

### HOE DIGITAAL WERKEN VERENIGINGEN IN BELGIË?

De snelle digitale innovatie transformeert de samenleving op een ingrijpende en complexe manier. De verenigingssector ontsnapt niet aan deze evolutie. Digitale toepassingen kunnen verenigingen performanter maken. Ze bieden mogelijkheden om op een andere manier met het doelpubliek te interageren en om het aanbod en de diensten te innoveren. Data en algoritmes kunnen inzichten bieden om zo de eigen werking bij te sturen. Maar hoe digitaal werken verenigingen in België al? In welke mate gebruiken zij digitale instrumenten en informatie voor het ondersteunen en vormgeven van de eigen werking?

De Koning Boudewijnstichting wil verenigingen bijstaan in hun digitale transformatie en wenst daarom zicht krijgen op het digitale maturiteitsniveau van de verenigingssector in België. Op haar vraag bevroeg Profacts via een telefonische enquête daarom 700 personen van kleine en grote verenigingen die betrokken zijn bij het IT-beleid van hun organisatie. De respondenten werden geselecteerd uit een steekproef van 3.500 organisaties die zijn ingeschreven op [www.goededoelen.be](http://www.goededoelen.be).

### IN EEN OOGOPSLAG

Verenigingen erkennen het belang van digitalisering, maar zijn vragende partij voor meer ondersteuning.

Verenigingen erkennen het belang van digitalisering, maar hoe ze dat invullen verschilt naargelang hun 'maturiteitsniveau'. Dat is de mate waarin digitalisering integraal deel uitmaakt van de organisatie.

**87%** van de verenigingen vindt digitalisering eerder of zeer belangrijk voor de eigen organisatie. Zeer grote (96%) en grote verenigingen (91%) vinden dit iets vaker dan kleine verenigingen (84%).

Toch geeft **72%** aan niet (helemaal) mee te zijn met digitalisering.

Bij **61%** van de verenigingen maakt digitalisering deel uit van de strategie en/of visie. Dit is veel vaker het geval bij zeer grote (83%) dan bij grote (69%) en kleine (53%) verenigingen.

**1 op de 10** verenigingen heeft iemand fulltime in dienst voor digitalisering.

Verenigingen ervaren drempels om (nog) meer in te zetten op digitalisering.

Voor **53%** is het gebrek aan middelen een drempel om (meer) werk te maken van digitalisering, maar ook tijdsgebrek (44%) en het gebrek aan tools op maat (16%) worden als belemmerend ervaren.

**21%** vindt het niet nodig om nog meer te digitaliseren dan al gebeurt.

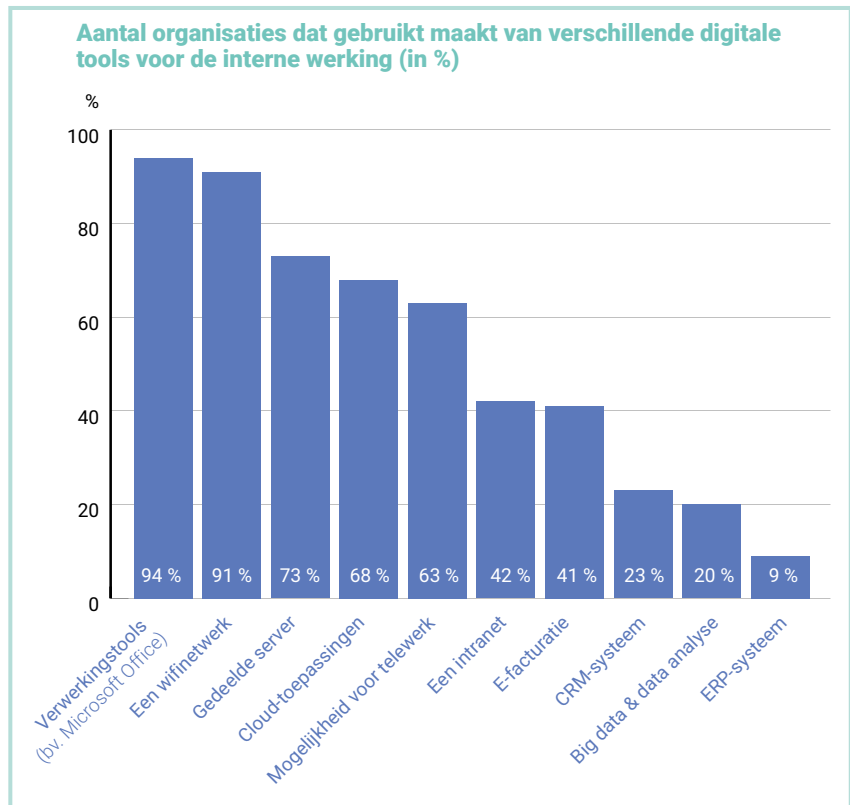
**55%** geeft aan onvoldoende kennis en expertise over digitalisering in huis te hebben.

