

2021

Laaggeletterdheid in Nieuw-West Boeren voor Buren



Karwan Khurshid

Stagiaire Boeren voor Buren

1-10-2021

Voorwoord

Beste lezer,

Voor u ligt mijn stageopdracht voor de opleiding Voeding & Diëtetiek op de Hogeschool van Amsterdam. Het doel van dit onderzoek is het vergroten van de doelgroep van de stageplek Boeren voor Buren. Het onderwerp gaat over laaggeletterdheid in Amsterdam Nieuw-West.

Hierbij wil ik mijn opdrachtgever Ruben Nieuwenhuis, Founder van Boeren voor Buren, bedanken voor het toekennen van deze opdracht. Ook wil ik Laura Viaene en Simay Keskin bedanken voor het ondersteunen van dit onderzoek. Verder wil ik Eigenwijks, Combiwel, Hippe Heks en Nisa4Nisa bedanken voor het deelnemen aan dit onderzoek met interviews. Tot slot wil ik de stadspashouders en klanten van Boeren voor Buren bedanken voor het invullen van de enquêtes.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Karwan Khurshid

Amsterdam, 1 november 2021

Samenvatting

Inleiding

Boeren voor Buren (hierna: BvB) is een stichting die het initiatief neemt om Nederlandse boeren te verbinden met Amsterdammers en Almeerders met een kleine portemonnee. Dit willen zij doen door de voedselketen te verkorten, de boeren een acceptabele prijs te betalen en de Amsterdammers met een kleine portemonnee te voorzien van gezond voedsel voor een lage prijs. Momenteel zijn er 300 bestellingen op tweewekelijkse basis. De ambitie is om te groeien naar 1500 bestellingen.

Situatieverkenning

De gezondheidscijfers van Nieuw-West zijn minder gunstig dan de stedelijke cijfers. Daarbij is 26,6% in Amsterdam-Nieuw-West laag opgeleid. 52% van de inwoners zijn van niet-westerse afkomst. Veel van de verschillen tussen stedelijke cijfers kunnen worden verklaard door: bijvoorbeeld de opleiding, herkomst en inkomen.

Vraagstelling

De onderzoeksvraag is hoe Boeren voor Buren de laaggeletterde stadspashouders in Amsterdam Nieuw-West kan aanspreken en aantrekken om op wekelijkse basis groente en fruit te bestellen.

Methode

Er is zowel praktijkonderzoek als literatuuronderzoek gedaan. Het praktijkonderzoek is gedaan met een enquête voor alle klanten van BvB en interviews met andere organisaties met de soortgelijke doelgroep. Hierbij zijn kwalitatieve en kwantitatieve data verzameld. Deze data zijn geanalyseerd door te coderen en transcriberen. Het literatuuronderzoek is gedaan door op Google te zoeken met toepasselijke zoektermen naar betrouwbare bronnen.

Resultaten

Het aantal respondenten op de enquête is 55, dit is 19,3% van de onderzoekspopulatie. Uit de enquête blijkt dat zowel de mensen uit Nieuw-West als overige stadsdelen voornamelijk via social media en de stadspas bij Boeren voor Buren terecht zijn gekomen. Een klein deel van de respondenten is digibeet en vindt het bestellen op de website moeilijk. De huidige klanten zouden in de toekomst graag een vernieuwing van het assortiment willen zien.

Er zijn vier organisaties geïnterviewd. Hieruit komt naar voren hoe BvB laaggeletterde mensen kan aantrekken en op welke online platformen BvB kan inschrijven voor bekendheid.

Er zijn twee betrouwbare bronnen gevonden betreft laaggeletterdheid. Hierbij wordt hulp aangeboden door adviseurs en een hulpmiddel in de vorm van een checklist.

Conclusie

Boeren voor Buren kan meer (laaggeletterde) mensen aantrekken door in te schrijven bij Wijzijnnieuwwest en Nextdoor, meertalige personeel aan te nemen, voorlichting te geven, contact op te nemen met adviseurs en de in te zetten interventies aan de hand van de checklist aan te passen voor laaggeletterde mensen.

Discussie

Opvallend is dat bij de enquête veel antwoorden bij 'onbekend' zijn ingedeeld, omdat er geen antwoord of onjuist antwoord gegeven is. Zou de vraag dan niet goed begrepen zijn? Bij de interviews is het transcriberen op twee verschillende manieren gebeurd, waardoor het niet volledig valide is. Eén van de literatuurbronnen is gericht op de zorg, maar toepasselijk gemaakt voor BvB.

Inhoud

Voorwoord	1
Samenvatting	2
Inhoud	3
Inleiding	4
1. Situatieverkenning	5
2. Vraagstelling	7
2.1 Onderzoeksvraag	7
2.1.1 Deelvragen	7
3. Methode	8
3.1 Praktijkonderzoek	8
3.1.1 Enquête	8
3.1.2 Interview	9
3.2 Literatuuronderzoek	10
4. Resultaten	11
4.1 Deelvraag 1	11
4.2 Deelvraag 2	22
4.3 Deelvraag 3	23
5. Conclusie	26
5.1 Persona	26
	26
	26
Bronnen	28
Bijlagen	29
Bijlage 1: Vragenlijst enquête	29
Bijlage 2: Logboek enquête	30
Bijlage 3: Vragenlijst interview	30
Bijlage 4: Logboek interview	30
Bijlage 5: Transcripties interviews	31

Inleiding

Boeren voor Buren(BvB) is een stichting die het initiatief neemt om Nederlandse boeren te verbinden met Amsterdammers en Almeerders met een kleine portemonnee. Dit is ontstaan door de problemen waarin beide partijen kwamen te zitten als gevolg van de Coronacrisis. De boeren konden hun producten niet kwijt en sommige gezinnen in Amsterdam werden geconfronteerd met schrijnende situaties.

BvB wil de voedselketen verkorten, de boeren een acceptabele prijs betalen en de Amsterdammers met een kleine portemonnee voorzien van gezond voedsel voor een lage prijs. Dit kan gerealiseerd worden door een duurzaam model. De aanpak voor een korte en lokale voedselketen zorgt ervoor dat de bewoners toegang hebben tot betaalbaar, gezond en lokaal voedsel, de boeren een redelijke prijs krijgen en het milieu minder wordt geschaad door de kortere transportkilometers.

De ambitie van BvB is om de komende maanden te groeien naar minimaal 1500 klanten die wekelijks hun groente en fruit bestellen via BvB. Met zulke aantallen is er sprake van een duurzaam model dat verder opgeschaald kan worden. Het is nog een lange weg om dit te bereiken, momenteel zijn er tweewekelijks 300 bestellingen.

Boeren voor Buren bereikt zijn doelgroep met behulp van flyers, posters, social media, stadspas, nieuwsbrieven, gemeente en partners. De bestellingen in Nieuw-West zijn opvallend lager dan uit stadsdelen als Noord en Oost. Uit de situatie verkenning, zie hieronder, blijkt dat in Nieuw-West meer migratieachtergronden en laagopgeleiden zijn ten opzichte van het gemiddelde van Amsterdam. Mensen met een migratieachtergrond of laagopgeleiden kunnen ook laaggeletterd zijn, waardoor zij Boeren voor Buren mislopen. Hieruit vloeit de onderzoeksvraag voort: Hoe kan Boeren voor Buren de laaggeletterde stadspashouders in Amsterdam Nieuw-West aanspreken en aantrekken om op wekelijkse basis groente en fruit te bestellen?

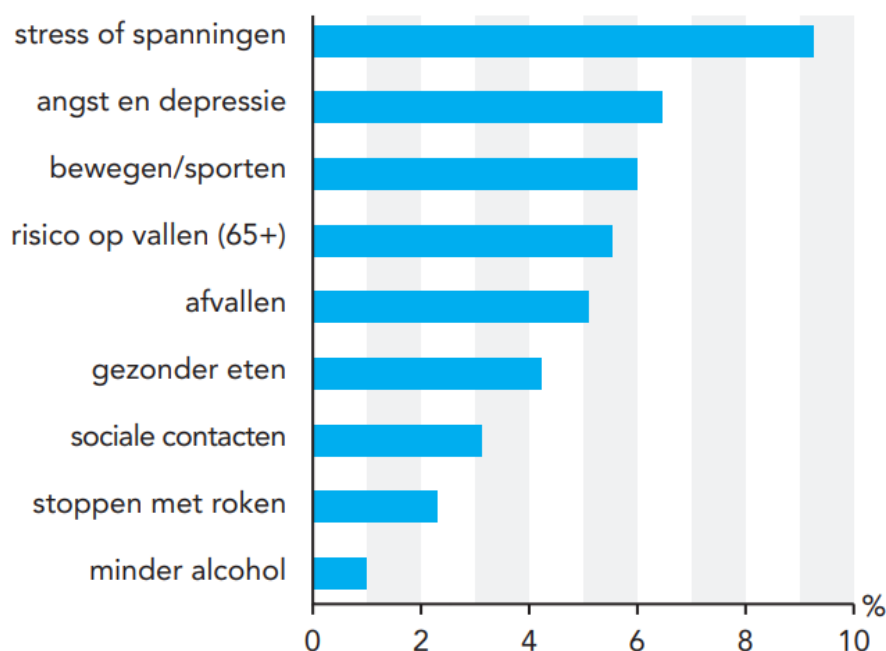
1. Situatieverkenning

De inwoners van Nieuw-West verschillen op een aantal punten van het stedelijk cijfer. De cijfers van Nieuw-West zijn namelijk minder gunstig dan de stedelijke cijfers. In Nieuw-West komen chronische aandoeningen, lichamelijke beperkingen en psychosociale problemen vaker voor. Daarnaast hebben de inwoners vaker overgewicht of obesitas en voldoen minder inwoners aan de beweegnorm. Dit wordt voor een groot deel verklaard door de bevolkingsopbouw.

Algemene informatie inwoners (19 jaar en ouder) Amsterdam Nieuw-west

- 26,7% van de inwoners 19 jaar en ouder van Amsterdam Nieuw-West heeft beperkingen in huishoudelijke dagelijkse activiteiten als gevolg van de lichamelijke gezondheid bijvoorbeeld zwaarlijvigheid. Enkel in Noord zijn hiervan de cijfers hoger.
- 20,7% van de inwoners 19 jaar en ouder van Amsterdam Nieuw-West heeft beperkingen in de activiteiten van het dagelijks leven. Ook als gevolg van de lichamelijke gezondheid. Hiermee staan zij op nummer drie van stadsdelen met de hoogste percentages van inwoners met beperkingen in de activiteiten van het dagelijks leven.
- 14% van de inwoners van 19 jaar en ouder van Amsterdam Nieuw-west heeft het gevoel weinig regie te hebben in hun eigen leven. Hiermee staan zij op nummer één, vergelijkend met de overige stadsdelen. Daarnaast voelt 16% zich eenzaam.
- In Amsterdam Nieuw-west ervaart 11,2% van de inwoners van 19 jaar en ouder matig tot sterk sociale uitsluiting.
- Eén op de vijf (20%) inwoners van Nieuw-West heeft behoefte aan ondersteuning of hulp bij het verbeteren van de eigen gezondheid, bijvoorbeeld door contact met een hulpverlener of arts, een cursus of lotgenotencontact. Het vaakst wil men hulp bij het verminderen van stress of spanningen

Figuur 3.2 Inwoners van Nieuw-West van 19 jaar of ouder die behoefte hebben aan ondersteuning of hulp (%)



- In Amsterdam Nieuw-west heeft 46,9% van de inwoners van 19 jaar en ouder overgewicht (incl. obesitas).
- Het percentage inwoners van 19 jaar en ouder dat gemiddeld minimaal 200 g fruit per dag eet is 46,9%.
- Het percentage inwoners van 19 jaar en ouder dat gemiddeld 250 g groente per dag eet is 31%.
- In Amsterdam Nieuw-west behaalt 57,4% van de 19 jaar en ouder de beweegnorm. De beweegnorm adviseert mensen om minstens vijf dagen per week minimaal een half uur matig intensief te bewegen door bijvoorbeeld stevig door te lopen.
- 26,6% in Amsterdam-Nieuw-West is laag opgeleid (1)
- 52% van de inwoners zijn van niet-westerse afkomst. 41,1% van de bevolking in Nieuw-West is Marokkaans, Turks, Surinaams of Antilliaans. (2)
- Veel van de verschillen tussen stedelijke cijfers kunnen worden verklaard door: bijvoorbeeld de opleiding, herkomst en inkomen. (1)



