



Allemaal Digitaal

Bachelorproef onderzoeksrapport

Allegaert Bieke	Brug maatschappelijk werk
Devriese Jasna	Sociaal werk - MW
Dieryck Louise	Toegepaste psychologie - SPP
Noppe Nina	Toegepaste psychologie - KLIN
Papegaey Neal	Orthopedagogie
Remaut Carol	Lager onderwijs
Ketels Beau	Sociaal werk - PW

Bachelorproefbegeleider: Uyttenhove Natalie
Academiejaar 2023-2024

Voorwoord

Beste lezer

Als zeven studenten uit de studiegebieden Onderwijs en Sociaal Agogisch Werk vormden we ons tot een interdisciplinair team. In de periode van acht weken werkten we intensief samen aan het project Allemaal digitaal. Dit project werd verwezenlijkt in samenwerking met Stad Kortrijk en Hogeschool VIVES Kortrijk. We combineerden onze diverse expertises, kennis en talenten om uiteindelijk tot een eindresultaat te komen. Deze periode heeft ons nieuwe kansen, vaardigheden en inzichten aangeboden en die hebben we ook gegrepen. Via deze weg zouden we graag gebruik maken om enkele personen te bedanken. Ze zorgden er mede voor dat dit project succesvol is afgerond.

Dit project zou niet mogelijk zijn geweest zonder de steun en begeleiding van onze bachelorproefbegeleidster, Natalie Uyttenhove, wiens ondersteuning en inzichten hebben geholpen om ons project tot een goed einde te brengen.

Bovendien willen wij in het bijzonder onze opdrachtgever, Anseric Soete bedanken. Zonder hem kregen we de kans niet om met deze mooie opportuniteit aan de slag te gaan. Zijn expertise, ervaring en passie gaven meer diepgang aan Allemaal digitaal en bood ons het enthousiasme om ons in dit project te verdiepen.

Daarenboven verdienen de experts een welgemeend dankwoord. Door hun waardevolle bijdrage konden we onze ideeën verfijnen. Het bracht dit project tot een hoger niveau.

Vervolgens bedanken we graag onze familieleden en vrienden. Door hun eerlijke feedback konden we de nodige aanpassingen verrichten en bijsturen waar nodig.

Tot slot willen we de lezer bedanken. We hopen dat ons werk u zal inspireren, informeren en hopelijk ook engageren om het concept rond digipunten te verspreiden. Uw aandacht en steun zijn de drijvende kracht achter deze bachelorproef. Het is onze oprechte hoop dat u de pagina's van ons werk zult omslaan met dezelfde passie en nieuwsgierigheid waarmee wij het hebben gecreëerd.

We wensen u veel leesplezier toe.

Allegaert Bieke
Devriese Jasna
Dieryck Louise
Noppe Nina
Papegaey Neal
Remaut Carol
Ketels Beau

Kortrijk, 21 juni 2024

Samenvatting

Tijdens deze bachelorproef gaan wij als studenten van hogeschool VIVES aan de slag met het project 'Allemaal Digitaal', dit in samenwerking met stad Kortrijk. Het project richt zich op de 'digipunten' in en rond Kortrijk. Dit zijn fysieke locaties waar inwoners toegang hebben tot computers, internet en digitale ondersteuning. Het is om deze digipunten bekender te maken bij een breder publiek. Wij merkten door ons onderzoek op dat deze locaties voornamelijk door dezelfde groep mensen worden gebruikt en dat nieuwe gebruikers moeilijk worden bereikt. Wij zijn van mening dat het essentieel is dat iedereen gelijke toegang heeft tot digitale middelen en vaardigheden, vooral gezien de toegenomen rol van digitale diensten, versneld door de COVID-19-pandemie. Digipunten zien wij als cruciale schakels in het bevorderen van digitale inclusie en het verkleinen van de digitale kloof. We willen de rol van deze digipunten binnen de gemeenschap versterken, zodat meer inwoners van Kortrijk hiervan op de hoogte zijn en er gebruik van kunnen maken.

Onze literatuurstudie behandelt enkele belangrijke termen en verduidelijkt deze. We beginnen met een uitleg over wat digitalisering inhoudt, gevolgd door een bespreking van digitale uitsluiting en digitale inclusie. Uit de literatuurstudie concluderen we dat digitalisering een voortdurende transformatie is waarbij digitale communicatie en toepassingen centraal staan. Het heeft een diepgaande impact op organisaties, onderwijs, gezondheidszorg en burgerschap. De voordelen en uitdagingen van digitalisering worden besproken in een SWOT-analyse.

We belichten ook de huidige visie op digitale uitsluiting, waarbij we erkennen dat mensen uit alle lagen van de maatschappij hier slachtoffer van kunnen zijn, ongeacht hun sociale status of opleidingsniveau. Ondanks de toenemende toegang tot internet blijft het niveau van digitale vaardigheden achter, wat het risico op digitale uitsluiting verhoogt. Daarnaast hebben we onderzoek gedaan naar bestaande initiatieven in Kortrijk en andere Belgische steden.

Na de literatuurstudie voerden wij een kwalitatief onderzoek uit, waarbij we experts interviewden die ons inzicht gaven in de aanpak van digitalisering en de bijbehorende uitdagingen. Daarnaast analyseerden we de reeds bestaande digipunten van Kortrijk en deelgemeenten om hun efficiëntie en toegankelijkheid te evalueren. We gingen hierbij in gesprek met buurtbewoners om hun ervaringen met deze initiatieven te begrijpen.

Na onze literatuurstudie in combinatie met ons onderzoek, werkten we een project uit met bijhorende aanbevelingen en suggesties. De stappen die we binnen ons project ondernomen hebben zijn gedetailleerd en chronologisch uitgewerkt binnen ons draaiboek. We werkten een poster, een uitnodiging, de Digimobiel met het draairad, goodiebag uit en herwerkten de bestaande folder.

Inhoudsopgave

Voorwoord	1
Samenvatting.....	2
1 <i>Inleiding</i>	5
2 <i>Literatuurstudie</i>	7
2.1 Wat is digitalisering?	7
2.2 Een digitale revolutie	7
2.3 Waarom is digitalisering belangrijk?	8
2.4 SWOT-analyse digitalisering	9
2.4.1 Sterktes	9
2.4.2 Zwaktes	9
2.4.3 Kansen	9
2.4.4 Bedreigingen	10
2.5 Digitalisering in de maatschappij	10
2.5.1 Nieuwe manieren van zakendoen	10
2.5.2 E-commerce	11
2.5.3 Participatieve netwerkplatformen	11
2.5.4 Digitale transformatie in de klas	12
2.5.5 Digitaal burgerschap	12
2.5.6 Elektronische identiteit	12
2.5.7 Gezondheidszorg	13
2.6 Het probleem: digitale uitsluiting.....	13
2.6.1 Digitaal kloofdenken	13
2.6.2 Huidige visie: digitale uitsluiting.....	14
2.7 Digitale uitsluiting becijferd voor België en Vlaanderen	14
2.7.1 Cijfers voor België en Vlaanderen (2022).....	14
2.7.2 Specifiek voor Vlaanderen (2023)	15
2.7.2.a Toegang.....	16
2.7.2.b Vaardigheden	17
2.7.2.c Attitudes.....	20
2.7.2.d Efficiëntie	21
2.8 De oplossing: digitale inclusie	21
2.8.1 Digitale toegang	21
2.8.2 Digitale competenties	21
2.8.3 Ondersteuningsnetwerk.....	22
2.8.4 Inclusion by design	22
2.9 Initiatieven die digitale inclusie bevorderen binnen Kortrijk	23
2.10 Initiatieven in andere gemeenten	25
2.10.1 Algemene initiatieven	25
2.10.2 Specifieke initiatieven	25
2.11 Buurtwerking.....	28
2.11.1 Wat is buurtwerking?	28
2.11.2 Wijkcentrum De Bildings	29
2.12 Onderzoek Digitale buurtwerkpraktijken.....	30
2.12.1 De resultaten.....	30
2.12.1.a Vormen van digitale buurtwerkpraktijken	30

2.12.2	Belemmerende en bevorderende factoren ter implementatie van digitale buurtwerkpraktijken	32
2.12.2.a	Uitdagingen van digitale buurtwerkpraktijken	32
2.12.2.b	De kracht van digitale buurtwerkpraktijken	32
2.12.3	Het draagvlak voor digitale buurtwerkpraktijken	32
2.12.4	Conclusie van het onderzoek	34
2.13	Leidraad de STEK	34
2.13.1	De vier functies van het model	35
2.13.1.a	Ontmoeten	35
2.13.1.b	Leren	35
2.13.1.c	Politiseren	36
2.13.1.d	Verwijzen	36
2.13.2	De randvoorwaarden	36
2.13.2.a	Toegankelijkheid	37
2.13.2.b	Samenwerken	37
2.13.2.c	Participatie	37
2.13.2.d	Autonomie	38
2.13.3	Hoe probeert de STEK zijn doelstelling, de mensen sociaal sterker maken, te realiseren	38
3	<i>Onderzoeksontwerp en -verloop</i>	39
3.1	Interviews met experts	39
4	<i>Resultaten</i>	40
5	<i>Conclusie en discussie</i>	42
6	<i>Aanbevelingen</i>	44
6.1	Aanbevelingen voor toekomstig onderzoek	44
6.2	Aanbevelingen voor de bestaande digipunten	45
6.3	Aanbevelingen voor de projectuitwerking	46
7	<i>Besluit</i>	48
8	<i>Literatuurlijst</i>	49
9	<i>Bijlagen</i>	53
9.1	Getranscribeerde interviews	53
9.1.1	Interview brugfiguur lager onderwijs – Ann Wandels	53
9.1.2	Interview verantwoordelijke digibus Leuven – Johan Gils	63
9.1.3	Interview onderzoekster expertisecentrum Sociale Innovatie – Evelien De Pauw	70
9.1.4	Interview woonzorgverlener Wijkteam Zuid – Sophie Geldhof	75
9.1.5	Interview medewerker A'kzie	79
9.1.6	Interview experte Artificiële intelligentie – Maka De Lameillieure	82

1 Inleiding

We zijn als groep tot de uitvoering van deze bachelorproef gekomen nadat onze opdrachtgever, Anseric Soete die een digitale brugfiguur is in stad Kortrijk, ons erop wees dat de digipunten in en rond Kortrijk voornamelijk door dezelfde groep mensen wordt gebruikt. Doordat enkel de terugkerende gebruikers naar de digipunten komen, worden er geen nieuwe mensen bereikt. Het zorgt ervoor dat een breed scala aan potentiële gebruikers niet van de voordelen van digitale ondersteuning en training kunnen genieten wat nefast is voor de groei en de inclusiviteit van deze voorzieningen.

Als groep is het ons zeer sterk opgevallen dat meer en meer dienstverleningen online worden aangeboden. De coronapandemie heeft dit alsmar versneld. In het huidige tijdperk van snelle technologische vooruitgang en constante veranderingen, speelt digitalisering een zeer cruciale rol in vrijwel alle aspecten van ons dagelijks leven en professionele omgeving. Als groep beseffen we dat digitalisering niet alleen een technische ontwikkeling is, maar ook een culturele en maatschappelijke transformatie die diepgaande gevolgen met zich meedraagt. Zo denken wij na over de manier waarop wij werken, communiceren en functioneren binnen de samenleving. Het besef dat hiermee gepaard gaat, vormt de aanleiding voor onze gezamenlijke verkenning en analyse van de impact van digitalisering op verschillende facetten van ons vakgebied en daarbuiten.

De opkomst van digitale technologieën heeft een revolutie teweeggebracht in de manier waarop organisaties opereren en hoe diensten en producten worden geleverd. Wij zien dat bedrijven steeds meer afhankelijk worden van digitale oplossingen om efficiënter te werken, klantrelaties te verbeteren en concurrerend te blijven in een snel veranderende markt. Wij zijn ervan overtuigd dat het essentieel is dat iedereen gelijke toegang heeft tot digitale middelen en vaardigheden.

In Kortrijk is er een groeiend netwerk van 'digipunten'. Het gaat hier om fysieke locaties waar inwoners toegang hebben tot computers, internet en digitale ondersteuning. Ondanks de waardevolle diensten die deze digipunten vandaag bieden, door de digitale brugfiguren wordt opgemerkt dat hun bekendheid en aantrekkelijkheid onder de lokale bevolking gemist wordt. Dit vormt meteen ook de aanleiding van ons onderzoek, waarbij wij ons richten op het verbeteren van de zichtbaarheid en de herkenbaarheid van de digipunten in Kortrijk.

Als groep zien wij de digipunten als belangrijke schakels in het bevorderen van digitale inclusie en het verkleinen van de digitale kloof. Deze locaties bieden niet alleen toegang tot technologie, maar ook begeleiding en training aan mensen die minder vertrouwd zijn met digitale tools en het internet. Onze opdracht richt zich op het versterken van de rol van deze digipunten binnen de gemeenschap, zodat meer inwoners van Kortrijk de weg vinden naar deze waardevolle voorzieningen.

Als groep beseffen we dat het vergroten van de bekendheid van deze punten, één van de grootste uitdagingen vormt. Veel inwoners zijn zich wellicht niet bewust van het bestaan van deze punten die binnen en rond Kortrijk worden aangeboden. Vaak moeten ze meerdere drempels overbruggen om de stap te durven zetten. Om dit aan te pakken willen we strategieën ontwikkelen die de zichtbaarheid en toegankelijkheid van de digipunten verbeteren via een laagdrempelige manier.

Bovendien merken we op dat digitalisering een dynamisch en voortdurend evoluerend veld is. Daarom willen wij ervoor zorgen dat de digipunten niet alleen inspelen op de huidige behoeften, maar ook voorbereid zijn op wat de toekomst ons brengt. Door een aanbod aan activiteiten/methodes aan te bieden, kunnen de digipunten relevant blijven en een breed publiek aanspreken. Overigens lijkt het ons relevant om op maat van de inwoners te werken.

Door een uitgebreide literatuurstudie willen we de digitale kloof en het bestaande probleem ontleden. Daarbij zullen we op zoek gaan naar cijfermateriaal over digitalisering binnen België/Vlaanderen, om meer grip te krijgen op het probleem dat zich stelt. Ook vinden wij het als groep belangrijk kennis te maken met welke initiatieven hier een steentje in bijdragen. We hopen in interviews met professionals en vrijwilligers uit verschillende werkvelden en mensen uit de doelgroep te achterhalen hoe men de digitale kloof ervaart en in hoeverre de hedendaagse initiatieven in hun opdracht slagen. Mede door bezoeken te brengen bij de bestaande digipunten krijgen we een overzicht van de werking van deze punten.

Aan de hand van het gehele onderzoek krijgen we zicht op digitalisering met de gevolgen, het probleem binnen Kortrijk en via deze weg willen we concrete voorstellen in verband met het bekendmaken van de digipunten en hun functie afleveren aan onze opdrachtgever. Dit onderzoek is hoofdzakelijk relevant voor de bewoners van Kortrijk, omdat ze zo geholpen kunnen worden met hun digitale vragen of problemen.

In dit onderzoek richten we ons op hoe we op een laagdrempelige manier inwoners van Kortrijk kunnen bekendmaken met de digipunten en wat ze te bieden hebben. Hier concentreren we ons voornamelijk op de kwetsbare inwoners die de digipunten nog niet kennen. Allereerst wordt de focus gelegd op Kortrijk Zuid met mogelijke uitbreidingsplannen voor in de toekomst.

De hoofdonderzoeksvraag die we willen beantwoorden, is: “Hoe kunnen we de kwetsbare groep in Kortrijk bekend laten maken met de digipunten?”

Om deze vraag te kunnen beantwoorden, staan we stil bij drie deelonderzoeksvragen, namelijk:

- Wie is de kwetsbare groep?
- Hoe bereiken we de doelgroep?
- Wat zijn de specifieke behoeften en voorkeuren van deze doelgroep?
- Zijn de huidige digipunten uniform herkenbaar en toegankelijk?

2 Literatuurstudie

2.1 Wat is digitalisering?

Om te begrijpen wat digitale uitsluiting is, is een uitleg over digitalisering wenselijk. We proberen dit begrip eerst te definiëren en kijken daarna hoe digitalisering enkele aspecten binnen het leven van de mens beïnvloedt.

Digitalisering heeft niet echt een eenduidige definitie, dit begrip kan het beste beschreven worden als een steeds verdergaande transformatie/herstructurering van verschillende aspecten van het leven als dusdanig, waarbij digitale communicatie en toepassingen centraal komen te staan en alternatieve manieren steeds meer in de verdrukking komen. We gaan in de volgende paragrafen dieper in op de term digitalisering (Bloomberg, 2024).

Digitalisering is een proces waarbij analoge gegevens en fysieke informatie naar digitale vormen worden omgezet. Hier wordt gebruik gemaakt van digitale technologieën, zoals software, computers en elektronische apparaten, dit om informatie te kunnen opslaan, te verwerken en deze te verzenden. Door bepaalde processen te digitaliseren kunnen bestaande processen geautomatiseerd worden, dit kan leiden tot een betere efficiënte en productiviteit binnen organisaties (Vreede, 2024).

Het gaat niet alleen over de omzet van fysieke informatie naar digitale informatie. Het gaat er mede om dat de manier waarop de informatie beheerd en gebruikt wordt verbetert. Zo kan digitale informatie op verschillende manieren worden gebruikt. Dusdanig kunnen documenten worden opgeslagen en gedeeld via de Cloud of door het gebruik van sociale media. Daarnaast kan het digitaliseren van fysieke archieven bijvoorbeeld ervoor zorgen dat informatie op ieder moment beschikbaar is en dat het minder tijd in beslag neemt om die informatie te vinden. Dit alles kan ervoor zorgen dat men binnen een organisatie tijd bespaart en efficiënt te werk kan gaan (Vreede, 2024).

2.2 Een digitale revolutie

Bij digitalisering gaat het niet over een trage evolutie, maar over een plotse en snelle revolutie. Zoals eerder vermeld gaat het binnen de digitale revolutie over een verschuiving van mechanische en analoge elektronische technologie naar digitale elektronica, die informatie opslaat, overdraagt en toepast. Dit wordt beschouwd als het beginpunt van wat we kennen als de digitale revolutie.

Digitale technologie staat bekend om haar voortdurende verandering, uitbreiding naar diverse sectoren en domeinen, en haar vermogen om de productiviteit te verhogen. Specifieke gebeurtenissen hebben geleid tot de brede acceptatie van digitale technologieën, die permanent hebben veranderd hoe we informatie uitwisselen en gebruiken. Dit markeerde tevens het begin van het informatietijdperk, dat we verder zullen bespreken (*Wat Is de Digitale Revolutie?*, z.d.).

In de jaren vijftig en zestig begonnen regeringen, militaire instanties en andere organisaties computers te gebruiken om complexe gegevens en functies te beheren. Tegelijkertijd begonnen wetenschappers na te denken over timesharing tussen verschillende computergebruikers en later over de

mogelijkheden om dit via wide area networks (WAN) te realiseren. De eerste stappen richting het internet werden gezet in 1969, toen een bericht via ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) werd verzonden. In deze periode werden de eerste computers verbonden met elkaar en maakte dit verdere softwareontwikkeling, login op afstand, bestandsoverdracht en e-mail mogelijk (*Wat Is de Digitale Revolutie?*, z.d.).

Dankzij verbeterde prestaties en lagere kosten werden digitale technologieën breed geaccepteerd en geïntegreerd in diverse apparaten en consumentengoederen. In de jaren tachtig werden digitale toepassingen steeds populairder en maakten geldautomaten, industriële robots, elektronische muziek, videogames en door computers gegenereerde beelden in films en televisie hun intrede in het dagelijks leven. Miljoenen mensen kochten hun eigen computer en Motorola introduceerde de eerste mobiele telefoon in 1983 (hoewel digitale GSM's pas vanaf 1991 op de markt kwamen), gevolgd door de lancering van de eerste digitale camera in 1988. (*Wat Is de Digitale Revolutie?*, z.d.).

Een andere belangrijke ontwikkeling in digitale datacompressietechnologie was de discrete cosinustransformatie, die vanaf het einde van de jaren tachtig de basis vormde voor veel compressiestandaarden voor digitale media. Dit omvatte diverse formaten voor digitale beeld- en videocodering, evenals audiocompressie- en digitale televisiestandaarden (*Wat Is de Digitale Revolutie?*, z.d.).

De opkomst van technologieën die zich meer richten op gebruikers en gemakkelijker in het gebruik zijn, heeft de digitale vaardigheden van mensen op alle niveaus vergroot. Deze technologieën worden steeds vaker en op meer manieren gebruikt in het dagelijks leven. Tegen 2020 was meer dan de helft van de wereldbevolking actief op internet. Van sociale media tot online winkelen, van telewerk-apps tot on-demand entertainmentdiensten: deze systemen hebben onze dagelijkse routines grondig veranderd. Ze stellen ons in staat om gedeelde bronnen efficiënter te gebruiken en betrouwbare oplossingen te delen die zijn afgestemd op individuele gebruikers. Deze technologieën zijn niet alleen ontwikkeld om ons leven gemakkelijker te maken, maar het is ook belangrijk dat gebruikers actief hebben bijgedragen aan hun totstandkoming (*Wat Is de Digitale Revolutie?*, z.d.).

Deze ontwikkelingen hebben geleid tot een enorme toename van data in de digitale wereld, terwijl tegelijkertijd de opslagmogelijkheden exponentieel zijn gegroeid. Dit heeft de hedendaagse samenleving midden in het informatietijdperk geplaatst (*Wat Is de Digitale Revolutie?*, z.d.).

2.3 Waarom is digitalisering belangrijk?

Digitalisering speelt een cruciale rol voor organisaties in het aanpassen aan de voortdurende evolutie van de digitale wereld. Het inzetten van digitale technologieën stelt organisaties in staat om efficiënter te werken, kosten te verlagen, superieure klantenservice te leveren en weloverwogen beslissingen te nemen (*Wat Is de Digitale Revolutie?*, z.d.).

Bovendien draagt digitalisering bij aan het aantrekken en behouden van klanten door middel van diverse digitale kanalen, zoals sociale media en online marketing, die de klantbeleving kunnen

versterken. Door digitalisering worden bedrijfsprocessen geoptimaliseerd en geautomatiseerd, wat leidt tot verbeterde efficiëntie en productiviteit binnen organisaties, waardoor ze zich meer kunnen richten op hun kerntaken (Vreede, 2024).

2.4 SWOT-analyse digitalisering

Digitalisering is niet alleen van belang voor organisaties, maar heeft ook brede maatschappelijke voordelen, zoals het verbeteren van de levenskwaliteit, stimuleren van economische groei en creëren van nieuwe mogelijkheden voor innovatie en ontwikkeling (Vreede, 2024).

2.4.1 Sterktes

Digitalisering biedt verschillende voordelen voor organisaties. Het digitaliseren van processen maakt het mogelijk om efficiënter te werken, wat resulteert in tijds- en kostenbesparingen. Hierdoor kunnen organisaties hun dienstverlening verbeteren en meer gepersonaliseerde services aanbieden, wat leidt tot een verbeterde klanttevredenheid. Daarnaast stelt digitalisering organisaties in staat om betere beslissingen te nemen door het verzamelen en analyseren van digitale informatie, wat resulteert in verbeterde strategieën. Bovendien kunnen digitale technologieën organisaties helpen om flexibeler te werk te gaan en sneller in te spelen op veranderingen in de markt (Vreede, 2024).

2.4.2 Zwaktes

Ondanks de voordelen brengt digitalisering ook enkele uitdagingen met zich mee. Één van de voornaamste zwaktes is het verhoogde risico op beveiligingsincidenten, zoals datalekken en cyberaanvallen, door de opslag van gegevens in digitaal formaat. Vervolgens kan de afhankelijkheid van technologie leiden tot kwetsbaarheid voor systeemstoringen, wat gegevensverlies en onderbrekingen in bedrijfsprocessen kan veroorzaken. Daarnaast vereist digitalisering aanvankelijk investeringen in apparatuur, software en personeelstraining, wat financiële druk kan veroorzaken. Culturele veranderingen binnen organisaties kunnen mede weerstand veroorzaken, omdat werknemers zich moeten aanpassen aan nieuwe werk- en communicatiemethoden (Vreede, 2024).

2.4.3 Kansen

Desondanks biedt digitalisering ook verschillende kansen voor organisaties. Digitale platforms zoals Uber en Airbnb vergemakkelijken het vinden van elkaar voor consumenten en bedrijven, waardoor mensen op laagdrempelige wijze hun diensten of producten kunnen aanbieden, men kan erdoor inzetten op vraag en aanbod. Het stimuleert de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten, wat kan leiden tot innovatie en differentiatie. Digitalisering creëert nieuwe werkgelegenheden, zowel direct in de ontwikkeling van nieuwe technologieën en machines, als indirect voor mensen die met deze technologieën werken, wat kan bijdragen aan verduurzaming. Bovendien draagt digitalisering bij aan het optimaliseren van energieverbruik met slimme meters en stimuleert grootschalige inzet van groene energiebronnen, wat gunstig is voor het klimaat en milieu (*Digitalisering: Kansen en Risico's*, z.d.).

2.4.4 Bedreigingen

Naast kansen brengt digitalisering tevens bedreigingen met zich mee. Privacy risico's zijn een belangrijke zorg, aangezien digitalisering het risico op datalekken en inbreuken op de privacy vergroot. Grote Tech bedrijven bepalen via algoritmes wat we te zien krijgen, wat onze persoonlijke levenssfeer beïnvloedt. Digitalisering brengt enkele veranderingen op de arbeidsmarkt teweeg. Hierdoor kunnen traditionele banen verdwijnen en vereisen steeds meer omscholing, wat ervoor kan zorgen dat een levenslang leer- en ontwikkelingsproces essentieel wordt. De invloed van digitalisering op sociale netwerken en opvattingen kan de vrijheid van burgers beïnvloeden, met mogelijke negatieve gevolgen voor persoonlijke gegevens en besluitvorming. Digitalisering kan ook leiden tot uitsluiting van bepaalde groepen. Niet iedereen kan meevolgen met de snelle digitalisering, waardoor sommigen, zoals ouderen en laaggeletterden, worden uitgesloten. Dit maakt de vraag naar een inclusieve samenleving des te relevanter (*Digitalisering: Kansen en Risico's*, z.d.).

Ondanks duurzame voordelen van digitalisering, kan digitalisering gepaard gaan met een toename van energieverbruik. Wat dus zeer strijdig is met de noodzaak van verduurzaming. Daarnaast verandert de context waarin mensen wonen door digitalisering. Dit kan leiden tot verhoogde drempels tussen bureaus door toegenomen individualisme, wat een rol speelt bij digitalisering. Dit met eenzaamheid en vraag- of handelingsverlegenheid tot gevolg. Het vragen om hulp, bijvoorbeeld bij het versturen van een e-mail, gaat doorgaans niet vanzelf. Er moeten meerdere drempels overwonnen worden voordat dit gevraagd wordt bovendien zorgt digitalisering en een onthaal op afspraak ervoor dat e-afstand tot dienstverlening alsnog groter wordt. Bovendien vermindert het de kennis rond het dienstaanbod (*Digitalisering: Kansen en Risico's*, z.d.; SAAMO, 2023, p.6).

2.5 Digitalisering in de maatschappij

In dit onderdeel zullen we dieper ingaan op de gebieden waar digitale technologieën de grootste impact hebben gehad, evenals op de domeinen die mogelijkheden bieden voor toekomstige veranderingen.

De digitale transformatie is actief bezig onze bekende wereld ingrijpend te veranderen, ongeacht hoe we deze ontwikkeling benaderen of definiëren. De opkomst van nieuwe manieren van informatie-uitwisseling, verbeteringen in welzijn en ongekende zakelijke mogelijkheden getuigen van aanzienlijke socioculturele verschuivingen in dit tijdperk van constante verbondenheid (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij*, z.d.).

2.5.1 Nieuwe manieren van zakendoen

Hoewel digitale technologieën al geruime tijd aanwezig zijn in de maatschappij en economie, is het vooral de integratie van het internet en de groeiende connectiviteit tussen mensen en objecten die tot geheel nieuwe zakelijke mogelijkheden hebben geleid. Technologische vooruitgang, verbeterde interoperabiliteit en afnemende kosten van ICT hebben technologieën toegankelijker gemaakt voor een breed publiek. Bedrijven in diverse sectoren kunnen nu profiteren van gebruiksklare technologische oplossingen om efficiëntie en flexibiliteit te vergroten en om toegang te krijgen tot internationale markten (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij*, z.d.).

Tegenwoordig zijn direct beschikbare software- en op internet gebaseerde technologieën, zoals Cloud computing en big data-analyse, tegen veel lagere kosten beschikbaar voor elke ondernemer, waardoor de interneteconomie aanzienlijk groeit. Laten we eens kijken naar twee veelvoorkomende toepassingen van digitale oplossingen op de markt en hoe ze de zakelijke wereld hebben getransformeerd (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij, z.d.*).

2.5.2 E-commerce

Handel via elektronische weg, ook bekend als e-commerce, verwijst naar het kopen en verkopen van goederen of diensten via computernetwerken, waarbij speciaal ontwikkelde methoden worden gebruikt om bestellingen te plaatsen of te ontvangen. Hoewel de bestellingen online worden geplaatst, vindt de betaling en uiteindelijke levering niet noodzakelijk online plaats (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij, z.d.*).

E-commerce hanteert verschillende technologieën, zoals databasebeheer, Cloud computing voor gegevensverwerking en kunstmatige intelligentie voor het begrijpen van klantenvoorkeuren en het traceren van zendingen en bestellingen. Deze praktijk heeft zich verder ontwikkeld, waardoor het voor iedereen die producten of diensten online wil verkopen, toegankelijker is geworden. Desondanks heeft de interactie tussen klanten en partners in de e-commerce omgeving aanzienlijke veranderingen teweeggebracht in de relatie tussen kopers en verkopers. Dit heeft op zijn beurt geleid tot innovatie in de zakelijke praktijken binnen het e-commerce ecosysteem (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij, z.d.*).

2.5.3 Participatieve netwerkplatformen

Een participatief netwerkplatform is een online platform waar gebruikers samenwerken aan het creëren, uitbreiden, beoordelen, bespreken en delen van inhoud die door gebruikers is gemaakt. Het richt zich op een grote gemeenschap van gebruikers en bevordert de interactie tussen hen en maakt gebruik van webtechnologieën om waarde toe te voegen. Deze platforms omvatten verschillende soorten distributieplatforms, zoals sociale netwerken voor informatieverspreiding, wiki's, blogs en podcasts voor kennisdeling, en vraag- en aanbodplatforms, onder andere (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij, z.d.*).

Over het algemeen is het gebruik van deze platforms gratis voor gebruikers, maar bedrijven kunnen op verschillende manieren geld verdienen, zoals via vrijwillige bijdragen, advertentiemodellen, licenties voor derden, verkoop van goederen en diensten aan de gemeenschap, en verkoop van gebruikersgegevens aan onderzoeks- of andere bedrijven. Digitale technologieën hebben ook andere innovatieve zakelijke modellen mogelijk gemaakt, zoals online betalingen, handelsdiensten en online reclame of app stores, die vaak met elkaar verbonden zijn of elkaar overlappen (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij, z.d.*).

