



Aandacht en ondersteuning voor digistarters

Survey onder 'toeleiders' in de
arbeidsmarktregio Groningen



Colofon

Dit onderzoek is in opdracht van de Digitale Academie Noord-Nederland uitgevoerd door onderzoekers van het associate lectoraat digitale geletterdheid en inclusie.

Auteurs

Drs. Arnout Ponsioen
senior onderzoeker associate lectoraat digitale geletterdheid en inclusie (Hanze)

Dr. Madelon van Oostrom
associate lector digitale geletterdheid en inclusie (Hanze)

Inhoud

Inleiding	4		
1. Inhoudelijke verkenning	5		
1.1 Inzichten vanuit onderzoek	5		
1.2 Inzichten vanuit het beleid	6		
1.3 Conclusie	7		
2. Onderzoekopzet en uitvoering	8		
2.1 Onderzoeksdoel	8		
2.2 Doelgroep	8		
2.3 Onderzoeksvragen	8		
2.4 Methodologie	8		
2.4.1 Online vragenlijst	8		
2.4.2 Werving respondenten	8		
2.4.3 Respons en opschoning	9		
2.4.4 Analyse	9		
3. Resultaten 10			
3.1 Analyse van de responsgroep	10		
3.1.1 Type organisatie	10		
3.1.2 Aantal betaalde medewerkers en vrijwilligers	10		
3.1.3 In welk domein actief?	11		
3.1.4 Werkgebied	11		
3.2 Aandacht voor inclusie van digistarters	12		
3.2.1 Hoe heeft de organisatie aandacht?	12		
3.2.2 Waar richt de aandacht zich inhoudelijk op?	13		
3.2.3 Op welke groepen richt de aandacht zich?	14		
3.2.4 Sinds wanneer is er aandacht?	14		
3.2.5 Hoe ontwikkelt de aandacht zich?	15		
3.3 Ondersteuningsaanbod voor digistarters	15		
3.3.1 Aantal genoemde diensten	15		
3.3.2 Aard van de geboden diensten	15		
3.3.3 Leeftijdsgroep waarop de dienst zich richt	16		
3.3.4 Opleidingsniveau waarop de dienst zich richt	16		
3.3.5 Migratieachtergrond	16		
3.3.6 Taal	17		
3.3.7 Hoe lang de dienst wordt aangeboden	17		
3.3.8 Ontwikkeling van het gebruik van de dienst	17		
3.4 Samenwerking in het aanbod van diensten	18		
3.4.1 Aard van de samenwerking	18		
3.4.2 Netwerkstructuur in samenwerking	18		
3.4.3 Welke organisaties zouden een grotere rol moeten gaan spelen?	20		
3.4.4 Op welke manier zouden deze organisaties een grotere rol moeten spelen?	21		
4. Samenvatting	22		
5. Literatuur	25		
6. Bijlage 1 - Vragenlijst	26		

Inleiding

In 2023 liet de Digitale Academie Noord-Nederland een kwalitatief onderzoek uitvoeren in de Arbeidsmarktregio Groningen. Op basis van vele gesprekken met professionele en vrijwillige 'toeleiders' tot digistarters (inwoners met beginnende digitale vaardigheden), schetste het onderzoek een gedetailleerd beeld van 1) hun toegang tot en gebruik van internet, 2) de mate waarin zij digitaal vaardig zijn en/of de redenen om dat niet te zijn, 3) de manier waarop zij digitale vaardigheden ontwikkelen en welk leeraanbod daarbij past, en 4) hoe zij aankijken tegen de meerwaarde van de Digitale Academie Noord-Nederland.

Het onderzoek concludeert dat in het Noorden veel werk te verzetten is, door zowel overheden, kennisinstellingen, maatschappelijke organisaties en bedrijven. Het Noorden heeft te maken met relatief veel inwoners (en ook werknemers) met relatief lage niveaus van digitale vaardigheden. Er zijn relatief weinig professionele en vrijwillige 'toeleiders' die zich actief inzetten op het bevorderen van digitale inclusie en elkaar daarin opzoeken. In het Noorden gaan we maar in beperkte mate met elkaar in gesprek over de maatschappelijke betekenis van digitalisering, de impact van ongelijke verdeling en lage niveaus van digitale vaardigheden, en het belang van het nastreven van meer inclusiviteit. Tot slot constateert het onderzoek dat er onvoldoende betrouwbare laag-geografische kwantitatieve data beschikbaar is over de digitale vaardigheden van inwoners noch over het bestaande ondersteuningsaanbod. Data die wel nodig is om verstandig beleid te kunnen ontwikkelen.

Het onderzoek formuleert uiteindelijk een zevental uitdagingen voor kennisinstellingen, overheden, maatschappelijke organisaties en bedrijven. Deze omvatten o.a. versterkte inzet op 1) het verbinden van toeleiders, 2) het faciliteren van organisaties om digitaal vaardiger te worden, 3) het voeren van

een maatschappelijke dialoog over digitale vaardigheden, 4) het inclusiever maken van leeraanbod, 5) het doen van aanvullend onderzoek, 6) het doen starten van nieuwe proeftuinen, en 7) het vergroten van aandacht voor digitale geletterdheid in het onderwijs.

Deze uitdagingen zijn in meer en mindere mate door verschillende partijen opgepakt. Een van de suggesties voor aanvullend onderzoek richt zich op het in kaart brengen van regionale en lokale toeleiders tot digistarters en hun ondersteuningsaanbod. De DANN heeft die suggestie opgepakt en het associate lectoraat Digitale Geletterdheid en Inclusie van de Hanze een survey laten uitvoeren onder toeleiders in de regio Groningen. De resultaten daarvan vormen de basis voor deze rapportage.

1. Inhoudelijke verkenning

1.1 Inzichten vanuit onderzoek

In verschillende landen wordt onderzoek gedaan naar de effectiviteit van beleidsmatige interventies om de digitale inclusie van inwoners te vergroten. Eerder stond daarin het geven van toegang tot het internet en digitale technologie centraal. Meer recent worden ook trainingen en (sociale) hulp/ondersteuning aan geboden (Asmar et al., 2020). De uitvoering van deze aanpakken ligt doorgaans bij uiteenlopende intermediaire organisaties waaronder bibliotheken, onderwijsinstellingen, huisvestingsorganisaties, welzijnsorganisaties alsook banken en telecombedrijven (Al-Muwil et al., 2019). Het vaak (verborgen) werk dat medewerkers en vrijwilligers van dat soort organisaties verzorgen, wordt ook wel 'digital care work' genoemd (Kaun & Forsman, 2024). Zij dragen daarmee (vaak onbewust) bij aan het realiseren van (dwingende) 'digital first' agenda's van overheden en grote dienstverlenende organisaties in uiteenlopende maatschappelijke sectoren.

Het effectief aanbieden van trainingen en hulp/ondersteuning is in de praktijk niet eenvoudig. Intermediaire organisaties die verantwoordelijk zijn voor het trainingsaanbod en hulp/ondersteuning beschikken vaak over onvoldoende capaciteit en kennis en is er een verschil tussen de verwachte en feitelijke onderlinge kennisdeling (Wagg & Simeonova, 2022; Wagg et al., 2024). Daarnaast zijn er verschillen in de mate waarin inwoners gebruik willen en kunnen maken van het ondersteuningsaanbod. Dat heeft te maken met zowel het aanbod zelf, de aanbieder van dat aanbod, en de sterk sociaal-gedreven strategieën van de doelgroep (met heel verschillende achtergrondkenmerken) om het aanbod te vinden en benutten (Asmar et al., 2020; Reisdorf & Rhinesmith, 2020).

Om de effectiviteit van de inzet op digitale inclusie te vergroten richt recenter onderzoek steeds vaker op het nauwkeuriger in kaart brengen van het probleem zelf (waar digitale geletterdheid een groter/kleiner probleem is) en wat het netwerk is van organisaties en de ondersteuning die ze bieden (Mason et al., 2022). Een bekend voorbeeld daarvan is het Mapping Digital Exclusion with Data project van de London Office of Technology and Innovation (LOTI) - vergelijkbare initiatieven in andere Britse steden- die inzette op het 'mappen' van het probleem en het ondersteuningsaanbod en samen met de intermediaire organisaties de betekenis ervan doorvertaalde naar aanscherping van het aanbod zelf. Een bekend probleem bij dit soort mapping-exercities is de relatief snelle verandering van het lokale ondersteuningsaanbod en het netwerk van organisaties en individuen die daarbij betrokken zijn (Wagg et al., 2024).

Ook onderzoek in Nederland en België benadrukt het belang van een goed functionerende ondersteuningsstructuur.

Mariën (2021) adviseert de Vlaamse regering '*[...] alle ondersteuningsorganisaties waarmee [digistarters] in aanraking komen in kaart te brengen en te kijken, vanuit een participatieve benadering, op welke manier deze ondersteuningsorganisaties een bepalende rol kunnen spelen om deze [digistarters] digitaal in te sluiten.*' Ook moet dit ondersteuningsnetwerk goede contacten onderhouden met digicoaches en trainers die in het werkveld actief werken met digistarters. Tot slot benoemt Mariën concreet 'fysieke knooppunten' waar mensen terecht kunnen voor hulp bij digitale vragen waaronder bankfilialen en postkantoren, maar ook een regiobreed buddynetwerk van vrijwilligers uit hun netwerk.

Onderzoek van (Ponsioen, 2023) constateert dat organisaties die digistarters ondersteunen vaak beperkt zicht hebben op wat andere organisaties doen. Samenwerking vindt over het algemeen plaats ‘in kleine kring’, binnen een sector, dorps of een enkele organisatie. Ponsioen benadrukt het belang van “[...] een sluitend lokaal netwerk van herkenbare en vertrouwde professionele en vrijwilligersorganisaties en diens digitale ‘experts’ of ervaringsdeskundigen [...]”. Dit netwerk van bibliotheken, welzijnsorganisaties, woningbouwcorporaties, huurdersverenigingen, alsook speciale doelgroeporganisaties is aanvullend op de ondersteuning door familie, vrienden en burens. En neemt de belangrijkste drempels weg om geen gebruik te kunnen of willen maken van het ondersteuningsaanbod: vertrouwen in de aanbieder, nabijheid van het aanbod, praktische en korte termijn focus, en hulp dat aansluit bij het tempo dat iemand aankan. Het netwerk draagt bij aan de ambitie om “[...] op de juiste plekken, de juiste inhoud en de juiste vorm te kunnen aanbieden, en op een slimme manier naar elkaar te kunnen verwijzen (verbinden van ‘vangplekken’ en toeleiders)” (Ponsioen, 2023)

Ook van Deursen (2023) benadrukt in het Trendrapport Digitale Inclusie het belang van een goede multi-stakeholder benadering om digitale inclusie te kunnen bevorderen. Daarbij wordt gedacht aan diverse actoren en instellingen waaronder overheden, ICT industrie, ICT-opleidingen, arbeidsorganisaties, scholen, bibliotheken, openbare toegangscentra en ondersteuningsgroepen met toegang tot de doelgroep. Van Deursen stelt dat zo’n diversiteit aan actoren het beste vanuit de overheid kan worden gecoördineerd, waarbij ook professionals en andere ondersteuningsgroepen training en begeleiding nodig hebben. Alleen zo’n multi-stakeholder benadering is in staat om een zorgvuldige maatwerkbenadering te ontwikkelen waarbij de economische, sociale, culturele en persoonlijke uitdagingen van de doelgroep leidend zijn bij het bedenken van interventies.