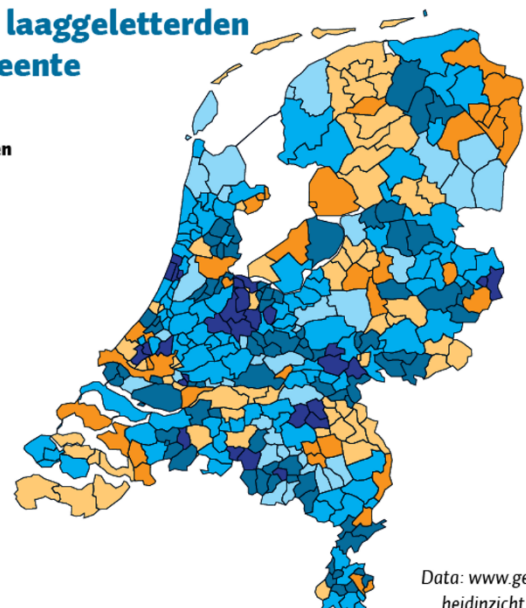
Tabel 6.1 Demografische kenmerken van inwoners van 19 jaar en ouder in Amsterdam, Nieuw-West en gebieden in Nieuw-West

	Amsterdam	Nieuw-West	Geuzenveld/ Slotermeer	Osdorp	De Aker/Nieuw Sloten	Slotervaart
aantal inwoners (19+) ¹	677.950	115.147	33.716	29.818	22.126	29.487
leeftijd ¹ (%)						
19-34	37	36	37	35	25	42
35-64	49	48	48	45	59	43
65+	15	16	15	20	16	15
overige kenmerken (%)						
niet-westerse herkomst ¹	32	48	58	50	33	45
alleenstaand ¹	35	27	28	30	18	31
laagopgeleid ²	22	30	35	38	21	23

- 2,5 miljoen mensen in Nederland zijn laaggeletterd (9)
- 16% van de Amsterdammers zijn laaggeletterd (10)
- Laaggeletterdheid is vaak een belemmering voor zelfredzaamheid en armoede vergroot de kans op laaggeletterdheid
- Mensen die laaggeletterd zijn hebben minder kennis van diverse ziektes (9)

Aandeel laaggeletterden per gemeente

Aandeel laaggeletterden



Data: www.geletterdheidinzicht.nl | ESB

2. Vraagstelling

2.1 Onderzoeksvraag

Hoe kan Boeren voor Buren de laaggeletterde stadspashouders in Amsterdam Nieuw-West aanspreken en aantrekken om op wekelijkse basis groente en fruit te bestellen?

2.1.1 Deelvragen

1. Hoe zijn de huidige klanten bij BvB terecht gekomen en wat is hun ervaring hierbij?
2. Welke middelen worden gebruikt door andere organisaties in Nieuw-West om Amsterdammers met laaggeletterdheid te bereiken?
3. Hoe kan BvB laaggeletterde stadspashouders van informatie voorzien?

3. Methode

3.1 Praktijkonderzoek

3.1.1 Enquête

Om deelvraag 1 te beantwoorden is een enquête opgesteld voor de klanten van Boeren voor Buren. De onderzoekspopulatie bestaat uit 284 klanten van BvB. Er is gekozen voor een enquête, omdat het aantal klanten van BvB groot is en een grote respons representatiever is voor alle klanten.

Er zijn kwantitatieve data verzameld door gesloten vragen te stellen, zodat het makkelijk te beantwoorden is door de doelgroep. Daarnaast zijn er kwalitatieve data verzameld aan de hand van open vragen, zodat er ruimte is voor de verschillende meningen van de klanten. De vragen hebben betrekking op hoe de klanten bij BvB terecht zijn gekomen, wat zij van het bestelproces vinden, hun ervaringen en toekomstige wensen. De enquête bestaat uit tien vragen. Er is gekozen voor een klein aantal vragen, om de drempel tot het invullen kleiner te maken en de respons hoog te houden. Het invullen van de enquête duurt ongeveer 10-15 minuten. De enquête is niet geheel anoniem, omdat het stadsdeel in het onderzoek van belang is. Zie bijlage 1 voor de enquête.

De enquête is opgesteld in Mailchimp, omdat BvB bekend is met het gebruik hiervan. De enquêtevragen zijn doorgestuurd naar de IT'er van BvB. Deze heeft de enquête per mail verstuurd naar de onderzoekspopulatie. Daarbij stond een laptop beschikbaar op locatie Daadkr8, zodat de klanten het ter plekke konden invullen, vragen konden stellen bij onduidelijkheden en ook digibeten de kans kregen om mee te doen met de enquête.

Het aantal respondenten is 55, dit is 19,3% van de onderzoekspopulatie. Hiervan zijn 41 respondenten afkomstig uit de overige stadsdelen. Dit is 19,7% ten opzichte van onderzoekspopulatie in overige stadsdelen. En 14 respondenten zijn afkomstig uit Nieuw-West, dit is 18,2% ten opzichte van de onderzoekspopulatie in Nieuw-West.

Voor de validiteit van de enquête zijn de vragen vooraf opgestuurd naar de praktijkbegeleider, zodat getoetst kan worden of de vragen aanslaan op wat onderzocht moest worden. Voor de betrouwbaarheid van de enquête is een logboek bijgehouden, zodat het onderzoek herhaalbaar is. Zie bijlage 2 voor logboek van de enquête.

De data-analyse is aan de hand van Excel gedaan. Allereerst zijn de antwoorden uit Nieuw-West en overige stadsdelen van elkaar gescheiden. Alle antwoorden zijn onder elkaar gezet per vraag. Naast de exacte antwoorden zijn er codes gegeven aan overeenkomende antwoorden. De overeenkomende codes zijn opgeteld en weergegeven in een grafiek. De grafieken zijn vanuit Excel gekopieerd en geplakt in dit Word document.

3.1.2 Interview

De dataverzameling voor deelvraag 2 is gedaan met fieldresearch in de vorm van kwalitatieve semigestructureerde interviews. Boeren voor burens heeft in het verleden een overzicht gemaakt van organisaties die mogelijk een samenwerking zouden willen aangaan. Vier van deze organisaties in Amsterdam Nieuw-West zijn benaderd voor het interview. Er is gekozen voor organisaties uit Amsterdam Nieuw-West, omdat dit het meest aansluit bij de onderzoeksvraag. Naast de locatie is gelet op bestaansduur van de organisaties. Deze moesten minimaal tien jaar bestaan, zodat we ervaren organisaties betrekken bij het onderzoek. De interviews zijn semigestructureerd om gestructureerd antwoord te krijgen op de deelvraag en eveneens de ruimte te hebben om doorvragen te stellen en zo meer informatie te verzamelen. De vragenlijst bestaat uit vijf vragen. De thema's zijn: mensen met een laag inkomen, laaggeletterde mensen en bijpassende interventies bij deze doelgroepen. Zie bijlage 3 voor de vragenlijst. De organisaties zijn per mail benaderd om deel te nemen aan dit interview.

De validiteit is gewaarborgd door het gebruiken van dezelfde opbouw van de interviews. Daarnaast zijn de interviews in soortgelijke omstandigheden afgenomen om de betrouwbaarheid te waarborgen. Bij alle vier de interviews is gebruik gemaakt van dezelfde vragenlijst. Twee van de vier geïnterviewden zijn face-to-face geïnterviewd. De andere twee zijn telefonisch geïnterviewd, omdat deze niet face-to-face beschikbaar waren. Bij de face-to-face interviews zijn notulen bijgehouden om samenvattend te transcriberen. De telefonische interviews zijn met toestemming opgenomen, zodat deze teruggeluisterd konden worden bij het woordelijk transcriberen. Om ervoor te zorgen dat de interviews kunnen worden herhaald is een logboek bijgehouden, zie bijlage 4.

Voor het analyseren van de data is gebruik gemaakt van samenvattende en woordelijke transcriptie. Voor het samenvattend transcriberen zijn de notulen gebruikt. Hierbij is niet alles woord voor woord uitgeschreven, maar samengevat. Voor het woordelijk transcriberen zijn de opgenomen interviews uitgetypt. Waarbij irrelevante tekst (tussenwerpsels, gestotter, herhalingen) is weggelaten. Taalfouten (kromme zinnen, het onjuist gebruik van hen/hun) zijn bij het transcriberen gecorrigeerd. Er is gekozen voor deze vorm van transcriptie, omdat het volledig en prettig leesbaar is. Zo staat 'I' voor interviewer en 'G' voor geïnterviewde. Op deze manier is het gehele interview overgetypt. Zie bijlage 5 voor de transcripties. (3)

Voor het coderen van de kwalitatieve interviews zijn de antwoorden per vraag in een tabel weergegeven. Zo kan overzichtelijk per vraag een conclusie getrokken worden. Deze tabel is weergegeven in hoofdstuk 4 resultaten.

3.2 Literatuuronderzoek

Om deelvraag 3 te beantwoorden is literatuuronderzoek gedaan. Hierbij is op Google gezocht naar informatie betreft communicatie met laaggeletterde mensen. Er is gezocht met de zoektermen “Laaggeletterdheid”, “Nederland” en “Communicatie”. Uiteindelijk zijn twee website gevonden die zich onder andere richten op laaggeletterdheid, namelijk ‘Stichting Lezen en Schrijven’ en ‘Pharos’.

Stichting Lezen en Schrijven beschikt over adviseurs waarmee organisaties contact kunnen opnemen als het gaat over het onderwerp laaggeletterdheid. Aan deze ondersteuning zijn geen kosten verbonden. Achtergrondinformatie over deze stichting en inhoudelijke informatie over de adviseurs zijn beschreven in de resultaten. Stichting Lezen en Schrijven is dé specialist op gebied van laaggeletterdheid in Nederland en is dus zeer betrouwbaar. Zij kennen laaggeletterden en weten waar ze tegenaan lopen dankzij onderzoeken en jarenlange kennis en ervaring.

De relevante punten voor Boeren voor Buren zijn opgenomen in de resultaten. Pharos richt zich namelijk vooral op de zorg, waardoor niet alle punten toepasselijk zijn voor Boeren voor Buren. Ook is er een checklist overgenomen, waarbij wederom de toepasselijke punten zijn overgenomen in de resultaten.

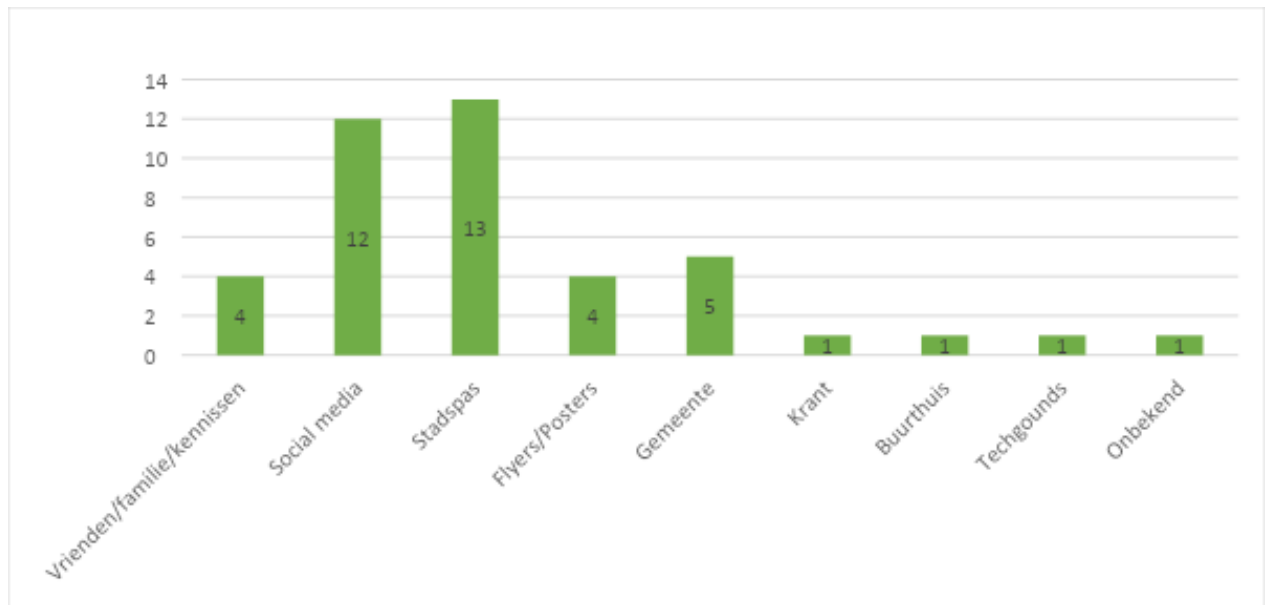
Pharos is een landelijk expertisecentrum dat bijdraagt aan het terugdringen van grote gezondheidsverschillen. Pharos is zeer betrouwbaar, omdat het gaat om wetenschappelijke kennis, praktijkkennis van professionals en ervaringskennis van mensen om wie het uiteindelijk gaat.