2.5.4 Digitale transformatie in de klas

In het onderwijs draait digitale transformatie niet alleen om het gebruik van technologie in de klas, maar bovendien om een culturele verandering in hoe we kennis benaderen. Dankzij digitale tools en de digitalisering van informatie is kennis nu beter toegankelijk dan ooit tevoren. Met slechts een internetverbinding heeft iedereen directe toegang tot leermiddelen, kan deze delen met medestudenten en docenten en is altijd en overal beschikbaar. Leren gaat verder dan het verwerven van kennis. Het omvat ook het ontwikkelen van een kritisch en analytisch denkvermogen om de overweldigende hoeveelheid informatie die met een druk op de knop beschikbaar is, te kunnen begrijpen (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij, z.d.*).

Digitalisering opent nieuwe mogelijkheden voor het onderwijs: leerervaringen op maat, samenwerking tussen leerlingen en docent om beter en relevanter lesmateriaal te creëren, en het vergroten van de toegankelijkheid van onderwijs voor mensen die het moeilijk hebben. Leren evolueert naar een zeer persoonlijke ervaring, waarbij het individuele leerproces en flexibiliteit centraal staan (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij, z.d.*).

2.5.5 Digitaal burgerschap

Net zoals in andere sectoren kunnen digitale technologieën een krachtig instrument zijn voor sociale innovatie en vooruitgang, beschikbaar voor zowel overheden als burgers. Nu onze echte en virtuele werelden steeds meer met elkaar verweven worden en soms zelfs samenvloeien, vervagen grenzen en demografische verschillen. We worden digitale burgers van een mondiale virtuele gemeenschap, met gedeelde belangen, maar diverse achtergronden. Het begrip digitaal burgerschap breidt het concept van burgerschap uit naar de onlinewereld, waarbij technologie fungeert als een verbindingsmiddel tussen online en offline gemeenschappen om betrokkenheid bij de samenleving te bevorderen. Digitale tools worden ingezet om onze democratische rechten en verantwoordelijkheden online uit te oefenen en te verdedigen, en om mensenrechten, democratie en de rechtsstaat in de digitale wereld te bevorderen en te beschermen (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij, z.d.*).

2.5.6 Elektronische identiteit

Elektronische identificatie (eID) is een digitale methode waarmee individuen of organisaties online kunnen bewijzen wie ze zijn. Het stelt hen in staat om toegang te krijgen tot overheidsdiensten, zoals onder andere: MyPension, Student@Work, MyHealth.... In veel landen wordt eID steeds meer gebruikt om online een reeks diensten veiliger en efficiënter te ondersteunen. Het opent de deur naar zowel overheids- als particuliere diensten op maat. Bijvoorbeeld, het biedt beveiligde toegang tot overheidsdatabases en gepersonaliseerde toegang tot websites. Zonder eID kunnen e-overheidsdiensten vaak niet meer dan algemene informatie verstrekken (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij, z.d.*).

De eID is naast de bankkaart een mogelijkheid om een Itsme-account aan te maken, deze online toepassing zorgt ervoor dat mensen op een makkelijkere manier kunnen inloggen. Zoals bijvoorbeeld bij overheidsdiensten, banken, gezondheidsdiensten, telecomproviders documentenplatformen... (Itsme®, de Identiteitsapp, 2023)

2.5.7 Gezondheidszorg

Gezondheidszorgsystemen worden geconfronteerd met uitdagingen zoals een vergrijzende bevolking en een stijgende levensverwachting. Om de welzijns- en zorgkwaliteit te verbeteren, is er behoefte aan innovatie. Digitale technologieën spelen hierbij een cruciale rol. Door digitale transformatie kunnen ziekenhuizen efficiëntere en patiëntgerichte systemen implementeren. Dit kan leiden tot verbeterde arbeidsomstandigheden voor zorgverleners en nieuwe benaderingen voor het leveren van zorg. Het plaatsen van patiënten in het middelpunt van de zorg staat centraal, omdat digitale tools gezondheidszorgverleners helpen bij het optimaliseren van hun processen, het begrijpen van de behoeften van patiënten, het opbouwen van vertrouwen en het bieden van een verbeterde totaalervaring (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij, z.d.*).

De toepassing van bepaalde technologieën biedt de mogelijkheid om behandelingen meer op maat te maken, wat vooral cruciaal is voor patiënten met verschillende medische aandoeningen. Tegelijkertijd kan technologie een verbeterde werkomgeving creëren voor artsen en medisch personeel. Door processen en systemen te koppelen en routinematige taken te automatiseren, kunnen zij nauwkeuriger en efficiënter werken. Technologie maakt ook toegang mogelijk tot uitgebreide gegevens, wat leidt tot waardevolle informatie voor het verbeteren van behandelingen voor patiënten. Opkomende technologieën zoals het internet der dingen, virtuele en augmented reality, robotica, cloud computing en big data transformeren de manier waarop we met gezondheidswerkers omgaan. Ze spelen een cruciale rol bij het gebruik van gegevens voor het nemen van beslissingen over behandelplannen en dragen bij aan innovatief onderzoek op het gebied van gezondheidszorg (*De Digitale Transformatie van de Maatschappij, z.d.*).

2.6 Het probleem: digitale uitsluiting

De digitalisering heeft onmiskenbaar veel positieve effecten teweeggebracht. Zoals in het vorige onderdeel echter al aan het licht kwam, is er ook een keerzijde aan die digitalisering. Niet iedereen kan de sneltrein die digitalisering is goed volgen. Doordat digitalisering ondertussen zo ingebakken zit in verschillende aspecten van het menselijk leven, ervaren die mensen op verscheidene vlakken een uitsluiting die mede door digitalisering in de hand gewerkt wordt. In dit hoofdstuk gaan we dieper in op digitale uitsluiting en twee visies hierrond.

2.6.1 Digitaal kloofdenken

De digitale kloof verwijst naar hoe, gedurende lange tijd, gekeken werd naar digitale uitsluiting. Deze klassieke visie wees eigenlijk op de kloof die tussen mensen, met of zonder toegang tot internet, lag. Er werd dus niet echt rekening gehouden met bijkomende factoren, zoals attitude tegenover technologie, digitale vaardigheid... Wie deze visie volgde, zag enkel een rechtstreeks verband tussen sociale en digitale uitsluiting. Digitale uitsluiting werd gezien als een probleem dat enkel en alleen de meest met groepen trof, denk aan werklozen, laaggeschoolden of mensen in armoede. Mensen met hoge opleidingen werden niet gezien als een mogelijk slachtoffer van digitale uitsluiting (Mediawijs, 2022).

De stelling dat de meest kwetsbaren in onze samenleving vatbaarder zijn voor digitale uitsluiting is ook waar. Bij hen is het vaak moeilijker om de digitale uitsluiting die zich manifesteert teniet te doen en digitale inclusie te bevorderen. Ze hebben immers vaak geen netwerk om hen heen dat wel op de digitale sneltrain zit. Ze kunnen dus veel moeilijker om hulp vragen om digitaal mee te kunnen (Mediawijs, 2022).

Binnen de oude digitale-kloof visie heerste het idee dat het probleem van digitale uitsluiting vooral voortkwam uit een tekort aan (kwalitatieve) toegang tot het internet. Acties om deze uitsluiting tegen te gaan, gingen bijgevolg over het aanrijken van snel internet, laptopdonaties, openbare computerruimtes enzovoort (Mediawijs, 2022).

2.6.2 Huidige visie: digitale uitsluiting

De huidige visie op digitale uitsluiting houdt er echter een ander idee op na. De moderne visie op digitale uitsluiting stelt echter dat mensen, ongeacht welke trede van de sociale ladder ze bekleden, slachtoffer kunnen zijn van digitale uitsluiting, zelfs de hoogopgeleiden, jongeren en grootverdieners. Deze kunnen de snelheid van de digitale evolutie soms niet bijhouden en krijgen zo moeite met het toepassen en begrijpen van digitale tools. Op die manier ervaren ook zij digitale uitsluiting (Mediawijs, 2022).

Het is echter wel een feit dat de kwetsbaren in onze samenleving meer kans hebben op digitale uitsluiting en er moeilijker kunnen uitbreken. Er kan echter ook niet meer gesproken worden van een echte kloof omdat iedereen in de samenleving vatbaar is voor deze uitsluiting. Vandaar dat in deze tijd meer en meer over digitale uitsluiting gesproken wordt (Mediawijs, 2022).

2.7 Digitale uitsluiting becijferd voor België en Vlaanderen

Hoe zit het nu met digitale uitsluiting in België en Vlaanderen, zijn de Belgen opgewassen tegen een digitale samenleving en kan de Vlaamse bevolking de digitale transformatie bijbenen. Een antwoord op deze vragen vindt u in het volgende hoofdstuk.

2.7.1 Cijfers voor België en Vlaanderen (2022)

De barometer digitale inclusie van 2022 toont aan dat er zich in België een algemene stijging voordeed van mensen die toegang kregen tot het internet. De belangrijkste factoren die digitale kwetsbaarheid qua toegang in de hand werken zijn: opleidings- en inkomensniveau, leeftijd en gezinssamenstelling (*Digitale inclusie*, 2022).

Tijdens de coronacrisis gingen alle mensen ongeacht inkomen, opleidingsniveau en leeftijd massaal meer gebruik maken van digitale tools. Er was sprake van een toegenomen nood aan apparatuur en connectiviteit en er was ook een steeds toenemende druk om meer en meer die technologieën te gaan gebruiken (*Digitale inclusie*, 2022).

Iedere inkomensklasse kende een stijging wanneer je kijkt naar de percentages die aangaven wie een internetaansluiting had thuis. Die stijging bedroeg 2% als je 2019 tegenover 2021 plaatst (van 90% naar

92%). Als je echter verder gaat opdelen qua inkomensniveau laat een pertinent verschil zich evenwel opmerken. Dan zie je namelijk dat er in 2021 een verschil is van 16% tussen de lage inkomensgezinnen (-1400€), waarvan slechts 82% thuis een internetaansluiting bezit en de gezinnen met een hoog inkomen (+3200€), waaronder 98% thuis een internetaansluiting bezitten (*Digitale inclusie*, 2022).

Wanneer je specifiek gaat kijken naar Vlaanderen, zie je dezelfde tendens. Dan zie je dezelfde trend als je hoge en lage inkomensgezinnen vergelijkt (in dit geval is de kloof 15%). U zult echter ook merken dat de lage-inkomensgezinnen in Vlaanderen met 5% vooruitgang boekten. Vergeleken met gezinnen met dezelfde monetaire situatie uit de andere gewesten, scoort Vlaanderen dus het best (*Digitale inclusie*, 2022).

Op vlak van digitale vaardigheden merkt de barometer, tegen alle verwachtingen in, een stijging op van het procentueel aantal individuen dat zwakke digitale vaardigheden heeft in België. 39% in 2021 tegenover 32% in 2019. Deze stijging wordt aan twee zaken geattribueerd. De digitale vaardigheden die in 2019 aan een meting onderworpen werden, werden in 2021 eigenlijk niet geëvalueerd. Een tweede verklaring is dat er een nieuw soort vaardigheid werd gemeten, namelijk de skill om je veilig in een digitale omgeving te kunnen begeven. De scores hierop waren ronduit slecht. 30% van de Belgische bevolking geven aan hier niet echt een vaardigheid rond te hebben en 28% geeft aan hier slechts een basisvaardigheid rond te bezitten.

De belangrijkste conclusie uit de barometer is dat de snelle digitalisering, die zorgt voor een stijging op vlak van toegang en gebruik, niet wordt gevolgd betreffende vaardigheden van de gebruikers. Wat maakt dat risico op digitale kwetsbaarheid stijgt (46% in 2021). Het hooghouden van die digitale vaardigheden vraagt dan ook continue bijschaving en levenslang leren. Één op de twee Belgen is dus kwetsbaar op digitaal vlak en in extenso vatbaar voor digitale uitsluiting.

2.7.2 Specifiek voor Vlaanderen (2023)

Imec geeft in zijn onderzoeksrapport uit 2023 aan dat de digitale transformatie versneld blijft doorgaan in Vlaanderen. Een toenemend aantal Vlamingen betreden de digitale samenleving en beginnen digitale tools te gebruiken. Nagenoeg iedere Vlaming heeft op vandaag een smart-apparaat en begint online meer en meer zijn weg te vinden. De cijfergegevens die in dit hoofdstuk aangehaald worden, komen uit dit onderzoeksrapport (De Marez et al., 2022).

Bijna iedereen in Vlaanderen doet mee in de digitale samenleving. Niet iedereen in Vlaanderen heeft echter de nodige skillset of attitude om zonder problemen te handelen binnen diezelfde samenleving. 38% van de Vlamingen voelen zich namelijk geforceerd in het aannemen en gebruiken van die nieuwe technologieën, maar doet ondanks dat gevoel toch mee. 51% van de Vlamingen geeft terwijl aan dat de snelheid van de digitalisering voor hen te snel gaat. De innovaties en nieuwigheden volgen elkaar te snel op om nog mee te kunnen (De Marez et al., 2022).

We kunnen concluderen dat niet iedere Vlaming even klaar is voor een totale digitale transformatie van de samenleving. Dit begrijpen de onderzoekers van Imec als de digitale kloof. Hier zie je een verschil in hoeverre mensen meekunnen in de digitale samenleving. Dit verschil uit zich volgens Imec

als je gaat kijken naar vier verschillende factoren, namelijk: digitale toegang, skills, attitude tegenover technologie en als laatste, dankzij de AI die steeds meer ingang begint te vinden in de samenleving, efficiëntie. We bekijken elke factor in detail (De Marez et al., 2022).

2.7.2.a Toegang

Dit is alvast een basisvoorwaarde om mee te kunnen in de digitale samenleving van vandaag. Je moet immers beschikken over voldoende en geüpdatete apparatuur om van de digitale faciliteiten en programma's optimaal gebruik te kunnen maken. De "toegang" tot de digitale wereld bestaat uit twee delen. Enerzijds zijn er de toestellen, de apparaten die het mogelijk maken om met het internet te verbinden. Anderzijds is er het connected zijn. Iemand maakt gebruik van een internetaansluiting om met de apparaten die hij bezit op het internet te surfen. Toegang binnen digitale uitsluiting gaat er dus over dat niet iedere persoon de nodige technologie bezit en niet altijd de middelen heeft om zich dit aan te schaffen (De Marez et al., 2022).

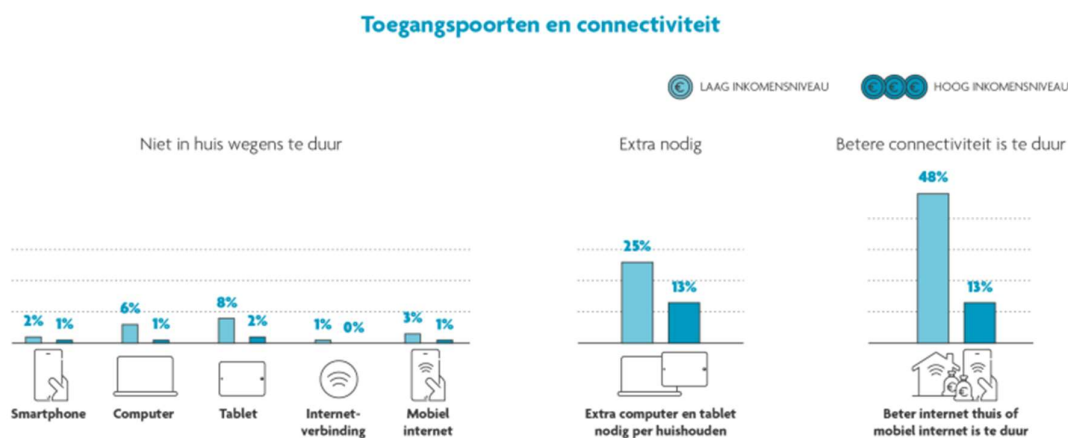
De factor toegang is tweeledig. Enerzijds gaat het over het beschikken van apparatuur, het hebben van smart-devices. "Hoe zit dit voor de Vlaamse inwoners?" Het onderzoek geeft aan dat het overgrote merendeel van de Vlaamse bevolking (99%) minstens één smart-apparaat bezit dat kan verbinden met het internet. 94% heeft toegang tot minstens twee apparaten. Het populairst is de smartphone, vele huishoudens hebben ook ten minste één groter apparaat (denk aan een computer of tablet). In 16% van de huishoudens gaat het over precies één groter apparaat. Bij Vlamingen met een lager inkomen is er echter een procentuele stijging op dit vlak. In die klasse heeft 22% slechts één groter apparaat. Het aantal Vlamingen dat aangeeft eigenlijk een extra apparaat nodig te hebben om iedereen binnen het huishouden ten gepaste tijde online te krijgen is licht gestegen van 17 naar 19%. Bij Vlamingen met een laag inkomen zien we dezelfde stijging, maar zij hadden procentueel reeds een groter aandeel (De Marez et al., 2022)

Anderzijds is toegang tot smart-devices echter niet het enige dat een invloed heeft op digitale uitsluiting. Wie over smart-apparaten beschikt, heeft ook een internetverbinding nodig met voldoende volume en snelheid om applicaties en websites vlot te kunnen gebruiken. Vergeleken met de toegang tot smart-devices is de tendens voor internetverbinding in grote mate hetzelfde. Nagenoeg elke Vlaming beschikt in zijn woonst over een vorm van internetaansluiting, al is de kwaliteit van die verbinding niet bij iedereen wat iemand nodig heeft om volwaardig te functioneren binnen de digitale samenleving. Voor 20% van de Vlamingen neemt een betere aansluiting een te grote hap uit het budget. Zij kunnen dan ook geen beter internetabonnement aankopen. 18% van de bevroagden heeft om dezelfde reden niet het nodige mobiele internet. Als deze resultaten tegenover het rapport van vorig jaar worden gelegd laat een verbetering zich opmerken. In vergelijking met vorig jaar is er een verschil van 6% bij de respondenten die aangaven geen betere internetconnectie te kunnen aankopen en een vermindering van 9% bij de respondenten die aangeven niet over het nodige mobiele data-abonnement te beschikken (De Marez et al., 2022).

Wanneer we gaan kijken bij de Vlamingen met een laag inkomen, dan zien we dat het aantal respondenten dat aangeeft zich geen betere connectiviteit of mobiele data te kunnen veroorloven beduidend hoger ligt: 26% hoger voor de connectiviteit en 22% hoger voor mobiele data. Er kan dus

gesteld worden dat de connectiviteit op vlak van toegang een groter struikelblok is dan het hebben van de nodige apparatuur (De Marez et al., 2022).

Personen die thuis slechts over een beperkte connectiviteit beschikken, zoeken de dag van vandaag elders de nodige middelen om online te kunnen gaan. 4% van de Vlamingen gaat minstens één keer per week op bezoek bij familie, vrienden of naar publieke plaatsen, zoals ontmoetingscentra om gratis gebruik te kunnen maken van een computer en internet. Dit wordt vooral gedaan door budgetaire redenen. Bij mensen die niet beschikken over mobiele data uit financiële overwegingen is dit aantal nog groter, bij deze groep geeft 34% aan dat ze wekelijks deze plekken opzoeken om online te gaan. (De Marez et al., 2022)



Figuur 1 (De Marez et al., 2022, p. 73)

2.7.2.b Vaardigheden

Digitalisering vereist nieuwe en uitgebreide digitale vaardigheden om effectief deel te kunnen nemen aan de moderne samenleving. Deze vaardigheden zijn vergelijkbaar met het kunnen lezen en schrijven en zijn daarom essentieel voor iedereen. Het is belangrijk dat iedereen de kans krijgt om digitale vaardigheden aan te leren en hiervan een basis aan kennis rond te ontwikkelen (*Digitale Vaardigheden Bij Burgers, z.d.*).

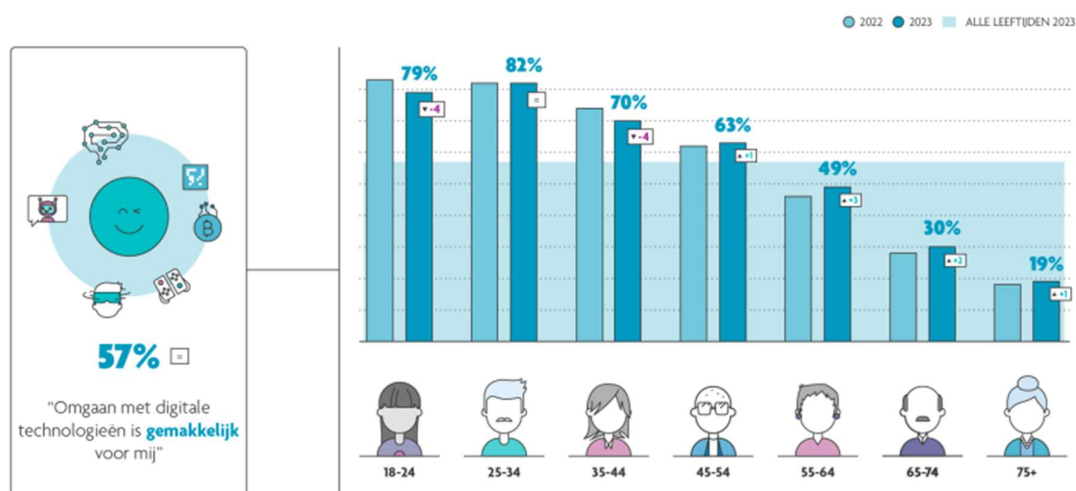
Digitale vaardigheden omvatten verschillende aspecten, zoals het vinden van informatie via zoekmachines, het verbinden van apparaten en het aanpassen van privacy-instellingen op elektronische apparaten zoals laptops en smartphones. Deze vaardigheden zijn noodzakelijk om optimaal gebruik te kunnen maken van het internet en toepassingen hierrond (*Digitale Vaardigheden Bij Burgers, z.d.*).

Daarnaast gaat digitaal bewustzijn nog een stap verder. Het omvat niet alleen het kunnen gebruiken van verschillende functies, maar ook het vermogen om jezelf te beschermen tegen mogelijke risico's die het internet met zich meebrengt, door een goed begrip te hebben van de technologieën achter deze functies. Bijvoorbeeld, in het geval van kunstmatige intelligentie, is het belangrijk om te begrijpen hoe deze technologie werkt en hoe het jouw persoonlijke interesses kan herkennen en gebruiken, zoals bij het tonen van gepersonaliseerde advertenties. Het is cruciaal dat mensen in staat zijn om deze

technologie te herkennen en te begrijpen wat het doet om zichzelf adequaat te kunnen beschermen (*Digitale Vaardigheden Bij Burgers, z.d.*).

Toegang tot de nodige apparatuur en connectiviteit is dus slechts één stuk van de puzzel. Over digitale vaardigheden beschikken is minstens even prominent. Op dit punt zien we opnieuw belangrijke verschillen als we meerdere bevolkingsgroepen vergelijken, zelfs bij de jongere generaties van Vlaanderen (*Digitale Vaardigheden Bij Burgers, z.d.*).

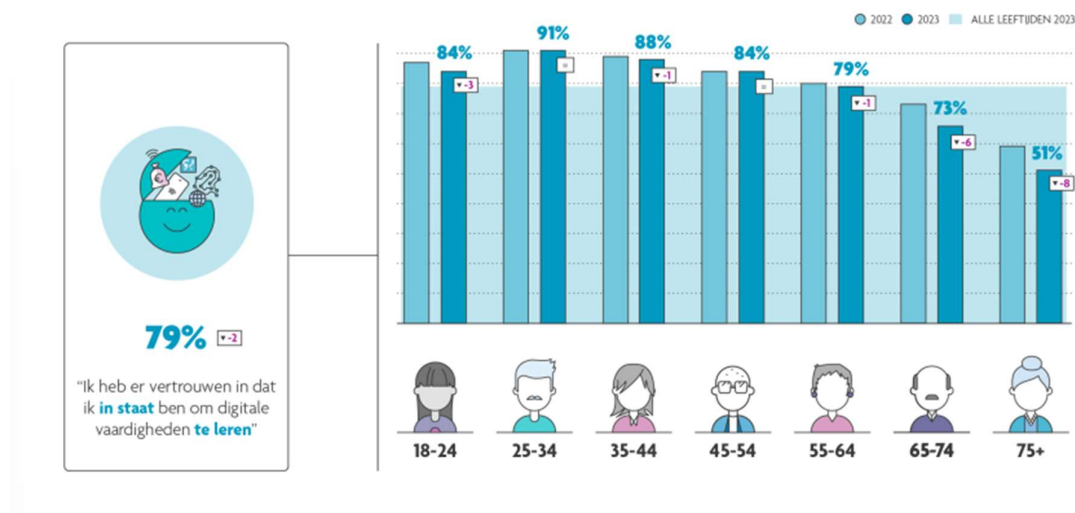
Zoals eerder reeds beschreven gaat het voor 51% van de Vlamingen te snel in de digitale samenleving. Apps, websites en tools steken steeds sneller de kop op en velen voelen zich verplicht om mee te zijn met de nieuwste technologische uitvindingen. 69% van de respondenten geeft aan dat die druk er is omdat hun omgeving verwacht dat ze goed met technologie kunnen werken en 38% geeft aan dat ze in de richting van digitale technologieën gestuwd worden door de maatschappij, terwijl ze hier echt tegen zijn. Dit fenomeen doet zich ook specifiek voor bij de groep jongeren waar 26% dit aangeeft. Dit kan een factor zijn die ervoor zorgt dat er geen stijging is bij het aantal Vlamingen die het omgaan met digitale tools als makkelijk ervaren (57%) (De Marez et al., 2022).



Figuur 2 (De Marez et al., 2022, p. 75)

Het voorgaande cijfer geeft aan dat 43% van de Vlamingen digitale technologie als moeilijk beschouwen. De redenen hiervoor zijn divers. Het taalgebruik kan niet begrijpelijk genoeg zijn of de termen die gelinkt zijn aan de digitale tools zijn verwarrend. Het kan echter ook gaan over gebruiksvriendelijkheid van de toepassing zelf. 27% geeft aan dat ze problemen krijgen met het gebruiken van een toepassing als de lay-out of werking ervan wijzigt. Er is ook een toenemend aantal mensen (29% nu tegenover 25% vorig jaar) dat begint te twijfelen om een digitale tool te gebruiken doordat ze bang zijn fouten te maken die ze niet meer zelf kunnen oplossen achteraf. Dit alles kan ertoe leiden dat steeds meer mensen vermijdingsgedrag beginnen vertonen tegenover digitale technologieën. 28% geeft aan dit reeds te hebben gedaan omdat ze onvoldoende vertrouwd zijn met dit soort tools (De Marez et al., 2022).

Het aantal mensen dat aangeeft een hoog vertrouwen te hebben in de eigen digitale vaardigheden blijft groot, maar slinkt wel in vergelijking met vorig jaar. 79% heeft er namelijk vertrouwen in dat ze nieuwe digitale tools kunnen leren gebruiken en dit is 2% minder dan in 2022. Meer dan de helft van de respondenten zegt eventuele problemen met digitale zaken zelf te kunnen oplossen. Iemand die dit niet zou kunnen, heeft ook niet altijd een netwerk of iemand in hun netwerk om op terug te vallen. Dit is het geval bij ongeveer 1 op 3 van de Vlamingen. De hulplijnen zoals digipunten en digihelpers zijn dus ook vandaag nog van onschatbare waarde (De Marez et al., 2022).



Figuur 3 (De Marez et al., 2022, p. 76)

In onze digitale interacties met instanties als banken, zorg, media en regering wordt er steeds meer verwacht dat men toch over een bepaald aantal basisvaardigheden beschikt. Denk onder andere aan het doen van online aankopen, een uitkering vragen of een overschrijving doen via digital banking. Een meerderheid van de respondenten beschikt effectief over deze basisvaardigheden, maar deze zijn lang niet bij iedereen aanwezig. De meeste moeilijkheden worden gerapporteerd als het gaat over de online verhouding tot de overheid. Bijna één op de vier respondenten geeft aan moeilijk online een premie, subsidie of uitkering aan te kunnen vragen. Bij de jongste bevroagden is dit zelf 30%. Voor de andere vaardigheden geeft 10%-20% aan moeite te hebben (De Marez et al., 2022).

Digitale basisvaardigheden

Ik kan zelf zonder moeilijkheden...

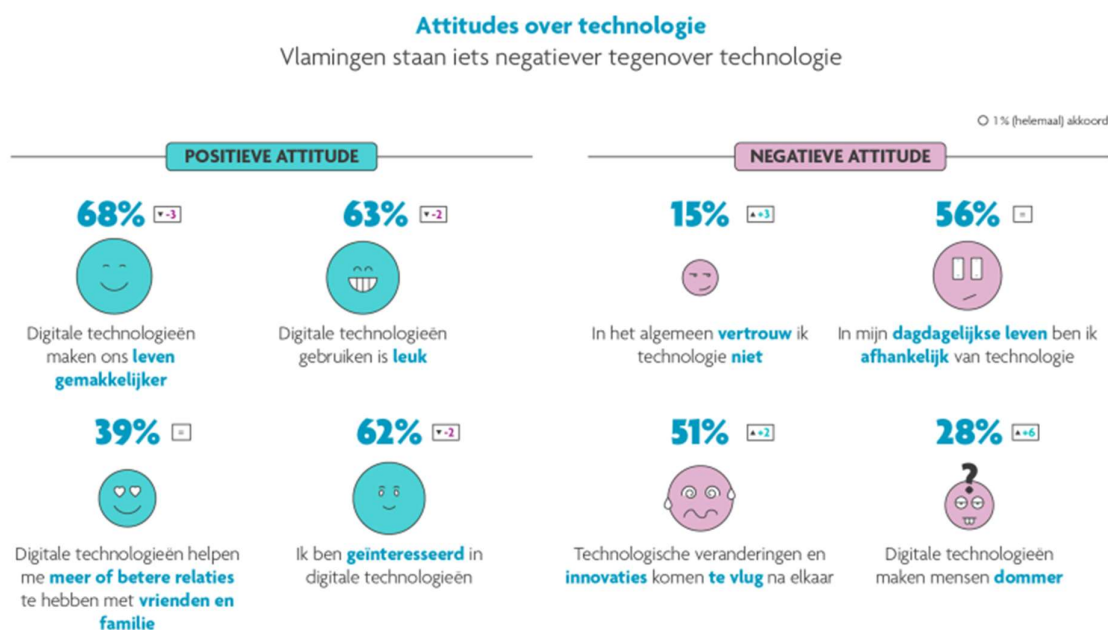


Figuur 4 (De Marez et al., 2022, p. 77)

2.7.2.c Attitudes

Als we de attitudepeiling van dit onderzoek bekijken ten opzichte van het vorig onderzoek, dan kan er geconcludeerd worden dat de Vlaming iets negatiever tegenover technologie staat. Ze blijven echter geloven in de positieve impact die technologie kan hebben. Ruim 60% van de Vlamingen denken positief over technologie. Technologie wordt gezien als handig, leuk om mee te werken en vergemakkelijken het leven als dusdanig. Het merendeel van de mensen hebben ook een interesse in digitale technologie (62%). De stelling dat technologie helpt meer of betere relaties aan te gaan met vrienden of familie heeft de minste aanhangers als het gaat om positieve attitudestellingen ten opzichte van technologie, dit met 39% (De Marez et al., 2022).

Er is echter ook een stijging van de negatieve attitudes als het over technologie gaat. De negatieve gedachte die het meest evolutie ziet gaat over de stelling dat digitale technologieën de mensen dommer maakt. Daar zien we namelijk een stijging van 22% naar 28%. Dit fenomeen hangt waarschijnlijk samen met de introductie van AI in de brede samenleving en de zorgen die dit bij sommigen opwekt. Er zijn ook lichte stijgingen in de gedachtes dat technologie iets is dat we beter wantrouwen en dat technologische innovaties te snel na elkaar komen. Een nieuwe stelling peilde in dit onderzoek naar de bezorgdheid over de ecologische voetafdruk die het technologieverbruik van de Vlaming veroorzaakt. Uit de resultaten blijkt dat één op de vier Vlamingen zich hier zorgen over maakt en dit over alle leeftijden heen (De Marez et al., 2022).