De manier waarop dergelijke ondersteuningsnetwerken in de praktijk functioneren krijgt nog relatief weinig aandacht in onderzoek. Een recent onderzoek van (Wagg et al., 2024) richtte zich expliciet op Holley’s ‘network

weaving’ theorie, oorspronkelijk toegepast op armoedebestrijding (Holley, 2013). Daarin worden vier verschillende rollen onderscheiden op basis van twee assen (netwerkontwikkeling vs actie; macro- vs microniveau). Het onderzoek laat zien dat niet alleen de invulling van die rollen (en daarmee samenhangende motivaties, belemmeringen, en emoties) belangrijk zijn voor het functioneren van het netwerk. Ook bleek de ‘plaats’ waar de netwerkleiden het ondersteuningsaanbod leverden, samenkwamen en communiceerden van invloed te zijn op het functioneren van het netwerk als geheel.

1.2 Inzichten vanuit het beleid

In Nederland onderscheidde de Rijksoverheid in haar ‘Werkagenda Waardengedreven Digitaliseren’ (van Huffelen, 2022) een vijftal fundamenteën voor de aanpak van digitale inclusie. Een daarvan richtte zich op het belang dat ‘iedereen moet mee kunnen doen aan het digitale leven’. Daarbinnen is speciale aandacht voor het ‘vergroten van digivaardigheden en kennis’ en dat mensen ‘in de eigen buurt terecht [kunnen] voor ondersteuning bij digitale uitdagingen in het dagelijks leven.’ In het realiseren van deze doelen formuleert ze een groot aantal concretere acties. Een daarvan richt zich expliciet op het ontwikkelen van een ‘platform aanpak’ op landelijk én lokaal niveau. Daarin spelen volgens haar uiteenlopende organisaties een rol: bibliotheken, gemeenten, en welzijnsinstellingen. Ze benoemt de ontwikkeling en opschaling van lokale ‘hulpnetwerken digitale inclusie’ via een ‘lokale ketenaanpak digitale inclusie’, een doorvertaling van handboek naar de lokale situatie, en een overzicht van lokaal cursusaanbod en hulporganisaties. De bibliotheken spelen hierin een belangrijke rol met o.a. haar cursusaanbod (Klik en Tik, Digisterker, Digivitaler) en de informatiepunten digitale overheid (IDO’s).

De Alliantie Digitaal Samenleven is een van de netwerkorganisaties die in Nederland een belangrijke rol spelen in het ontwikkelen en ontsluiten van kennis op het vlak van digitale inclusie. Een ‘ondersteuningsnetwerk’ is een van de vijf bouwstenen om digitale inclusie te bevorderen. Het belang van zo’n ondersteuningsnetwerk komt voort uit de constatering dat banken en zorgorganisaties fysieke mogelijkheden voor hulp en ondersteuning sluiten. Het

is een 'vangnet' voor mensen die moeite hebben met digitale systemen. In het netwerk werken publieke, private en maatschappelijke organisaties samen in het signaleren van problemen, het analyseren van vragen, het bieden van hulp en het doorverwijzen naar de juiste plek. Het netwerk bestaat uit verschillende kanalen: fysieke plekken in de buurt, telefonische hulplijnen, coaches aan huis, websites, kranten enzovoorts.

In Groningen sinds een aantal jaren de Digital Literacy Coalition actief. Daarin werken zo'n 25 grotere organisaties (overheden, kennisinstellingen, zorginstellingen, onderwijsinstellingen, kinderopvangorganisaties, ontwikkelaars, en mediapartijen) samen om de digitale vaardigheden van alle inwoners 'one level up' te krijgen. Zij agenderen het vraagstuk, ontwikkelen interventies die in proeftuinen op effectiviteit worden onderzocht, en zorgen voor kennisdeling binnen het netwerk. Daarnaast ontstond in Groningen de Digitale Academie Noord-Nederland (Hanze, RUG, Noorderpoort, Biblionet Groningen). Zij richt zich expliciet op het ontsluiten op één plek van het bestaande leeraanbod digitale vaardigheden. Zij koos expliciet voor het ontwikkelen van een netwerk van 'toeleiders' (organisaties die toegang hebben tot digistarters) om het bestaande leer aanbod digitale vaardigheden bij de doelgroep te krijgen.

1.3 Conclusie

Op basis van bovenstaande analyse van literatuur en overheidsbeleid blijkt dat in toenemende mate aandacht is voor en ingezet wordt op het ontwikkelen van een goed functionerend ondersteuningsnetwerk voor digistarters. Tegelijkertijd blijkt dat nog relatief weinig bekend is hoe deze netwerken in de praktijk functioneren, wat hun inzet is op digitale geletterdheid en hoe zij daarin samenwerken. Meer inzicht daarin is nodig om die netwerken beter te laten functioneren.

2. Onderzoeksopzet en uitvoering

2.1 Onderzoeksdoel

Uit het voorgaande hoofdstuk blijkt het belang van goed functionerende netwerken van 'toeleiders' tot digistarters en dat er relatief weinig inzicht is in het functioneren van die netwerken. Dit onderzoek heeft als doel om meer inzicht te krijgen in het functioneren van het netwerk van 'toeleiders' tot digistarters in de arbeidsmarktregio Groningen. Om op basis daarvan concrete adviezen te kunnen doen hoe het functioneren van dat regionale netwerk te verbeteren.

2.2 Doelgroep

Het onderzoek richt zich op alle 'toeleiders' tot digistarters in de arbeidsmarktregio Groningen. Dat zijn veelal overheden, stichtingen en verenigingen die zich richten op digistarters. Het onderzoek richtte zich dus niet op digistarters zelf.

2.3 Onderzoeksvragen

Op basis van het onderzoeksdoel zijn de volgende drie onderzoeksvragen geformuleerd:

- 1) Hoe hebben 'toeleiders' tot digistarters intern aandacht voor digitale inclusie?
- 2) Welk ondersteuningsaanbod bieden deze 'toeleiders' aan welke typen digistarters?
- 3) Hoe werken 'toeleiders' samen in het aanbieden van ondersteuning aan digistarters?

2.4 Methodologie

2.4.1 Online vragenlijst

Voor het onderzoek is een online vragenlijst (zie bijlage 1) ontwikkeld in drie stappen. Een eerste conceptversie is besproken met het team van de Digitale Academie Noord-Nederland. Dit leidde tot een tweede conceptversie die is voorgelegd aan een Hanze-expert op het vlak van Digitale Geletterdheid en Inclusie. Dit leidde tot een derde versie die vervolgens omgezet is naar een online vragenlijst in Enalyzer. Deze tool voldoet aan alle eisen die de Hanze stelt aan veiligheid en privacy (GDPR).

2.4.2 Werving respondenten

Om respondenten te werven is gebruik gemaakt van het al bestaande (warme) netwerk van de Digitale Academie Noord-Nederland en het lectoraat Digitale Transformatie van de Hanze. Aanvullend zijn per gemeente in de Arbeidsmarktregio Groningen relevante organisaties geïdentificeerd die zich richten op digistarters en benaderd via de algemene mailadressen en/of contactpersonen. Concreet ging het om: welzijnsorganisaties, gemeenten, sociale teams, woningcorporaties, huurdersverenigingen, wijk-/dorpsorganisaties, doelgroeporganisaties (anderstaligen, ouderen, fysiek beperkten, mentaal beperkten), en bibliotheken. In de uitnodiging en ook in de vragenlijst zelf is gevraagd om de vragenlijst verder te delen met andere relevante organisaties (sneeuwbalmethode).

Alle in kaart gebrachte organisaties zijn tweemaal per mail benaderd en gevraagd om de online vragenlijst in te vullen. Daarnaast is de online vragenlijst online verspreid via de socials van de Digitale Academie Noord-Nederland.

Werving van respondenten vond plaats in de periode januari-maart 2024.

2.4.3 Respons en opschoning

De online vragenlijst genereerde in totaal 240 reacties. Een groot deel daarvan bleek beperkt ingevuld. In totaal is de online vragenlijst 165 maal volledig ingevuld. Op deze respons is een harmonisatie doorgevoerd in de schrijfwijze van de organisaties. Daaruit bleek dat voor 14 organisaties meer dan één volledig ingevulde vragenlijst is ontvangen. Met deze organisaties is contact gelegd om te achterhalen welke vragenlijst gebruikt kan worden als leidend. Vervolgens zijn andere vragenlijsten verwijderd. Dit leidde tot een indikking van de respons tot in totaal 98 volledig ingevulde vragenlijsten door 98 verschillende organisaties (één respons per organisatie). Voor drie vragen over de aangeboden diensten die meerdere antwoordmogelijkheden toestonden, zijn enkele resultaten verwijderd omdat deze tegenstrijdig waren ingevuld (gelijktijdig antwoord 'nee' én een specifiek antwoord).

2.4.4 Analyse

De respons op de online vragenlijst is geanalyseerd met SPSS.

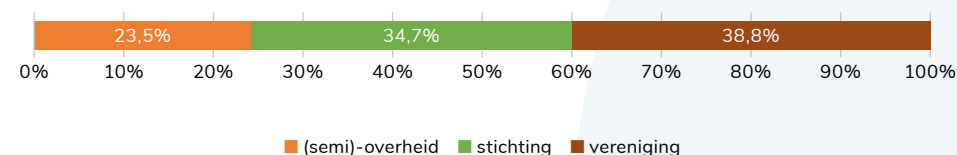
3. Resultaten

3.1 Analyse van de responsgroep

3.1.1 Type organisatie

Bijna 40% van de respondenten was een vereniging (huurdersverenigingen, dorpsverenigingen, etc.), zo'n 35% een stichting (woningcorporaties, bibliotheken, welzijnsorganisaties, etc.) en ongeveer 25% een (semi)overheid (gemeenten).