4. Resultaten

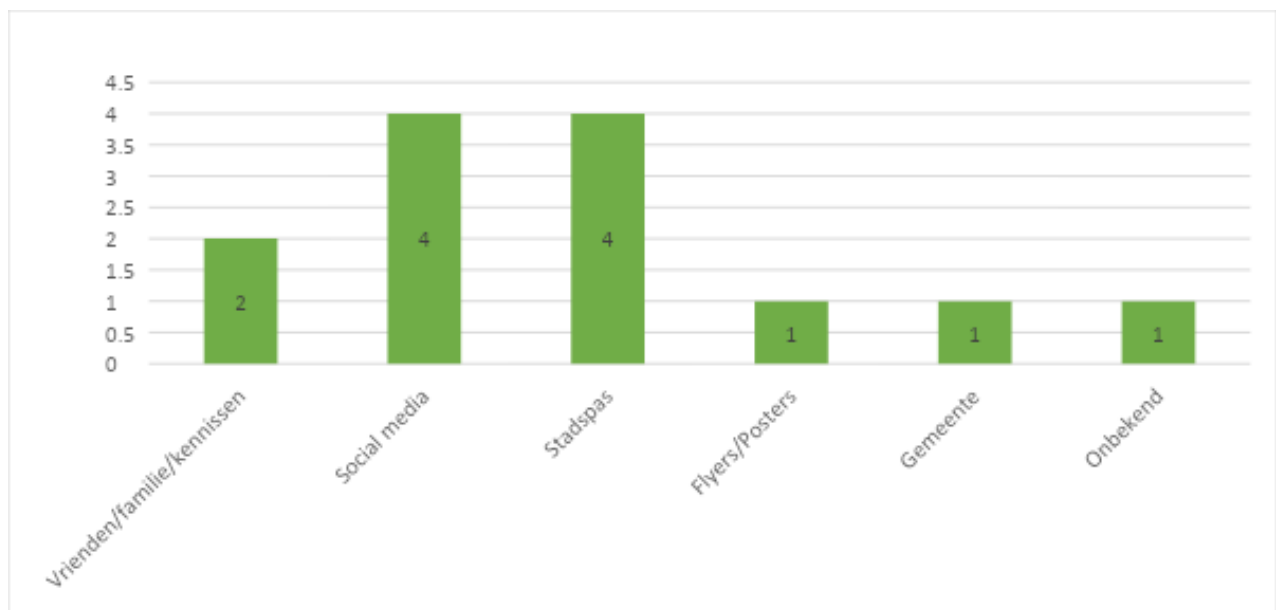
4.1 Deelvraag 1

(Hoe zijn de huidige klanten bij BvB terecht gekomen en wat is hun ervaring hierbij?)

Vraag 1



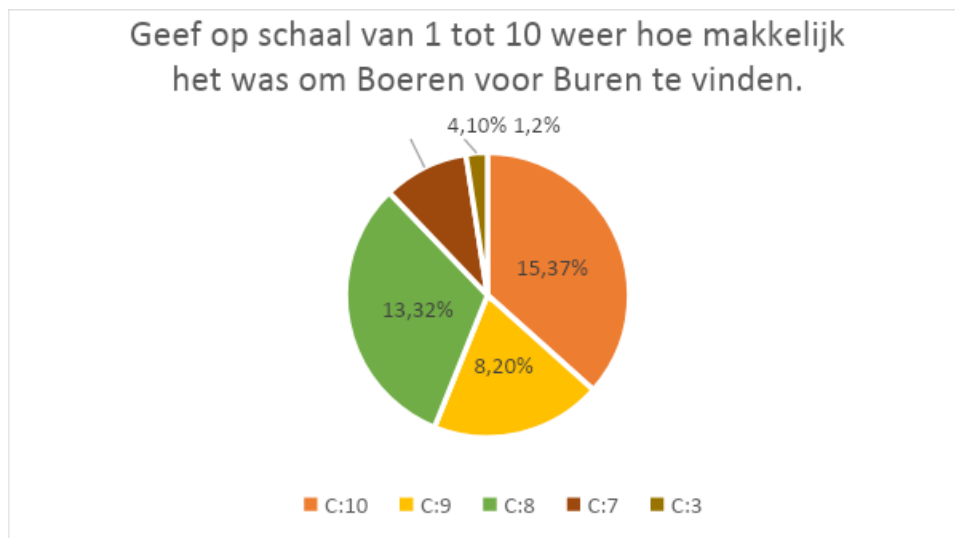
Figuur 1A. Overige stadsdelen (n=41)



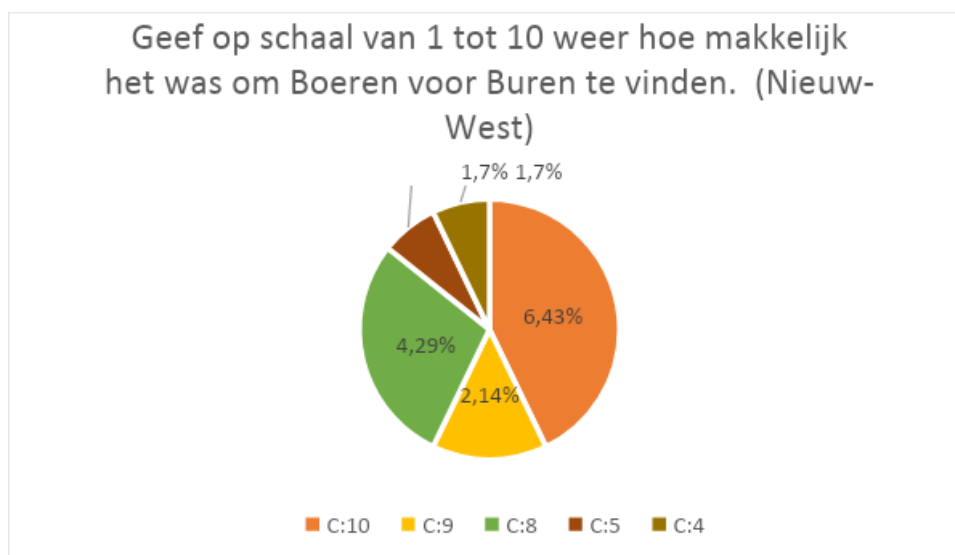
Figuur 1B. Nieuw-West (n=14)

Uit de eerste enquêtevraag komt naar voren dat zowel de mensen uit Nieuw-West als overige stadsdelen voornamelijk via social media en de stadspas bij Boeren voor Buren terecht zijn gekomen. Ook worden flyers/posters en omgeving (vrienden/familie/kennissen) benoemd. Overige stadsdelen benoemen daarbij ook de krant, Techgrounds en buurthuizen.

Vraag 2



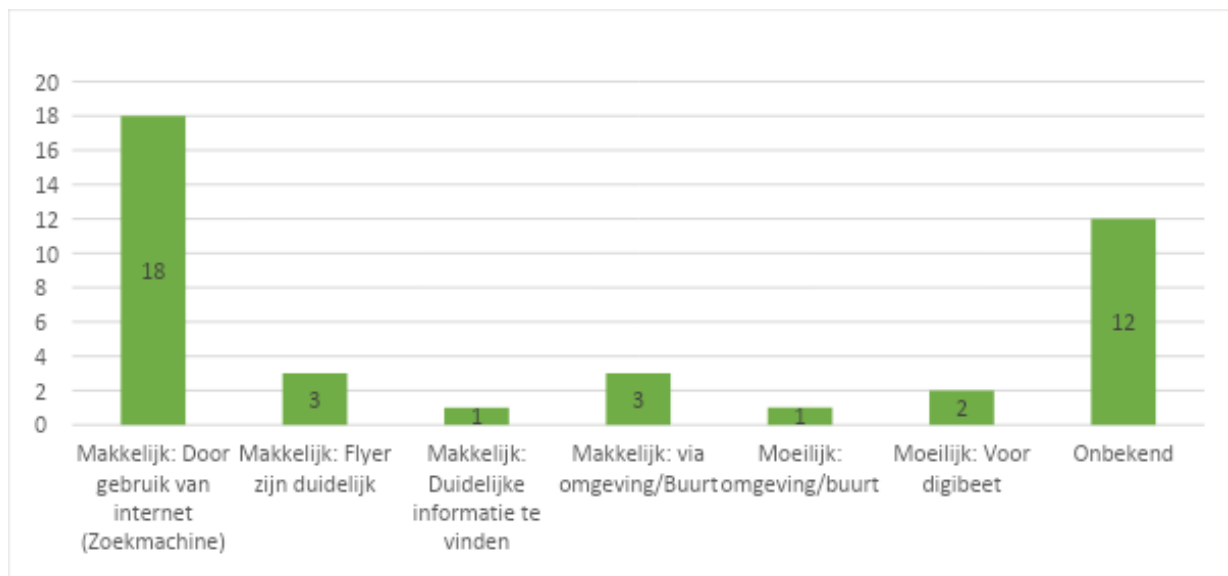
Figuur 2A. Overige stadsdelen (n=41)



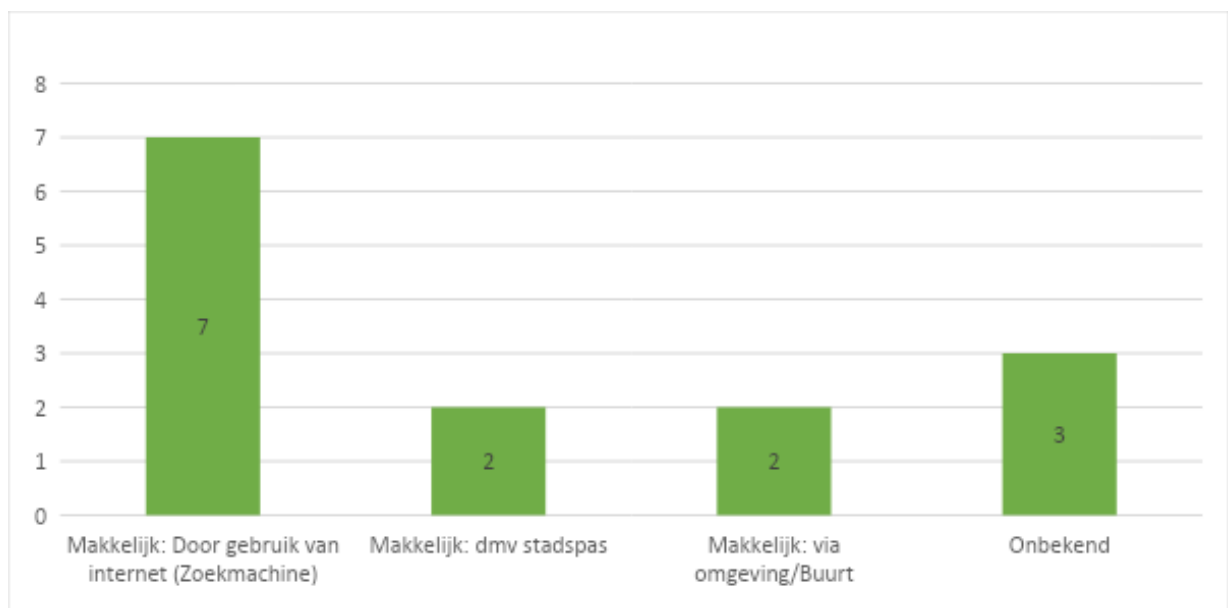
Figuur 2B. Nieuw-West (n=14)

Uit enquêtevraag 2 komt naar voren dat zowel in Nieuw-West als overige stadsdelen het makkelijk vinden om Boeren voor Buren te vinden. Bij de overige stadsdelen scoort 98% 7 of hoger en 2% geeft een 3. In Nieuw-West scoort 86% 8 of hoger en 14% 5 of lager.