Figuur 5 (De Marez et al., 2022, p. 78)

De conclusie die opgemaakt kan worden is dat Vlaanderen en zijn inwoners nog steeds vooral positief denken over technologie, maar de zorgen errond treden steeds meer op de voorgrond en hiermee gepaard de negatieve gevoelens te opzichte van technologie. Dit is dus een bakermat voor polarisering pro en contra technologie in Vlaanderen. Dit kan natuurlijk een rem zetten op digitale inclusie omdat sommigen ronduit kunnen weigeren om de digitale sneltrein te nemen.

2.7.2.d Efficiëntie

Efficiëntie is een nieuwe dimensie die pas in dit onderzoeksrapport werd onderzocht. Dit omdat AI digitale uitsluiting op een andere en unieke manier kan belichten waar de andere dimensies niet toe in staat zijn. Je kan digitale uitsluiting zien bij degenen die AI niet durven te gebruiken tegenover de mensen die AI wel durven gebruiken. De aanname is dat degenen die AI wel gebruiken efficiënter zullen zijn in het digitale landschap dan degenen die dit niet doen (De Marez et al., 2022).

2.8 De oplossing: digitale inclusie

In Mediawijs (2023) stelt men dat het antwoord op de digitale uitsluiting van vandaag de digitale inclusie is. De term 'digitale inclusie' verwijst naar alle acties en oplossingen die nodig zijn om ervoor te zorgen dat iedereen digitaal mee is. Digitale inclusie is dus een overkoepelende term voor tal van acties die de onder andere de digitale geletterdheid van de bevolking kunnen verbeteren. Denk aan laptopdonaties de Kortrijkse digipunten de brugfiguren, vrijwilligers...

Wie aan digitale inclusie wil doen, raden we aan om rekening te houden met deze vier zaken:

- Digitale toegang
- Digitale competenties
- Ondersteuningsnetwerk
- Inclusion by design

We bespreken elke voorwaarde in detail.

2.8.1 Digitale toegang

Dit is een gegeven dat is meegekomen uit het digitaal kloofdenken. Deze factor blijft echter relevant ook in de vernieuwde visie, om vlot gebruik te kunnen maken van digitale tools is een internetverbinding thuis zeer wenselijk. Een internetcafé of openbare computerruimte is immers slechts op beperkte tijden bereikbaar (Mediawijs, 2023).

Het gaat niet enkel om het hebben van een verbinding, het aantal toestellen speelt zeker ook een rol. Stel, een gezin van vier personen (één volwassene en drie kinderen) met een laag inkomen heeft één laptop thuis en die wordt gedeeld door vier personen. Indien alle kinderen digitale les moeten volgen op hetzelfde moment, levert dit hoe dan ook problemen op. Bovendien werkt niet elke app even vlot op elk toestel. Gezinnen met een laag inkomen zijn vaak enkel in het bezit van smartphones en los van het feit dat smartphones een heel andere werkwijze vragen dan mobiele apparaten werken niet alle sites via een smartphone en vereisen ze een laptop alvorens je er ook maar toegang toe krijgt (Mediawijs, 2023).

2.8.2 Digitale competenties

Uit onderzoek van Mediawijs (2023) blijkt dat digitale competenties, factoren zijn waarmee men slechts relatief recent rekening mee begint te houden in de bestrijding van digitale uitsluiting. Dat iemand een laptop en kwalitatief hoogstaande internetverbinding heeft thuis wil niet zeggen dat die persoon hier vlot mee kan werken. Rekening houden met dit gegeven verandert het beeld van digitale uitsluiting en wie hier slachtoffer van kan zijn. Een hoogopgeleide persoon met een hoog inkomen en

voldoende toegang tot internet en apparaten kan immers toch slachtoffer zijn van digitale uitsluiting als hij of zij niet over de benodigde digitale vaardigheden beschikt.

Hoe kunnen we die digitale competenties dan begrijpen? Mediawijs biedt opnieuw een duidelijk antwoord (2023). Competenties kunnen volgens Mediawijs worden ingedeeld onder drie overkoepelende termen. De eerste is kennis, het is belangrijk dat een persoon weet wat een webbrowser is versus een e-mail. De tweede noemer gaat over vaardigheden, iets kunnen met digitale tools, denk dan aan iets opzoeken op google of een mail verzenden. Als laatste speelt de attitude van personen tegenover digitale tools een grote rol. Digitaal meezijn vereist namelijk de wil om iets te willen leren of kunnen. Durf is een andere ingesteldheid die kan helpen bij digitale inclusie, wie angstig is om iets verkeerd te doen zal minder snel digitale vaardigheden ontwikkelen.

Volgens Mediawijs (2023) is het zeer belangrijk dat digitale skills bij alle personen zo divers mogelijk zijn. Iemand die een facebook-account kan activeren kan veel moeite hebben met iets te installeren en op overheidsplatformen handelingen uitvoeren. Iemand die Google kan gebruiken om zaken op te zoeken, weet niet noodzakelijk al dan niet een veilige site is om op te surfen.

2.8.3 Ondersteuningsnetwerk

Wie zich op digitaal vlak wil ontplooien beschikt idealiter over een uitgebreid netwerk waar ze op digitaal vaardige personen kunnen steunen als ze hulp nodig hebben. De helpende hand kan vele vormen aannemen van een buurman die bijzonder IT-minded is tot een vrijwilliger van de lokale buurtwerking (Mediawijs, 2023).

Personen die beschikken over dergelijke aanspreekpunten zullen niet alleen sneller hun competenties kunnen ontwikkelen, ze zullen, indien ze te maken krijgen met digitale uitsluiting, de impact veel minder voelen net omdat ze goed omringd worden door hulpbronnen. Een digitaal minder vaardige persoon die omwille van een uitkering documenten moet uploaden op het VAPH¹ maar hier niet de juiste skills voor bezit kan door een digihelper geholpen worden en zo ten volle zijn rechten kunnen gebruiken, zelfs met een gebrek aan digitale vaardigheden (Mediawijs, 2023).

2.8.4 Inclusion by design

Dit is de laatste voorwaarde om digitale inclusie te kunnen bekomen. Om aan deze voorwaarde te voldoen is de medewerking van web- app- en productontwikkelaars noodzakelijk. Inclusion by design gaat er namelijk over dat digitale tools ontwikkeld worden terwijl er rekening gehouden wordt met de noden en competenties van allerhande doelgroepen. Complex opgebouwde websites of applicaties die gevorderde digiskills vereisen vormen namelijk vaak een drempel en kunnen digitale inclusie tegenwerken (Mediawijs, 2023).

¹ Vlaams Agentschap voor Personen met een Handicap

Er zijn enkele basisprincipes verbonden aan digital design. Om te beginnen is het de bedoeling dat ontwikkelaars eenvoudige taal gebruiken in hun product. Zo zijn eventuele instructies meteen duidelijk voor iedereen die iets met het product moet of wil doen.

Daarnaast moet het product performant en intuïtief zijn opgebouwd. Het is niet de bedoeling dat mensen altijd een gebruiksaanwijzing bij de hand moeten hebben telkens wanneer ze een product willen bezigen (Mediawijs, 2023).

Verder zijn er de WCAG²-normen, dit zijn toegankelijkheidsrichtlijnen die ontwikkelaars de mogelijkheid bieden om een product te ontwikkelen waar iedereen ook de kwetsbaren in de samenleving gebruik van kunnen maken. Alle WCAG-normen opnemen in deze literatuurstudie zou ons te ver leiden. Enkele voorbeelden kunnen echter wel meegegeven worden. Deze richtlijnen gaan onder meer over het implementeren van ondertiteling of grotere lettertypes voor slechtzienden of een website zodanig opstellen dat hij vlot aanpasbaar is voor mensen met specifieke noden zoals contrast bij kleurenblindheid (*Check Hier in het Kort Wat Er in de WCAG 2.1 Staat*, 2019).

Design voor smartphone is het laatste basisprincipe van inclusion by design. Dit gaat erover dat platformen vooral performant moeten zijn op mobiele toestellen. Mensen uit kwetsbare groepen beschikken vaak immers enkel over een smartphone als het om digitale apparaten gaat (Mediawijs, 2023). Een methode binnen web- en applicatie development die hier een nauwe link mee heeft is het mobile first principe. Binnen dit principe gaat het erover dat webapplicaties eerst ontwikkeld moeten worden voor de smartphones om dan verder uitgerold te worden over de grotere apparaten.

2.9 Initiatieven die digitale inclusie bevorderen binnen Kortrijk

Kortrijk richt zich op diverse initiatieven ter bevordering van digitale inclusie en vaardigheden. Eén van de strategieën die wordt toegepast, is het vestigen van aanwezigheid binnen bestaande organisaties om bekendheid te genereren. Dit omvat het organiseren van activiteiten, zoals digitale bingo om gemeenschappen samen te brengen en belangstelling te wekken voor digitale educatie. Daarnaast wordt aangegeven dat bezoeken soms worden aangekondigd via brieven, onze opdrachtgever, zichzelf voorstelt en het digipunten-initiatief uitlegt. Deze vorm van persoonlijk outreachen is van belang om het programma tastbaar en toegankelijk te maken voor de doelgroep (Soete, A. persoonlijke communicatie, 30 april 2024).

Een andere aanpak om digitale kennis te verspreiden omvat regelmatige zitdagen in detentiehuizen en het aanbieden van gratis Digi-waddes workshops over verschillende onderwerpen zoals Payconiq en Spotify, met als doel groepen van ongeveer vijftien personen te onderwijzen. Voor meer diepgaande educatie wordt een lessenreeks aangeboden tegen een vergoeding van 55 euro voor inwoners van Kortrijk en 110 euro voor niet-inwoners, waarmee langere educatieve trajecten worden ondersteund (Soete, A. persoonlijke communicatie, 30 april 2024).

² Web Content Accessibility Guidelines

Een cruciaal onderdeel van deze aanpak omvat ook buurtwerken op digitaal vlak, met huisbezoeken en individuele begeleiding door een combinatie van wijkteams en maatschappelijk werkers. Deze werkwijze faciliteert een directe interactie met de gemeenschap en houdt het ook laagdrempelig. Zo helpen enerzijds vrijwilligers en maatschappelijk werkers op verschillende digipunten doorheen de week. Anderzijds gaan de sociaal werkers deur-tot-deur om uitleg te geven, door te verwijzen naar digipunten en mensen te helpen rond digitale vragen (*Allemaal Digitaal*, z.d.).

Om praktische ondersteuning te bieden, worden verschillende digipunten opgezet met faciliteiten zoals printen, computers, wifi en eID-kaartlezers. Deze centra fungeren als toegangspoorten tot digitale middelen voor lokale bewoners. Digitale brugfiguren spelen een sleutelrol als mix van sociale werkers en een ICT-ondersteuner, terwijl de Digidokter initiatieven ondersteunt met mediawijze lezingen in West-Vlaamse bibliotheken. Een volgende manier die ze hanteren, is het samenwerken met andere organisaties binnen Kortrijk, zoals met A'kzie. Via deze weg netwerken ze in Kortrijk en worden de digipunten meer bekend (*Allemaal Digitaal*, z.d.).

Tot slot wordt de 'Digitafel' geïntroduceerd als een laagdrempelige ontmoetingsplaats voor digitaal leren en sociale interactie, met de mogelijkheid van hulp op afstand voor degenen die niet fysiek kunnen deelnemen. Dit omvat online formulieren voor dringende vragen over smartphones, tablets en laptops, waarbij vrijwilligers en computerassistenten assistentie bieden vanop afstand (*Allemaal Digitaal*, z.d.).

Samen met Antwerpen en Gent zet Kortrijk in op de digitaal inclusieve wijk. Aan de hand van vijf belangrijke pijlers werkten de steden een programma uit om het project te doen slagen.

1. Ervoor zorgen dat iedereen toegang heeft tot het gebruik van een toestel met netwerk, ook buiten de kantooruren.
2. Individuele ondersteuning bieden op een laagdrempelige manier en in een vertrouwde omgeving. Rekening houdend met de piekmomenten bijvoorbeeld bij inschrijvingen van een school of een kinderopvang.
3. Ondersteuning blijven aanbieden in groepsverband op een locatie waar voldoende stopcontacten en internetverbinding aanwezig zijn.
4. De mensen uitnodigen voor digitale oefenkansen, vooral met de digitale tools waar ze regelmatig mee in aanraking komen, bijvoorbeeld bij dienstverlening.
5. Zorgen voor een aanspreekpunt in de wijk die een overzicht heeft over het aanbod in de wijk. De voorgaande punten zodanig coördineren zodat de verschillende wijkteams elkaar kunnen aanvullen.

(*Digitaal Inclusieve Wijk*, z.d.)

2.10 Initiatieven in andere gemeenten

2.10.1 Algemene initiatieven

Naast de onderstaande activiteiten worden in veel steden leercentra en workshops aangeboden om volwassenen en ouderen te ondersteunen bij het vergroten van hun digitale vaardigheden. Deze centra bieden vaak gestructureerde cursussen aan over basiscomputervaardigheden, zoals het gebruik van softwareprogramma's, internetnavigatie, e-mail- en sociale mediagebruik. Ook worden er regelmatig workshops georganiseerd over meer geavanceerde onderwerpen, zoals digitale privacy en beveiliging, online winkelen en het beheren van digitale financiën.

Veel initiatieven voor digitale inclusie bieden online bronnen en videolessen aan die voor iedereen toegankelijk zijn. Deze bronnen zijn vaak opgezet als zelfstudies en omvatten tutorials over diverse onderwerpen, zoals het gebruik van specifieke software, basisprogrammering en digitale communicatievaardigheden. Door deze onlinemiddelen kunnen mensen op eigen tempo en op elk gewenst moment werken aan het verbeteren van hun digitale vaardigheden.

Om de digitale vaardigheden van de volgende generatie te versterken, werken veel programma's samen met scholen en onderwijsinstellingen. Deze samenwerkingen resulteren vaak in speciale educatieve programma's en workshops die zowel studenten als docenten voorzien van essentiële digitale kennis. Hierdoor wordt de basis gelegd voor een inclusieve digitale samenleving. Daarbij wordt er ook aandacht geschonken aan de ouders. Door bijvoorbeeld digihelpers in te zetten op oudercontacten. Via deze weg wil Gent de digitale kloof binnen het onderwijs verminderen (De Smet, 2024, p.29).

Een belangrijk aspect van veel digitale inclusieprogramma's is de inzet van digitale coaches en mentoren. Deze professionals en vrijwilligers bieden persoonlijke begeleiding aan deelnemers, beantwoorden vragen, lossen problemen op en helpen bij het opbouwen van vertrouwen in het gebruik van technologie. Deze mentorrelaties kunnen van onschatbare waarde zijn bij het overwinnen van digitale barrières.

Om de impact van hun inspanningen te vergroten, vormen veel initiatieven partnerschappen met lokale bedrijven en overheidsinstanties. Deze partnerschappen kunnen leiden tot gesponsorde trainingen, donaties van technologische apparatuur en bredere toegang tot digitale hulpmiddelen voor de gemeenschap. (*Stad Helpt Inwoners met Digitale Vragen Via Pop-up Digipunten*, z.d.; Bretelbe, 2023b; *Activiteit | Leren Over Smartphone, Tablet Of Computer | Digipunt, Digileen & Workshops - SAAMO*, z.d.; vzw Amal, persoonlijke communicatie, 8 april 2024; De Leener, 2017; *Het Digitale Begeleidingsplatform | 123Digit*, z.d.; Mediawijs, z.d.; *Activiteiten Voor Volwassenen | Gent*, z.d.)

2.10.2 Specifieke initiatieven

In verschillende steden in België worden diverse initiatieven ontplooid om digitale inclusie te bevorderen en de digitale kloof te verkleinen. In Antwerpen heeft de stad dit jaar een nieuw project gelanceerd met rondreizende pop-up digipunten in elk district. Deze digipunten bieden Antwerpenaren gratis en zonder afspraak de mogelijkheid om al hun vragen over het gebruik van smartphones en computers te stellen. Het initiatief vormt een aanvulling op bestaande projecten voor

digitale inclusie en wordt mogelijk gemaakt door samenwerking met SAAMO en buurtwerk Posthof vzw, met financiële steun van de Vlaamse overheid (*Stad Helpt Inwoners met Digitale Vragen Via Pop-up Digipunten*, z.d.).

SAAMO is een buurtwerking die zich richt op het bevorderen van sociale samenhang en het verbeteren van de leefbaarheid in lokale gemeenschappen. SAAMO brengt mensen uit de buurt samen door verschillende activiteiten en initiatieven te organiseren, zoals buurtfeesten, opruimacties, workshops, en sport- of culturele evenementen (Bretelbe, 2023b).

Het doel van SAAMO is om de betrokkenheid van bewoners bij hun buurt te vergroten en om de leefomgeving gezamenlijk te verbeteren. Dit kan onder andere bijdragen aan een groter gevoel van veiligheid, onderling begrip en solidariteit tussen buurtbewoners. SAAMO moedigt participatie aan en stimuleert mensen om actief bij te dragen aan het welzijn van hun eigen buurt (Bretelbe, 2023b).

Door samen te werken en samen te leven in de buurt, worden niet alleen sociale banden versterkt, maar ook de levenskwaliteit van de bewoners verbeterd. SAAMO fungeert als een platform waar mensen elkaar kunnen ontmoeten, ideeën kunnen uitwisselen en gezamenlijk kunnen werken aan een positieve en hechte gemeenschap (Bretelbe, 2023b).

Daarnaast is er het Digi-leen (buddy)programma in Antwerpen, waarbij mensen die meer willen oefenen met digitale toepassingen worden gekoppeld aan een vrijwilliger (digi-buddy) voor een langere periode, tot wel een half jaar. Indien nodig kunnen deelnemers tijdelijk gratis een laptop lenen (*Activiteit | Leren Over Smartphone, Tablet Of Computer | Digipunt, Digileen & Workshops - SAAMO*, z.d.).

Eenzelfde concept ontplooidde zich in vzw Amal te Gent. Hun project noemt Digiduo waarbij digivrijwilligers (personen met een migratieachtergrond), Gentenaren helpen bij het verlenen van hun digitale vaardigheden. Op die manier bieden ze mensen met een migratieachtergrond ook de kans om zelfvertrouwen op te bouwen en zo een netwerk uit te breiden (vzw Amal, persoonlijke communicatie, 8 april 2024).

Anderlecht richtte zich enkele jaren geleden op kansarme jongeren. 'Maks Digitaal' is een project vanuit vzw Maks, waarbij jongeren tussen vijftien en achttien jaar naar een plek kunnen om te gamen, maar belangrijker om programmeren, apps en games te ontwikkelen of robotica aan te leren. Aan het einde van deze leermomenten, is er een toonmoment georganiseerd voor ouders, grootouders en leerkrachten. Via deze weg wil de organisatie ook die mensen meenemen in het verhaal. Ze realiseren zich op die manier dat de computer meer is dan een spel om kinderen bezig te houden en (groot)ouders kunnen zich op dat moment bovendien inschrijven om een basiscursus te volgen (De Leener, 2017).

In Gent wordt digitale kennis verspreid via de 'Digiwatte?' videoreeks, waar showbizz Bart en Kim verschillende digitale toepassingen uitleggen om iedereen stap voor stap vertrouwd te maken met de digitale wereld. Daarnaast biedt 123digit.be interactieve modules aan voor mensen met weinig digitale vaardigheden (*Het Digitale Begeleidingsplatform | 123Digit*, z.d.; Mediawijs, z.d.).

Naast dit alles hebben ze ook de gekende initiatieven zoals in Kortrijk. Ze organiseren 1-op-1 begeleiding, geven workshops, ontlenen digitale toestellen... (De Smet, 2024). Gent organiseert mede Digicafés met workshops voor beginners en Digistatie waar cursussen voor gevorderden worden gegeven (*Activiteiten Voor Volwassenen | Gent, z.d.*).

In Brussel zijn er verschillende initiatieven zoals de Digitrein, die ouderen digitaal sterker maakt door groeps- en individuele ondersteuning en vormingen voor vrijwilligers en medewerkers. Tevens is er het Info-Punt voor goedkope internetconnecties en laptopverhuur, en Plonge, een stadsspel om Nederlands te oefenen (*E-inclusie Alle Brusselaars Digitaal, z.d.*). Daarbovenop kregen zes verscheidene projecten financiële steun om digitale vaardigheden van Brusselaars naar een hoger niveau te tillen. Het budget werd gebruikt voor onder andere computerruimtes, een project om daklozen een kans te bieden om zich vertrouwd te maken met digitale technologieën, het richten op jongeren en minderjarigen om interesse rond informatica op te wekken... (*250.000 Euro Om Digitale Vaardigheden Van Brusselaars te Verbeteren, z.d.*).

De VDAB biedt in heel Vlaanderen online ICT-opleidingen aan voor werkzoekenden en werknemers, inclusief trainingen om digitale vaardigheden te versterken. Daarnaast fungeert de VDAB als digipunt in diverse steden (*Online Leren | VDAB, z.d.*).

In Hasselt zijn er Digipunten waar iedereen terecht kan met digitale vragen, en voor mensen die niet kunnen reizen, is er digitale hulp aan huis beschikbaar, waar digibuddy's zoals Kelly hulp bieden bij digitale problemen. Ook werkt de stad samen met BEEGO om mensen thuis te helpen met computer- en smartphoneproblemen (*Digitale Hulp Aan Huis, z.d.*). Bovendien werkt Oostende ook met deze organisatie, waarbij IT-studenten bij mensen aan huis die een beperkte mobiliteit hebben of een niet verplaatsbaar toestel in huis hebben (*Iedereen digitaal mee, z.d.*).

In Oostende werd Oostende@internet opgestart in mei 2002 om de digitale kloof bij de bevolking kleiner te maken. Sinds 2023 wordt het project bijkomend ondersteund door de digibanken met een bijkomend lesaanbod (*Iedereen Digitaal Mee, z.d.*).

Op 25 maart 2020 is er een toegankelijkheidsverklaring opgesteld, dat wil zeggen dat er steeds aanpassingen en verbeteringen worden gemaakt zodat iedereen op een vlotte en gebruiksvriendelijke manier gebruik kan maken van de webdocumenten (*Iedereen Digitaal Mee, z.d.*).

Cursussen kunnen gratis worden gevolgd door de bewoners van Oostende in de bibliotheek, bij Ligo of Avansa, de data zijn vooraf online beschikbaar. Daarnaast kan inschrijven online, via een digipunt, telefonisch of fysiek. In samenwerking met Samen DiVers organiseert Oostende een basis cursus van vijf lessen voor een beperkte groep, op die manier is er tijd genoeg om de cursisten op maat te helpen. De welzijnsorganisatie focust vooral op een doelgroep met weinig of geen vaardigheden en een migratieachtergrond hebben. Deze initiatieven laten zien hoe steden in België zich inzetten voor digitale inclusie en mensen ondersteunen bij het vergroten van hun digitale vaardigheden, waardoor meer mensen kunnen profiteren van de mogelijkheden die de digitale wereld biedt (*Iedereen Digitaal Mee, z.d.*).

2.11 Buurtwerking

In het volgende hoofdstuk lichten we toe wat buurtwerking precies inhoudt. De digipunten liggen namelijk vaak binnen een buurtwerking. Er is een nauwe samenwerking tussen de digitale brugfiguren en maatschappelijk werkers. Wijkcentrum de Bildings was ons vertrekpunt en de primaire werkplaats van onze opdrachtgever. We vinden het essentieel dat we dit wijkcentrum toelichten.

2.11.1 Wat is buurtwerking?

Eerst en vooral is het misschien wel interessant om te weten wat er juist bedoeld wordt met de term 'buurtwerker'. Als buurtwerker geef je informatie en ondersteuning aan de bewoners en bewonersgroepen die de stap nemen om hun eigen leven en dat van hun omgeving te optimaliseren. Je hebt een brugfunctie om zo bewoners met een gelijke vraag/problematiek samen te brengen (Stichting Doras, z.d.).

Woorden.org (z.d.) geeft de definitie van 'buurtwerk' als volgt: "Een basisvoorziening voor de bevordering van onderling contact, participatie en sociale integratie in een woonwijk".

Tijdens de coronaperiode kwam de digitalisering in een bepaalde versnelling terecht (Digitaal Buurtwerk - Handvaten Voor een Doordachte Praktijk | Hogeschool VIVES, 2021) . Niet iedereen kon evengoed mee met die versnelling. Binnen digitale buurtwerken helpen vrijwilligers de wijkbewoners om digitale skills, nieuwe online tools en technologieën aan te leren. Vooral digitale vaardigheden die in het dagelijks leven en bij publieke diensten kunnen worden gebruikt, zoals bij het bankieren, het maken van afspraken, het gebruik van Itsme, het betalen van belastingen, en het raadplegen van de KMI-app... (10 - Digi-tafel | D.I.W., z.d.; Digital communities, z.d.).

De bewoners zijn welkom met hun digitale vragen en om te leren werken met een computer, tablet en/of smartphone. Dit wordt hen aangeleerd op hun eigen tempo en volgens hun eigen noden (10 - Digi-tafel | D.I.W., z.d.).

Er wordt een vertrouwensrelatie opgebouwd tussen de buurtwerkers en de wijkbewoners. De buurtwerkers gaan zo de wijkbewoners trachten warm maken dat het oké is om nog te leren werken met digitale tools. Hierbij is tijd en geduld nodig, want veel mensen hebben dit vertrouwen nog niet. Veel mensen zien het als een taboe om nu nog te moeten leren werken met digitale tools, aangezien het al zo ingewerkt is in onze maatschappij. Vaak zien de mensen die het nog zouden kunnen leren, het niet meer als mogelijk om het nog aan te leren (11 - Outreachend Werken | D.I.W., z.d.).

Heel wat deuren zijn in het heden letterlijk gesloten. Bij banken heb je tegenwoordig een afspraak nodig, hetzelfde bij politiekantoren, ziekenfondsen, interimbureau's... Vele mensen weten hierdoor niet wat ze nog moeten doen en waar ze al dan niet terecht kunnen. Hiervoor zijn buurtwerk en andere organisaties makkelijk bereikbare plaatsen waar mensen terecht kunnen met hun vragen (Digitale inclusie, 2022).

Volgens SAAMO is het aanleren van de digitale tools op een amusante wijze essentieel. Dit kan gedaan worden door bijvoorbeeld een kookactiviteit, samen een app opzoeken, een gerecht opzoeken en

klaarmaken, een knutselopdracht opzoeken... Bij Digitafels zien ze dat mensen nog geen vertrouwen genoeg hebben. Dit vertrouwen gaan ze met één-op-één ondersteuning trachten te winnen. Ze zijn dus eigenlijk opstap naar scala dat reeds bestaat, bijvoorbeeld Ligo. SAAMO geeft aan dat er in de toekomst heel hard ingezet moet worden op outreachend werken. Ze kunnen dit doen door de wijk in te trekken, door deur aan deur aan te bellen, door aan de schoolpoort te staan en mensen aan te spreken... Buurtwerking staat gelijk aan samenwerking. Verschillende organisaties werken samen om zo de mensen verder te helpen (*Digitale inclusie*, 2022).

2.11.2 Wijkcentrum De Bildings

Wijkcentrum De Bildings valt onder het Wijkteam Zuid, samen met Wijkcentrum De Lange Munte en Wijkcentrum De Condé. Binnen dit wijkcentrum ontmoeten mensen afkomstig uit de wijk Drie Hofsteden elkaar. Hierin werken verenigingen, comités, buurtbewoners, professionals en vele vrijwilligers samen. Hun doel is om samenleven in de buurt prettig te maken en houden. Hun doelgroep bestaat uit alle mensen uit de betreffende wijken. Er wordt bijzondere attentie en assistentie gegeven aan de kwetsbaardere (Samenlevingsdienst, z.d.; De sociale kaart, 2024; Wijkteam zuid, z.d.).

Ze geven aandacht aan wat er allemaal in de buurt omgaat. De sterktes die reeds present zijn in de wijken worden toegepast. Ze doen er onder andere aan dienstverlening, buurtacties, vrijwilligerswerk en er is een groot activiteitenaanbod en plaats voor ontmoeting (Wijkteam zuid, z.d.; Samenlevingsdienst, z.d.). Zo werd er bijvoorbeeld een digitale bingo georganiseerd (Soete, A., persoonlijke communicatie, 2024).

In het wijkcentrum De Bildings, of met andere woorden het digipunt De Bildings, kan je er onder andere terecht om gratis gebruik te maken van een computer met internet die daarbij ook nog eens voorzien is van een kaartlezer. Binnen het gebouw is er gratis openbare wifi ter beschikking. Dit is gemakkelijk voor als je je eigen toestel meebrengt. Er is daarnaast de mogelijkheid om je documenten te laten afdrukken of inscannen. Iedere dinsdag voormiddag en namiddag is er een vrijwilliger ter plaatse om je digitale vragen te beantwoorden. Hiervoor wordt best op voorhand een afspraak gemaakt (*Digipunt de Bildings (Bib/wijkteam)*, z.d.).

Daarnaast wordt er individuele begeleiding gegeven en doen ze huisbezoeken. De digitale ondersteuners uit het wijkteam, zoals onze opdrachtgever, hebben een goede connectie met de maatschappelijk werkers ter plaatse. Zij verwijzen de mensen die de hulp nodig hebben door. Er worden Digi-Waddes georganiseerd, dit zijn workshops van ongeveer twee uren waarbij uitleg gegeven wordt over een onderwerp, bijvoorbeeld hoe werkt Itsme, hoe werkt burgerprofiel, hoe werkt KMI-app, hoe werkt Spotify... Mensen kunnen zich hiervoor inschrijven. Het is niet verplicht omwille van de drempel, maar wel aangeraden om je op voorhand in te schrijven. Dit met reden het niet meer als workshop gezien wordt bij +15 personen. Een lessenreeks kost voor inwoners zo'n 55 euro en voor niet-inwoners 110 euro (Soete A., persoonlijke communicatie 30 april 2024).

Naast het digitale aspect is het wijkteam Zuid, samen met wijkteam Centrum en Overleie, gekoppeld aan het MIRIAM-project. Dit is een project voor Kortrijkse alleenstaande mama's die minstens één

minderjarig kind hebben, en zich tweewekelijks willen engageren om in een multiculturele groep bijeen te komen. Daarnaast hebben deze vrouwen weinig tot geen steun van sociaal netwerk omdat deze vrij schaars is. De focus ligt erop om de vrouwen te empoweren, sterker te maken in hun kracht (MIRIAM, z.d.).

Verder worden er nog andere activiteiten georganiseerd, zoals eetfestijnen waar je aan een laag tarief van een smakelijke maaltijd kan genieten. Dit is via de UIT-pas. Mensen in kansarmoede krijgen hier een grotere korting en kunnen aan twee euro genieten van de lekkere maaltijd (Uit in Vlaanderen, 2024).

2.12 Onderzoek Digitale buurtwerkpraktijken

Hauspie en De Pauw (2024) hebben onderzocht welke impact digitalisering heeft op het buurtwerk en hoe buurtwerk digitalisering kan gebruiken in de dagelijkse werking. Ze wilden tot een reeks aanbevelingen komen om digitale buurtwerkpraktijken toe te passen. In dit volgende hoofdstuk verdiepen we ons meer in hun inzichten.