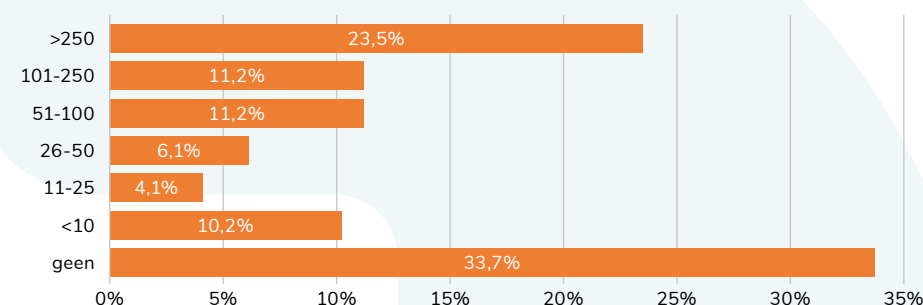
Figuur 1 Aandeel respondenten (per type organisatie)



3.1.2 Aantal betaalde medewerkers en vrijwilligers

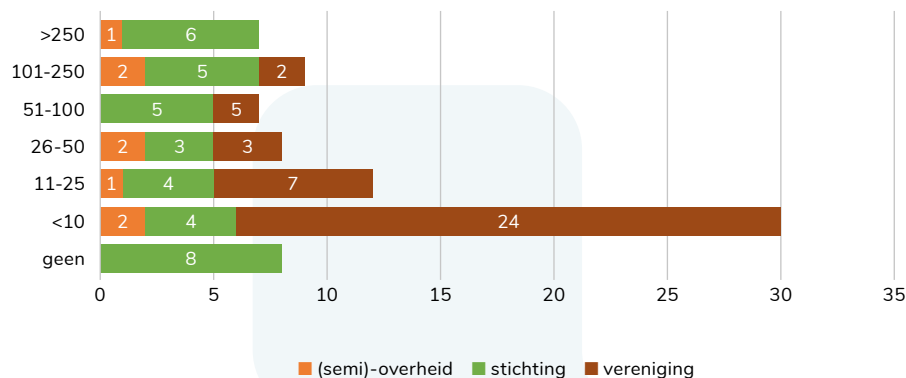
Ongeveer 35% van de respondenten geeft aan dat zij géén medewerkers in dienst hadden. Dit waren vrijwel altijd verenigingen. Iets meer dan 10% van de respondenten had minder dan 10 medewerkers in dienst. Ook dit waren veelal verenigingen. Zo'n 22% had tussen de 51-250 medewerkers in dienst. In de meeste gevallen ging het om stichtingen en in enkele gevallen om overheden. Vooral overheden zijn relatief grote organisaties (bijna 70% heeft meer dan 250 betaalde medewerkers). Stichtingen zijn meestal veel kleiner: zo'n 75% heeft tussen de 11-250 betaalde medewerkers en zo'n 50% meer dan 50.

Figuur 2 Aantal betaalde medewerkers per organisatie



Ongeveer 25% van de respondenten beschikte niet over vrijwilligers (vrijwel altijd een stichting). Zij die dat wel deden, beschikten over 10 of minder (31%, vooral verenigingen) of tussen 11--25 (12%, mix van verenigingen en stichtingen) vrijwilligers. Iets minder dan 30% beschikt over 11-100 vrijwilligers (mix van verenigingen en stichtingen) en 15% beschikt over meer dan 100 vrijwilligers (vooral stichtingen). Ongeveer 25% van de stichtingen beschikt niet over vrijwilligers. Zij die wel vrijwilligers hebben kennen een redelijk evenredige spreiding in het aantal vrijwilligers. Verder zijn meer dan 60% van de verenigingen klein: zij beschikken over minder dan 10 vrijwilligers. En slechts enkele verenigingen hebben meer dan 50 vrijwilligers.

Figuur 3 Aantal vrijwilligers per organisatie (per type organisatie)

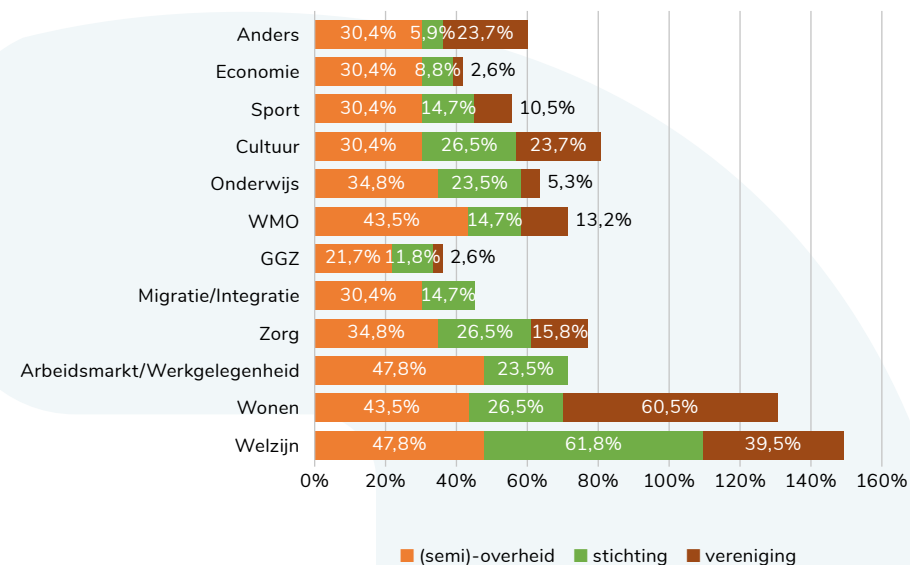


3.1.3 In welk domein actief?

Als we kijken welk type organisatie werkzaam is in welk maatschappelijk domein, dan valt op dat de meeste respondenten aangeven actief te zijn in de sectoren welzijn, wonen, zorg en cultuur. Sectoren die daarna vaak worden genoemd zijn WMO, onderwijs en werkgelegenheid.

(Semi)overheden zijn op vrijwel alle sectoren actief, waar stichtingen het accent vooral leggen op welzijn (62%), wonen (27%), zorg (27%), cultuur (27%) en onderwijs (24%). En zijn verenigingen vooral gericht op wonen (61%), welzijn (40%) en cultuur 24%).

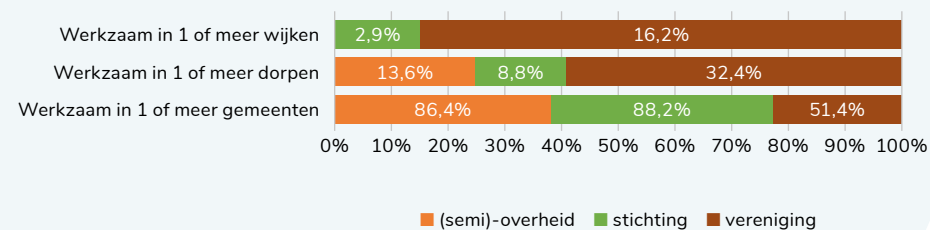
Figuur 4 Domeinen waarin organisaties actief zijn (per type organisatie)



3.1.4 Werkgebied

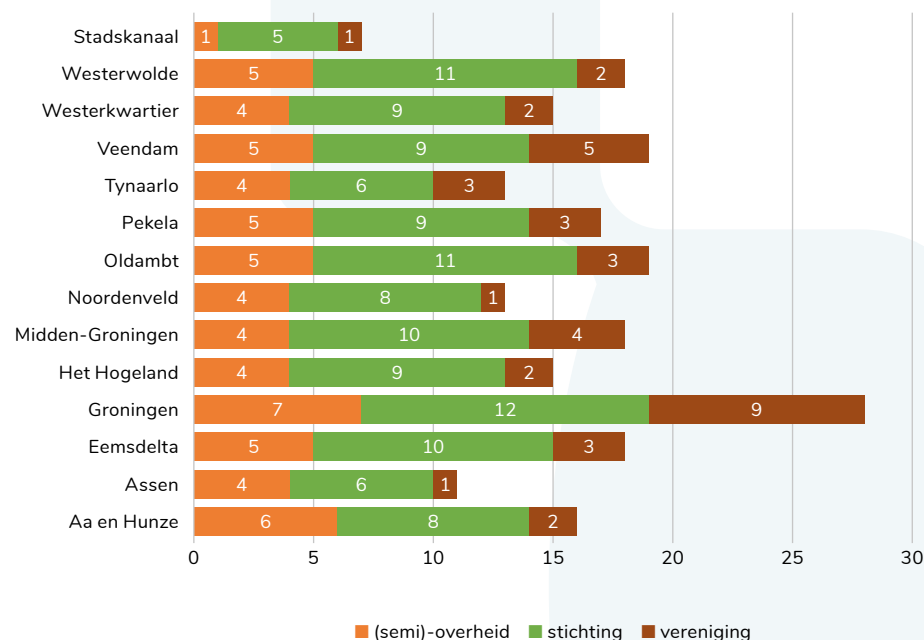
Zo'n 80-90% van de overheden en stichtingen geeft aan werkzaam te zijn in één of meer gemeenten. Vooral verenigingen geven aan werkzaam te zijn in één of meer dorpen of wijken. Zij opereren dus op een lokaler niveau dan de stichtingen en overheden.

Figuur 5 Werkgebied van de organisaties (per type organisatie)



Relatief veel respondenten richten zich op de gemeente Groningen, gevolgd door Oldambt, Veendam en Westerwolde. Gemeenten waar minder respondenten op zijn gericht zijn Stadskanaal, Assen, Noordenveld, en Tynaarlo. Het Hogeland, Westerkwartier en Aa en Hunze zitten daar tussenin.

Figuur 6 In welke gemeenten zijn organisaties werkzaam (per type organisatie)?



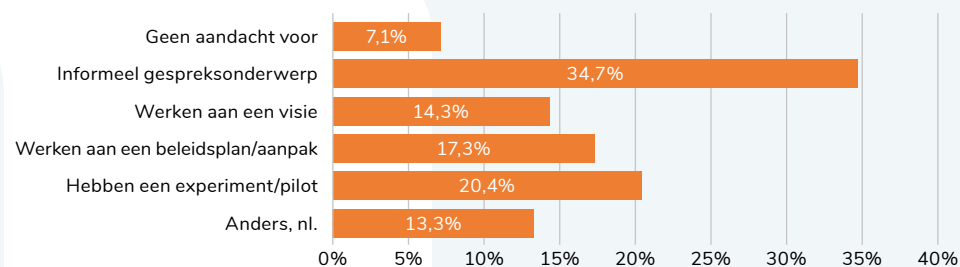
3.2 Aandacht voor inclusie van digistarters

In het eerste deel van de survey zijn enkele vragen gesteld naar de aandacht die organisaties hebben voor inclusie van digistarters.