Vraag 3



Figuur 3A. Overige stadsdelen (n=41)



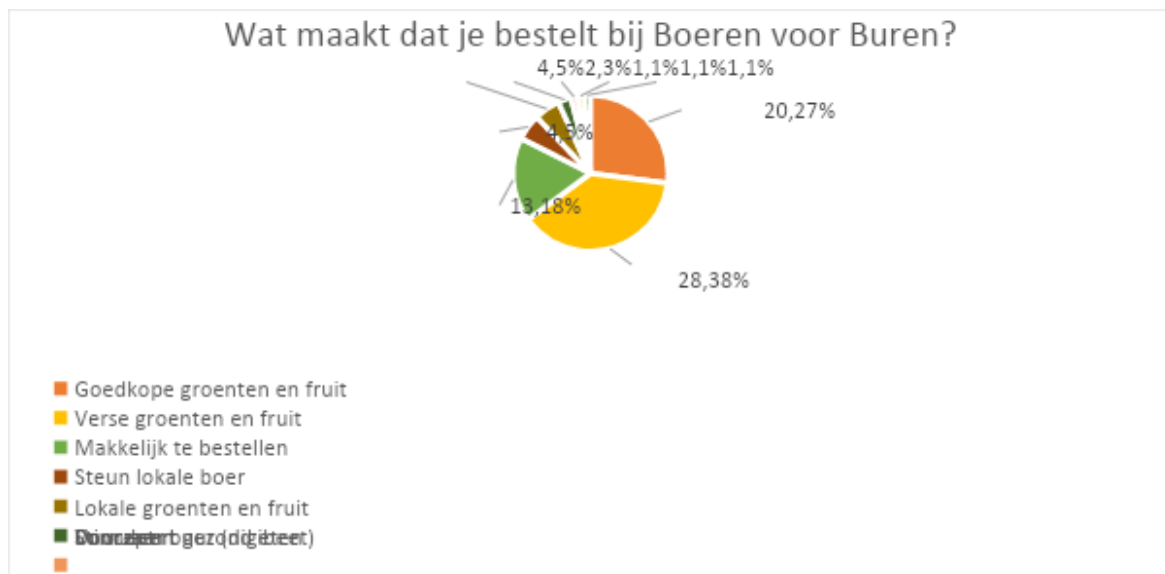
Figuur 3B. Nieuw-West (n=14)

Uit enquêtevraag 3 blijkt dat zowel de mensen in Nieuw-West als de overige stadsdelen door gebruik van internet Boeren voor Buren makkelijk konden vinden. In de overige stadsdelen worden ook flyers, duidelijke informatie en omgeving als reden voor makkelijk te vinden benoemd. 7,5% vindt het moeilijk om BvB te vinden i.v.m. digibeet zijn en omgeving/buurt. 30% van de antwoorden zijn ingedeeld bij onbekend. Hiervan heeft 42% een onduidelijk antwoord gegeven en 58% heeft geen antwoord gegeven.

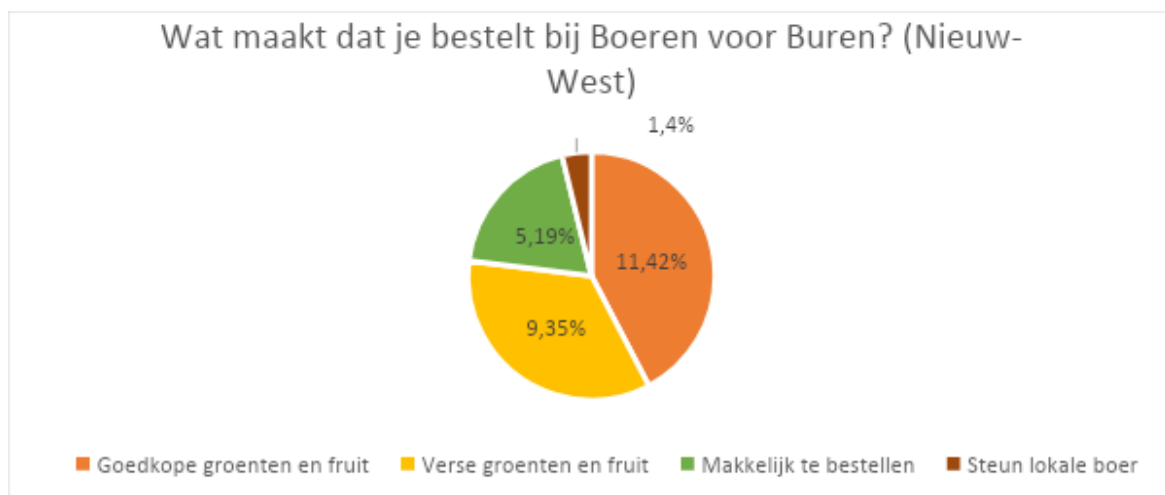
In Nieuw-West worden naast het internet ook stadspas en omgeving/buurt benoemd als reden voor het makkelijk vinden van Boeren voor Buren. 21% van de antwoorden zijn ingedeeld bij onbekend.

Hierbij heeft 1 van de 3 geen antwoord gegeven op de vraag. Bij 2 van de 3 waren het onduidelijke antwoorden.

Vraag 4



Figuur 4A. Overige stadsdelen (n=41)



Figuur 4B. Nieuw-West (n=14)

Uit enquêtevraag 4 blijkt dat in Nieuw-West en overige stadsdelen verse en goedkope groenten en fruit maakt dat mensen bestellen bij Boeren voor Buren. Bij beide groepen wordt het makkelijk bestellen en steun aan lokale boeren ook als antwoord gegeven. Overige stadsdelen benoemen daarbij ook andere redenen, namelijk duurzaamheid, stimulatie tot gezond eten, lokale groenten en fruit, het concept en bestellen voor iemand anders.

Vraag 5



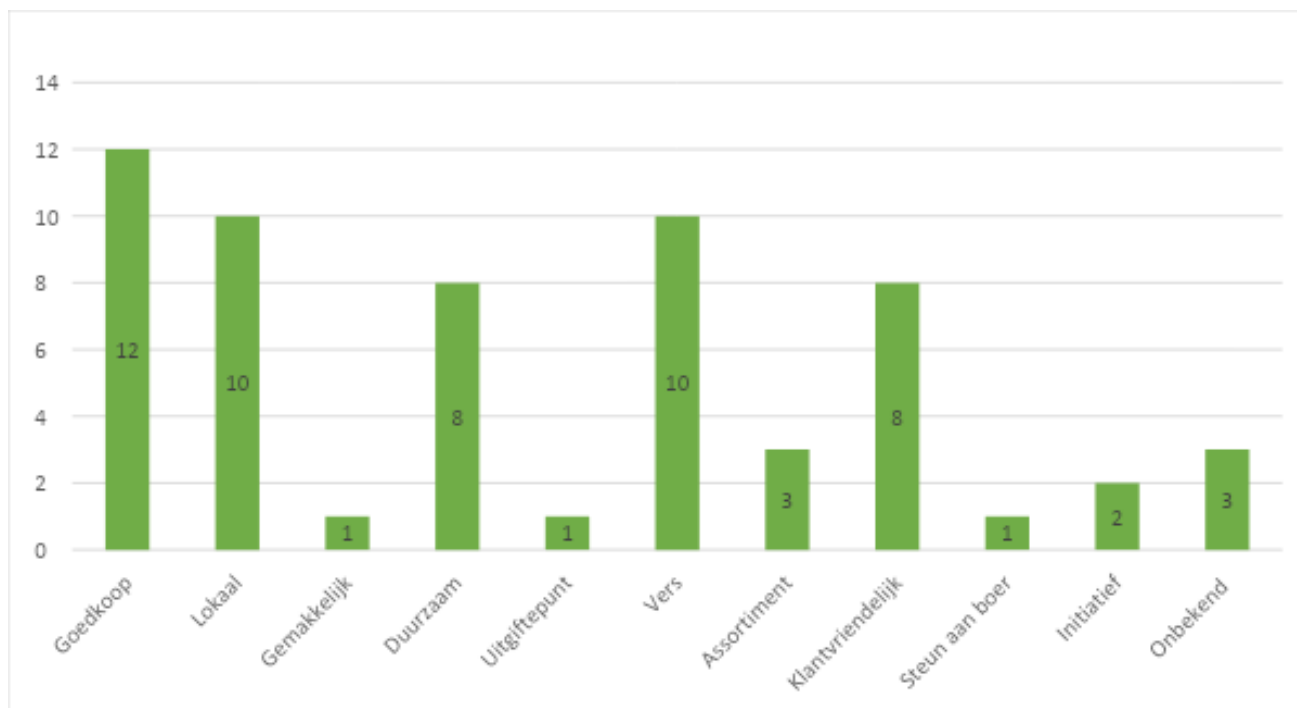
Figuur 5A. Overige stadsdelen (n=41)



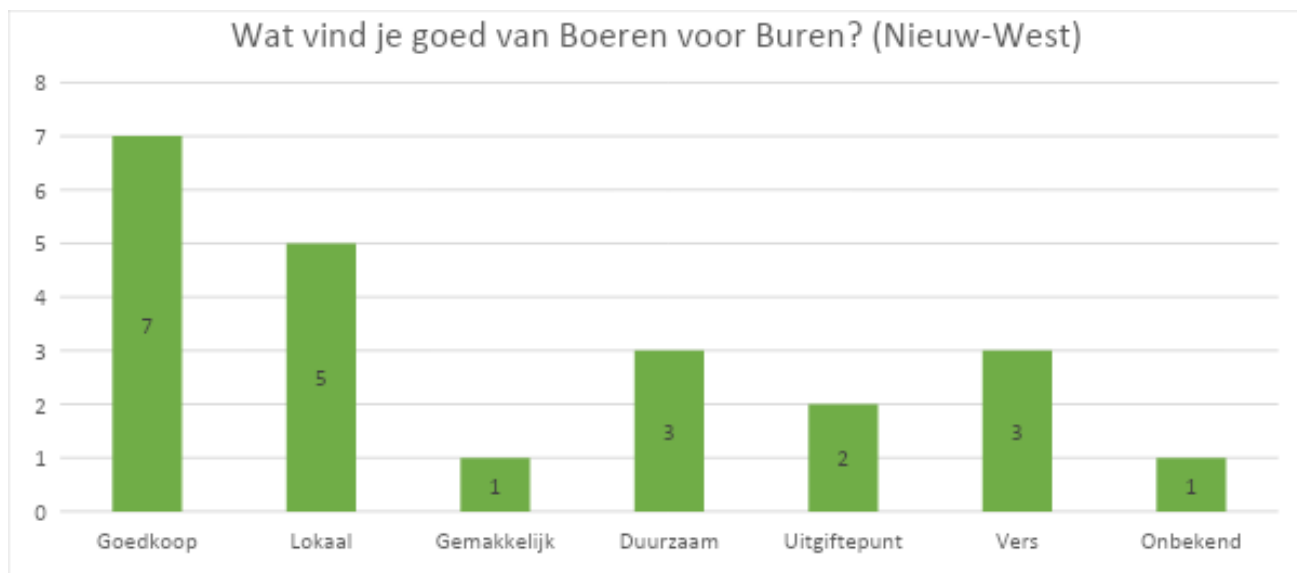
Figuur 5B. Nieuw-West (n=14)

Uit enquêtevraag 5 blijkt dat zowel in Nieuw-West als overige stadsdelen het bestellen op de website makkelijk is verlopen. In verhouding vinden 2% mensen in Nieuw-West het moeilijker.