Om te ontdekken welke digitale werkmethodes nu gebruikt worden zijn buurtwerkers verbonden aan een stad of gemeente en uit het netwerk van de onderzoekers bevestigd. In het kwantitatieve onderzoek werd gepeild naar digitale werkvormen die ingezet werden op de vier functies van het model de STEK. De buurtwerkers werden ook bevestigd hoe ze de doelgroep informeren en hoe ze met hen communiceren.

In de tweede fase werd het onderzoek uitgebreid naar bezoekers van het buurtwerk. Hiervoor werden er afspraken gemaakt met vier buurtwerkingen, er werd ook dan gekozen voor een mix via steden of gemeenten en afdelingen die werkzaam zijn via SAAMO.

Tijdens de activiteiten van het buurtwerk werden de deelnemers bevestigd door studenten Bachelor toegepaste psychologie. Zij vulden samen met de deelnemers de vragenlijsten onmiddellijk in. Dit onderzoek gebeurde op vier locaties in Midden- en Zuid-West-Vlaanderen.

2.12.1 De resultaten

2.12.1.a Vormen van digitale buurtwerkpraktijken

Verschillende vormen van digitale buurtwerkpraktijken werden bestudeerd vanuit de vier functies van het model de STEK, namelijk: ontmoeten, leren, politiseren en doorverwijzen.

De resultaten geven aan dat de buurtwerkers het meest communiceren via e-mail, Whatsapp (groep en één-op-één) en Facebook-groepen. Er wordt minder gecommuniceerd via videobellen en sms. Via de Website Digitaal/Chatbox is er zo goed als geen communicatie met de doelgroep. Dit blijkt duidelijk uit onderstaand staafdiagram.



Figuur 6 (Hauspie & De Pauw, 2024, p.11)

Uit het onderzoek is ook gebleken dat online leren niet vaak gebruikt wordt in het buurtwerk, wel zet het buurtwerk sterk in op het bijbrengen van digitale vaardigheden bij hun doelpubliek. Buurtwerk heeft een duidelijke rol bij het inzetten op digitale inclusie. De studie toont aan dat er bij verschillende buurtwerkingen digipunten opgestart of al ingezet werden waar het doelpubliek fysiek terecht kan met vragen.

Binnen het buurtwerk staat samenkomst centraal, wat ervoor zorgt dat het buurtwerk een exceptionele positie inneemt bij de digitalisering. Door ervoor te zorgen dat de bewoners geen tot weinig drempels ervaren, krijgt men een kwetsbaar publiek te pakken. Zo zijn er al initiatieven op gang gekomen rond digitale inclusie in het buurtwerk.

Buurtwerk geeft mensen een ontmoetingsplaats, de bewoners kunnen er gemakkelijk terecht, ze ervaren geen drempel, ze durven er hun vragen stellen, ook vragen over hun digitale problemen. Buurtwerk bereikt kwetsbare mensen en neemt dus een speciale plaats in bij digitalisering. Om echt de digitale vaardigheden van het doelpubliek te vergroten is het belangrijk dat er laptops aanwezig zijn en dat de mensen er ook 's avonds en in het weekend zonder afspraak met hun vragen langs kunnen gaan.

Om ontmoetingen binnen het buurtwerk aan te moedigen wordt er vooral via Whatsapp en Facebook gecommuniceerd. Hoplr wordt gebruikt om behulpzaam zijn tussen mensen te stimuleren, dit gebeurt vaak via de buurtwerker. Hij stelt de vraag op Hoplr en daarop wordt gereageerd. Dat brengt de buurtwerker, de vraagsteller en de probleemoplosser met elkaar in contact. Zo draagt deze app bij tot sociale cohesie en het stimuleren tot eerstelijnszorg.

Het onderzoek bekijkt ook wat er gebeurde met de online ontmoetingsplaatsen die buurtwerkingen hadden opgezet tijdens de coronaperiode. Vastgesteld is dat men terug de switch gemaakt heeft naar fysieke ontmoetingen. Mensen kiezen vooral voor ontmoetingen binnen de buurtwerking. De studie geeft aan dat digitale tools weinig gebruikt worden om politiserend te werken. Nog niet een derde van de buurtwerkers gebruikt 'digitale storytelling' om de mensen weerbaarder te maken.

Een derde van de buurtwerkers uit het onderzoek geeft aan de digitale sociale kaart te gebruiken om mensen door te verwijzen en een vierde geeft aan niet over een digitale sociale kaart te beschikken. Doorverwijzen gebeurt dus vaak vanuit het eigen netwerk en persoonlijke kennis van de sociale kaart van de buurtwerker.

2.12.2 Belemmerende en bevorderende factoren ter implementatie van digitale buurtwerkpraktijken

2.12.2.a *Uitdagingen van digitale buurtwerkpraktijken*

Bij de bevraging stellen Hauspie en De Pauw vast dat er nog een lange weg af te leggen is wat betreft het ontmoeten, leren, politiseren en verwijzen op een digitale manier (2024).

Nog te veel is afhankelijk van de interesses, talenten of vaardigheden van de buurtwerkers en andere medewerkers. Wanneer de buurtwerker-initiatiefnemer de organisatie verlaat, kan met hem ook een goed draaiend communicatiekanaal verdwijnen. Het zou daarom goed zijn deze publieke communicatiekanalen centraal te organiseren met hiervoor opgeleide medewerkers die een bewust communicatieplan uitvoeren.

Het is een feit dat één op één digitale communicatie (vb. Whatsapp en Messenger) drempelverlagend kan werken en goede bereikbaarheid en toegankelijkheid bevordert. Echter één van de gebreken van deze tools zijn de grenzen van bereikbaarheid. Hier moet de buurtwerker een grens invullen, maar elke buurtwerker doet dit anders, naargelang wat voor hem werkbaar is. Het is dan ook belangrijk om als professional duidelijke afspraken hierover te maken.

Buurtwerkers en sociaal werkers kiezen voor de communicatiekanalen die voor hun kwetsbaar publiek het best toegankelijk zijn, vaak is dit WhatsApp. Maar de IT'ers van de organisatie verkiezen het voor het publiek onbekende en moeilijk toegankelijke Teams. Voor de IT'ers primeert het risico op hacking, GDPR en privacy, voor de buurtwerkers primeert de werkbaarheid.

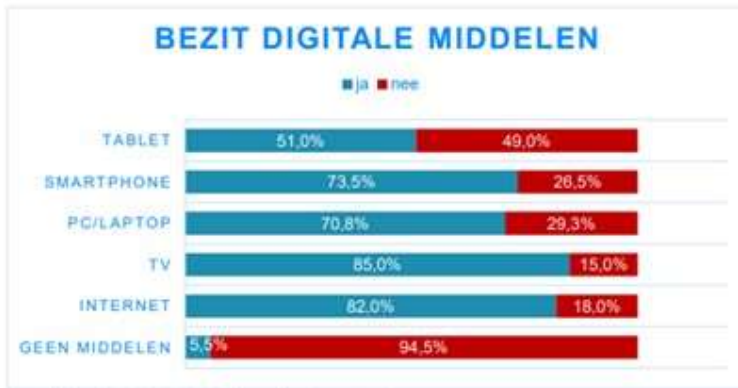
2.12.2.b *De kracht van digitale buurtwerkpraktijken*

Door de laagdrempeligheid is het buurtwerk ideaal om te werken rond digitale inclusie bij zijn kwetsbare doelgroep. De ontmoeting op een plaats dichtbij en de tijd zorgen voor een vertrouwensband en deze is net cruciaal voor mensen die weigerachtig staan tegen digitalisering. Zo bereikt het buurtwerk kleine succesjes bij cliënten rond digitale inclusie. Digitale inclusie wordt het best als middel aanschouwd om mensen te bereiken en niet louter als doel op zich.

Als we bepaalde mensen digitaal vaardiger maken, kan dit mogelijk meer schade toebrengen dan dat het hen versterkt. Hier geven de onderzoekers als voorbeeld een persoon die gokverslaafd is. Wanneer hij een gokkantoor binnenstapt, herkent men deze persoon en kan men hem aanspreken. Als hij gokt via een app of computer is zijn verslaving niet zichtbaar voor de buitenwereld en kan hij er nooit op gewezen worden. Dit is duidelijk een van de valkuilen. Andere valkuilen zijn de ethische vraagstukken, wat gebeurt er bijvoorbeeld als de buurtwerker illegale zaken ontdekt op de smartphone van de persoon bij het digitaliseren?

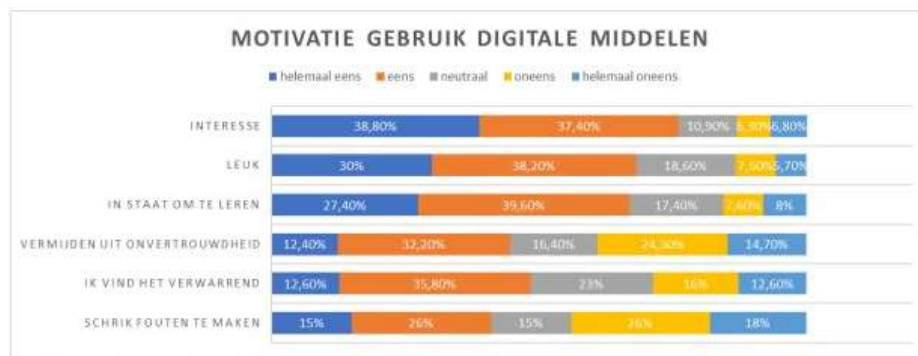
2.12.3 Het draagvlak voor digitale buurtwerkpraktijken

Bij de buurtwerkers is er een draagvlak. Zij staan open voor technologische vernieuwing en willen dan ook nieuwe technologie leren. Uit het onderzoek blijkt eveneens dat bijna 20% van de huishoudens met een laag inkomen niet over een internetverbinding beschikt en dat bijna 30% van ondervraagden geen smartphone bezit.



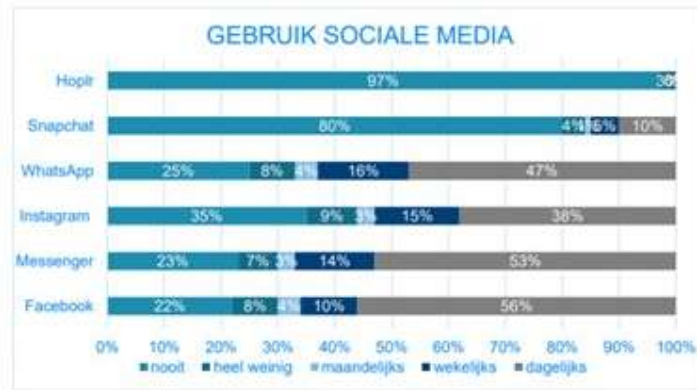
Figuur 7 (Hauspie & De Pauw, 2024, P.19)

Ongeveer 75% van de bevroegden toont interesse in digitale middelen en ongeveer 65% vindt zich in staat om het digitale te leren. Ongeveer 40% vermijdt het gebruik van digitale middelen omdat ze er niet vertrouwd mee zijn en uit schrik om fouten te maken bijna de helft vindt het gebruik van digitale middelen verwarrend.



Figuur 8 (Hauspie & De Pauw, 2024, P.20)

Als er gekeken wordt naar het gebruik van sociale media stelt men vast dat het platform Hoplr weinig gebruikt wordt terwijl dit is gemaakt om buurten meer te verbinden. De meest gebruikte sociale media apps waren Facebook, Messenger en WhatsApp en dit dagelijks. Snapchat wordt vooral door jongeren gebruikt.



Figuur 9 (Hauspie & De Pauw, 2024, p.20)

Mensen gaan bovendien naar buurtwerk om elkaar te ontmoeten. Bij digitale problemen gaan de bezoekers meestal naar familie, vrienden en burens. Slechts 10% van de bevroagden ziet buurtwerk als hulpkanaal.

2.12.4 Conclusie van het onderzoek

Buurtwerk is in eerste instantie een plaats van ontmoeting. In veel steden is er plaats voor digitale buurtwerkpraktijken. Men gaat daar ondertussen dan tevens mee aan de slag. Het is van belang om digitale inclusie als middel te zien. Digitale buurtwerkpraktijken vanuit een brede benadering bekijken en hierop inzetten is belangrijk. Men zal bij het buurtwerk ook waakzaam moeten zijn om geen extra kwetsbaarheid te creëren bij bepaalde doelgroepen.

2.13 Leidraad de STEK

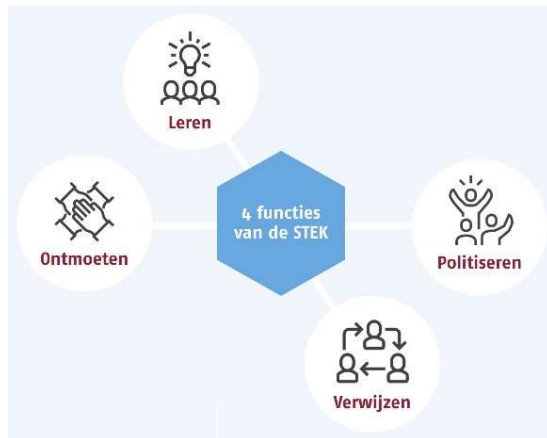
Geen menswaardig inkomen hebben en geen toegang vinden tot de juiste hulp- en dienstverlening komt nog te veel voor. Heel wat mensen die recht hebben op sociale bescherming (tegemoetkomingen, premies, dienstverlening...), nemen dat recht niet op omdat ze de regelgeving niet kennen of omdat de drempel (administratief of digitaal) te groot is. Om die problematiek aan te pakken werd vanuit de praktijk van SAAMO met de steun van vzw SAM het model 'de STEK' ontwikkeld (SAAMO, 2023).

De STEK is een buurtwerk, sociaal werkers van verschillende organisaties werken er samen om mensen goed toe te leiden naar specifieke hulp. Elke STEK werkt anders, maar hun doel is altijd meer mensen de kans geven om hun sociale rechten te laten gelden, dus de kwetsbaren versterken en sociale verandering (SAAMO, 2023).

STEKKEN zijn in de eerste plaats ontmoetingsplaatsen, ze zijn te vinden in een buurthuis, een sociaal restaurant, een ruilwinkel... Het zijn plaatsen waar mensen uit de buurt zich welkom voelen en gemakkelijk binnenlopen. Bij problemen worden ze door professionals of vrijwilligers geholpen om de juiste hulp- en dienstverlening te vinden. Bezoekers gaan er ook samen met professionals aan de slag met ideeën en oplossingen die de dienstverlening zouden kunnen verbeteren (SAAMO, 2023).

2.13.1 De vier functies van het model

Het model vertrekt vanuit vier functies: ontmoeten, leren, politiseren en verwijzen.



Figuur 10 (Rommel, S., 2019, p.16)

2.13.1.a Ontmoeten

Bij de STEK kunnen de bezoekers hun sociaal netwerk uitbouwen om op die manier sterker te staan om hun problemen aan te pakken. Dit gebeurt aan de hand van vijf vuistregels. Door het aanbod te vergroten op vertrouwde en bereikbare plekken waar bezoekers elkaar kunnen ontmoeten. De bekendmaking van dat aanbod moet op een laagdrempelige manier gebeuren op maat van de bezoeker (mondeling, schriftelijk en digitaal). Omdat dat aanbod wordt vergroot breidt het kwalitatief en veilig ontmoetingsaanbod automatisch mee uit. Daarnaast is het zorgen voor een divers aanbod een meerwaarde om zoveel mogelijk bezoekers te bereiken. De kostprijs mag daarbij geen drempel zijn (Rommel, 2019).

2.13.1.b Leren

Bezoekers leren tijdens groepsmomenten, infosessies, individuele contacten met een sociaal werker... De STEK probeert in te spelen op talenten en interesses van de bezoeker en leidt mensen naar meer formele leermomenten. De STEK probeert dan ook mensen zo laagdrempelig mogelijk kansen te bieden om kennis en inzichten te verwerven, meer over zichzelf te leren en te leren samenwerken. De hulp- en dienstverleningsorganisaties doen veel moeite om deze gratis activiteiten op maat van het publiek bekend te maken (Rommel, 2019).

2.13.1.c Politiseren

Politiseren betekent een positie innemen tegen sociale uitsluiting en kwesties van uitsluiting in het publiek debat brengen. Bij de STEK gaan professionals in gesprek met de bezoekers en de buurtbewoners om zo de visie van de STEK te laten samenvloeien met de wereld van de meest sociaal kwetsbaren in onze samenleving (Rommel, 2019).

Het is de bedoeling om samen met de bezoekers na te denken over oplossingen om meer sociaal beschermd te zijn. Zo proberen de professionals het doelpubliek bewust te maken van hun recht op een sociaal vangnet. Iedereen binnen de organisatie heeft de verantwoordelijkheid om sociale ongelijkheid aan te kaarten en politiserend te werken. Het ultieme doel van de STEK is een veilige bubbel creëren zodat de bezoekers onbezorgd en zonder negatieve gevolgen hun ervaringen kunnen delen en leren uit elkaars situatie (Rommel, 2019).

2.13.1.d Verwijzen

Verwijzen betekent dat de sociaal werkers van de STEK de bezoekers leiden naar de juiste hulp- en dienstverlening. Het is dan tevens de bedoeling dat alle partners proactief en outreachend werken. De bedoeling is dan ook dat de sociaal werkers een veilige bubbel creëren de tijd nemen om vertrouwen te winnen en een goed contact opbouwen. Hierbij is het belangrijk om steeds de privacy van de bezoekers te respecteren en anoniem te werken. Er worden dan ook geen hulpverleningstrajecten of persoonlijke dossiers bijgehouden.

De sociaal werkers kennen de sociale kaart en verwijzen de mensen gericht door. Ook helpen ze hen praktisch (vb. “Hoe geraak ik met het openbaar vervoer op mijn afspraak?”) om de afspraak te kunnen naleven (Rommel, 2019).

2.13.2 De randvoorwaarden

Naast de vier functies zijn er ook enkele randvoorwaarden: toegankelijkheid, samenwerken, participatie en autonomie.



Figuur 11 (Rommel, S., 2019, p.24)

2.13.2.a Toegankelijkheid

Om toegankelijkheid te omschrijven hanteert de STEK vijf B's. Een eerste B is bereikbaarheid. Hierbij richten ze zich op de anonimiteit, dichtbijheid en de toegankelijkheid. Beschikbaarheid vormt een tweede B, waarbij er een voldoende ruim en gedifferentieerd aanbod is. Vervolgens hoort begrijpbaarheid hier mede bij. Ze zorgen ervoor dat bezoekers de reden, de aanpak en de doelstellingen begrijpen van het gehele aanbod. Naast deze zaken proberen ze het gratis of heel goedkoop aan te bieden (betaalbaarheid) en ze zorgen ervoor dat het aanbod concreet aansluit bij de noden en de leefwereld van de bezoekers (bruikbaarheid). We kunnen bij dit laatste stellen dat ze op maat van de bezoeker kijken (SAAMO, 2023).

2.13.2.b Samenwerken

Hulpverleners, sociaal-cultureel werkers, jeugdwerkers en opbouwwerkers van diverse organisaties bundelen hun krachten in de STEK. Deze samenwerking biedt een unieke en veelzijdige aanpak voor het ondersteunen van individuen en gemeenschappen. Door gezamenlijk te werken, kunnen zij effectiever reageren op de behoeften van mensen in verschillende levensfasen en omstandigheden (Rommel, 2019; SAAMO, 2023).

Bij de STEK wordt de expertise en ervaring van verschillende professionals samengebracht. Hulpverleners leveren directe zorgen en ondersteuning aan individuen en gezinnen die het nodig hebben. Sociaal- cultureel werken richt zich op het versterken van sociale cohesie en het organiseren van activiteiten die de levenskwaliteit van mensen verbeteren. Jeugdwerkers richten zich specifiek op jongeren en bieden begeleiding, advies en recreatieve programma's. Opbouwwerkers zijn gericht op het versterken van gemeenschappen door de samenwerking te stimuleren en lokale initiatieven te ondersteunen (Rommel, 2019; SAAMO, 2023).

Door gezamenlijk op te treden, kunnen deze professionals een holistische benadering bieden. Ze kunnen bijvoorbeeld gezinnen ondersteunen bij sociale en emotionele problemen, terwijl ze tegelijkertijd de bredere sociale structuren en hulpbronnen in de gemeenschap versterken. Deze multidisciplinaire aanpak bevordert niet alleen het welzijn van individuen, maar draagt ook bij aan veerkrachtige en bloeiende gemeenschappen (Rommel, 2019; SAAMO, 2023).

2.13.2.c Participatie

Bezoekers worden actief betrokken bij het beleid en hebben de mogelijkheid om op diverse manieren deel te nemen aan de werking van de STEK. Dit op basis van hun eigen kwaliteiten, talenten, en interesses. Het zorgt ervoor dat ieder op een waardevolle manier een bijdrage kan leveren, dit zowel praktisch (bedelen van koffie) als inhoudelijk (besluitvorming). Alle engagementen zijn gelijkwaardig (SAAMO, 2023).

2.13.2.d Autonomie

De werknemers moeten vrij, onafhankelijk en discreet hun job kunnen uitvoeren, dit binnen de missie en visie van de organisatie. Dit om de motivatie van de werknemers te vergroten en ze zo productiever te kunnen inzetten in de organisatie. Autonomie zorgt bovendien voor een positieve sfeer. Het is belangrijk dat de vier functies en randvoorwaarden een samenspel vormen. De functies en randvoorwaarden binnen de STEK creëren op die manier een context die laagdrempelig contact met doelgroepen faciliteert en dat deze kunnen ingezet worden door informaliteit. Voorbeelden van laagdrempelig contact zijn een open onthaal, de toegenomen keuzevrijheid van bezoekers en de nabijheid van professionals. Het is dan ook de bedoeling dat ze de bezoekers versterken, participatie aanmoedigen en een draagvlak voor meer sociale bescherming uitrollen (Rommel, 2019; SAAMO, 2023).



Figuur 12 (SAAMO, 2019, p.27)

2.13.3 Hoe probeert de STEK zijn doelstelling, de mensen sociaal sterker maken, te realiseren
Om een volledig beeld te krijgen van de buurt wordt gestart met een buurtanalyse. De STEK wordt de ontmoetingsruimte en de activiteitenplaats voor de buurtbewoners. Het is een samenwerking tussen verschillende organisaties met een gedeelde visie. Om de mensen goed toe te leiden naar specifieke hulp, stappen de sociaal werkers in de leefwereld van hun doelpubliek. De sociaal werkers van de verschillende organisaties werken samen, maar ook werken ze nauw samen met vrijwilligers. Dankzij de STEK zijn er meer activiteiten en is er meer dienstverlening mogelijk (Rommel, 2019; SAAMO, 2023).

3 Onderzoeksontwerp en -verloop

Om meer inzicht te krijgen in onze doelgroep, kozen wij om een kwalitatief onderzoek te doen aan de hand van interviews met experts. Zo trachten wij een beter beeld te krijgen van de doelgroep en hoe wij hen kunnen bereiken. Voor de interviews hanteerden we een interviewschema en specifiek afgestemde vragen per geïnterviewde (Neckebroeck et al., 2021).

Naast de interviews bezochten we de bestaande digipunten en keken we naar de herkenbaarheid en toegankelijkheid ervan. Daarnaast deden we gesprekken met buurtbewoners uit het wijkcentrum De Bildings. Dit met de bedoeling om vat te krijgen op hoe men dit hele gebeuren ervaart en hoe we ons hierop kunnen aanpassen.

3.1 Interviews met experts

Wij wilden aan de hand van interviews met experts een beter beeld krijgen op het thema digitalisering binnen Kortrijk, welke tools Kortrijk hanteerde om diegenen die digitaal uitgesloten werden bij te staan en hoe wij net diegenen konden bereiken met ons project. De interviews waren divers in die zin dat ze elk een andere kijk hadden op digitalisering of onze doelgroep. Dit leverde interessante interviews op. Via zowel de opdrachtgever, als onze bachelorproefbegeleidster, kregen we een aantal interessante namen die ons zouden kunnen verder helpen. Er werden in totaal acht personen gecontacteerd, waarvan we respons kregen van zes experts. Deze experts waren: een A'kzie medewerker, een brugfiguur van een lagere school, maatschappelijk werker van OCMW Kortrijk, onderzoekster rond AI, onderzoekster rond digitalisering en een verantwoordelijke voor de digibus in Leuven. Vijf van de zes interviews gingen face-to-face door en één interview online.

Door de interviews achteraf te onderwerpen aan een grondige inhoudsanalyse kregen we een veel beter beeld op verschillende methodes en struikelblokken waar het bestuur van Kortrijk mee te maken kreeg in verband met digitalisering en waar wij, als team, de mogelijkheid hadden om een project uit te werken. Kortom, door de interviews konden wij effectiever en gericht een project uitwerken dat digitaal uitgesloten mensen zou leiden naar de digipunten van Kortrijk en hen enkele digitale skills bijbrengen (Neckebroeck et al., 2021).

De keuze voor interviews kwam er ook uit praktische overwegingen. Kenmerkend aan onze doelgroep was immers dat ze niet door de conventionele methodes van kwantitatief onderzoek, zoals online enquêtes bereikt konden worden (Neckebroeck et al., 2021).

4 Resultaten

1. Wie is de kwetsbare groep?

Tijdens het interview met Wandels A., brugfiguur op een lagere school, gaf ze ons mee dat de kwetsbare groepen, mensen zijn die andere prioriteiten hebben en voor wie digitale vaardigheden niet bovenaan hun lijst staan. Hier voegt ze vervolgens aan toe: “Het gaat om ouderen en mensen zonder netwerk of ondersteuning.” Uit het interview met De Pauw E., onderzoeker binnen expertisecentrumorganisatie, kregen we te horen dat er twee soorten kwetsbare groepen zijn, namelijk: mensen die digitaal kwetsbaar zijn en mensen die socio-economisch kwetsbaar zijn. Tot slot bevestigt Geldhof S., maatschappelijk werker, deze uitspraken. Ze voegt eraan toe dat de kwetsbare groepen voornamelijk uit ouderen bestaan, maar ook uit mensen van haar generatie (40-ers) die snel moesten overschakelen. Gils J. bevestigt deze uitspraak. Uit het interview met een medewerker van A'kzie kwam echter naar voren dat het vooral voorkomt bij mensen in armoede. Van De Lameilieu M. leerden we dat we het beste resultaat boeken als we werken met cases die de urgentie aantonen en werkelijkheidsnabij zijn. (volledige interviewtranscripten zijn opgenomen in Bijlage 8.1).

Kortom, we zijn aan de hand van de afgenomen interviews gekomen tot het inzicht dat de kwetsbare groep bestaat uit mensen die niet digitaal vaardig zijn en socio-economisch kwetsbaar. Het gaat om een zeer gevarieerde groep mensen. De problemen die zich voordoen zijn plaats en tijdsafhankelijk. Ook digitaal vaardige mensen kunnen af en toe kampen met een probleem, waarbij ze hulp kunnen gebruiken. De kwetsbare groep omvat ouderen, mensen zonder netwerk of ondersteuning, anderstaligen, mensen met een beperking, werkzoekenden en personen in kwetsbare situaties. We spitsen ons toe op 18+. Op die manier bereiken we een zo breed mogelijk publiek. We benaderen onze bezoekers met ervaringsgerichte vragen omdat De Lameilieu M. aangaf dat we beter werken met een specifieke doelgroep zodat iedereen zich aangesproken voelt. Doordat er zal toespitst worden op bepaalde plaatsen waar we met de digimobiel komen, richtten we ons wel tot een bepaalde doelgroep.

2. Hoe bereiken we de doelgroep?

Om de doelgroep te bereiken stelt Wandels A. voor om samen te werken met centra voor basisonderwijs of kwetsbare groepen te bereiken via voedselbanken, kringloopwinkels... Hierbij benadrukt ze het belang van mond-tot-mondreclame en duidelijke communicatie over wat een digipunt is en wat mensen daar kunnen doen. Gils J., de verantwoordelijke voor de ‘digibus’ in Leuven, benadrukt het belang van het actief aanspreken en benaderen van mensen, dit aangezien ze niet uit zichzelf naar de bus toe zullen stappen. Hij wijst op het belang van promotie en het gebruik van flyers, folders en sociale media. Bij A'kzie hangt een weekagenda uit binnen de ontmoetingsplaats, zo bereikt men hun doelgroep.

We nemen mee dat we aan de hand van de afgenomen interviews dat het cruciaal is om een outreachende aanpak te hanteren door naar de mensen toe te gaan en het gesprek aan te gaan. Een effectieve manier om dit te doen is om op een herhaaldelijke basis op vaste plaatsen te staan. Met andere woorden, het statisch gegeven van een digipunt, dynamisch maken. Het gebruik maken van een Digimobiel kan hierbij zeer sterk helpen. Andere manieren om de doelgroep te bereiken zijn het

gebruik van mond-tot-mondreclame, flyers, posters, sociale media en samenwerking met bestaande organisaties en buurtwerkers dit alles zorgt voor een grote promotie.

3. Wat zijn de specifieke behoeften en voorkeuren van deze doelgroep?

Volgens A'kzie hebben ze voornamelijk nood aan vertrouwen. "Mensen die zich in een situatie van sociale uitsluiting bevinden, hebben weinig vertrouwen met verschillende instanties, waaronder bijvoorbeeld de digipunten." Bovendien voegt de medewerker van A'kzie toe dat mensen nood hebben aan activiteiten met een laagdrempelige aanpak. Wandels A. merkt op dat veel mensen een smartphone hebben, maar dat ze vaak niet weten hoe ze deze moeten gebruiken. Ze benadrukt het belang van WhatsApp als communicatiemiddel, vooral voor anderstaligen die vertaalapps gebruiken. Naast A'kzie geeft ook Wandels als suggestie mee om digipunten laagdrempelig en toegankelijk te maken en duidelijk te communiceren waar mensen hulp kunnen vinden. Gheldhof S. bevestigt dat veel zaken die vroeger fysiek gebeurden, zoals overschrijvingen, nu digitaal worden gedaan wat mogelijks een barrière kan vormen voor mensen die niet digitaal vaardig zijn. Hierbij benadrukt Geldof S. de noodzaak van digitale vaardigheden voor verschillende diensten, zoals het bestellen van dienstencheques, het aanvragen van inschrijvingen en het beheren van financiën. Daarnaast geeft ze aan dat het essentieel is om de kennismaking en toeleiding naar digipunten te verbeteren. Bovendien helpt het om naar mensen toe te gaan in plaats van hen te verwachten dat ze naar ons toe komen. Hiernaast voegt De Lameillieure er nog aan toe dat het essentieel is om de urgentie aan te kaarten en bijgevolg specifieke cases toe te voegen aan de uitwerking van het project. Op die manier voelt elke doelgroep zich aangesproken en begrijpen ze meer waarom het urgent is.

We concluderen dat de doelgroep behoefte heeft aan digitale hulp en vaardigheden, met name op het gebied van e-mail, apps, sociale media, online betalingen, digitale formulieren en certificaten. Ze hebben daarnaast ondersteuning nodig bij het beheren van hun financiën en het beschermen van hun privacy. De doelgroep geeft de voorkeur aan een laagdrempelige en persoonlijke aanpak, met duidelijke, eenvoudige taal en visuele hulpmiddelen. Heel belangrijk hierbij is dat we de urgentie naar voor te brengen zodat onze bezoekers opmerken dat ze mee moeten met de digitale trein. Om het minder dwingend te laten overkomen hebben we ervoor gekozen om met succeservaringen te werken. Hierdoor kan het publiek zichzelf identificeren binnen deze ervaringen. Wat maakt dat het publiek een beeld kan krijgen over de betekenis van de digipunten.

