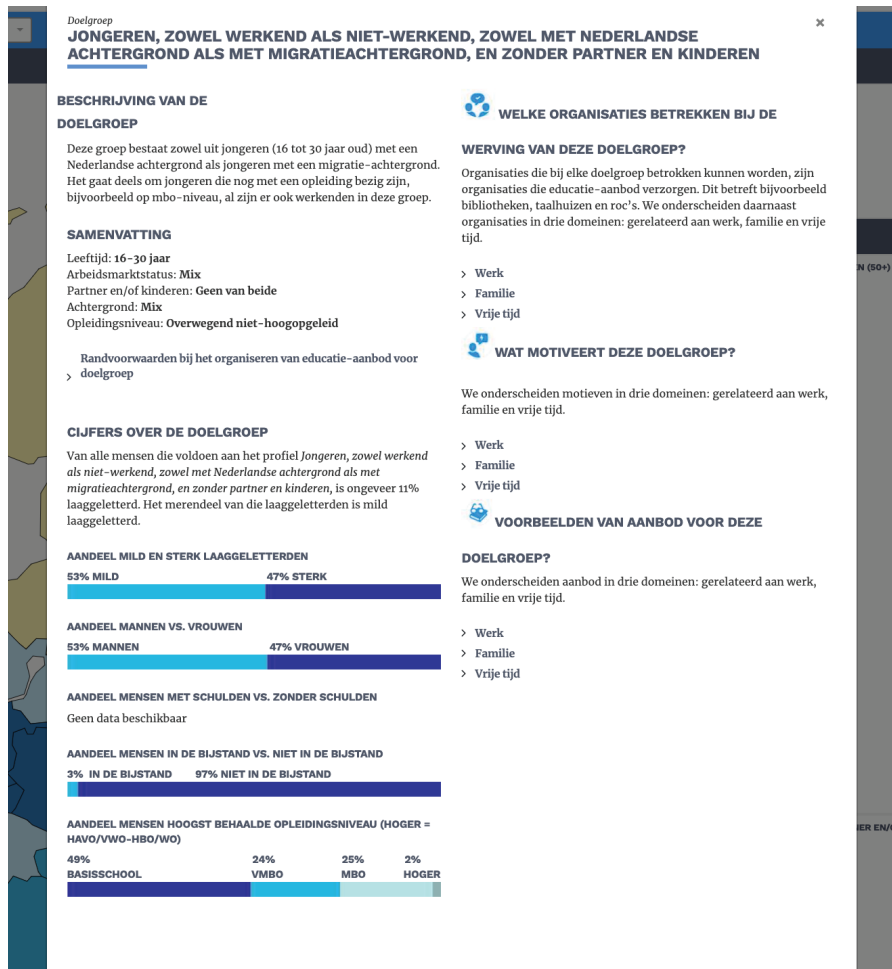
Stap 3: Plan van aanpak

Op basis van stap 1 en 2 kan een plan van aanpak worden opgesteld om concrete activiteiten te benoemen voor de lange en korte termijn. De tool geeft informatie over:

- welke organisaties in de regio of gemeente betrokken kunnen worden;
- welk aanbod passend is voor de verschillende doelgroepen;
- welke financieringsmogelijkheden er zijn naast de WEB.

Informatie per doelgroep

Naast de schattingen is uitgebreidere informatie in de tool opgenomen per doelgroep. Door op een specifieke doelgroep te klikken kunnen de achtergrondkenmerken van de doelgroep gevonden worden, met een aantal aanvullende cijfers (bijvoorbeeld met betrekking tot het percentage mannen en vrouwen in die groep en het opleidingsniveau). Ook is er informatie te vinden die behulpzaam kan zijn bij de werving: het gaat dan om organisaties die voor die doelgroep relevant zijn en betrokken kunnen worden bij signaleren, doorverwijzen, werving en mogelijke motivatiebronnen. Tot slot zijn er voorbeelden te vinden van passend aanbod voor de doelgroep (zie hiervoor figuur 4).



