



**Doelgroeponderzoek mensen met lage
basisvaardigheden**
Rapport

M250349

Marcel Voorn
Geesje Remijnse

11-12-2025

m.voorn@motivaction.nl
g.remijnse@motivaction.nl

Inhoud

Achtergrond	3
Methode en opzet	4
Conclusies en aanbevelingen	5
Resultaten doelgroep zonder migratieachtergrond	8
Resultaten doelgroep met migratieachtergrond	18
Resultaten sleutelfiguren	26
Resultaten ProDemos	30
Bijlagen	35



Achtergrond

In opdracht van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK), directie Democratie en Bestuur, heeft Motivaction International B.V. een kwalitatief doelgroeponderzoek uitgevoerd naar mensen met lage basisvaardigheden en hun toegang tot verkiezingsinformatie.

Achtergrond

In Nederland hebben naar schatting meer dan twee miljoen mensen moeite om zelfstandig hun stem uit te brengen bij verkiezingen. Dit kan te maken hebben met lage taalvaardigheid, beperkte digitale vaardigheden, moeite met lezen en schrijven, of cognitieve beperkingen zoals dementie. Veel van hen beschikken over onvoldoende kennis van het verkiezingsproces en weten niet altijd waar zij betrouwbare informatie kunnen vinden. Hierdoor blijven zij vaak op afstand van het democratische proces, wat hun maatschappelijke participatie en betrokkenheid belemmert.

BZK heeft als kernopdracht het beschermen en versterken van de democratische rechtsstaat. Een belangrijk onderdeel daarvan is het bevorderen van een inclusief verkiezingsproces, waarin ook mensen met lage basisvaardigheden zelfstandig en volwaardig kunnen deelnemen. Om dit te bereiken had BZK behoefte aan verdiepend inzicht in de leefwereld van deze doelgroep, hun informatiebehoefte en hun mediagedrag, evenals in de manieren waarop zij het best kunnen worden bereikt en gemotiveerd om te stemmen. NB. Onder mensen met lage basisvaardigheden worden mensen verstaan die moeite hebben met lezen, schrijven, rekenen en daardoor ook vaak met digitale vaardigheden.

Doelstelling en onderzoeksvragen

Dit onderzoek is van groot belang voor het vergroten van de inclusiviteit van het verkiezingsproces en voor het versterken van de democratische betrokkenheid van mensen met lage basisvaardigheden. Het uiteindelijke

doel is hen beter te informeren en te ondersteunen, zodat zij zelfstandig en met vertrouwen hun stem kunnen uitbrengen.

We formuleren de doelstelling van het onderzoek als volgt: **Inzicht bieden in de leefwereld van mensen met lage basisvaardigheden en hoe zij het beste bereikt kunnen worden met informatie over verkiezingen, zodat zij beter geïnformeerd en ondersteund worden in hun stemproces.**

De hoofdvraag luidt: **Hoe kunnen mensen met lage basisvaardigheden het beste bereikt worden met informatie over verkiezingen?**

Om deze hoofdvraag te beantwoorden onderzoeken wij:

- De leefwereld en achtergrond van de doelgroep.
- De politieke perceptie en kennis van de doelgroep.
- Het mediagedrag van de doelgroep.

Methode en opzet

Methode

Kwalitatief onderzoek:

- 12 face-to-face interviews met mensen met lage basisvaardigheden van elk 45-60 minuten.
- Online focusgroep met sleutelfiguren via online platform Brainstork van 90 minuten.
- Telefonisch interview met sleutelfiguur Stichting ABC
- Online duo expert-interview met ProDemos via online platform Teams van 60 minuten.

Voor dit onderzoek is gekozen voor een kwalitatieve onderzoeksopzet, bedoeld om verdiepend inzicht te verkrijgen in de leefwereld, belevingen, kennis en mediagedrag van mensen met lage basisvaardigheden in relatie tot verkiezingsinformatie. Het accent lag op rijke, gedetailleerde data waarmee BZK concrete en bruikbare handvatten kan ontwikkelen voor een inclusieve verkiezingscommunicatieaanpak.

Veldwerkperiode

Het veldwerk is uitgevoerd van 3 september tot 18 november 2025.

Respondenten

Aan dit onderzoek hebben in totaal 20 personen deelgenomen.

- De respondenten met lage basisvaardigheden vormen een diverse groep mensen met lage basisvaardigheden, waaronder beperkt taalvaardigen, niet-taalvaardigen en mensen met lage digitale vaardigheden. De groep is gelijkmatig verdeeld over stedelijke en niet-stedelijke gebieden en kent variatie in leeftijd en geslacht. Van deze groep hadden n=5 respondenten geen migratieachtergrond en n=7 respondenten wel.
- De groep sleutelfiguren bestond uit maatschappelijk werkers, taalcoaches en vrijwilligers uit buurtcentra die veel te maken hebben met mensen met lage basisvaardigheden.

De variatie ziet er als volgt uit:

- Single diepte-interviews met mensen met lage basisvaardigheden in stedelijk gebied: n=6
- Single diepte-interviews met mensen met lage basisvaardigheden in niet-stedelijk gebied: n=6
- Focusgroep met sleutelfiguren Inclusia: n=5
- Interview sleutelfiguur Stichting ABC: n=1
- Duo diepte-interview met inhoudelijke specialisten van ProDemos: n=2

Werving

De werving vond plaats via Stichting ABC en Inclusia. Deze organisaties hebben ervaring met het werken met mensen met lage basisvaardigheden en hanteren een positieve framing gericht op mogelijkheden, waardoor de doelgroep zich gewaardeerd voelt en eerder bereid is deel te nemen. Voor de groepsdiscussie met sleutelfiguren is aanvullend het netwerk van Inclusia ingezet.

Incentives

Alle respondenten met lage basisvaardigheden en de sleutelfiguren hebben een incentive ontvangen in de vorm van een cadeaubon.



Conclusies en aanbevelingen

Kernconclusie

| De groep mensen met lage basisvaardigheden is zeer divers en laat zich niet met één doelgroepgerichte aanpak volledig bereiken. Wel blijkt dat korte, compacte verkiezingsinformatie, met duidelijke visuele ondersteuning, door vrijwel iedereen beter wordt begrepen en gebruikt.

De doelgroep heeft moeite met het begrijpen van verkiezingsinformatie via formele kanalen	Doordat de doelgroep een sterk heterogene groep vormt, zijn zij moeilijk te bereiken met één doelgroepgerichte aanpak	Over het algemeen is de doelgroep het beste te bereiken met geadresseerde post met overheidslogo	Inhoudelijke vormgeving van de informatie moet sterk vereenvoudigd en visueel ondersteunend worden
<ul style="list-style-type: none">• Mensen met lage basisvaardigheden halen hun verkiezingsinformatie vooral uit gesprekken met familie, vrienden of bekenden. Soms ook uit het journaal in gemakkelijke taal, of het jeugdjournaal, die door het heldere en visuele karakter beter te volgen zijn. Formele kanalen als partijprogramma's of overheidswebsites worden nauwelijks spontaan geraadpleegd.• Voor sommige respondenten is ook de politieke dynamiek – waarin standpunten in debatten regelmatig veranderen of elkaar tegenspreken – moeilijk te volgen. Hierdoor hebben zij extra moeite om verkiezingen goed te begrijpen.• Stemmen vindt men wel belangrijk maar vooral bij verkiezingen die als nabij en relevant worden ervaren. Tweede Kamer- en gemeenteraadsverkiezingen zijn binnen deze groep de bekendste verkiezingen. Waterschappen, Provinciale Staten en het Europees Parlement zijn vaak veel minder bekend. Deze groep stemt vooral op verkiezingen die als nabij en direct relevant worden ervaren.	<ul style="list-style-type: none">• Mensen met lage basisvaardigheden vormen een zeer heterogene groep. Door hun uiteenlopende achtergronden en kenmerken en leefwerelden is de groep mensen met lage basisvaardigheden niet als één doelgroep te bereiken, waardoor een enkele gerichte aanpak altijd een groot deel onbereikbaar laat.• De lees-, schrijf- en digitale vaardigheden binnen deze groep verschillen sterk. Sommige respondenten kunnen helemaal niet lezen, schrijven of internetten, anderen gebruiken aangeleerde trucs om via herkenbare iconen sociale media te bedienen, maar lopen vast bij formele toepassingen zoals DigiD of lange online teksten. Mediagebruik varieert ook met leeftijd en context.• Binnen deze groep is een duidelijke tweedeling zichtbaar: mensen mét lage basisvaardigheden met- en zonder migratieachtergrond. De eerste groep is doorgaans via gemeenschapsnetwerken bereikbaar en ervaren minder schaamte, terwijl de tweede groep vaak meer schaamte ervaart.	<ul style="list-style-type: none">• De meest zekere manier om mensen met lage basisvaardigheden te bereiken is via geadresseerde post voorzien van een duidelijk overheidslogo. Zo'n brief wordt vrijwel altijd geopend, omdat deze als zijnde 'belangrijk' wordt herkend. Wanneer de ontvanger de inhoud niet zelf kan lezen of begrijpen, wordt deze meestal ondersteund door iemand uit de directe omgeving, zoals kinderen, familie, vrienden, burens, begeleiders of contacten uit het buurthuis.• Er is geen eenduidig mediagebruik; voorkeuren verschillen sterk. Hierdoor komt een strategie via deze kanalen neer op een "schieten met hagel" zonder garantie dat iedereen wordt bereikt. Men haalt hun verkiezingsinformatie vooral uit gesprekken met hun sociale omgeving, en soms uit tv-debatten, het Journaal in makkelijke taal of het Jeugdjournaal, die door helder taalgebruik en visuele ondersteuning beter te volgen zijn.• Partijprogramma's en overheidswebsites worden zelden geraadpleegd. In de huidige vorm zijn deze simpelweg te complex en lastig te begrijpen voor mensen met lage basisvaardigheden.	<ul style="list-style-type: none">• Zinnen in verkiezingsmateriaal zijn nu vaak lang en ingewikkeld. Hierdoor kunnen mensen met lage basisvaardigheden de boodschap vaak minder goed verwerken en lezen zij de informatie niet. Zij geven aan dat korte, duidelijke zinnen het lezen en begrijpen aanzienlijk vergemakkelijken. Ook duidelijke witregels tussen zinnen of bij een nieuw onderwerp kunnen de tekst overzichtelijker maken en het lezen minder vermoeiend.• Veel respondenten geven aan dat iconen en afbeeldingen in verkiezingsmateriaal vaak weinig bijdragen aan het begrip van de tekst. En soms zelfs verwarrend werken, doordat ze niet altijd aansluiten bij de inhoud. Respondenten geven aan dat visuele elementen alleen nuttig zijn wanneer ze de geschreven informatie daadwerkelijk verduidelijken.