4. Zijn de huidige digipunten uniform herkenbaar en toegankelijk?

In functie van onze opdracht met betrekking tot het bekender maken van de digipunten zijn wij, als onderzoekers, alle digipunten gaan bezoeken. Bij het woord digipunt kunnen we ons wel iets voorstellen, maar niemand van onze groep had er één in het verleden bezocht. Het bezichtigen van de verschillende digipunten deden we verdeeld in subgroepen zonder vooraf een afspraak te maken. Op deze manier konden we de digipunten ervaren zoals een andere bezoeker dit ook zou doen. Dit aspect vonden we zeer belangrijk binnen dit onderzoek. Hierbij hadden we geen vragenlijst bij, dit om te voorkomen dat ze het gevoel zouden krijgen dat men al dan niet sociaal wenselijk zou moeten antwoorden. We kunnen immers enkel drempels wegwerken als we weten welke zich stellen.

We ondervonden dat er significante verschillen bestaan tussen de openingsuren van de diverse digipunten. Evenals de uren wanneer er een digihulp aanwezig is in de punten. Daarnaast zijn er punten die nagenoeg perfect zijn uitgerust en gebruiksvriendelijk naar de bezoekers toe, zoals het digipunt in het Stadhuis en de Centrale Bibliotheek. Terwijl in het wijkcentrum Marke de pc enkel toegankelijk is in een apart lokaal of in het wijkcentrum Bissegem pas na het vragen van een code om er gebruik van te maken.

Bij de VDAB wordt gebruikgemaakt van een tussenschot om de privacy te bewaren, dit is jammer genoeg het enige digipunt waar we dit zijn tegengekomen. Wat herkenbaarheid betreft, zijn er digipunten die vanaf de straat al zeer herkenbaar zijn gemaakt door middel van de rode ronde sticker waarop 'digipunt' vermeld staat, wat zorgt voor een lage drempel. Andere digipunten missen die sticker en dus ook de herkenbaarheid/laagdrempeligheid. Bij de Zevenkamer daarentegen is er een sticker aanwezig maar, enkel op het moment wanneer er een digihelper aanwezig is, kan er gebruik gemaakt worden van een computer.

AZ Groeninge is volgens de brochure ook een digipunt, maar de onthaalmedewerker wist ons te vertellen dat deze niet bestaat. Onze opdrachtgever geeft aan dat miscommunicatie hier wellicht aan de basis ligt. Ons onderzoek resulteert in een aantal aanbevelingen waarbij we rekening houden met verscheidene drempels. Deze aanbevelingen zijn terug te vinden verder in dit onderzoeksrapport.

5 Conclusie en discussie

In dit onderzoek is gezocht naar een antwoord op de vraag: "Hoe kunnen we de kwetsbare groep in Kortrijk bekend laten maken met de digipunten?" Hiervoor is zowel een literatuurstudie als een kwalitatief onderzoek uitgevoerd naar wie deze kwetsbare groep is, op welke manier we ze kunnen bereiken en waar deze doelgroep nood aan heeft.

Uit de diverse resultaten van zowel literatuuronderzoek van Mediawijs over de huidige visie op digitale exclusie als het onderzoek naar wie de kwetsbare groep is, is gebleken dat niet alleen de kwetsbaren, zoals ouderen, anderstaligen, alleenstaanden... nood hebben aan digitale hulp. Echter is deze hulp nodig in alle sociale lagen van de maatschappij, bij elke leeftijd, gender... Zo zegt De Pauw E. in haar interview dat het niet is omdat sommigen een andere taal spreken, ze ook niet digitaal vaardig zijn. Dit is een misvatting die zowel werd gemaakt door wij als onderzoekers, maar tevens onze opdrachtgever. Het is vaak zo dat anderstaligen juist meer digitaal vaardig zijn dan Nederlandstaligen.

Uit het literatuuronderzoek konden we afleiden dat het samenwerken met digitaal minder vaardige personen zeer belangrijk is in het leerproces van digitale skills. Dit kan zowel gedaan worden door vrijwilligers als professionals. Idealiter verloopt dit contact zo laagdrempelig mogelijk. Het leren gebruiken van digitale tools is bovendien iets dat best op amuseante wijze gedaan wordt. Op die manier krijgen mensen meer zin om hun digitale vaardigheden bij te schaven.

De resultaten van het onderzoek bevestigen dat het noodzakelijk is om te streven naar een laagdrempelige manier om mensen, die nog niet bekend zijn met digipunten, informatie te geven. Een outreachende aanpak waarbij je naar de mensen toegaat en het gesprek aangaat, werd daarbij veel aangekaart. Ernaast voegde J. Gils in het interview, omtrent de digibus uit Leuven, eraan toe dat het herhaaldelijk staan op dezelfde plaatsen ook mensen helpt. Door dit repetitieve patroon zijn sommigen geneigd om na enkele keren de stap te durven zetten om een vraag te stellen. Eveneens het bekend maken en promoten van het project trekt mensen aan. Vervolgens trek je mensen aan door concrete cases te gebruiken, zodat de doelgroep zich aangesproken voelt.

Na onderzoek naar de reeds bestaande digipunten en hun werking, kunnen we concluderen dat de efficiëntie van de digipunten eerder wisselvallig is. Sommigen zijn zeer performant, beschikken over alle digitale apparatuur en werken. Bij anderen zijn de digitale middelen niet toegankelijk of aanwezig of waren de reële openingstijden afwijkend van wat er in de folder stond.

Tot slot hebben de resultaten aangetoond dat het op maat werken van de doelgroep efficiënt werkt, zoals het inloggen op Itsme of het boeken van een zomerkamp voor de kinderen. Doordat je met cases/thema's werkt waar mensen zich mee vereenzelvigen of dat als een probleem ondervinden, komen ze sneller tot bij jou om het probleem te verhelpen.

Hierbij moet wel in acht worden genomen dat onze bevindingen in deze studie zijn gebaseerd op een kleine groep deelnemers. Dit kan ervoor zorgen dat er sprake is van een verminderde betrouwbaarheid. Doordat het verzamelen en analyseren van kwalitatieve gegevens een tijdsintensief proces is, zorgde dit ervoor dat de omvang van het onderzoek beperkt is gebleven. Een andere beperking van dit onderzoek is dat er een beperkte tijd was om dit onderzoek uit te voeren. Dit zorgde ervoor dat we enkele ideeën niet konden uitwerken.

Daarnaast hebben de kwalitatieve methoden ons in staat gesteld om diepgaande inzichten te verkrijgen over digitalisering en hoe we ons project kunnen uitwerken. Door experts van verscheidene disciplines te bevragen, kregen we een genuanceerd beeld over het probleem en een eventuele oplossing. Bovendien zorgde de kwalitatieve onderzoeksvorm ervoor dat we flexibel konden te werk gaan en konden ingaan op interessante bemerkingen van de deelnemers. Zo kwamen we er bijvoorbeeld achter dat er een algemene misvatting bestaat dat anderstaligen automatisch bij de digitaal kwetsbaren horen. De Lameillieure M., een expert op vlak van AI, gaf ons de raad om bij de uitwerking van ons project vooral in te zetten op de urgentie van het digitaal meezijn.

Bovendien was de diversiteit binnen onze onderzoeksgroep een sterkte. Ons onderzoeksteam was divers en ondanks onze verschillen stelden we ons flexibel op. De samenstelling van het team bestond uit zowel mannen als vrouwen. Bovendien hadden we allemaal verschillende opleidingsachtergronden. Ons team bestond concreet uit: een bachelor in het personeelswerk, twee bachelors maatschappelijk werk, een bachelor in de orthopedagogie, een bachelor toegepaste klinische psychologie, een bachelor in de toegepaste school- en pedagogische psychologie en een educatieve bachelor lager onderwijs. De leeftijd binnen het team varieerde tussen 21 en 41 jaar. De individuele ervaring met het digitale was dan ook een factor die varieerde binnen de groep. Sommigen

waren zeer sterk in creatieve toepassingen als Canva, terwijl anderen meer thuis waren in het Office-pakket van Windows. We ontmoetten elkaar in onze gelijkenissen zoals onze sociale grondhouding en leerden uit elkaars verschillen.

Deze variatie tilde ons onderzoek naar een hoger niveau. Degenen die bijvoorbeeld creatief sterk waren, konden de anderen veel bijleren over het maken van posters, flyers of het uitwerken van de activiteit. Anderen hadden op hun beurt veel oog voor de doelgroep en waakten constant zodat ons project aansluiting bleef vinden met die doelgroep. Er waren ook groepsleden die organisatorisch zeer sterk en detailgericht waren. Zij waakten dan bijvoorbeeld over het vlotte verloop en aankomende deadlines. Door dit samenspel van verschillende sterktes werd ons werk een succes.

Uit dit kwalitatief onderzoek werd duidelijk dat het bekendmaken van de digipunten in Kortrijk bij mensen die er nog niet bekend mee zijn het beste lukt op een laagdrempelige manier die toegankelijk is voor iedereen. Naast de kwetsbare groep, hebben andere personen ook digitale vragen. Hierbij kan het best gefocust worden op cases waar veel mensen problemen mee ondervinden.

Zoals hierboven vermeld was de aanbeveling van De Lameillieure M. om vooral in te zetten op de urgentie in plaats van de noodzaak. Ze gaf mee dat mensen pas in actie komen als ze de urgentie van het probleem inzien. Specifiek voor ons project is dit de urgentie van digitale vaardigheden te leren en beschikken om zo mee te kunnen in de digitale samenleving.

Om het project in de schijnwerpers te stellen is het prominent om op herhaaldelijke basis op vaste plaatsen te staan. Hierbij is het adverteren ook een belangrijke schakel. Om dit proces goed te laten verlopen, zijn uniformiteit en opvallendheid essentieel. Doordat er bij aanvang andere hypotheses werden gesteld en deze ontkracht werden doorheen het onderzoek, wordt dit onderzoek aangetoond als noodzakelijk.

6 Aanbevelingen

6.1 Aanbevelingen voor toekomstig onderzoek

Mocht er een vervolgonderzoek komen voor dit project dan werden volgende aanbevelingen opgesteld:

1. Maak een analyse van de bereikte doelgroep.

Dit onderzoek werd gedaan naar de nog niet bereikte mensen, al bevelen we aan om tevens een kwantitatief onderzoek te doen naar wie er wel al wordt bereikt. Op die manier krijg je zicht op welke specifieke doelgroepen meer/minder bereikt worden. Zo kan je je meer richten op een specifieke doelgroep bij het bekendmaken van de digipunten.

2. Plan voldoende tijd in voor een vervolgonderzoek.

De huidige studie omvatte acht weken. We raden aan om voor een toekomstig onderzoek voldoende tijd in te plannen. Dit zou de mogelijkheid bieden voor een uitgebreidere groep deelnemers aan het interview en meer diepgaande analyses. Door meer tijd aan het onderzoek te besteden, kan een

grondiger inzicht in het thema worden verkregen en kunnen beperkingen van het huidige onderzoek gereduceerd worden.

3. Diep het onderzoek nog meer uit door in gesprek te gaan met de doelgroep.

Tijdens ons interview met De Lameillieure M. leerden we dat het belangrijk is om de doelgroep af te bakenen. Zo vertelde ze ons dat het afbakenen cruciaal is bij het stellen van een case om de urgentie aan te tonen bij de betrokken personen. Op deze manier is gericht werken mogelijk, waardoor onze aanpak effectiever is. Dit alles is mogelijk door hun noden te bevragen en bovendien te komen tot mond-op-mond reclame.

6.2 Aanbevelingen voor de bestaande digipunten

Na het bezoeken van alle bestaande digipunten in Stad Kortrijk en de deelgemeenten, kwamen we tot de vaststelling dat niet ieder digipunt gelijk uitgerust is. Hierbij geven we enkele aanbevelingen mee om de digipunten efficiënter en optimaler te maken.

1. Minder digipunten, maar langere openingstijden.

Er zijn een heel aantal digipunten verspreid over Kortrijk. Doordat elk digipunt zijn eigen openingstijden heeft, maakt dat het verwarrend voor de burger. Het zou beter zijn om in te zetten op minder digipunten die langer open zijn.

2. Uniform maken van de digipunten.

Herkenbaarheid zorgt ervoor dat de burgers weten wat een digipunt is. Wanneer je gebruik maakt van verschillende kleuren bijvoorbeeld in folders, maakt dit het verwarrend. Uniformiteit omtrent alles van digitalisering en de digipunten in Kortrijk is cruciaal. In de digipunten ligt er vaak een flyer wanneer en welke digihelpers aanwezig zijn. Het is aangeraden om van deze helpers een foto te plaatsen, zodat mensen weten naar wie ze op zoek moeten gaan. Dit maakt het bovendien persoonlijker. Door alles hetzelfde te maken, door bijvoorbeeld dezelfde kleuren en logo te hanteren, zorgt dit ervoor dat er na verloop van tijd onbewust een positieve connectie aan gegeven wordt.

3. Zichtbaarder van buiten maken.

Bij verschillende digipunten, zoals bij het Stadhuis en de VDAB hangt er aan het raam een grote sticker van het digipunt, al is dit niet bij alle digipunten van toepassing. Ook naar uniformiteit toe, is het aanbevolen dezelfde sticker te hangen bij elk punt, idealiter in hetzelfde kleur van de folders.

4. Computers zichtbaar en toegankelijk maken.

Er werd opgemerkt tijdens meerdere bezoeken, dat de computers in een apart lokaal stonden, zoals bij Wijkcentrum Marke. Het is aangewezen om de computers op een zichtbare plaats te zetten. Daarbij werd opgemerkt dat de computers wel zichtbaar waren, maar niet toegankelijk. Je had bijvoorbeeld een paswoord nodig of de computers lagen niet aan. Het is daarbij aangeraden om alle computers startklaar te maken en deze altijd aan te leggen.

5. Aantrekkelijk en privacy-gericht maken.

Een digipunt zou aantrekkelijk moeten gemaakt worden, zodat mensen het enerzijds waarnemen, maar anderzijds ook dat mensen geneigd zijn om de computers te gebruiken. Daarnaast is het aanbevolen om te denken aan privacy door ervoor te zorgen dat niemand mee kan kijken. Plaats de computer(s) zo dat er niemand vanop een afstand kan meekijken, zet bijvoorbeeld tussenschotten of zet ze weg van een deuropening.

6.3 Aanbevelingen voor de projectuitwerking

Ons idee om de onderzoeksvraag in de praktijk om te zetten is om enerzijds ons te focussen op het herwerken van de folder en hierbij passend posters te maken die verspreid worden over stad Kortrijk. Op de bestaande folder wordt zeer veel informatie weergegeven waardoor deze onoverzichtelijk overkomt. Door een kaart van Kortrijk te implementeren binnen de folder hopen we dat het publiek de weg naar de digipunten sneller zal vinden. Daarnaast merkten we op uit het interview van De Lameillieure M. dat het vermelden van de urgentie, waarom je het zou moeten doen en de succeservaringen die hieruit voortvloeien de aandacht kan trekken van het gericht publiek. Anderzijds zullen we ons richten op het outreachend werken door zelf naar de mensen toe te stappen. We zijn van mening dat dit een grote drempel wegneemt.

Doordat de digitale brugfiguren aangeven dat de drempel hoog ligt om naar een digipunt te komen, willen wij naar de mensen zelf gaan aan de hand van een digimobiel. Tijdens ons contact met Gils J., de verantwoordelijke van de digipunten in Leuven gaf hij aan dat de digibus een tool kan zijn om de digipunten bekender te maken. Dit is een laagdrempelige tool aangezien de digimobiel zich naar de mensen toe verplaatst en hiermee zijn de digipunten toegankelijker voor samenwerking met bestaande organisaties en buurtwerkers. Dit is een reeds bestaand busje dat we herwerken en een activiteit aan toevoegen. Verdere uitleg over deze twee hoofdaspecten worden in het draaiboek grondiger uitgelegd.

Enkele aanbevelingen omtrent deze projectuitwerking worden hier reeds kort uitgelegd.

1. Wees uniform.

Zorg ervoor dat alle aspecten binnen het project consistent zijn. Werk met een eenduidig logo dat overal hetzelfde wordt gebruikt.



In ons logo verwerken we het embleem van stad Kortrijk met als kleine aanpassing het wifiteken die verwijst naar digitalisering. We werken met de kleur blauw die binnen de stad staat voor het digitale.

2. Maak het aantrekkelijk.

Het is belangrijk dat het visueel en inhoudelijk aantrekkelijk is. Maak de mensen warm om naar een digipunt te gaan en naar de digimobiel te komen. Hierbij is het promoten van dit project een cruciale stap om nieuwe mensen te lokken. Het is mogelijk om overal hetzelfde logo te gebruiken en dit zichtbaar te plaatsen bij de ingang van elk digipunt. Op de digimobiel kan de uitgewerkte magneet met ons voorgestelde logo hangen. Tracht de mensen aan te spreken door een uitnodiging in de brievenbus te steken en een online aankondiging.

3. Wees duidelijk.

Gebruik eenvoudige taal die door iedereen wordt begrepen. Probeer het visueel te maken zodat iedereen het begrijpt. Het gebruik van passende symbolen, een kaart en/of foto's kan dit mogelijk maken. Hanteer hierbij meerdere talen, zodat ook anderstaligen de boodschap begrijpen.

4. Ga repetitief te werk.

De herkenbaarheid is belangrijk om het vertrouwen van mensen te krijgen. Wanneer mensen iets herhaaldelijk zien connecteren ze hier een positief gevoel aan, dit verlaagt de drempel om tot bij de digimobiel/digipunt te komen. Het is zowel aanbevolen om met de digimobiel op vaste momenten naar een bepaalde plaats te gaan, als het via meerdere kanalen delen van nieuws rond de digipunten. Dit kan je doen door folders en posters te verspreiden, het logo uniform te maken, aankondigingsbrieven te versturen, posts te zetten op de Facebook en Instagram pagina...

7 Besluit

We sluiten dit rapport graag af door enkele zaken nog eens extra in de verf te zetten. Het is duidelijk dat digitalisering een grote impact heeft op de leefwereld van iedere persoon. Digitale uitsluiting is dan ook een fenomeen dat steeds meer op de voorgrond treedt. We konden vaststellen dat digitale exclusie kan bij iedereen voorkomen ongeacht welke positie ze op de sociale ladder bekleden.

Initiatieven die de digitale vaardigheden bevorderen zijn dan ook broodnodig in onze huidige samenleving. We denken hierbij aan digipunten, digitale brugfiguren en de vormingen die gegeven worden. Deze leveren goed werk, maar dienen nog meer op de voorgrond te treden zodat meer mensen weten dat ze bestaan en dat ze hier hulp kunnen krijgen.

De volgende twee aanbevelingen met betrekking tot digipunten en digihulp zetten we graag nog eens in de kijker. Om te beginnen is het aangewezen om de werking en de look binnen het project uniform te maken. Uniformiteit zorgt voor herkenbaarheid en vertrouwen bij de gebruikers, waardoor ze sneller geneigd zijn de stap te zetten om hulp te zoeken via de digipunten en de digihelpers. Bovendien zorgt de uniformiteit ervoor dat het gebruik van de digipunten gebruiksvriendelijk is, wat op zijn beurt ook weer drempelverlagend werkt. Daarnaast komen we, door onze interviews, tot nieuwe inzichten. Hieruit kunnen we namelijk concluderen dat gebruikers meer nood hebben aan digipunten die langer open blijven. Dit brengt ons naadloos bij de volgende aanbeveling namelijk, minder maar gecentraliseerde digipunten die langer open zijn. Het is immers een te grote kost naar mankracht toe om nog meer digipunten langer open te houden. Bovendien zijn gecentraliseerde digipunten makkelijker uniform te maken. Dit brengt de digipunten naar een toegankelijker werking waar meer mensen op af zullen komen. De min of meer identieke openingsuren en uitstraling van de digipunten zorgen voor duidelijkheid.

Doorheen onze hele zoektocht kwamen we tot de conclusie dat het allerbelangrijkste bij het bestrijden van digitale uitsluiting het outreachend werken is. Om mensen blijvend digitaal vaardig te maken is er een netwerk nodig. Hierdoor zullen ze ook zin krijgen om zaken bij te leren op digitaal vlak en wordt de drempel om de hulpvraag te stellen lager. Buurtwerkers, brugfiguren en vrijwilligers zijn in die zin ook verbinders en netwerkers. Zo wordt digitale exclusie teruggedrongen en werken we samen toe naar een inclusieve digitale samenleving.

8 Literatuurlijst

10 - *digi-tafel* | D.I.W. (z.d.). D.I.W. <https://www.digitaalinclusievewijk.be/digitafel>

11 - *outreachend werken* | D.I.W. (z.d.). D.I.W. <https://www.digitaalinclusievewijk.be/outreachendwerken>

250.000 euro om digitale vaardigheden van Brusselaars te verbeteren. (z.d.). Brussels Hoofdstedelijk Gewest. <https://be.brussels/nl/over-het-gewest/structuur-en-organisatie/parlement-ministers/de-gewestregering/bernard-clerfayt/pers-en-nieuws/250000-euro-om-digitale-vaardigheden-van-brusselaars-te-verbeteren>

Activiteit | Leren over smartphone, tablet of computer | Digipunt, Digileen & workshops - SAAMO. (z.d.). SAAMO. <https://www.saamo.be/antwerpen/antwerpen-noord/activiteit/leren-over-smartphone-tablet-of-computer-digi-tafel-digi-leen-workshops/>

Activiteiten voor volwassenen | Gent. (z.d.). <https://gent.bibliotheek.be/activiteiten-voor-volwassenen>

Allemaal digitaal. (z.d.). Kortrijk. <https://www.kortrijk.be/allemaaldigitaal>

Bloomberg, J. (2024, 20 februari). *Digitization, digitalization, and digital transformation: confuse them at your peril.* *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/>

Bretelbe. (2023a, 5 juli). SAAMO - Samen uitsluiting aanpakken. SAAMO. <https://www.saamo.be/>

Bretelbe. (2021b, november 15). *Over SAAMO - SAAMO.* SAAMO. <https://www.saamo.be/over-saamo/>

Buurtkeuken Lange Munte in Kortrijk - UITINVlaanderen. (z.d.). UiTinVlaanderen. <https://www.uitinvlaanderen.be/agenda/e/buurtkeuken-lange-munte/c1f130e9-243f-480f-87a8-020b662f8c8f>

Buurtwerk Nederlands woordenboek - Woorden.org. (z.d.). <https://www.woorden.org/woord/buurtwerk>

Check hier in het kort wat er in de WCAG 2.1 staat. (2019, 2 december). Accessibility.nl. <https://www.accessibility.nl/kennis/check-hier-het-kort-wat-er-de-wcag-21-staat>

De digitale transformatie van de maatschappij. (z.d.). De Digitale Transformatie van de Maatschappij. <https://courses.minnalearn.com/nl/courses/digital-revolution/the-digital-revolution/the-digital-transformation-of-society/>

De Leener, V. (2017, 6 februari). *Strijden tegen digitale kloof*. Sociaal.Net. <https://sociaal.net/achtergrond/strijden-tegen-digitale-kloof/>

De Marez, L., Sevenhant, R., Denecker, F., Georges, A., Wuyts, G., & Schuurman, D. (2022). *imec.digimeter 2023: Digitale trends in Vlaanderen*. In *imec.be*. imec. <https://www.imec.be/nl/kennisuitwisseling/techmeters/digimeter/imecdigimeter-2023>

De Pauw, E., & Hauspie, B. (2023). *Digitale buurtwerkpraktijken* [Sociaalwerkonderzoek, Associatie KU Leuven]. <https://soc.kuleuven.be/ceso/respond/sociaalwerkonderzoek-associatie-ku-leuven-1/papers/digitale-buurtwerkpraktijken-een-verkennend-onderzoek>

De Smet, S. (2024, februari). *Jaarverslag 2023 e-inclusie Gent*. Geraadpleegd op 30 april 2024, van *Jaarverslag e-inclusie Gent 2023 | Stad Gent*

Digipunt De Bildings (Bib/Wijkteam). (z.d.). Digibanken. <https://digibanken.vlaanderen.be/digibanken/digipunt-de-bidings>

Digitale vaardigheden bij burgers. (z.d.). www.vlaanderen.be. <https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/digitale-economie/digitale-vaardigheden-bij-burgers>

Digitaal buurtwerk - handvaten voor een doordachte praktijk | Hogeschool VIVES. (2021, 9 januari). <https://www.vives.be/nl/onderzoek/sociale-innovatie/digitaal-buurtwerk-handvaten-voor-een-doordachte-praktijk>

Digitaal Inclusieve wijk. (z.d.). [Video]. D.I.W. <https://www.digitaalinclusievewijk.be/>

Digital communities. (z.d.). <https://www.digital-communities.eu/>

Digitale hulp aan huis. (z.d.). Main. <https://www.hasselt.be/nl/digitalehulpaanhuis>

Digitale inclusie. (2022, 1 december). *Digitale inclusie: van waar komen we, waar staan we vandaag en waar gaan we naartoe* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=JxJYcrM74A8>

Digitale inclusie. (2022, 16 september). *Webinar over de barometer digitale inclusie 2022* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=PHF9ujf-edU>

Digitalisering: kansen en risico's. (z.d.). <https://www.ser.nl/nl/thema/digitalisering/kansen-en-risicos>

E-inclusie Alle Brusselaars digitaal. (z.d.). Vlaamse Gemeenschapscommissie. <https://www.vgc.be/wat-biedt-n-brussel/e-inclusie-alle-brusselaars-digitaal>

Hauspie, B., & De Pauw, E. (2024). *Digitale buurtwerkpraktijken.*

Het digitale begeleidingsplatform | 123Digit. (z.d.). <https://www.123digit.be/nl/>

Iedereen digitaal mee. (z.d.). Stad Oostende. <https://www.oostende.be/digitaal>

itsme®, de identiteitsapp. (2023, 8 september). Itsme®. <https://www.itsme-id.com/nl-BE>

Mediawijs. (2022, 9 september). *Wat is de digitale kloof en wat is het verschil met digitale uitsluiting?* <https://www.mediawijs.be/nl/artikels/wat-de-digitale-kloof-en-wat-het-verschil-met-digitale-uitsluiting>

Mediawijs. (2023, 4 maart). *Wat is digitale inclusie?* <https://www.mediawijs.be/nl/artikels/wat-digitale-inclusie>

Mediawijs. (z.d.). *Digiwatte?-videoreeks.* <https://www.mediawijs.be/digiwatte>

MIRIAM. (z.d.). Kortrijk. <https://www.kortrijk.be/miriam>

Neckebroeck, C., Vanderstraeten, I., & Verhaege, M. (2021). *Onderzoeksvaardigheden: voor onderwijs, zorg en welzijn* (3de editie). Uitgeverij VAN IN.

Online leren | VDAB. (z.d.). <https://www.vdab.be/opleidingen/onlineleren>

Rommel, S. (2019). *Meer weten zo werkt de stek wat is de STEK? Waarom de STEK? SAM, steunpunt Mens en Samenleving* vzw. https://www.samvzw.be/sites/default/files/Publicaties/SAM111_deSTEK_digipub_DEF.pdf

SAAMO. (2023). *Minder mazen, meer net: Aan de slag met zorgzame buurten.* In SAAMO. https://www.saamo.be/wp-content/uploads/2022/04/2023_SALI003_e-pub_zorgzame-buurten.pdf

SAAMO. (2023). *Sterke zet voor sociale bescherming: een leidraad.* <https://www.saamo.be/tool/de-stek-sterke-zet-voor-sociale-bescherming-een-leidraad/>

Samenlevingsdienst. (2024). *Bouw je mee aan een aangename buurt? Wijkcentrum De Bildings* [Brochure]. https://service-citoyen.be/file/pdf/2024_fweb_go_w-vl_wijkcentrum-de-bildings.pdf

Scribbr. (2023, 1 mei). *Scribbr - Snel en succesvol afstuderen zonder zorgen.* <https://www.scribbr.nl/>

Stad helpt inwoners met digitale vragen via pop-up digipunten. (z.d.). <https://pers.antwerpen.be/stad-helpt-inwoners-met-digitale-vragen-via-pop-up-digipunten>

Stad Kortrijk – Wijkteam Zuid. (2024, 1 maart). De Sociale kaart. (z.d.). <https://www.desocialekaart.be/fiches/ca523e653a13da28d08571986aa6f23c4062d2a221301e86133012e0b8bdc491/algemeen>

Stichting Doras. (z.d.). Buurtwerker. In *Stichting Doras*. <https://desocialemaatschap.nl/wp-content/uploads/2021/06/Rectificatie-vacature-buurtwerker-Oud-Noord-juni-2021-1.pdf>

Synoniemen.net - gratis online synoniemenwoordenboek. (z.d.). Synoniemen.net. <https://synoniemen.net/>

Vreede, C. (2024, 7 maart). Digitalisering: Waarom het belangrijk is, voorbeelden en hoe je ermee begint - *Shiftbase.* *Shiftbase.* <https://www.shiftbase.com/nl/woordenboek/digitalisering#:~:text=Digitalisering%20is%20een%20term%20die%20wordt%20gebruikt%20om,op%20te%20slaan%2C%20te%20overwerken%20en%20te%20Overzenden>

Wat is de digitale revolutie? (z.d.). Wat Is de Digitale Revolutie? <https://courses.minnalearn.com/nl/courses/digital-revolution/the-digital-revolution/what-is-the-digital-revolution/>

Wijkteam Zuid. (z.d.). Stad Kortrijk. <https://www.kortrijk.be/wijkteam-zuid>

9 Bijlagen

9.1 Getranscribeerde interviews

9.1.1 Interview brugfiguur lager onderwijs – Ann Wandels

Interviewer

Bevraagde

We leggen Ann uit dat Anseric ons de opdracht gegeven heeft om de digipunten kenbaarder te maken. Daarop vraagt zij ons:

Waarom heeft Anseric deze bekommernis? Heeft hij het gevoel dat we te weinig mensen bereiken?

De digipunten bereiken te weinig mensen en ze zijn op zoek hoe ze de digipunten bekender kunnen maken.

Wat bedoelen ze met de digipunten? Bedoelen ze de verschillende fysieke locaties of is het de verschillende laagdrempelige cursussen die ze organiseren? Over wat spreken ze dan?

Ze spreken over het geheel. Op de lessen komen er wel mensen af, maar het zijn vooral de mensen die in de buurt wonen en de digipunten al kennen.

Ik dacht dat het de bedoeling was om de mensen die in de buurt wonen aan te spreken. Wat verwachten ze dan wel?

Wij denken dat ze een ruimer publiek willen aantrekken, en meer mensen willen bereiken die ze nu niet bereiken. Wij moeten volgens ons iets uitwerken om ervoor te zorgen dat Anseric meer mensen bereikt.

Ik vind het een interessante vraag, maar ik weet ook niet echt het antwoord.

We verwachten geen antwoord op de vraag van Anseric, we hebben enkele andere vragen. Heb je weet van de verschillende digipunten in Kortrijk?

Ik weet zelf niet of ik alle digipunten weet zijn. Ik verwijs de mensen van Heule, die bij mij komen, door naar “De Zevenkamer”, het dichtstbijzijnde digipunt hier in Heule.

Je verwijst ze door naar de “De Zevenkamer”?

Ja, op donderdagnamiddag.

Ik ben er ook al geweest met onze praatgroep hier op school, dit is voor de anderstalige mama’s. De praatgroep noemt nu eigenlijk de schoolbabbel. We hebben ook al eens deelgenomen aan een informatieve namiddag in “De Zevenkamer” rond “Veilig op internet”. Mijn bedoeling was eens meegaan met de mama’s zodat ze ook de weg hierin vinden en zelfstandig de stap zouden zetten naar het digipunt. Maar zelfstandig de stap zetten doen ze niet.

