



De digitale maturiteit van de verenigingssector

Rapport voorbereid door Profacts

April 2019

ACHTERGROND & DOELSTELLINGEN

1 **Digitale transformatie** omvat de impact van (digitale) technologieën op mens, organisatie(processen) en de maatschappij. Digitale transformatie speelt een brede rol: het vormt de kern van menig organisatiestrategie en is de drijvende kracht achter nieuwe business modellen die ontstaan door de samensmelting van de digitale en de fysieke wereld (bijv. Uber).

Het heeft een belangrijke invloed op **evoluties in de manier waarop een organisaties wordt geleid**. Leiding en strategie zijn niet langer een lineaire projectie maar lerende systemen, organisatiestructuren veranderen naar open netwerken, besluitvormingsprocessen worden steeds meer gebaseerd op data en algoritmen en communicatie verloopt via interne sociale netwerken, video meetings en gedeelde documenten. De grote uitdaging ligt op het gebied van **change management**, omdat in relatief korte tijd een organisatie doorheen verschillende niveaus fundamenteel verandert.

2 Koning Boudewijnstichting wil de verenigingssector **ondersteunen in deze digitale transformatie**. Om deze ondersteuning op een effectieve manier op te zetten is er een beter zicht nodig op:

- De mate waarin de verenigingssector zich **al digitaal transformeerde**.
- De **uitdagingen** waarmee de verenigingssector geconfronteerd wordt om zich digitaal te transformeren

3 Om een beter zicht te krijgen op de maturiteit in digitalisering en op de noden en behoeften hierin, voerde **Profacts kwalitatief en kwantitatief onderzoek** uit in de **verenigingssector**.

Geïntegreerd rapport



1

Kwalitatieve exploratiegesprekken
In een eerste fase interviewden we 16 actoren uit een vereniging via een face-to-face diepte-interview. Via een deepdive creëren we een beeld van de huidige mate van digitalisering bij verenigingen.

Kwantitatieve validatie
De resultaten uit fase 1 vormden de basis voor het kwantitatieve luik. Deze bevraging gebeurde bij 700 verantwoordelijken van verenigingen (geregistreerd op www.goededoelen.be) om de kwalitatieve bevindingen naar een bredere context te brengen.



2



RESPONDENTENSAMENSTELLING – KWALITATIEF LUIK



N=16 face-to-face diepte-interviews van 60 à 75 minuten



Allen zijn betrokken bij de IT-werking van hun organisatie (directeur, IT-verantwoordelijke, marketing-verantwoordelijke,...)



N=8 Nederlandstalige interviews
N=8 Franstalige interviews



De deelnemers zijn afkomstig uit verschillende sectoren en uit zowel kleinere als grotere organisaties.

RESPONDENTENSAMENSTELLING – KWANTITATIEF LUIK



N= 700 verenigingen beantwoordden de enquête

Zij zijn afkomstig uit een steekproef van 3.5000 organisaties getrokken uit www.goededoelen.be, een databank van meer dan 6.000 organisaties



Allen zijn betrokken bij de IT-werking van hun organisatie (directeur, IT-verantwoordelijke, marketing-verantwoordelijke...)



N=350 NL verenigingen
N=350 FR verenigingen



Telefonische vragenlijst

RESPONDENTENSAMENSTELLING – KWANTITATIEF LUIK



GROOTTE

K

Klein

60%

G

Groot

31%

ZG

Zeer groot

9%

SECTOR

Ontwikkelingssamenwerking

14%

Milieu en dierenwelzijn

11%

Cultuur en recreatie

19%

Gezondheidssector

24%

Sociale sector en welzijnswerk

32%

De steekproef van 3.500 organisaties werd getrokken uit www.goededoelen.be, een databank die bestaat uit meer dan 6.000 organisaties.

De steekproef werd gewogen op de grootte en sector van de vereniging. De quota die gehanteerd werden leiden tot een zekere ondervertegenwoordiging van kleine verenigingen en een oververtegenwoordiging van (zeer) grote verenigingen.

RESPONDENTENSAMENSTELLING – KWANTITATIEF LUIK



Hoe de grootte van de organisaties gedefinieerd werd:

	Zeer groot	Groot	Klein
FTE's	> 100	/	/
of	Of 2 van de drie onderstaande	Minstens 2 van 3 onderstaande	Geen of hoogstens één van onderstaande
FTE's	> 50	≥ 5	≥ 5
Ontvangsten (excl. Btw)	> 6.250.000	≥ 250.000	≥ 250.000
Balanstotaal (excl. Btw)	> 3.125.000	≥ 1.000.000	≥ 1.000.000

KEY INSIGHTS

De meeste verenigingen zien de **relevantie en noodzaak van digitalisering**. Hoewel de concrete invulling ervan telkens verschilt, net zoals de manier waarop de organisatie met de uitdagingen omgaat, bestaat de **gemeenschappelijke behoefte aan meer kennis**.

1

Elke vereniging ziet het belang en de relevantie van digitalisering maar naar **invulling** is er een **sterk verschil** in **niveau van maturiteit** tussen spelers in de verenigingssector.

2

De snelheid van evolutie in digitalisering stijgt exponentieel wat op elk maturiteitsniveau zorgt voor een **kennis-gap**.

3

De verenigingssector zou gebaat zijn bij ondersteuningsacties die zowel **inspirerend** als **informatief** zijn om de kennis-gap te helpen dichten.





1

Maturiteitsniveaus in digitalisering

2

Kennis-gap per maturiteitsniveau

3

Mogelijke acties om de digitale maturiteit van de verenigingssector op te krikken



1

Maturiteitsniveaus in digitalisering

2

Kennis-gap per maturiteitsniveau

3

Mogelijke acties om de digitale maturiteit van de verenigingssector op te krikken.



“Digitalisering” wordt vanuit de verenigingssector vooral ingevuld als een manier om een verhoogde efficiëntie te realiseren van de kernactiviteiten.



“ C’est l’utilisation de la **technique** qui réduit le nombre d’erreurs, l’utilisation de **programmes, d’informatique, de logiciels** qui peut nous **faciliter la vie** et **améliorer l’exactitude** de ce qu’on fait. Ça permet de gagner du temps en d’être plus précis.

“ Het doel is **efficiënter maken van de processen**, met het effect dat er heel veel administratief werk uitgespaard wordt. Zowel voor **vrijwilligers** als voor **professionelen**.

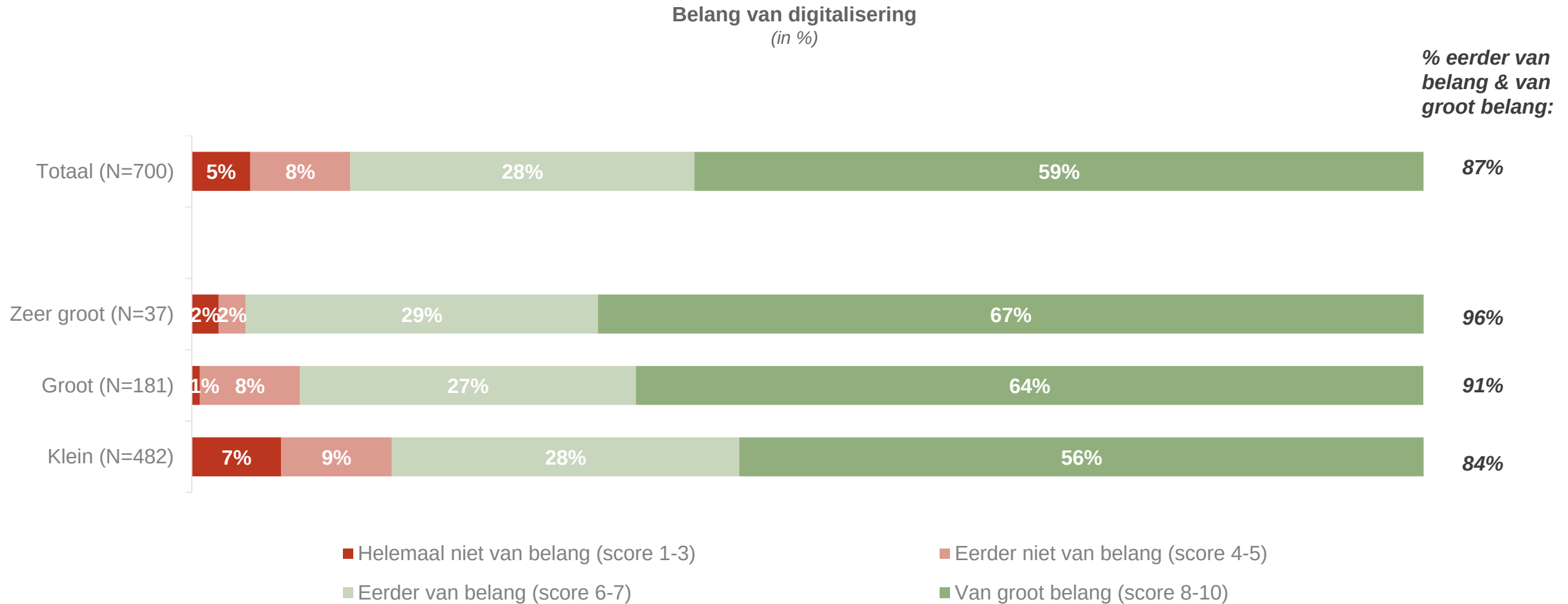


Die verhoogde efficiëntie wordt verwacht door de verschillende stakeholders, hetgeen digitalisering van de verenigingssector essentieel maakt.





Een grote meerderheid is dan ook overtuigd van het belang van digitalisering.



V: "In welke mate is digitalisering van belang voor uw organisatie?"



Verenigingen erkennen dat we alsmaar meer in een digitale wereld leven en dat dit ook een impact heeft op hun eigen rol en werking.



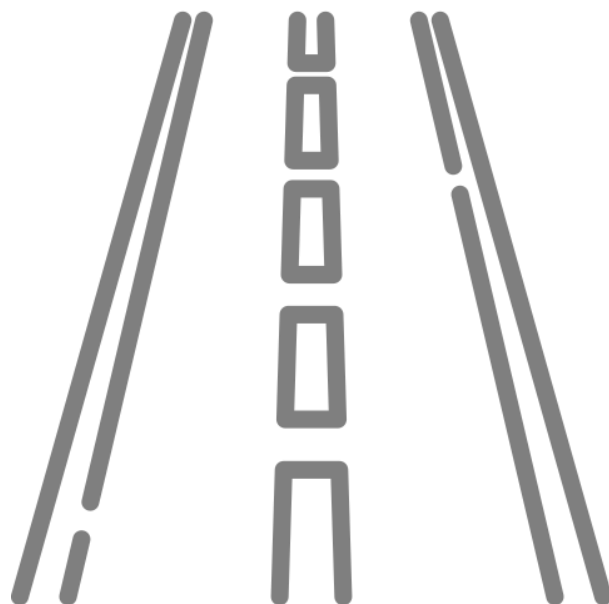
“ Het is heel interessant om digitalisering te bekijken als een **maatschappelijk proces**. Net omdat het in alle lagen van de samenleving terug te vinden is. Het verandert het **gedrag en de verwachtingen van mensen**, waardoor dat er **nieuwe maatschappelijke uitdagingen** ontstaan. Dus dat is een maatschappelijk proces. En dat vind ik de meest interessantste invulling, omdat ook de **rol verandert** van, in ons geval, cultuurcentra en bibliotheken maar ook andere **non-profit verenigingen**.

De overgrote meerderheid beseft het belang van digitalisering, toch geeft slechts 1 op 3 aan helemaal mee te zijn, zelfs onder de grote verenigingen.



Mee met digitalisering
(in %)

28% van de verenigingen vindt van zichzelf helemaal mee te zijn m.b.t. de digitale beweging.



