

DIGITALE INCLUSIE

WAT TERREINACTOREN ONS LEREN

2022

00

COLOFON

DIGITALE INCLUSIE. WAT TERREINACTOREN ONS LEREN.

Cette publication est également disponible en français sous le titre : Inclusion Numérique. Ce que les acteurs de terrain nous apprennent.

Een uitgave van de Koning Boudewijnstichting
Brederodestraat 21
1000 Brussel

AUTEUR

SIA Partners

COÖRDINATIE DOOR DE KONING BOUDEWIJNSTICHTING

Françoise Pissart, Directeur
Caroline George, Senior Project Coördinator
Quentin Martens, Senior Project Coördinator
Isabelle Fol, Project & Knowledge manager

Wettelijk depot D/2893/2022/09
Referentienummer 3849

Februari 2022
Met de steun van de Nationale Loterij

Deze uitgave kan (gratis) online gedownload worden van onze website

00

INHOUD

01

METHODOLOGIE & TYPE ORGANISATIES

1. 2 onderzoeksmethoden
2. Non-profit organisaties uit 3 gewesten
3. Recente activiteit, vaak niet de “Core Business”

02

NODEN MET BETREKKING TOT STRUCTURELE STEUN, EEN COHERENT BELEID EN SAMENWERKING

1. Nood aan structurele steun
2. Nood aan een coherent beleid
3. Nood aan ondersteuning vanuit koepelorganisaties
4. Nood aan samenwerking

03

NODEN MET BETREKKING TOT DE INTERNE WERKING VAN ORGANISATIES

1. Nood aan opleiding
2. Nood aan pedagogisch materiaal
3. Nood aan een passend wettelijk kader
4. Nood aan uitwisseling

04

NODEN MET BETREKKING TOT DE ONDERSTEUNING VAN DE DOELGROEP

1. Nood aan het wegwerken van een toegangsprobleem
2. Toegang tot essentiële digitale dienstverlening
3. Begeleiding op het vlak van vaardigheden

VOORWOORD

Sinds 2018 staat het thema Digitale Inclusie op de agenda van de Koning Boudewijnstichting. Wat begon met een eerste, algemene oproep om de problematiek en organisaties die rond dit thema werken in kaart te brengen, is uitgegroeid tot een belangrijke pijler binnen de activiteiten “Armoede en Sociale Rechtvaardigheid” van de Stichting.

Dankzij filantropische steun werden op vier jaar tijd 186 organisaties gesteund, goed voor een totaal bedrag van 13.468.714 € en 4.468 laptops. Daarnaast zet de Stichting in op het objectiveren en sensibiliseren rond dit thema, dankzij o.a. de Barometer Digitale Inclusie. Ook het versterken van organisaties door middel van uitwisselingen en het ter beschikking stellen van materiaal (123digit.be) staat centraal binnen de strategie.

Mede dankzij de coronacrisis werd 2020 werd het jaar van bewustwording rond digitale inclusie. Tal van acties werden geïnitieerd ter bevordering van de digitale vaardigheden van burgers en hun toegang tot internet of apparatuur (denk aan uiteenlopende initiatieven van scholen, bedrijven, overheden, relancemiddelen, ...).

Het leek ons dan ook noodzakelijk en opportuun om de balans op te maken en organisaties die een dossier indienden bij de stichting te bevragen over hun belangrijkste noden in hun werkzaamheden rond digitale inclusie. Deze organisaties spelen een cruciale rol in het begeleiden van – vaak kwetsbare – personen. Ze zorgen er immers voor dat hun digitale uitsluiting hun sociale uitsluiting niet verder versterkt.

Door middel van deze bevraging kunnen we de digitale inclusie activiteiten van de stichting verder afstemmen op de behoeftes op het terrein. Door het delen van deze resultaten hopen we ook andere actoren te inspireren in het uitwerken van activiteiten of beleid.

De Koning Boudewijnstichting

01 METHODOLOGIE & TYPE ORGANISATIES

1. 2 ONDERZOEKSMETHODES

1/ Online-enquête

- > Een online enquête van 47 vragen in 2 talen.
- > Combinatie van open en gesloten vragen
- > Enquête verstuurd naar 655 organisaties
 - 63% Franstalig
 - 37% Nederlandstalig
 - 186 organisaties waarvan het / de dossier(s) weerhouden werden bij een projectoproep van de stichting.
 - 469 organisaties waarvan het / de dossier(s) niet weerhouden werden bij een projectoproep van de stichting.
- > Responsgraad van 41% of 266 deelnemers
 - 64% Franstalig
 - 36% Nederlandstalig
 - 101 organisaties waarvan het / de dossier(s) weerhouden werden bij een projectoproep van de stichting.
 - 144 organisaties waarvan het / de dossier(s) niet weerhouden werden bij een projectoproep van de stichting.

+ 2/ Discussiegroepen per regio

- > 3 focusgroepen, 1 per regio.
- > 2,5 uur
- > 21 deelnemers
 - 7 Brussels Hoofdstedelijk Gewest
 - 9 Vlaanderen
 - 6 Wallonië

2. NON-PROFIT ORGANISATIES UIT 3 GEWESTEN

BOODSCHAP

91%

van de organisaties
zijn **non-profit organisaties**.

45%

van de organisaties zegt actief te zijn in
het **Brussels Hoofdstedelijk Gewest**,
40% in **Wallonië** en 35% in **Vlaanderen**.

69%

van de organisaties zegt dat zij op
gemeentelijk niveau actief zijn,
tegenover 51% op het niveau van
een bredere regio.

OP WELK TERRITORIAAL NIVEAU WORDEN DE ACTIES VAN UW ORGANISATIE OP HET GEBIED VAN DIGITALE INCLUSIE UITGEVOERD?

	BHG	WALLONIË	VLAANDEREN	TOTAAL
GEMEENTE	25%	25%	19%	69%
REGIO	20%	15%	16%	51%
	45%	40%	35%	

N = 195

3. DIGITALE INCLUSIE: VAAK EEN RECENTE ACTIVITEIT, NIET DE "CORE BUSINESS"

BOODSCHAP

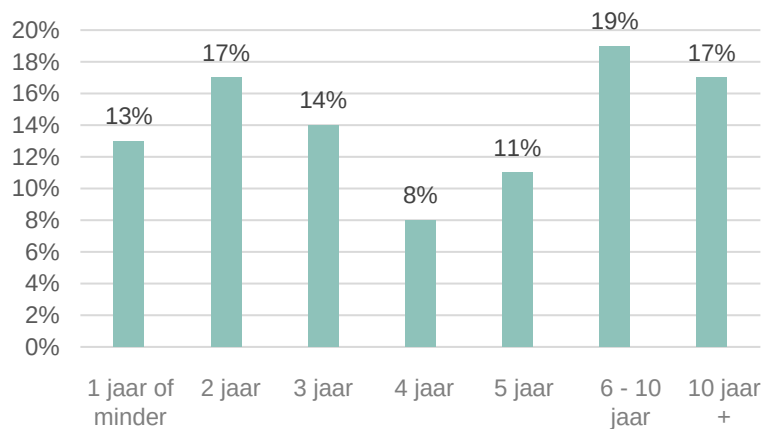
63%

van de organisaties heeft tussen **0 en 5 jaar ervaring op het gebied van digitale inclusie.**

68%

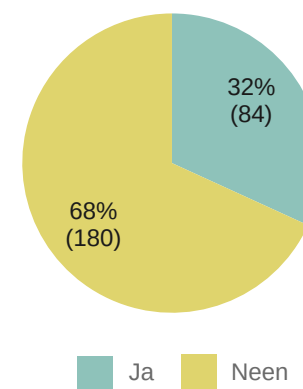
van de organisaties **beschouwt** zichzelf **niet als gespecialiseerd in digitale inclusie.**

HOE LANG IS UW ORGANISATIE REEDS ACTIEF ROND DIGITALE INCLUSIE?



N = 248

IS UW ORGANISATIE GESPECIALISEERD IN HET WERKEN ROND DIGITALE INCLUSIE ?



