

Wythnos addysg oedolion 2006 Adult Learners' Week Wales 2006

Verslag van een werkbezoek aan Wales, 20 tot 25 mei 2006

De UK (en Wales) voert drie campagnes per jaar om het leren van volwassenen te bevorderen

Adult Learners' Week (ALW of Week)

In mei: een week met het accent op feestelijke activiteiten, festivals, *taster courses*, een Week om volwassenen te motiveren, op ideeën met betrekking tot leren te brengen.

Sign Up Season

In september: vier weken gericht op de inschrijving voor cursussen

Taking Control

In januari: om volwassenen aan het denken te zetten over vragen als 'wat doe/wil ik met mijn leven? Wil ik een nieuwe start wil ik maken? Wat heb ik daar voor nodig? Deze campagne is ook gericht op vrijwilligersorganisaties, groepen, enz. Voor alle campagnes kunnen organisatoren een stimuleringsbijdrage tot 1000 Pond aanvragen. In de praktijk gaat de hoofdaandacht uit naar de 'Adult Learners' Week'. De campagne 'Sign Up' kwam erbij omdat in september daadwerkelijk ingeschreven kan worden en veel organisaties daar dan ook extra aandacht voor willen. Er is discussie of men in Wales werkelijk drie campagnes wil blijven houden, m.n. vanwege de permanente werkdruk die dit oplevert. Maar alleen een ALW vindt men duidelijk te weinig. Er gaan ook stemmen op om een aparte week voor 'Workplace Learning' te organiseren en/of een Week rond (Intergenerational and) 'Family Learning'. Maar in dat geval zou 'Taking Control' vervallen.

Dit verslag gaat vooral over de Adult Learners' Week en met name over de organisatie en activiteiten. Op de inhoudelijke aspecten van de Week gaan we hier minder in.

De ALW

Het ALW- programma in Zuid-Wales (één van de vier regio's) beslaat tien volle pagina's met kleine lettertjes. Met volop activiteiten die plaatsvinden de in grotere steden, in kleine en heel kleine dorpen. De locaties variëren: naast de gewone onderwijsinstellingen ook bibliotheken, supermarkten, musea, enz. Veel activiteiten betreffen leerfestivals, georganiseerd door lokale samenwerkingsverbanden en *taster courses*. Zo kunnen volwassenen even ruiken aan een cursus, een uurtje meedoen, of er soms zelfs enkele bijeenkomsten van meemaken om te kijken of het wat voor hen is.

De Week is onderverdeeld in verschillende dagen. Zaterdag is Cultural Diversity Day, dinsdag Learners' Day, donderdag Workplace Learning, vrijdag Silver Surfers Day. (niet meer cursief) Deze indeling dient als handvat, organisatoren zijn niet verplicht zich aan deze dagen te houden.

Regionale aandacht

Het accent van de Week dient te liggen bij de lokale activiteiten, zo vindt men ook in Wales. Dit heeft geleid tot het aanstellen van drie regionale werkers, die ieder zeven regio's onder de hoede hebben. Zij stimuleren het aangaan van brede duurzame samenwerkingsverbanden rond *adult learning* en het organiseren van lokale *learning festivals*. Deelname van musea aan de ALW wordt sterk gepromoot. Zo werd het festival in Cardiff in een openluchtmuseum gehouden, een plek waar sowieso al veel mensen komen en die ingesteld is op het organiseren van allerlei aantrekkelijke nevenactiviteiten. Opmerkelijk was dat naast het leuke kijk- en doeprogramma, de informatiemarkt toch weer een wat statisch gebeuren waarbij de mensen passief achter hun materiaal zaten.

Publiciteit

Zoals in de hele UK is ook in Wales de publiciteit een sterk punt in de campagnes. Dit jaar huurde NIACE een publiciteits- en designbureau in en een fotograaf. Uitgangspunt is dat het nodig is om de eigen PR goed te verzorgen: een mooie film over de prijsuitreiking, een verzorgd programmaoverzicht, kwaliteitsfoto's, professionele persberichten en artikelen. Het gaat er om materiaal aan te leveren dat de pers zó kan overnemen. Men laat tijdens de Week constant een eigen fotograaf en verslaggever meelopen die voor kant-en-klaar-materiaal voor de pers maken. Zo maken ze het de pers gemakkelijk, de plaatsingskans is groter en voordeel is ook dat de accenten gelegd worden op die aspecten die de organisatie graag ziet.