Figuur 4: Voorbeeld van de online informatie per doelgroep. In deze figuur doelgroep E: Jongeren

In figuur 4 zie je dat voor zowel werving als het motiveren van een doelgroep steeds 3 domeinen worden onderscheiden:

- Werk
- Familie
- Vrije tijd

In de Handreiking doelgroepenanalyse kun je hierover nog meer informatie vinden. Daarin wordt uitgebreid ingegaan, zowel op de

Werk	Familie	Vrije tijd
Meer geld verdienen	Mantelzorg voor ouder(s)	Alles willen weten over gezonde voeding
Hogerop komen	Zorgverzekering aanschaffen	Jeugdtrainer worden bij de voetbalvereniging
Starten eigen bedrijf	Thuisadministratie doen	Een relatie willen (Tinder)
	Schulden wegwerken	Kunnen gamen
Een bijbaantje vinden	Huis willen kopen of huren	Telefoonabonnement kiezen en begrijpen
Belastingaangifte doen	Toeslagen aanvragen	Vakantie kunnen boeken
Studiekeuze maken		Op mezelf kunnen wonen
Solliciteren		Berichten kunnen plaatsen op social media, chatten
VCA-diploma halen		
Verdien ik wel conform de CAO?		

Figuur 5: Tabel motieven jongeren

motieven als op de vindplaatsen en de organisaties die betrokken kunnen worden. Voor de doelgroep jongeren (E) bijvoorbeeld ziet het er, als het gaat om mogelijke motieven, als volgt uit (figuur 5).⁶

Passend aanbod

Om gericht aanbod te kunnen organiseren stel je de vraag: voor wie organiseer je het aanbod? Er zijn meerdere initiatieven om in beeld te brengen hoe divers de doelgroep is en dat dé laaggeletterde niet bestaat.⁷ Ook is door onderzoek veel bekend over achtergrondkenmerken van laaggeletterden. Zo weten we dat vrouwen vaker laaggeletterd zijn dan mannen, ouderen vaker dan jongeren en dat er op de lagere onderwijsniveaus meer laaggeletterden zijn dan op de hogere onderwijsniveaus.⁸ De totale groep laaggeletterden is divers samengesteld, maar die informatie biedt nog onvoldoende houvast aan gemeenten om beleid op te ontwikkelen en aanbod te bepalen. Door informatie uit de tool te combineren en gebruik te maken van de uitgebreide informatie in de Handreiking Doelgroepenanalyse kun je tot een meer gefundeerde keuze komen om aanbod in te kopen of te subsidiëren.

Bijvoorbeeld: veel regio's zetten in op het beter bereiken van Nederlandssprekenden. Maar wie zijn dat? Een regio die we hierover spraken kwam er door het gebruiken van de tool achter dat er, tegen hun verwachting in, vrij veel jongeren in hun regio zijn.

voorbeeld

In gemeente X was een motie ingediend in de gemeenteraad om de laaggeletterdheid in kaart te brengen. "We hadden geen idee hoe we moesten kijken naar de groep Nederlandssprekenden. Wie zijn dat dan? We kwamen in onze zoektocht uit bij de tool geletterdheidinzicht.nl. Ik wist niet dat de cijfers er waren en dat ze naar doelgroep waren uitgesplitst dus dit was mooi meegenomen. Uit de doelgroepenanalyse bleek dat het aandeel jongeren in onze gemeente vrij groot is. Dat triggerde ons wat we voor info daarover konden ophalen; dat zit ook in de handreiking."