Zeer Groot **30%**

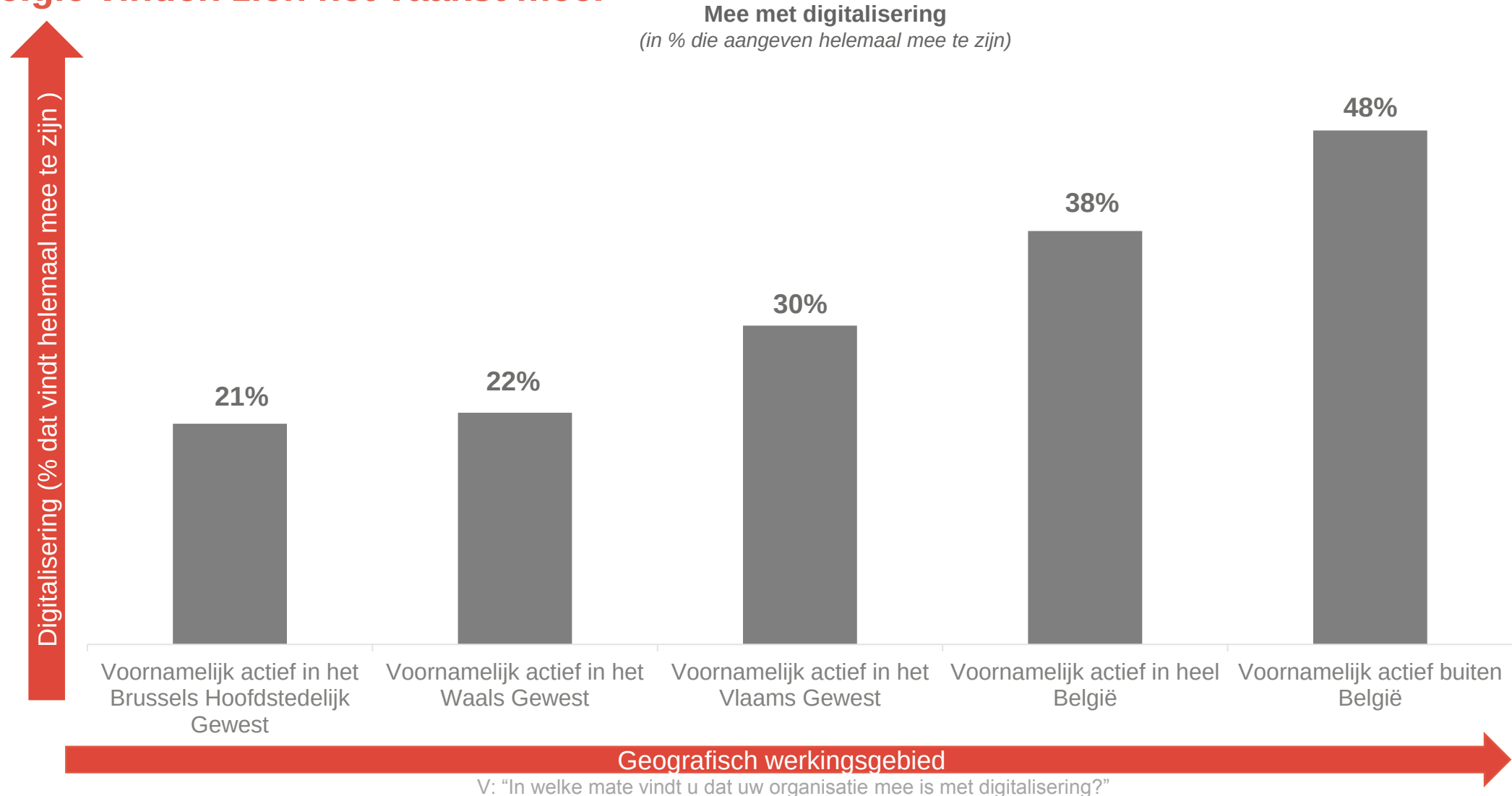
Groot **31%**

Klein **26%**

V: "In welke mate vindt u dat uw organisatie mee is met digitalisering?"



Organisaties actief in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest vinden zichzelf het minst vaak mee met het digitale verhaal. Organisaties die voornamelijk actief zijn buiten België vinden zich het vaakst mee.





Een gebrek aan middelen en expertise zijn voor verenigingen die zichzelf niet volledig mee vinden met digitalisering de grootste drempels om meer in te zetten op digitalisering. Andere drempels die vermeld worden, zij het minder vaak, zijn: een gebrek aan tijd, (meer) digitalisering is niet nodig voor onze organisatie, en een gebrek aan tools op maat van de verenigingssector.

Spontaan vermelde drempels voor digitalisering (open vraag in de enquête)
(in %)



V: "Waarom vindt u dat uw organisatie nog niet helemaal op de goede weg is qua digitalisering?"



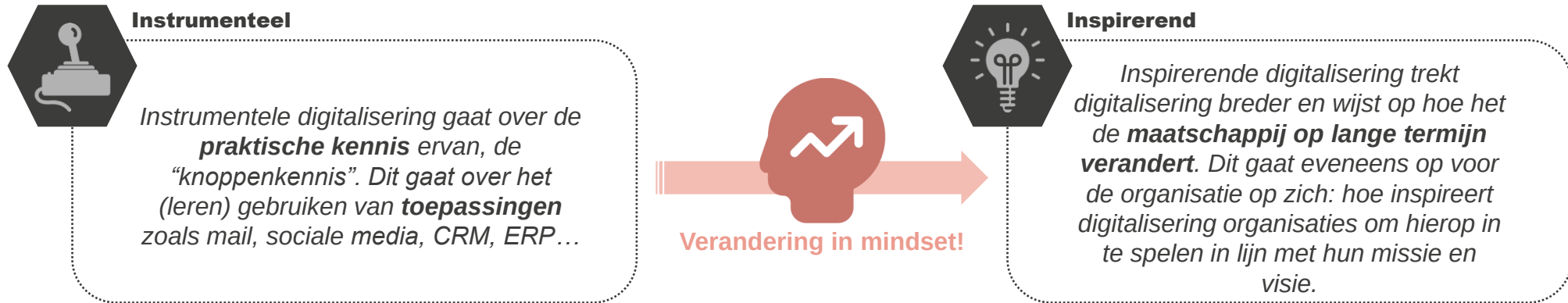
De verenigingssector ziet naast een gebrek aan tijd en geld, nog andere uitdagingen en gevaren. Daarnaast identificeren verenigingen ook heel wat voordelen en opportuniteiten.



- Taken worden geautomatiseerd, waardoor medewerkers zich kunnen focussen op kerntaken.
 - Efficiënt: via digitalisering kan men met minder inspanningen betere resultaten bereiken.
 - Gemakkelijk om informatie te updaten, in te winnen en te verspreiden.
 - Verhoogde naamsbekendheid.
- Gebrek aan in-house kennis en expertise.
 - Onvoldoende kennis over mogelijkheden van digitalisering en dus onvoldoende zicht op wat het kan betekenen voor de eigen organisatie.
 - Geen tools op maat van de verenigingssector.
 - De doelgroep van verenigingen heeft vaak geen of beperkte toegang tot internet.
 - Investering in tijd en geld is hoog
- Schaalvoordelen creëren.
 - Digitalisering inzetten om verder te groeien en te evolueren.
- Geen tools op maat van de verenigingssector: dit belemmert kans om verder te groeien.
 - Blindelings de massa volgen: digitaliseren om te digitaliseren, waarbij niet wordt nagedacht over eigen noden en behoeften.
 - GDPR bemoeilijkt uitwisseling van informatie.
 - Veiligheid: gevaar van virussen, hackings...



Sommige verenigingen geven aan onvoldoende zicht te hebben op de opportuniteiten van digitalisering. Dit speelt vooral een rol bij verenigingen die digitalisering als instrumenteel in plaats van inspirerend zien.



“ Het gaat soms over het instrumentele, de knoppenkennis. [...] Dus het **kunnen ermee omgaan**. [...] Er zijn heel veel **tools en instrumenten** die je kan gebruiken om het werk makkelijker te maken of een andere invulling geven. Het **durven doen** dus, ik vind dat meer met **mindset** te maken heeft. [...] Dat is dus niet alleen het instrumentele, maar **het snappen wat het teweegbrengt**.

“ Met die zorgrobot willen we andere mensen **bewust maken wat er beschikbaar is en wat er mogelijk is ook voor hen interessant is om te doen**. We hebben het geloof dat iedereen competenties en talenten heeft, dus waarom zouden wij onze doelgroep weghouden van digitalisering, terwijl iedereen het met de paplepel meekrijgt. Je kunt **experimenteren**.

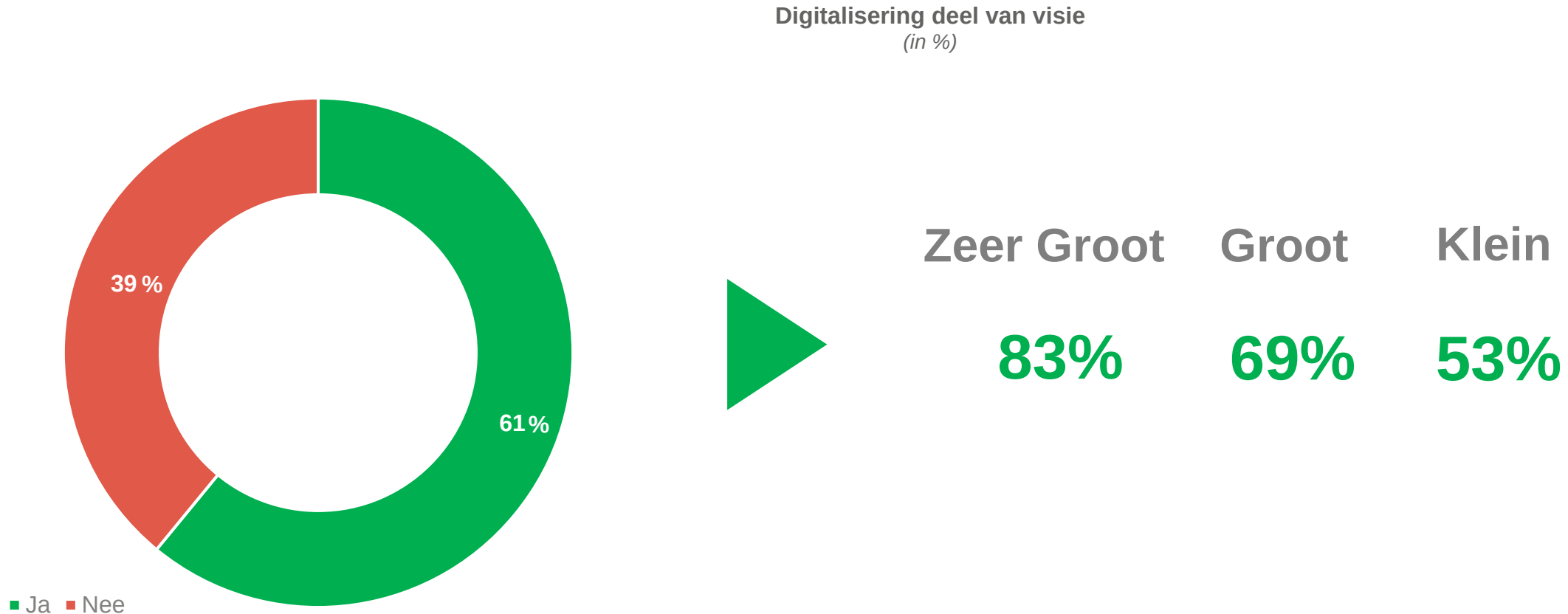


De mate waarin digitalisering als instrumenteel dan wel als inspirerend gezien wordt, wordt gedreven door de interne visie wat zich uit in ownership, budget en tools.





6 op 10 verenigingen geven aan dat digitalisering momenteel deel uitmaakt van de strategie en visie. Hoe groter de organisatie, hoe vaker dit het geval is.

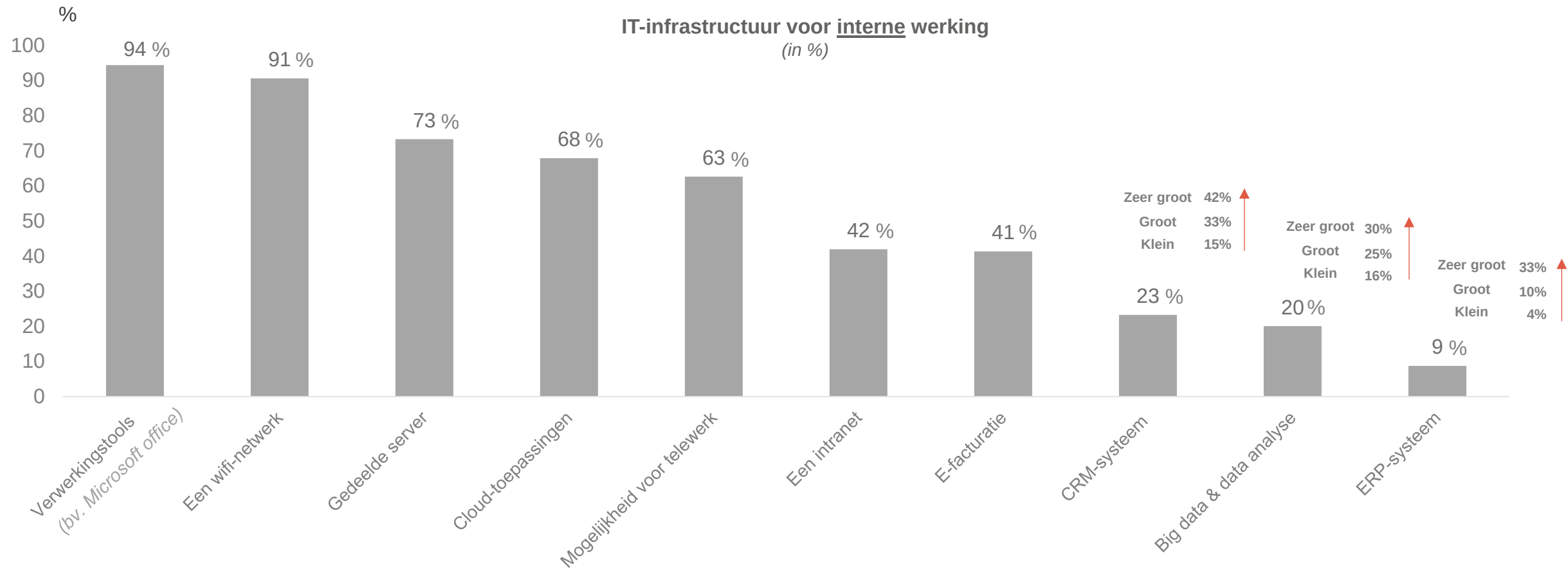


V: "Maakt digitalisering momenteel deel uit van de strategie en visie in uw organisatie?"