Advies

Gebruik een geadresseerde brief met overheidslogo als hoofdkanaal en versterk het bereik met televisie, social media en de sociale omgeving van de doelgroep.

- **Een geadresseerde brief met overheidslogo werkt het beste, omdat deze wordt herkend als belangrijk en vrijwel altijd wordt geopend.** Daarmee voorkom je het 'schothagel'-effect van andere mediakanalen en vergroot je de kans dat de verkiezingsinformatie daadwerkelijk gelezen en verwerkt wordt.
- **Benut de sociale omgeving van deze doelgroep als aanvullend kanaal voor verkiezingsinformatie.** Een groot deel van deze doelgroep haalt veel informatie via familie, vrienden en vertrouwenspersonen, en op plekken als buurthuizen en bibliotheken. Door deze netwerken te betrekken bij verspreiding en uitleg, wordt de boodschap gedeeld in een vertrouwde setting.
- **Zet televisie en social media in als aanvulling op de geadresseerde overheidsbrief.** Tv-programma's als Journaal Makkelijke Taal, het Jeugdjournaal en verkiezingsdebatten en lokale zenders maken informatie visueel en hoorbaar. Deze kanalen vergroten het bereik, maar vervangen de brief niet.

Zorg dat teksten in verkiezingsinformatie kort en overzichtelijk zijn, in eenvoudige taal

- **Gebruik in teksten met verkiezingsinformatie alleen korte, direct geformuleerde zinnen.** Dit is vaak de eerste stap die respondenten benoemen om de teksten beter te begrijpen. Hierdoor neemt de kans toe dat lezers de informatie daadwerkelijk lezen en kunnen gebruiken.
- **Zorg voor teksten met een logische, eenvoudige opbouw.** Zonder overbodige inleidingen, zijsporen, bijzinnen of ingewikkelde constructies. Begin direct met de kern en werk die uit in korte, duidelijke stappen, zodat lezers weten wat te doen en de kans op begrip en opvolging toeneemt.
- **Gebruik witruimte en een duidelijke structuur om visuele rust in de teksten te creëren.** Zo kunnen de lezers de essentie van de zin snel vinden. Op deze manier blijft de boodschap helder, verminder je de cognitieve belasting en vergroot je de kans dat kiezers de informatie lezen, begrijpen en daadwerkelijk kunnen toepassen.

Maak de verkiezingsinformatie visueel ondersteund

- **Zorg dat verkiezingsinformatie meer visueel en minder tekstueel wordt gemaakt.** Respondenten geven aan dat visuele aspecten de leesdrempel verlagen en informatie in één oogopslag begrijpelijker maken en zo de toegankelijkheid voor alle stemgerechtigden vergroten.
- **Zorg dat alle afbeeldingen en pictogrammen in verkiezingsinformatie de tekst actief verduidelijken en het begrip vergroten.** Vermijd decoratieve of niet-passende illustraties, omdat die verwarring kunnen veroorzaken. Goede visuele ondersteuning, die door herkenbare beelden of pictogrammen die direct bij de informatie of handeling passen, vergroot het begrip, geeft houvast en maakt instructies begrijpelijker, sneller en correct uitvoerbaar.

Zorg voor een hulplijn

- **Zorg dat kiezers die de verkiezingsinformatie in de brief niet begrijpen altijd terecht kunnen bij een laagdrempelige, toegankelijke hulplijn.** Plaats het telefoonnummer duidelijk en prominent op de brief, bijvoorbeeld aan de voorzijde, zodat men deze direct ziet en zonder hulp van anderen kan bellen.
- **Zorg dat iedere interactie met de hulplijn voor kiezers met lage basisvaardigheden altijd positief, respectvol en laagdrempelig verloopt.** Deze doelgroep kampt vaak met sterke schaamte rond het niet goed kunnen lezen, schrijven of verwerken van informatie. Investeer in goed getrainde medewerkers die vriendelijk en geduldig uitleg geven. Een positieve eerste ervaring vergroot de kans dat mensen ook in de toekomst zelfstandig hulp durven te zoeken, en voorkomt dat een negatieve ervaring hen afschrikt om opnieuw contact op te nemen.



Resultaten | Mensen met lage basisvaardigheden zonder migratieachtergrond

Leefwereld 1/2

Een sterk heterogene groep, waarbij schaamte vaak een overkoepelend thema is

De doelgroep is zeer gemêleerd en kent geen eenduidige demografische kenmerken. Deze groep is zeer gemêleerd en binnen de groep zijn geen duidelijke demografische kenmerken te onderscheiden waarmee zij eenvoudig als aparte doelgroep te identificeren zijn. Wat deze mensen gemeen hebben, is dat zij moeite hebben met het verwerken van informatie, vooral wanneer deze op papier wordt aangeboden.

Binnen de doelgroep zonder migratieachtergrond leeft veel schaamte over het niet goed kunnen lezen en schrijven. Vooral bij mensen met lage basisvaardigheden zonder migratieachtergrond is deze schaamte groot; zij hangen dit niet aan de grote klok en houden hun 'beperkingen' vaak verborgen, zelfs voor mensen in hun directe omgeving.

Deze mensen ervaren regelmatig onbegrip bij zorgverleners, formele instanties of overheden. In de zorg gebeurt dit wanneer professionals geen moeite doen om informatie eenvoudiger of visueel uit te leggen, en vasthouden aan complexe termen die moeilijk te verwerken zijn. Bij overheden en instanties gebeurt iets soortgelijks: brieven, formulieren en gesprekken blijven ingewikkeld, terwijl medewerkers niet altijd schakelen naar een heldere communicatiestijl. Hierdoor missen zij cruciale informatie, voelen zich buitengesloten en lopen het risico op fouten met grote gevolgen. Deze situaties veroorzaken frustratie, stress en soms wantrouwen richting instanties, vooral wanneer het gaat om persoonlijke of urgente zaken.

“

Natuurlijk is er schaamte, want je bent 'gewoon' een Nederlander, je hebt gewoon basisonderwijs gehad en middelbare school. Ja, hoezo kan je dan niet lezen en schrijven?

- Zonder migratieachtergrond

“

Ik loop ook tegen dingen nog aan. Ondanks dat ik al tien jaar les heb, ondanks dat ik een beetje kan lezen en schrijven. Brieven van de gemeente zijn bijvoorbeeld niet te lezen. Dan denk ik daar gaan we weer. Ook de Belastingdienst, ziekenhuizen, die doen dat ook.

- Zonder migratieachtergrond

“

Er is gewoon heel veel onbegrip voor. Bijvoorbeeld een huisarts: die heeft daar geen tijd voor, wil zich ook niet aanpassen. Het zal wel, we geven medicijnen en dan is mevrouw weer weg. Zo werkt dat dan. Daarom heb ik heel veel moeite gehad om dat toe te geven.

- Zonder migratieachtergrond

Leefwereld 2/2

Deze groep steunt sterk op hun sociale vangnet

Het zijn vaak sociaal vaardige mensen die hun netwerk van familie, vrienden, buren en andere vertrouwenspersonen hard nodig hebben om vooruit te komen. Dit sociale vangnet speelt een cruciale rol bij het begrijpen van informatie en het regelen van praktische zaken, zoals afspraken, administratie of contact met instanties. Voor velen is het zelfstandig uitvoeren van deze taken lastig, doordat zij moeite hebben met lezen, schrijven, of informatieverwerking wanneer deze informatie schriftelijk en/of in hun ogen onlogisch gestructureerd is.

Een gedeelte van deze groep voelt zich op hun gemak in de lokale bibliotheek of buurthuis. Deze locaties zijn lokaal verankerd en bieden persoonlijke hulp van medewerkers en vrijwilligers die hen kennen, hun situatie begrijpen en kunnen ondersteunen bij het lezen van post, het invullen van formulieren of het vinden van relevante informatie. Zo vormen zij niet alleen een praktische hulpbron, maar ook een veilige omgeving waar men met vertrouwen vragen kan stellen en problemen kan oplossen.

“

In Amsterdam had ik er niet zoveel last van, want ik heb twee kinderen en ik kon alles aan mijn oudste dochter vragen. Maar ja, die ging ook op den duur op zichzelf wonen. Toen moest ik een uitkering zelf aanvragen toen ik ging verhuizen en toen viel ik eigenlijk door de mand, doordat ik niet kon schrijven. Niemand wist ervan.

- Zonder migratieachtergrond

“

Andere dingen, zoals financiële dingen, doe ik niet. Ik wil het wel, maar het lukt niet altijd. Dan heeft zij [zijn vrouw] het al voor me gedaan. Ik heb ook een leaseauto, dat is voor mij idealer. Dat heb ik zelf geregeld. Wél met haar erbij.