Verenigingen willen **ondersteund en geïnspireerd** worden in hun digitale zoektocht.

# FEITEN EN ANALYSE

## HET GEBRUIK VAN DIGITALE TOOLS

Voor hun externe werking surfen verenigingen mee op wat al goed ingeburgerd is aan digitale technologieën zoals e-mail (98%), een website (92%) en Facebook (85%). Heel wat minder verenigingen maken gebruik van onlinevergadertools (50%) en onlineplatformen voor samenwerking (34%). Slechts twee op de tien verenigingen gebruiken digitale fundraisingtools en ook op het vlak van opkomende technologieën zoals chatbots (7%) zijn verenigingen geen voorlopers. Een zelfde trend kan worden waargenomen in het gebruik van digitale tools voor de interne werking. Natuurlijk zijn niet alle toepassingen even nuttig voor elke vereniging.



## INSPIREREND VERSUS INSTRUMENTEEL

Verenigingen beseffen niet altijd welke kansen digitalisering biedt om te groeien. Ze bekijken digitalisering op een instrumentele manier: praktische toepassingen die de werking efficiënter maken, meer resultaat opleveren met minder

inspanningen en de administratieve rompslomp beperken. Deze 'knoppenkennis' is belangrijk, maar daarnaast zijn er verenigingen die de digitalisering ook inspirerend bekijken. Zij zien in hoe digitale technologie de samenleving op

de lange termijn verandert en proberen daar met hun visie en strategie op in te spelen. Of verenigingen op een instrumentele dan wel inspirerende manier met digitalisering omgaan, bepaalt mee hun maturiteitsniveau.

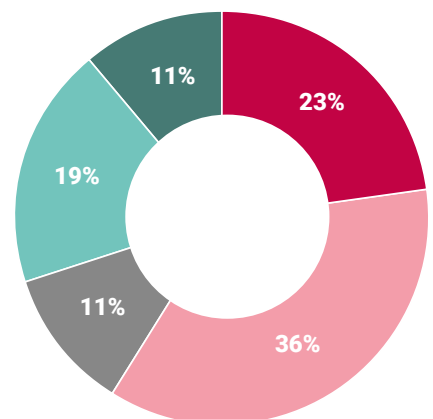
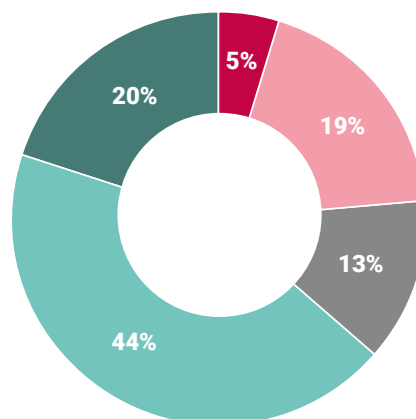
## ETHISCHE UITDAGINGEN VAN DATA: EEN BLINDE VLEK

95% van de verenigingen gebruikt data. Ze doen dit voornamelijk om te voldoen aan wettelijke verplichtingen, te rapporteren en de eigen werking bij te sturen. De meeste verenigingen gebruiken hiervoor basistoepassingen zoals rekenbladen. Een meerderheid (64%) vindt dat het gebruik van data een veiligheidsrisico inhoudt. Slechts 30% van de verenigingen ziet ethische risico's verbonden aan het gebruik van data.