Wat betreft de interne werking zijn verwerkingstools en wifi zeer goed ingeburgerd bij verenigingen. Ook gedeelde servers, cloud-toepassingen en mogelijkheden voor telewerk maken opgang: 6 à 7 op 10 verenigingen maken hier gebruik van. CRM-systemen, big data en ERP-systemen worden door een minderheid van de verenigingen gebruikt (al gebruiken grotere organisaties dit wel vaker).

Uiteraard zijn niet alle toepassingen even nodig/bruikbaar voor alle verenigingen.



V: "Ik ga nu één voor één een aantal tools of toepassingen voorlezen, gelieve aan te geven of u er gebruik van maakt in uw organisatie?"

Wat betreft het gebruik van cloud-toepassingen lijkt het erop dat de verenigingssector niet hoeft onder te doen voor de Belgische ondernemingen.



68% van de bevroagde verenigingen gebruikt cloud-toepassingen wat in lijn ligt met de Belgische ondernemingen.

Belgische bedrijven hebben smaak van cloud te pakken

27 december 2018 10:29 | Frederic Petitjean

Topic Cloud Computing



Waar in 2016 nog gemiddeld 55 procent van de Belgische bedrijven een of meerdere SaaS-toepassingen gebruikte, is dat nu al 64 procent. Dat blijkt uit de Cloud Barometer, een onderzoek van Computer Profile. Ook het aantal cloud-oplossingen als percentage van alle gebruikte it-toepassingen, neemt bij alle soorten organisaties toe.

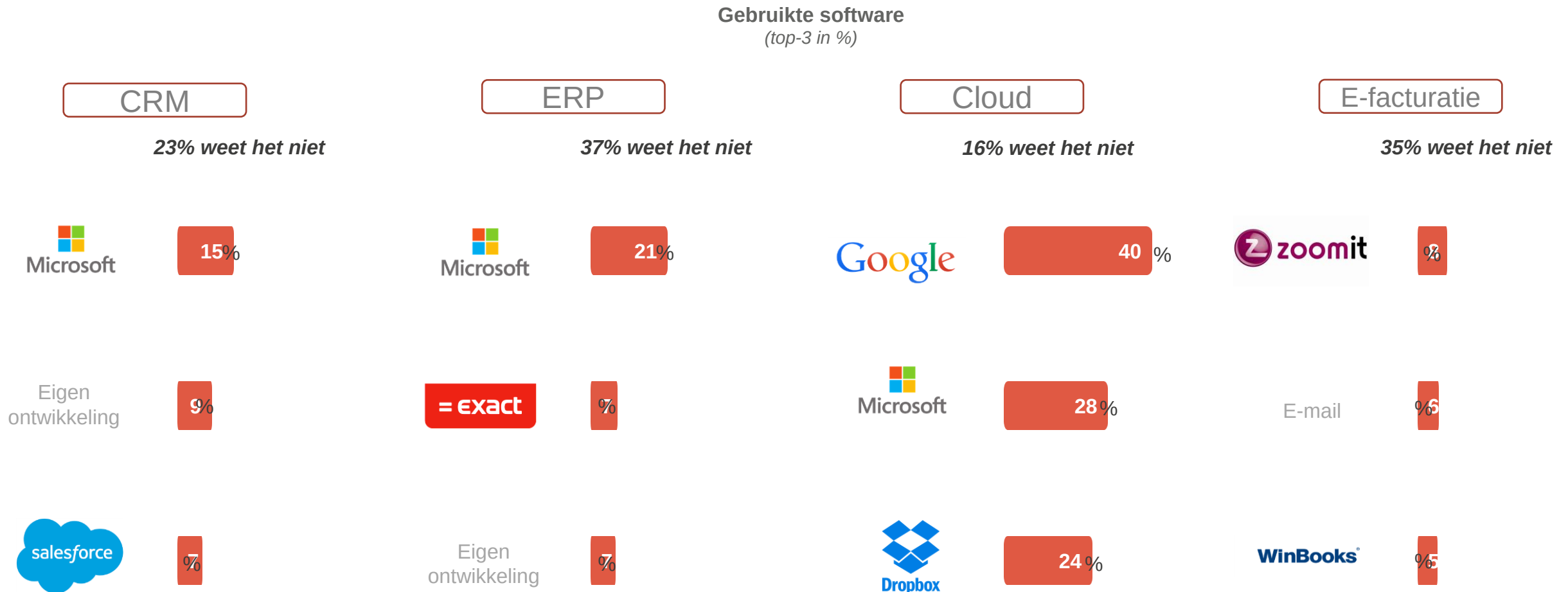
Op acht jaar tijd was er een stijging van meer dan 50 procent in de adoptie van cloud-toepassingen. Vooral Vlaanderen neemt daarbij het voortouw: 72 procent van de Vlaamse bedrijven met meer dan 50 werknemers zit in de digitale wolk. In Brussel en

Wallonië is dat respectievelijk 58 en 44 procent.

Bron: computable.be



Verenigingen gebruiken verschillende software tools. Bij 1 op 3 van de verenigingen die ERP en e-facturatiesoftware gebruiken, weet de respondent niet welke software er precies gebruikt wordt (mogelijks omdat deze enkel gebruikt worden door specifieke mensen/departementen).

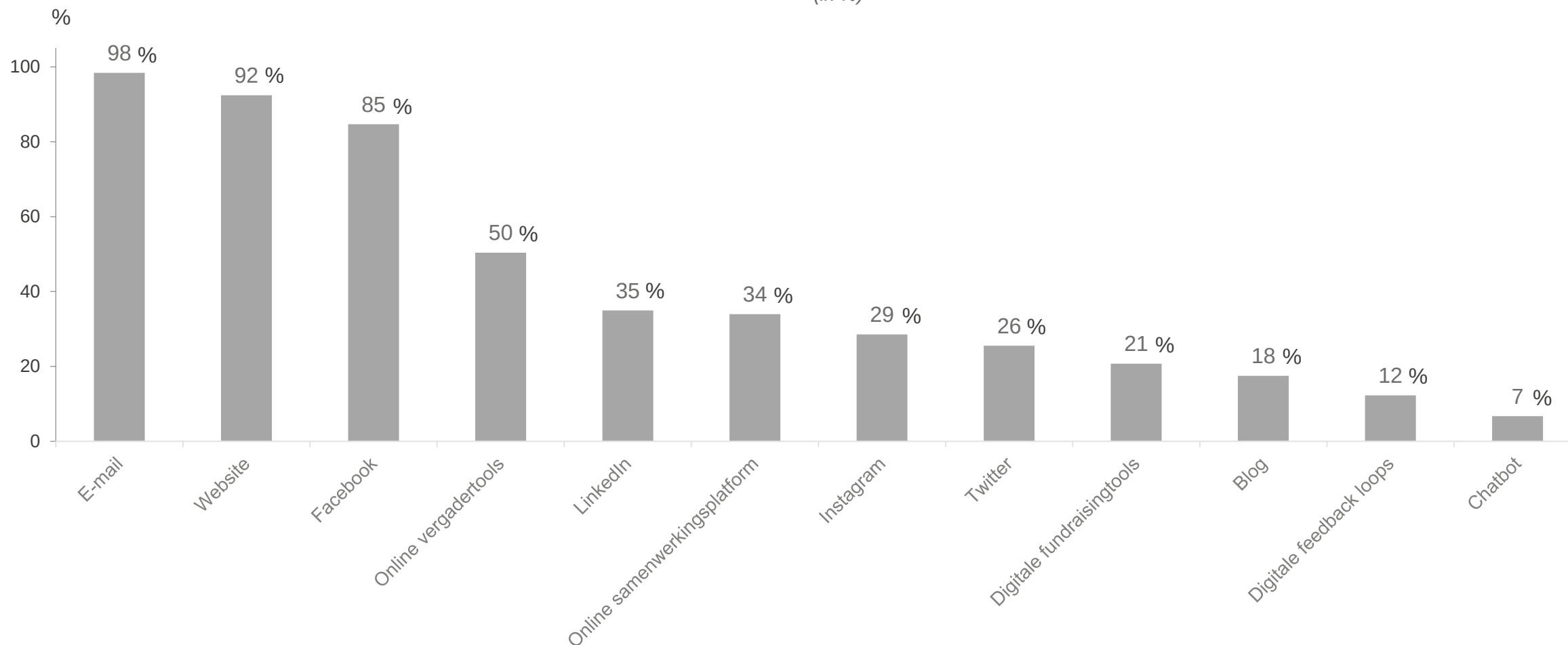


V: "Welke software gebruikt u voor..?"

Qua externe werking, maken de organisaties vooral gebruik van e-mail, een website en facebook. Vergadertools (zoals skype) worden ook gebruikt door de helft, maar andere digitale wegen worden veel minder bewandeld.



IT-infrastructuur voor externe werking
(in %)

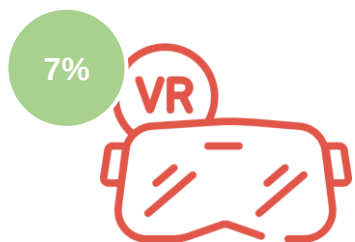


V: "Ik ga nu één voor één een aantal tools of toepassingen voorlezen, gelieve aan te geven of u er gebruik van maakt in uw organisatie?"

Het gebruik van nieuwe, opkomende technologieën is helemaal nog niet ingeburgerd in de verenigingssector, ook niet bij de grotere organisaties.

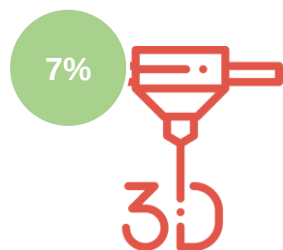


Gebruik van nieuwe technologieën
(in %)