- Zonder migratieachtergrond

Politieke perceptie en kennis 1/3

Hoge stembereidheid, maar politiek wordt vooral gekoppeld aan onderwerpen in directe leefwereld

Binnen deze doelgroep is er doorgaans een sterke motivatie om te stemmen. Een meerderheid vindt het belangrijk om gebruik te maken van hun stemrecht en gaan vrijwel altijd naar de stembus, zelfs als zij landelijke politiek vaak als een “ver-van-mijn-bedshow” ervaren. De motivatie is vaak gebaseerd op een gevoel van plicht en rechtvaardigheid: wie niet stemt, mag volgens hen “niet klagen”. Een groot gedeelte geeft aan wel te stemmen, een enkeling heeft nog nooit gestemd.

Binnen deze doelgroep worden vooral de Tweede Kamerverkiezing en gemeenteraadsverkiezing als belangrijk ervaren. Ze weten dat ze een stempas ontvangen en hebben vaak ervaring met het stemproces. De gemeenteraadsverkiezingen worden daarnaast relevant gevonden omdat de gevolgen – zoals veranderingen in voorzieningen of de leefomgeving – herkenbaar en direct merkbaar zijn.

Voor hen is politiek vooral gekoppeld aan zichtbare, concrete onderwerpen in hun eigen omgeving. Zoals bijvoorbeeld straatwerkzaamheden en de veiligheid van hun kinderen of kleinkinderen. Deze nabijheid vergroot de betrokkenheid: men volgt eerder het lokale nieuws, spreekt erover binnen het eigen netwerk en neemt deel aan activiteiten die de eigen leefomgeving aangaan. Ze zijn minder gericht op de Tweede Kamer of het bredere politieke debat. Wat zich dichtbij afspeelt – in hun eigen gemeente, wijk of sociale omgeving – heeft daarentegen wél betekenis. Lokale kwesties, voorzieningen en gebeurtenissen worden sneller opgepikt en als relevant ervaren, omdat de impact hiervan concreet en direct merkbaar is.

“

Natuurlijk vind ik het belangrijk om te gaan stemmen, anders mag je niet klagen hè? Als je zelf niet hebt gestemd.

- Zonder migratieachtergrond

“

Ik ga altijd stemmen. Ik vind het ook belangrijk dat het goed gebeurt. Dus met een goed programma neerzetten, dat iedereen er wat aan heeft. Ik weet hoe ik moet stemmen doordat ik het al jaren doe, maar in het begin vond ik het heel moeilijk. Toen heb ik eens op de verkeerde partij gestemd.

- Zonder migratieachtergrond

Politieke perceptie en kennis 2/3

(Inter-)nationale politiek voelt als abstract en (te) ver weg

Veel mensen binnen deze doelgroep ervaren geen merkbare invloed van de landelijke politiek op hun dagelijks leven. Besluiten die in Den Haag worden genomen voelen voor hen abstract en ver weg, zonder concreet effect op hun persoonlijke situatie. Dit gevoel van afstand wordt versterkt door de overtuiging dat zij als individuele burger geen verschil kunnen maken in de uitkomst van landelijke politieke processen. Bij een deel van deze groep wordt dit gevoel van ‘machteloosheid’ nog verder versterkt door schaamte of een minderwaardigheidsgevoel over hun beperkte lees- en schrijfvaardigheden, waardoor zij zichzelf minder in staat achten om volwaardig mee te praten of invloed uit te oefenen op politieke besluitvorming.

In gesprekken geven sommigen aan het politieke toneel te zien als een “poppenkast”, waarin partijen elkaar tegenspreken en besluiten onvoorspelbaar zijn. Deze perceptie voedt een zekere machteloosheid en leidt ertoe dat men zich weinig betrokken voelt bij grootschalige politieke thema’s, simpelweg omdat de eigen invloed daarop nihil wordt geacht. Internationale politiek staat nog verder van hen af en wordt helemaal als onbereikbaar beschouwd.

Verkiezingen voor waterschappen of Provinciale Staten worden als weinig belangrijk gezien. Zo worden waterschapsverkiezingen soms gereduceerd tot “iets met water”, waarbij de bredere impact onbekend blijft. Internationale verkiezingen of politieke processen liggen nog verder buiten hun belevingswereld en worden vaak als onbereikbaar beschouwd. Verschillen in bekendheid en ervaren relevantie per verkiezingstype beïnvloeden rechtstreeks de mate van betrokkenheid en stemopkomst: hoe zichtbaarder en tastbaarder het effect, hoe groter de motivatie om te stemmen.

“

Nee het kan geen invloed op mijn leven hebben, want ik stoor me er niet aan. Want als je die politici ofzo hoort praten denk je waar hebben ze het over?! Het zal wel. Als ze een toontje lager zouden gaan zingen zou ik me er wel in verdiepen, maar nu kan ik het nog niet eens volgen.

- Zonder migratieachtergrond

“

Ik heb nog nooit in mijn leven gestemd, het is mij ook nog nooit uitgelegd. Ik weet er niks van, dus waar moet ik dan op stemmen? Ik weet niet wat de PVV doet, of de PvdA, wat doen ze voor me? Ga ik achteruit, ga ik vooruit? Ik heb altijd gezegd ‘zolang ze dit niet simpel uit gaan leggen, ga ik niet stemmen.

Zonder migratieachtergrond

“

Nou ik moet je eerlijk zeggen, het is niet te volgen. Dus nee, ik hou me er niet meer mee bezig. Want anders draai ik helemaal door.

Zonder migratieachtergrond

Politieke perceptie en kennis 3/3

De informatie rondom verkiezingen is vaak te complex

Veel mensen binnen deze doelgroep vinden de verkiezingsinformatie die zij ontvangen moeilijk te begrijpen, zowel de informatie afkomstig van politieke partijen als de uitleg over hoe zij moeten stemmen. Partijprogramma's worden zelden gelezen, omdat zij vaak als te lang en te complex worden gezien, met veel moeilijke woorden en uitgebreide formuleringen. Mensen geven aan dat zij de boodschap niet uit deze teksten kunnen halen en daardoor afhaken. Dezelfde ervaren complexiteit komt terug bij officiële uitleg over het stemproces: brieven, bijlagen en folders bevatten veel informatie in een compacte, tekstuele vorm met weinig visuele ondersteuning.

Ook stemlocatielijsten en stapsgewijze instructies worden vaak als onoverzichtelijk ervaren, met te kleine letters, lange zinnen en overbodige details. Beelden die moeten ondersteunen sluiten soms niet aan op de tekst, waardoor ze weinig verduidelijking bieden. Het gevolg is dat beide typen informatie – inhoudelijke standpunten én praktische steminstructies – lastig te verwerken zijn door deze doelgroep, wat het begrip en de zelfstandige toepassing belemmert.

“

Dit is echt veel teveel tekst. Ik denk dat ze op die brief [stempas] steeds herhalen wat je moet doen, maar dan op een andere manier, en allemaal in moeilijke taal. Ik zou niet eens beginnen met lezen. Dan gaan ze iets uitleggen wat in de envelop zit, maar dat heb je er toch al uitgepakt, dus je weet toch dat dat in die envelop zit? Dat is al een stap teveel. [...] Dit is echt teveel, ik denk dat ze dit anders kunnen doen [over locaties]. Ik zou de belangrijkste punten doen. Bij mij in de buurt, punt. Wat moet ik met dat allemaal? Plaatje van de datum had er ook niet bij gehoeven, dat staat al bovenaan. Veel te omslachtig.

- Zonder migratieachtergrond

“

Hier staat een plaatje van iemand die staat met z'n telefoon, die gaat bellen. Terwijl daaronder staat 'bedenk op wie u wil stemmen'. Als in ieder stemlokaal drie mensen zitten, waarom staan er hier dan maar twee op het plaatje? Ik kan uit die plaatjes niet halen dat die stappen zo gaan. Ze hebben allebei dezelfde stapeltjes papier. Ik haal er niet uit dat de ene je ID checkt en de andere je stembiljet geeft.

- Zonder migratieachtergrond

Mediagedrag en informatievoorziening 1/4

Informatievoorziening gaat vooral via sociale omgeving

De meeste mensen binnen deze doelgroep krijgen hun informatie over wat er in de wereld gebeurt via gesprekken binnen hun sociale netwerk. Familie, vrienden, buren en andere vertrouwenspersonen spelen hierin een centrale rol en bespreken nieuws dat zij zelf hebben opgepikt uit televisie, radio of uit de directe leefomgeving. Het sociale netwerk fungeert vaak als filter en vertaalmechanisme: berichtgeving wordt gedeeld, uitgelegd en in begrijpelijke taal toegelicht.

Daarbij wordt informatie regelmatig verbonden aan persoonlijke ervaringen of concrete gebeurtenissen in de buurt, waardoor deze relevanter en makkelijker te begrijpen wordt. Voor een deel van de doelgroep vormt deze onderlinge uitwisseling zelfs de belangrijkste bron van actuele informatie, zeker wanneer formele kanalen zoals nieuwsprogramma's of krantartikelen te complex of ontoegankelijk zijn. Zo vervult het netwerk een dubbele rol: het biedt praktische ondersteuning én fungeert als actieve bron voor nieuws en maatschappelijke ontwikkelingen.

Binnen deze doelgroep is televisie veruit het meest gebruikte medium, vaak gedurende meerdere uren per dag. Men houdt zich veelal aan vaste zenders, zoals NPO 1, NPO 2, NPO 3, RTL én lokale zenders, waarbij naast amusement ook journaals en af en toe debatprogramma's worden gevolgd. Het volgen van politieke debatten kan echter lastig zijn, doordat het gebruikte taalniveau en de hoeveelheid inhoud soms als te complex worden ervaren. Radio wordt eveneens regelmatig beluisterd, zowel als informatiebron voor nieuws als voor ontspanning.