N = 264

02

NODEN MET BETREKKING TOT STRUCTURELE STEUN, EEN COHERENT BELEID EN SAMENWERKING

NODEN MET BETREKKING TOT STRUCTURELE STEUN, EEN COHERENT BELEID EN SAMENWERKING

BOODSCHAP

- De behoefte aan **structurele financiering** is **essentieel** om duurzame acties te kunnen ontwikkelen en aan te kunnen bieden.
- Daarnaast is er vraag naar, vaak lokale, **uitwisseling** tussen de verschillende organisaties die actief zijn op het gebied van digitale inclusie (bv. scholen, jongerencentra, OCMW's, arbeidsbureaus, opleidingscentra, digitale inclusie actoren, ...). Zo kunnen ook eventuele **partnerschappen** gevormd worden. Deze nood werd vaak gemeld tijdens de focusgroepen.
- Een meerderheid van de organisaties uit ook een matige tot sterke nood aan een **duidelijke visie en beleid** rond digitale inclusie binnen de regio waar men actief is.
- Ook van **koepelorganisaties** wordt verwacht dat zij een **visie rond digitale inclusie** ontwikkelen.

WELKE STRUCTURELE ELEMENTEN ZOUDEN UW ORGANISATIE IN STAAT STELLEN PERSONEN DIE DIGITAAL NIET MEEKUNNEN BETER TE ONDERSTEUNEN?



(1 = niet aanwezig, 5 = zeer aanwezig)

N = 265 (lijnen 1, 3, 4 en 5), 266 (lijn 2)

1. NOOD AAN STRUCTURELE STEUN

BOODSCHAP

Organisaties kaarten aan dat de digitale hulpverlening die ze aanbieden vaak **niet / weinig gefinancierd** maar ook **weinig erkend** wordt.

Dit terwijl het een begeleiding is die noodzakelijk gemaakt wordt door de **verdere digitalisering van dienstverlening**.

Organisaties hebben dan ook het gevoel werk te verrichten dat tot de **verantwoordelijk** hoort van **digitale dienstverleners**.

« Kleine vzw's krijgen onvoldoende financiële middelen en dreigen te moeten sluiten. Instanties zoals Le Forem en OCMW's doen wel beroep op ons omdat ze niet over de middelen of de competenties beschikken om personen op digitaal vlak te ondersteunen. »

Projectleider - FR



« In feite zorgen wij ervoor dat online diensten kunnen worden gebruikt. Wij doen het werk dat dienstverleners zouden moeten doen. En we worden er niet voor betaald.»

Projectleider - NL

« De digitale begeleiding die we aanbieden zou erkend moeten worden. We zorgen ervoor dat de bevolking toegang heeft tot “klassieke” dienstverlening die steeds meer gedigitaliseerd wordt. Het werk dat we verrichten is vaak onzichtbaar, we worden er niet voor erkend en ook niet voor betaald. »

Projectleider - FR

1. NOOD AAN STRUCTURELE STEUN

BOODSCHAP

Organisaties uiten een duidelijke nood aan meer **structurele** en **duurzame steun**.

Vaak werken organisaties rond digitale inclusie dankzij financiering die voort vloeit uit projectoproepen. De werking die opgezet wordt is dan de facto **tijdelijk**, waardoor er veel energie verloren gaat bij het opstarten en / of afronden van projecten.

« Projectoproepen focussen vaak op een specifiek project met betrekking tot digitale inclusie binnen organisaties. Jonge organisaties, die nog zoekende zijn, worden daardoor vaak financiering geweigerd.»

Projectleider - FR



« We beschikken niet over structurele, duurzame, financiering. Terwijl we het ene project uitvoeren moeten we al nadenken over het indienen van de volgende oproep. Het creëert onzekerheid.»

Projectleider - FR

"Structurele financiering zou een grote hulp zijn voor onze dienst, die al verscheidene jaren functioneert op basis van ad hoc oproepen tot het indienen van projecten en daardoor in onzekerheid en instabiliteit verkeert over de mogelijkheid om onze opleidingsactiviteiten voort te zetten en de banen van de opleiders te behouden."

Projectleider - FR

1. NOOD AAN STRUCTURELE STEUN

BOODSCHAP

Zeker aan Franstalige zijde wordt ook gemeld dat het statuut van 'digitale helper' **onder gefinancierd** is. Dit zorgt voor veel onstabiliteit op het vlak van tewerkstelling en veel verloop binnen organisaties.

Organisaties ervaren dat er, dankzij de coronacrisis, meer bewustwording gecreëerd is rond de thematiek. Bijkomende middelen werden vrijgemaakt. Men vreest echter dat de financiering zal wegvallen **op langere termijn**.

« Het beroep wordt slecht erkend, opleiders worden slecht betaald, banen zijn onzeker, wat wijst op een structureel financieringsprobleem.»

Projectleider - FR



« Het beroep van 'digitale helper' is een werkelijk kwetsbaar beroep. De jaarlijkse turnover in de sector is gigantisch.»

Projectleider - FR

« Dankzij covid-19 werd er meer financiering mogelijk. Maar ik vrees dat het 'one shot' initiatieven zijn.»

Projectleider - NL

2. NOOD AAN EEN COHERENT BELEID

BOODSCHAP

De vraag rond meer structurele ondersteuning hangt samen met een vraag rond een **gecoördineerd beleid en een duidelijke visie** rond digitale inclusie in de regio waar men actief is.

Ook is het van belang dat er rond dit beleid duidelijk **gecommuniceerd** wordt.

« Gekwalificeerde én pedagogische digitale helpers die zich op het niveau van de doelgroep kunnen plaatsen. Ze zouden kunnen betaald worden vanuit de regio of de gemeente en kunnen worden gedetacheerd bij structuren die een vorming willen bieden aan hun publiek. »

Projectleider - FR



"Het Plan van Brussel is niet bij iedereen gekend. De organisaties weten niet wat er in de andere gemeenten wordt gedaan. »

Projectleider - FR

2. NOOD AAN EEN COHERENT BELEID

BOODSCHAP

Van een gecoördineerd beleid verwachten organisaties ook volgende voordelen:

- Betere **identificatie** van verschillende digitale inclusie **actoren / initiatieven** op één territorium.
- Betere **identificatie** van digitale inclusie **opportuniteiten** (Bv. beschikbare ruimtes, te gebruiken hardware, het delen van pedagogisch materiaal, financieringsmogelijkheden) op één territorium.
- Het tot stand brengen van **samenwerkingen** tussen lokale actoren.
- Het **luisteren** naar **signalen** van op het terrein, maar ook naar de **betrokken doelgroep**, opdat structurele oplossingen uitgewerkt kunnen worden.



« We hebben partnerschappen nodig om signalen af te geven aan politici, om structurele problemen aan te pakken.»

Projectleider - FR

« Er is nood aan gecoördineerde actuele informatie over het bestaande digitale aanbod en de toegankelijkheid ervan voor het publiek. »

Projectleider - NL

« De deelname van de gebruikers zelf is nu zeer beperkt: er wordt vooral gepraat over, niet met hen, dit zowel bij signalen, als ontwikkeling tools/apps,.... »

Projectleider - FR

-
- « Het is belangrijk om een overzicht te hebben op zowel wijk-, stedelijk-, vlaams- als federaal niveau :
- 1) signalen: bundeling + wie welke signalen (samen) aan kaart aan beleid/diensten
 - 2) overzicht van organisaties: waar actief, wie doet wat. Mediawijs doet hierin al veel en super goed werk.»
-

Projectleider - NL

3. NOOD AAN ONDERSTEUNING VANUIT KOEPELORGANISATIES

BOODSCHAP

56%

van de organisaties is lid van een of meer overkoepelende organisaties en/of federaties.

40%

van hen vindt dat deze **matig actief zijn op het gebied van "digitale inclusie"**.