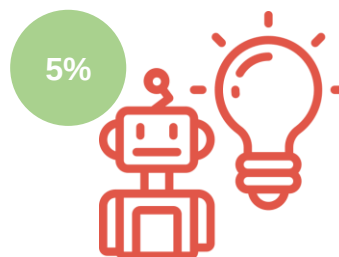
Virtual reality

ZG	G	K
18%	7%	5%



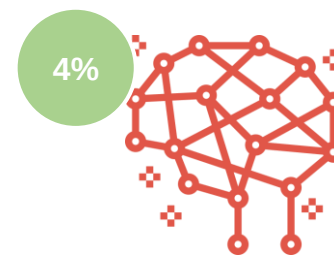
3D-printing

ZG	G	K
11%	7%	6%



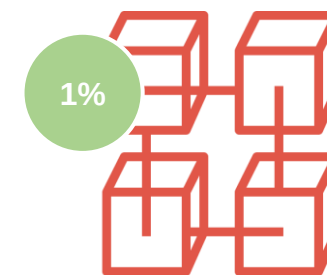
Robotics

ZG	G	K
10%	4%	4%



AI

ZG	G	K
9%	3%	3%



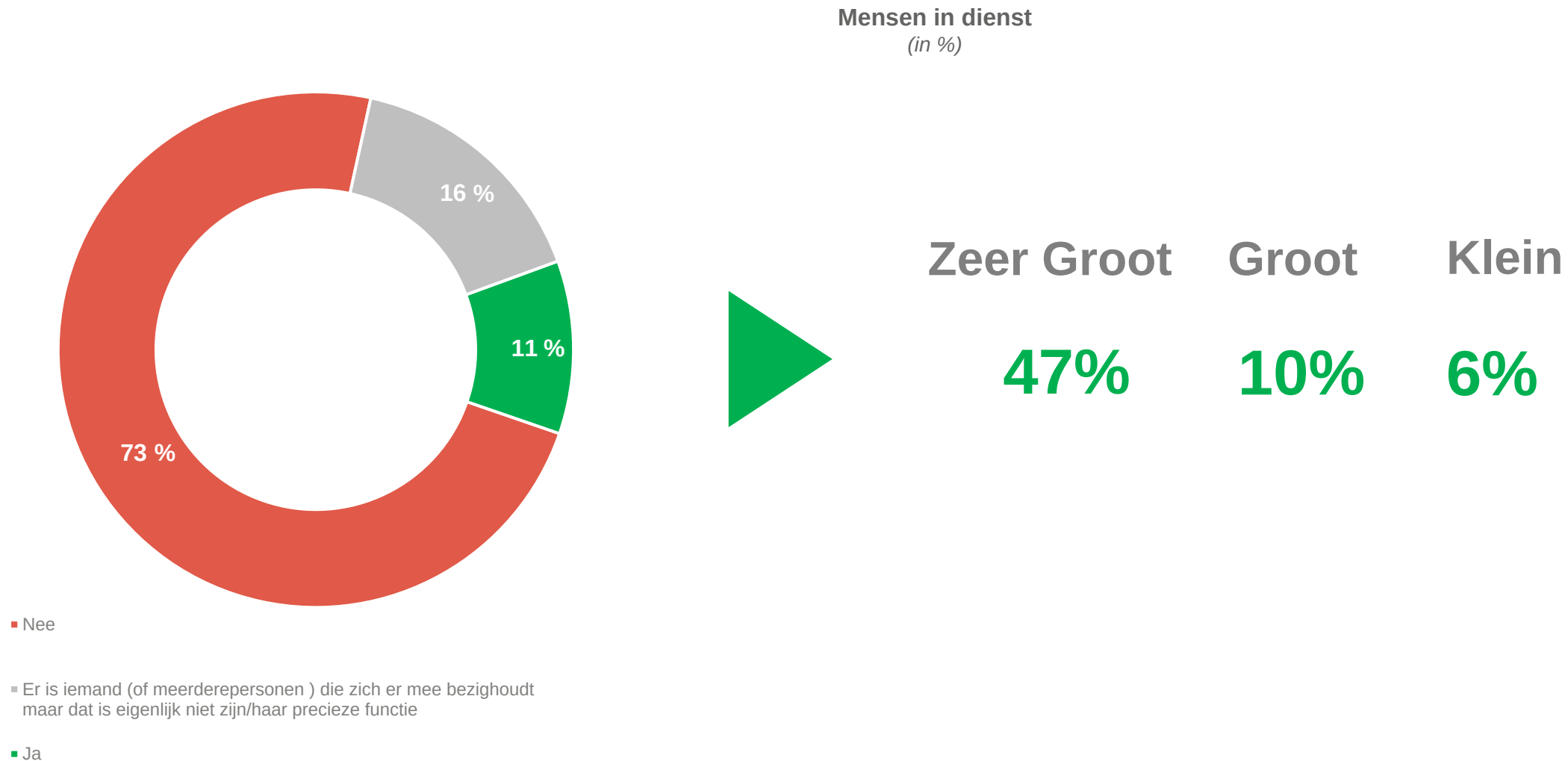
Blockchain

ZG	G	K
0%	1%	1%

V: "Gelieve aan te geven of u van volgende nieuwe technologieën al gebruik gemaakt heeft in uw organisatie."



7 op 10 verenigingen geven aan dat er niemand fulltime in dienst is voor digitalisering. Hoe groter de organisatie, hoe vaker dit wel het geval is.



V: "Zijn er mensen in dienst bij uw organisatie die zich fulltime engageren met digitalisering"

Opbouw van de maturiteitsniveaus



Gebruik van minstens 1 van volgende tools...

*Wifi, verwerkingstools,
server, e-mail, website,
facebook*

(+)

*Cloud, e-facturatie, intranet,
online vergadertools,
telewerk, sociale media*

(+)

*CRM, ERP, data-analyse, digital
fundraising, digital
feedbackloops, online
samenwerkingsplatformen, blog*

(+)

*Chatbots, VR, AI,
Robotica, 3D-printing,
blockchain*



Niveau 0



Niveau 1

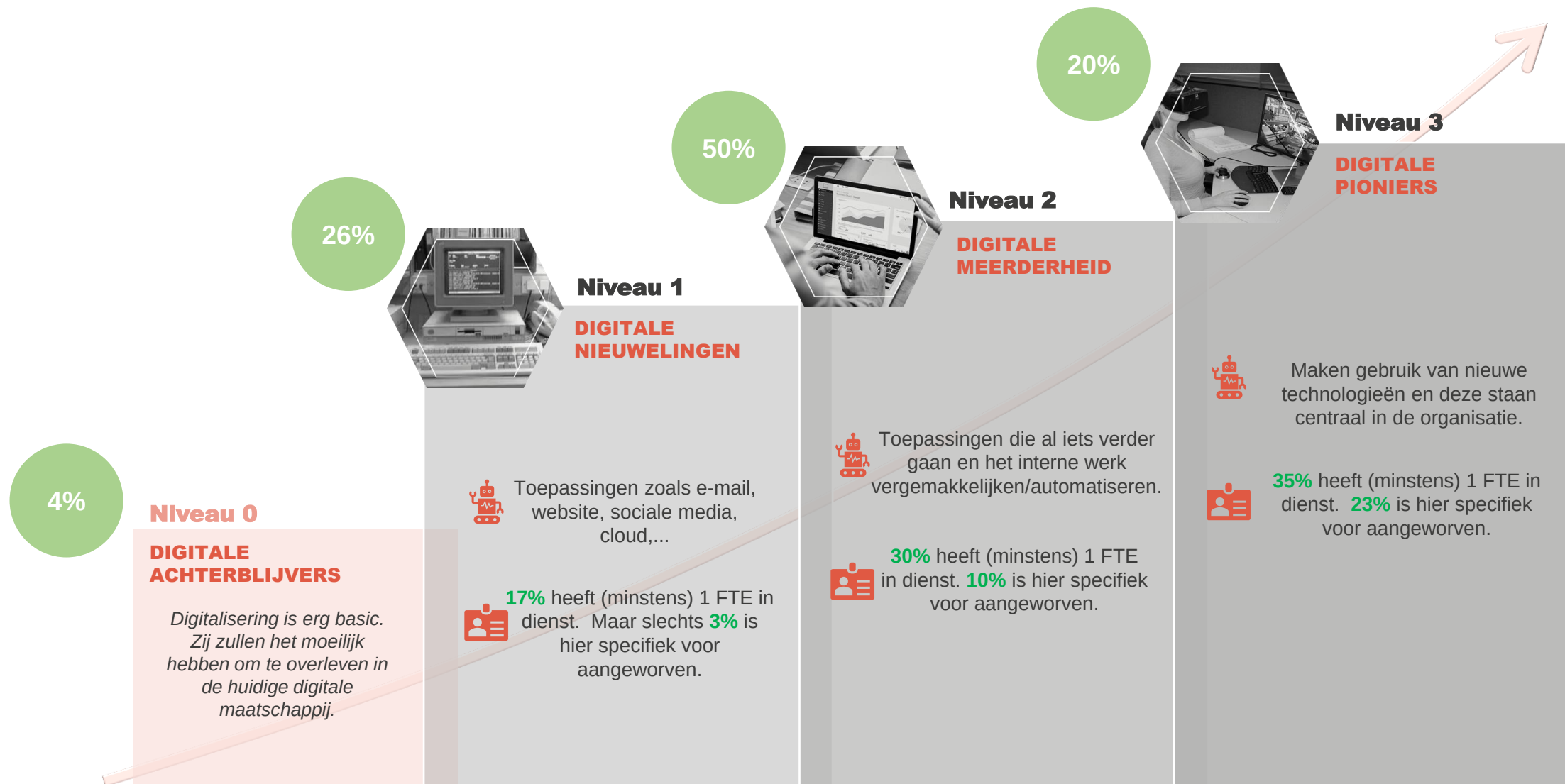


Niveau 2



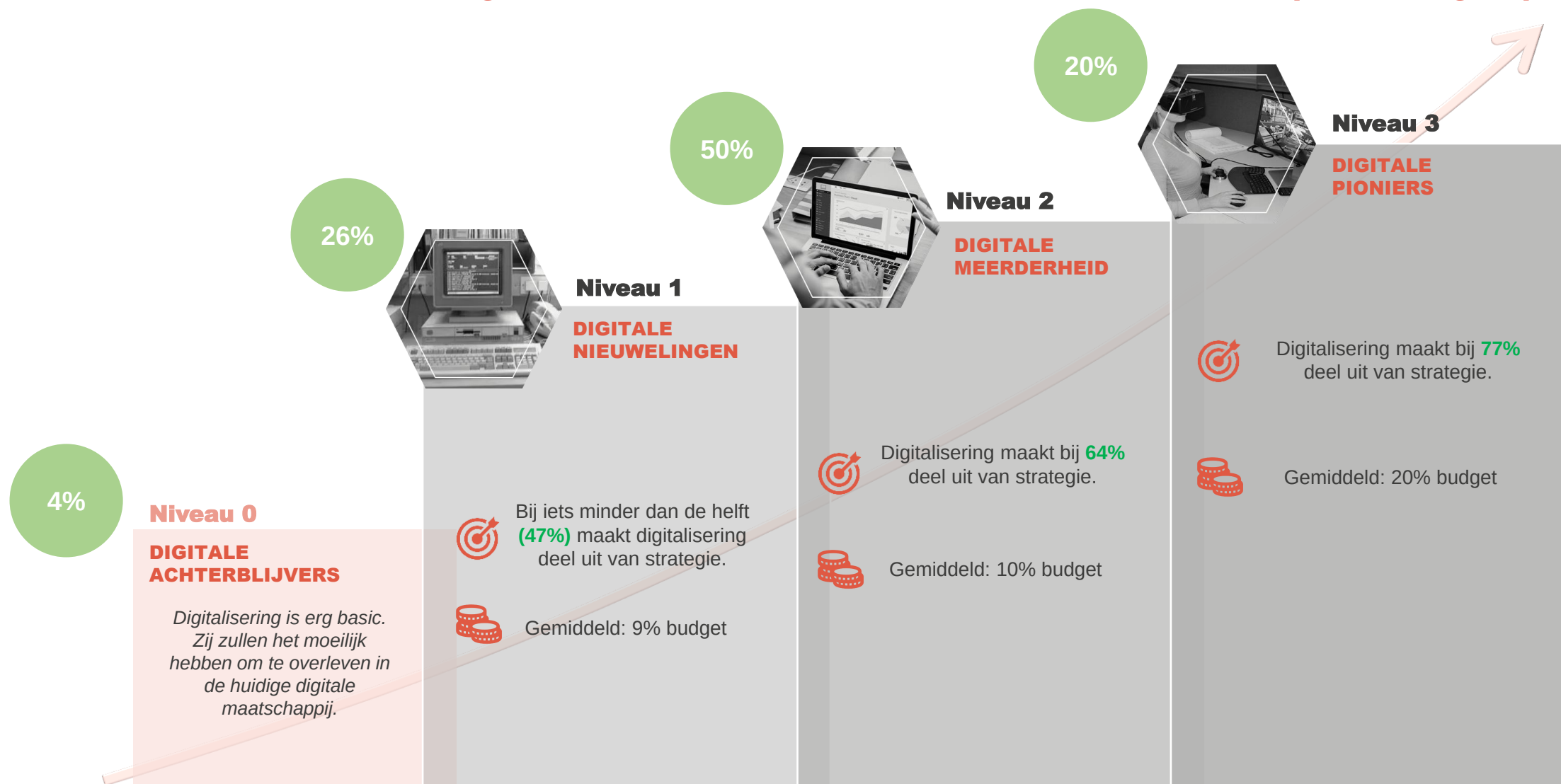
Niveau 3

Het gebruik van de verschillende tools uit zich in vier niveaus van maturiteit.
Elk niveau varieert in het gebruik van tools maar ook in visie, ownership en budget (1/2).