Social media speelt bij de oudere respondenten een kleine rol bij het verkrijgen van informatie. Ze maken wel gebruik van social media, bijvoorbeeld WhatsApp, maar zien social media meer als medium voor jongeren.

“

Als het echt niet gaat dan heb ik altijd m'n dochters. Dan maak ik een fotootje en dan zeg ik, ik snap dit niet kun je me dit uitleggen? Maar ik probeer het eerst wel zelf. Ligt er wel aan wat het is natuurlijk.

- Zonder migratieachtergrond

“

Jeugdjournaal werkt wel, want dat wordt leuk gedaan. Ze doen het niet kinderachtig, gewoon anders. En dan heb je ook van HvNL, die doet het ook. Niet op een simpele manier, maar wel duidelijk rustig hoe ze het uitleggen. Dus daar kijk ik altijd naar. Maar als ze dan politiek fragmenten laten zien van Timmermans ofzo, dan weet ik niet meer waarover het gaat.

- Zonder migratieachtergrond

“

Soms heb je wel eens een mail die je kan laten afspelen en dan hoor je zo'n langzame robotstem. Dan denk ik laat maar zitten, dit motiveert niet om te blijven zitten en je aandacht te houden. Dat hoeft niet op een kinderlijke manier, maar wel op een duidelijke en makkelijke manier. Dan wil je pas blijven luisteren wat ze bedoelen. Het zou zo'n luisternboek stem moeten zijn, dan kun je ook een beetje in je opnemen wat ermee wordt bedoeld. Als er dan een moeilijk woord tussen zit, kan je wel door.

- Zonder migratieachtergrond

Mediagedrag en informatievoorziening 2/4

Bijna niemand zoekt zelf actief verkiezingsinformatie

Mensen binnen deze doelgroep zoeken zelden actief, via media, naar informatie over verkiezingen.

Wanneer zij dit wel doen, ervaren ze deze informatie vaak als lastig en weinig toegankelijk.

Partijprogramma's worden vrijwel nooit volledig gelezen omdat ze lang, complex en doorspekt met moeilijke woorden zijn, waardoor de kern onduidelijk blijft en men snel afhaakt. Ook de praktische uitleg over het stemproces – zoals brieven, bijlagen en folders – wordt regelmatig als onoverzichtelijk ervaren door compacte tekst, kleine letters, lange zinnen en beelden die onvoldoende aansluiten op de inhoud. Dit maakt het moeilijk om verkiezingsinformatie zelfstandig te verwerken en toe te passen.

Overheidswebsites blijven vaak ongelezen. Wanneer mensen al weten welke overheidswebsite zij moeten bezoeken voor verkiezingsinformatie, ervaren zij de aangeboden informatie vrijwel altijd als te complex en onoverzichtelijk. De teksten zijn vaak lang, bevatten moeilijke woorden en hebben een opbouw waarbij de kern pas laat of helemaal niet duidelijk wordt. Deze combinatie maakt het lastig om snel te vinden wat men zoekt, waardoor veel mensen afhaken. Het gevolg is dat zij officiële websites vaak mijden.

In veel gevallen speelt schaamte over lees- en schrijfbepalingen een versterkende rol in het vermijden van verkiezingsinformatie via 'traditionele wegen'. In plaats van zelf te zoeken, vertrouwen velen op mondelinge uitleg binnen hun sociale netwerk, waar informatie in eenvoudige taal en in een herkenbare context wordt besproken.

“

Zoveel moeilijke woorden, daar kom je gewoon niet doorheen. Als je een dag verder bent als je een brief moet lezen, dan heb je daar geen zin in hoor. Maar dan denk ik ook bij mezelf, begrijpt heel Nederland 'm wel? Met die dure woorden van ze?

- Zonder migratieachtergrond

“

In ieder geval beginnen met die moeilijke woorden weg te laten. Ik zou wel eens willen zien hoe ze een debat voeren, maar dan echt in begrijpelijke taal. Laat ze eens een folder maken met hun stappen. En dan niet een folder die heel lang is, maar simpel uitgelegd: wat zijn hun doelen en wat gaan ze doen?

- Zonder migratieachtergrond

“

Ik doe wel heel veel op internet omdat ik van alles maak, maar internet om iets te lezen, nee. Dat is gewoon vrij moeilijk. En niet bij alles staat een icoontje dat je het kan laten voorlezen. Dan moet het ook in normale taal voorlezen, anders snap ik het nog niet.

- Zonder migratieachtergrond

“

Ik lees nooit een verkiezingsprogramma, dat interesseert me niet zo. Niet iedereen komt er ook eerlijk voor uit wat ze gaan doen. Soms zeggen ze 'dit gaan we doen' en dan komt het er helemaal niet van. Dan doen ze ineens iets anders.

- Zonder migratieachtergrond

Mediagedrag en informatievoorziening 3/4

Geadresseerde brief met overheidslogo werkt het best, mits deze toegankelijker wordt gemaakt

Persoonlijk geadresseerde, papieren post blijkt het meest effectieve middel om deze doelgroep met verkiezingsinformatie te bereiken. Uit de gesprekken komt naar voren dat officiële brieven – herkenbaar door vormgeving, opmaak en een duidelijk overheidslogo – door vrijwel iedereen worden geopend, ook door mensen die moeite hebben met lezen of schrijven. De herkenning van ‘overheidspost’ maakt dat zij deze als belangrijk beschouwen, ongeacht hun vermogen om de inhoud zelfstandig te begrijpen. Wanneer zij de tekst niet zelf kunnen lezen, leggen zij de brief vrijwel altijd voor aan een familielid, vriend of andere vertrouwenspersoon om de inhoud te laten uitleggen.

Verkiezingsinformatie op papier wordt voor deze doelgroep het best begrepen wanneer deze kort, overzichtelijk en visueel ondersteund is. Lange teksten, kleine letters en dicht op elkaar staande blokken informatie leiden snel tot afhaken. Een duidelijke structuur met korte zinnen, stappen in logische volgorde en voldoende witruimte maakt het lezen en verwerken eenvoudiger. Pictogrammen of relevante afbeeldingen kunnen de kern verduidelijken, mits zij direct aansluiten bij de tekst en dezelfde boodschap versterken.

Veel respondenten geven ook aan dat een stapsgewijze beschrijving van het stemproces, verwarring vermindert over volgorde en handelingen. Bijvoorbeeld in de vorm van een eenvoudig schema of nummering, Het duidelijk en opvallend plaatsen van belangrijke gegevens, zoals een telefoonnummer voor hulp, draagt er eveneens aan bij dat mensen zelfstandig actie kunnen ondernemen wanneer iets onduidelijk is. Deze combinatie van eenvoud, structuur en visuele ondersteuning maakt papieren verkiezingsinformatie voor deze doelgroep het meest toegankelijk.

Veel mensen geven aan het prettig te vinden om bij onduidelijke verkiezingsinformatie laagdrempelig iemand te kunnen bellen voor uitleg. Een hulplijn wordt gewaardeerd mits het telefoonnummer duidelijk en opvallend op de brief staat, zodat het zonder zoeken of hulp van anderen te vinden is. Zo’n contactpunt voelt veilig, vooral voor mensen die moeite hebben met lezen, schrijven en/of informatie verwerken. Het is belangrijk dat zij vriendelijk en respectvol te woord worden gestaan, zonder betutteling, omdat negatieve ervaringen kunnen ontmoedigen. Een positieve ervaring vergroot juist het vertrouwen en de kans dat zij in de toekomst zelfstandig informatie durven opvragen.

“

Stel je voor we nemen de PVV en zij willen iets uitleggen aan mij. Dan zou ik hier heel groot wonen zetten, daaronder een plaatje van een huis, en daaronder in het klein wat ze ermee willen. Dan daaronder bijvoorbeeld 6 punten, gewoon kort. En daaronder een foto van degene van wie die partij is met een foto. Dan heb je al een folder en aan de achterkant de rest. Begin dan op tv met te zeggen dat je zo’n folder hebt, dan kun je die zelf opzoeken. Bieb, huisarts, zijn ook belangrijke punten om ze neer te zetten.

- Zonder migratieachtergrond

“

Als je dan bij het stemlokaal staat en er hangt een A3 poster met duidelijk de stappen nog een keer, is dat heel fijn.

- Zonder migratieachtergrond

“

Hier staat ‘dit is je stem-pas, hier kun je mee stemmen’ en daar staat ‘dit moet je meenemen om te stemmen’ .. Dat is toch dubbel dan?

- Zonder migratieachtergrond

Mediagedrag en informatievoorziening 4/4

Tv, radio en social media werken alleen wanneer zij rechtstreeks tot de kern communiceren

Wanneer gebruik wordt gemaakt van informatieve (radio-)commercials en video's, is het belangrijk voor deze doelgroep dat deze kort, helder opgebouwd, informatief en recht-toe-recht-aan zijn. Hierdoor wordt de kernboodschap direct overgebracht en geven zij aan dat de kans kleiner wordt dat ze afhaken. De inhoud moet zonder omwegen te begrijpen zijn, met duidelijke beelden en gesproken tekst die elkaar versterken. Overbodige details en complexe formuleringen dienen te worden vermeden, omdat deze de aandacht afleiden van de hoofdboodschap. Het effect van dergelijke filmpjes hangt in alle gevallen sterk af van herkenbaarheid van het onderwerp, de eenvoud van de presentatie en hoe goed het aansluit bij hun dagelijkse leefwereld en ervaringen.

“

Op tv de juiste informatie geven, dat is heel belangrijk. Want wat er nu gebeurt, nou daar hebben ze geen kaas van gegeten. Ik weet het echt niet. Als ik nu moet gaan kiezen, dan weet ik niet op wie ik nu moet gaan stemmen, terwijl ik echt veel debatten kijk op tv.