Hieronder een overzicht van wat we tegenkwamen:

- De woensdag voorafgaand aan de Week hadden de 24 grotere kranten in Wales een supplement over de ALW. Per krant werd over het bedrag dat hiermee gemoeid was onderhandeld. Meestal tussen de 500 en 1000 Pond. NIACE leverde dan zelf de voorpagina aan (incl. opmaak), het programma op alle locaties, interviews en foto's. De betreffende kranten zorgen zelf voor adverteerders uit de educatieve sector. De supplementen hadden een bereik van 1,2 miljoen personen (op een bevolking van 3 miljoen)
- Er werd zorgvuldig gescreend welke gebieden buiten het bereik van bovengenoemde 24 kranten vallen. Voor die gebieden werd een Programmaoverzicht gemaakt die in kleinere kranten werd ingestoken. Oplage 500.000 ex.
- Betaalde advertenties op de commerciële televisiezender.
- Daags vóór de Week vond de feestelijke uitreiking van prijzen voor Leerders. Dit leverde tevens publiciteit op voor de Week. De televisiekanalen kregen de film die van de prijsuitreiking gemaakt werd, met daarin vele aansprekende verhalen van de prijswinnaars, in de hoop dat ze dit (voor een deel) uitzenden.
- Daags na de prijsuitreiking plaatste NIACE in diverse kranten in de rubriek kleine (familie-)berichten felicitaties voor de prijswinnaars.
- De centrale directie van grotere supermarkten werd benaderd met het verzoek om bij de winkels informatie over de Week uit te delen. Dit vond meestal goed gehoor.
- Speciale website en telefoonlijn met informatie over de Week
- Bedrijven kregen informatiepakketten over de Week met suggesties wat zij zouden kunnen doen.

Prijzen

In het kader van de Week werden in Wales een hele serie *Inspire Awards* uitgereikt: Senior Learner Award, Basic Skills Award, Community Learning Award, ESF Award, Open University Learner Award, Community Network Award, Modern Foreign Language Award, E-Learner Award, City & Guilds Workplace Award, WEA Community Action Group Award, Sports Award, Open College Network Award en de Family Learning Award. (niet meer cursief)

Met deze diversiteit aan prijzen krijgen leerders een breed scala aan inspirerende voorbeelden waar zij zich in kunnen herkennen, aan kunnen spiegelen en die hen kunnen motiveren tijdens hun leertraject. De prijsuitreiking, daags voordat de ALW begint, is ieder jaar weer een feestelijke emotionele gebeurtenis, met een uitverkochte zaal en beeldschermen daarbuiten voor de mensen die niet naar binnen konden. Bezoekers zeggen dat het bijna een soort Oscaruitreiking is, waarbij de winnaars vaak mensen zijn die voor het eerst in hun leven publieke erkenning krijgen voor hun leerprestaties. De bijeenkomst start met een buffet en een toespraak van de minister van onderwijs. Centraal programmaonderdeel is een film die vertoond wordt met tweeminuten-interviews met iedere prijswinnaar en degenen die hem of haar nomineerde. Van dit materiaal wordt ook een boekje gemaakt. Boekje en film lenen zich uitstekend voor verder gebruik door het jaar heen, vanwege de duidelijke uitspraken van de winnaars. Het materiaal leent zich bovendien ook om bedrijven, organisaties en sponsors over de streep te trekken.

Workplace Learning

Donderdag 25 mei was *Workplace Learning Day*. Voor de ontwikkeling van deze dag had NIACE een bureau gecontracteerd dat van huis uit gericht is op sponsoring en fondswerving en voor deze gelegenheid goed werd ingeprikt/begeleid over de doelstellingen van de ALW en *workplace learning*. Voordeel: dit bureau had reeds veel ingangen bij bedrijven en sprak 'de juiste taal'.

Een fiks aantal bedrijven bleek geïnteresseerd om iets speciaals voor hun personeel te organiseren tijdens de Week van het Leren. Dit betrof veelal bedrijven die al een ontwikkeld intern scholingsbeleid hebben en/of reeds actief zijn op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Deze bedrijven organiseerden tijdens de Week bijvoorbeeld activiteiten rond stressmanagement, gezondheid, bewegen, voeding en dergelijke. Werknemers kregen de gelegenheid korte proefcursussen te volgen op dit gebied. Sommige bedrijven gaven speciale aandacht aan *Basic Skills* voor hun werknemers en hun familieleden, soms onder de noemer van computercursussen. De bedrijven grepen de Week met name aan om de aandacht te vestigen op cursussen die niet direct arbeidgerelateerd zijn.

NB: de *Welch Assembly* heeft iemand in dienst die vrijwilligerswerk door werknemers van de *Assembly* ontwikkeld en ook andere publieke bedrijven moet stimuleren hier beleid op te maken. Iedere werknemer van de *Assembly* kan vijf dagen per jaar verlof krijgen voor vrijwilligersactiviteiten.