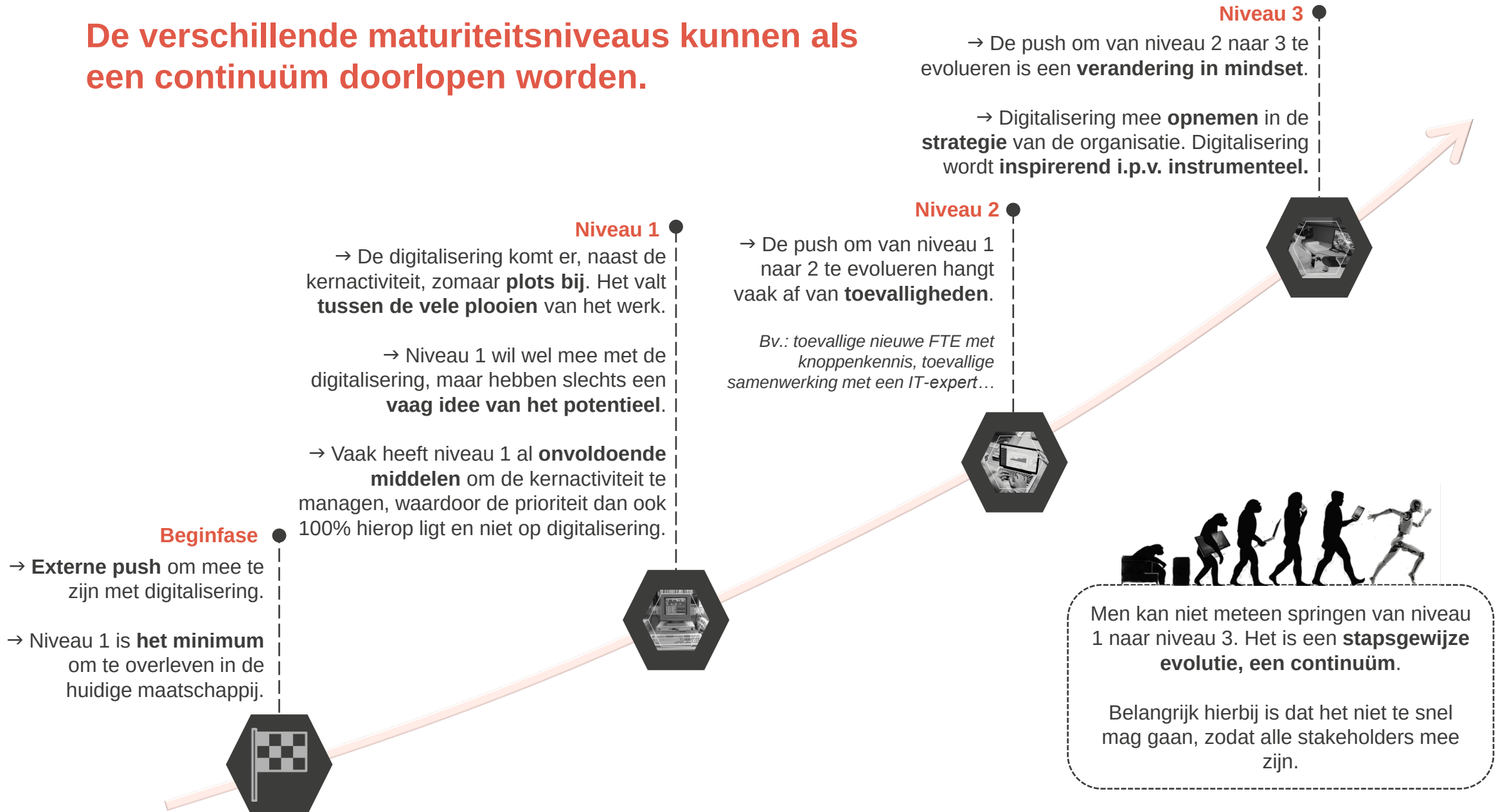


Het gebruik van de verschillende tools uit zich in vier niveaus van maturiteit.

Elk niveau varieert in het gebruik van tools maar ook in visie, ownership en budget (2/2).



De verschillende maturiteitsniveaus kunnen als een continuüm doorlopen worden.





De beperkte digitalisering van verenigingen in niveau 1 is puur instrumenteel en gedreven door externe noodzaak: “adapt or die”.



Niveau 1 DIGITALE NIEUWELINGEN

Digitalisering in de
organisatie



- **(H)erkennen het belang** van digitalisering, maar hebben een **theoretische, instrumentele invulling** ervan waardoor het voor verenigingen eerder een **noodzakelijk kwaad** is.
- De **interne kennis** is heel **beperkt** wat in combinatie met gebrek aan middelen en tijd maakt dat digitalisering **geen prioriteit** is.
- Het **minimum** van digitalisering wordt gedreven door **externe partijen**.



Enkele typische
voorbeelden

- Sturen interne en externe mails
- Website enkel als een ‘visitekaartje’
- Geen up-to-date apparatuur
- ...

“ *La digitalisation, c’est le non-matériel, 0 papier, 100% informatique, c’est l’avenir. [...] Ici, on va avoir besoin d’une structure de classement automatique, il n’y a rien du tout pour le moment.* »

“ *We hebben ook **geen enkele vorm van beleid** rond IT... Dat blijft hier een probleem om te kunnen investeren in goeie informatica.*”

Interne toevalligheden faciliteren een doorgroei naar niveau 2.



Niveau 2 DIGITALE MEERDERHEID

Digitalisering in de
organisatie



- Digitalisering blijft **theoretisch**, maar krijgt enige **prioriteit** op de agenda van de organisatie.
- Het **volledige potentieel** van digitalisering is **nog niet meteen zichtbaar**, het is nog eerder instrumenteel.
- **Evolutie** naar dit niveau vaak te danken aan **toevalligheden**.
- Het **algemene kennisniveau** blijft **beperkt en verzameld bij een paar enkelingen**.



Enkele typische
voorbeelden

- ERP & CRM-systemen
- Aparte “silo’s” waar gegevens staan opgeslagen, ze zijn dus nog niet geharmoniseerd
- ...

“ Ik en mijn collega's komen allemaal uit de privésector **toevallig**. We hebben meer ambitie dan het minimum noodzakelijke.

“ Maintenant, on **stabilise les fondations**, on les élabore un peu plus et quand cela sera fait, le but est de les **intégrer** pour vraiment répondre à nos besoins pratiques, pour vraiment faciliter les choses.

Inzicht in het volle potentieel van digitalisering zorgt voor het doorgroeien naar niveau 3: een strategie met digitalisering als kern staat hier centraal.



**Niveau 3
DIGITALE PIONIERS**

Digitalisering in de
organisatie



- Digitalisering maakt **deel uit van de kernstrategie van de vereniging**.
- Dit niveau wordt vooral gekenmerkt door een **verandering in mindset en visie**, wat het belang onderstreept van de mate waarin de **directie** ook overtuigd is van het potentieel van digitalisering.



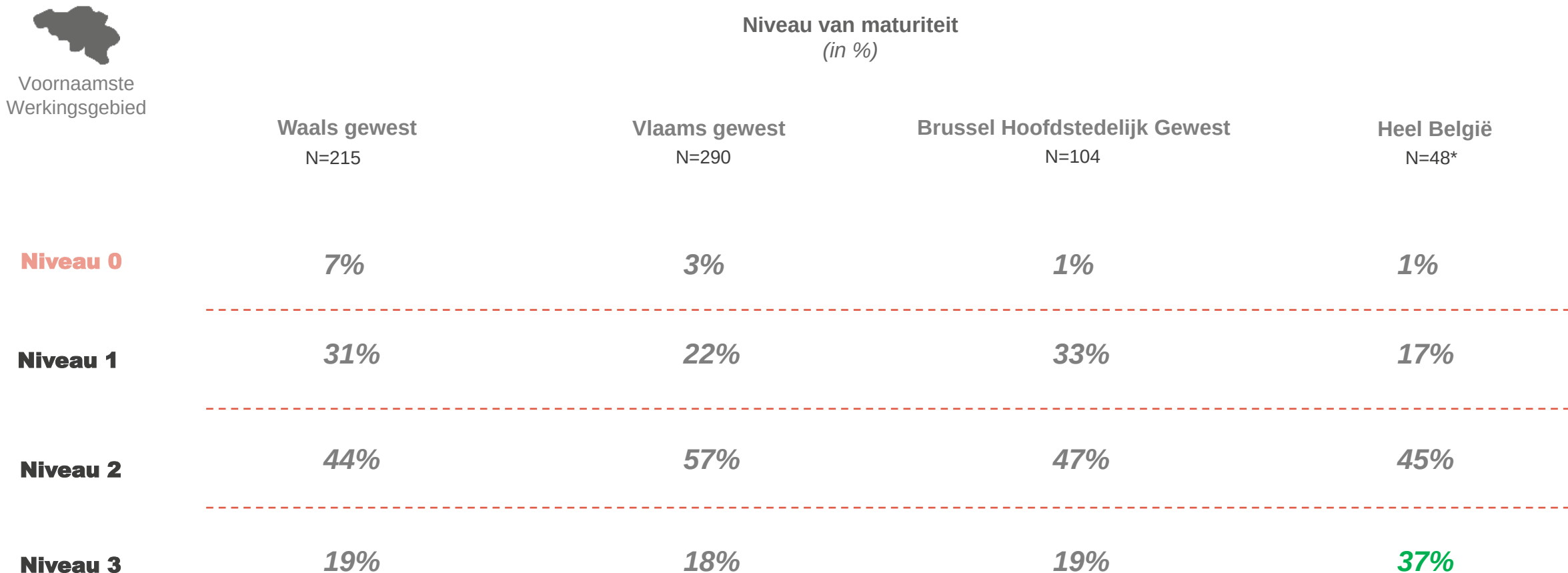
Enkele typische
voorbeelden

- Betrekken stakeholders bij het nagaan van de mogelijkheden van digitalisering voor de organisatie
- Tablet vervangt medische administratieve rompslomp volledig
- Experimenteren met nieuwe digitale tools, zoals bv. VR of 3D-printing
- ...

“ *Le digital fait partie de notre **cœur de métier**. C'est indispensable pour notre travail quotidien. C'est vraiment un **moyen pour réaliser notre stratégie**.* ”

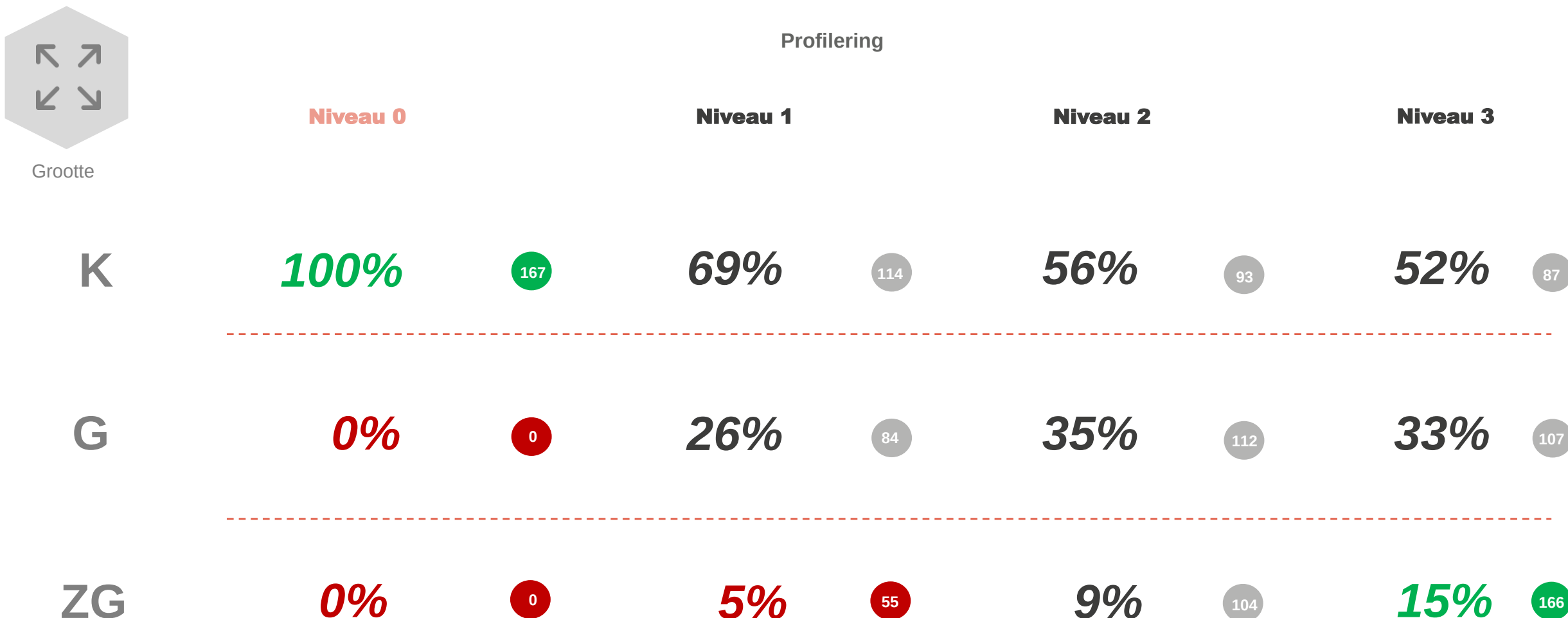
“ *We zijn er de laatste drie jaar op elk aspect mee bezig geweest. **Iedereen is mee**. Omdat we de **noodzaak** ervan hebben aangetoond. Niet enkel vanuit het financiële stuk, maar ook vanuit de **visie**.* ”

Verdeling van organisaties over de maturiteitsniveaus per Gewest waar ze voornamelijk actief zijn.