- Zonder migratieachtergrond

“

Die informatie is belabberd. Ik kijk op het nieuws. De NOS, naar RTL 4, de SBS, daar krijg ik de verschillende soorten informatie. En die informatie is best wel verwarrend. Het is véél en het is onsamenvattend. Het ene moment wordt er iets uitgelegd, het andere moment is het weer anders. Eerst heeft een partij dit idee over wonen, en het volgende moment denken ze er weer helemaal anders over. Dat is onbegrijpelijk voor mij. Zeg gewoon eens wat je bedoelt.

- Zonder migratieachtergrond



Resultaten | Mensen met lage basisvaardigheden met migratieachtergrond

Leefwereld

Sterke gemeenschapsbinding vergemakkelijkt toegankelijkheid en steun

Deze respondenten ervaren doorgaans minder schaamte over hun beperkte lees- en schrijfvaardigheden. Vaak zijn zij actief bezig met het leren van de Nederlandse taal, waardoor hun situatie binnen de gemeenschap en daarbuiten eerder wordt gezien als logisch en tijdelijk, zonder dat er veel stigma op rust. Dit vergemakkelijkt het leggen van contact en het vinden van deze mensen via bestaande gemeenschapsstructuren zoals moskeeën, etnische belangenorganisaties en buurtcentra. Binnen deze netwerken kennen mensen elkaar vaak en is bekend wie moeite heeft met het verwerken van schriftelijke informatie, waardoor intermediairs zoals vrijwilligers, religieuze leiders of organisatievertegenwoordigers een belangrijke rol kunnen spelen in het doorgeven en verduidelijken van informatie.

De mensen binnen deze groep bewegen zich in hun dagelijks leven veelal binnen de eigen gemeenschap. Hun sociale netwerk bestaat vaak uit familie, vrienden en kennissen met een vergelijkbare achtergrond, en zij vinden hulp voornamelijk via deze netwerken. Daarbij spelen formele en informele organisaties zoals moskeeën, buurthuizen en belangenorganisaties een belangrijke rol als intermediair en informatiebron.

Buiten de eigen groep is communicatie met andere Nederlanders vaak beperkt, voor een gedeelte van deze groep, wat mede wordt beïnvloed door uitdagingen in het verwerken van de Nederlandse taal. Deze sterke interne verbondenheid zorgt voor sociale steun en praktische hulp, maar kan ook betekenen dat zij minder vanzelfsprekend toegang hebben tot bredere, algemene informatiekanalen.

“

Ik probeer nu Nederlands te leren, te studeren, zodat dit soort dingen allemaal gemakkelijker voor mij worden. Ik zit in een groep met een heleboel vrouwen, waar we elkaar allemaal helpen daarmee.

- Met migratieachtergrond

“

Soms zet ik een vraag in de WhatsApp-groep van het buurthuis, dan krijg ik ook wel eens antwoord.

- Met migratieachtergrond

Politieke perceptie en kennis 1/3

Politieke perceptie varieert van plichtsbesef tot twijfel over invloed

Een deel van de respondenten beschouwt stemmen als een vanzelfsprekend onderdeel van burgerschap. Zij geven aan dat deelnemen aan verkiezingen belangrijk is om invloed te hebben op het bestuur van het land. Binnen deze groep leeft het idee dat stemmen zowel een recht als een plicht is: wie niet stemt, kan volgens hen geen aanspraak maken op inspraak of kritiek op politieke beslissingen. Sommige respondenten stemmen hoofdzakelijk uit gewoonte, maar vaker ligt hier een overtuiging aan ten grondslag dat het essentieel is om je stem uit te brengen, ook wanneer men kritisch is op politieke partijen. Regelmatig wordt daarbij het belang voor toekomstige generaties, zoals kinderen en kleinkinderen, expliciet genoemd.

Voor een deel van bovenstaande groep is het kunnen stemmen een betekenisvol symbool van erbij horen.

Meedoen aan verkiezingen wordt door sommigen ervaren als een bevestiging dat zij volwaardig deel uitmaken van de Nederlandse samenleving. Met name voor mensen die relatief kort geleden naar Nederland zijn gekomen, hangt het stemrecht samen met een gevoel van waardering voor het feit dat zij dit recht hebben gekregen, en met de wens om actief mee te doen en verantwoordelijkheid te nemen.

Echter, een ander deel van de respondenten ziet niet zoveel meerwaarde in stemmen. Zij zijn er niet zeker van dat hun stem daadwerkelijk invloed heeft op hun dagelijks leven of dat er naar hun inbreng wordt geluisterd. Sommige respondenten benoemen daarbij een gevoel van negatieve beeldvorming of discriminatie in media en politiek, wat hun vertrouwen in en motivatie voor deelname verder kan beïnvloeden. Zij vragen zich af of politieke partijen wel doen wat zij beloven en naar de burgers luisteren, of uiteindelijk vooral hun eigen koers volgen, waardoor verkiezingsuitslagen volgens hen mogelijk weinig verschil maken.

“

Stemmen is zeker belangrijk. Toen ik snapte hoe het werkte, ging ik altijd stemmen op partijen die het beter gingen maken. Het is belangrijk voor onze kinderen en kleinkinderen, voor hun toekomst. En in het algemeen, dat het [de samenleving] beter wordt.

- Met migratieachtergrond

“

Ik heb niet het idee dat ik iets kan veranderen in Nederland door middel van de politiek. Ik ben maar één persoon in de maatschappij en ik zie niet hoe ik iets zou kunnen veranderen voor een hele samenleving. Ik zie dat niet.

- Met migratieachtergrond

“

Ik denk dat deze verkiezingen ons enorm kunnen helpen. Ik ben alleenstaande moeder van twee kinderen en twee jaar geleden naar Nederland gekomen. Ik zoek altijd iemand die me kan helpen. Zoals deze vereniging. Elk probleem en elke vraag kent zijn oplossing, daarom wil ik stemmen.

- Met migratieachtergrond

Politieke perceptie en kennis 2/3

Politieke aandacht richt zich vooral op verkiezingen en thema's dichtbij de eigen leefwereld

Veel respondenten in deze groep geven aan dat zij weinig invloed van de landelijke politiek merken op hun dagelijks leven. Wanneer zij wél effecten ervaren, gaat het meestal om onderwerpen die dicht bij hun persoonlijke situatie staan, zoals bestaanszekerheid, armoede, betaalbare huisvesting en voorzieningen, en de toekomstperspectieven voor hun kinderen en kleinkinderen. Als er iets verandert omtrent deze thema's is dat concreet voelbaar. Op andere terreinen herkennen of ervaren zij de invloed van de landelijke politiek minder, omdat deze verder van hun eigen situatie staat. Wanneer beleid daarentegen zichtbaar ingrijpt in kwesties die hen persoonlijk raken, neemt hun betrokkenheid toe.

Binnen deze doelgroep worden vooral de Tweede Kamerverkiezing en gemeenteraadsverkiezingen herkend. Mede omdat deze veel aandacht krijgt in het nieuws en gespreksonderwerpen in hun directe omgeving. Gemeenteraadsverkiezingen worden ook vaak genoemd, vooral door respondenten die binding voelen met hun wijk of stad.

Andere verkiezingen, zoals die voor het waterschap of de Provinciale Staten, zijn bij veel respondenten onbekend of krijgen weinig prioriteit. Het belang van waterschapsverkiezingen wordt regelmatig niet direct gezien: waterbeheer wordt door sommigen ervaren als een vaste nutsvoorziening die vanzelf wordt geregeld, en daarvoor stemmen voelt dan niet noodzakelijk. Politieke belangstelling richt zich daardoor vooral op verkiezingen die zichtbaar aanwezig zijn in media en gesprekken en waarvan men eerder aanneemt dat ze invloed kunnen hebben op thema's in de directe leefwereld

“

Ik ben 70 jaar en woon al bijna 55 jaar in Nederland. Als ik kijk naar vroeger en nu, is er niks veranderd. Stemmen maakt volgens mij geen verschil: alleen maar gedoe, bezuinigingen en geld naar wapens nu. Alles wordt duurder, mensen gaan stelen en de criminaliteit neemt toe. Voor jongeren is er hier in de omgeving helemaal niets — zij hebben nergens om mee bezig te zijn. Er is behoefte aan een sterk iemand die de jeugd goed aanpakt.

- Met migratieachtergrond

“

Als ik heel eerlijk ben dan zijn voor mij de Tweede Kamerverkiezingen en de gemeenteraadsverkiezingen het belangrijkste. Die andere vraag ik gewoon aan iemand waar ik op moet stemmen en dan doe ik dat en dan is het afgelopen.

- Met migratieachtergrond

Politieke perceptie en kennis 3/3

Beperkte zelfstandigheid door dubbele drempel in taal en proceskennis

Voor een deel van de respondenten vormen taal en beperkte kennis van het stemproces een drempel voor zelfstandige deelname aan verkiezingen. Moeilijke

woorden, lange zinnen en een onduidelijke opmaak maken verkiezingsinformatie in het Nederlands lastig te begrijpen, en zonder vertaling blijft deze voor sommigen ontoegankelijk. Zij vragen daarom vaak hulp van vertrouwde personen, zoals familie, vrienden of bekenden in het buurthuis, voor uitleg of vertaling.

Wanneer het proces toch te ingewikkeld blijft, laat een aanzienlijke groep hun stem via een machtiging uitbrengen door iemand die zij als beter geïnformeerd beschouwen. Dit zijn vaak kinderen, burens of bekenden die de Nederlandse taal beter beheersen in hun ervaring. Zo nemen zij wel deel, maar minder zelfstandig, waardoor de directe betrokkenheid bij het verkiezingsproces beperkt blijft, of volledig wordt overgedragen aan iemand anders.