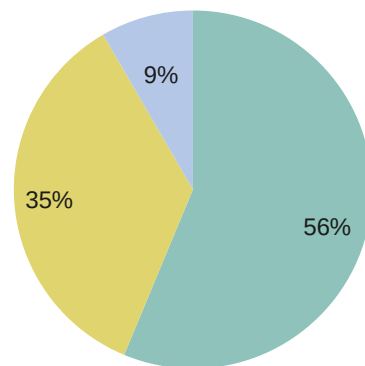
34%

van de organisaties vindt dat hun koepelorganisatie **eerder of helemaal niet actief** is rond dit thema.

26%

vindt dat zij **redelijk of zeer actief zijn**.

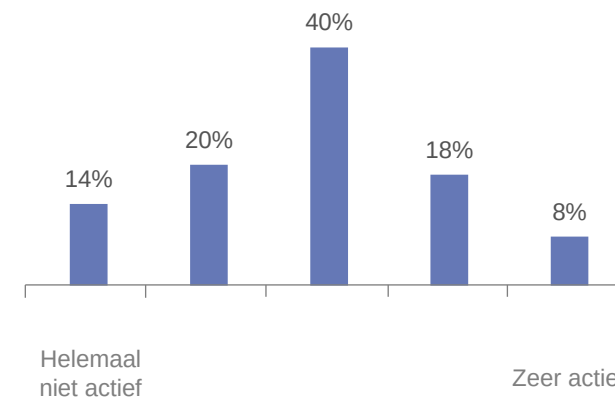
IS UW ORGANISATIE LID VAN EEN OVERKOEPELENDE ORGANISATIE/FEDERATIE?



Ja Neen Ik weet het niet

N = 263

INDIEN JA, IN WELKE MATE ZIJN ZIJ ACTIEF ROND HET THEMA "DIGITALE INCLUSIE"?



N = 184

3. NOOD AAN ONDERSTEUNING VANUIT KOPELORGANISATIES

BOODSCHAP

Op het vlak van digitale inclusie zouden deze koepelorganisaties/- federaties bijvoorbeeld kunnen helpen bij:

- Het uitwerken van een **alomvattende aanpak** rond digitale inclusie voor de sector, opdat organisaties deze kunnen **overnemen en implementeren**;
- **financiële steun** voor de sector verbeteren **of de aandacht trekken op financiële** opportuniteiten (bv. verzamelen van informatie rond projectoproepen);
- het behartiging van de **belangen** en **eisen** van **organisaties**, de **communicatie** en **promotie hierrond**;
- organisaties **inspireren** en **ondersteunen** in het uitwerken of toepassen van hun methodologieën (bv. aangeboden digitale begeleiding);
- **partnerschappen** tot stand brengen binnen de sector en de **uitwisseling van goede praktijken** en **pedagogisch materiaal** bevorderen;
- het ontwikkelen van een toegankelijk **platform** waar **lessons learned, good practices en materiaal gedeeld worden**, met een focus op de noden van specifieke doelpublieken waar de sector mee werkt;
- organiseren van **opleidingen** voor het personeel van organisaties rond digitale inclusie,
- **schaalvoordelen** mogelijk maken met betrekking tot de **toegang tot apparatuur** (computers, wifi-toegang, terbeschikkingstelling van lokalen).

« Koepelorganisaties zouden meer kunnen doen om toegang tot internet en gepaste toestellen voor onze cliënten te kunnen garanderen en ze zouden een kader/visie/actieplan kunnen ontwikkelen om de digitale kloof te verkleinen.»

Projectleider - FR



« In eerste instantie is het belangrijk voor ons dat we weten welke ondersteuning er bestaat en op wie we kunnen beroep doen voor ondersteuning voor de gebruikers en de personeelsleden van onze organisatie.»

Projectleider - NL

« Het zou handig zijn om meer ondersteuning op het vlak van blended hulpverlening te kunnen verkrijgen.»

Projectleider - NL

3. NOOD AAN ONDERSTEUNING VANUIT KOEPELORGANISATIES

« Ze zouden eventueel ‘mobiele digitale helpers’, die zowel kennis hebben van digitale tools en hulpverlening, kunnen inschakelen. Zij zouden kunnen rond gaan bij verschillende lokale organisaties om het doelpubliek te begeleiden. »

Projectleider - FR

« Voorzien in een persoon die instaat voor het onderhoud van het materiaal binnen de organisaties.»

Projectleider - NL

« Niet al onze collega's hebben dezelfde vaardigheden in het gebruik van digitale technologieën. Het zou goed zijn als ideeën en opleidingen binnen de hele sector konden worden uitgewisseld.»

Projectleider - FR

« Ze zouden partnerschappen tot stand kunnen brengen tussen organisaties en sociale economie actoren.»

Projectleider - FR



« Het werven van vrijwilligers zou door een koepel kunnen gebeuren.»

Projectleider - FR

« Vanuit een lokaal bestuur gezien, is het eerder een rol die opgenomen moet worden door de regio.»

Projectleider - NL

« Zij zouden aanhoudende signalen rond digitale inclusie kunnen ontwikkelen en kennis over de ervaring van mensen die in armoede leven met betrekking tot digitale uitsluiting kunnen overdragen aan beleidsmakers.»

Projectleider - NL

« Een globale aanpak rond digitale inclusie voor de sector zou uitgewerkt en gedeeld moeten worden.»

Projectleider - NL

« De FFEDD vervult deze rol en biedt vormingen aan voor digitale helpers.»

Projectleider - FR

« We steken nu wel vrij veel tijd in het continu zoeken naar nieuwe subsidies of schenkingen om zo veel mogelijk mensen te kunnen blijven helpen. Misschien kan de koepelorganisatie een rol opnemen om dit structureler aan te pakken? »

Projectleider - FR

4. NOOD AAN SAMENWERKING

BOODSCHAP

De nood aan **meer samenwerking** met andere organisaties is een duidelijke nood:

- Samenwerkingen met organisaties **gespecialiseerd in digitale inclusie**, die ook inzicht hebben in de methodieken van sociale begeleiding – met als doelstelling meer kennis te verwerven over het geven van digitale hulpverlening;
- Samenwerkingen met **koepelorganisaties** – zie vorige slide;
- Samenwerkingen met **partnerorganisaties** – om de visie rond digitale inclusie maar ook de kennis, praktijken, pedagogische tools en begeleiding van specifieke doelgroepen te laten doorstromen;
- Samenwerkingen met verschillende types organisaties **binnen één specifiek territorium** – met als doelstelling een beter zicht te krijgen op wie actief is rond deze thematiek binnen één regio, uit te kunnen wisselen, het doelpubliek toe te kunnen leiden of **doorverwijzen** naar organisaties.

« Coördinatie van actuele informatie over het bestaande digitale aanbod en de toegankelijkheid ervan voor het publiek.»

Projectleider - NL



« Ideeën, ervaringen en tools dienen gedeeld materiaal te worden zodat de toegankelijkheid ervan breder wordt en de zoektocht naar bepaalde zaken verkort wordt.»

Projectleider - NL

« Het is gemakkelijk om verdwaald te raken in de verschillende organisaties die zich bezighouden met digitale inclusie, en het is noodzakelijk om de verschillende beschikbare subsidies in het oog te houden.»

Projectleider - FR

03 NODEN MET BETREKKING TOT DE INTERNE WERKING VAN ORGANISATIES

NODEN MET BETREKKING TOT DE INTERNE WERKING VAN ORGANISATIES

BOODSCHAP

Organisaties uiten een duidelijke nood aan **bijscholing** voor 'digitale helpers' en aan meer **educatieve instrumenten**.

De behoefte aan een adequaat **rechtskader** voor begeleiding bij de **toegang tot essentiële diensten** blijkt in de enquête het minst belangrijk te zijn. Veel deelnemers aan de focusgroepen hechtten hier echter groot belang aan.

WAT ZIJN DE INTERNE BEHOEFTE VAN UW ORGANISATIE OP HET VLAK VAN DIGITALE INCLUSIE?