3.2.1 Hoe heeft de organisatie aandacht?

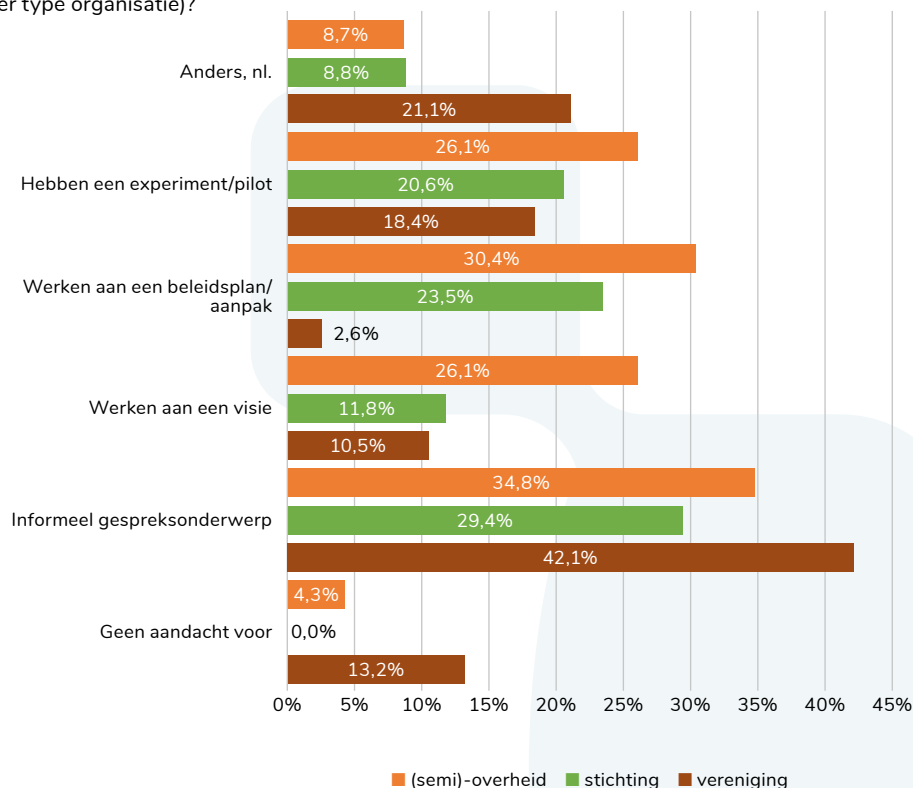
Voor het merendeel van de respondenten is digitale geletterdheid en inclusie vooral een informeel gespreksonderwerp (35%). Een relatief klein deel (ongeveer 15%-20%) geeft aan dat ze werkt aan een visie, beleidsplan/aanpak of dat ze een experiment/pilot te hebben. Tot slot geeft 7% van de respondenten aan dat de inclusie van digistarters geen aandacht krijgt binnen de organisatie (dit zijn vooral stichtingen).

Figuur 7 Hoe hebben organisaties aandacht voor inclusie van digistarters?



Vooraf voor verenigingen is de inclusie van digistarters een informeel gespreks- onderwerp (42%). Bij overheden (35%) en stichtingen (30%) is dat aandeel kleiner. Ook werkt een vrij klein deel van de verenigingen aan een beleidsplan (3%), visie (10%) of heeft een pilot/experiment (18%). Overheden scoren op deze drie vormen van aandacht met ongeveer 25% een stuk hoger. Stichtingen scoren daar iets onder. Zo'n 24% werkt aan een beleidsplan, 21% heeft een experiment, en 12% werkt aan een visie. Verder valt op dat 4% van de (semi-)overheden en 13% van de verenigingen aangeeft géén aandacht te hebben voor de inclusie voor digistarters, terwijl juist alle stichtingen dat wel hebben.

Figuur 8 Hoe hebben organisaties aandacht voor inclusie van digistarters (per type organisatie)?



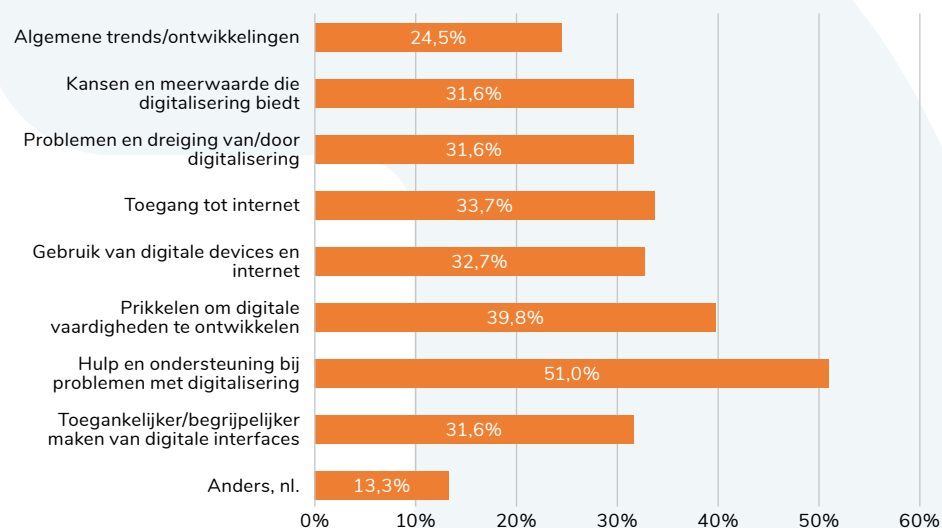
Het zijn met name de grotere (grootste) organisaties die meer aandacht hebben voor digitale geletterdheid en inclusie. Ook is hun inzet concreter. Zij werken vaker dan kleinere organisaties aan een beleidsplan, visie en hebben ook vaker een pilot/experiment.

3.2.2 Waar richt de aandacht zich inhoudelijk op?

De aandacht voor digitale geletterdheid en inclusie richt zich op veel verschillende aspecten. Elk van de uitgevraagde opties wordt door meer dan 25% genoemd. Meest genoemde is het bieden van hulp en ondersteuning bij problemen met

digitalisering (51%). Daarnaast gaat de aandacht vaak uit naar het stimuleren om digitaal vaardiger te worden (39%). Ongeveer vergelijkbare aandacht krijgen de andere opties: toegang tot internet (33%), het gebruiken van digitale devices en internet (32%), het toegankelijker/begrijpelijker maken van digitale interfaces (31%), kansen en meerwaarde die digitalisering biedt (31%) en problemen en dreiging van/door digitalisering (31%).

Figuur 9 Waar richt de aandacht voor inclusie van digistarters zich inhoudelijk op?



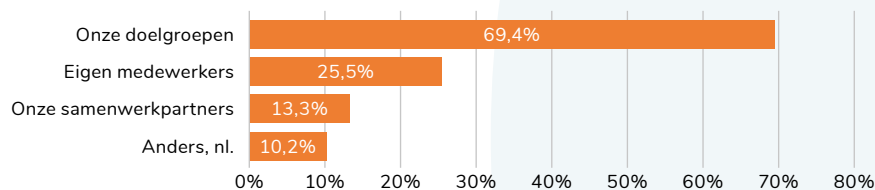
Tussen de drie typen organisaties zijn enkele opvallende verschillen te zien. Stichtingen scoren een stuk hoger op alle inhoudelijke aandachtsgebieden dan overheden en verenigingen. Verenigingen scoren over de gehele linie lager dan overheden en stichtingen. Zij hebben relatief gezien wel opvallend meer aandacht voor de toegang tot internet (37%) waar overheden op dat aspect juist relatief laag scoort (17%). Stichtingen hebben relatief gezien veel meer aandacht voor hulp en ondersteuning bij problemen met digitalisering (71%) en het prikkelen om digitaal vaardiger te worden (62%). Zij hebben ook meer dan overheden en verenigingen aandacht voor de kansen en meerwaarde die digitalisering biedt (53%).

Ook hier geldt dat grotere organisaties vaker aangeven dat de aandacht zich richt op elk van deze onderwerpen. Met name middelgrote organisaties hebben relatief gezien veel aandacht voor prikkelen om digitaal vaardiger te worden en het bieden van hulp en ondersteuning.

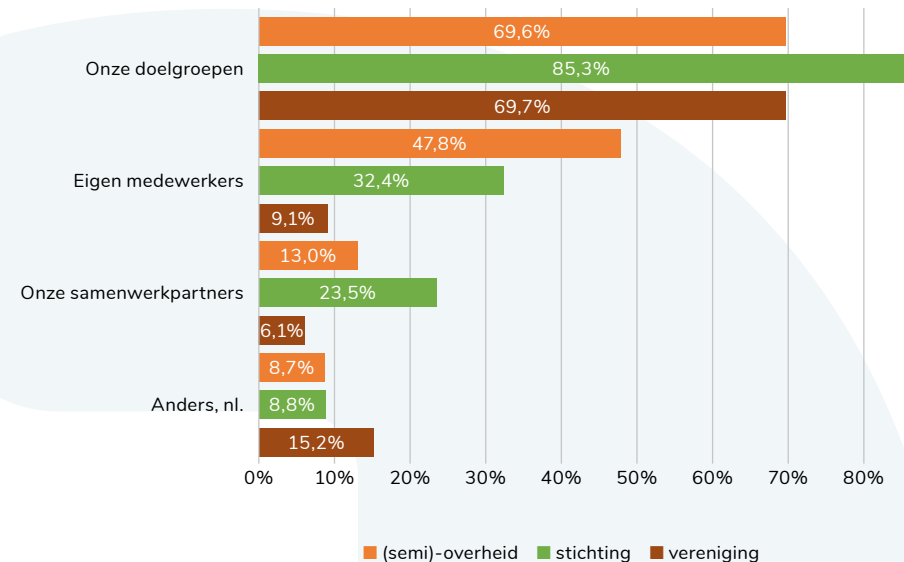
3.2.3 Op welke groepen richt de aandacht zich?

Verreweg het grootste deel van de organisaties (69%) richt de aandacht voor digitale geletterdheid en inclusie zich op de primaire doelgroepen waar ze zich op richten (voor overheden gaat het om de inwoners). Ongeveer een kwart van de organisaties richt de aandacht zich ook op de eigen medewerkers (26%). Een relatief klein deel noemt ook de samenwerkingspartners als groep waar de aandacht zich op richt. Verenigingen richten de aandacht relatief gezien weinig op de eigen medewerkers (6%). Bijna de helft van de overheden en een derde van de stichtingen richten de aandacht op de eigen medewerkers. Stichtingen hebben met 85% de sterkste focus op de eigen doelgroepen waar overheden en verenigingen daarop vergelijkbaar minder sterke focus hebben (70%).

Figuur 10 Op wie richt de aandacht voor inclusie van digistarters zich?



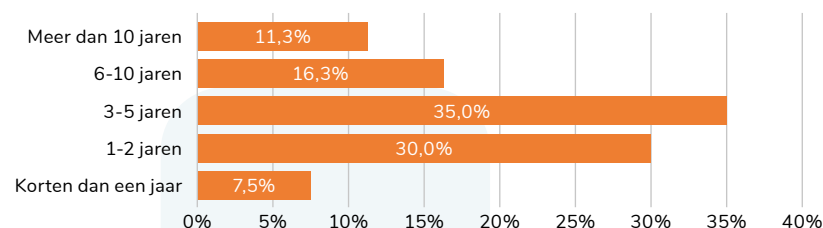
Figuur 11 Op wie richt de aandacht voor inclusie van digistarters zich (per type organisatie)?



3.2.4 Sinds wanneer is er aandacht?

De aandacht voor digitale geletterdheid en inclusie is bij de organisaties vooral de afgelopen 1-2 jaren (30%) of 3-5 jaren (35%) ontstaan. Iets meer dan een kwart geeft aan dat de aandacht langer dan 6 jaren bestaat, en voor 11% zelfs langer dan 10 jaar. Een relatief klein deel van de organisaties (8%) heeft pas sinds een jaar aandacht voor digitale geletterdheid en inclusie. Met name verenigingen hebben minder lang aandacht voor digitale geletterdheid en inclusie dan overheden en stichtingen. Van deze groep geeft 45% aan dat de aandacht korter dan 2 jaar bestaat en 11% zelfs korter dan 1 jaar. Overheden en stichtingen hebben beide al langer aandacht voor het vraagstuk (3-5 jaren). Overheden hebben het langst aandacht voor het vraagstuk.