“

Kijk, sommige folders, net zoals die van de coronaspuit, die vind ik makkelijk, die zijn ook in het Arabisch. Als het niet vertaald is .. dat is voor mij niet te begrijpen als het niet vertaald is.

- Met migratieachtergrond

“

Als het tijd is om te stemmen, dan krijg ik een brief. Als ik zo'n brief binnen krijg dan maak ik een foto en stuur ik die aan mijn contactpersoon bij het buurthuis, die kan mij dan uitleggen wat ik moet doen.

- Met migratieachtergrond

“

Ik heb nooit gestemd, nee. Ik laat mijn kinderen altijd voor mij stemmen, die begrijpen dat allemaal wel. Ik heb dat altijd zo gedaan.

- Met migratieachtergrond

Mediagebruik en informatievoorziening 1/3

Persoonlijke uitleg op vertrouwde plekken werkt het best

Bijna alle respondenten uit deze groep geven aan dat zij voor het begrijpen van complexe informatie sterk vertrouwen op persoonlijke contacten binnen hun directe sociale omgeving. Familieleden, vrienden, burens en bekende vrijwilligers spelen daarbij een belangrijke rol, evenals intermediairs in gemeenschapslocaties zoals buurthuizen, moskeeën en etnische belangenorganisaties. Binnen deze netwerken wordt vaak goed zicht gehouden op wie moeite heeft met het verwerken van schriftelijke informatie, waardoor de juiste personen proactief benaderd kunnen worden. Vertrouwde tussenpersonen kunnen in de eigen taal of in eenvoudig Nederlands uitleg geven, en complexe verkiezingsinformatie mondeling en stap-voor-stap toelichten. Dit verlaagt de drempel om informatie te begrijpen en kan deelname aan verkiezingen vergroten.

Daarnaast geeft een aanzienlijk gedeelte van deze groep aan het helpend te vinden als vertegenwoordigers van politieke partijen persoonlijk aanwezig zijn om verkiezingsinformatie uit te leggen. Voorlichting op vertrouwde gemeenschapslocaties of deur-aan-deur sluit het beste aan bij de manier waarop deze groep informatie zoekt en vertrouwt. In zo'n setting kan uitleg mondeling, stap-voor-stap en in begrijpelijke taal of de eigen taal worden gegeven, met ruimte voor vragen en interactief gesprek. Deze werkwijze sluit direct aan op de kanalen en omgevingen die zij gewend zijn te gebruiken en waarop zij het meeste vertrouwen. Wanneer dit zorgvuldig en neutraal gebeurt, krijgen zij de gelegenheid om de informatie goed te begrijpen en zelfstandig te bepalen op wie zij willen stemmen.

Ook geven sommige respondenten aan het prettig te vinden om vooraf te oefenen met het stemproces, op vertrouwde locaties zoals een buurthuis, zodat zij precies weten wat hen te wachten staat. Het uitvoeren van een oefening geeft hen meer vertrouwen en vergroot de kans dat zij bij de daadwerkelijke verkiezingen zelfstandig kunnen stemmen.

“

Eigenlijk vind ik het, het belangrijkste dat er iemand hier naartoe komt, het liefst met een tolk of iemand uit mijn eigen groep die het kan vertellen. Belangrijk voor mij is dat het een vrouw is.

- Met migratieachtergrond

“

Wij willen toch gewoon ergens zitten en roddelen of kletsen, gezellig doen. Als je dat dan bij een buurthuis doet en je zet zo'n oefenruimte neer dan gaan mensen dat echt sneller doen. Dan is het leuk om samen te oefenen en zo leren ze het nog ook.

- Met migratieachtergrond

“

Het liefst van een persoon die ik vertrouw. Die me vertelt hoe alles werkt. Dat zou ik zelfs héél graag willen. Of een loket waar je langs kan gaan en vragen kan stellen. Of dat mensen van partijen echt langskomen. Wat zijn de beloftes, wat gaan jullie doen? De partijen moeten daar zelf ook iets aan doen, niet alleen de overheid.

- Met migratieachtergrond

Mediagebruik en informatievoorziening 2/3

Geadresseerde brieven zijn het meest betrouwbare en begrijpelijke kanaal

Veel respondenten geven aan dat zij fysieke post, mits de inhoud begrijpelijk is, als het meest betrouwbare en effectieve communicatiemiddel ervaren. Een brief die thuis wordt bezorgd wordt direct herkend als belangrijke informatie, vooral wanneer deze duidelijk afkomstig is van een officiële instantie, bijvoorbeeld zichtbaar door een overheidslogo op de envelop. Het ontvangen van een brief biedt bovendien een praktische aanleiding om hulp te vragen bij iemand in hun netwerk of gemeenschap, zoals familie, vrienden of vertrouwde intermediairs in het buurthuis, voor uitleg of vertaling.

Omdat deze doelgroep divers is in mediagebruik en lastig volledig via massamedia te identificeren en bereiken, wordt een persoonlijk geadresseerde brief per post gezien als de meest zekere manier om hen daadwerkelijk te bereiken. Deze aanpak vergroot de kans dat de informatie daadwerkelijk wordt geopend, gelezen en begrepen, in tegenstelling tot digitale of algemene kanalen, die vaak minder opvallen of als minder relevant worden gezien.

Wanneer verkiezingsinformatie aan deze doelgroep via een brief wordt verspreid, blijkt dat de inhoud het best wordt ontvangen wanneer deze in eenvoudige en duidelijke taal is opgesteld. Respondenten noemen korte zinnen, herkenbare woorden, een overzichtelijke opmaak en – waar nodig – een vertaling in de eigen taal als belangrijke factoren voor het begrijpen van de inhoud. Complexe formuleringen, lange zinnen en een onduidelijke lay-out vormen voor velen een barrière, waardoor brieven soms niet worden gelezen of begrepen. Het gebruik van visuele elementen, zoals pictogrammen of infographics, en het opdelen van tekst met witregels wordt ervaren als helpend bij het lezen.

Verder blijkt dat de kernboodschap – wat er verwacht wordt, wanneer en waar – direct aan het begin moet staan om snel duidelijk te maken waar de brief over gaat. Respondenten geven aan dat zij bij onduidelijkheden vaak hulp zoeken bij vertrouwde personen in hun sociale netwerk, zoals familie, vrienden of bekenden in het buurthuis, en dat zij brieven regelmatig gebruiken als startpunt om in die omgeving nadere uitleg of vertaling te krijgen.

“

Ik ben wel druk en zie weinig op social media, maar als er post binnenkomt weet ik dat het belangrijk is om te lezen. Daarom geef ik de voorkeur aan post. Maar tegelijkertijd is social media voor iedereen geschikt.

- Met migratieachtergrond

“

Brieven maak ik altijd open. Ik begrijp ze niet altijd, maar dan ga ik naar mijn buurvrouw, of naar hier [buurthuis]. Zij hebben elke woensdag hier mensen die mij met dat soort dingen helpen.

- Met migratieachtergrond

“

Ik probeer het eerst zelf uit te zoeken. Als ik het niet snap dan maak ik een foto van die brief en die stuur ik dan naar mijn dochter. Die heeft havo gedaan, dus die snapt dat. Als zij het dan niet snapt, dan ga ik pas naar hier [buurthuis].

- Met migratieachtergrond

Mediagebruik en informatievoorziening 3/3

Mediagebruik varieert, vertrouwen ligt bij persoonlijke en formele kanalen

Televisie is voor veel respondenten een vertrouwde bron voor nieuws, maar niet de belangrijkste voor politieke informatie. Zij kijken vaak via Nederlandse nieuwsprogramma's (NPO 1,2,3, RTL Nieuws) zoals het journaal of avondactualiteiten die zij volgen als vast onderdeel van hun dagelijkse routine. Zij geven daarnaast aan dat zij geregeld zenders in hun eigen taal kijken, of via hun telefoon video-content volgen, om politieke thema's beter te begrijpen en tegelijk hun taalvaardigheid te oefenen. Televisie wordt gewaardeerd omdat het laagdrempelig is en verkiezings- en partijstandpunten regelmatig aan bod komen, maar sommigen vinden dat de informatie te algemeen blijft en weinig directe antwoorden geeft op hun persoonlijke vragen. Hierdoor vertrouwen zij voor concreet en relevant detail liever op uitleg via hun eigen netwerk of gemeenschapskanalen.

Social media wordt ervaren als het meest laagdrempelig, maar tevens het minst betrouwbaar. Social media, met name Facebook en YouTube, wordt door een deel gebruikt om binnen eigen netwerken informatie over verkiezingen en partijen te delen of om in de eigen taal uitleg te krijgen. Hierbij spelen kanalen met vertaalde of toegelichte politieke content een rol. Deze zijn echter niet neutraal. Platformen als Instagram en TikTok komen voornamelijk voor bij jongere segmenten. Meerdere respondenten vinden dat informatie op social media vaak algemeen is, waardoor een groter publiek wordt aangesproken volgens hen, maar noemen ook dat je nooit exact weet wanneer informatie betrouwbaar is. Daardoor zien zij deze kanalen als minder betrouwbaar en geven de voorkeur aan persoonlijke mondelinge uitleg of papieren post van een officiële afzender, bronnen die zij meer vertrouwen.

“

Televisie geeft mij ook geen antwoord, ik wil eigenlijk ook gewoon een antwoord terugkrijgen. In makkelijkere taal: wat betekent dit, wat betekent dat. Dat iemand mij dit gewoon persoonlijk vertelt.