SCHAAL VAN 1 TOT 5 (1 = ONBESTAAND, 5 = STERK AANWEZIG)



N = 265



« Als onderdeel van ons gemeenschapswerk ondersteunen vrijwilligers bezoekers die gevoelige vragen hebben over privacy. Zij krijgen een opleiding over dit onderwerp en ondertekenen een document over de plicht tot discretie,... Vrijwilligers stuiten bij open toegang voortdurend op privé-informatie. Het verzoek om hulp van de bezoeker is onze prioriteit.»

Projectleider - NL

1. NOOD AAN OPLEIDING

BOODSCHAP

51%

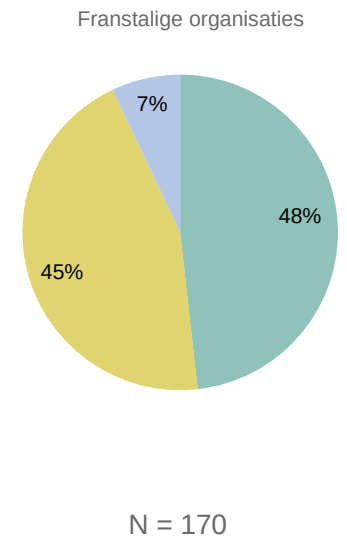
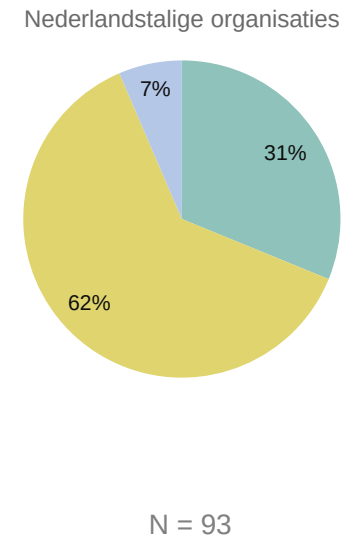
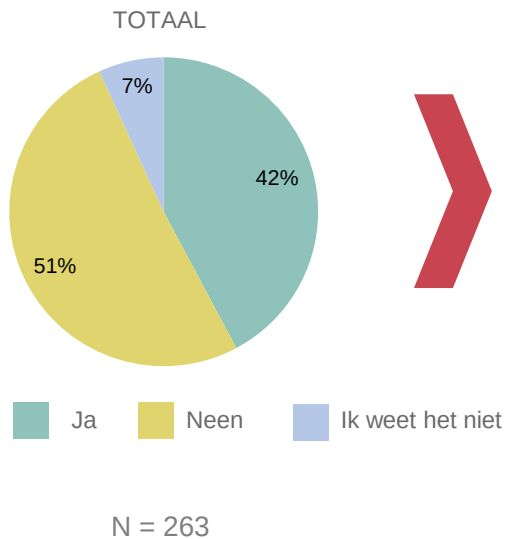
van de organisaties heeft nog **nooit** een **opleiding** rond digitale inclusie voor hun 'digitale helpers' georganiseerd.

48%

van de **Franstalige organisaties** meldt dat hun medewerkers **al een opleiding hebben gevolgd**, tegenover **31%** van de **Nederlandstalige organisaties**.

Volgende **opleidingsactoren** worden spontaan vermeld: 123 Digit, LabSET/ PMTIC, Technofutur, CerTICa, 4S Fund, Digitale reizigers, Digitale Openbare Ruimten.

HEBBEN DE 'DIGITALE HELPERS' IN UW ORGANISATIE OOI DEELGENOMEN AAN EEN OPLEIDING OM EEN DIGITAAL KWETSBAAR DOELPUBLIEK BETER TE ONDERSTEUNEN?



1. NOOD AAN OPLEIDING

BOODSCHAP

Er is een nood aan pedagogische opleidingen: **leertechnieken** en **didactische tools**, eventueel afgestemd op specifieke **doelgroepen** (bv. Senioren, laaggeletterde personen, personen met een handicap, ...).

Idealiter houden deze opleidingen ook rekening met zowel **online** als **offline leeromgevingen**.

Ook aan opleidingen en instrumenten die de **detectie van digitale moeilijkheden** mogelijk maken is nood.



« Ik oefen het lesgeven met mijn collega's, maar het begeleiden van senioren vereist echte pedagogie.»

Projectleider - FR

« Het is moeilijk te weten welke moeilijkheden de burgers ondervinden. In het begin van de begeleiding komen slechts enkele moeilijkheden aan de oppervlakte; naarmate we verder gaan, ontdekken we belangrijkere en onderliggende problemen.»

Projectleider - FR

« Een beter inzicht krijgen in de fasen van de ontwikkeling van digitale vaardigheden.»

Projectleider - NL

« We moeten leren hoe we het niveau van de begunstigde kunnen vaststellen. Op de schaal van behoeften: wat zijn de belangrijkste behoeften? Welke leerstof komt voor welke andere, enz.»

Projectleider - NL

1. NOOD AAN OPLEIDING

BOODSCHAP

Verder melden sommige organisaties ook de nood aan **bijscholing** van digitale helpers zelf. Ook zij moeten hun digitale vaardigheden kunnen verbeteren, variërend van **vaardigheden** rond software (bv. Word, PPT, teams, ...) tot het onderhouden van zowel **soft** als **hardware**.

Ook bestaat de nood aan **structurele maatregelen wat opleidingen** betreft: zowel het certificeren van opleidingen, het beschikken over tijd om opleidingen te kunnen volgen die via een webinar formule of via gedetacheerde trainers worden gegeven.



« Het is noodzakelijk dienstverlenende functies voor IT-specialisten in de overheidssector te ontwikkelen en ARC Asbl te vragen mensen op te leiden tot IT-specialisten in de overheidssector. »

Projectleider - FR

«Gekwalificeerde digitale begeleiders met pedagogische vaardigheden die kunnen doordringen tot het niveau van mensen die willen leren. Zij zouden door de regio/gemeente kunnen worden betaald en kunnen worden uitgezonden naar organisaties die een workshop aan hun publiek willen aanbieden.»

Projectleider - FR

2. NOOD AAN PEDAGOGISCH MATERIAAL

BOODSCHAP

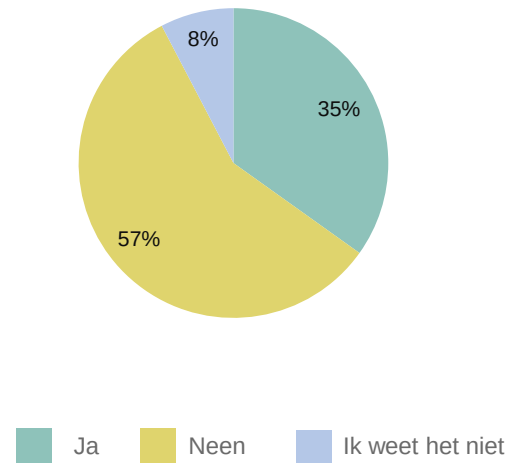
57%

van de **organisaties** zegt geen gebruik te maken van **opleidingsmateriaal dat** door externe partners is **ontwikkeld**.

Dit geringe gebruik wordt uitgelegd door een **gebrek aan financiële middelen** en een gebrek aan **tijd** om **lesmateriaal te vinden** dat beantwoordt aan de behoeften van de steun.

Voor de 35% van de organisaties die daadwerkelijk extern materiaal gebruiken, werden de volgende organisaties genoemd : 123 Digit / WeTechCare, Labset/PMTIC, Alpha ICT / Lezen en schrijven, Bibliotheken zonder grenzen, ARC (culturele actie en onderzoek), Link in De Kabel, Lesactiles.be, Webetic.

MAAKT UW ORGANISATIE GEBRUIK VAN LEERMIDDELEN DIE DOOR EXTERNE PARTNERS ZIJN ONTWIKKELD OM HAAR DOELPUBLIEK TE ONDERSTEUNEN?



N = 261

2. NOOD AAN PEDAGOGISCH MATERIAAL

BOODSCHAP

Op het vlak van pedagogisch materiaal zijn organisaties op zoek naar **visuele, eenvoudige, praktijkgerichte en realistische onderwijsbladen en -boekjes, video's en handleidingen.**

Dit materiaal bestrijkt idealiter een **brede reeks** onderwerpen, gaande van uitleg over de belangrijkste kenmerken van een computer tot uitleg over veelgebruikte toepassingen die nuttig zijn voor het publiek of de werking van sociale netwerken en veiligheid op het web.