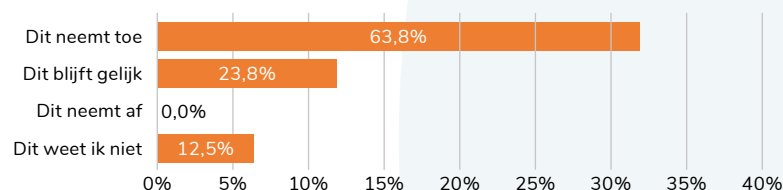
Figuur 12 Sinds wanneer is er aandacht voor inclusie van digistarters?



3.2.5 Hoe ontwikkelt de aandacht zich?

De aandacht voor digitale geletterdheid en inclusie is volgens een grote meerderheid van de organisaties toegenomen (64%) of gelijk gebleven (24%). Geen enkele gaf aan dat de aandacht is afgenomen. Een relatief klein deel wist niet hoe de aandacht voor het vraagstuk zich ontwikkelt. Opvallend is dat 16-25% van de overheden en verenigingen aangeeft niet te weten hoe de aandacht zich ontwikkelde.

Figuur 13 Hoe ontwikkelt de aandacht voor inclusie van digistarters zich?



3.3 Ondersteuningsaanbod voor digistarters

De organisaties is gevraagd of zij een of meer diensten bieden aan digistarters. Vervolgens zijn per dienst verschillende vragen gesteld.

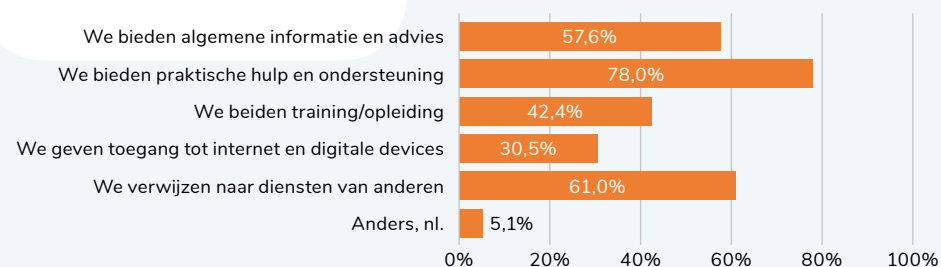
3.3.1 Aantal genoemde diensten

Iets meer dan de helft van de respondenten (47%) gaf aan een concrete dienst te bieden aan digistarters. In totaal werd door 46 organisaties aanvullende informatie verstrekt voor 59 diensten. Deze diensten werden vooral genoemd door stichtingen (54%), gevolgd door overheden (27%) en verenigingen (19%). Zo'n 64% van de diensten werd genoemd door de grotere organisaties (meer dan 50 medewerkers) en 27% van de diensten door organisaties met meer dan 250 medewerkers. Tegelijkertijd zien we dat 17% van de diensten door overwegend kleine verenigingen werd genoemd.

3.3.2 Aard van de geboden diensten

Bijna 80% van deze diensten richt zich op het bieden van praktische hulp en ondersteuning, gevolgd door verwijzen naar diensten van anderen (61%) en het bieden van algemene informatie en advies (58%). In mindere mate gaat het om diensten gericht op het bieden van een training/opleiding (42%) en het geven van toegang tot internet en digitale devices (31%).

Figuur 14 Wat doet/biedt de geboden dienst?

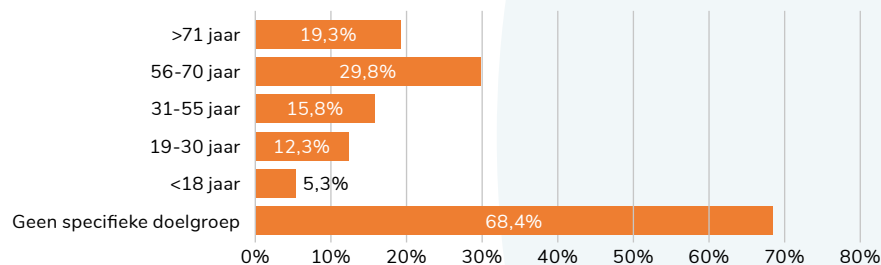


Bijna alle stichtingen (97%) bieden praktische hulp en ondersteuning, waar (semi-)overheden en verenigingen daar veel lager op scoren (55% en 56%). Vooral de stichtingen geven toegang tot internet en digitale devices (47%) waar (semi-)overheden en verenigingen dat veel minder doen (13% en 9%). Non-profits scoren ook hoger op het bieden van algemene informatie en advies (69%) dan (semi-)overheden (44%) en verenigingen (45%) dat doen. En ze scoren hoger op het verwijzen naar diensten van anderen (55%) dan dat (semi-)overheden (50%) en verenigingen (55%) dat doen. We zien weinig grote verschillen tussen grotere en kleinere organisaties in de mate waarin zij specifieke diensten aanbieden.

3.3.3 Leeftijdsgroep waarop de dienst zich richt

Van de 59 aangeboden diensten richt een grote meerderheid van 70% zich niet op een specifieke leeftijd. De diensten die zich wél op een specifieke leeftijdsgroep richten, doen dat vooral op de groep van 56-70 jaar (32%) of ouder (20%). Een relatief klein deel richt zich op jongeren onder de 18 jaar (5%).

Figuur 15 Op welke leeftijd richten de dienst zich?



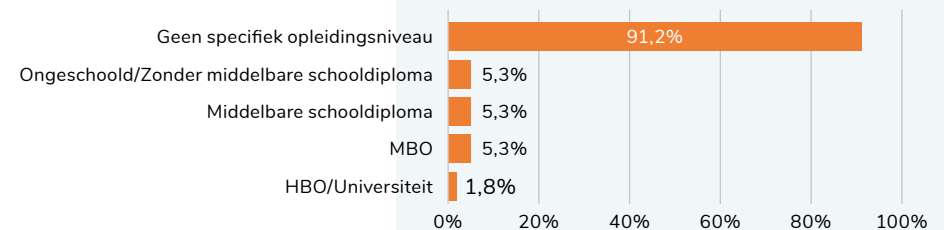
Bijna de helft van de diensten die verenigingen bieden, zijn gericht op de twee oudste leeftijdsgroepen (56-70 jaar en ouder dan 71 jaar). Zij bieden geen diensten in de leeftijdsgroepen jonger dan 56 jaar. Daarentegen is meer dan 70% van de diensten van overheden en stichtingen gericht op geen specifieke leeftijdsgroep. Daarnaast hebben zij diensten die gericht zijn op alle leeftijdsgroepen maar zijn ook daar de oudere leeftijdsgroepen het meest

genoemd. Opvallend is dat organisaties met 26-50 medewerkers relatief gezien veel vaker diensten aanbieden aan specifieke (oudere) leeftijdsgroepen. En dat organisaties met minder dan 10 medewerkers uitsluitend diensten aanbieden die niet gericht zijn op een specifieke leeftijdsgroep.

3.3.4 Opleidingsniveau waarop de dienst zich richt

Bijna alle genoemde diensten zijn niet gericht op mensen met een specifiek opleidingsniveau (92%). Zij die dat wel hebben, richten zich vooral op ongeschoolden, mensen die geen middelbareschooldiploma hebben of het MBO-geschoold zijn (5%). Slechts enkele diensten richten zich op inwoners die HBO/universiteit-geschoold zijn. Er zijn op dit punt geen verschillen tussen overheden, non-profits en verenigingen, noch tussen grote en kleine organisaties.

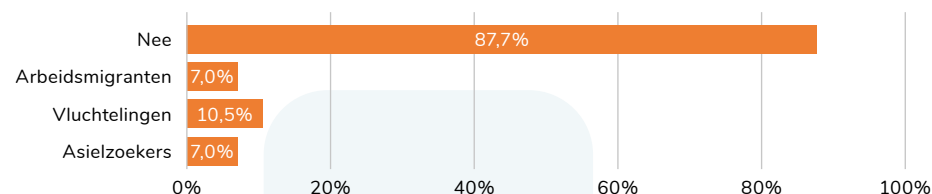
Figuur 16 Op welk opleidingsniveau richt de dienst zich?



3.3.5 Migratieachtergrond

Bijna 90% van de genoemde diensten richten zich niet expliciet op inwoners met een migratieachtergrond. Zij die dat wel doen richten zich vooral op vluchtelingen (11%), asielzoekers (7%) en arbeidsmigranten (7%). Tussen de verschillende type organisaties zijn geen verschillen geconstateerd. Ook niet tussen grote en kleine organisaties.

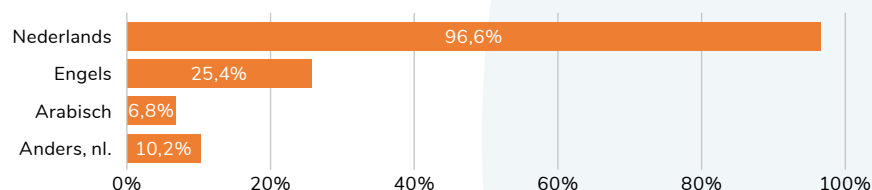
Figuur 17 Richt de dienst zich op mensen met een migratieachtergrond?



3.3.6 Taal

De geboden diensten worden bijna altijd in het Nederlands geboden (97%). Daarnaast wordt 25% van de diensten in het Engels aangeboden. Slechts 7% van de alle aangeboden diensten wordt in het Arabisch aangeboden en 10% in andere talen. Stichtingen en verenigingen bieden iets vaker dan overheden diensten aan in het Arabisch (10% en 9%), alsook in andere talen (13% en 18%). Tussen de drie typen organisaties zijn geen grote verschillen gevonden, noch tussen grote en kleine organisaties.

Figuur 18 In welke taal wordt de dienst aangeboden?

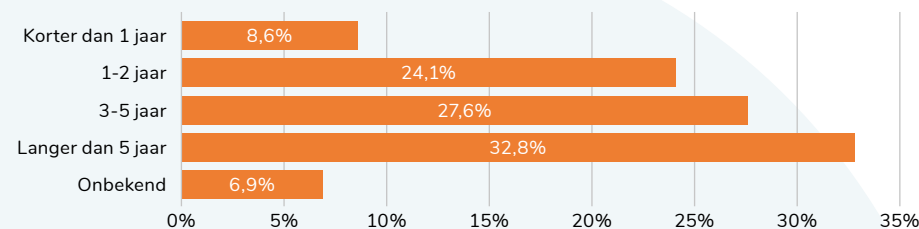


3.3.7 Hoe lang de dienst wordt aangeboden

Ongeveer 50% van de aangeboden diensten (N=59) wordt tussen de 1-5 jaar aangeboden en iets meer dan 30% langer dan 5 jaar. Een relatief klein deel (9%) wordt korter dan een jaar aangeboden. Met name stichtingen en verenigingen bieden relatief vaak diensten aan die langer dan 5 jaar worden aangeboden (44% en 35%). Dit geldt voor slechts 6% van de diensten die overheden bieden. Verder bieden overheden en verenigingen het vaakst diensten aan die 1-2 jaar of korter dan 1 jaar (50% en 35%), waar dat geldt voor slechts 27% van de diensten van

stichtingen. Met name de grotere organisaties bieden diensten langer aan dan de kleinere organisaties.