Ik heb Anseric ook al een aantal keren uitgenodigd op onze schoolbabbel om uit te leggen wat “allemaal digitaal” is hier binnen Kortrijk en wat dit voor anderstalige mensen kan betekenen. Maar er kwamen zeer weinig vragen van de mama’s, weinig animo en weinig interesse, had ik het gevoel. Wat de oorzaak is weet ik niet, ik stel me wel de vraag. Ik kan mij voorstellen dat er weinig

ruimte is om met het digitale bezig te zijn als je hoofd vol zit met andere problemen en andere bekommernissen. Als je grotere problemen hebt, is het digitale misschien het laatste van je zorgen. Ik weet het echt niet. Wat is de oorzaak dat er weinig mensen bereikt worden? Geen idee. Ik kan ook niet echt “de vinger op de wonde leggen”.

Welke doelgroepen kampen het meest met problemen rond digitalisering volgens jou?

Is het niet “Wat je niet kent, mis je ook niet”. Misschien weten mensen niet wat ze missen zolang ze niet mee zijn met de trein. Zou dit kunnen? Wij zitten allemaal wel op die digitale trein. Jullie zitten al veel verder dan ik zit. Ik ben ook een beetje van die verloren generatie.

Wij beseffen dat je het nodig hebt. Ik merk wel dat de meeste mensen een smartphone hebben of ze altijd geld genoeg hebben op hun 4G te geraken is nog iets anders. De meeste mensen werken ook met bankapps heb ik het gevoel. E-mail, gebruiken ze een minder of zelfs niet. Heel veel mensen hebben een emailadres maar weten niet meer welk adres dit is. Ze kijken ook nooit naar hun mails. Als ik samen met de mensen kijk om hun e-mail te openen weten ze hun paswoorden niet meer om op het e-mail te komen.

Voor hun sociale contacten worden gsm's zeer frequent gebruikt. Ik merk dat ik zeer veel mensen bereik met WhatsApp. Voor mij is dit een zeer belangrijk communicatiekanaal. Binnen school gebruikt men dan ook zeer vaak WhatsApp. Ik mail nooit naar de mensen waarmee ik werk, ik bereik de mensen enkel via WhatsApp. Vele mensen die de taal niet spreken gebruiken dan een vertaal app of laten kinderen en kennissen die wat ik stuur vertalen. WhatsApp is echt een belangrijk communicatiemiddel. Zijn de digipunten genoeg bekend? Ik denk het niet.

Hoe maak je de digipunten hier bekend? Doe je dat alleen als ouders met vragen komen?

We sturen de mensen enkel door als ze met digitale vragen zitten of als hun ltsme niet werkt. Ik stuur hen de donderdagnamiddag naar het digipunt De Zevenkamer, zodat ze daar geholpen worden. Ik merk dat er echt heel veel toffe cursusreeksen, minicursussen ook, worden gegeven. Het is inderdaad wel jammer dat je er maar een beperkt publiek mee bereikt. Wat maakt dat jullie naar een activiteit gaan?

Bij ons is het vooral de interesse die het hem doet.

Hoe weet je dat die zanger optreedt en waar?

We weten dit door ons eigen netwerk.

Ik denk dat het eigen netwerk het belangrijkste is. Ik denk dat mond-tot-mondreclame eigenlijk een hele belangrijke factor zou moeten kunnen zijn. Maar hoe je dat kunt bewerkstelligen, dat weet ik eigenlijk ook nog niet.

Frederick Imbo komt naar Kortrijk, ik heb dit gepost in WhatsApp naar mijn eigen familie en naar mijn collega's. Ondertussen zijn we al met 7 pers van mijn familie die gaan. Dit omdat ik er enthousiast over ben en dit vertel. Eigenlijk denk ik dat je ankerfiguren zou moeten hebben die binnen hun eigen netwerk ergens reclame voor maken. Bijvoorbeeld “allege gasten het is vree tof en ik ga er ook naar toe, gaan we samen gaan?” Hoe je dat moet kunnen bereiken, is een andere vraag.

Mogen we nog eens terugkeren op het eerste dat je zei? Je bent ook al naar een ander digipunt geweest? Om cursussen te gaan volgen?

Ik ben met de mama's al meerdere keren een sessie rond veilig op internet gaan volgen. Maar dit is – zoals ik eerder heb aangegeven – met de groep van de schoolbabbel. Ook hebben we de digitale brugfiguren al eens uitgenodigd om te vertellen wat digipunten eigenlijk zijn: Allemaal digitaal, wat doen jullie? Welk een aanbod is er? Ik had daar wat opkomst op, maar of of dat heeft opgeleverd dat mensen naar het digipunt gaan, weet ik niet.

Had je daar een grote opkomst op?

Ik had daar wat opkomst op, maar er was niet echt veel animo. Het was niet zo dat er zeer veel geïnteresseerde vragen kwamen. “Ja, tof dat zou ik willen volgen”, dat hadden de mensen niet. Dat gevoel had ik een beetje.

Met zo'n lage opkomst, heb je de digitale brugfiguren nodig?

Jawel, ik denk dat het zeer belangrijke mensen zijn. Ik vind ze zeker niet overbodig. De vraag is: hoe kunnen ze zichzelf bekender maken? Kunnen ze voldoende hun doelpubliek bereiken? Ik krijg zelf heel weinig de vraag van mensen.

Welke methodieken zou jij gebruiken als de digitale brugfiguren er niet zouden zijn?

Ik krijg zelf heel weinig de vraag van mensen: “Wij hebben het gevoel dat wij niet digitaal vaardig genoeg zijn. Help mij om dat bij te werken!”. Ik krijg die vraag volgens mij zelfs nooit.

Vind je dat de mensen digitaal vaardig genoeg zijn?

Nee, heel wat mensen vallen uit de boot. De communicatie van school loopt voor een heel stuk digitaal. Ik krijg van ouders dikwijls de vraag “Er wordt op heel veel digitale platformen huiswerk gegeven. Kan je dit ook op blaadjes geven?” Ook zijn er veel ouders die de centen niet hebben om hun internet te betalen. School vraagt bij het begin van het schooljaar aan de ouders of iedereen op internet kan en of iedereen internet heeft. De mensen zeggen er is geen enkel probleem, maar dit betekent niet dat mensen altijd toegang hebben tot het internet. Als het geld op is, is dit één van de eerste dingen die weg zijn. Als er **maar één** laptop of één computer is thuis en het gezin bestaat uit vader en moeder en zeven kinderen, ja dan weet je ook hoe het zit...

Wordt er iets gedaan binnen de school naar digitale communicatie, communicatie?

We communiceren met de verschillende kanalen naast elkaar naar de ouders, dus via internet en briefjes. Ik vind het heel belangrijk dat ze dat doen binnen de school. Ik pleit daar dan ook voor. Ik vind dat communicatie digitaal en op papier moet zijn, zolang dat we zeggen dat we digitaal en cash kunnen betalen,.

Dus hier op school wordt er nog altijd met papier en digitaal gewerkt?

Ja, want als we dit alleen digitaal zouden doen, zouden we een deel van de ouders verliezen.

Nu even niet over de ouders, vind je dat het personeel hier op school digitaal vaardig genoeg is?

Ik denk wel dat ze digitaal vaardig genoeg zijn. De meeste personeelsleden zijn digitaal vaardiger dan ik.

Vind je dat de school genoeg inzet op papier of gaan ze meer naar digitalisering en willen ze het papier weg op school?

Ik ben wel één van de pleitbezorgers hier binnen de school om ook papier te behouden. Zo zorg je ervoor dat je iedereen mee hebt en trop is niet te veel. Ik probeer dus aan verschillende kanalen mensen aan boord te houden. Ik ben hevige pleitbezorger om het niet alleen digitaal te gaan doen, maar ook andere kanalen open te houden. Het is natuurlijk dubbel. Doordat je de mensen niet verplicht van digitaal te gaan werken, voelen ze misschien minder de noodzaak. Maar wat primeert er hier op school? Hier primeert dat je alle ouders mee hebt en dat er ouderbetrokkenheid is. Ik geloof dat je mensen moet motiveren om digitaal vaardig te zijn, maar dat je ze niet mag dwingen.

Ik denk dat jullie geen gemakkelijke opdracht hebben gekregen. Ik heb dit weekend aan mezelf ook de vraag gesteld wat zou je daaraan kunnen doen? Mijn idee is je karretje vasthangen aan dingen die al bestaan. Ik bedoel daarmee: organiseer laagdrempelig digitale infopunten op plaatsen waar je sowieso al minder digitaal vaardige mensen bereikt. Maar dat hebben ze al. Ik denk dan aan samenwerken met een centrum basiseducatie of zo. Daar heb je sowieso al een deel mensen dat je zal bereiken.

Als je reclame maakt voor de digipunten, denk dan eens out of the box en ga misschien ook eens je reclame hangen bij een Ragman of bij een kringloopwinkel of in een Action of plaatsen waar je een kwetsbaarder publiek bereikt.

Voorbeeld voedselbanken?

Ja, Ja, niet alleen binnen de klassieke netwerken van Stad Kortrijk, want ik denk dat de Stadskrant door een heel deel van mijn publiek niet gelezen wordt.

We zijn opzoek naar welk publiek we gaan kiezen, wie gaan we proberen mee te krijgen in ons project? Jij geeft al aan dat de anderstalige ouders hier ook niet altijd de interesse naar hebben.

Dit gaat niet alleen over anderstalige ouders, dit gaat ook over de mensen in kwetsbare situaties.

Het zijn dus de kwetsbare mensen die we gaan moeten proberen mee te krijgen?

Mag ik nu heel eerlijk zijn, ik denk dat dit onmogelijk is. Als mensen hun hoofd vol zit met andere dingen, denk je dan echt dat je nog de courage en de energie vindt om een namiddag een paar uren ergens te gaan luisteren naar iets dat je in essentie niet echt interesseert? Wat je op dat moment wil weten is, hoe ga ik mijn facturen betaald krijgen. Als ik mijn lade opentrek, puilt ze uit van onbetaalde facturen, wanneer gaat de deurwaarder aan de deur staan. Denk jij dat je geneigd zal zijn om naar een digipunt te gaan om eens te luisteren deze namiddag als je hoofd vol financiële zorgen zit?

Ja, nee inderdaad, dit klopt wel.

Ik denk dat je daarom een deel van de mensen, niet zal bereiken.
Ik vind de digitale brugfiguren juist zo interessant, omdat zij ook op huisbezoeken gaan. Als mensen ergens een laptop of pc gaan kopen zijn, maar niet weten wat er moet gebeuren om hem te laten werken, kunnen zij helpen. De digitale brugfiguren kunnen uitleggen dat ze een abonnement nodig hebben en moeten aansluiten, dat er programma's moeten geïnstalleerd worden zodat ze ermee kunnen werken. Daarvoor vind ik die digitale brugfiguren zo interessant, de mensen moeten niet naar een punt gaan, maar de digitale brugfiguren komen ook aan huis.
Maar eigenlijk zou ik denken, dat ze op dat moment bij mensen komen die digitaal niet vaardig zijn en misschien is dat juist het punt waarop ze mensen kunnen motiveren: "Kijk mensen, weet wel in

Overleie en de Zevenkamer organiseren we hoe je met je computer moet werken. Je leert hoe je dubbel moet klikken en hoe je die bak in gang moet krijgen.”

We hebben al een beetje gebrainstormd in onze groep van zeven, maar hoe zouden we het kunnen aanpakken?

Ja, ik denk zoveel mogelijk dicht bij de mensen zijn en je denkt dit sowieso al te bereiken doordat je digipunten hebt. Het is ook zo, je komt een heel stuk dichterbij, maar misschien op de maandagmarkt in Kortrijk gaan zitten of waarom niet eens in de kringloopwinkel gaan zitten als het er opendeurdag is.

Het is dus zelf toestappen naar de mensen en de mensen niet naar jou laten komen?

Als eerste stap é. Samenwerkingen met de praatgroepen, maar dat doe je sowieso al.

Stel jij nog iets voor?

Ik weet het niet, het is maar freewielen dat ik aan het doen ben.

We willen echt horen wat je ideeën zijn voor een activiteit.

Ik stel mijzelf dan ook terug in vraag. Ik zeg je kan op de markt gaan zitten of je kunt in de kringloopwinkel gaan zitten, maar wat ga je daar dan gaan doen?

Uiteindelijk mensen gaan daar om te gaan winkelen en zitten ze niet met de vraag “oei mijn e-mail werkt niet, wat nu?” Misschien kunnen we als we daar staan iets aanreiken, waar er digipunten zijn. We kunnen daar misschien educatief staan? Misschien niet te groot zodat de mensen niet gaan afhaken? Verwijzen naar digipunten? Welke tools gebruiken jullie als je communiceert met anderstalige ouders?

We gebruiken pictogrammen als hulpmiddelen. Dit is zeer belangrijk om de mensen te bereiken in klare taal.

Wij denken aan Whatsapp als communicatietool.

Whatsapp is ook een kanaal dat je zou kunnen gebruiken.

Wij denken ook aan een mobilestockpop. Is dat iets dat we zouden kunnen doen? Dit is een wagentje binnen Poperinge dat rijdt van wijk tot wijk, waar er allemaal speelgoed inzit. Dat de digipunten echt mobiel worden i.p.v. statischer. Kunnen de digipunten niet meer dynamischer worden? Het is altijd aangenamer dat jij je verplaatst naar de omgeving van de persoon die je nodig heeft.

Welke vragen zou je willen oplossen? Welke vragen krijg je niet opgelost denk je?

Onze opdracht is de digipunten bekender maken.

En wat is een digipunt?

Een digipunt is er om je te helpen om iets digitaal op te lossen. Vb. in Az Groeninge is het om je te helpen My Healthcare te kunnen bekijken. Op andere locaties is het – denk ik – om te kunnen werken met je gsm of je computer.

Ik weet wat digipunten zijn, maar hoe leg je uit aan mensen wat een digipunt is? Waarom zou ik als mens naar een digipunt gaan? Weten mensen genoeg wat een digipunt is? Wat kan je doen? Wat is dat? Er staat digi, wat betekent digipunt?

De brochures? De brochures hebben maar enkel de locaties?

Allee mijn computer is stuk, mag ik dan naar een digipunt gaan?

Nee. Goeie vraag. Misschien moeten we iets maken zodat de mensen weten, waarvoor je naar een digipunt kunt gaan.

Samenwerking met een Repair café bijvoorbeeld. Is dit een idee? Bij Repair cafés worden er herstellingen gedaan, computers binnengebracht om te herstellen.

Soms komen ze misschien in het Repair café met een vraag kan je mij met dit probleem helpen en het antwoord nee is. Wij herstellen juist maar.

Ja, in een digipunt komen ze misschien toe met een computer die stuk is en dan moeten jullie zeggen "Nee, wij doen dit niet. Jullie gaan moeten gaan naar een Repair café." In de deelfabriek zit je daar?

Ja, daar is er een digipunt. Het is een goed idee stilstaan bij wat er van zelfsprekend is voor de digipunten. Het moet zijn dat er iets fout is in het beginproces waardoor ze de persoon niet kunnen bereiken. We hebben nu een volledige andere insteek.

Bijvoorbeeld via de bibliotheek worden computers, die niet meer gebruikt worden en die geformatteerd zijn, aan mensen die het moeilijk hebben verdeeld. Wij kunnen voor die mensen een aanvraag indienen. Ik denk dat veel van die mensen met de laptop thuiskomen en denken, we hebben nu een laptop, maar hoe werkt deze nu? Ouders zeggen dan meestal aan hun kind werk ermee voor school. Maar eigenlijk kunnen zijzelf hier veel meer mee doen. Gewoon als basis, zou het ook al interessant zijn dat daar dan al een flyer van de digipunten meegegeven wordt. Kijk mensen, we geven u een laptop, maar weet als je problemen hebt of het lukt niet om er op te werken of je hebt vragen, dan zijn de mensen in de digipunten er om je te helpen. Daar kan je terecht.

Nu we alles horen, denken we dat we al te ver aan het denken zijn in onze groep. Het idee dat we hadden was een escaperoom in bordspel uitgewerkt, zodat we de digipunten in dit spel konden weergeven. Nu we jou horen, zouden we het veel socialer kunnen maken en vanuit een andere insteek vertrekken.

Als ik het zo hoor zou je reclame maken voor een locatie, maar als je niet weet wat er op die locatie gebeurt, wat voor zin heeft het dan dat je reclame maakt voor die verschillende locaties en waar zou je dan die reclame maken?

Zoals wij het nu zien, zullen de escaperooms gaan over de digipunten op zich maar niet over wat een digipunt doet. Daar stopt het dan.

En denk je dat je met een escaperoom je doelpubliek zal bereiken?

Nee

Een escaperoom is hip en daar gaan vooral jonge gasten naartoe, maar ik zie geen Pakistaan in je escaperoom verdwijnen. Dit is echt het Westerse denken.

We mogen het echt niet te groot zien, toch? We moeten de mensen proberen mee te krijgen, zoals Ann zegt. We moeten duidelijk uitleggen wat een digipunt is, zodat ze vlugger naar daar gaan.

Ik denk dat jullie moeten gaan naar de mensen en niet de mensen naar jullie laten komen. Jullie moeten zich verplaatsen naar waar jullie de mensen al kunnen vinden.

Hoe zouden we mensen dan best kunnen bereiken?

Je hebt de pretmobiel in Kortrijk. De pretmobiel staat in de grote vakantie op verschillende locaties. Waarom kunnen jullie met een computer daar eens niet gaan bijzitten en terwijl de ouders komen met hun kinderen eens zeggen: "Kijk, mensen, heb je Itsme op jullie telefoon? Werkt dat een beetje? Werk jij op computer en loopt dit een beetje vlot?" Bijvoorbeeld speeltuin de Warande de UitPas moet daar aangemaakt worden. Ik denk bij de inschrijfmomenten dat Hein daar waarschijnlijk zot wordt, omdat hij zeer veel inschrijvingen moet doen en UitPassen moet aanmaken. Kunnen jullie daar bijvoorbeeld niet zijn?

Toffe ideeën.

Ik heb wel geen wonderoplossingen.

Ik denk dat we een combinatie van onze ideeën gaan moeten doen. Twee van onze medestudenten gaan vandaag naar Akzie en zullen zo denk ik ook andere ideeën krijgen.

Zet jullie maar eens aan Akzie, jullie zullen kunnen in actie schieten. Wat jullie ook kunnen doen, is een toffe folder maken met foto's. Welke beest is een digipunt? Waarvoor zou ik naar dat digipunt gaan? Waar zijn de digipunten? Wat is een digipunt?

Ik denk al heel de tijd aan een Poster. Dat kunnen we ook maken. We kunnen hem digitaal doorsturen. Deze kunnen we ophangen in de Action. Naar scholen doorsturen en laten ophangen in de scholen.

Deze kan je ophangen bij rommelmarkten, bij een Ragman, ik noem maar op.

Dit kan ook weer de taak zijn van Anseric en zijn collega's.

Als jullie een folder maken en poster uitwerken, misschien eens laten zien aan de mensen van Akzie, zodat je zeker bent dat ze deze verstaan.

In plaats van super veel te doen zoals een escaperoom is het beter dat we ons een beetje beperken en het goed uitwerken. We zijn teveel aan het doen.

Mensen ook aanspreken, want ik geloof niet met alleen dingen daar leggen de oplossing is. Ik denk ook dat je mensen moet aanspreken. Inderdaad zeggen wij zijn de vertegenwoordigers van de digipunten, we zijn eens aan het luisteren. Itsme heb je dit? Werkt dit? Heb je er soms problemen mee? Kunnen we helpen daarmee? Weet je als je problemen hebt met je computer, waar je naartoe kan? Misschien moet je het wel niet verengen en kan je met de deelfabriek en Repair cafés samenwerkingsverbanden zoeken. Je zou alles best eens verzamelen: wat is er als ik problemen heb met mijn computer en telefoon?, waar kan ik naartoe? Voor het één naar daar en voor het ander naar daar. Mensen die je misschien ook eens kunt bevragen zijn toe-leiders in diversiteit. Dat zijn mensen die verschillende talen spreken. Moet ik de contact gegevens eens toesturen naar jullie?

Ja, Ann je mag dat eens toesturen.

Wat jullie uitwerken is dit jullie eindwerk?

Ja

Je moet ergens een eindresultaat, actie georganiseerd hebben?

Het zijn er die onderzoek moeten doen, maar wij moeten niet echt een onderzoek doen. Anseric heeft aangegeven dat hij wil dat de digipunten bekender worden en dat ze toegang krijgen tot de mensen waar ze geen toegang bij hebben.

Ik denk dat jullie dan toch wel een heel stuk onderzoek moeten doen. Dat jullie er mee bezig zijn. Wie is het doelpubliek? Wie bereiken we niet? Wat willen we eigenlijk bereiken? Waarom willen we dat bereiken?

Dat doen we ergens wel door verschillende mensen te interviewen.

Misschien moet je de centrumleiders dan ook wel bevragen. Jullie kennen de verschillende locaties van de digipunten. Wie is er op die verschillende punten? Wie is de verantwoordelijke voor die locatie? Welk publiek krijgen ze op die locatie? Is dit het juiste publiek? Zijn het mensen die ook nood hebben aan de digipunten? Komen de mensen naar het digipunt voor het digipunt? Je hebt de bibliotheek, wordt dit gebruikt. Vinden de juiste mensen de weg? Waarom wel of waarom niet? Bij ieder digipunt eens gaan kijken of het er wel is? Werkt het digipunt?

Dus overall eens gaan vragen of het digipunt bestaat? Ik ben al langs geweest in AZ Groeninge en dat digipunt werkt volgens het onthaal niet.

Je hebt dan zo gezegd digipunten en je gaat dan wat organiseren om de digipunten bekender te maken, maar die digipunten bestaan niet. De mensen gaan ernaartoe gaan en worden niet geholpen. Naar wat leid je hen dan?

Nergens. Naar vrijetijdsbesteding. Eerst gaan we moeten weten of de digipunten bestaan en werken.

Wanneer is het hier open? Heb je het gevoel dat de vrijwilliger die het digipunt bemant de mensen goed kan helpen? Is dit voldoende? Of moeten er meer openingsuren zijn? Werkt het goed of niet? Waarom werkt het goed voor je publiek en waarom werkt het niet goed voor je publiek? Binnen de Zevenkamer heb je al het vast publiek die er naartoe gaat. Vinden de mensen de weg naar het digipunt? Ik weet dat niet. Ik denk dat er onderzoek nodig is naar die digipunten. Waarvoor maak je reclame? Voor iets dat werkt of dat niet goed werkt?

We denk dat we nog veel meer vragen gaan moeten stellen binnen onze groep.

Zijn jullie er zelf al eens naartoe geweest?

Ja wel onverwacht, doordat ik in het ziekenhuis was.

Op de momenten dat er staat de digipunten zijn open, ga er eens naartoe. Is er daar dan iemand? Ik zeg de donderdagnamiddag moet je naar de Zevenkamer gaan, maar ik weet ook niet wat er daar dan gebeurt. Ga je dan als mens naar de Zevenkamer en je zegt aan het onthaal: "Ik ben hier voor mijn gsm of mijn computer." Weten zij dan waar de mensen naartoe moeten binnen de Zevenkamer? Ik hoop dat, maar ik twijfel nu jij mij zegt dat het digipunt in Az Groeninge niet werkt.

Ik heb dat al gezegd é.

Jullie zullen het dan maar bekend maken al is het digipunt er niet. Ik denk dat dat de basis is. Jullie moeten kijken of de digipunten bestaan en of ze goed werken en of het publiek dat normaal naar die locatie gaat, weet dat het digipunt bestaat. Iedereen die in de organisatie werkt, moet op de hoogte zijn.

Misschien heeft Anseric hier wel geen idee van? Goed idee om dat allemaal te onderzoeken en verder af te bakenen. Misschien zit de werking nog niet goed?

Ik zeg niet dat het niet goed is. Het kan dat hij het niet weet.

Wij als buitenstaander kunnen misschien die dingen gaan opmerken. Zodat we dit kunnen aankaarten en het zo wel terug werkt.

Jullie moeten eerst de digipunten onderzoeken.

Ja, dat gaan we doen.

Stel dat er bij een digipunt een vrijwilliger is die al drie maanden ziek is en er geen vervanger is. De mensen gaan er maar één maal naartoe gaan en ze zullen dan niet terug gaan als de persoon niet aanwezig is. Moet je dan andere mensen extern gaan aantrekken? Je zal eerst moeten zorgen dat het systeem binnen de eigen organisatie goed zit en dat dat goed werkt. Dat is punt één. Ten tweede kan je dan kijken hoe je de goed werkende punten meer bekend kan maken.

Dus Stad Kortrijk tot een soort zelfreflectie laten komen. Wanneer leer je iets uit jezelf, als je eerst bij je eigen kijkt. Wij gaan in de plek kijken van Stad Kortrijk. Het is iets waar we kunnen over nadenken. Een hypothese.

Als ik jullie was zou ik op al de momenten dat het open is langsgaan en je kan de vrijwilliger eens spreken. En vragen heb jij hier veel werk? Heb je het gevoel dat je de juiste mensen bereikt? Hoe kunnen we hier nog meer mensen bereiken? Ook eens alle bibliotheekmedewerkers bevragen of ze weten dat er hier een digipunt is.

We hebben nu een ander idee. Tof.

De basis is probeer je te verplaatsen in de schoenen van de mensen waar je het voor zou willen doen. Wat is een kwetsbare mens? Wie is dat? Hoe voelt hij zich? Hoe leeft hij? Wat leeft er bij die mens? En dan denken hoe kunnen we die mens bereiken? Ga spreken met de mensen. Zie het niet te groot en maak iets dat blijvend is, dat nog kan gebruikt worden.

We zullen het niet te groot zien.

Terwijl je de digipunten bezoekt, trek foto's in de digipunten. Misschien kan je deze dan gebruiken voor de flyer.

Zouden we de mensen dan niet op de hoogte brengen?

Ik zou ook niet verwittigen, het verrassingseffect is belangrijk. Bevraag medewerkers die aanwezig zijn over het digipunt.

Nog ideeën An?

Misschien kunnen jullie digitale cursussen organiseren bij Waak of andere kwetsbare groepen waar we nu nog niet bij stil hebben gestaan. Misschien daar eens gaan uitleggen bij de sociale dienst van Waak, want deze is zeer uitgebreid. Ik zie sommige ouders van onze kinderen die in Waak werken en die dit wel zouden kunnen gebruiken. Maar het is wel een veronderstelling, ik ben dat wel niet zeker. Als je een cursus organiseert lijkt het mij een zeer dankbaar doelpubliek om mee samen te werken. Ze hebben misschien ook wel veel mensen die de weg naar het digitale niet vinden.

Merci Ann, bedankt voor de vele ideeën.

Graag gedaan.

Interviewer

Bevraagde

Ons project is de digipunten in Kortrijk bekender maken en wij willen dat graag doen door een digibus te implementeren, nu is het zo dat wij op zoek zijn gegaan naar voorbeelden daarvan en wij zagen dat Leuven al een digibus in functie heeft die werkt en daar willen wij gewoon enkele vraagjes over stellen.

De eerste vraag: Sinds wanneer gebruiken jullie de digibus in Leuven en omstreken om de digitalisering dan te bevorderen?

Dus ons project is eigenlijk gestart 1 januari 2023 en ik ben toen in dienst gekomen maar de projectaanvraag die is niet gebeurd door mij, die is gebeurd door een extern bureau en die hadden het idee opgevat samen met de directeur laat ons zeggen de verantwoordelijke omdat die eigenlijk verantwoordelijk is voor verschillende woonzorgcentra zei die van ja ik kan op zich relatief makkelijk aan een bus komen, eigenlijk een camionnetje dat is misschien beter uitgedrukt, ik weet niet of je ze al gezien hebt op foto, want er circuleren wel wat foto's

Ja, ik heb inderdaad wat foto's gezien.

Ja, en die zei van misschien kunnen we daar een eerste stap mee zetten. Voor de rest, wij werken veel minder met vrijwilligers, maar wel met mensen die een individueel maatwerk volgen. Dat zijn dus mensen die ook niet zo makkelijk tot de arbeidsmarkt toegelaten worden, omdat zij een aantal dingen hebben of zijn die maken dat ze niet onmiddellijk tot die arbeidsmarkt kunnen komen, dus ik moest eerst dat bedrijf dat dat doet leren kennen en vervolgens iemand zoeken die voor de opleiding voor die mensen zorgt, dus wat hebben wij gedaan.

We zijn eigenlijk ons project begonnen in hoofdzaak met de digibus en wat betekende dat, dat betekende dat ik eigenlijk zelf wekelijks op een markt stond in 1 van de 4 gemeenten. Wij coveren 4 gemeenten, niet een stad zoals Kortrijk, maar kleine gemeenten namelijk, Keerbergen, Tremelo, Rotselaar en Holsbeek en die hebben allemaal hun plaatselijke markt, de ene al wat groter dan de andere maar daar zijn we gestart met die bus en daar gingen we dus wekelijks naartoe.

Nu die bus had daar een soort dubbele opdracht, enerzijds een stuk het project gekend maken, dat was belangrijk maar ook wij hebben die bus zo ingericht dat we echt mensen kunnen ontvangen in die bus en dat daar een online verbinding is, dat daar een notebook in ligt en dat we dus mensen echt kunnen helpen, dat is een beetje de start van het project. Enerzijds het project vermarkten in de zin van promo maken en anderzijds mensen die vragen hebben komen naar de bus en we gaan langs met de notebook of kijken op u smartphone en we kijken wat het probleem is.

Ja, dus de digibus is een promo, ook voor de digipunten die er al waren?

Ja, maar die digipunten die waren toen nog maar aan het opstarten tegelijkertijd ben ik dan contacten gaan leggen met verschillende lokale besturen om daar te gaan kijken: hebben jullie al iets. Sommige gemeenten en lokale besturen hadden al een soort digidokter of digihulp en dan zijn wij gaan kijken wat zijn die vaste digipunten die we daar kunnen implementeren en dat hebben we dan stap per stap, dat ging niet van vandaag op morgen want die lokale besturen moesten nog overtuigd worden en in een lokaal bestuur duurt dat een tijdje want dat is een hele malle molen waar je dan door moet. Dus dat heeft wel een tijdje geduurd eer dat we dan die vaste digipunten hadden maar tegen september

hadden we die, we zijn met de bus gestart eind april, begin mei en tegen augustus denk ik toen hadden we in de verschillende lokale besturen minstens 1 en soms wel 2 digipunten.

Oké, u zegt dat u op de markt stond en dat u ook mensen kon helpen, merkte u dat er daar veel mensen op afkwamen op die digibus en dat die veel bereik had of was dat eerder minder?

Het gekke is, de leeftijd van de mensen die op de markt komen die is meestal iets ouder, dat zijn mensen die tijd hebben. De aantrekkingskracht van de bus was eerder enerzijds dat de mensen een beetje curieus waren, ze vragen zich af: Wat staat er nu op die bus? Wat staat er op die vlag? Er was een vlag, een roll-up en een grote sticker op de bus zo dan kon je dat een beetje toelichten. Ik moet wel eerlijk zeggen, de beste manier was de mensen echt aanspreken hé, dus ik ging naast de bus staan en zei: “oké kennen jullie het initiatief? Werken jullie met een smartphone?” Op die manier krijg je wel vragen. Het was niet zo dat de mensen uit curiositeit kwamen vragen: Wat doen jullie en kan ik bij jullie terecht? Nee je moest ze elk actief benaderen. Het is niet zo dat het zo sexy is dat ze allemaal naar de bus komen om te weten wat daar gebeurt, dat niet.