### Implicaties van het gebruik van data (in %)

Het brengt veiligheidsrisico's met zich mee

Het brengt ethische risico's met zich mee

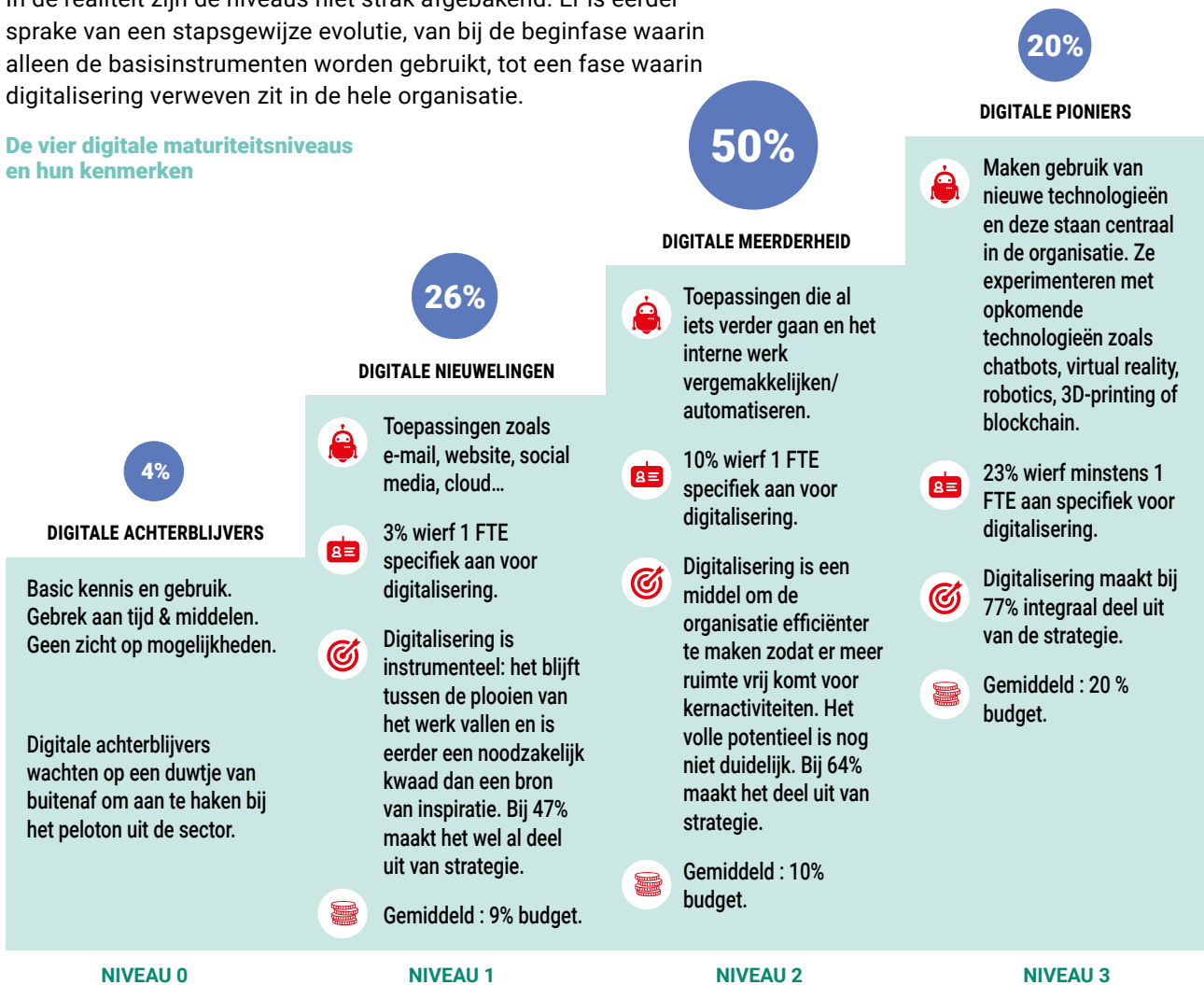


■ Helemaal niet akkoord ■ Niet akkoord ■ Noch niet akkoord noch akkoord ■ Akkoord ■ Helemaal akkoord

## MATURITEITSNIVEAU: VAN ACHTERBLIJVERS TOT PIONIERS

De onderzoekers onderscheiden vier digitale maturiteitsniveaus. In de realiteit zijn de niveaus niet strak afgebakend. Er is eerder sprake van een stapsgewijze evolutie, van bij de beginfase waarin alleen de basisinstrumenten worden gebruikt, tot een fase waarin digitalisering verweven zit in de hele organisatie.

### De vier digitale maturiteitsniveaus en hun kenmerken



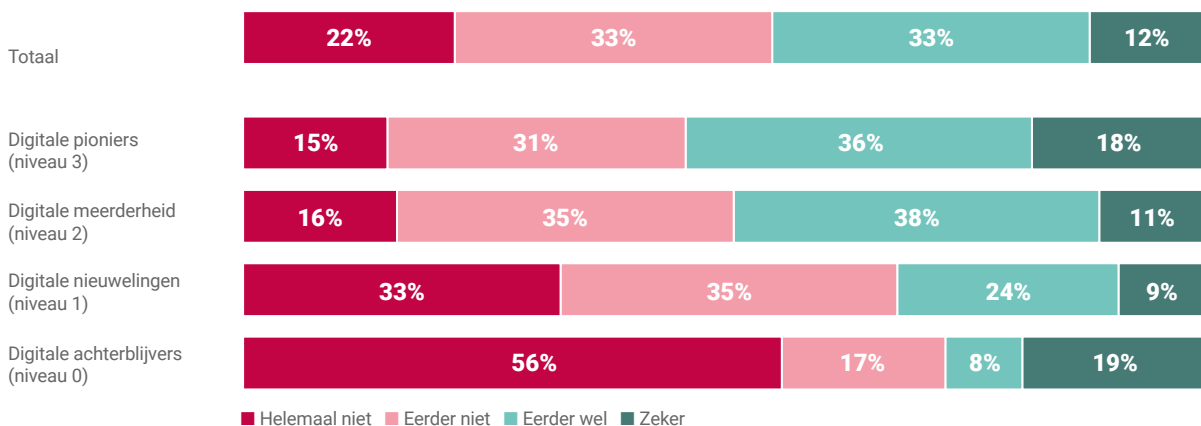
## VERSCHILLEN IN KENNIS EN EXPERTISE VOLGENS MATURITEITSNIVEAU

Een meerderheid (55%) van de verenigingen geeft aan onvoldoende kennis en expertise te