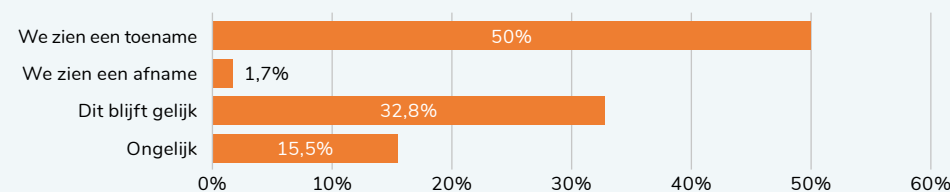
Figuur 19 Hoe lang wordt de dienst aangeboden?



3.3.8 Ontwikkeling van het gebruik van de dienst

Voor de helft van de aangeboden diensten wordt een toenemend gebruik genoemd terwijl voor een derde van de diensten het gebruik gelijk zou blijven. Voor een enkele dienst werd een afname in het gebruik gemeld. Voor relatief veel diensten die verenigingen aanbieden wordt een gelijkblijvend gebruik gemeld (55%) terwijl dat voor slechts voor iets meer dan een kwart van de diensten van overheden en stichtingen geldt (27% en 28%). Daarnaast geldt dat voor iets meer dan een kwart van de diensten die verenigingen bieden een toenemend gebruik wordt gemeld, veel minder dan de diensten die overheden en stichtingen melden (53% en 56%). Deze verschillen zijn opvallend en hangen mogelijk samen met de omvang van de organisatie (beperkte capaciteit en kennis om de diensten goed aan te kunnen bieden).

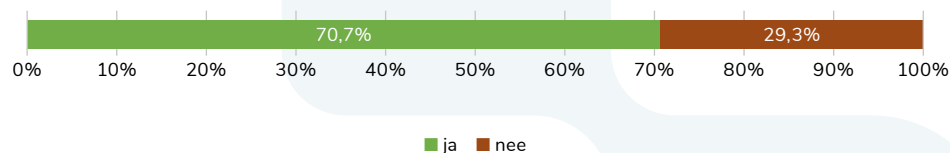
Figuur 20 Hoe ontwikkelt het gebruik van de dienst?



3.4 Samenwerking in het aanbod van diensten

Voor 71% van de aangeboden diensten geldt dat daarin wordt samengewerkt met andere organisaties. Dat geldt vooral voor de diensten van overheden (80%) en stichtingen (75%). De diensten die verenigingen aanbieden vertonen een tegenovergesteld beeld. Daar wordt slechts in 46% van de diensten samengewerkt. Er wordt vooral samengewerkt door grote organisaties (70% van de geboden diensten).

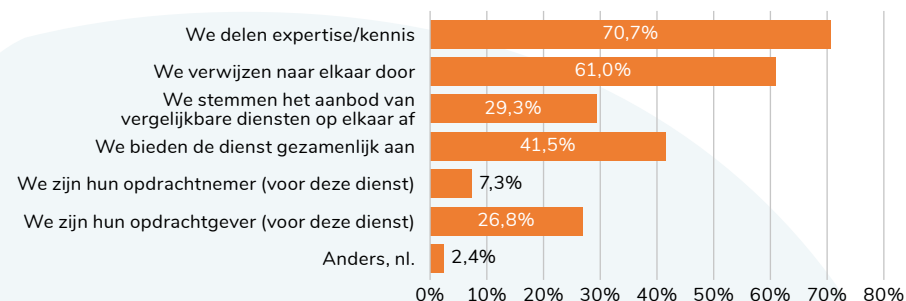
Figuur 21 Werkt uw organisatie samen bij het aanbieden van de dienst?



3.4.1 Aard van de samenwerking

Als we kijken naar de diensten waarin samengewerkt wordt en wat de aard van de samenwerking daarin is, valt op dat het vooral gaat om het delen van kennis/expertise (71%) en het naar elkaar doorverwijzen (61%). In iets meer dan 40% van de diensten wordt de dienst samen aangeboden. Verder wordt bij 29% van de diensten een aanbod onderling afgestemd. Voor 27% van diensten gaat het om een opdrachtgeverschap. In vergelijking met overheden en verenigingen bieden stichtingen relatief vaker diensten aan samen met andere organisaties. Voor relatief veel diensten die overheden aanboden geldt dat zij de opdrachtgever zijn (58%).

Figuur 22 Wat is de aard van de samenwerking?

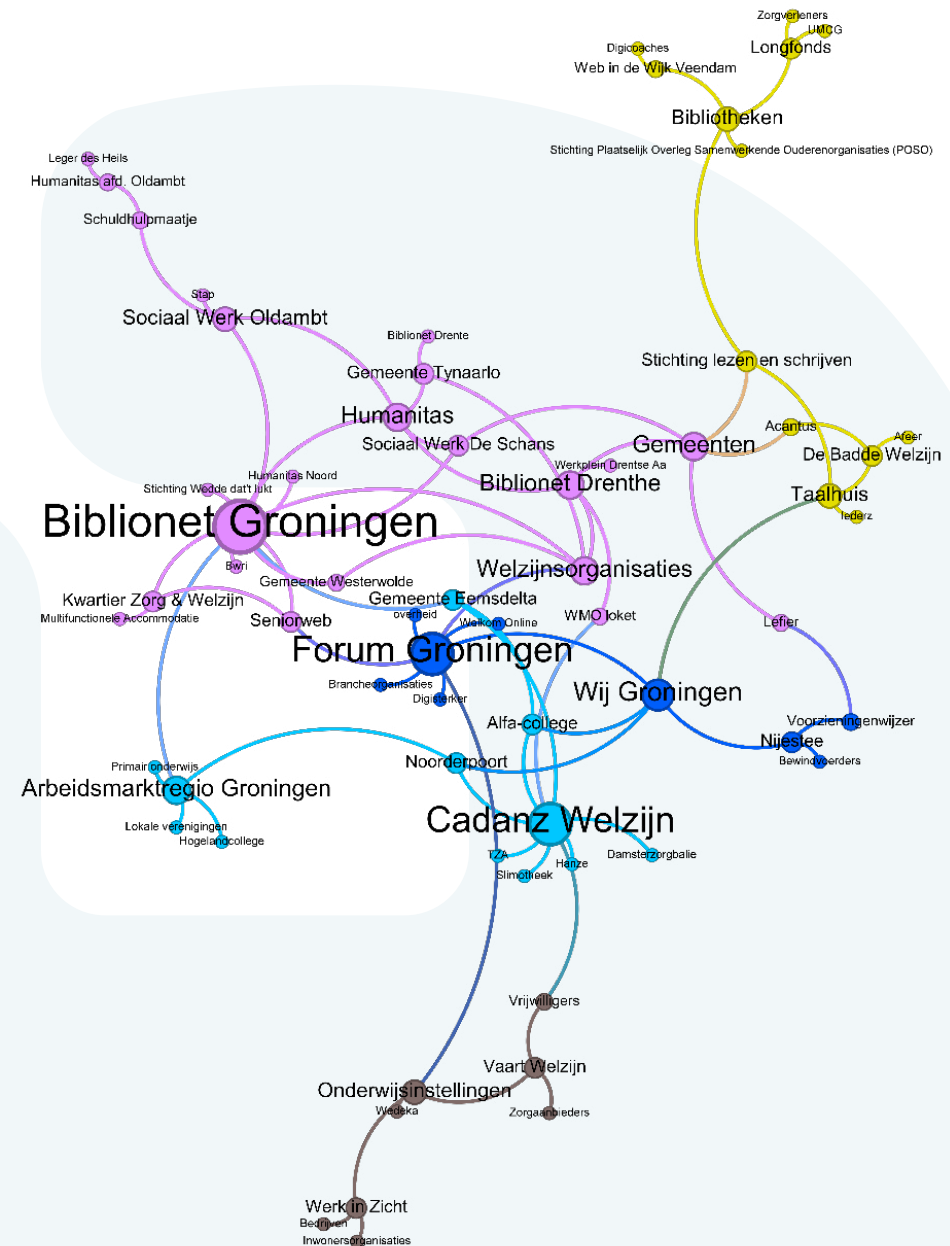


3.4.2 Netwerkstructuur in samenwerking

In onderstaande visualisatie zijn voor alle diensten waarin wordt samengewerkt, de concrete samenwerkingspartners verwerkt. Hoe groter de bol (organisatie) hoe meer samenwerkingsverbanden deze organisatie heeft in het aanbieden van diensten voor digistarters. De verschillende kleuren geven clusters weer van organisaties die relatief gezien vaker met elkaar samenwerken.

Het netwerk omvat vooral bibliotheekorganisaties, welzijnsorganisaties en gemeenten. In mindere mate zijn hierin vertegenwoordigd de woningcorporaties, inwonersorganisaties, organisaties op het vlak van zorg, organisaties die toeleiden tot werk, en werkgevers(organisaties). Regionale initiatieven zoals de Digital Literacy Coalition en Digitale Academie Noord-Nederland zijn niet zichtbaar in het netwerk. Er zijn drie grote spelers te onderscheiden: Biblionet Groningen, Forum en Cadanz Welzijn. Deze organisaties hebben de meeste samenwerkingen met andere organisaties. Zij hebben elk een eigen cluster van organisaties waar zij relatief veel mee samenwerken. Het grootste cluster (roze) centreert zich rondom Biblionet Groningen. Directe en indirecte samenwerkingsverbanden heeft zij met o.a. diverse welzijnsorganisaties en gemeenten, alsook met Humanitas, en Seniorweb. Een tweede vooral op de stad Groningen gericht cluster (donkerblauw) vormt zich rondom Forum met o.a. Wij Groningen en woninbouwcorporatie Nijestee. In een derde cluster (lichtblauw) speelt Cadanz Welzijn een centrale rol en is daarin verbonden met diverse

MBO-instellingen en gemeente Eemsdelta. Een vierde cluster heeft bibliotheken, taalhuis en Stichting Lezen en Schrijven als centrale spelers en omvat o.a. web in de wijk Veendam en Longfonds. Tot slot zijn er nog drie relatief kleine clusters die niet of zeer beperkt verbonden zijn met de grotere clusters. Het gaat om een cluster rondom onderwijsorganisaties en Werk in Zicht, een cluster rondom Wold & Waard en een cluster rondom Stichting Bewonersoverleg Veendam (huurdersvereniging).