Vraag 6



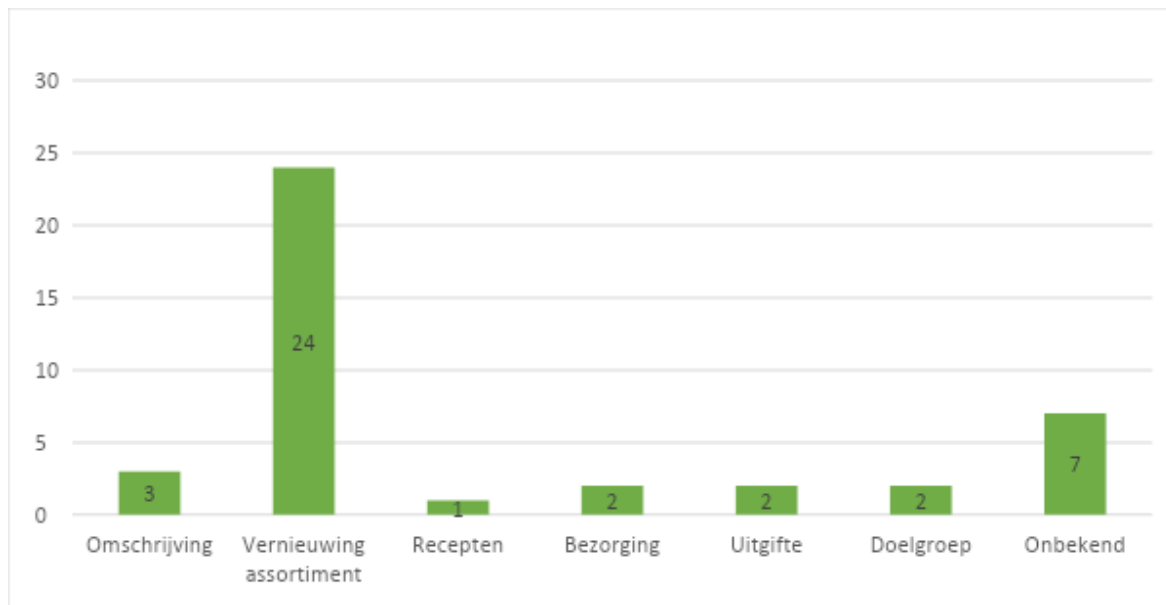
Figuur 6A. Overige stadsdelen (n=41)



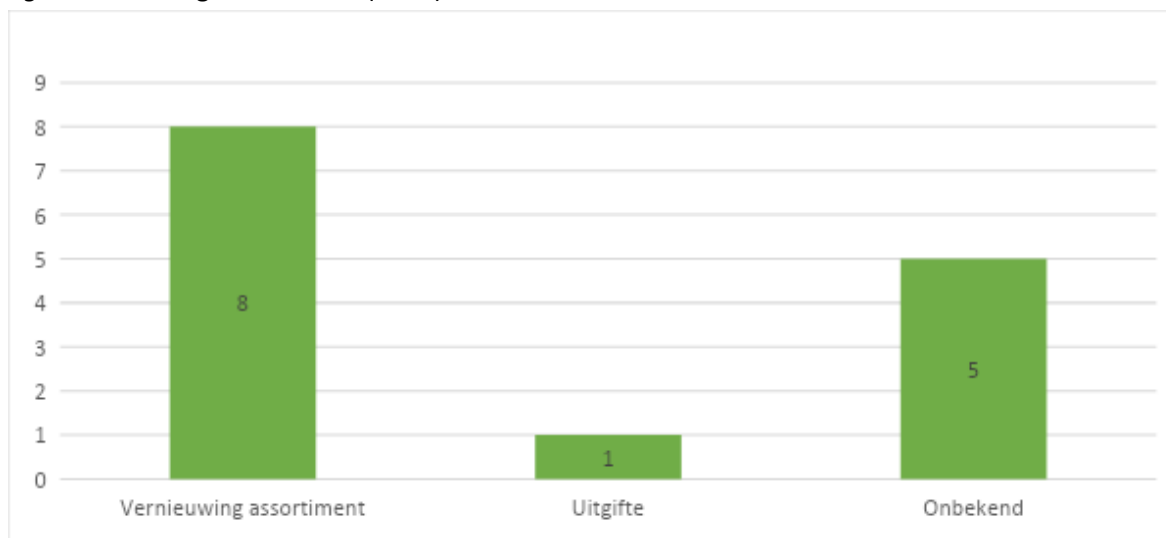
Figuur 6B. Nieuw-West (n=14)

Uit enquêtevraag 6 blijkt dat voor beide groepen goedkope groenten en fruit als beste aspect wordt gezien van Boeren voor Buren. Daarnaast wordt lokale, verse en duurzame groenten en fruit ook als goed beschouwd. In de overige stadsdelen worden meer positieve punten benoemd, zoals het assortiment, klantvriendelijkheid, steun aan boer en het initiatief.

Vraag 7



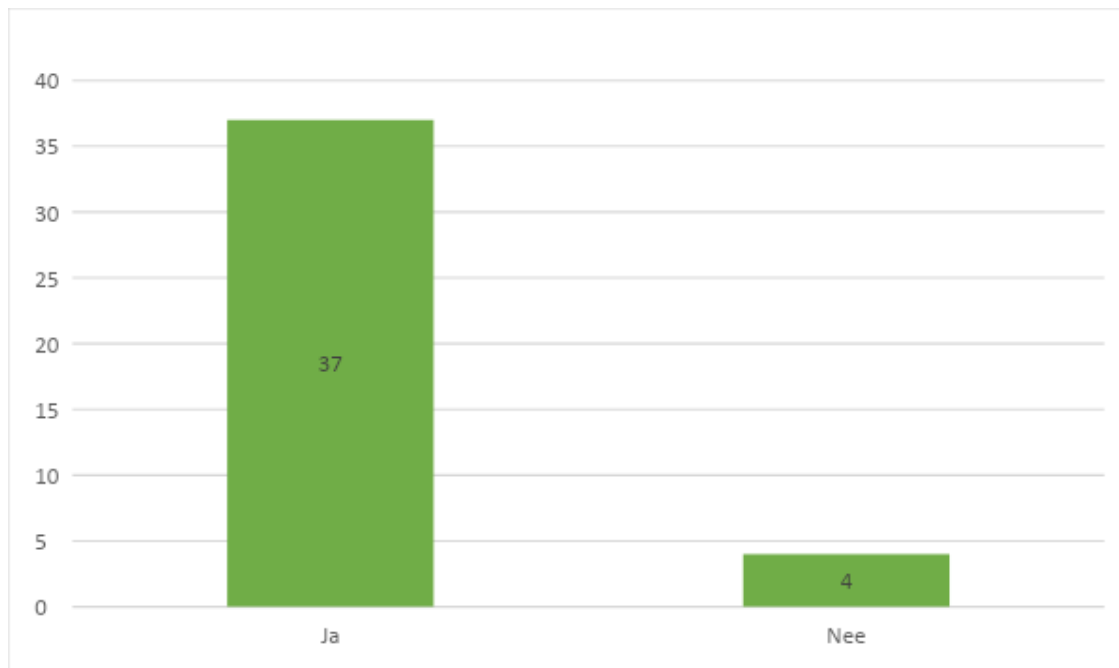
Figuur 7A. Overige stadsdelen (n=41)



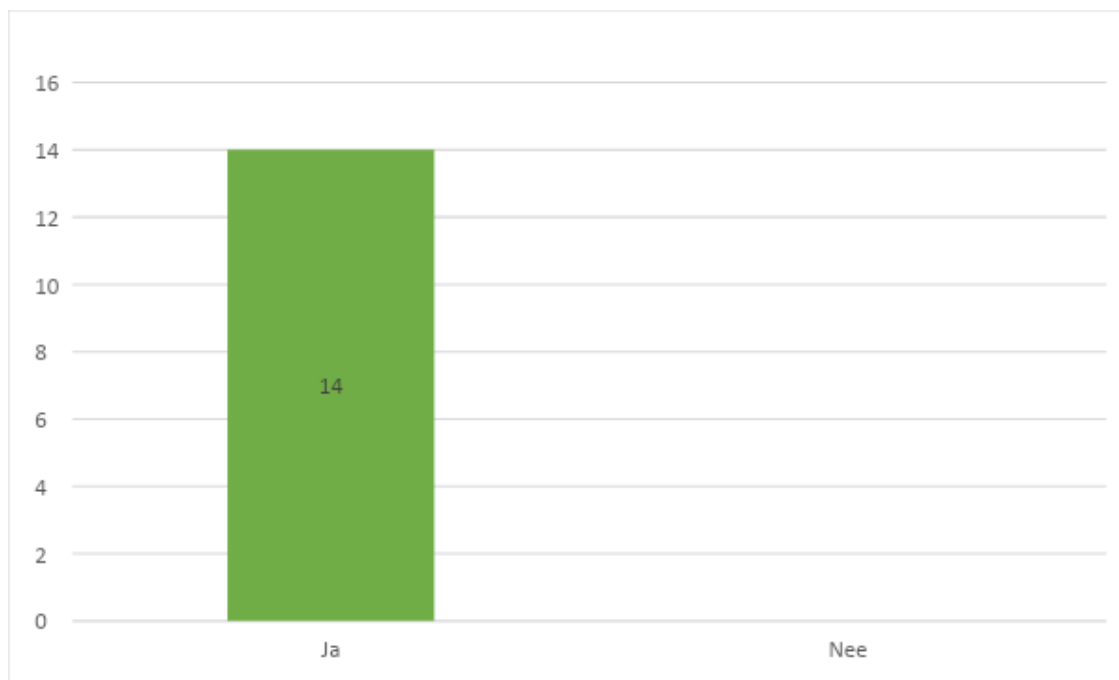
Figuur 7B. Nieuw-West (n=14)

Uit enquêtevraag 7 komt naar voren dat beide groepen in de toekomst graag zouden willen dat BvB zijn assortiment blijft vernieuwen en vergroten. In de overige stadsdelen worden ook betere omschrijving van de producten, recepten op de website, vergroten van de doelgroep, meerdere uitgifte locaties, frequentere uitgiften en thuisbezorging benoemd. Bij 36% van de antwoorden in Nieuw-West zijn als onbekend ingedeeld, in verband met onduidelijke of geen antwoorden.

Vraag 8



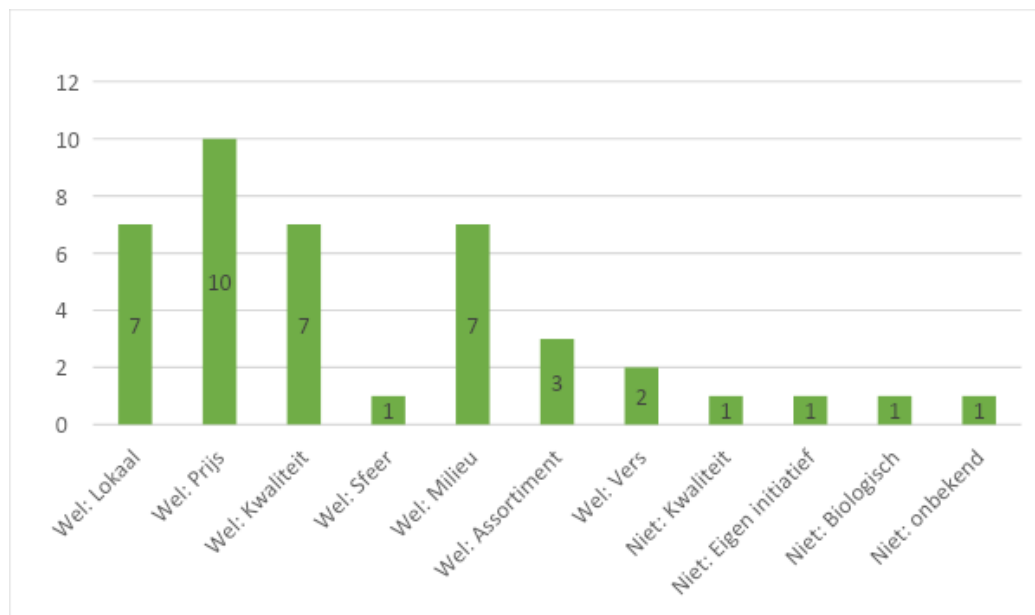
Figuur 8A. Overige stadsdelen (n=41)



Figuur 8B. Nieuw-West (n=14)

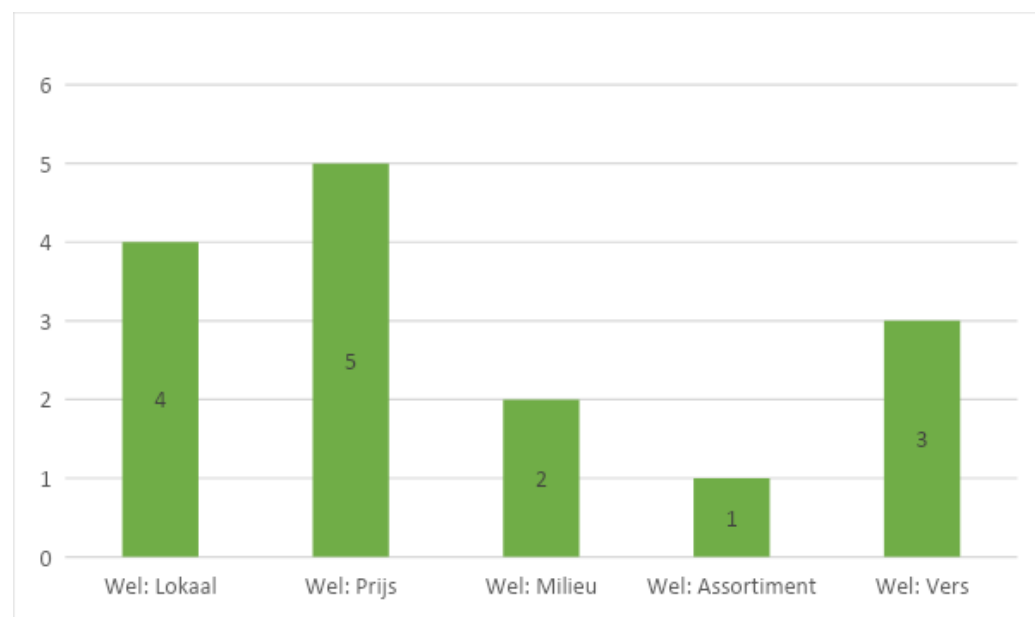
Uit enquêtevraag 8 blijkt dat alle respondenten in Nieuw-West Boeren voor Buren zouden aanbevelen bij anderen. In de overige stadsdelen geeft 10% aan dit niet te zullen doen.