- Met migratieachtergrond

“

Op social media krijg je dan van die neppe verhalen. Dan is er één iemand die het echte verhaal verteld en daarna wordt het in andere woorden verteld en dingen erbij verzonnen. Als die persoon gewoon komt om het te vertellen, dan is die wel betrouwbaar neem ik aan. En dan kun je gewoon vragen stellen als je het niet begrijpt of meer wil weten.

- Met migratieachtergrond

“

Meestal wordt je wel voorbereid door de televisie. Ik kijk het Nederlandse nieuws om te oefenen, maar ook Arabisch op mijn telefoon. Er zijn allemaal YouTube kanalen in mijn taal die dan zeggen wat het beste is om op te stemmen (...) die zijn niet neutraal, nee. Die zeggen gewoon wat je het beste kan doen.

- Met migratieachtergrond



Sleutelfiguren

Sleutelfiguren: ervaring met de doelgroep

Inleiding

In het kader van dit onderzoek zijn er twee gesprekken gevoerd met sleutelfiguren verbonden aan respectievelijk Stichting Inclusia en Stichting ABC. Waar lopen mensen met lage basisvaardigheden tegenaan in hun dagelijks leven? De interviews tonen aan dat de uitdagingen verder gaan dan alleen verkiezingsinformatie.

- **Laaggeletterdheid is nauw verweven met gevoelens van schaamte.** Sleutelfiguren zien onder zowel Nederlanders met als zonder migratieachtergrond schaamte over hun beperkte basisvaardigheden. Maar volgens de sleutelfiguren speelt het begrip schaamte vooral onder Nederlanders zonder migratieachtergrond. Zij vinden van zichzelf dat ze een beter niveau van lezen en schrijven hadden moeten hebben en dat de samenleving dat ook van hen verwacht. Volgens de sleutelfiguren speelt schaamte onder de laatste groep een dermate grote rol dat het effect heeft op de zichtbaarheid en daarmee bereikbaarheid van deze specifieke groep. Veel mensen willen niet laten weten dat ze laaggeletterd zijn. Daardoor missen ze vaak mogelijkheden tot hulp en oefenen. Bij migranten kan schaamte ook een rol spelen maar voor een deel van deze groep geldt dat zij wel geletterd zijn in hun eigen taal maar de Nederlandse taal onvoldoende beheersen. Een ander deel is zowel in de eigen taal als in het Nederlands laaggeletterd maar door de onderlinge band binnen de verschillende migrantengroepen ervaren zij minder schaamte. Ze zijn niet de enige met taalproblemen.
- **Laaggeletterdheid leidt niet per se tot een sociaal isolement.** Ondanks de aanwezige gevoelens van schaamte zien de sleutelfiguren weinig sociaal isolement onder mensen met lage basisvaardigheden. Ze zien dat als noodzakelijk compensatiegedrag. Ze hebben de hulp van anderen nodig om zich staande te houden in het schriftelijke contact met officiële

instanties. Voor het lezen van een brief van de gemeente wordt de hulp ingeroepen van bijvoorbeeld een gezinslid, een buurvrouw of een vertrouwde medewerker van een bibliotheek of wijkcentrum. Daarnaast zien sleutelfiguren ook dat elke laaggeletterde eigen manieren heeft om zijn/haar weg te vinden binnen de maatschappij zonder goed te kunnen lezen en/of schrijven.

- **Onder de doelgroep heerst veel wantrouwen en/of desinteresse richting overheid en politiek.** Sleutelfiguren zien veel wantrouwen richting de politiek. Het wantrouwen wordt mede veroorzaakt door negatieve beeldvorming door politici en populistische beloftes die niet worden waargemaakt. Daarnaast zien ze ook desinteresse bij de doelgroep. Een gevoel van: *“Ik heb toch geen invloed”*. Een ander punt dat indirect ook het wantrouwen voedt is het gevoel niet serieus genomen te worden door ‘de overheid’. Mensen met lage basisvaardigheden geven soms aan dat ze vanwege hun laaggeletterdheid onbegrip of zelfs beledigingen ervaren in het contact met gemeentehuizen of formele organisaties. Sommigen vermijden om die reden deze plekken.
- **Een deel gaat wel stemmen ondanks lastig te begrijpen verkiezingsinformatie en wantrouwen richting de politiek.** Sleutelfiguren zien dat lastig te begrijpen verkiezingsinformatie en wantrouwen/desinteresse bij een deel van de doelgroep niet per se toe hoeft te leiden tot niet gaan stemmen. Ze zien dat een deel van de mensen wel gaat stemmen. Onder het motto: *“Als je niet gaat stemmen heb je ook geen recht om te klagen over de politiek.”* De mensen die wel gaan stemmen hebben daarnaast vaker gestemd en daarmee een routine opgebouwd waarmee ze het stemproces kunnen doorlopen.

Sleutelfiguren: waargenomen drempels voor het verwerken van verkiezingsinformatie

De sleutelfiguren zien verschillende drempels voor het verwerken van verkiezingsinformatie door mensen met lage basisvaardigheden. Het taalgebruik, de inhoudelijke mismatch, onvoldoende digitale vaardigheden en de complexiteit van het politieke systeem an sich.

Verkiezingsinformatie is vaak lastig te begrijpen voor mensen met lage basisvaardigheden. Sleutelfiguren van zowel Stichting Inclusia als Stichting ABC zien dat de doelgroep vooral moeite heeft met schriftelijke informatie. Veel mensen kunnen verbaal goed communiceren in het Nederlands (of in hun eigen taal), maar schriftelijke verwerking (lezen, begrijpen en toepassen) is lastig. Dit geldt ook voor verkiezingsinformatie.

Verkiezingsinformatie wordt, ook door het complexe taalgebruik van overheid en politiek, door de doelgroep als lastig ervaren. Mensen met lage basisvaardigheden missen daardoor vaak essentiële informatie over verkiezingen, wat hun betrokkenheid en motivatie om te stemmen kan verminderen. De moeilijk toegankelijke teksten en nieuwsberichten maken het lastig om zelfstandig op de hoogte te blijven.

Inhoudelijke mismatch als het gaat om de onderwerpen die worden gecommuniceerd in verkiezingsinformatie. Sleutelfiguren krijgen terug dat verkiezingscampagnes vaak gaan over onderwerpen die niet aansluiten bij de, vaak lokaal georiënteerde, leefwereld van de doelgroep. Een gebrek aan aansluiting met een mogelijk negatieve invloed op hun betrokkenheid bij verkiezingen.

Onvoldoende digitale vaardigheden. Een deel van de mensen met lage basisvaardigheden heeft ook onvoldoende digitale vaardigheden. Het betekent dat digitale campagnes slechts een deel van de doelgroep bereikt. Onvoldoende digitale vaardigheden betekent overigens

niet dat deze groep niet digitaal actief is. Het betekent vooral dat men los van de bekende routines die men heeft om bijvoorbeeld een smartphone te hanteren moeite heeft om nieuwe ontwikkelingen op digitaal gebied bij te benen.

De complexiteit van het politieke systeem is een belemmering. Begrippen als coalitievorming, wetsproces en abstracte beleidsdomeinen zijn moeilijk te doorgronden, wat kan leiden tot demotivatie om zich in de informatie te verdiepen en/of te gaan stemmen.

Naast de belemmeringen om verkiezingsinformatie te kunnen verwerken zien sleutelfiguren ook belemmeringen als het gaat om het bereiken van de doelgroep. Schaamtegevoelens bij vooral de groep zonder migratieachtergrond maakt dat deze groep zich niet als zodanig kenbaar maken en dus moeilijk te bereiken zijn met (op deze doelgroep toegespitste) verkiezingsinformatie. Anders dan bij migrantengemeenschappen is er bij mensen met lage basisvaardigheden zonder migratieachtergrond minder groepsverband en zijn er minder georganiseerde bijeenkomsten waar deze doelgroep gevonden kan worden.

Sleutelfiguren: advies

Het advies dat sleutelfiguren geven is bruikbaar voor beide groepen mensen met lage basisvaardigheden. Ze stellen dat er eenvoudige, visuele, stapsgewijze verkiezingsinformatie gecreëerd moet worden. Verkiezingsinformatie dat vervolgens moet worden verspreid via vertrouwde sleutelfiguren en netwerken. Tenslotte moet dit alles gecombineerd worden met laagdrempelige educatie over democratie. Door deze strategieën toe te passen, kan, volgens de sleutelfiguren, de betrokkenheid van mensen met lage basisvaardigheden bij verkiezingen worden vergroot, waardoor ze beter geïnformeerd en gemotiveerd worden om hun stem uit te brengen.

Gebruik eenvoudige en duidelijke communicatie. Mensen met lage basisvaardigheden hebben baat bij informatie die in eenvoudige taal en visueel aantrekkelijk wordt gepresenteerd. Gebruik pictogrammen, video's of infographics om complexe informatie toegankelijk te maken.

Ondersteun met technologie. Overweeg het gebruik van apps of online platforms die speciaal zijn ontworpen voor mensen met lage basisvaardigheden, met een functie zoals audio-instructie, om hen te helpen bij het begrijpen van verkiezingsinformatie.

Focus op praktische voorbeelden. Leg uit hoe verkiezingen en stemmen hun dagelijkse leven beïnvloeden. Gebruik concrete voorbeelden die relevant zijn voor hun leefomgeving, zoals de impact van waterschapsverkiezingen op lokale infrastructuur.

Betrek ervaringsdeskundigen. Taalambassadeurs, die zelf de uitdagingen van laaggeletterdheid hebben overwonnen, kunnen effectief zijn in het overbrengen van

informatie en het motiveren van hun peers. Hun verhalen en ervaringen kunnen anderen inspireren en overtuigen van het belang van stemmen.