« Plaatjesboekjes met uitleg over de belangrijkste kenmerken van de meeste sites, formulieren.»

Projectleider - Enquête



« Gratis spelletjes om mensen bewust te maken van het juiste gebruik van sociale netwerken en het internet, en van cyberpesten.»

Projectleider - Enquête

« We hebben hulpmiddelen zoals "hoe maak ik een overschrijving", "hoe download ik mijn covid-pas", demo-toepassingen van banken om te laten zien hoe je ze moet gebruiken, enz. Nodig.»

Projectleider - Enquête

2. NOOD AAN PEDAGOGISCH MATERIAAL

BOODSCHAP

Idealiter is dit materiaal nuttig voor zowel **online** als **offline** gebruik.

Ook is van belang dat dit materiaal aangepast is aan de **noden van specifieke doelgroepen** (bv. personen die de taal niet machtig zijn, laaggeletterden, personen met een (mentale) beperking).



« We hebben ander materiaal nodig dan digitaal. Voor sommige modules hebben we bijvoorbeeld fototaalworkshops, kaarten, papieren documenten, enz., om de digitale wereld achter ons te laten en vergelijkingen met concrete toepassingen mogelijk te maken. »

Projectleider - FR

« We zijn op zoek naar leermiddelen voor mensen met een geestelijke handicap. »

Projectleider - NL

3. NOOD AAN EEN PASSEND WETTELIJK KADER

BOODSCHAP

Organisaties begeleiden hun doelpubliek opdat ze toegang krijgen tot essentiële dienstverlening. Om dit te bewerkstelligen worden ze vaak geconfronteerd met **privacy gevoelige** gegevens. Allerhande strategieën worden uitgewerkt om hiermee om te gaan.

Een passend wettelijk kader, met opleidingen specifiek gericht rond dit thema, zouden nuttig zijn.

« Vaak krijg je gevoelige info zoals bankgegevens en pincodes te zien en het zou goed zijn te leren hoe hiermee om te gaan. »

Projectleider - NL



«Er is behoefte aan uitwisseling over dit onderwerp. Als onderdeel van ons gemeenschapswerk ondersteunen vrijwilligers bezoekers die gevoelige vragen hebben over privacy. Zij krijgen een opleiding over dit onderwerp, ondertekenen een document en moeten discretie hanteren. »

Projectleider - NL

« We moesten nadenken over hoe we de verspreiding van gegevens konden voorkomen: zoekmachines die de informatie niet opslaan, verificatie van gedownloade documenten, verwijdering van deze laatste. »

Projectleider - FR

« We hebben echt een duidelijk kader nodig.»

Projectleider - FR

4. NOOD AAN UITWISSELING

BOODSCHAP

Er is behoefte aan een **centrale, toegankelijke locatie waar kennis en pedagogisch materiaal gedeeld kan worden.**

De idee om een platform te creëren kwam herhaaldelijk ter sprake in de focusgroepen als een manier **om uitwisselingen** tussen organisaties te vergemakkelijken, een zicht te krijgen op de **strategie, visie en praktijken** van andere organisaties en hun aanpak van specifieke doelgroepen. Dit kan ook het **samenwerken** van organisaties bevorderen en de **informatiedoorstroming** verbeteren rond verschillende initiatieven in de sector.



« Een platform voor professionals in de sector en begunstigden zou helpen. Het zou de uitwisseling van instrumenten tussen beroepsbeoefenaren mogelijk maken, maar ook de toegang van de begunstigden tot praktische fiches. Het model van het "Yapaka"-opvoedingsinstrument, dat toegang geeft tot fysieke en PDF-boekjes, zou opnieuw kunnen worden gebruikt. »

Projectleider - BXL

04 NODEN MET BETREKKING TOT DE ONDERSTEUNING VAN DE DOELGROEP

1. NOOD AAN HET WEGWERKEN VAN EEN TOEGANGSPROBLEEM

«We moedigen ons publiek ook aan om te gebruiken wat ze thuis hebben: mobiele telefoons, TV, enz. Je kunt veel doen met een mobiele telefoon als je er een toetsenbord op aansluit.»

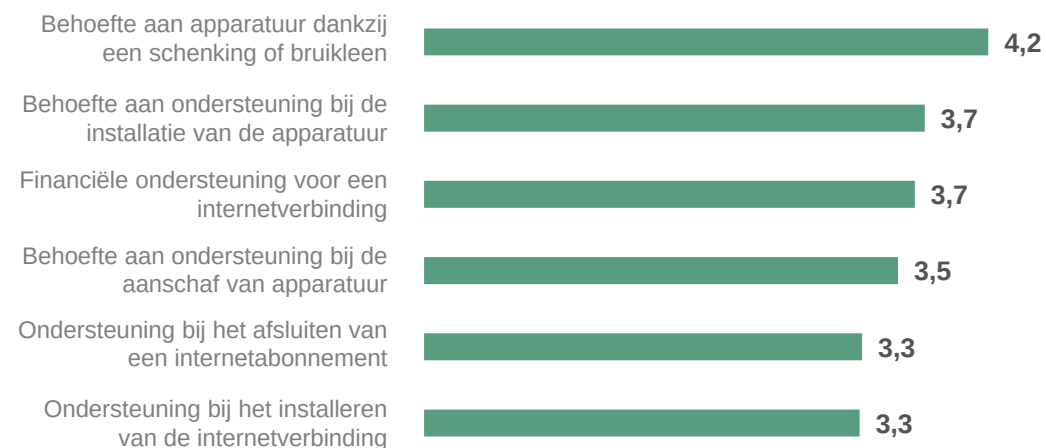
Projectleider - FR



« Een internetconnectie is ook vaak heel duur, vandaar dat er nood is aan een sociaal tarief voor internet. »

Projectleider - NL

IN WELKE MATE ZIJN DE HIERONDER VERMELDE BEHOEFTE INZAKE TOEGANG TOT DIGITALE TECHNOLOGIEËN AANWEZIG BIJ UW DOELGROEP?



Schaal van 1 tot 5 (1 = onbestaand, 5 = sterk aanwezig)

N = 264, 262, 263, 258, 256, 255 (van regel 1 t/m 6)

1. NOOD AAN HET WEGWERKEN VAN EEN TOEGANGSPROBLEEM

BOODSCHAP

De doelgroep, die vaak financieel benadeeld is, heeft vaak ook **financiële steun** nodig om een **internetverbinding** van goede kwaliteit te verkrijgen.

Er is ook behoefte aan ondersteuning bij het **kiezen** en het **installeren van** een **Internet aansluiting**.

Er is nood aan **financiële middelen** en **ondersteuning bij het aanschaffen van hardware materiaal**. Tijdens de focusgroepen kwam deze nood duidelijker naar voor in Franstalig België dan in Vlaanderen.

« Een betere toegang tot gratis verbinding op verschillende plaatsen zou idealiter de norm moeten worden. »

Projectleider - FR



« Onze doelgroep, personen met een handicap (doven- en slechthorenden, mensen met ASS en mensen met STOS), heeft vooral nood aan duidelijke structuur en begeleiding. Door het extra aanbod aan laptops hebben onze begeleiders de kans om onze bewoners mee te nemen in de digitale wereld en hen op een veilige manier hierin te bewegen. Daarnaast hebben veel van onze bewoners ook nood aan wegwijs in de digitale dienstverlening. Door de extra laptops hebben de begeleiders de mogelijkheid om samen met de bewoners dit op maat van de bewoner uit te leggen. »

Projectleider - NL

« De toegang tot materiaal is minder wijdverspreid omdat deze duurder is. Wij hebben het geluk gehad ze te mogen ontvangen, van giften te mogen profiteren dankzij de communicatie van acties. Maar dit is nooit genoeg. We hebben niet aan alle verzoeken kunnen voldoen en hebben ons moeten wenden tot structuren zoals de OCMW's. »

Projectleider - FR

1. NOOD AAN HET WEGWERKEN VAN EEN TOEGANGSPROBLEEM

BOODSCHAP

De doelgroep heeft ook **steun** nodig **bij de aanschaf van hun apparatuur**, aangezien zij moeite hebben hun eigen behoeften vast te stellen.