Vraag 9



Figuur 9A.

Overige stadsdelen (n=41)

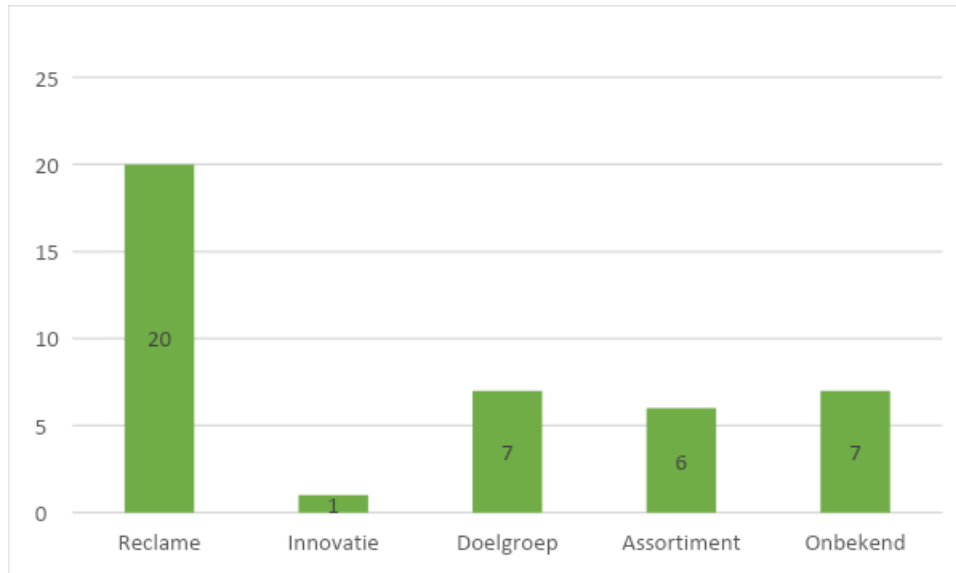


Figuur 9B. Nieuw-West (n=14)

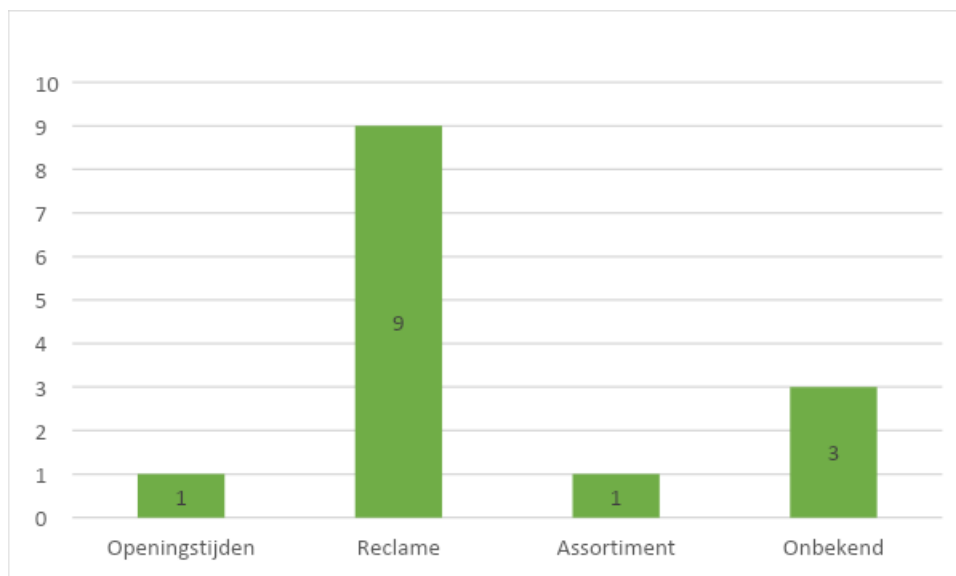
Uit enquêtevraag 9 komt naar voren waarom de respondenten wel of niet BvB aan anderen zouden aanbevelen. Uit de vorige enquêtevraag bleek dat 100% in Nieuw-west het zou aanbevelen aan anderen. De reden hiervoor is lokale, verse en goedkope groenten en fruit, milieuvriendelijkheid en het brede assortiment. De mensen die het aanbevelen in de overige stadsdelen benoemen dezelfde redenen met daarbij ook de goede kwaliteit en sfeer. De 10% die het niet aanbevelen in de overige

stadsdelen benoemen als reden; verslechterde kwaliteit, geen biologische landbouw, dat het beter is dat mensen BvB op eigen initiatief vinden en een onduidelijk antwoord.

Vraag 10



Figuur 10A. Overige stadsdelen (n=41)



Figuur 10B. Nieuw-West (n=14)

Uit enquêtevraag 10 blijkt dat beide groepen reclame aangeven als beste middel om de klantenkring van BvB te vergroten. Flyeren, social media, kranten, mond- tot mondreclame, media (AT5), marketing worden als vorm van reclame opgeschreven. In de overige stadsdelen wordt ook het vergroten van de doelgroep benoemd, met als voorbeeld dat niet iedereen met een kleine portemonnee ook een stadspas heeft. Ook wordt het vergroten van het assortiment en maaltijdpakketten benoemd. 17% geeft als antwoord het niet te weten (onbekend). De respondenten

in Nieuw-West benoemen ook ruimere openingstijden en een vergroting van het assortiment. 21% geeft aan het niet te weten (onbekend).

4.2 Deelvraag 2

Voor het beantwoorden van deelvraag 2 (welke middelen worden gebruikt door andere organisaties in Nieuw-West om Amsterdammers met laaggeletterdheid te bereiken?) zijn interviews afgenomen. De resultaten zijn hieronder per interviewvraag weergegeven in een tabel.

Vraag 1	Hoelang bestaat uw organisatie?
<i>Antwoord 1</i>	60 jaar
<i>Antwoord 2</i>	30 jaar
<i>Antwoord 3</i>	Onbekend
<i>Antwoord 4</i>	22 jaar
Vraag 2	Hoe hebben jullie mensen met een laag inkomen bereikt en benaderd?
<i>Antwoord 1</i>	Facebook (Nieuw-West TV), wijzijnnieuwwest.nl, about.nextdoor.com/nl/
<i>Antwoord 2</i>	Buurtbewoners, Gemeente Amsterdam, Vrouw en vaart, Eigenwijks en omgeving
<i>Antwoord 3</i>	Organisaties en partners zoeken bijvoorbeeld politie en woningcorporaties
<i>Antwoord 4</i>	Mond tot mond en zowel mogelijk doorverwijzen voor activiteiten
Vraag 3	Welke middelen zijn hierbij van pas gekomen?
<i>Antwoord 1</i>	Ruimtes beschikbaar stellen en mensen bij elkaar brengen
<i>Antwoord 2</i>	Facebook en buurtbewoners die het aan elkaar doorvertellen
<i>Antwoord 3</i>	Samenwerkingen met organisaties en mond tot mond
<i>Antwoord 4</i>	Social media, website, facebook, flyers, mond tot mond en netwerk
Vraag 4	Welke middelen worden ingezet voor laaggeletterde mensen?
<i>Antwoord 1</i>	Eigen personeel die andere talen spreekt en d.m.v. whatsapp groepen
<i>Antwoord 2</i>	Tolken en helpen met Nederlandse taal
<i>Antwoord 3</i>	Buurtwerkers en bewoners die kunnen tolken
<i>Antwoord 4</i>	Conversatielessen en taallessen op maat
Vraag 5	Welke interventies hebben geholpen?
<i>Antwoord 1</i>	Gezondheidsinterventies waarbij studenten van de HvA meehelpten. Wantrouw tegen de gemeenten en overheid tegengaan (Bijvoorbeeld priklocatie neerzetten)
<i>Antwoord 2</i>	Flyeren bij basisscholen, workshops, sport en creativiteit activiteiten organiseren.
<i>Antwoord 3</i>	De gezonde huiskamer, verbinding van eenzame mensen en groene kans die bijvoorbeeld tuinfeestjes organiseren
<i>Antwoord 4</i>	Voorlichtingen over gezondheid, maatschappij, corona, verkiezingen, opvoeding en verslaving. De voorlichtingen gaan mee met de tijd

4.3 Deelvraag 3

Voor het beantwoorden van deelvraag 3 (hoe kan BvB laaggeletterde stadspashouders van informatie voorzien?) zijn twee literatuurbronnen hieronder uitgewerkt.

1. Stichting Lezen en Schrijven

Stichting Lezen en Schrijven zet zich in om laaggeletterdheid te verminderen. Dit doen ze in de vorm van bewustwording van laaggeletterdheid, gemeenten adviseren op gebied van laaggeletterdheid, toegankelijk lesaanbod voor volwassenen, organisaties ondersteunen met laaggeletterdheid en diensten, producten en expertise door ontwikkelen. Stichting Lezen en Schrijven heeft op verschillende vlakken lesmaterialen beschikbaar gesteld. Hiermee kunnen organisaties antwoorden en oplossingen vinden op vragen over de aanpak van laaggeletterdheid. (4)

De gemeenten zijn sinds 2020 verantwoordelijk voor het ontwikkelen en uitvoeren van de aanpak van laaggeletterdheid. Stichting Lezen en Schrijven steunt de gemeenten als onafhankelijk adviseur. De inhoud wordt op basis van ervaringen en feedback jaarlijks geëvalueerd en waar nodig aangepast. (5)

De aanpak van laaggeletterdheid kan alleen gerealiseerd worden als overheden, bedrijven en organisaties goed met elkaar samenwerken. Deze drie takken kunnen ervaren adviseurs van Stichting Lezen en Schrijven inzetten. Deze helpen bij het ontwikkelen van geschikt materiaal. (6)

2. Pharos

Pharos heeft een stappenplan gemaakt om te ontdekken welke stappen ondernomen moeten worden om informatie toegankelijk te maken voor laaggeletterde mensen. Dit stappenplan bestaat uit vijf stappen, waarvan de eerste drie toepasselijk zijn voor Boeren voor Buren.

De eerste stap is bewustwording. Dit houdt in wat laaggeletterdheid in de praktijk betekent. Zo blijkt uit onderzoek dat 2,5 miljoen mensen in Nederland moeite hebben met lezen en schrijven. Ook digitale informatie is lastig voor deze groep. Ongeveer één derde van de bevolking heeft hier last van.

De tweede stap is het herkennen van laaggeletterdheid. Zo blijkt uit onderzoek dat mensen die niet goed kunnen lezen, zich daar vaak voor schamen. Hierbij worden smoezen gebruikt als "ik lees het thuis wel na" of "dat formulier vul ik thuis wel in." Ook vinden zij het vaak moeilijk om veel vragen te beantwoorden. Iemand die niet goed begrijpt wat je vertelt, kan vriendelijk 'ja' knikken en stelt geen vragen.