Je moet echt wel actief de mensen aanspreken en dan begon dat wel dan zeiden ze “Ah ja en kan ik mijn computer meebrengen?” Dan kon je zeggen “ja je kan komen in de bieb dan zitten we daar en dan kan je langer uitleg krijgen” Dus dat is wel zo, maar ik mag niet zeggen dat dat een zeer overrompelend succes was, dat is niet zo, je moest echt de mensen aanspreken. Op die manier hebben we wel stapjes gezet, dat in ieder geval.

Oké, de bus was dus ook een vermarktingsinstrument voor de digipunten, hoe deden jullie dat dan precies? Hing er een kaart uit of hadden jullie folders liggen...

Eerst zijn we begonnen voor de 4 lokale besturen dus op de 4 markten hadden wij een folder en daar stond op wat we allemaal deden en waar de verschillende, in het begin waren het er nog niet veel, digipunten waren. Dus we zijn gestart met 1 folder voor de 4 locaties maar in september hebben we 1 folder gemaakt per gemeente en die verdeelden we en tegelijk zeiden we: “Als je vragen hebt, je kan daar of daar terecht, je kan op onze Facebook kijken (we hadden ondertussen een Facebook)

We hebben ook een website en dat zijn heel eenvoudige dingen eigenlijk, want we hebben niet voldoende tijd om daar heel veel mee bezig te zijn. Dat zou veel beter kunnen onze website en Facebook. Maar dit vraagt zoveel werk en we hebben de mensen niet om dat te doen. Dus we proberen nu wekelijks iets op onze Facebook te zetten en op onze website kan je zien op welke dagen we waar zitten qua digipunten en welke vormingen we hebben. Want ondertussen zijn we naast die digipunten heel fel gaan inzetten op vormingen, verschillende vormingen die we vanaf oktober vorig jaar opgestart hebben en dat deden we dan ook in de bus, de bus stond dan op de markt, we maakten kleine flyers en zeiden waar en wanneer er een vorming was en waar je kon inschrijven.

De bus hebben we minder gebruikt vanaf oktober november, toen gingen we bijna niet meer naar de markt omdat we te veel andere vragen hadden en geen andere mensen hadden om met de bus op stap te gaan. De markten zijn kleiner door het slecht weer, mensen komen niet meer dus het volk is minder. Ten tweede er waren verschillende werken op de weg en we hebben dat nu nog dat we met de bus heel ver moeten rondrijden en we zijn zo lang op toer, de kosten-baten zijn veel te hoog. Het kost veel te veel om ergens te gaan staan. Dus wat de bus zelf betreft hebben we vooral in de zomermaanden promo gemaakt tot september en zijn we nu terug gestart met promo te maken voor alle digipunten die we nu hebben en alle vormingen die doorgaan maar wat perfect ook kan is als mensen vragen hebben kunnen ze geholpen worden, we zijn meestal met 2 iemand kan de vraag beantwoorden en dat zijn vaak heel eenvoudige dingen zoals mensen die op hun smartphone iets niet kunnen of iets niet vinden, op die manier.

Volgen jullie een bepaalde procedure of hebben jullie een draaiboek voor het gebruik van die digibus?

Nee, we hebben dat eigenlijk niet uitgeschreven dat heeft vooral te maken met tijdsgebrek. Wat we vooral moeten doen is het doen. Ik bedoel, wij hebben niet iemand die daar procedures en zo rond schrijft. Één dat kost tijd en volk dat kost geld. Het probleem is een beetje dat we daar minder tijd voor hebben, nu we doen dat ook gewoon vrij basic hoor. Ikzelf deed dat ook vrij basic. Je zet je bus en je zet je vlag en je roll-up en je begint de mensen aan te spreken en je noteert namen en eigenlijk is het niet meer dan dat. En tegelijkertijd als mensen zeggen dat ze geen notebook hebben, zeggen wij “We hebben notebooks je kan die uitlenen, kom dan naar dat adres om die uit te lenen. Het is dus eigenlijk vrij basic, natuurlijk je kan dat uitschrijven en op zich is dat niet zo veel werk, maar ik hou niet zo van dingen uitschrijven, als er al iemand dat had moeten doen, had ik het moeten doen en ik heb dat eigenlijk eerlijk gezegd niet gedaan.

Het is op zich ook niet complex hé, wat bij ons het meeste werk was, is die plaatsen op de markt krijgen, want de markten zijn bij ons nogal populair en dan moet je een aanvraag indienen bij de lokale besturen en die lokale besturen moeten dat dan goedkeuren in een bestuursorgaan en dat orgaan komt maar om de zoveel tijd samen. In sommige gemeenten heeft het 2 maand geduurd eer we een vergunning hadden om op de markt te staan.

Wat we ook doen met de bus is bijvoorbeeld: we hebben een sociale kruidenier of 2 daar gaan we ook met de bus naartoe en dat is eigenlijk hetzelfde systeem. We hebben ook repair-café's waar mensen met oude spullen komen, daar gaan we ook met de bus naartoe. We hebben een sociale wijk vrij groot waar heel veel Oekraïners wonen, daar gaan we ook met de bus naartoe. Die mensen hebben vaak zelf geen notebook of geen computer of geen smartphone dus we werken op die manier outreachend en we werken ook individueel outreachend.

Als mensen vragen hebben die zeggen we kunnen niet komen, we hebben bv. mensen gehad die zeggen “we hebben een nieuwe computer gekocht, in een grootwarenhuis maar ze zeggen dat dat maar op te stellen is en dat dat werkt maar zo simpel is het niet” dan gaan wij naar die mens toe en dan gaan we die helpen om dat op te starten. Dat duurt soms wel 2 à 3 uur hé want dat is niet altijd evident. Die dingen doen we eigenlijk ook wel maar dat zijn de uitzonderingen. De bus wordt in hoofdzaak gebruikt op de markten en naar sociale kruidenier repair-café, we hebben ook eens een kersthappening gedaan waar we naartoe reden dat mensen dan vragen om hulp. Dat zijn de voornaamste activiteiten die we doen met de digibus.

Wat zit er allemaal in de digibus van apparatuur?

De bus is een soort camionette dat eigenlijk leeg was, er stonden geen banken in maar er is nu een bank ingezet met een tafeltje dat staat vast zowel de bank als de tafel. We hebben daar een internetverbinding met een modem en eigenlijk is dat alles. Je kan dus eigenlijk maar tegelijkertijd met 2 mensen en begeleider in die bus. Met meer kan je er niet in. Er is een opstapje voor de bus, dus om in die bus in te stappen, dat is voor oudere mensen niet evident. Echt om mensen te helpen, met een praktisch probleem is in de bus niet evident en dat gebeurt ook niet zo heel vaak. Als we dan een probleem hebben en we rijden naar mensen toe dan gaan we daar binnen met een notebook en gaan we het op die manier oplossen als we outreachend werken. Bij de sociale kruidenier rijden we wel met de bus en dan komen sommige mensen wel in de bus, maar er is daar een groot lokaal dan zeggen mensen “we zitten liever in dat lokaal” dan gaan we wel in dat lokaal zitten. De bus als je het bekijkt is in hoofdzaak voor promotie te doen en veel minder om er gaan in te zitten en om mensen te helpen. Dat gebeurt op de markt zeker 1-3 keer per voormiddag maar het is niet dat dat echt heel veel gebeurt omdat het eigenlijk niet zo handig is om in te stappen. Voor jonge mensen is dat makkelijk maar voor oudere mensen is dat niet evident.

Jullie rijden ook op aanvraag naar bepaalde met die bus dan?

Ja, dat klopt wij zitten in een regio die vrij groot is, de gemeenten zijn in de breedte ongeveer 16 km breed en we hebben niet overal digipunten dus mensen die heel ver weg wonen daar gaan we met de bus naartoe. Dat is ons vervoermiddel dan. 1 we maken promo mensen zien dat rijden en 2 als we willen kunnen we die mensen daarin helpen maar meestal als we ergens naartoe rijden om outreachend te werken dan gaan we bij die mensen binnen hoor met een notebook of hun PC of hun smartphone dus de bus wordt vooral gebruikt als vervoers- en promo-middel veel minder om praktische dingen op te lossen.

Hoe vragen mensen dat aan?

We hebben eigenlijk 2 telefoonnummers en die staan ook op onze site, die staan ook op onze flyers, de mensen bellen gewoon daarnaartoe en dan wordt dat ingepland. Tot op heden krijgen wij niet zoveel vragen om ter plaatse te gaan hoor. Ik moet eerlijk zeggen dat we er nog niet zo heel erg op hebben ingezet, omdat je toch niet alles tegelijkertijd kan, maar ons project is ook verlengt we zullen daar in de het najaar ook meer aandacht aan besteden om te zeggen "Wij kunnen tot bij u komen. Natuurlijk tot bij iemand gaan dat doen we vaak met 2 mensen want met 2 ben je slimmer dan met 1 want we kunnen niet alles oplossen hé. Er zijn mensen die soms vragen stellen dat we moeten zeggen "dat weten we niet" en dan hebben we wel een helpdesk waar we naartoe kunnen bellen.

De vraag om echt outreachend naar een individu toe te gaan is eigenlijk niet zo groot. Dat zou meer kunnen, maar nogmaals dat staat wel op onze flyer maar niet heel erg in de verf gezet, we zouden dat een stuk beter in de verf kunnen zetten van "als je vragen hebt, bel dit nummer we komen naar u toe. Vandaag zitten wij heel vaak in de doelgroep van ouderen van mensen 65+ dat is eigenlijk onze doelgroep vandaag maar ons project moet eigenlijk breder gaan. Het moet naar mensen met een breder origine gaan, mensen met een beperking gaan, mensen die werkzoekend zijn. We hebben onlangs bijvoorbeeld een namiddag gehad van de VDAB waar mensen die op zoek zijn naar werk naartoe komen, daar waren we ook met de bus gaan staan. De bus stond daar als promo en binnen hadden we een tafeltje waar mensen bij ons konden komen als ze vragen hadden zoals "Wat moet ik met mijn cv doen? Hoe doe ik dat best als ik daar een foto moet opzetten? Met welk programma knip ik best? Hoe zet ik dat best? Die dingen doen we dus niet in de bus want het is toch altijd handiger als je in een bepaalde ruimte, waar op dat moment 50 ondernemingen of Vzw's zaten, ook daartussen aanwezig bent. Op die manier helpen we dan mensen.

Dus als ik het even samenvat is de bus wel een digipunt maar wordt hij op de dag van vandaag nog meer gebruikt als een promotie voor de digipunten die er al zijn en daar worden dan flyers uitgedeeld

Ja precies

Hoeveel vaste digipunten zijn er nu in jullie regio?

We hebben 4 gemeenten en in alle gemeenten zitten we per week minstens 2 en meestal 3 keer op een vast digipunt. 4 gemeenten per week zitten we in elke gemeente met 3 vaste momenten dat zijn 3 digipunten of 2 digipunten. Op dit moment is dat eigenlijk voldoende want, maar dat gaan jullie niet weten, de subsidiering van dat project is in de toekomst vooral afhankelijk van unieke bezoekers en wat gebeurd er eigenlijk vandaag dat is dat mensen die het kennen, het project, die komen terug. Ik vind dat zeer goed, maar voor de projectsubsidies is dat niet nodig, men vraagt eigenlijk altijd nieuwe gebruikers te vinden. Bijvoorbeeld als je vast in een bieb zit of in een woonzorgcentrum of in een bus dan krijg je vaak dezelfde mensen. Dat is goed, maar voor het project is dat niet goed want u subsidies

gaan in de toekomst afhankelijk worden van nieuwe bezoekers. Eigenlijk is dat niet correct. Maar ja, zo werkt het nu.

Dus jullie willen ook nieuwe mensen bereiken, is die digibus dan een manier waarop jullie dit willen doen of hebben jullie nog andere manieren in de pipeline zitten?

Nieuwe mensen kunnen we met de digibus bereiken in die zin dat we meer promo gaan maken, maar dit vandaag nog niet doen, om meer aan huis te komen. We hebben nu een flyer waar het aan huis komen in het geheel klein staat of verborgen. Als we in het najaar een flyer maken met de boodschap “we komen aan huis om aan al uw digitale problemen te kunnen werken” met de bus gaan we dat dan doen, dus dat lijkt zeker een manier om nieuwe gebruikers te zoeken als die dan verder weg wonen. Dan moet je ook rekenen als je daar naartoe gaat dat je bv. 2 uur bezig bent en ook maar 1 iemand gezien hebt. Dus dan heb je ook maar 1 nieuwe gebruiker dat betekend ook dat je in arbeidskracht in volume veel meer mensen nodig hebt en dat is niet altijd makkelijk.

Wij hebben het geluk van nu te werken met die mensen uit individueel maatwerk. We hebben ook een aantal vrijwilligers maar met vrijwilligers is dat moeilijker. We hebben nu vaste digipunten, vaste momenten dat we met de bus naar de markt rijden dus dan moet er iemand zijn. Als vrijwilligers dan zeggen ja ik kan niet want ik moet dit of dat dan is dat heel vervelend. Bij individueel maatwerk is dat niet dat is hun werk. Die moeten dat doen. Die kunnen eens ziek worden maar dat is een uitzondering.

In het zoeken van nieuwe gebruikers kan de bus zeker een rol spelen. Maar, ik blijf erbij dat de bus vooral een rol speelt in het flyeren, het aanwezig zijn in het straatbeeld, als er een event is. Bv. er is een braderie en de bus zal daar staan of in de zomer zijn er verschillende dingen te doen, de bus zal daar staan en mensen leren op die manier de bus kennen. Want de mensen die we willen bereiken dat zijn niet de mensen die op Facebook en op Snapchat zitten, daar zitten die mensen meestal niet op. Dat zijn meestal mensen die beperkt zijn, die een stuk kwetsbaar zijn. Die komen wel eens naar een braderie. Verschillende organisaties aanspreken, dat doen we ook maar vandaag minder, omdat we dat vooral houden voor het najaar om dan de volgende jaren die organisaties aan te spreken. De bus blijft voor mij vooral een promogegeven. En het outreachende uiteraard.

Is nieuwe digipunten installeren op andere plaatsen een optie?

Ja dat gaan we ook doen, op dit moment weten we nog niet precies waar we die dan zouden moeten plaatsen dat gaan we nog bekijken en dat kunnen we, en dat is makkelijk, uittesten met de bus. Dat we zeggen die locatie, daar kunnen we misschien naartoe, we gaan die nog niet vastleggen, maar we gaan daar eens een paar keer met de bus naartoe gaan. Een soort test. Met de bus kan je testen, we denken dat hier een potentieel zit van mensen je gaat er met de bus naartoe en spreekt dat dan af met een organisatie dat is vaak met het OCMW, of het sociaal huis of met Huizen van het Kind, dat jonge moeders die daar komen en die eigenlijk digitaal nog niet mee zijn, die zijn er altijd vooral in die kwetsbare groepen dus dat je daar naartoe gaat en eens voelt van kan dat hier helpen. En als je dan ziet van “er zijn toch mensen die vragen hebben” dan kun je naar de organisatie gaan zoals kind en gezin en zeggen kunnen wij hier niet in de ontmoetingsraad elke week of elke 14 dagen een vast digipunt maken, dat zijn dingen die we onderzoeken maar nogmaals dat gaan we vooral doen einde van het jaar voor de volgende periode 25-26 want nu hebben we voldoende aanvoer van nieuwe gebruikers.

Hoe komen jullie dan aan die nieuwe gebruikers, want het zijn vooral mensen die terugkomen?

Ja, in de voorbije maand april hadden wij ongeveer een kleine 60 bezoekers op al onze activiteiten zowel in de vaste als in onze vormingen en dat is fiftyfifty de mensen die onze vaste punten bezoeken en de mensen die onze vormingen bezoeken dat is fiftyfifty in april als er dat 50 of 60 zijn dan moet je

rekenen dat de helft van de mensen, mensen zijn die terugkomen die al eens geweest zijn. Dus dan heb je nog altijd 25-30 mensen die nieuw zijn dus we hebben nog altijd nieuwe gebruikers en die komen door de vormingen die worden vooral gepromoot in de gemeenteblaadjes er zijn verschillende gemeenteblaadjes en daar promoten wij de vormingen maar ook op de markt met flyers. Dus daar komen de nieuwe gebruikers van, maar we zullen naar het einde van dit jaar zullen we nieuwe bronnen moeten aanboren. Zoals je aangeeft door nieuwe punten te installeren.

Het zou dan wel best eens kunnen dat de oude digipunten dat die dan bv. waar die nu 3 uur duren dat die dan maar 1 uur niet meer duren en dat we dan naar het volgende rijden. Stel dat we vandaag 30 digipunten hebben. Als we op het einde van het jaar naar 50 gaan dan hebben we veel meer mensen nodig om die te bemannen. En dat is niet evident dus dan ga je bepaalde digipunten moeten afbouwen en bepaalde moeten uitbouwen op die manier.

Indien de digibus naar een bepaalde sociale wijk rijdt wordt dit dan vooraf aangekondigd, via Facebook neem ik aan, maar wordt dit dan ook via een brief naar de mensen toegestuurd.

Ja op Facebook. Neen, dat zouden we kunnen maar dat doen we eigenlijk niet op dit moment want, wat we wel al gedaan hebben is, maar dat heeft niet zoveel opgebracht, in de sociale wijk gaan flyers posten in de bussen. Voor de mensen die daar wonen. Om te zeggen van die dag kan je komen. Wat we gedaan hebben is dat we in een sociale wijk zitten in een bepaalde gemeente elke 14 dagen, we komen daar veertiendaags terug. Daar is het OCMW op gevestigd daar hangt een grote affiche: "Elke 14 dagen zitten wij hier of komt de bus hier". Op die manier weten de mensen wel dat er om de 14 dagen iemand komt. Als je dat altijd verandert is dat vervelend. Bv. om de 14 dagen zitten we ook bij de sociale kruidenier daar komen heel veel mensen en die weten dat "deze week zijn ze niet geweest, dan komen ze volgende week op die dag" Dit heeft zijn tijd ook nodig. We hebben ergens in een uithoekje een café waar we ook zitten. Dat is een sociale ontmoetingsplaats waar verschillende mensen komen en er komen mensen een pintje drinken en denken dan "oh ja hier kunnen we ook hulp krijgen". Daarmee moet je proberen repetitief te doen. En een oplossing wat jij aangeeft met een brief zou ook kunnen in de bus gaan steken maar ook daar weer, wie moet dat in de bus steken wanneer moet hij dat doen. Dat vraagt weer werk. Nu op zich doen we dat ook wel af en toe hoor dat gebeurt.

Jullie gaan naar het café, daar is geen digipunt jullie gaan daar naartoe met de digibus?

Dat kunnen we kiezen, soms doen we dat met de digibus als die vrij is, als die niet vrij is gaan we naar dat café we zetten onze vlag daar we zetten onze roll-up daar en mensen weten om de 14 dagen komen ze daar. We hebben een notebook bij en mensen kunnen met hun vragen komen. Of ze hebben hun smartphone bij en zeggen "Ik probeer op Itsme te geraken, maar dat lukt niet hoe komt dat?" Dan kunnen wij gaan zoeken wat er foutloopt. Om de mensen te helpen moet je vooral laagdrempelig zijn. Je moet geen ingenieur zijn of zoiets, absoluut niet, liefst niet zelfs. Je moet vooral iemand zijn die kan luisteren en heel eenvoudig dingen kan uitleggen. En een beetje met een notebook kan werken, iedereen van jullie kan dat. Iedereen die nu studeert de jeugd kan dat allemaal. Voor mensen van mijn leeftijd is dat al iets moeilijker hé.

Mensen die nog ouder zijn die hebben die affiniteit niet om met een Word te werken of in een Excel iets te doen en dat te saven en in een mapje te steken. Dat zijn dikwijls van die vragen die mensen komen stellen: "Ik heb het in een map gestoken, en die map is gewoon verdwenen?" Ik bedoel maar de mensen die bij ons de brugfiguren zijn, dat zijn mensen die bij ons wel een opleiding krijgen maar meestal hebben die meer dan voldoende kennis hoor. Dat is niet het probleem. Het probleem is wel goed luisteren naar de mensen en voelen wat ze nu precies willen. Maar bv. wij zitten in een aantal WZC. Als daar op een namiddag 3 of 4 mensen komen dan zijn dat meestal mensen die al eens geweest zijn. "Ik heb nu een nieuw probleem en ik ga dat eens vragen hoe dat in elkaar zit" Dat is geen probleem

want als we dan vormingen geven, we hebben bv. vormingen rond ABC van de smartphone, ABC van de Notebook, we hebben iets rond veilig internet, wandelapps we hebben zo een aantal vormingen dat zijn ook vaak die mensen die geïnteresseerd zijn die terugkomen. Voor sommigen is dat een leuk tijdverdrijf. Maar nogmaals naar onze subsidiering is dat niet zo goed want we moeten ook nieuwe gebruikers zoeken maar dat is voor iedereen hetzelfde. En de oneerlijkheid zit erin dat er in een stad als Kortrijk moeten ze maar evenveel nieuwe mensen vinden als in een gemeente zoals bij ons. Dat zijn gemeentes van 5000-6000 mensen maar niet meer. Daar zitten ook vaak mensen die echt niet geïnteresseerd zijn in een Notebook.

Wij hebben die bus relatief goedkoop gekregen, het is een duur marketingtool als je dat kosten-baten gaat bekijken dan is de kost te hoog vind ik.

Interviewer

Bevraagde

Onze opdracht is eigenlijk om de digipunten die in Kortrijk bestaan, bekend maken bij mensen die ze nog niet kennen.

En hoe noemt dat project?

Allemaal Digitaal, maar voor nu de mensen die het nog niet kennen te bereiken moeten we een beetje hoe we nu zelf die mensen bereiken. wie zijn ze en wat is de beste manier om daar naar out te reachen.

Oké, uitdagend. [lacht]

We hebben al een interview met een brugpersoon van een school gehad. Morgen gaan we naar A'kzie om te horen hoe zij het beste outreachen en naar mensen toe te gaan. Volgende week vrijdag hebben we ook een interview met iemand die met AI bezig is.

Jullie hebben dus al mijn onderzoek gelezen. Ik ben onderzoeker binnen het expertisecentrum Sociale Innovatie, waardoor ik verschillende onderzoeksprojecten rond verschillende maatschappelijke thema's. Maatschappelijke inclusie is daar één van. We hebben eigenlijk twee projecten gehad. We hebben een PWO project gehad, wat eigenlijk wil zeggen dat we een onderzoek hebben gedaan om de digitale buurten wat in kaart te brengen. We hebben dan een zestal cases bezocht, waaronder onder andere ook het digipunt in Roeselare. Dat is wel een zeer interessant digipunt en het is misschien ook wel interessant om met die persoon eens contact op te nemen, omdat zij ook heel outreachend werken. Het kan een inspiratiebron zijn voor Kortrijk. Het is een Dimitri van SAAMO, je kan hem eens opzoeken. Een tweede punt waartoe ik eigenlijk wil komen, is het project dat we lopende hebben. In Harelbeke en Zwevegem hebben ze een project lopende met bijna dezelfde subsidies die stad Kortrijk heeft. Het is eigenlijk procesbegeleiding van dat digipunt en het bereiken van kwetsbare mensen. Jullie hebben wat dezelfde vraagstelling, naar hoe krijg ik mensen naar de digipunten én ook hoe organiseer je dat dan. Er is ook een verschil, organiseer je dat in een bibliotheek of organiseer je dat in een organisatie, zoals SAAMO? Je krijgt direct een andere dynamiek. In Roeselare zit dat binnen SAAMO. Uhm ik kan straks de namen eens opzoeken. Ik weet dat de ene persoon Dimitri heet, maar de andere weet ik niet meer. Ze zitten ook op Facebook. Het noemt volgens mij "Digipunt Roeselare" of "Digipunt SAAMO".

Zou ik juist iets mogen vragen?

Ja

Mogen we het opnemen wat je verteld?

Ja, hoor. Geen probleem. Uhm dus ik denk dat dat digipunt in Roeselare wel eens interessant is om naar te kijken ter inspiratie. Ik weet niet wat de bedoeling is. Wat is de finaliteit van de digipunten?

Ze zitten vooral in wijkcentra, de bibliotheek, het stadhuis, A'kzie, Ligo, VDAB.

Ahja, een beetje overal. Is het geen idee om ook eens die organisaties te gaan bezoeken en te kijken hoe die digipunten werken?

Ja, inderdaad. Dat was ook ons idee. Ze bereiken nu eigenlijk een beperkte doelgroep en nu stopt het. Ze willen nu eigenlijk de mensen die ze nog niet bereikt hebben ook bereiken. Dat is de bedoeling.

En focussen ze zich op kwetsbare mensen?

Ja dat is vooral de mensen die ze willen bereiken.

Ik dacht aan gepensioneerden, mensen die moeilijk te been zijn.

Wij dachten ook aan anderstaligen, mensen in armoede en mensen in serviceflats.

Ja, het is wel zo dat niet alle mensen in een socio-economische kwetsbare situatie, digitaal kwetsbaar zijn. In Harelbeke hebben ze een grote uitstroom vanuit de woonzorgcentra. Niet per se woonzorgcentra, maar wel vanuit seniorenraden enzo, bijvoorbeeld de Okra-beweging.

We hadden die ook al besproken.

Allé, je hebt twee verschillende kwetsbare groepen hé. Je hebt mensen die heel digitaal kwetsbaar zijn, maar eigenlijk socio-economisch niet kwetsbaar zijn. Misschien ook wel een tip, ik weet niet of je al naar de site van Mediawijs gesurft hebt?

Ja.

Die verschillende profielen, dat kan misschien wel interessant zijn, want wij hebben toen in Harelbeke een oefening gedaan van hoe kan je die verschillende profielen bereiken. We deden een denkoefening gedaan met de mensen die werkzaam zijn in verschillende organisaties. Dus het is misschien een idee dat je dat ook kan doen. Je kan bijvoorbeeld een focusgroep maken met bijvoorbeeld de verantwoordelijke van de bibliotheek, iemand van het wijkcentrum. Ik zeg maar iets. Dat je dezelfde oefening maakt, omdat dat verschillende profielen zijn. Niet al die profielen die op Mediawijs staan, zijn per se ook in Kortrijk te vinden. Uhm, maar dan zie je wel dat dat andere manieren zijn van hoe dat die bereikt kunnen worden. Dat kan dan wel interessant worden. Dat is dan ook naar verschillende doelgroepen natuurlijk. Iemand die een bejaarde is en iemand uit kansarmoede zijn bijvoorbeeld twee verschillende groepen. Ik dat het wel interessant is om zeker met die organisaties te gaan praten, want soms kun je ook niet mensen verplichten om iets aan die digitalisering deel te nemen. Wat ik hiermee wil zeggen is dat je soms tijd en ruimte moet geven. Als de andere kwetsbaarheid te groot is, dan gaan ze dat ook niet doen.

In een vorig interview werd dit inderdaad ook gezegd.

Ja, stel nu dat je juist in een echtscheidingsprocedure zit en je kan iets niet installeren op je gsm, dan lig je daar echt niet wakker van. Je moet eerst die ruimte in je hoofd kunnen maken vooraleer je daarmee aan de slag gaat. Dus dat is ook zowat een afweging hé. Maar soms is het ook omgekeerd, dat mensen die in een digipunt komen, dat dat soms een steun kan geven. Ik denk wel dat het interessant kan zijn om met focusgroepen aan de slag te gaan. Natuurlijk als de tijd er nog toe leidt, want jullie hebben niet zo heel veel tijd. [lacht] een aantal mensen van die organisaties en je kan kijken op basis van die profielen, al kan je die wel wat pimpen. Wij hebben dat ook wat gedaan. In Mediawijs zit er bijvoorbeeld geen profiel van een alleenstaande moeder en die hebben we er dan wel aan toegevoegd, omdat we dachten dat dit wel veel voorkwam in Harelbeke. En dan zo ook vraagt hoe je die mensen kunt bereiken. Dan ga je per profiel wel iets anders hebben, maar dat kan misschien wel iets mooi zijn om af te leveren aan de opdrachtgever.

Huis van het kind hadden we ook gezegd. In Antwerpen werken ze daar heel hard mee.

In Zwevegem dus ook heel hard hé, omdat ze daar een uitleenpunt hadden voor laptops. Bijvoorbeeld mijn zoon in het vijfde leerjaar heeft nu ook een laptop van school, maar kinderen in het vierde leerjaar hebben dat soms ook al eens nodig. Als je dan thuis geen hebt. Nu is het wel vanuit onderwijs, sinds corona, gegroeid. Mijn kinderen hebben alle twee een laptop van school, maar dat was toen niet zo en dan zijn we naar een uitleenpunt gegaan. Daar hingen er natuurlijk ook wat vragen van ouders die niet hoe weten om met een computer te werken of hoe Smartschool werkt. Daar kunnen de brugfiguren ook wel een rol in spelen. Dat kan ook een suggestie zijn om mee te geven. Het is maar een suggestie hé van die focusgroepen.

Wat er uit ons onderzoek wel vaak naar voor is gekomen, is dat een anderstalige niet per se digitaal analfabeet is. Die zijn eigenlijk zeer goed mee daarin. Ze weten vaak wel hoe een gsm werkt of sociale media en bijvoorbeeld een vertaalapp. Het is niet omdat iemand anderstalig is dat ze niet mee zijn. Het is vaak soms omgekeerd. Ze kunnen vaak zeer goed overweg met hun gsm, zeker op vlak van smartphone. Dat zeiden toch alle buurtwerkers. Bijvoorbeeld een Tsjetsjeen die hier als seizoenarbeider komt werken, kan wel goed met zijn smartphone overweg. Dat komt ook uit meerdere van onze onderzoeken naar voor. Die weten heel goed hoe ze met sociale media om moeten gaan. Ze weten dan misschien bijvoorbeeld dan wel niet hoe ze in een Word-document moeten werken, maar alles in die gsm kunnen ze zeer goed. Facebook gebruiken of Tiktok ik meestal geen probleem.

En was er dan een kwetsbaardere groep die naar voor kwam?

Vaak kansarme mensen wel en laagopgeleiden.

Die hebben natuurlijk ook andere problemen vaak die prioritair zijn.

Taal is niet altijd het grootste probleem, maar dan mensen in kansarmoede dan wel.

We hadden momenteel eigenlijk het idee om met een Digimobiel rond te rijden en op verschillende plaatsen te staan, bijvoorbeeld aan een woonzorgcentrum, in een wijk waar geen digipunt dichtbij is, aan een speeltuin, op de markt, aan een kringloopwinkel. Eigenlijk willen we naar plaatsen toegaan waar veel mensen komen.

Dat lijkt me wel werkbaar.

We willen toestappen naar de mensen en het zo laagdrempelig wordt.

Misschien een suggestie om met specifieke cases af te komen. Ik denk dan bijvoorbeeld aan mijn eigen leefwereld. [lacht] Maar bijvoorbeeld als je je kind moet inschrijven in een zomerkamp en dat is altijd online en sommige mensen vallen dan uit de boot. In Mediawijs zijn er ook een aantal cases en dat kan wel interessant zijn. Volgens mij kan je dan mensen lokken om naar je digipunt te komen. Mensen moeten natuurlijk weten dat het aanbod er is en voor wat ze precies bij jullie terecht kunnen. Bij corona was er heel veel rond Itsme met dat certificaat. We hebben een grote ondervraging gedaan bij kansarmen, wat de voornaamste issues waren. De studenten van BaTP zijn dan op pad geweest. Ze hebben in vier buurthuizen een ondervraging gedaan. Het staat in mijn onderzoek. Voor de ouderen is dat dan wel de sociale media, maar als je voor meerdere mensen voorbeelden hebt, lokt het wel meer mensen.