*Opgelet: kleine steekproef!

Niveau 3 bestaat, verhoudingsgewijs, meer uit zeer grote organisaties.



Ondervetegenwoordigd in vergelijking met hun totale aanwezigheid (index <= 80)

Oververtegenwoordigd in vergelijking met hun totale aanwezigheid (index >= 120)

Hoe deze index interpreteren: Deze index geeft aan in welke mate een bepaalde groep aanwezig is binnen een bepaald niveau in vergelijking met zijn totale aanwezigheid. Bijvoorbeeld: in de totale populatie is 9% van de organisaties zeer groot, binnen het niveau 3 is dit 15%. Zeer grote organisatie zijn dus met een factor van 1,6 meer aanwezig binnen niveau 3. Zo komen we tot een index van 166 ($15/9 \times 100$).



1

Maturiteitsniveaus in digitalisering

Gebruik van data

2

Kennis-gap per maturiteitsniveau

3

Mogelijke acties om de digitale maturiteit van de verenigingssector op te krikken.





Data worden voornamelijk gebruikt voor interne beweegredenen (voldoen aan wettelijke verplichtingen, rapportering en bijsturen van de eigen werking) en in minder mate om de werking naar andere stakeholders te verbeteren. De voornaamste barrières voor het gebruik van data zijn een gebrek aan expertise en financiële middelen. Ook de moeilijkheid om veilig om te gaan met data wordt aangehaald als barrière voor het gebruik van data.

Gebruik van data (in %)

Drivers (in %)

- 1** Voldoen aan wettelijke verplichtingen (86%)
- 2** Voor rapportering (85%)
- 3** Eigen werking bijsturen (83%)
- 4** Transparantie over werking creëren (75%)
- 5** Diensten te personaliseren (63%)

Barriers (in %)

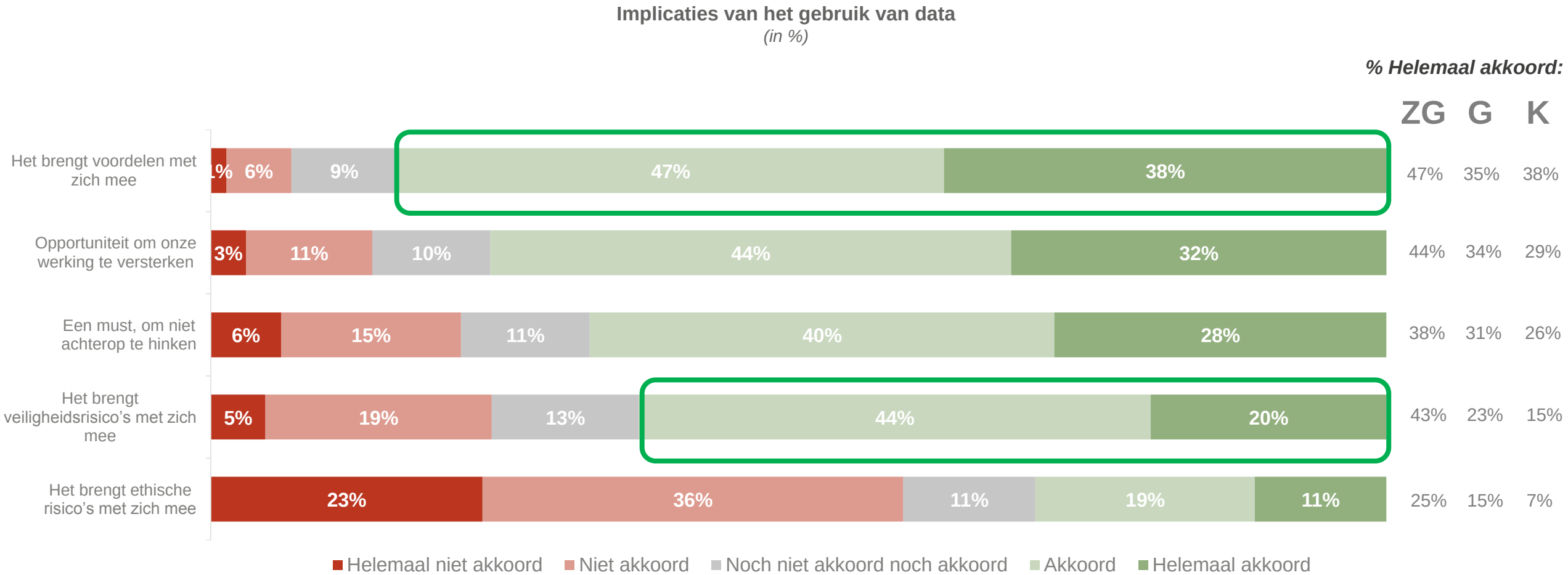
- 1** Expertise ontbreekt/te moeilijke IT-tools (33%)
- 2** IT-tools zijn te duur (19%)
- 3** Moeilijk veilig om te gaan met data (14%)
- 4** Tijdsgebrek (9%)
- 5** GDPR-conformiteit (9%)

V1: "Waarvoor wordt data in uw organisatie gebruikt?"

V2: "Wat zijn de belangrijkste obstakels die u ervaart bij het gebruik van data binnen uw organisatie?"



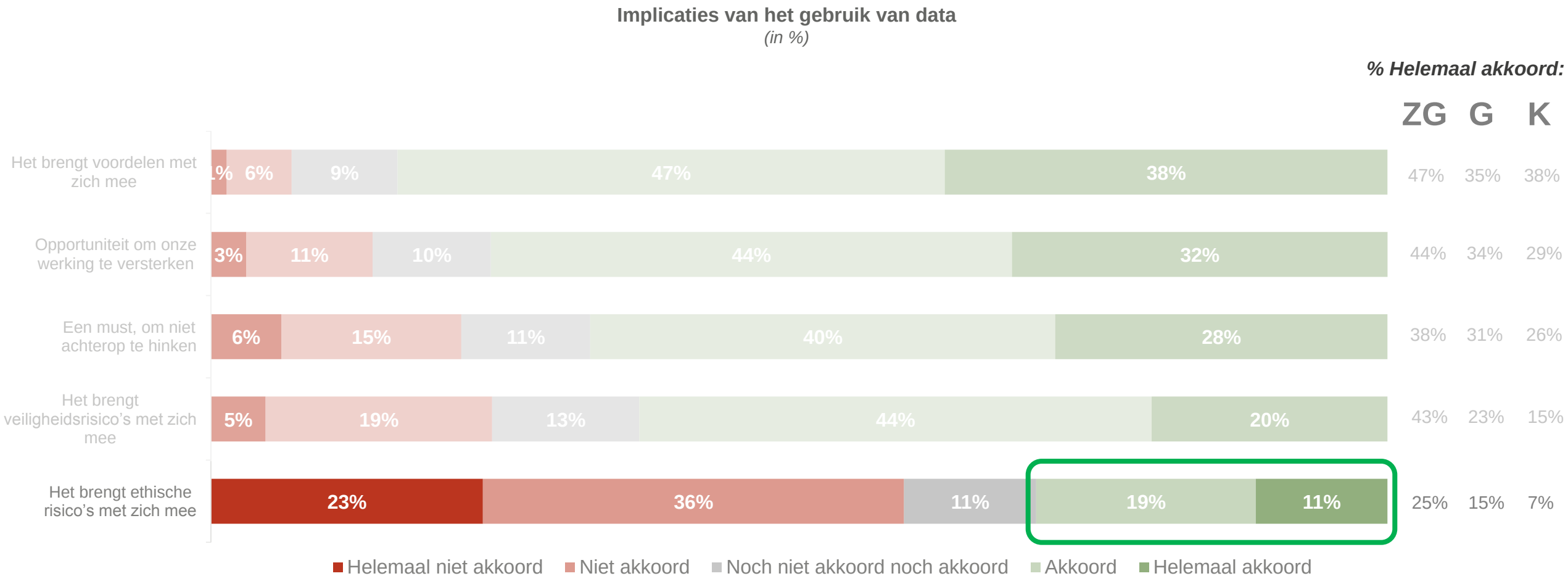
De meeste organisaties zien het nut van data in: 85% vindt dat het gebruik van data voordelen met zich meebrengt en 76% ziet er een opportuniteit in om de eigen werking te versterken. Bijna 7 op 10 verenigingen denken dat het gebruik van data noodzakelijk is om niet achterop te hinken. 6 op de 10 vinden echter ook dat het gebruik ervan veiligheidsrisico's met zich kan meebrengen.



V: "In welke mate gaat u akkoord met volgende uitspraken?"



Slechts 30 % van de organisaties geeft aan dat het gebruik van data ethische risico's met zich meebrengt. Sensibilisering omtrent het gebruik van data op een verantwoordelijke manier kan dus nut hebben.

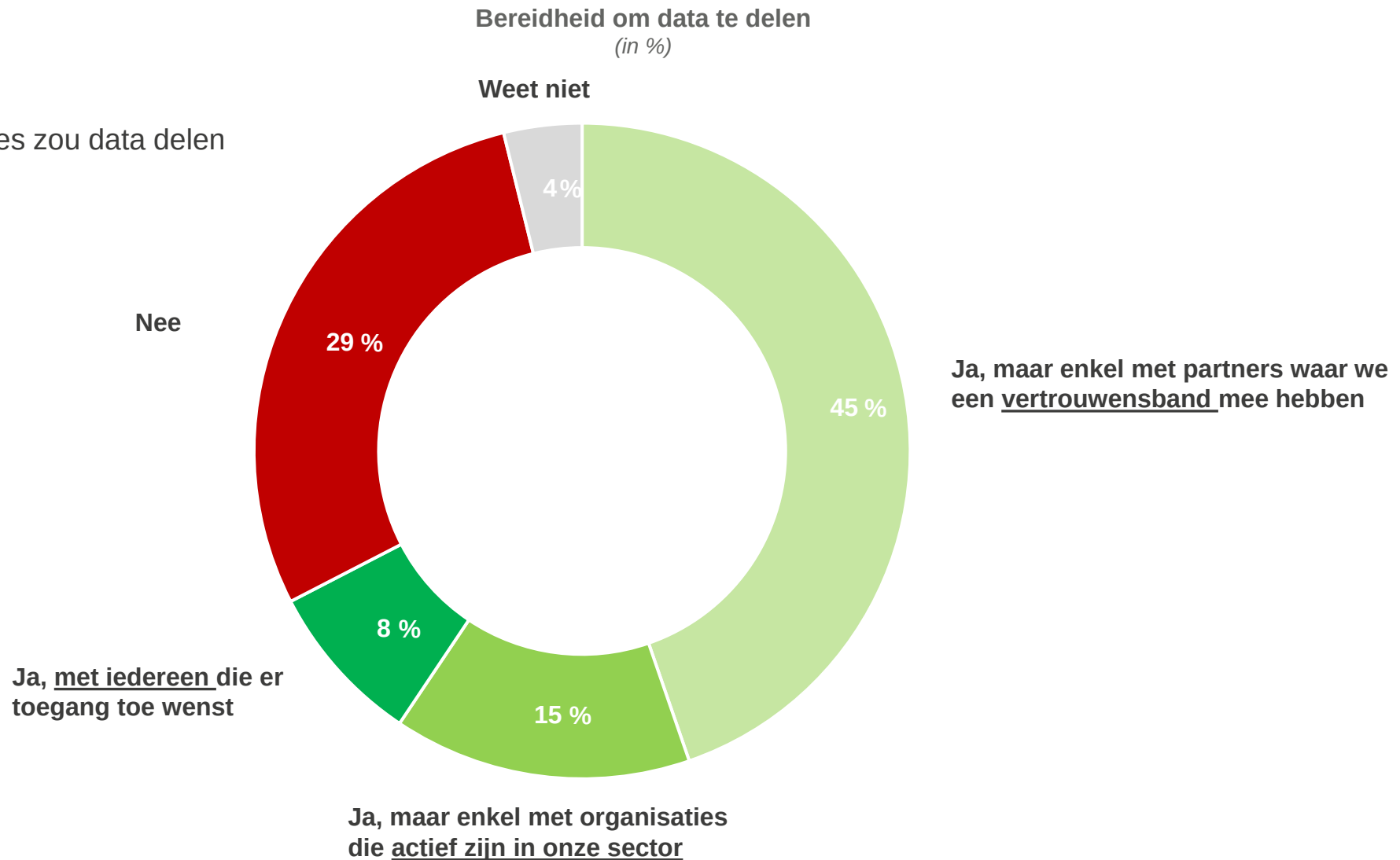


V: "In welke mate gaat u akkoord met volgende uitspraken?"