De derde stap is taalniveau. Hierbij gaat het om de vraag hoe je communicatie aanpast aan laaggeletterdheid. Zo blijkt uit onderzoek dat eenvoudige taal, geen beeldspraak of uitdrukkingen en niet te veel boodschappen of adviezen in één keer overbrengen kan leiden tot effectieve communicatie. (7)

Pharos biedt hulp bij het omgaan met laaggeletterdheid. Hiervoor hebben zij onder andere een checklist opgesteld om informatie toegankelijk te maken voor laaggeletterde mensen. Hieronder is

een tabel gemaakt met relevante punten voor Boeren voor Buren. Hierbij is het woord “gebruiker” vervangen door “klant”, omdat dit toepasselijk is voor Boeren voor Buren. (8)

Checklist	Beschrijving
Bepaal wie de klanten zijn	Ga na welk opleidings-en taalniveau de klanten hebben. En wat hun kennisniveau is van het onderwerp.
Gebruik korte zinnen en eenvoudige woorden op A2-B1 niveau	Een B1-woord is een makkelijk woord. https://www.ishetb1.nl/
Gebruik actieve zinnen	Gebruik actieve zinnen zonder de werkwoorden 'zijn' en 'worden' als hulpwerkwoord. Voorbeeld Niet actief: De oefeningen worden voorgedaan door de fysiotherapeut. Actief: De fysiotherapeut doet de oefeningen voor.
Vermijd tangconstructies	Zonder bijzin
Vermijd dubbele ontkenning	Voorbeeld Gebruik pijnlijk i.p.v. niet pijnloos
Vermijd moeilijke vaktermen	
Vermijd Engelse en Latijnse woorden	Voorbeeld Aan het lichaam/lichamelijk i.p.v. fysiek
Vermijd percentages, formules, etc.	
Kies duidelijk leesbaar lettertype en -grootte	Gebruik een schreefloos lettertype. Schreefjes zijn de dunne streepjes aan het uiteinde van de 'pootjes' van een letter. Vermijd hoofdletters voor elke letter en cursieve letters. Kies een lettergrootte groter dan 12pt. Voorbeeld: Verdana
Zorg voor voldoende witregels en kopjes om de tekst om te delen	Mensen die moeite hebben met lezen en schrijven houden niet van lange teksten. Daarom is het goed om teksten onder te verdelen in kleinere stukjes met duidelijke tussenkopjes. Het is belangrijk dat de stukken tekst niet te lang zijn.
Begin een zin zoveel mogelijk op een nieuwe regel	Vermijd zin afbrekingen met een laatste woord op een regel.
Maak de informatie waar mogelijk verhalend	
Maak de informatie concreet en puntsgewijs	Maak gebruik van bullets om dingen op te sommen, of nummers om aan te geven wat iemand moet doen.
Vermijd beeldspraak, spreekwoorden of gezegden	Voorbeeld Gebruik niet: lekker in je vel zitten

Leg dezelfde boodschap niet op twee manieren uit	Probeer een boodschap niet te herhalen op verschillende manieren. De verschillende manieren kunnen als aparte boodschappen worden gelezen waardoor er verwarring ontstaat.
Geef alleen het belangrijkste van de boodschap weer	Te veel details zijn afleidend waardoor de boodschap niet onthouden wordt. Focus daarom en laat alle minder belangrijke dingen weg.
De kopjes zeggen hetzelfde als de tekst eronder	Zorg ervoor dat de titel en de kopjes boven de tekst gaan over de inhoud die hieronder beschreven staat.
Stel niet meerdere vragen in één keer	Dus niet zo: Bent u zwanger of ooit zwanger geweest?
Geef géén antwoordopties die te veel op elkaar lijken	Zoals "vaak" en "regelmatig". Dit zijn synoniemen.
Spreek mensen persoonlijk aan	Voorbeeld Onpersoonlijk: Was de informatie over het onderzoek duidelijk? Persoonlijk: Vond u de informatie over het onderzoek duidelijk?
Vermijd grafieken, tabellen en diagrammen	Leg het zo uit dat de conclusie duidelijk wordt. Dat mensen die moeite hebben met grafieken, tabellen en diagrammen toch de essentie begrijpen.
Het beeldmateriaal sluit aan bij de leefwereld van de gebruiker en er is herkenning in de gebruikte personages/illustraties	Beeldmateriaal moet aansluiten bij de beleavingswereld van de mensen voor wie de boodschap bedoeld is. De beelden van de omgeving of de verhaalfiguren bevatten herkenbare elementen. De lezer kan zich identificeren met de hoofdpersoon waardoor de boodschap goed beklijft.
Het beeldmateriaal is niet betuttelend of kinderlijk	
De tekst en beelden geven hetzelfde weer	De tekst geeft geen extra informatie ten opzichte van de beelden

5. Conclusie

In dit onderzoek is gezocht naar een antwoord op de vraag: 'Hoe kan Boeren voor Buren de laaggeletterde stadspashouders in Amsterdam Nieuw-West aanspreken en aantrekken om op wekelijkse basis groente en fruit te bestellen?'

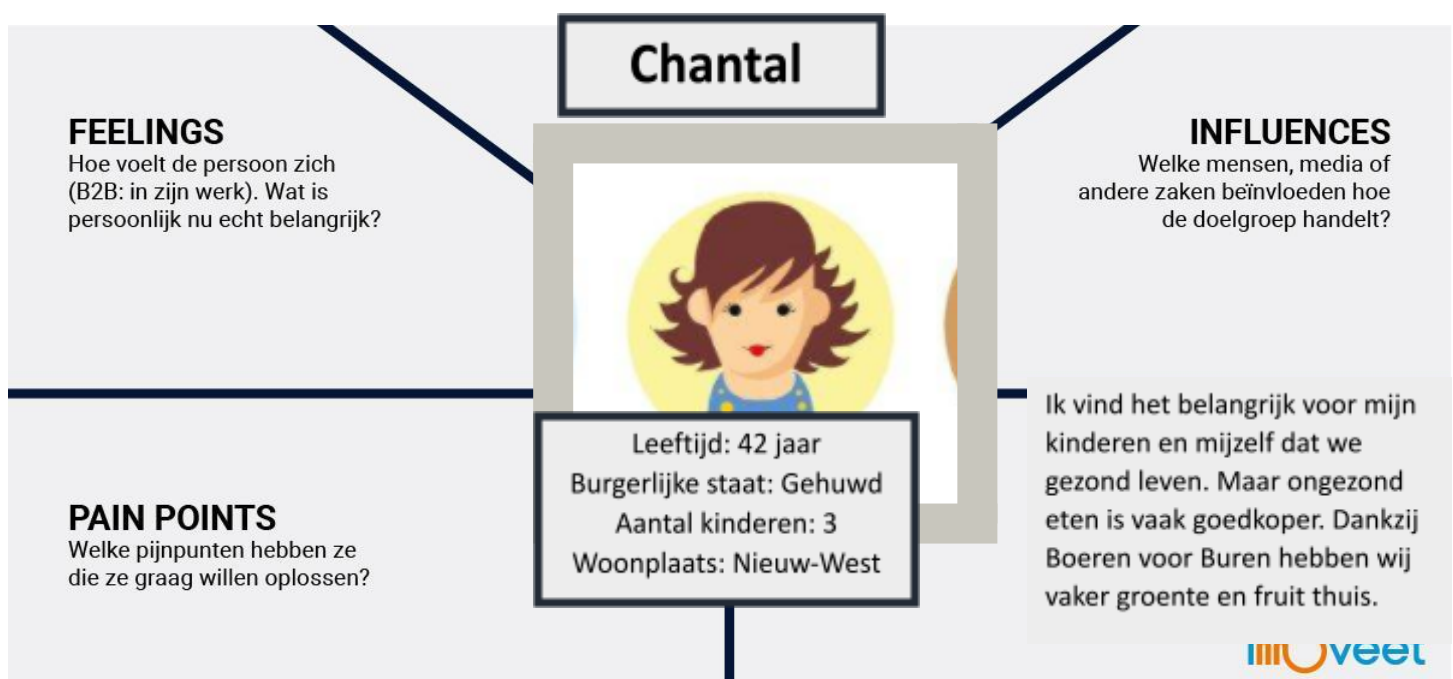
Uit de resultaten van de enquête komt naar voren dat reclame door middel van social media en stadspas het beste middel is om klanten te trekken. Belangrijke aspecten zijn het behouden van goedkope, verse en lokale groenten en fruit. Toekomstige wensen zijn wekelijkse uitgifte, vernieuwing van het assortiment en vergroting van de doelgroep. Alle drie de onderwerpen worden al behandeld vanuit BvB.

Uit de resultaten van de interviews komt naar voren dat BvB bekendheid kan creëren door bij wijzijnnieuwwest.nl en about.nextdoor.com/nl/ aan te melden. Verder kan BvB tolken inzetten of meertalig personeel aannemen. Daarnaast gaven de organisaties aan dat voorlichting vaak wordt ingezet om mensen te werven. BvB zou dit ook kunnen doen in de vorm van flyers, bijeenkomsten en kookworkshops.

Uit de literatuur zijn twee relevante organisaties gevonden die werken met laaggeletterdheid. Ten eerste biedt stichting Lezen en Schrijven adviseurs aan organisaties bij het werven van deze doelgroep. Ten tweede biedt Pharos een checklist aan bij het omgaan met laaggeletterdheid. Deze checklist is in de resultaten toepasselijk gemaakt voor BvB.

Uit dit onderzoek is dus gebleken dat Boeren voor Buren laaggeletterde stadspashouders al aanspreekt door middel van social media en de stadspas. Boeren voor Buren kan meer (laaggeletterde) klanten aantrekken door in te schrijven bij Wijzijnnieuwwest en Nextdoor, meertalig personeel aan te nemen, voorlichting te geven, contact op te nemen met adviseurs en interventies aan de hand van de checklist aan te passen voor laaggeletterde mensen.

5.1 Persona



6. Discussie

Er zijn een aantal positieve punten aan dit onderzoek. Te beginnen met de respons op de enquête voor stadspashouders en klanten van BvB. Er is een veel hogere respons ontvangen dan verwacht, waardoor de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek is gestegen.

Een minder positief punt is dat bij de open enquêtevragen 3, 6, 7, 9 en 10 antwoorden bij "onbekend" zijn ingedeeld. Hierbij zijn soms geen antwoorden gegeven, onduidelijke antwoorden gegeven of onjuiste antwoorden gegeven. Dit zou kunnen komen doordat de vraag te moeilijk is, waardoor niet wordt beantwoord of de vraag verkeerd begrepen wordt. Totaal in de overige stadsdelen is 7,6% van de antwoorden bij onbekend ingedeeld en in Nieuw-West 9,3%. Voor een volgende keer kunnen twee personen van de doelgroep gevraagd worden de enquête te maken en daarbij de thinking aloud method te gebruiken, zodat getoetst kan worden of de vraag goed begrepen wordt.

Opvallend uit de enquête is dat de respondenten aangeven dat de doelgroep vergroot moet worden, omdat niet alle mensen met een kleine portemonnee stadspashouder zijn. Verder willen de klanten het graag makkelijker hebben, door een vergroting van het assortiment, ruimere tijden en meerdere uitgiftepunten. Enkelsten noemen dat de producten beter beschreven kunnen worden op de website. Verder blijkt dat de klanten in Nieuw-West BvB moeilijker vindbaar vinden. Voor een volgende keer kan gevraagd worden waar dit aan ligt. Uit enquêtevraag 3 komt naar voren dat de klanten in Nieuw-West de flyers niet benoemen als middel om BvB te vinden. Ook blijkt uit deze vraag dat digibeten het moeilijk vinden om BvB te vinden.

Verder zijn er twee vormen van transcriberen gebruikt bij de interviews. Dit komt omdat twee van de vier interviews live zijn gehouden en notulen zijn gemaakt en de andere twee interviews telefonisch waren en zijn opgenomen. Achteraf gezien zouden de live interviews ook opgenomen kunnen worden, zodat er woordelijk getranscribeerd kon worden. Dit omdat woordelijk transcriberen de betrouwbaarheid in een onderzoek vergroot.

Nextdoor wordt wereldwijd gebruikt om betrouwbare informatie te ontvangen, hulp aan te bieden en te krijgen, klussen te klaren en om in contact te komen met alles wat lokaal is: burelen, bedrijven en openbare diensten. Non-profitorganisaties kunnen contact leggen met de mensen die zij het meest nodig hebben en kunnen steun krijgen van donateurs in de buurt met functies zoals Verkopen voor het goede doel. Wijzijnnieuwwest is een platform wat de mogelijkheid biedt om informatie te delen met andere mensen die geïnteresseerd zijn in wat er speelt in en rondom Nieuw-West. Dit is dus een kosteloze manier van reclame om de buurtbewoners te verbinden met BvB.

Stichting Lezen en Schrijven beschrijft op de website dat zij kosteloze functies hebben, hiervoor moet wel eerst contact opgenomen worden.

De checklist van Pharos kan ingezet worden bij het maken van reclame (social media en flyers) en het opzetten van bijeenkomsten. Face-to-face bijeenkomsten en kookworkshops met meertalig personeel kunnen laaggeletterde mensen en digibeten aantrekken.