Organiseer lokale bijeenkomsten. Creëer mogelijkheden voor mensen met lage basisvaardigheden om in hun eigen omgeving samen te komen en informatie te ontvangen. Dit kan in bibliotheken, buurthuizen of andere toegankelijke locaties. Zorg ervoor dat deze bijeenkomsten interactief zijn, zodat deelnemers vragen kunnen stellen en direct feedback kunnen krijgen.

Dit is een strategie die vooral kansrijk is voor de groep mensen met lage basisvaardigheden met een migratieachtergrond. Mensen met lage basisvaardigheden zonder migratieachtergrond zijn vanuit schaamte, minder geneigd om deel te nemen aan groepssessies waarin voor anderen duidelijk wordt dat ze laaggeletterdheid zijn.



ProDemos Huis voor democratie en rechtsstaat

ProDemos: inleiding

ProDemos het 'Huis voor Democratie en Rechtstaat' legt uit wat de spelregels zijn van de democratie en de rechtsstaat en laat zien wat burgers zelf kunnen doen om invloed uit te oefenen - in de gemeente, het waterschap, de provincie, het land en de Europese Unie. ProDemos werkt samen met gemeenten, waterschappen, provincies, rechtbanken, onderwijsinstellingen en maatschappelijke organisaties. Met behulp van hun cursusprogramma's, gastdocenten en lesmaterialen leggen zij uit hoe burgers bijvoorbeeld gemeenteraadslid kunnen worden, waar de provincie over gaat, maar ook hoe een Tweede Kamerverkiezing in zijn werk gaat. In deze rol heeft ProDemos veel contact met scholieren maar heeft zij ook contact met mensen met lage basisvaardigheden en nieuwkomers. Twee groepen die elkaar niet uitsluiten.

Voor dit onderzoek heeft Motivaction een interview uitgevoerd met twee betrokkenen van ProDemos. Met als doel om vanuit hun expertise hun licht te laten schijnen over de hoofdvraag van dit onderzoek: *Hoe kunnen mensen met lage basisvaardigheden het beste bereikt worden met informatie over verkiezingen?*

Samenvatting interview

ProDemos ziet dat mensen met lage basisvaardigheden vaak wél interesse en behoefte hebben aan verkiezingsinformatie, maar dat de huidige vorm van de informatie en de gebruikte kanalen niet goed aansluiten bij de behoeften van mensen met lage basisvaardigheden. ProDemos ziet vooral drempels op het gebied van het gehanteerde taalniveau, de vormgeving, de inhoudelijke relevantie en soms ook de fysieke of sociale afstand tot de informatiebron. ProDemos stelt dat een kansrijke strategie om de doelgroep te bereiken én te bereiken meerdere elementen combineert.

- Fysieke verspreiding van informatiemateriaal (liefst huis-aan-huis);

- Samenwerking met intermediairs zoals Stichting ABC of Inclusia;
- Het ontwikkelen van content in co-creatie met de doelgroep waarbij beeld, opmaak en taal zorgvuldig worden aangepast.

ProDemos benadrukt dat politieke partijen ook een belangrijke rol hebben in het toegankelijk maken van verkiezingsinformatie: begrijpelijke programma's en campagne-uitingen, zouden de betrokkenheid van mensen met lage basisvaardigheden aanzienlijk kunnen vergroten.

ProDemos: ervaringen van mensen met lage basisvaardigheden met verkiezingsinformatie

Ervaringen van mensen met lage basisvaardigheden

Uit het gesprek wordt duidelijk dat mensen met lage basisvaardigheden verkiezingsinformatie vaak als moeilijk toegankelijk en complex ervaren. Volgens ProDemos zitten de problemen die mensen met lage basisvaardigheden ervaren vooral op het gebied van:

- **Taalniveau en complexiteit.** Verkiezingsprogramma's van politieke partijen zijn meestal geschreven met behulp van lange zinnen, jargon en abstracte termen. Dat maakt ze lastig te begrijpen, niet alleen voor mensen met lage basisvaardigheden, maar ook voor een bredere groep burgers die minder met politiek bezig zijn.
- **Onvoldoende aansluiting bij hun leefwereld.** Onderwerpen als bijvoorbeeld hypotheekrenteaftrek of energietransitie (warmtepompen, zonnepanelen) spreken deze doelgroep minder aan, omdat ze niet altijd direct relevant zijn voor hun situatie. Daarentegen zijn thema's als armoede, kosten van levensonderhoud, Wet Maatschappelijke Ondersteuning en defensie veel relevanter en herkenbaar voor deze groep mensen.
- **Afleiding en onduidelijkheid in media-uitingen.** Campagnemateriaal van partijen bevat vaak symbolische of reclame-achtige beelden, snelle beeldovergangen, muziek en ingewikkelde metaforen. Dat alles leidt af van de boodschap en maakt de inhoud onduidelijk. Er wordt bijvoorbeeld frustratie uitgesproken over filmpjes waarin de kernpunten niet concreet benoemd worden.
- **Perceptie van de nieuwsvoorziening.** Er zijn gemengde gevoelens over 'het Journaal in

makkelijke taal'. ProDemos herkent dat sommige mensen met lage basisvaardigheden het te langzaam en kinderlijk vinden. Het 'Jeugdjournaal' vaak als prettiger ervaren. Een normaal tempo, maar toch eenvoudig.

- **Beperkingen in toegang.** Veel mensen met lage basisvaardigheden vinden hun weg niet naar bibliotheken, gemeentehuizen of wijkcentra. Door schaamte vanwege het taboe op laaggeletterdheid. Of simpelweg omdat ze niet gewend zijn naar deze locaties te gaan.

ProDemos: advies voor de inhoud en vormgeving van verkiezingsinformatie

ProDemos werkt nauw samen met intermediairs als Stichting ABC en Inclusia. Op basis van de input van deze intermediairs en de input van zogenaamde 'taalambassadeurs' formuleert ProDemos een aantal handvatten voor de inhoud en vormgeving van verkiezingsinformatie. In de kern draait het om een combinatie van toegankelijke taal, rustige en eenduidige beeldvorming en een opmaak die ruimte en visuele ondersteuning biedt. Het mes snijdt daarbij aan twee kanten. Zorgvuldig vormgegeven informatie voor mensen met lage basisvaardigheden is ook prima toegankelijk voor de rest van de bevolking. ProDemos raadt ook aan het informatiemateriaal voor verspreiding te laten testen door ervaringsdeskundigen en/of taalambassadeurs (zoals van Stichting ABC). Hiermee kan worden getoetst of de inhoud daadwerkelijk aansluit bij de doelgroep en kunnen aannames worden vermeden.

Handvatten voor het taalgebruik in teksten

- Schrijf op **B1-niveau** voor bredere toegankelijkheid; Gebruik korte zinnen met eenvoudige woorden.
- Vermijd jargon en abstracte begrippen. Bijvoorbeeld (bijvoorbeeld 'verkiezingen voor de gemeenteraad' in plaats van 'gemeenteraadsverkiezingen')
- Vermijd stigmatisering. Gebruik neutrale titels zoals "verkiezingskrant in gewone taal" i.p.v. "voor mensen met lage basisvaardigheden".

Handvatten voor de opmaak

- Gebruik goede contrasten tussen tekst en achtergrond.
- Pas witregels toe voor een overzichtelijke lay-out.
- Gebruik pictogrammen en iconen ter ondersteuning van de tekst.

Handvatten voor het gebruik van taal, bewegend beeld en/of muziek in commercials op TV of op social media

- Gebruik verklarende visualisaties ter ondersteuning van de boodschap
- Gebruik rustige beelden en illustraties die passen bij de tekst en deze ondersteunen.
- Vermijdt snelle, overlappende of symbolische beelden die afleiden van de boodschap.
- Voeg kernwoorden in beeld toe bij gesproken tekst.
- Laat achtergrondmuziek of andere auditieve ruis in informatieve clips achterwege.
- Houdt bij gesproken tekst een rustig tempo aan. Vergelijkbaar met het Jeugdjournaal – duidelijk maar niet kinderlijk traag.

ProDemos: advies voor het bereiken van de doelgroep

ProDemos onderschrijft dat mensen met lage basisvaardigheden met een migratieachtergrond goed te bereiken zijn via lokaal of landelijk georganiseerde migrantennetwerken. Dit in tegenstelling tot mensen met lage basisvaardigheden zonder migratieachtergrond die zich onder de radar ophouden en daarom nauwelijks te vinden zijn. Wat zijn de meest kansrijke manieren om de groep mensen met lage basisvaardigheden zonder migratieachtergrond te bereiken? Volgens ProDemos zijn er meerdere opties die tegelijkertijd ingezet kunnen worden.

Samenwerking met intermediairs en belangenorganisaties. ProDemos heeft zelf geen toegang tot de doelgroep. Zij maakt naar eigen zeggen gebruik van intermediairs en belangenorganisaties die actief zijn binnen bibliotheken, taalhuizen, wijkcentra, migrantengroepen, zorginstellingen en ambulante werkers. Zij hebben direct contact met en het vertrouwen van de doelgroep en kunnen de verkiezingsinformatie overbrengen.

Huis-aan-huis verspreiding van communicatiemateriaal. Door huis-aan-huisverspreiding kunnen mensen bereikt worden die niet naar een bibliotheek of bijeenkomsten gaan. Daarmee kunnen drempels waaronder schaamte getackeld worden. Er moet bij deze optie wel rekening worden gehouden met het gegeven dat niet alleen de specifieke doelgroep bereikt wordt maar ook de rest van de bevolking.

Gebruik van vertrouwde media. Naast de landelijke TV zenders worden ook lokale TV- en radiozenders bekeken en beluisterd door de doelgroep.



Bijlagen

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International bv.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

meer zien
meer weten
meer betekenen

motivaction
insights and strategy

Motivaction International bv

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl
www.motivaction.nl