Bijna 7 op de 10 organisaties zijn bereid om data te delen met anderen. De meerderheid vindt een vertrouwensband met de andere partij echter vereist.



67% van de organisaties zou data delen met anderen.



V: "Zou uw organisatie bereid zijn om een deel van de geanonimiseerde data die uw organisatie verzamelt, te delen met anderen?"



1

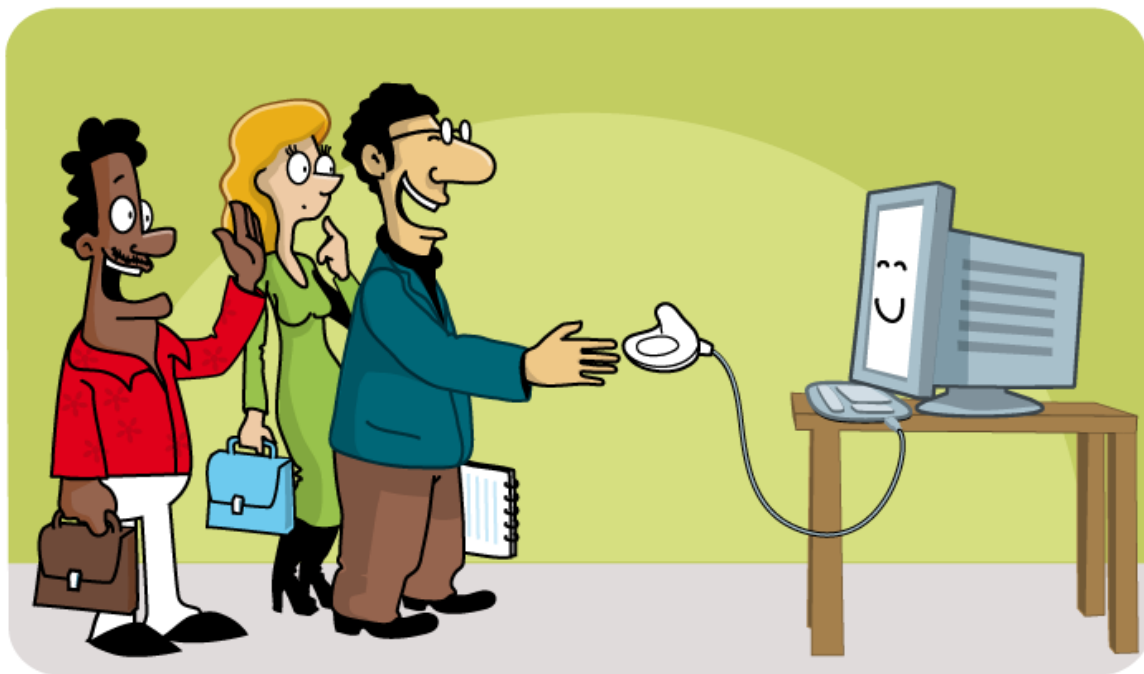
Maturiteitsniveaus in digitalisering

2

Kennis-gap per maturiteitsniveau

3

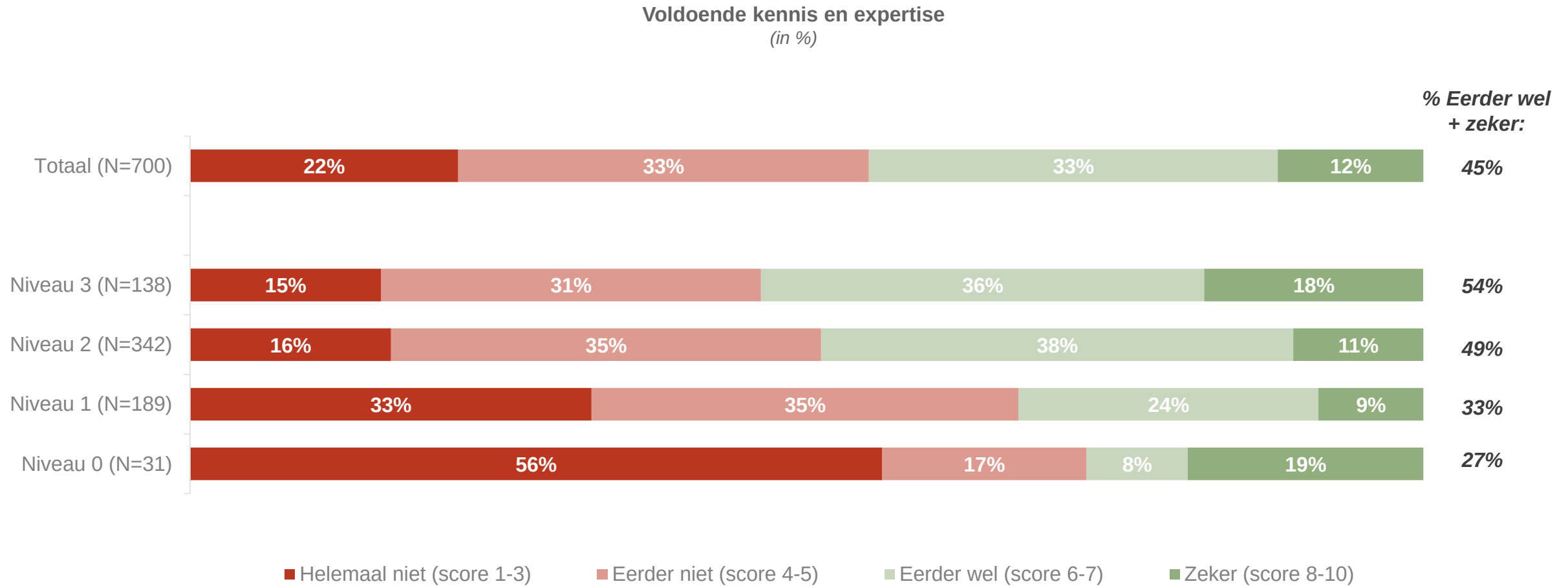
Mogelijke acties om de digitale maturiteit van de verenigingssector op te krikken.



“ *Er is een **lage digitale zelfredzaamheid in de sector.** Ze gaan het ook niet vinden als je ze laat ronddobberen...*



Slechts 45% van de verenigingen geeft aan te beschikken over voldoende kennis en expertise over digitalisering. Dit is vaker het geval voor verenigingen uit niveau 3 (52%) dan voor verenigingen uit niveau 0 (27%). Een gebrek aan kennis en expertise is dus voor een meerderheid van de verenigingen een uitdaging.

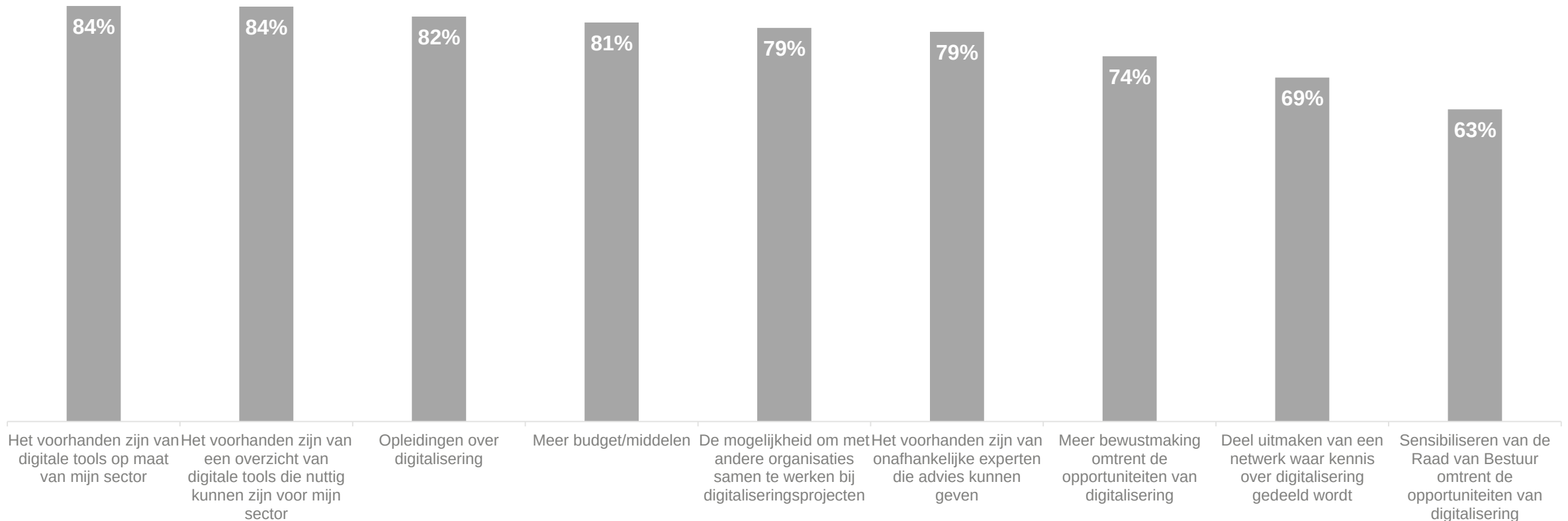


V: "In welke mate vindt u dat uw organisatie over voldoende kennis en expertise bezit over digitalisering en alles wat dit met zich meebrengt?"



Wanneer verenigingen een lijst wordt voorgeschoteld met mogelijke initiatieven die genomen kunnen worden om hen te ondersteunen in het digitale transformatieproces, dan blijkt dat zij vragende partij zijn voor een grote waaier aan diverse initiatieven.

Noden
(in % eerder + zeker wel)

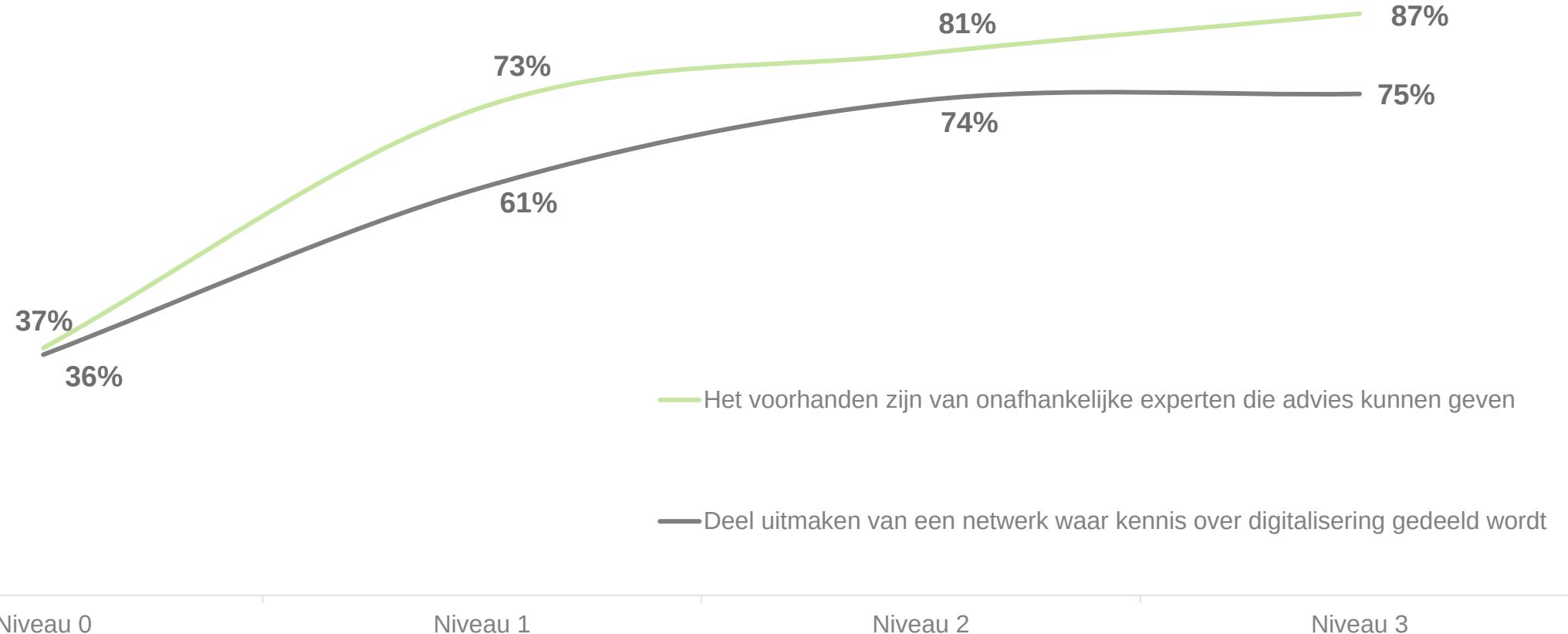


V: "Kan u aangeven in welke mate deze initiatieven zouden kunnen bijdragen aan de groei van digitalisering binnen uw organisatie?"