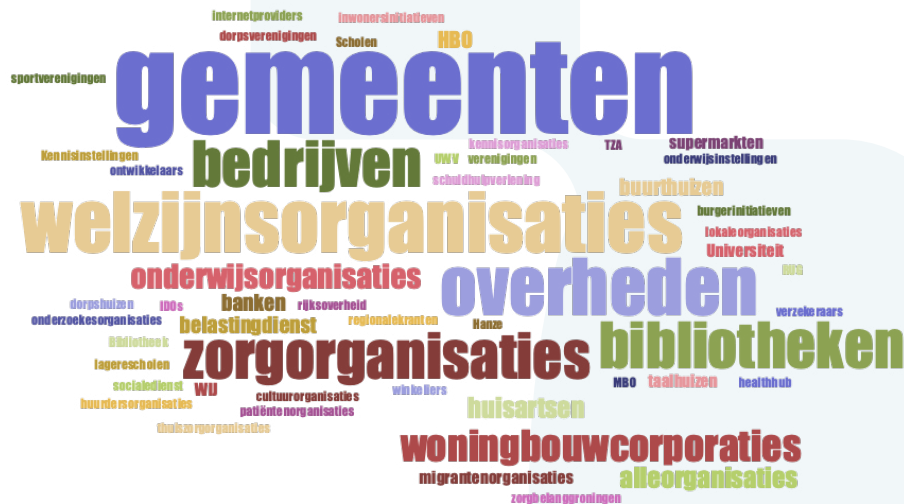


Figuur 23 Samenwerknetwerk van organisatie in het aanbieden van diensten aan digistarters

3.4.3 Welke organisaties zouden een grotere rol moeten gaan spelen?

De organisaties die aan de survey meededen is ook gevraagd welke organisaties een grotere rol moeten spelen op het vlak van digitale geletterdheid en inclusie. De antwoorden zijn hieronder weergegeven in de vorm van een wordcloud. Daarin is de grote een indicatie voor de mate waarin die organisatie is genoemd.

Figuur 24 Welke organisaties moeten meer inzetten op inclusie van digistarters?



Bovenstaande wordcloud laat duidelijk zien dat de **gemeenten** en overheden in het algemeen het vaakst worden genoemd. Daarnaast zijn veelgenoemde organisaties de bibliotheken, welzijnsorganisaties en woningcorporaties (en huurdersverenigingen). Dit zijn deels al partijen die zich meer dan andere partijen inzetten op het thema digitale geletterdheid en inclusie, maar die rol dus nog prominenter zouden moeten invullen.

Daarnaast wordt het **bedrijfsleven** vaak genoemd. Ondernemers, werkgevers en het werk in het algemeen worden gezien als waardevolle actoren/plekken om mensen met minder digitale vaardigheden te bereiken en stimuleren om digitaal vaardiger te worden. Via deze organisaties kunnen zowel de werknemers alsook de klanten worden bereikt.

Iets soortgelijks geldt voor het **onderwijs** en de **zorg**. Met name de scholen en huisartsen worden dus gezien als type organisaties die zich actiever op dit thema zouden kunnen profileren, en een signalerende rol zouden kunnen spelen. Met scholen worden zowel de basis/voortgezet onderwijsinstellingen maar ook de HBO/WO instellingen. De basis-/voortgezet onderwijsinstellingen zijn belangrijk in verband met het bereiken van kinderen en hun ouders. De HBO/WO instellingen zijn belangrijk in verband met de rol die ze kunnen spelen op het vlak van kennisdeling/-ontwikkeling.

Verder valt op dat ook de **supermarkten** en **banken** worden genoemd. Meer in den brede wordt daarmee bedoeld organisaties die plekken 'overal waar mensen zijn of het leven plaats vindt'. Supermarkten en banken (maar ook de 'winkeliers') zijn daarin een van de concretere actoren binnen de meer algemene 'commercie'.

Iets minder goed zichtbaar, maar op verschillende manieren wel benoemd, zijn de **verenigingen en stichtingen die op lokaal niveau** in de wijken en dorpen het maatschappelijk verkeer vormen. Meer concreet wordt een rol gezien voor de buurt- en wijkcentra.

Bovenstaande (type) organisaties kunnen elk op verschillende manieren een toegevoegde waarde hebben. Maar ook schuilt meerwaarde in betere **samenwerking** tussen deze (type) organisaties.

3.4.4 Op welke manier zouden deze organisaties een grotere rol moeten spelen?

Na de vraag over welke organisaties een grotere rol moeten spelen is een vervolgvraag gesteld over de manier waarop die organisaties die actievere rol zouden moeten invullen. De open antwoorden zijn gegroepeerd en hieronder kort beschreven. Eerstgenoemde rollen zijn vaker genoemd dan later genoemde rollen.

- Het verzorgen van **voorlichting/campagnes** zodat breder in de samenleving meer aandacht komt voor het vraagstuk en ook agenderend kan werken naar organisaties die daar een professionele of vrijwillige rol in hebben (welzijn, scholen, inwonersinitiatieven, etc.).
- Het **stimuleren van aanschaf van en/of toegang** geven tot digitale apparaten. Een deel van de inwoners heeft lage digitale vaardigheden omdat zij niet in het bezit zijn van digitale devices. Deze groep in staat stellen om die digitale devices te gebruiken, verzorgt een cruciale voorwaarde om digitaal vaardiger te kunnen worden.
- Het **ondersteunen van lokale initiatieven** om inwoners hulp- en ondersteuning te bieden bij digitale problemen en/het ontwikkelen van digitale vaardigheden. Dit speelt in de lokale kracht/energie die aanwezig is en laagdrempelig kan zijn voor inwoners die minder goede relatie hebben met organisaties als bibliotheken, welzijnsorganisaties, scholen en/of zorgaanbieders.
- Actiever **signaleren en doorverwijzen** naar organisaties met een bestaand hulp- en leeraanbod. Dit vraagt meer vaardigheden om beperkte digitale vaardigheden te herkennen alsook meer kennis van het bestaande aanbod (inzicht en overzicht) en investeren in het vormen van warmere onderlinge relaties om beter te kunnen doorverwijzen.
- Aanbieden van **trainingen en cursussen** om digitale vaardigheden te kunnen ontwikkelen.
- Meer laagdrempelige en **laagdrempelig hulpaanbod** in de eigen dorpen/ wijken waar je geholpen wordt als je digitale problemen hebt. Vandaaruit bijvoorbeeld inloopspreekuren en spreekuren kunnen inwoners goed doorverwezen worden naar trainingen en cursussen.

- **Proactief de wijken/buurtten** in om inwoners met lage digitale vaardigheden te bereiken. Door naar ze toe te gaan lukt het beter om deze inwoners persoonlijk te benaderen, elkaar beter te leren kennen en om vanuit een gegroeide vertrouwensband mensen te begeleiden bij het gebruik maken van het bestaande leer- en hulpaanbod.
- Investeren in de **digitale mindset en vaardigheden van welzijnswerkers** (mogelijk ook medewerkers van bibliotheken en zorgaanbieders) zodat zij het probleem beter kunnen signaleren en cliënten passend kunnen ondersteunen bij het oplossen van digitale problemen en het doorverwijzen naar bestaand leeraanbod. Ook kan het de inzet van digitale middelen in het dagelijkse professionele werk zelf stimuleren.
- Digitale **diensten toegankelijker/begrijpelijker maken** en/of het verplicht stellen om een **niet-digitaal alternatief te bieden** om belangrijke diensten en producten te kunnen blijven gebruiken als je niet voldoende digitaal vaardig bent of niet in staat bent om gebruik te maken van bestaand hulpaanbod. Dit alles om verdere uitsluiting van de samenleving te voorkomen.

4. Samenvatting

In de arbeidsmarktregio Groningen is een online survey uitgezet onder organisaties die een rol spelen in het bevorderen van digitale vaardigheden. Concreet ging het om gemeenten, bibliotheken, welzijnsorganisaties, sociale teams, woningcorporaties, huurdersverenigingen en diverse doelgroeporganisaties.

In totaal vulden 98 unieke organisaties de vragenlijst in. Daarvan was 24,5% een (semi-)overheid, 35,7% een non-profit organisatie (professioneel) en 38,8% een vrijwilligersorganisatie. Bijna de helft van de organisaties had meer dan 50 medewerkers. Dit zijn vooral de semioverheden en stichtingen. De verenigingen zijn relatief klein: zo'n 60% van de verenigingen had minder dan 10 vrijwilligers. De respondenten richten zich vooral op de domeinen welzijn, wonen, zorg en cultuur. De meeste organisaties zijn actief in meerdere gemeenten. Verenigingen richten zich relatief vaak op één dorp of wijk.

Hoe hebben 'toeleiders' tot digistarters intern aandacht voor digitale inclusie?

De aandacht die organisaties hebben voor digitale geletterdheid en inclusie is vrij beperkt. Voor ongeveer een derde is het een 'informeel gespreksonderwerp' (voor verenigingen zelfs meer dan 40%). Iets meer dan 10% heeft een pilot of experiment. De rest werkt aan een visie of een beleidsplan (zonder concrete activiteiten in de uitvoering). Iets minder dan de helft van de respondenten gaf aan een concrete dienst te bieden gericht op digistarters. Dit laat zien dat het vraagstuk maar in beperkte mate op een doordachte en concrete manier invulling krijgt in het beleid. Dit geldt voor de verenigingen veel meer dan voor de overheden en stichtingen.

Uitdaging 1: stimuleer organisaties om digitale geletterdheid en inclusie intern te agenderen en/of door te vertalen naar concretere inzet/activiteiten met inzet van gespreksvormen en tools

Verder zien we dat de aandacht voor digitale geletterdheid en inclusie vooral gericht is op de eigen doelgroepen/inwoners. In slechts een kwart van de organisaties wordt die aandacht gericht op de eigen medewerkers. Hier zien we dus vooral een externe oriëntatie. Zicht op de uitdagingen die er óók liggen bij de eigen medewerkers zijn veel minder duidelijk in beeld.

Uitdaging 2: versterk de inzet van organisaties op het ontwikkelen van de digitale vaardigheden van de eigen medewerkers en vrijwilligers

Als we meer specifiek kijken naar waar de organisaties zich op richten dan valt op dat dit heel divers is (met name bij grotere organisaties) en dat het vooral gaat om het bieden van hulp en ondersteuning bij problemen met digitalisering en het prikkelen om digitaal vaardiger te worden. Aandacht voor een breder perspectief op digitalisering (kansen en meerwaarde, problemen en dreiging, algemene trends/ontwikkelingen) relatief weinig voorkomen. Vooral stichtingen hebben meer aandacht voor de kansen en meerwaarde van digitalisering en ook meer aandacht voor het gebruik van digitale devices. Verder blijkt dat grote organisaties over het algemeen een breder pallet aan onderwerpen adresseren dan kleinere organisaties.