Maar ook ondersteuning met betrekking tot het onderhoud van apparatuur is een nood.

Terwijl sommige organisaties inzetten op een « **bring your own device** » aanpak (vaak een smartphone), gezien dit het materiaal is waar het publiek het best mee kan werken, vinden andere organisaties dat voor bepaalde toepassingen, het werken met **tablet** of **PC** een noodzaak is.

« We krijgen veel vragen over het onderhoud van het materiaal. Ons doelpubliek heeft vaak een 2^e hands laptops of PC en dan komt het probleem van onderhoud sneller naar boven. »

Projectleider - NL



« De digitale kloof is verschoven: jongeren hebben een smartphone, maar weten niet hoe ze met computers moeten omgaan. Beroepen zijn geëvolueerd naar digitale technologie. »

Projectleider - FR

« We focussen vooral op de toegang via de smartphone omdat de meeste van personen uit ons doelpubliek hier al over beschikken (maar deze nog veel te weinig kunnen en durven gebruiken.) Voor wie geen (degelijke) smartphone heeft, kunnen we dankzij de steun van dit project de toegang tot de digitale wereld mogelijk maken. »

Projectleider - FR

2. TOEGANG TOT ESSENTIËLE DIGITALE DIENSTVERLENING

BOODSCHAP

Organisaties melden dat de gezondheidscrisis de **digitalisering** van veel diensten heeft **versneld**, te snel voor een publiek dat al niet vertrouwd is met digitale technologie.

Organisaties verwachten van zowel publieke als private instanties die digitale diensten aanbieden, een **groter bewustzijn** ontwikkelen rond het feit dat niet de hele bevolking mee is.

Om de toegankelijkheid van essentiële diensten te garanderen vragen organisaties aan **de particuliere en overheidsactoren** die diensten verlenen om een minimale « fysieke » dienstverlening te blijven voorzien.

« Covid-19 heeft veel telefonische of fysieke afspraakmogelijkheden onmogelijk gemaakt. »

Projectleider - NL



« Wij lobbyen bij andere organisaties om de diensten die zij verlenen gebruik te laten maken van de Click Call Connect-dienst. »

Projectleider - NL

« De diensten zijn ontworpen door IT-mensen en voor IT-mensen. »

Projectleider - FR

« We moeten instanties zoals gemeentebesturen, Actiris of de RVA echt bewustmaken van het feit dat bepaalde personen geen toegang hebben tot hun online diensten (studiebeurzen, aanvragen voor geboortecertificaten, medische dossiers, enz.). Niet iedereen heeft de kans deze vlot te solliciteren. »

Projectleider - FR

« De overheid moet een minimale dienstverlening voorzien. Wij moeten de mensen telkens “depaneren”, maar dit vergt ons veel werk en energie. »

Projectleider - FR

2. TOEGANG TOT ESSENTIËLE DIGITALE DIENSTVERLENING

BOODSCHAP

Naast dit « Click, Call, Connect » principe verwacht men dat er bij het ontwikkelen van online dienstverlening meer rekening gehouden wordt met de **noden van gebruikers** in het algemeen, en specifiek van personen die zich in een « digitaal kwetsbare positie bevinden » en dit op het vlak van:

- Geletterdheid en eventuele moeilijkheden met taal;
- Het geen toegang hebben tot of het niet kunnen werken met een online omgeving;
- Het device waarmee personen verbinding maken met het internet;
- De context (bv. thuisomgeving) en de kwaliteit van de verbinding of apparatuur;
- De toegankelijkheid en de ergonomie van de ontwikkelde dienstverlening (bv. lettertypes),
- ...

Verschillende voorbeelden worden aangehaald van problemen met dienstverlening waar personen tegen aanlopen:



« Een aantal diensten zijn (mede door corona) enkel online te bereiken en dit is vaak te moeilijk in gebruik, waardoor de doelgroep steeds beroep moet doen op een hulpverlener of contactpersoon om een afspraak te kunnen maken. Bijvoorbeeld, het verlengen van een verblijfsdocument bij de dienst bevolking, kan enkel wanneer men de afspraak online bevestigt met een e-mailadres. Voor financiële zaken kan men op weg geholpen worden met een bankapp, maar het installeren van een app is niet evident zonder hulp. In de bank kan men vaak enkel op afspraak terecht, en het formulier om een afspraak aan te vragen moet online worden ingevuld. Wat betreft school lukt het meestal wel om online een oudercontact te organiseren, sommige leerkrachten staan open om dit bijvoorbeeld via whatsapp te doen. Het raadplegen van documenten op de website van de school (evt. met login) of websites die de school ter ondersteuning gebruikt, is echter moeilijker. Hierover komen vaak vragen. Ook is het niet evident om communicatie van de school op te volgen, voor ouders die geen e-mailadres hebben. »

Projectleider - NL

« Naarmate mensen ouder worden, doen ze er langer over om nieuwe technologieën te leren kennen. Ze veranderen snel en fijne mobiliteit neemt af. Ik denk met name aan banktoepassingen waarvoor er soms verificatiecodes zijn, enz. met kleine toetsen, onhandige schermen, enz. »

Projectleider - Enquête

2. TOEGANG TOT ESSENTIËLE DIGITALE DIENSTVERLENING

« Het is opvallend dat instanties die zich richten op (kwetsbare) jongeren, nu ook meer en meer gebruik maken van online middelen. Onlangs wou een jongere zich inschrijven voor een opleiding avondonderwijs. Na drie afspraken vol gedoe waren we er nog steeds niet in geslaagd haar online inschrijving af te ronden. Ze moest zich eerst aanmelden via itsme (dit had de jongere nog niet), om daarna een account aan te maken en digitaal de inschrijving te betalen. De gsm van de jongere viel om de vijf minuten uit, waardoor ze ook niet in staat was zich aan te melden via itsme. Na een tijd werd itsme zelf automatisch geblokkeerd. Pas na enkele telefoontjes hebben ze dan een uitzondering willen maken om de jongere naar de school te laten komen om ter plaatse in te schrijven. »

Projectleider - NL



« Smartschool: een mama kwam in april naar onze digi-tafel in buurtwerk. De school communiceert enkel via smartschool en zij vroeg al sinds september uitleg maar kreeg die niet. Ze kreeg enkel een handleiding mee. Daardoor was ze van veel zaken niet op de hoogte. »

Projectleider - NL

« Banken willen dat alles online gebeurt, dit is onmogelijk voor onze ouderen. Er wordt dan vaak gevraagd om online een afspraak te regelen om langs te gaan (telefonisch moeilijk beschikbaar!) maar dit kunnen ze ook niet. Helemaal niet ouder vriendelijk. Mensen zonder eID (en dus ook zonder itsme) kunnen geen gebruik meer maken van lokale en overheidsonlinediensten). »

Projectleider - FR

« Mensen komen bijvoorbeeld bij ons omdat ze itsme niet kunnen gebruiken. Maar niet iedereen heeft een smartphone. Het werkt ook niet op alle smartphones, mensen hebben vaak een oudere versie of soms is hun geheugen vol waardoor ze niets meer kunnen installeren ... »

Projectleider - NL

2. TOEGANG TOT ESSENTIËLE DIGITALE DIENSTVERLENING

« Wat wél heel erg opvalt is dat héél veel online tools vrij ingewikkeld (én bijzonder talig) in elkaar steken, waardoor ze weinig gebruiksvriendelijk worden voor de doelgroep.