Hoe hoger het maturiteitsniveau, hoe meer er interesse is in advies van experts en het uitbouwen een breder ecosysteem.



Noden
(in % eerder + zeker wel)



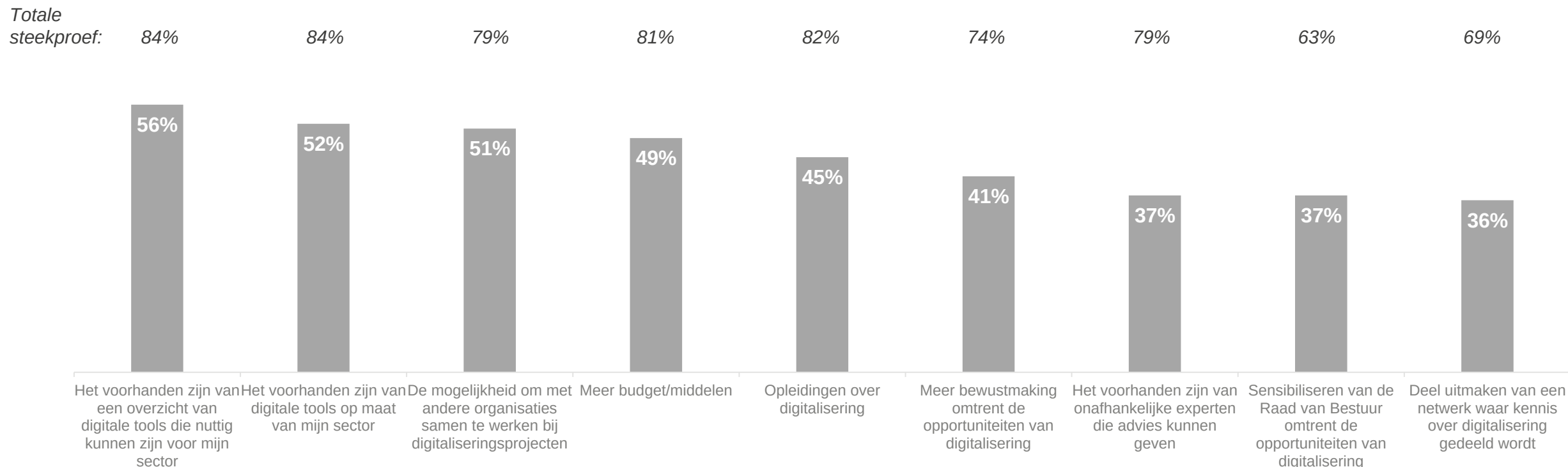
V: "Kan u aangeven in welke mate deze initiatieven zouden kunnen bijdragen aan de groei van digitalisering binnen uw organisatie?"

Organisaties in niveau 0 geven in veel mindere mate aan dat ze ondersteuningsnoden hebben bij het digitale transformatieproces. Een gebrek aan zicht op de mogelijke opportuniteiten van digitalisering, kan hierbij aan de basis liggen.



Noden
(in % eerder + zeker wel)

Niveau 0



V: "Kan u aangeven in welke mate deze initiatieven zouden kunnen bijdragen aan de groei van digitalisering binnen uw organisatie?"

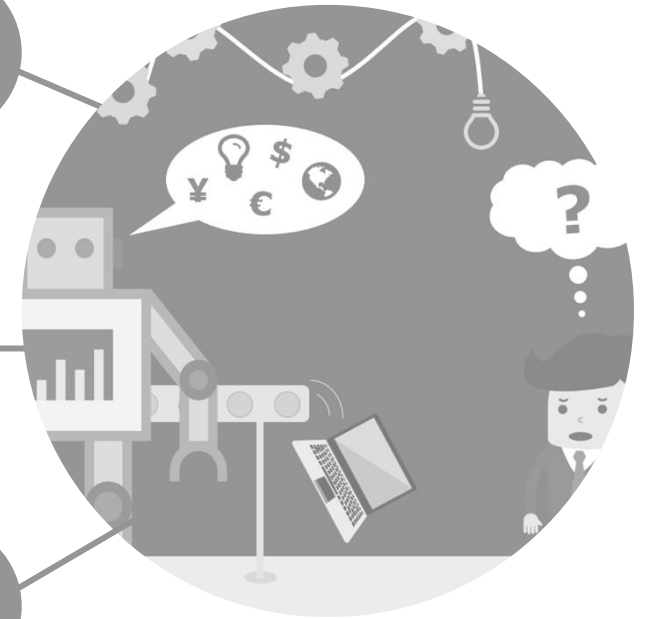


Een eerste belangrijke stap om de kennis-gap te dichten is diepgaand inzicht in de opportuniteiten van digitalisering voor de groei van verenigingen.

Verenigingen kunnen evolueren naar een volgend maturiteitsniveau wanneer ze zich **in toenemende mate bewust worden van de voordelen** van digitalisering.

Wanneer men in de “juiste mindset” zit, is het belangrijk om de **behoeften van de vereniging goed in kaart te brengen** en te kijken hoe digitalisering daarbij kan helpen. Niet elke vereniging heeft evenveel nood aan digitalisering en het type behoefte verschilt van vereniging tot vereniging.

Belangrijk is dus dat een budget voorzien voor digitalisering niet zomaar wordt besteed naar verschillende tools, maar eerst en vooral aan een **stappenplan om digitalisering verder uit te bouwen**. Kwaliteit gaat boven kwantiteit!



“ *Ce qui compte, ce n’est pas le volume, mais l’efficacité de ce qui est fait au fur et à mesure.* ”



De acties die ondernomen kunnen worden om de kennis-gap te dichten zijn afhankelijk van de graad van digitale maturiteit.





Verenigingen vinden niet altijd hun weg: het aanbod tools is zo groot dat het moeilijk is om er overzicht in te vinden en te weten welke tools er beschikbaar zijn, al dan niet specifiek voor de sector.

Verenigingen maken gebruik van een aantal tools, maar geven aan niet goed te weten welke tools er allemaal bestaan voor onderstaande toepassingen:



Intern gebruik

- Verwerkingstools zoals Word, Excel...
- Intranet en intern mailverkeer
- Telewerk



Communicatie

- Office 365
- Website
- Social media



Databeheer

- ERP-tool
- CRM-tool
- Google Documenten

“ Une petite association doit s'orienter vers les outils standards et se contenter **d'outils mal adaptés car sur le marché**, il existe peu d'outils adaptés au quotidien d'une asbl.

“

Wij gebruiken Salesforce. We zijn ermee beginnen werken om onze giftenbeheer bij te houden. We benutten uiteindelijk maar 10% van wat het programma kan. Maar we hebben nog nooit nagedacht om naar een alternatief te zoeken, omdat er **zoveel mogelijkheden** bestaan **waar we geen goed zicht op hebben**.



Bovenop een gebrek aan overzicht, zijn de beschikbare tools volgens de verenigingen niet of onvoldoende aangepast aan de werking van de verenigingssector.

*Er is onduidelijkheid over de bestaande tools: zijn deze betrouwbaar? Zijn deze betaalbaar?
Zijn deze aangepast op de behoeftes van een vereniging?*



Mix van planning & CRM

Verenigingen geven aan een **op-maat-gemaakte tool** voor de verenigingssector te missen, die zowel de **planning als CRM-gegevens** centraliseert.

“

*Een van mijn natte dromen is dat er **een specifiek voor non-profit CRM-pakket wordt ontwikkeld**. [...] als we nu eens met z'n allen daarop beginnen doorwerken en [...] ervoor zorgen dat de administratieve verplichtingen van de organisaties voor de overheid, de rapportage toestanden, dat ze dat gewoon in 1 trek uit die CRM kunnen halen. [...] Dat je dus kosten delend werkt door in een **open source context** te werken.*

Voorbeeld van dergelijke aangepaste tool voor de zorgsector



“

*Via de digitalisering willen we de mensen op de werkvloer bewustmaken dat als zij een bepaalde registratie niet doen, welk **effect** dat heeft op de **totale financiële situatie** van de voorziening.*



1

Maturiteitsniveaus in digitalisering

2

Kennis-gap per maturiteitsniveau

3

Mogelijke acties om de digitale maturiteit van de verenigingssector op te krikken.

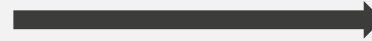


Afhankelijk van het maturiteitsniveau kunnen verschillende acties ondernomen worden om de verenigingssector te ondersteunen in de digitale transformatie (1/2).



Niveau 0 maakt enkel gebruik van de **meest basis online applicaties** (bijv. wifi, Outlook).

Mogelijke acties

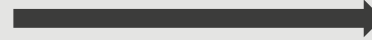


- Verenigingen **sensibiliseren** over het bestaan van tools.
- Verenigingen **bewust** maken van zowel de grote als vooral kleine **opportuniteiten** (quick wins) die digitalisering biedt.



Niveau 1 heeft een **lage knoppenkennis** en weet niet **welke tools** er beschikbaar zijn.

Mogelijke acties



- Verenigingen (proactief) bij de hand nemen en **aanreiken van tools**. Aantonen hoe men slim kan omgaan met **gratis** beschikbare tools.
- Dedicated persoon voor digitalisering aanduiden die verschillende verenigingen **coacht**.

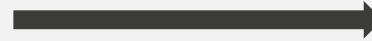


Afhankelijk van het maturiteitsniveau kunnen verschillende acties ondernomen worden om de verenigingssector te ondersteunen in de digitale transformatie (2/2).



Niveau 2's visie is gelijklopend met hun kennis. Ze **benutten** echter het **volledige potentieel van digitalisering niet**.

Mogelijke acties

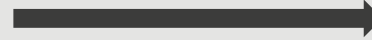


- **Inspireren** door delen van succesverhalen en bijstaan in het opbouwen van een digitale strategie.
- **Begeleiden** doorheen **technische overgang** om alle tools te harmoniseren.



Niveau 3 erkent het strategisch nut van digitalisering, maar mist **sparring partners** om verder te groeien.

Mogelijke acties



- **Brug** maken tussen verenigingen in de verenigingssector, **universiteiten en privébedrijven**.
- Ter beschikking stellen van **goede voorbeelden**
- **Samen tools ontwikkelen** – krachten bundelen



Organisaties uit niveau 3 zijn echt op zoek naar ‘next level’ initiatieven. Initiatieven waarbij ze kunnen leren van best practices en eventueel samen tools kunnen ontwikkelen.

Nuttige initiatieven

“

*Een forum waar concurrenten-collega's hun **story toelichten**; wat is de impact geweest? Wat is er goed gelukt, wat niet? Wat hebben soortgelijke organisaties reeds opgezet en wat kunnen wij daarvan leren?*

(Niveau 3)

“

Développer l'open source qui pour nous est une priorité.

(Niveau 3)

“

Kostensharing bij ontwikkeling van nieuwe tools (sector gebonden).

(Niveau 3)

“

*Coaching. Faire un audit, **envoyer un spécialiste**.*

(Niveau 3)

“

Samenwerking met onderwijsinstellingen die gespecialiseerde opleidingen aanbieden

(Niveau 3)

V: “Zijn er volgens u nog andere initiatieven die zouden kunnen bijdragen aan de groei van digitalisering binnen uw organisatie?”

KEY INSIGHTS

De meeste verenigingen zien de **relevantie en noodzaak van digitalisering**. Hoewel de concrete invulling ervan telkens verschilt, net zoals de manier waarop de organisatie met de uitdagingen omgaat, bestaat de **gemeenschappelijke behoefte aan kennis**.

1

Bijna elke vereniging ziet het belang en de relevantie van digitalisering maar naar **invulling** is er een **sterk verschil** in **niveau van maturiteit** tussen spelers in de verenigingssector.

2

De snelheid van evolutie in digitalisering stijgt exponentieel wat op elk maturiteitsniveau zorgt voor een **kennis-gap**.

3

De verenigingssector zou gebaat zijn bij ondersteuningsacties die zowel **inspirerend** als **informatief** zijn om de kennis-gap te helpen dichten.





Questions or feedback? Happy to help!

Céline Claus

Celine.claus@profacts.be
0477 35 92 04

Donaat De Pessemier

Donaat.depessemier@profacts.be
0497 89 63 56

Jolien De Baerdemaeker

Jolien.Debaerdemaeker@profacts.be
0472 02 67 03

Ypke Boudry

Ypke.Boudry@profacts.be
0473 62 29 29