De abstracte cijfers bieden dus aanknopingspunten voor verdere verdieping in de deelnemers waarop het gemeentelijk beleid zich richt of zou moeten richten: wat zijn achtergrondkenmerken van de laaggeletterde doelgroep en wat zouden hun motieven kunnen zijn om te leren?

voorbeeld

Gemeente Y scoort goed op laaggeletterdheid, 7% tegenover landelijk 12%. Uit de verdeling over de doelgroepen blijkt echter dat 2 doelgroepen oververtegenwoordigd zijn:

- Jongeren (doelgroep E)
- Mensen met een migratieachtergrond, met of zonder kinderen (doelgroep F)

Met name het grote aandeel jongeren dat laaggeletterd is, was verrassend. De gemeente kiest daarom voor de volgende beleidsperiode om te investeren in een gezinsaanpak maar

ook op een werkgeversaankpak. Bij de gezinsaanpak wordt niet alleen ingespeeld op de doelgroep migranten, maar ook op laaggeletterdheid onder jongeren door het inzetten op lezen en leesplezier op het vmbo. In het kader van de werkgeversaankpak blijkt dat voor veel jongeren in de technische sectoren het behalen van het VCA-diploma een barrière vormt om werk te vinden. Het roc wordt daarom gevraagd in te zetten op ondersteuning van deelnemers aan VCA-trainingen. Dat werpt vruchten af, niet alleen als het gaat om het slagingspercentage. De trainingen blijken ook een rol te vervullen in de werving. Meer dan 25% van de deelnemers ervaart zoveel problemen met basisvaardigheden, dat ze doorverwezen kunnen worden naar ander aanbod.

Benchmarking

In de online tool kun je ook de cijfers van jouw gemeente of regio vergelijken met landelijke cijfers en met die in andere regio's en gemeenten. Maar ook verschillen tussen gemeenten in de eigen regio kun je zo in een oogopslag overzien. Als die verschillen tussen de verdeling van de doelgroepen groot zijn, kan dat consequenties hebben voor het regionale beleidsplan: kopen we voor elke gemeente hetzelfde aanbod in? Of is het nodig om te differentiëren als in de grotere gemeente(n) veel migranten wonen en in een kleine plattelandsgemeenten vooral Nederlandstalige ouderen?

Ten slotte

Wat kan er niet

De tool kan gemeenten dus helpen om onderbouwde beleidskeuzes te maken: de percentages kunnen extra inzicht bieden in hoe de groep laaggeletterden in de gemeente is samengesteld en de aanvullende informatie kan helpen bij keuzes voor de wervingsstrategie en het organiseren van passend aanbod. Het is echter niet mogelijk om op basis van de tool het effect van het beleid te monitoren of om bij te houden of alle laaggeletterden bereikt zijn. De cijfers zijn immers gebaseerd op (oude) PIAAC-data uit 2012 en kunnen niet regelmatig ververs worden.

Reflecteren op het huidige beleid

Wel kan met behulp van de cijfers gereflecteerd worden op het huidige beleid. Immers: op welke doelgroep richt het huidige beleid en aanbod zich? Wie worden daarmee al wel bereikt en wie nog niet? Waar liggen nog kansen om meer laaggeletterden te bereiken? Dit levert inzichten op voor het eventueel veranderen of uitbreiden van aanbod.

Andere informatie

Ook kan de informatie over de omvang en samenstelling van de doelgroepen aangevuld worden met informatie uit het sociaal domein (bijvoorbeeld via www.waarstaatjegemeente.nl). Door data te combineren kan beter in beeld komen op welke doelgroepen het beleid zich zou moeten richten. In de e-learning Aanpak Laaggeletterdheid voor gemeenten die specifiek ontwikkeld is voor startende beleidsmedewerkers wordt nog verder ingegaan op het proces

rondom aanbesteden van educatie-aanbod, monitoren van de doelstellingen van het aanbod en de werving van laaggeletterden.⁹

Conclusie

In de Tool Geletterdheidinzicht is meer informatie te vinden dan enkel schattingen over het aantal laaggeletterden in een regio. Bij de verdere concretisering en uitwerking van regionale plannen kunnen gemeenten (nog meer) hun voordeel doen met deze tool, zodat het educatieaanbod dat zij organiseren zo goed mogelijk aansluit bij doelgroepen waarvoor het bedoeld is.