Er zijn zeer weinig websites (zowel voor aankopen, aanvragen als afspraken inplannen) die werken met korte zinnen, grote letters, duidelijke tekens, weinig doorklikken voor je geraakt waar je moet zijn, »

Projectleider - NL

« In onze digi-tafels zijn er ook veel vragen over huisvesting: zoeken woning, aanvragen subsidies/premies,... »

Projectleider - NL

« We merken vooral bijzondere moeilijkheden voor de banken: er is behoefte aan handleidingen, vooral omdat elke bank een andere online-benadering heeft. »

Projectleider - FR



« Begeleiding en onderwijs bij het gebruik van digitale applicaties als Stad Antwerpen, Myminf, ebanking etcetera. »

Projectleider - NL

« Communicatie van scholen met ouders verloopt vaak digitaal. Scholen bieden te weinig ondersteuning om ouders en kinderen op weg te helpen, waardoor ze zowel qua vaardigheden als toegang en beperkt blijven. »

Projectleider - FR

« Jongeren zijn de hele dag bezig met hun mobiele telefoon en ondervinden problemen met sociale media. Het is echt belangrijk hen vormingen te geven rond mediawijsheid »

Projectleider - FR

3. BEGELEIDING OP HET VLAK VAN VAARDIGHEDEN

BOODSCHAP

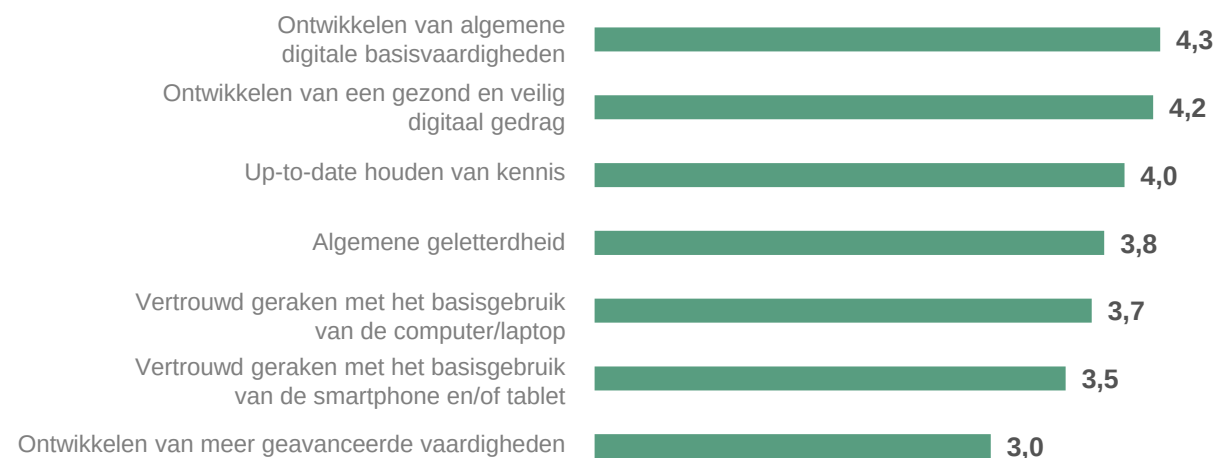
De nood aan de ontwikkeling van **algemene digitale basisvaardigheden** (bv. e-mails met bijlagen versturen, foto's opslaan, informatie zoeken) blijft hoog. Ook het « **levenslang leren** » staat hoog in de ranking.

Op de tweede plaats staat het ontwikkelen van een **gezonde en veilige relatie met digitale technologie** (bv. mediawijsheid rond fake nieuws, fishing, cyberpesten,).

Veel organisaties melden dat ook **algemene geletterdheid en gebrekkige kennis van het Nederlands / Frans** een probleem vormen.

De deelnemende organisaties worden minder geconfronteerd met de nood aan ontwikkeling van **meer gevorderde** vaardigheden (coderen, enz), wat logisch is gezien deze focus minder opgenomen werd in de oproepen van de stichting.

IN WELKE MATE ZIJN DE VOLGENDE DIGITALE SKILLS DEVELOPMENT-BEHOEFTEN AANWEZIG BIJ UW DOELGROEP?



Schaal van 1 tot 5 (1 = niet aanwezig, 5 = zeer sterk aanwezig)

3. BEGELEIDING OP HET VLAK VAN VAARDIGHEDEN

BOODSCHAP

Om effectieve begeleiding aan te kunnen bieden is detectie en het **inschatten van vaardigheden** een eerste – vaak moeilijke – stap.

Ook het **geruststellen** van het doelpubliek is essentieel op het vlak van begeleiding.

« De noden die uitgedrukt worden door het doelpubliek zijn vaak maar het puntje van de iceberg. Daar moet je echt dieper op ingaan. Mensen weten nu eenmaal niet wat ze niet weten of kennen. »

Projectleider - FR



« Het is belangrijk om de barrières voor mensen die bang zijn voor digitale technologie te verkleinen en hen steun te bieden. We moeten ze vertrouwen geven. »

Projectleider - FR

« Er zijn mensen die geen mailadres willen omdat ze schik hebben. Deze angst komt vaak uit onwetendheid voort, maar je moet wel geruststelling kunnen bieden. »

Projectleider - NL

« Groot probleem is ook de gevoeligheid voor fishing. Doelpublieken zijn sneller geneigd om hier een slachtoffer van te worden en dit kan hen tegen houden om verdere digitale competenties uit te bouwen. »

Projectleider - NL

3. BEGELEIDING OP HET VLAK VAN VAARDIGHEDEN

BOODSCHAP

Ook wordt duidelijk geopperd dat **digitalisering geen doelstelling** op zich is.

Het is belangrijk voor organisaties een beter zicht te hebben op de **noden** van de personen die ze begeleiden, en hen zo **'mee te nemen'** om hun digitale vaardigheden verder te ontwikkelen.

« Het is belangrijk om het publiek te ontmoeten, hun moeilijkheden te begrijpen, ervoor zorgen dat ze toegang krijgen tot diensten die ze nodig hebben. »

Projectleider - FR



« De kwestie van online betalingen (treinkaartjes, gemeentediensten, eenvoudige overschrijving) is problematisch (want bang, niet vertrouwd, ingewikkelde site, enz.). »

Projectleider - NL

« We hebben een globale aanpak nodig. Waarom een werkzoekende klaarstomen voor een sollicitatie gesprek als hij geen attest van zeden en goed gedrag kan aanvragen of het uurrooster van een bus kan consulteren. Het is echt noodzakelijk te vertrekken vanuit het individu, zijn kennis en zijn noden. »

Projectleider - FR

3. BEGELEIDING OP HET VLAK VAN VAARDIGHEDEN

BOODSCHAP

Gezien deze “people centred” benadering, vertrekken veel organisaties bij het geven van begeleiding rond digitale vaardigheden vanuit de toegang tot essentiële dienstverlening (bv. toegang tot onderwijs, tewerkstelling, enz.) .

Het verkrijgen van deze toegang beantwoordt aan een belangrijke nood bij het doelpubliek. **Het gebrek aan toegang tot deze dienstverlening staat immers gelijk aan het niet kunnen waarborgen van fundamentele rechten. Digitaal kwetsbare personen lopen op deze manier het risico op meer sociale uitsluiting.**

« Ouderen, mensen met lees- en schrijfproblemen en mensen van buitenlandse afkomst lijken in het bijzonder door deze moeilijkheden te worden getroffen. Deze obstakels creëren een afhankelijkheid van de doelgroep van steun. »

Projectleider - Enquête



« Het gaat ook over het recht tot ontspanning. Er zijn in onze stad bijvoorbeeld fel beheerde kinderkampen waar ons doelpubliek geen toegang tot hebben omdat inschrijvingen digitaal verlopen en de middenklasse meteen klaar zit achter de PC om in te schrijven. »

Projectleider - Enquête

« Uiteindelijk geven ze het op en raken ze volledig geïsoleerd en vergeten! Zij kunnen ook problemen krijgen met deurwaarders omdat zij bijvoorbeeld niet in staat zijn geweest hun rekeningen te raadplegen en te betalen. »

Projectleider - Enquête

3. BEGELEIDING OP HET VLAK VAN VAARDIGHEDEN

BOODSCHAP

Ook het belang van ondersteuning bij het onder de knie krijgen van nieuwe **communicatie-** en **samenwerkingsinstrumenten**, die door de gezondheidscrisis onontbeerlijk zijn geworden indien men voluit wil deelnemen aan de samenleving komen duidelijk naar voor.