Uitdaging 3: stimuleer een inhoudelijke verbreding van de aandacht die organisaties hebben voor digitale geletterdheid en inclusie van organisaties

De aandacht die organisaties hebben voor digitale geletterdheid en inclusie is relatief nieuw. Voor bijna 80% was dit vraagstuk 5 jaar geleden en voor bijna 40% zelfs 2 jaar geleden, nog niet in beeld. Bovendien blijkt duidelijk dat een meerderheid van de organisaties aangeeft dat de aandacht voor het vraagstuk ook toeneemt.

Welk ondersteuningsaanbod bieden deze 'toeleiders' aan welke typen digistarters?

Iets meer dan de helft van de organisaties geeft aan dat zij een concreet ondersteuningsaanbod heeft voor de doelgroepen/inwoners waar ze zich op richten. In totaal gaat het om 56 diensten waarvan iets meer dan de helft wordt aangeboden door stichtingen en/of grotere organisaties.

Dit ondersteuningsaanbod bestaat hoofdzakelijk uit het bieden van (korte termijn) praktische hulp en ondersteuning bij digitale problemen, het doorverwijzen naar anderen, en het geven van algemene informatie en advies over digitalisering. Opvallend is dat in veel mindere mate het ondersteuningsaanbod bestaat uit een training of opleiding waar doelgroepen/inwoners digitaal vaardiger door worden zodat praktische hulp op langere termijn niet meer nodig zou kunnen zijn. Het zijn vooral stichtingen die zich relatief vaak richten op het bieden van toegang tot digitale devices.

Uitdaging 4: stimuleer de ontwikkeling van een ondersteuningsaanbod dat meer gericht is op het realiseren van lange termijn verbeteringen (middels opleiding/training)

De geboden ondersteuning is voor het grootste gedeelte niet gericht op een specifieke leeftijdsgroep. Wel zien we dat met name de wat grotere verenigingen zich richten op de leeftijdsgroep 56 jaar of ouder. Ook zien we dat het ondersteuningsaanbod zich nauwelijks richt op een specifiek opleidingsniveau. Voor het beperkt aantal diensten die dat wel doen, richten deze zich op de laagste opleidingsniveaus. Tot slot zien we dat de geboden diensten zich niet of nauwelijks richten op mensen met een migratieachtergrond en worden ze vrijwel uitsluitend in het Nederlands aangeboden. Dit is opvallend omdat voor het gebruik van ondersteuning maatwerk een belangrijke driver is.

Uitdaging 5: stimuleer de ontwikkeling van maatwerk in het ondersteuningsaanbod om dit beter te kunnen laten aansluiten bij de wensen en mogelijkheden van specifieke doelgroepen

Ongeveer een derde van de geboden diensten bestaat maximaal 5 jaar en ongeveer de helft van de geboden diensten heeft een groeiend gebruik. Vaak gaat het om ondersteuningsaanbod van middelgrote organisaties. Diensten van (kleinere) verenigingen lijken iets minder in trek te zijn. Deze hebben vaker een gelijkblijvend gebruik en minder vaak een toenemend gebruik.

Uitdaging 6: help kleinere organisaties (met name verenigingen) om het gebruik van hun ondersteuningsaanbod te vergroten

Voor een grote meerderheid van de geboden diensten wordt samengewerkt met andere organisaties. Daarbij valt op dat het vaak gaat om relatief 'lichte' vormen van samenwerking zoals het delen van kennis/expertise, het naar elkaar doorverwijzen. Achter 40% van de aangeboden diensten gaat het overigens om de 'sterkste' vorm van samenwerking: het samen aanbieden van het ondersteuningsaanbod.

Uitdaging 7: faciliteer de groei van 'zwaardere' vormen van samenwerking van organisaties om een meer sluitende ondersteuningsstructuur te laten groeien

Hoe werken 'toeleiders' samen in het aanbieden van ondersteuning aan digistarters?

Het netwerkplaatje van de samenwerkende organisaties toont een relatief eenzijdig samengesteld netwerk. Biblionet Groningen, Forum en Cadanz Welzijn de 'grootste' spelers. Zij zijn de centrale spelers in een breder netwerk van vooral bibliotheekorganisaties, welzijnsorganisaties en gemeenten. Opvallend is dat woningcorporaties, dorpsorganisaties, ondernemers(organisaties) en onderwijsorganisaties een minder prominente rol spelen. En dat grotere regionale initiatieven zoals de Digital Literacy Coalition en Digitale Academie Noord-Nederland ontbreken.

Uitdaging 8: stimuleer de ontwikkeling van een meer evenwichtig en ook diverser samenwerknetwerk

Uitdaging 9: zorg voor meer inzet en samenwerking van dorpsorganisaties, onderwijsorganisaties en werkgevers(organisaties) en regionale grotere initiatieven op het vlak van digitale geletterdheid en inclusie

De respondenten gaven duidelijk aan dat zij vooral van gemeenten verwachten dat ze een grotere rol zouden moeten spelen dan dat ze nu doen. Dat geldt ook in iets mindere mate voor bibliotheken, welzijnsorganisaties, en woningcorporaties. Ook het bedrijfsleven wordt concreet genoemd als een actor die voor het vraagstuk meer zou moeten inzetten. Werkgevers worden als een logische actor gezien om zowel hun medewerkers alsook klanten te bereiken en te stimuleren

om digitaal vaardiger te worden. Verder wordt van de onderwijsinstellingen meer inzet verwacht dan dat ze nu leveren. Daar worden kansen gezien om via basis- en voortgezet onderwijs zowel de leerlingen alsook hun ouders kunnen worden bereikt. Voor het hogere onderwijs gaat het vooral om het delen en ontwikkelen van kennis. Tot slot worden ook supermarkten en banken genoemd als actoren die een grotere rol zouden kunnen spelen. Dit zijn twee voorbeelden van plekken/organisaties die relatief vaak in contact staan met inwoners.

De manier waarop deze organisaties een grotere rol moeten spelen is divers. Enerzijds gaat het om inzet op het breder onder de aandacht brengen van het vraagstuk, anderzijds om het geven van toegang tot de digitale wereld. Zij moeten mensen met verminderde digitale vaardigheden meer kunnen signaleren en goed kunnen doorverwijzen naar passende ondersteuning. Deze ondersteuning moet laagdrempelig op lokaal niveau beschikbaar komen waarvoor het nodig is om proactief de wijken in te gaan om zichtbaar en benaderbaar te zijn. Het wordt belangrijk gevonden dat professionals in het sociaal domein zelf meer digitaal minded en digitaal vaardiger worden. Daardoor zijn zij beter in staat zijn om het probleem te signaleren en mensen te kunnen ondersteunen. Tot slot zouden zij zich moeten inzetten op het toegankelijker/begrijpelijker maken van digitale diensten en het bieden van een niet-digitaal alternatief.

Uitdaging 10: verken met alle in beeld gekomen actoren in het samenwerknetwerk hoe zij de gewenste vergrote inzet op digitale geletterdheid en inclusie zouden kunnen leveren

5. Literatuur

- Al-Muwil, A., Weerakkody, V., El-Haddadeh, R., & Dwivedi, Y. (2019). Balancing digital-by-default with inclusion: A study of the factors influencing E-inclusion in the UK. *Information Systems Frontiers*, 21, 635–659.
- Asmar, A., Van Audenhove, L., & Mariën, I. (2020). Social support for digital inclusion: Towards a typology of social support patterns. *Social Inclusion*, 8(2), 138–150.
- Holley, J. (2013). *Introduction to Network Weaving*. Network Weaver Pub.
- Kaun, A., & Forsman, M. (2024). Digital care work at public libraries: Making Digital First possible. *New Media & Society*, 26(7), 3751–3766.
- Mariën, I. (2021). Federale roadmap “Digitale Inclusie” voor het project “e-inclusion for Belgium”.
- Mason, K., Wagg, S., Harrison, B., Hayes, N., Perez, D., Walker, T., & Wilkes, M. (2022). (2022). Digital poverty transformation: accessing digital services in rural northwest communities. Paper presented at the
- Ponsioen, A. (2023). Een onverminderde uitdaging: Verkennend in gesprek met/ over digitaal kwetsbare inwoners in de arbeidsmarktregio Groningen.
- Reisdorf, B., & Rhinesmith, C. (2020). Digital inclusion as a core component of social inclusion. *Social Inclusion*, 8(2), 132–137.
- van Deursen, A. (2023). *Tendrapport Digitale Inclusie: Kerncijfers en beleidsaanbevelingen*.
- van Huffelen, A. C. (2022). *Werkagenda Waardengedreven Digitaliseren*.
- Wagg, S., & Simeonova, B. (2022). A policy-level perspective to tackle rural digital inclusion. *Information Technology & People*, 35(7), 1884–1911.
- Wagg, S., Vannini, S., Zamani, E., Klyshbekova, M., & Aylward, B. (2024). Digital inclusion network building: a network weaving analysis. *Proceedings of UKAIS*,

6. Bijlage 1 - Vragenlijst

Wat is de naam van uw organisatie?

Type organisatie?

Wat is de omvang van uw organisatie?

Wat is de omvang van uw organisatie?-Aantal betaalde medewerkers

Wat is de omvang van uw organisatie?-Aantal vrijwilligers

In welke domeinwerkveld is uw organisatie actief?

Wat is het werkgebied van uw organisatie?

In welke welke gemeente(n) is uw organisatie actief?

In welk dorpen is uw organisatie actief?

In welk wijken is uw organisatie actief?

Op welke manier heeft uw organisatie aandacht voor inclusie van digistarters?

Waar richt de aandacht voor (inclusie van) digistarters zich inhoudelijk op?

Op wie is de aandacht voor (inclusie van) digistarters vooral gericht?

Sinds wanneer is er aandacht voor (inclusie van) digistarters?

Hoe ontwikkelt die aandacht voor (inclusie van) digistarters zich?

Waarom heeft uw organisatie geen aandacht voor (inclusie van) digistarters?

Heeft uw organisatie één of meer diensten (ondersteuningsaanbod) voor digistarters?

Wat is de naamtitel van de dienst?

Wat doet/biedt de dienst '[naam dienst]'?

Op welke leeftijdsgroep richt uw dienst '[naam dienst]'?

Op welk opleidingsniveau richt uw dienst '[naam dienst]' zich?

Richt uw dienst '[naam dienst]' zich specifiek op mensen met een migratie-achtergrond?

In welke taal wordt uw dienst '[naam dienst]' aangeboden?

Hoe lang biedt uw organisatie de dienst '[naam dienst]' aan?

Hoe ontwikkelt zich het gebruik van uw dienst '[naam dienst]'?

Werkt uw organisatie samen met andere organisaties in het aanbieden van uw dienst '[naam dienst]'?

Met welke andere organisatie(s) werkt uw organisatie samen in het aanbieden van de dienst '[naam dienst]'?

Wat is de aard van uw samenwerking voor de dienst '[naam dienst]'?

Heeft u nog een dienst voor digistarters?

Welke organisaties zouden volgens u een actievere/grotere rol moeten gaan spelen op het vergroten?

Op welke manier zouden zij die grotere rol moeten invullen?