hebben over digitalisering. Dit is vaker het geval voor verenigingen die zich in niveau 0 bevinden (73%)

dan voor verenigingen die zich in niveau 3 bevinden (46%).

### Mate waarin organisaties akkoord zijn met de stelling dat ze over voldoende expertise en kennis beschikken over digitalisering, in functie van hun digitale maturiteitsniveau (in %)



# SPOREN VOOR DE TOEKOMST

**Op de digitale achterblijvers na zijn de meeste verenigingen zich bewust van de kansen die de digitalisering biedt om te groeien en te evolueren. Om een sprong voorwaarts te maken, kunnen verenigingen uit alle maturiteitsniveaus echter een duwtje in de rug gebruiken.**

De onderzoekers legden verschillende mogelijke ondersteuningspistes voor aan de respondenten en bekeken nadien de resultaten in relatie tot de maturiteitsniveaus. Welke acties nuttig kunnen zijn, hangt af van de digitale maturiteit van een vereniging.

- De achterblijvers hebben in de eerste plaats baat bij meer **bewustwording** van de voordelen van de digitalisering en hun behoeften op dit vlak. Sensibilisering over het bestaan van betrouwbare, bruikbare en betaalbare tools en het aanreiken van **quick wins** – digitale aanpassingen die de organisatie vooruit helpen zonder haar op de

grondvesten te doen daveren – kunnen hierbij helpen.

- De nieuwkomers geven aan behoefte te hebben aan het grondiger onder de knie krijgen van het abc van digitalisering. Ze kunnen daarvoor tools aangereikt krijgen, met de nadruk op slimme gratis tools, omdat deze organisaties vaak financieel onder druk staan. Ze hebben ook baat bij een **digitale coach** die organisaties bij de hand neemt.
- De meerderheid heeft veel te winnen bij **inspirende succesverhalen** en bij ondersteuning bij het

opmaken van hun **digitale strategie**. Ze geven aan ook op zoek te zijn naar **technische begeleiding** om te helpen de digitale tools in de organisatie op elkaar af te stemmen.

- De pioniers, die al overtuigd zijn van het strategisch nut van digitalisering, zouden zich graag verder integreren in een **breder netwerk waar kennis en ervaringen gedeeld kunnen worden**. Deze verenigingen geven aan dat ze het belangrijk vinden de brug te kunnen maken met onderwijs- en onderzoeksinstituten en privébedrijven, en samen met organisaties die al verder staan.

## ACTIE VAN DE KONING BOUDEWIJNSTICHTING

De Stichting zal de digitale transformatie van de verenigingssector ondersteunen via verschillende pistes:

- Financiële steun aan (koepel)verenigingen voor acties m.b.t. digitalisering.
- Goededoelen.be: een online vitrine voor verenigingen en zoekprogramma's voor het grote publiek om zo burgerengagement te stimuleren.
- Data trust: een samenwerkingsstructuur voor het verzamelen, beschermen en delen van data over de verenigingssector.

## MEER WETEN

Het rapport 'Digitale maturiteit van de verenigingen in België' (Profacts) is onder de vorm van slides beschikbaar op [www.kbs-frb.be](http://www.kbs-frb.be).

U vindt hier ook andere publicaties over verenigingen en digitalisering, waaronder:

- Barometer van de verenigingen 2018
- Infociche met cijfers over digitale exclusie

U vindt nog betrouwbare informatie over verenigingen op [www.goededoelen.be](http://www.goededoelen.be)

## KONING BOUDEWIJNSTICHTING

De Koning Boudewijnstichting heeft als opdracht bij te dragen tot een betere samenleving. De Stichting is in België en Europa een actor van verandering en innovatie in dienst van het algemeen belang en van de maatschappelijke cohesie. Ze zet zich in om een maximale impact te realiseren door de competenties van organisaties en personen te versterken. Ze stimuleert doeltreffende filantropie bij personen en ondernemingen.

De Koning Boudewijnstichting is een stichting van openbaar nut. Ze werd opgericht in 1976, toen Koning Boudewijn 25 jaar koning was.

Dank aan de Nationale Loterij en haar spelers, en aan onze vele schenkers voor hun engagement.