Noten

1. Deze 4 kenmerken (geslacht, opleidingsniveau, bijstandsuitkering en deelname aan een schuldsaneringstraject) blijken onvoldoende bij te dragen aan het onderscheid tussen groepen. Met andere woorden: die kenmerken zijn niet bepalend voor de subgroep waarin laaggeletterden terechtkomen (de andere kenmerken zijn wel onderscheidend). Bijvoorbeeld: of een laaggeletterde een man of een vrouw is, bepaalt niet of een laaggeletterde in de ene groep valt of in de andere, terwijl het al dan niet hebben van een baan dat wel doet. Dit betekent overigens niet dat kenmerken als geslacht of opleidingsniveau niet belangrijk zijn: een cursus kan zich wel degelijk op laaggeletterden richten die voldoen aan (een of meerdere van) deze kenmerken.
2. Huijts, T., Bijlsma, I. & Van der Velden, R. (2020). Wetenschappelijke verantwoording doelgroepenanalyse laaggeletterden. Maastricht. Universiteit Maastricht. <https://etil.blob.core.windows.net/media/wetenschappelijke-verantwoording-doelgroepenanalyse-laaggeletterdheid-definitief-200210.pdf>
3. De gegevens in deze doelgroepenbeschrijving zijn gebaseerd op de wetenschappelijke verantwoording van de doelgroepenanalyse, zoals genoemd in noot 2.
4. De gegevens in deze tabel zijn gebaseerd op de wetenschappelijke verantwoording van de doelgroepenanalyse, zoals genoemd in noot 2.
5. Kijken we naar de totale groep laaggeletterden en hoe die verdeeld is over de 7 doelgroepen, dan volgt daaruit het beeld zoals weergegeven in figuur 2. De gegevens zijn gebaseerd op de wetenschappelijke verantwoording zoals genoemd in noot 2.
6. <https://etil.blob.core.windows.net/media/handreiking-doelgroepenanalyse-definitief-200212.pdf>
7. Zie hiervoor de volgende publicaties: Marian Janssen-de Goede: De doelgroep in beeld. Werving van Nederlandssprekende laaggeletterde volwassenen. Onderdeel van artikelenserie Leren in de educatie, Lesgeven, begeleiden en faciliteren. Onder (eind)redactie van E. Bohnenn, I. Den Hollander, R. Thijssen en B. Vaske. Den Haag: Stichting Expertisecentrum Oefenen.nl, 2019. <https://www.lostlemon.nl/welke-typen-laaggeletterden-zijn-er>
8. Buisman, M. & Houtkoop, W. (2014). Laaggeletterdheid in kaart. 's-Hertogenbosch: Expertisecentrum Beroepsonderwijs.
9. <https://www.vngconnect.nl/academie/Training/e-learning-aanpak-laaggeletterdheid/6de57067-gf12-408a-gfea-a7136db5bofa>

COLOFON

De artikelenserie *Leren in de educatie, Lesgeven, begeleiden en faciliteren* is een initiatief van Ella Bohnenn, Ina den Hollander en Ben Vaske.

Dit artikel is mogelijk gemaakt door bijdragen van Stichting Dioraphte en Stichting Expertisecentrum Oefenen.nl.

Projectgroep

Ben Vaske, Ella Bohnenn en Ina den Hollander

Auteur

Annemarie Groot

Eindredactie

Riet Thijssen

Vormgeving

Mevrouw van Mulken

Te citeren als

Annemarie Groot, *Tool Geletterdheidinzicht leidt tot onderbouwde keuze doelgroepenbeleid*. Onderdeel van artikelenserie *Leren in de educatie, Lesgeven, begeleiden en faciliteren*.

Onder (eind)redactie van E. Bohnenn, I. den Hollander, R. Thijssen en B. Vaske. Den Haag: Stichting Expertisecentrum Oefenen.nl, 2020.

Door het downloaden van dit artikel gaat u akkoord met de licentievoorwaarden zoals vermeld in de Disclaimer op www.oefenen.nl.

© 2021 Stichting Expertisecentrum Oefenen.nl/Annemarie Groot

Stichting Expertisecentrum Oefenen.nl
Koninginnegracht 15
2514 AB DEN HAAG
070 762 2 762
info@oefenen.nl