Bronnen

1. Boom, W. Dijkshoorn, H. Janssen, A. Santen, D. Verhagen, C. Wijffels, C. Gezondheid in beeld. GGD Amsterdam. Januari 2018.
https://www.ggdgezondheidinbeeld.nl/wp-content/uploads/2018/02/gib_amsterdam_volwassenen_in_nieuwwest_2016.pdf
2. Wieren, K. Migratieachtergrond bewoners Nieuw-West. Westersite. 2017 maart 30.
<https://westersite.nl/uitgelicht/migratie-achtergrond-in-nieuw-west>
3. Soorten audiotranscripties. Notuleercentrum. [Datum onbekend].
<https://www.notuleercentrum.nl/transcripties/soorten-audiotranscripties>
4. Wat doen wij. Stichting Lezen en Schrijven. [Datum onbekend]
<https://www.lezenenschrijven.nl/wat-doen-wij>
5. Voor gemeenten. Stichting Lezen en Schrijven. [Datum onbekend]
<https://www.lezenenschrijven.nl/voor-gemeenten>
6. Voor organisaties. Stichting Lezen en Schrijven. [Datum onbekend]
<https://www.lezenenschrijven.nl/voor-organisaties>
7. Laaggeletterdheid en beperkte gezondheidsvaardigheden. Pharos. [Datum onbekend]
<https://www.pharos.nl/thema/laaggeletterdheid-gezondheidsvaardigheden/>
8. Samenwerken met gebruikers. Pharos. [Datum onbekend]
<https://checklisttoegankelijkeinfo.pharos.nl/checklist>
9. Feiten & cijfers laaggeletterdheid. Stichting Lezen en Schrijven. 2018 September.
[file:///C:/Users/kurd_/Downloads/2018_SLS_Literatuurstudie_FeitenCijfers_interactief_DEF%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/kurd_/Downloads/2018_SLS_Literatuurstudie_FeitenCijfers_interactief_DEF%20(2).pdf)
10. Meerjarig Regionaal Programma Laaggeletterdheid 2020-2024. Basisvaardigheden. 2021 februari 2.
https://basisvaardigheden.nl/sites/default/files/2021-09/AMRGroot%20Amsterdam_Regioplan_laaggeletterdheid.pdf

Bijlagen

Bijlage 1: Vragenlijst enquête

Enquête:

- 1. Hoe ben je bij Boeren voor Buren terecht gekomen?**
 - Vrienden/familie/kennissen
 - Buurtbewoners
 - Social media (Instagram / Website)
 - Flyers/Posters
 - Anders.....
- 2. Geef op schaal van 1 tot 10 weer hoe makkelijk het was om Boeren voor Buren te vinden.**
(1 is heel moeilijk / 10 is heel makkelijk) 1/2/3/4/5/6/7/8/9/10
- 3. Geef uitleg waarom het makkelijk of moeilijk was.**
Typ één of enkele woorden...
- 4. Wat maakt dat je bestelt bij Boeren voor Buren?**
 - Goedkope groenten en fruit
 - Verse groenten en fruit
 - Makkelijk te bestellen
 - Anders.....
- 5. Hoe ging het bestellen op de website?**
 - Het is makkelijk, omdat.....
 - Het is moeilijk, omdat.....
- 6. Wat vind je goed van Boeren voor Buren?**
Typ één of enkele woorden...
- 7. Wat zou je graag in de toekomst willen zien bij Boeren voor Buren?**
Typ één of enkele woorden...
- 8. Zou je Boeren voor Buren aanbevelen bij anderen?**
 - Ja
 - Nee
- 9. Waarom zou u het wel of niet aanbevelen?**
Typ één of enkele woorden...
- 10. Hoe kunnen we volgens jou onze klantenkring vergroten?**
Typ één of enkele woorden...

Bijlage 2: Logboek enquête

Data	Uitvoering
1 tot 3 oktober	Vragenlijst gemaakt
04-10-2021	Feedback Laura V op mijn enquête
04-10-2021	Feedback verwerken
08-10-2021	Met Simay gebrainstormd over mijn vragen en verwerkt in Mailchimp
08-10-2021	Enquête via de mail verstuurd naar alle klanten van 8 oktober
12-10-2021	Enquête gesloten en uitslag ontvangen
12 tot 18 oktober	Coderen van data uit enquête

Bijlage 3: Vragenlijst interview

Vragen:

1. Hoelang bestaat uw organisatie?
2. Hoe hebben jullie mensen met een laag inkomen bereikt en benaderd?
3. Welke middelen zijn hierbij van pas gekomen?
4. Welke middelen worden ingezet voor laaggeschoolde mensen? (Denk aan vertalingen, Taalniveau aanpassen, handmatig i.p.v. online?)
5. Welke interventies hebben geholpen?

Bijlage 4: Logboek interview

Data	Uitvoering
27-09-2021	Vragenlijst gemaakt
29-09-2021	Organisaties gemaaild met de vraag om te interviewen
04-10-2021	Langs organisaties geweest om te interviewen (Eigenwijks/Hippe Heks)
04-10-2021	Data interviews gepland
05-10-2021	Interview met Combiwel en Nisa4Nisa
5 tot 7 oktober	Coderen van data uit interviews

Bijlage 5: Transcripties interviews

1. Huis van het wijk het pluspunt (Eigenwijks)

I: Hoelang bestaat uw organisatie?

G: 60 jaar.

I: Hoe hebben jullie mensen met een laag inkomen bereikt en benaderd?

G: Wij hebben geen opdracht om mensen met een laag inkomen te benaderen, maar hoe wij mensen benaderen is via facebook, wij zijn nieuw-west, nieuw-west TV en nextdoor.

I: Welke middelen zijn hierbij van pas gekomen?

G: Hiernaast stellen we ruimtes beschikbaar, brengen we mensen bij elkaar en veel van de mensen komen ook zelf voor hulp.

I: Welke middelen worden ingezet voor laaggeschoolde mensen? (Denk aan vertalingen, Taalniveau aanpassen, handmatig i.p.v. online?)

G: Eigen personeel spreekt andere talen en door middel van WhatsApp groepen.

I: Welke interventies hebben geholpen?

G: Wij helpen mensen met energieraarmoede, dit zijn dus huishoudens die een te hoge energierekening hebben om te betalen. Daarnaast zijn we bezig met gezondheidsinterventies, hierbij helpen studenten van de Hogeschool van Amsterdam. Er is veel wantrouw richting de gemeente en overheid en dit proberen we tegen te gaan. We hebben bijvoorbeeld laatst een (vaccinatie)priklocatie neergezet.

2. Vrouwenontmoetingsplek de hippe heks

I: Hoelang bestaat uw organisatie?

G: Meer dan 30 jaar.

I: Hoe hebben jullie mensen met een laag inkomen benaderd en bereikt?

G: Via buurtbewoners, gemeente Amsterdam, vrouw en vaart, Eigenwijks en via vrienden, kennissen en familie.

I: Welke middelen zijn hierbij van pas gekomen?

G: Facebook en de buurtbewoners vertellen het door.

I: Welke middelen worden ingezet voor laaggeschoolde mensen?

G: We hebben ook tolken die helpen met vertalen en we helpen mensen met de Nederlandse taal.

I: Welke interventies hebben geholpen?

G: Beste manier voor ons is het flyeren bij basisscholen. We hebben veel workshops gedaan, maar veel is gestopt door corona. Daarnaast hebben we bijvoorbeeld sport en creatieve activiteiten. Dit is zowel door ons georganiseerd als door andere partners.

3. COMBIWEL (Telefonisch)

I: Hoelang bestaat uw organisatie? De organisatie waar u nu werkt.

G: Dat weet ik eerlijk gezegd niet, ik werk er twee jaar bijna.

I: Dat is geen probleem, dat kan ik later opzoeken.

I: Hoe bereiken jullie mensen met een laag inkomen en hoe benaderen jullie ze?

G: Ik ben een GGZ-medewerker, we zorgen voor een GGZ vriendelijke wijk. Dus wat ik eigenlijk doe is partners zoeken zoals: woningcorporaties, mensen met overlast, andere huizen van de wijk. Om ervoor te zorgen om met een andere houding, veel voor elkaar kan krijgen. Je kan sturing geven. Dus via die instanties of bijvoorbeeld de politie proberen we andere mensen te ondersteunen zodat zij beter worden ontvangen. Het is ook preventief dus dingen kunnen worden gesignaleerd als er iets aan de hand is. Hoe we ook werken is communities bouwen, dat er iets is waar iedereen zich goed bij voelt en graag bij wilt horen.

I: Hebben jullie samenwerkingen met deze organisaties?

G: We hebben met veel verschillende partijen in de wijk samenwerking. Ook met veel bewoners en vrijwilligers.

I: Wordt het mond tot mond verteld over het bestaan van jullie. Dus dat mensen met zulke problemen terecht kunnen bij jullie.

G: Nou wat ik heb opgericht is de groene kans. Dat is vooral mond tot mond. Daar komen elke week 50 mensen. Dat loopt nu ongeveer 2 jaar. Dat is een hechte gemeenschap. Nu zijn er ook nog 4 andere groene kansen. Hier proberen we een netwerk te creëren waar er mensen echt voor elkaar zijn. Daar bestaan er allemaal nieuwe buurtinitiatieven uit. Er werken ook veel professionals naast. Als de groep er zelf niet uit komt. Je krijgt de mogelijkheid om jezelf te ontwikkelen. Wat niet mond tot mond gaat zijn de partners. Die mensen hebben die in de knoop zitten en extra steun nodig hebben. Omdat er bijvoorbeeld problemen zijn met de woningcorporaties, dan zij weten van oké dit is een fijne plek en als ik daar iemand naar toe stuur dan weet ik dat die goed terecht komt. Genoeg sociaal aanbod en die kan vrienden maken etc.

I: Hoe gaan jullie om met mensen die bijvoorbeeld de Nederlandse taal niet goed spreken? Gebruiken jullie daarvoor bepaalde middelen zoals vertalingen, tolken?

G: Ja, wij hebben een buurtwerker die Marokkaans spreekt. Maar er zijn heel veel mensen betrokken bij huis van de wijk, dat het makkelijk is om mensen te vinden die kunnen vertalen. Maar het is wel iets wat je vaak tegenkomt, dat er mensen zijn die de Nederlandse taal niet goed spreken.

I: Dus de buurtwerker helpt hierbij?

G: Nee, als er een tolk nodig is. Maar binnen de community zitten er veel bewoners die tweetalig zijn en die kunnen dan helpen.

I: Dat is duidelijk. Hebben jullie bepaalde interventies die helpen. Ik kan een voorbeeld geven van Eigenwijks. Die houden zich bezig met Energiearmoede en gezondheidsinterventies.

G: We hebben veel van zulke interventies. De gezonde huiskamer en verbinding van eenzame mensen. Die krijgen de opdracht vanuit de huisarts. Er zijn veel verschillende interventies, ook van bewoners zelf. De groene kans is ook een interventie eigenlijk.

I: Dat is duidelijk, dit waren mijn vragen.

4. NISA4NISA (Telefonisch)

I: Hoelang bestaat uw organisatie?

G: Onze organisatie bestaat al ongeveer 22 jaar.

I: Ik neem aan dat er bij jullie mensen komen met een laag inkomen. Ik vroeg me af hoe jullie deze mensen bereiken?

G: Mensen die komen mond tot mond, doorvertellen aan elkaar, worden doorverwezen. Ze worden doorverwezen voor activiteiten en het is een ontmoetingsplek. En dan komen wij erachter dat ze een laag inkomen hebben, niet dat ze daarvoor naar hier komen. Begrijpt u?

I: Ja dat begrijp ik. Hebben jullie bepaalde middelen daarvoor? Denk aan social media of flyers?

G: Om mensen te werven?

I: Ja.

G: We hebben social media, we hebben een website natuurlijk, we hebben facebook, we hebben flyers. Wat bij ons heel goed werkt is het netwerk en het doorverwijzen en het mond tot mond. Voor onze doelgroep werkt dit het beste.

I: En welke social media platformen gebruiken jullie?

G: Wij gebruiken Facebook en onze website alleen.

I: Hebben jullie ook bepaalde middelen voor laaggeschoolde mensen? Dus mensen die bijvoorbeeld de Nederlandse taal niet zo goed spreken.

G: We hebben conversatielessen, we hebben taallessen op maat. Tenminste op heel laagdrempelig niveau. Zodat mensen toch durven te komen.

I: En als iemand bijvoorbeeld niet zo goed Nederlands spreekt, hoe kan je zo iemand dan werven. Is dat bijvoorbeeld door een tolk?

G: Wij zijn een stichting hier in de wijk en bijna 90-95% is Marokkaans. Dus het gaat mond tot mond, voornamelijk Marokkanen die hier komen.

I: Mijn laatste vraag is welke interventies hebben geholpen? Ik kan een ander voorbeeld geven van een organisatie die geeft aan dat ze mensen helpen met energiearmoede. Dus huishoudens die een te hoge energierekening hebben die ze niet kunnen betalen. Of een ander voorbeeld is dat ze bezig zijn met gezondheidsinterventies. Het zijn activiteiten om mensen beter te helpen. Ik vroeg me af welke activiteiten/interventies jullie hebben.

G: Wij hebben voorlichting.

I: En over wat gaan de voorlichtingen?

G: Over alles. Het kan over gezondheid, maatschappij, corona, verkiezing. Het gaat erom dat mensen met de tijd meegaan. Ook over opvoeding en verslaving.

I: Heeft u het gevoel als u zulke voorlichting houdt, dat u dan meer mensen trekt?

G: Ja, zeker.