« Het publiek moet leren omgaan met onder andere een digitaal whiteboard, het videosysteem, hoe je een interview online afneemt... »

Projectleider - NL



« Sociale media en messenger diensten zijn super belangrijk. Dit is vaak de eerste manier om hulp in te schakelen van het eigen netwerk. Door deze ondersteuning krijgt men toegang tot essentiële diensten. Maar het kunnen contacteren van het netwerk is wel belangrijk.»

Projectleider - NL

« Ons publiek moet in staat zijn de verschillende communicatiesoftware (Zoom, Skype, WhatsApp) te installeren en te gebruiken. »

Projectleider - FR

3. BEGELEIDING OP HET VLAK VAN VAARDIGHEDEN : specifieke doelgroepen

BOODSCHAP

De ondersteuning van mensen die **laaggeletterd zijn** of **problemen hebben met het begrijpen van taal** bemoeilijkt het aanleren van digitale vaardigheden en / of het gebruik van digitale dienstverlening.

Organisaties benadrukken dat het voor oudere personen niet évident is zich aan te passen aan de snelle **technologische veranderingen**, ook omdat **interfaces en instrumenten moeilijker te gebruiken** zijn voor hen (bv. Kleine schermen, toetsen, ...). Het **onderhouden van een gezonde en veilige relatie met digitale technologie** is voor dit publiek een extra uitdaging, wat terughoudendheid ten aanzien van de digitale wereld kan versterken.

« Deze vaardigheden moeten specifiek worden ontwikkeld voor een niet-Frans sprekend ongeletterd publiek (aangepaste methodologie, aangepaste timing, rekening houdend met de primaire behoeften). »

Projectleider - FR



« Een groot probleem is ook het gevaar van phishing. Deze ouderen zijn sneller geneigd om hier een slachtoffer van te worden en dit kan hen tegenhouden om verdere digitale competenties uit te bouwen. »

Projectleider - NL

« Naarmate mensen ouder worden, doen ze er langer over om nieuwe technologieën te leren kennen. Ze veranderen snel en fijne mobiliteit neemt af. Ik denk met name aan banktoepassingen waarvoor er soms verificatiecodes zijn, enz. met kleine toetsen, onhandige schermen, enz. »

Projectleider - NL

3. BEGELEIDING OP HET VLAK VAN VAARDIGHEDEN : specifieke doelgroepen

BOODSCHAP

Maar ook voor **jongeren** is het noodzakelijk een **kritische houding** ten opzichte van sociale netwerken te ontwikkelen.

De dynamiek binnen gezinnen werd tijdens de groeps gesprekken blootgelegd. Enerzijds spelen ouders bijvoorbeeld een belangrijke rol met betrekking tot mediawijsheid van kinderen. Het is volgens de organisaties dan ook van belang in te zetten op de **empowerment van de ouders. Dit is niet evident wanneer ouders zelf digitaal kwetsbaar zijn.**

In gezinnen waar ouders de taal niet machtig zijn, zien organisaties dat kinderen vaak een **“ouder” rol** opnemen door het in orde brengen van allerlei digitale administratie. Dit terwijl ze hier noodzakelijk de nodige (digitale) kennis voor hebben.

« Vooral jongeren hebben grote behoefte aan vaardigheden om sociale netwerken en anderen op een veilige manier te gebruiken. »

Projectleider - FR



« Het is vaak met de hulp van hun (klein)kinderen dat onze dames wel al soms de weg vinden naar deze diensten. Onze werking richt zich vooral op het versterken van wie het minst beroep kan doen op een eigen netwerk en het is zeer dankbaar om hen autonoom te maken op dit vlak (echter: een hele weg af te leggen!). »

Projectleider - NL

« Jongeren hebben een speelse relatie met digitale technologie, maar zij hebben bepaalde voorzorgsmaatregelen. Ze zijn zich bewust van de "onzin" die hun ouders doen. Aan de kant van de tieners is er echter sprake van misbruik: risico op verslaving, te veel blootstelling, pesterijen in de klas die doorgaan op sociale netwerken. »

Projectleider - FR

« Er bestaan veel dingen op het gebied van ouderlijk toezicht, maar het is moeilijk om iets op de mobiele telefoon of WiFi-router in te stellen, daar zijn vaardigheden voor nodig. »

Projectleider - FR

« Door Corona hadden ouders geen toegang meer tot diensten, tot informatie. Hun rechten werden bedreigd. We hebben moeten werken aan hun autonomie. »

Projectleider - FR

« In anderstalige gezinnen zijn het vaak de kinderen die de administratie op zich moeten nemen. »

Projectleider - NL

« Een ander probleem is dat deze kinderen vaak al op een leeftijd van 9-10 jaar taken van de ouders overnemen door taalproblemen of geen kennis van computers.. »

Projectleider - NL

3. BEGELEIDING OP HET VLAK VAN VAARDIGHEDEN : specifieke doelgroepen

BOODSCHAP

De projectleiders benadrukken de noodzaak om binnen het **onderwijs** meer in te zetten op het ontwikkelen van vaardigheden rond digitale technologie.

De coronacrisis toonde aan dat dit het belangrijk is zowel in te zetten op het ontwikkelen van digitale vaardigheden van **leerlingen** als van **leerkrachten**.

Het is wel van belang voldoende rekening te houden met het niveau van elke leerling, zowel op het vlak van toegang als vaardigheden.

« Een leerkracht van een hogeschool vertelde me dat ze zich boos gemaakt had op één van haar leerlingen, omdat die tijdens de les altijd op zijn smartphone bezig was. Toen ontdekte ze dat de student nota's nam op zijn smartphone, omdat hij geen PC had. »

Projectleider - NL



« In scholen worden soms extra punten gegeven als er een power point wordt gemaakt. Dit is voor kinderen zonder laptop thuis zeer erg. Zij verzinnen dan excuses zoals vb het internet was op, de computer is kapot,... »

Projectleider - NL

« Het digitale instrument is te weinig geïntegreerd in de schoolomgeving en wordt soms niet getolereerd door leerkrachten die zelf niet altijd bij machte zijn dit instrument te gebruiken. »

Projectleider - FR

« In scholen worden soms extra punten gegeven als er een PowerPoint wordt gemaakt. Dit is voor kinderen zonder laptop erg moeilijk en pijnlijk. Ze gebruiken dan smoesjes zoals 'de computer werkte niet. »

Projectleider -NL

3. BEGELEIDING OP HET VLAK VAN VAARDIGHEDEN : specifieke doelgroepen

BOODSCHAP

Organisaties leggen bijzondere nadruk op de noodzaak om vaardigheden te ontwikkelen die verband houden met **het zoeken naar werk**, maar ook met het bijwerken **van vaardigheden** die nuttig zijn in de baan.

« Verdere e-inclusie kan bijdragen aan het stabiliseren van de arbeidsmarkt door bepaalde grote drempels die in sollicitatieprocedures voorkomen te verkleinen. Hierdoor komen mensen met de juiste technische skills misschien net wel in de job die ze perfect zouden kunnen doen. »

Projectleider - Enquête



« Leren hoe je de verschillende websites voor het zoeken naar een baan moet gebruiken en hoe je via internet moet solliciteren (cv, sollicitatiebrief, e-mails sturen naar een toekomstige werkgever) is essentieel. »

Projectleider - Enquête

« We hebben een globale aanpak nodig. Waarom een werkzoekende klaarstomen voor een sollicitatie gesprek als hij geen attest van zeden en goed gedrag kan aanvragen of het uurrooster van een bus kan consulteren. Het is echt noodzakelijk te vertrekken vanuit het individu, zijn kennis en zijn noden. »

Projectleider - FR



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



www.kbs-frb.be
www.goededoelen.be
Video: KBS in één minuut