Ja, inderdaad. Wij dachten ook direct aan Smartschool of ook bij de mensen bevragen inderdaad waar zij problemen mee ondervinden.

Sommige mensen lopen er ook niet graag mee te koop. Het is niet altijd leuk om het toe te geven in zo'n digitale samenleving. Het is voor ons soms al niet gemakkelijk. Maar ik geloof wel in zo'n Digimobiel. Bij de lijn kun je bijvoorbeeld niet meer cash betalen. Als je bijvoorbeeld aan iemand anders moet vragen om een bankapp te installeren, zien ze ook je gegevens, dus dat vormt wel een drempel.

Dat is waar. Wat we ook als case kunnen zetten is het parkeren in Kortrijk, want het is nu ook digitaal met 4411.

Het inderdaad wel interessant om verschillende cases te bekijken, maar als overheidsdiensten, bijvoorbeeld de lijn beslist om de optie van contant geld weg te nemen. Ja, dan kan je daar als stad niks aan veranderen. Je kan wel nadenken om te kijken op welk niveau je kan inzetten en hoe je dat kan aanpakken. Kijk wel echt naar cases. Als je met die kleine dingen mensen naar digipunten lokt, lijkt me dat wel iets.

Het is wel universeel.

Ja en het veroordeelt niet. Als je met iets kleins al mensen kunt lokken, opent dat misschien deuren. Brugfiguren hebben ook wel een sterke rol, maar de vraag is 'Hebben ze er tijd voor?'

In Kortrijk hebben ze dat wel, onze opdrachtgever is een digitale brugfiguur met nog twee andere collega's.

Ik weet in Roeselare dat het daar zeer goed werkt. Misschien kan je ook eens zelf gaan kijken. Door al je locatie aan te passen, kom je een andere doelgroep tegen natuurlijk.

En het onderzoek in Harelbeke en Zwevegem wat was dat precies?

Ze hadden daar een project 'Samen Digitaal' Wij waren eigenlijk de procesleider en ze hebben eigenlijk een bevraging gedaan bij de inwoners rond hun digitale skills en hun wensen. Of ze echt nood hebben aan een digipunt of niet. Dan hebben we ook de buurthuizen bezocht en ondervraagt. Het project loopt momenteel nog maar ik ben er uitgestapt en mijn collega heeft dat overgenomen.

De Digimobiel vind je een goed idee?

Ja, zeker.

Het is een andere kijk hé. In plaats dat de mensen naar jou komen, gaan wij naar de mensen.

Zeker in de plekken waar de nood het hoogste is, kan dat een meerwaarde zijn.

Het is soms ook nog wat tegenstrijdig, want ze willen alles digitaal, maar veel mensen willen het graag nog fysiek.

Inderdaad. Het lijkt me ook dat jullie het ruimer zien dan kwetsbaren en dat vind ik wel goed. Ook niet kwetsbare mensen hebben het soms nodig. Kunnen jullie verder?

Ja, bedankt dat je tijd voor ons hebt vrijgemaakt en onze vragen hebt kunnen beantwoorden.

Als je nog vragen hebt, zit ik hier in het gebouw of kan je me contacteren via mail.

Super, bedankt.

Interviewer

Bevraagde

Merk je dat digitalisering een groot probleem vormt binnen de samenleving?

Ja toch wel. Dat is vooral in opmars gekomen sinds de corona sinds dat alles digitaal werd en hier zijn ze ook niet meer van af gestapt. Dit heeft heel snel gegaan. Zeker voor de generatie/ doelgroep waarmee ik mee heb samengewerkt. Dit zijn ouderen. Als er kinderen zijn die helpen en ondersteunen is dit een voordeel maar we hebben hier ook zeer veel mensen die dat niet hebben. Hier voel je dat dat een verschil is.

Heb je een idee van wat de kwetsbare groep is die digitaal niet mee kan?

Ja, dit zijn vooral de ouderen. Maar ook ouderen zonder netwerk die geen kinderen hebben of sterke mantelzorgers die eigenlijk bij ons terechtkomen. Dit was vroeger vooral voor die coronacertificaten om dit te helpen afdrucken.

De jongere generatie is daarmee sneller weg. Ook zou ik durven zeggen mijn ouders, de 60ers van tegenwoordig. Het is ook te zien wat je interesse is. dit is zeker een generatie die snel heeft moeten overschakelen.

Zijn dat dan ook steeds die ouderen die terugkomen naar het digipunt?

Ja. Ik ben maatschappelijk werker hier en zij komen ook vaak terug met dezelfde vragen. Dat zijn vragen bijvoorbeeld voor het bestellen van dienstencheques. Tegenwoordig is dit met een ID. Dit vormt een hindernis om bijvoorbeeld poetshulp aan te vragen. Vroeger was dit op papier, ik denk dat dit zal wegvallen in 2025. Hiervoor vragen ze dan een email adres. Dit moet je dan digitaal handtekenen. Dit is vaak een klik, maar toch een hele stap. Dit is alweer die doelgroep, ouderen of mensen die ziek zijn, deze zijn vaak niet mee hierin.

Ik heb nog een aantal voorbeelden opgeschreven zoals de buurtbanken die verdwijnen. De overschrijvingen dat vroeger fysiek gebeurde via blaadjes, nu doen de verzorgenden dat aan huis. Ook dit wordt moeilijker want de buurtbanken verdwijnen. Op deze manier komt de digitale wereld terug aan bod. Het wordt duurder als je uitreksels wilt. Wij doen dit per telefoon maar als je ze aan huis wilt kost dat geld. Dit is een hindernis. Ik help nu met mensen hun betalingen online te doen. Zij interpreteren het wel, het is niet aan mij om dit te doen. Veel zorg aan huis mag dit niet doen, hier zit ook een barrière op.

Tegenwoordig zit je hier in een sociaal huismaatschappij dus mensen die hun inschrijving willen actualiseren, dit moet ook via de ID. het grootste probleem is die pincode. Heel veel mensen zijn deze kwijt. Dan kunnen wij niks doen, we kunnen niet aan de belastingsfiches. Alles wat je niet met de post krijgt kun je wel ergens online vinden maar met die pincode start het. Ook dit is iets, een nieuwe pincode aanvragen kost tijd, ook het stadhuis is naar mobiliteit niet zo bereikbaar. Mijn doelgroep rijdt minder met de wagen ze zijn minder mobiel, ook is het er op afspraak, dit is terug die digitale brug. Wil je met volmachten werken dan moet je dit ook online aanvragen. Blijkbaar krijg je nu ook je stembrieven digitaal, maar ook op papier, ik vermoed ook dat dit zal uitdoven. Weer voor mijn doelgroep is dat een ramp.

Alle facturen zoals telenet bijvoorbeeld is nu 'mytelenet'. Opnieuw hier moet je een wachtwoord hebben. Ook hier zit je terug met je beroepsethiek dat je het niet mag opslaan voor je cliënten. Dit

maakt het moeilijk anders kan je ze niet helpen. Alles wat je maar kan inbeelden van facturen tegenwoordig is allemaal digitaal.

Tegenwoordig heb je ook mijn burgerprofiel, mijn e-box... alles komt in verschillende boxen terecht. Je krijgt wel een melding via je email, maar alles bevindt zich nog steeds in verschillende boxen. Het overzicht is gewoon weg je moet soms budgetbeheer opstarten voor mensen die volledig zelfredzaam zijn die volledig hun budget kunnen beheren, maar het is die digitale brug die te ver is. Zoals mijn zoon die studentenjobs doet maar die heeft bij de 'Pizzahut' gewerkt dus dat wilt zeggen dat de overeenkomst met de 'Pizzahut' werkt met 'SD Worx' om zijn loonfiche te hebben. Hij heeft nog een andere job gedaan en zij werkten met een andere Adminbox. De uren worden wel via 'student at work' afgetrokken, maar hier kunt u de loonfiches niet op terugvinden. Dit is puzzelen en ook dit heb ik met mijn cliënten. Het is iets waar we continu tegenlopen. Persoonlijk zal ik gaan voor minder boxen want er is zeer veel concurrentie tussen die sociale secretariaten. De kanalen zijn te veel. Er is hierrond nog te weinig informatie gegeven.

Voor de mensen aan huis zoals verzorgenden, de gezinszorg gaan die mandaten te ver. Die mensen doen huishoudelijke taken, ze ondersteunen in wat bankverrichtingen maar niet in dat ID-gedoe, dat is een brug te ver maar we botsen hierop. Mensen moeten hun ID in het bakje steken maar je kunt daar waarschijnlijk andere zaken mee doen. Het gaat om het bewustzijn met wat je ermee doet. hetzelfde met 'Itsme' installeren, eens het erop staat is de klik er dichtbij om iets anders te doen ermee. Dit is gevaarlijk en belangrijk er bewust mee blijven omgaan. Want via 'Itsme' gaat u wel snel door naar het volgende. Het beroepsgeheim, soms zijn we het beu gehoord. Maar het blijft belangrijk dat de mensen weten welke toestemming ze geven. Soms kunnen ze ook niet anders, we moeten ons in zoveel dingen registreren en weer een nieuw paswoord aanmaken.

Van waaruit komen deze voort volgens jou?

Heb je weet van de verschillende digipunten?

Heb je het gevoel dat het publiek genoeg weet wat een digipunt is?

Heb je een idee of dat de vraag rond digihulp bij de juiste persoon terecht komt?

Stuurt u de mensen ook door naar een digipunt?

Ja, altijd eigenlijk. Omdat we dit nu hebben, ik kan mijn plan trekken in mijn eigen gsm, maar ik vind de juiste doorverwijzing belangrijk en de mensen versterken ook.

Ik hoop na doorverwijzingen dat er dan ook structureel iets veranderd. Zoals bijvoorbeeld inschrijvingen in een sociaal huisvesting, dit moet nu met paspoort geactualiseerd zijn. Ansetric was aanwezig tijdens de zitdagen, dus vanuit de sociale huisvesting, dit is een zeer mooie overgang.

Wij zitten hier back-office, hier zit een heel team van het OCMW, je hebt er die er werken rond het financiële, ik werk rond de thuiszorg. Alles rond thuiszorg komt bij mij terecht, is dat dan eens een financiële vraag, oké maar de hoofdvraag moet rond zorg zijn. Zoals het zorg op maat. In deze zin gaan mensen vaak zeggen dat ze een probleem hebben met hun computer, in dit geval verwijs ik hen door naar de digitale brugfiguur.

We hebben hier 2 mensen, zowel Anseric als de vrijwilliger Jan. Jan kan veel meer voorbeelden geven hierover. Zoals het verzetten van facebook van de oude telefoon naar de nieuwe telefoon. In die zin is die dienstverlening wel welkom dat er hier digipunten zitten. Ook de eenvoudige opleidingen rond apps. Dit zijn vooral de betere mensen die hierop afkomen. Dit zijn de actievere senioren. Ten eerste op mobiliteit er zijn hier zeer veel mensen die geen wagen hebben of via mantelzorgers hier geraken. Daarnaast moet je al de toestellen hebben om ermee bezig te zijn, wat maakt dat het de sterkeren zijn.

Als je ze doorverwijst naar hier? Merk je dan ook op dat ze komen?

Ja, ik had vorige week iemand die een budgetmeter heeft geplaatst. Ook dit is tegenwoordig weer met een app. Als je geld wilt opladen is dat weer met een app, je moet alweer digitaal vaardig zijn om daarmee te kunnen werken. Nu kun je dit nog doen in de Budastraat, waar je met een kaart naartoe moet om geld te gaan opzetten op je kaart. Dit is ver. Al dit soort dingen beginnen weg te vallen. Het is de dienstverlening waar ze minder en minder in beginnen investeren. Het installeren van die app is op zich niet moeilijk, maar je moet dan weer verbinden met een profiel en een ID... dit maakt dat ik hem naar Anseric heb gestuurd.

Echt alles wordt digitaal. Ik ging dit weekend naar de klerenwinkel, ze hadden mijn maat niet. Ik moest die online bestellen, waarbij ze mij vertelden dat als het mij niet aanstond ik het maar terug moest sturen en ik mijn geld terug ging krijgen. Ik antwoorde hierop dat dit te veel werk is. Als je online koopt kost het minder dan dat je het in een fysieke winkel koopt en dit is niet in overeenstemming met de klimaatopmars.

Daarnaast vind ik het gebruik van VISA ook gevaarlijk, je hebt geen overzicht meer in je financiën. Heel veel mensen komen hiervoor ook bij mij. Mensen kunnen blijven aankopen zonder dat ze benul hebben van hetgeen ze al gekocht hebben. Je kent geen limiet. Ook ben ik een festivalhanger. Ik ga vaak naar Graspop en ik hoorde dat het dit jaar digitaal zal zijn. Ik kan nu niet meer zeggen tegen mijn vrienden "breng eens een pintje mee". Dit zal op mijn bandje staan, maar goed 9 uur later stel ik mij dan de vraag "hoeveel heb ik nu nog op mijn bandje staan?" je geraakt je overzicht kwijt. Het heeft zijn voordelen maar ook zijn nadelen naar het beheren van budget toe. Moest ik mijn mama meehebben dan zou ik dat voor haar moeten doen want zij kan dat nog niet doen. Veel gaat bijvoorbeeld via Payconic, maar als je dit niet hebt dan stopt het verhaal. Wij zijn van een generatie die hier weg mee kan, maar als ik dit bij mijn publiek zal doen, zoals het duwen. Men kan al niet mooi duwen op de knoppen waardoor dat het blokkeert.

Tickets aanvragen ook, uiteraard met registratie.

We komen uit een tijd dat je naar de muzikwinkel kon gaan en je ticket kon meekrijgen. Nu lig ik vaak te zoeken in mijn Email naar een ticket of je drukt ze dan af en je QR-code wilt dan niet scannen omdat die niet goed afgedrukt is. Dit zijn dingen waarbij je merkt dat het niet allemaal evident is. Het mooiste voorbeeld waren de coronacertificaten, deze moest je afdrukken. Maar het opnieuw inloggen bij 'mijngezondheid' was een brug te ver. We waren open, maar het moest snel gaan, want geen andere diensten waren open.

Ons plan is nu eigenlijk dat we enerzijds het folder van de digipunten die nu bestaat herwerken naar iets visueel, zodat mensen duidelijk zien waar wat is en anderzijds zouden we de digimobiel opnieuw willen inzetten. Een busje dat rijdt doorheen verschillende buurten waar we zien dat de noden het hoogst is. met als doel dat wij naar de mensen gaan en daar staan met het busje om daar hulp te voorzien rond vragen, laten kennismaken met de digipunten. Dit voorafgaand met het plaatsen van brieven in de bus, dat aangeeft wanneer ze de digibus kunnen verwachten.

Ik denk inderdaad dat die kennismaking en die toeleiding belangrijkst is. Nu is het vaak via de hulpverlening dat mensen worden doorverwezen. Maar het belangrijkste is dat mensen zelf hun weg vinden. Ze zijn wel gevestigd in het stadhuis of de bibliotheek, maar ze zijn ook niet allemaal even toegankelijk of niet altijd open. Er zijn heel veel buurthuizen maar ze zijn niet altijd open. Er zouden er beter minder zijn, maar dat ze wel constant open zijn. Nu zijn ze niet altijd op hetzelfde uur open. Je moet al online gaan zoeken.

Ik vind het zelf zeer interessant dat er veel mensen aan huis worden bediend, voor de mensen die er bijvoorbeeld niet geraken. Ik heb al een paar keer gevraagd aan Anseric of die het ziet zitten om op huisbezoek te gaan. want mensen geraken er soms niet fysiek.

Heb jij een zicht over waar er veel vraag naar is?

Ik heb er veel op mijn huisbezoeken waarvan ik wel denk dat het interessant is dat er iemand naar hen kan gaan maar ook de info nalaat. Dat je het paswoord kunt nalaten en een stappenplan. Want de dag erna kunnen ze dit niet meer herhalen. In de standaardboekhandel zag ik boekjes liggen waar je u paswoorden in kan noteren, dit kun je dan mooi wegsteken. Zodat mensen dit kunnen verzamelen en niet overal laten rondhangen. Dit alles zijn tips van 'hoe bewaak of bewaar ik mijn paswoorden, pincodes...' Dan kunt u wel de vraag stellen of het ethisch verantwoord is, maar als er dan niks is, dan is het ook een ramp. Het is soms heel moeilijk, het is ethisch inderdaad.

Hoe kunnen we de mensen best laagdrempelig bereiken?

bedoel je dan qua flyers?

We gaan flyers maken, maar ook posters en een aankondigingsbrief.

De wijken die je uitgekozen hebt? Op basis van wat heb je deze uitgekozen? Werk je enkel binnen zuid?

Deze hebben we nog niet uitgekozen.

Misschien kun je eens met de buurtwerkers van de wijken praten. Want we zitten met een aantal aandachtswijken. We hebben de sterkere wijken, die de baan vinden naar de lessen. Maar we hebben ook mensen hier die niet eens weten van het bestaan ondanks ze hierboven wonen. Die kun je best mond op mond bereiken. Een brief is iets achterliggend, mond op mond is tijd investierend maar wel effectiever. Het zorgt voor duidelijk naslagwerk.

Heb je weet van aandachtswijken die hier zijn?

Hier zit je al in 1, driehofsteden, Nieuw Kortrijk is ook zo één. Ook nog De Lange Munte op het Zuid. Daar zitten heel veel allochtone mensen. In het centrum heb je ook nog de Venning, V-TEX en het centrum op zich. Ook heb je nog wijkteam Noord, hier heb je ook zeer veel aandachtsgebieden zitten. Kortrijk is ingedeeld in Noord, centrum en Zuid en dan heb je Marke, Heule, Aalbeke. Ook heb je nog Bellegem, daar zitten de mensen zodanig verspreid waardoor het naar afstand toe moeilijk kan zijn.

Wat is A'kzie? Wat doen jullie?

A'kzie is een organisatie waar armen het woord nemen en we gaan armoede structureel bestrijden. Armoede is iets dat iemand kan op alle levensdomeinen beïnvloeden, het is druk in hun hoofd en er is geen mentale capaciteit over om nog eens te gaan zoeken op een website of te mailen. We helpen een beetje die druk weg te nemen.

Maar dat is niet alles wat we doen, A'kzie bestaat uit 4 hoofdgroepen.

- Hulpvragen: bijvoorbeeld hulp met brieven, facturen, inschrijvingen, sociale verhuur, belastingen.

- Vrijtijdsorganisatie: We zijn een soort vrijetijdsorganisatie maar we worden overstelpt met hulpvragen. Hulpvragen zijn niet ons hoofddoel, maar je kan niet zeggen tegen de mensen, ik kan u niet helpen. De vrijetijdsactiviteiten, bijvoorbeeld voor de paasvakantie hebben we een kinderparlement georganiseerd en zijn we gaan zitten rond de tafel en gevraagd, oké, wat willen jullie doen wat je nog nooit hebt gedaan? Ze zeiden bijvoorbeeld naar de kinderboerderij, Technopolis of Bellewaerde. Aan de hand van subsidies en budgetten van break-out projecten kunnen we die dingen gratis doen voor de kinderen.

- Beleid: we gaan regelmatig in dialoog met de stad Kortrijk. Als er problematiek leeft binnen de leefgroep dan gaan we in direct dialoog met de politici. Vorige keer was er een raadscommissie en daar bijvoorbeeld hebben we onze mensen meegenomen en ze het woord gegeven.

- Themawerkingen: ieder jaar is er een thema, bijvoorbeeld dit jaar is het thema zwemmen heel hard naar boven gekomen. De vrouwen willen graag komen zwemmen met de hoofddoek en dat mag niet in Kortrijk. Ze hebben samengezeten, dit is wat we willen, dit is wat we wensen, wat kunnen we eraan doen, wie moeten we daarvoor contacteren? Dat is iets dat we hebben besproken met Maxim Veys in de raadscommissie samen met de andere politici. Dat is ook een stukje beleidswerk. De dagen dat we permanentie hebben bereiken we eigenlijk heel veel mensen die een vraag hebben of een brief hebben gekregen. Er is dan vrije inloop, iedereen mag komen.

Wat zijn de drukste momenten?

Op donderdag hebben we gekozen voor een rustdag waar we geen hulpvragen behandelen. Het is een moment voor rust en koffie.

Op dinsdag zoals vandaag zijn er afspraken, dat was vroeger niet zo, we hebben daar bewust voor gekozen.

Sturen jullie mensen door naar andere digipunten?

Moest het zijn als er hier niemand is die hen kan helpen, dan zeggen we dat ze naar de bibliotheek kunnen gaan, dat is op de tweede verdieping denk ik. Maar het probleem is dat de mensen zodanig vertrouwd zijn met ons en er heel veel onzeker gevoel en angst is dat ze direct naar de sociaal assistent gaan. Om naar de bibliotheek te gaan is de stap te hoog. Bij A'kzie werken we heel laagdrempelig. Ik hoorde ook dat de mensen van de bibliotheek niet vriendelijk waren of niet hebben geholpen, als we dat vaak horen gaan we dat ook signaleren bij het beleid.

Werkt jullie digipunt?

De computers liggen altijd aan, wie met de computer wil werken mag maar, om de werkdruk voor ons minder te maken hebben we gezegd dat alle vragen die te maken hebben met iets heel digitaal dat gaan we niet behandelen, daarvoor gingen we ook in dialoog met de stad, dat is veel te

veel voor ons. Die hebben 2 mensen gestuurd van de stad die iedere maandagmiddag naar hier komen en helpen met gelijk welke vraag er is. Als er geen vragen zijn kan iedereen gebruik maken van de computers

Werken jullie met een app?

Nee, eigenlijk niet.

Hoe overbruggen jullie de taalbarrière?

Ik heb een app, SayHi, dat wordt veel gebruikt omdat ik de mensen wil begrijpen.

Hoe kunnen de mensen jullie bereiken?

We werken met heel veel mensen en onze grootste doelgroep is de Somalische gemeenschap. We zeggen bijvoorbeeld we gaan vrijdag dit en zaterdag dat doen, de mond tot mond reclame, het zeggen tegen elkaar brengt heel veel mensen bijeen. Die gemeenschap is heel sterk verbonden met elkaar. Het kan ook via een WhatsApp groep, dat is een heel grote groep. Als je bijvoorbeeld iets wil organiseren dan zeg je: kijk op die dag, op dat uur mag je komen. Op de deur staan de gsmnummers van Hanane en Hanah, we hebben ook kaartjes gemaakt met e-mail en gsmnummers op. We hebben ook een facebookgroep. We hebben helaas geen website.

Kunnen de mensen die hier komen werken met digitale toestellen?

Het is te zien, onze doelgroep is de Somalische vrouwen. Daar zijn veel vrouwen bij van 60 jaar, het is niet enkel de taal maar ook de leeftijd. Ik had ook eens een Vlaming die zei ik heb geen e-mailadres van dezelfde leeftijd.

Maar ook mensen die niet durven, die een brief niet openmaken omdat ze bang zijn om iets verkeerd te doen. Naar digitalisering toe is dat voor hen een grote stap. Hetzelfde probleem met sociale woningen, onlangs is er een verandering gebeurd waar ze moeten herbevestigen en dat kon enkel online. Deze mensen ging ik dan doorverwijzen naar de zitdagen of help ik bij het maken van een afspraak. Bij sommige brieven kon het ook op papier ondertekend worden en moest het teruggestuurd worden.

De mensen die maandag komen zijn dat vooral mannen of vrouwen van een bepaalde leeftijd?

Nee, dat is van alles.

Op welke manier outreach je naar jullie doelgroep?

We geven ook veel vormingen aan andere organisaties en we krijgen ook veel vormingen. Bijvoorbeeld, onlangs hebben we een vorming gegeven aan VIVES studenten. Dat ging over armoede en discriminatie. Een andere vorming hebben we gegeven aan Kulak rechtenstudenten, dat ging over heldere brieven schrijven. De brieven zijn veel te moeilijk geschreven, wij sukkelen ook soms. (we tonen de app, lees simpel en geven een demonstratie) Ik ga dat zeker meenemen. Juridische brieven zijn een groot probleem, Hannah is een hoogopgeleide persoon en moest het zelf 3 keer lezen. Een andere keer is er iemand van FMDO gekomen en daarmee hebben we een spel rond vrouwenrechten gespeeld.

Hoe zouden wij kwetsbare groepen kunnen bereiken? (Onze opdracht uitleggen)

Voor activiteiten zijn er samenwerkingen met andere organisaties, bijvoorbeeld vorige keer was er een workshop Marokkaanse koekjes maken, daar betrekken we ook mensen die van de Unie der Zorgelozen komen. Op deze manier gaan we die mensen bereiken. Voor die workshop waren 30 mensen van A'kzie en 50 mensen van de Unie der Zorgelozen. Door allemaal de workshop te doen krijgen ze de kans om hun netwerk een beetje te vergroten, dat is ook een van onze doelstellingen. Mensen die in armoede terechtkomen en een beetje geïsoleerd zijn, de kans geven om verbinding te maken en andere organisaties te leren kennen die de vicieuze cirkel waar ze in zitten kunnen verbreken.

We werken ook soms samen met Avansa, ABVV, OCMW, de Kier, de Stroom, de schouwborg en LIGO. Er was een leerkracht van LIGO die maandelijks naar hier kwam, zij heeft ons veel geholpen met die themawerking rond zwemmen.

Er is ook een zaak wonen bezig, dat gaat over hoe duur een woning is geworden en de lange wachtrijen, met die organisaties werken we ook samen.

Aan welke vaardigheden hebben de kwetsbaren nood?

Ik denk dat het de sociale uitsluiting, het geen vertrouwd voelen met andere instanties. Er was bijvoorbeeld iemand onder bewindvoering die niet wilde dat de sociale assistent het wist. Het verschil met ons is dat we heel laagdrempelig zijn en er geen gevolg voor de persoon aan vasthangt.

Welke activiteit stellen jullie voor om kwetsbare groepen te informeren rond digitalisering?

Ik denk de activiteit zo veel mogelijk laagdrempelig te maken, de stap naar de bibliotheek is soms veel te groot

Stel jullie hebben vrijetijdsbesteding in A'kzie en we hebben een spel die digitalisering dichterbij de mensen brengt, kunnen ze dat hier dan spelen?

Zeker de donderdag houden we vrij voor koffie en tijd, we kunnen ook een workshop organiseren om het spel te spelen. Op deze manier gaan we de mensen versterken, als ze dan zien oké, ik kan het zelf doen en ben ik niet meer afhankelijk dan geeft ze dat ook een stukje vertrouwen.

Zijn er eventueel mensen die we kunnen integreren in ons project als proefpersonen? Eventuele samenwerking?

Voor mijn eigen stage heb ik een organisatieanalyse gemaakt, ik wil die gerust doorsturen naar jullie. Moest het zijn dat er nog vragen zijn mag je die zeker stellen.

Stel we willen werken rond digitalisering en we willen iets organiseren, wil jij jouw publiek dat laten weten?

Als dat interessant is voor dan gaan we daar reclame voor maken op ons bord, iedere week staat onze agenda heel visueel voor iedereen. Gisteren bijvoorbeeld was Tamara hier met haar grote toestel mee voor de belastingen, dat was ook heel interessant.

Zijn er veel mensen afgekomen?

Ja wij hebben gevraagd aan de mensen, wil je eens proberen?

We zitten hier in functie van onze bachelorproef. De vraag rond onze bachelorproef is: Hoe kunnen we de digipunten bekender maken en nieuw publiek aantrekken? (Uitleg van onze bachelorproef)

De moeilijkheid is om mensen te lokken naar een locatie. Als de mensen de noodzaak niet zien gaan ze niet naar de digipunten gaan. De waarom vraag is zeer belangrijk voor mensen. Ik zie momenteel ook bij mensen die bijvoorbeeld in de groendienst werken dat ze het nut van digitalisering niet inzien. Dan is het niet van toepassing om hun informatie te geven. Een heel breed publiek aanspreken is moeilijk. Het zou belangrijk zijn om je te richten op een doelpubliek en hun de nadelen uit te leggen als je niet deelneemt aan de digitalisering. Voor de ene groep mensen zijn de nadelen anders dan voor de andere groep mensen.

Zolang er een analoog alternatief bestaat gaan mensen de moeite niet doen om het digitale aan te leren. De mensen moeten inzien wat er gebeurt als ze geen digitale tools gebruiken. ‘Wat als?’ Bijvoorbeeld wat als je je kind niet kan inschrijven voor een schoolkamp? Iedereen blijft graag in zijn comfortzone. De mensen moeten de urgentie van digitalisering inzien. Zo ga je nieuwe mensen aantrekken. Je kan dit allemaal laten inzien op een speelse vorm. Nudging: iemand duwen in de juiste richting. “Voorbeeld: Wat is het verschil tussen slanke mensen en wat dikkere mensen bij een buffet?”

Wij zien de goodiebag als motivatie bij mensen om deel te nemen aan een activiteit. Denkt u dat dit een goede motivatie is?

Dit is een hele mooie call for action maar hier ga je nog niets aanleren over digitalisering. De mensen gaan niet beseffen dat ze een probleem gaan creëren als ze niets bijleren over digitalisering. De bedoeling is niet om iets digitaal aan te leren maar om aan te tonen dat ze het digitale aspect nodig hebben in de toekomst. Bijvoorbeeld: “Wat als er niemand meer aan het loket staat bij de bank?” Het is ook belangrijk om de voordelen te vernoemen. Bijvoorbeeld: je bespaart tijd. Je moet ook duidelijk maken dat digipunten dit jou leren en aantonen waar je die hulp kan ontvangen.

We zijn ook aan het denken om de folder te herwerken. We zijn van mening dat de folder niet aantrekkelijk is. (We hebben de folder getoond aan Maka)

De folder is momenteel zeer rationeel en technisch. Het zou goed zijn om een foto van de mensen die hun kunnen helpen erop te zetten of ervaringen van mensen die geholpen zijn. Je kan ook met pictogrammen werken om de taal te overbruggen. Ook hier ga je ervaringen moeten noteren die specifiek zijn voor bepaalde groepen anders gaat niemand zich aangesproken voelen.

Het voorblad van de folder zou dus kunnen zijn: Wat als ...?

Met het busje kan je aantonen “Waarom?” En met de folder kan je aantonen “Wat als ...?”. De flow moet kloppen. Je moet ook iets positief geven. De goodiebag moet op het einde van je flow. Je kan de folder specifiek maken voor een bepaalde doelgroep en dan later ook maken voor een andere doelgroep. Mensen moeten zich aangesproken voelen.

We dachten er ook aan om een aankondigingsbrief te geven in de wijk waar de bus zou staan. Wat denkt u daarvan?

Je kan het ook via de wijkcomités doen. De herkenbaarheid is zeer belangrijk.

Je moet het zeer visueel aantrekkelijk maken en er mag ook wat humor inzitten. Het moet echt nog niet digitaal te zijn. Communicatie via krant of via een poster is ook zeer goed. Het is belangrijk om heel duidelijk aan te tonen dat digitalisering urgent is anders gaan mensen denken dat het niet voor hen is. Vandaar zijn de voorbeelden ook zeer belangrijk. Zorg ervoor de je geen oplossing zoekt vanuit het probleem dat jullie ervaren anders kan het zijn dat je een probleem definiëert dat misschien geen probleem is. Het zou goed om succeservaringen te bevragen en iemand die niets van digitalisering moet weten. Dit kan jou een andere kijk geven. (7 waarom-vragen). Dit maakt wel het voorbereidingswerk wat langer maar het gaat zeer impactvol zijn wat je doet. Je kan ook iets doen met 'fake news'. Bijvoorbeeld mensen die denken dat Its Me gevaarlijk is.