Evaluatie van de campagne

NIACE Wales werkt met drie verschillende evaluatieformulieren:

1. Een basisformulier* met eenvoudige vragen, in te vullen door organisaties die zonder stimuleringsbijdrage van NIACE werkten
2. Een uitgebreider vragenformulier*, voor organisaties die een stimuleringsbijdrage kregen. Deze organisaties krijgen het tweede deel van de bijdrage na toezending van dit formulier.
3. Een *consent form*, waarop bezoekers aan ALW-activiteiten enkele simpele vragen beantwoorden en toestemming geven om gebeld te worden. Bezoekers kunnen 200 pond winnen door dit formulier in te vullen. De organisatie die de meeste formulieren terugstuurt krijgt 1000 pond om tijdens de volgende campagne (*Sign Up*) te gebruiken. Na een maand belt een callcentre de bezoekers met een vragenlijst* waarin de mening gevraagd wordt over de betreffende activiteit, de Week in het algemeen en de wensen rond leren. Dezelfde mensen werden bovendien in oktober nogmaals gebeld met vervolgvragen, o.a. of zij zich al dan niet hadden ingeschreven voor een cursus.

Financiën

De Week in Wales wordt met ESF-gelden gefinancierd, aangevuld met Loterijgeld en bijdragen van bedrijfsleven. (De Engelse campagne werkt naast ESF-middelen ook met financiering van het Department for Education and Skills en Learndirect).

NIACE Wales heeft een vrij klein team om de campagne te runnen. Daarom huurt zij expertise in: Een publiciteits- en designbureau, een bureau die bedrijven warm maakt voor het organiseren van activiteiten rond *Workplace Learning* en een fotograaf. Voordeel van het uitbesteden van taken is dat zo met gerichte expertise gewerkt wordt, andere expertise dan een educatieve instelling normaliter in huis heeft.

Onderdelen werkbezoek 20 – 25 mei

- Bezoek aan Cultural Diversity Day / Learning Festival op museumterrein, Cardiff
- Bezoek aan Open Learning Centre Severn Road, Cardiff
- Bezoek aan Community Education Centre Gurnos (uitwisselingsbezoek van leerders uit Cardiff en Gurnos)
- Bezoek aan Welch Assembly, Faber Maunsell en Legal and General (in het kader van Workplace Learning), Cardiff

- Bezoek aan mobiele informatiemarkt, Cardiff
- Gesprek met ALWstaf van NIACE Wales
- Gesprek met stafid van het South Riverside Community Development Centre in Cardiff

VERTALING NAAR DE NEDERLANDSE SITUATIE?

Natuurlijk, je kunt de ervaringen uit Wales nooit direct transformeren naar de Nederlandse situatie, daarvoor is de ontwikkelingen en de context te verschillend. Toch zijn er meerdere overeenkomsten qua ervaringen en knelpunten. Ook in Wales is het niet zo dat iedere inwoner weet dat er een Week van het Leren bestaat. Verre van dat. Ook daar moet hard gewerkt worden om publieksaandacht voor de Week te vragen. Echter, er zijn zeker aspecten van de aanpak in Wales die de moeite waard zijn nader te bezien met het oog op toepassing in Nederland.

In Wales zien we een opvallend sterke personele en financiële inzet op het gebied van publiciteit, regionaal werken, prijzen, documentatie en bedrijvenwerk.

1. Publiciteit

- de inzet van specialisten op het gebied van publiciteit en design
- de brede verspreiding van het programma over heel Wales (in de praktijk bijna huis-aan-huis)
- geslaagde pogingen om de pers aandacht te krijgen

2. Regionale aanpak

- het aanstellen van opbouwwerkers die brede regionale/lokale samenwerkingsverbanden helpen opzetten ten behoeve van educatieve campagnes als de Week van het Leren

3. Prijzen

- diversiteit aan prijzen (= namelijk ook diversiteit aan identificatiemogelijkheden)
- landelijke feestbijeenkomst met hoge perswaarde, waarbij alle aandacht gaat naar het prijzengala en de verhalen achter de prijswinnaars

4. Documentatie

- leer- en levensverhalen van prijswinnaars vastgelegd in mooie brochure en video
- dit is sterk promotiemateriaal dat meerdere doelen dient: ter inspiratie voor leerders en organisaties, ter motivatie voor sponsors, voor gebruik door de pers.

5. Bedrijvenwerk

- gericht werken naar bedrijven
- concreet materiaal en voorstellen
- focus op gezondheidsissues e.a. vormen van non-formele educatie

Tenslotte, als het gaat om evaluatie en resultaatmeting van educatieve campagnes, zowel op kwantitatief als op kwalitatief vlak, is er nog veel te winnen. Wat leveren campagnes als de Week van het Leren nu eigenlijk op? Wat voor soort resultaten mag je verwachten en hoe meet je dit? In Wales worstelen ze ook met deze vraag, maar we troffen wel interessante aanzetten op dit gebied aan.

6. Evaluatie campagne

- het belang van een strategie met betrekking tot evaluatie
- telefonische interviews met leerders kan zeer waardevolle informatie opleveren

Mei 2006
Lidwien Vos de Wael
Henk Hijink

* Vragenlijsten kunnen op verzoek toegestuurd worden