

WP2: Indicatoren voor Digitaal Mee

Dataregistratie en analyse

Elias Storms (elias.storms@ap.be)
m.m.v. Pieter Cools & Wannes Heirman

februari 2025

Dit rapport is onderdeel van werkpakket 2 van de impactevaluatie van ‘Digitaal Mee’ door de AP Hogeschool in opdracht van de stad Sint-Niklaas. We verkennen hoe we het huidige registratiesysteem kunnen gebruiken om indicatoren op te stellen die meer inzicht geven in de realisaties van Digitaal Mee. Hiermee willen we bijdragen tot een betere monitoring van de dienstverlening en de bereikte doelgroepen. Aanvullend kan de analyse in dit rapport gebruikt worden om registratie en monitoring verder te optimaliseren, eventueel in overleg met de ontwikkelaars van het Digi-portaal.

Het eerste deel van dit rapport suggereert **indicatoren** die relevant zijn om te reflecteren over de realisaties van Digitaal Mee, met specifieke aandacht voor bereik van specifieke doelgroepen in verhouding tot locaties en toeleiding. De indicatoren focussen op bereikt publiek, op doorverwijzing en inschrijving, en op de geboden hulpverlening.

Het gaat om indicatoren in een ideale situatie kunnen worden becijferd. Beperkingen aan de huidige registratiewijze laten geen volledige uitwerking toe. Wel is een uitgebreide verkenning mogelijk van de verzamelde gegevens. Het tweede deel van dit rapport analyseert de **huidige registratiedata** met oog op bereik en doelgroep van de verschillende acties binnen Digitaal Mee.

Het laatste en grootste deel van dit rapport biedt daarom een **verkennende analyse** van de tussen 2023 en 2024 verzamelde data. Waar relevant koppelen we terug naar de voorgestelde indicatoren. Hier presenteren we onze analyses volgens de drie doelstellingen in kader van de Digibanken worden onderscheiden, nl. uitleen van hardware, opleiding & vorming, en individuele ondersteuning. Hiermee bieden we inzicht in unieke en terugkerende bezoekers bij de verschillende deelwerkingen en organisaties, en de doelgroepen waar zij toe behoren. Afsluitend doen we suggesties voor het gebruik van data en aanpassingen in de huidige dataregistratie.

Een **executive summary** van dit rapport wordt afzonderlijk aangeleverd.

Inhoudsopgave

1	Indicatoren	4
1.1	Over indicatoren	4
1.2	Voorgestelde indicatoren voor Digitaal Mee	4
2	De huidige registratiewijze	7
2.1	Mogelijkheden en beperkingen van het Digi-portaal	7
2.1.1	Het Digi-portaal van Beego	7
2.1.2	De ingebouwde analyse	7
2.1.3	Beperkingen van de data-export	8
2.1.4	Onverschillen tussen bezoekers en bezoeken	9
2.2	Onvolledigheid in de huidige dataregistratie	10
3	Verkenning en analyse van de registratiedata	11
3.1	Bezoekersaantallen	12
3.1.1	Bezoeken over tijd heen	12
3.1.2	Unieke bezoekers	12
3.1.3	Terugkerende bezoekers	16
3.2	Doelgroepen	16
3.2.1	Vooraf over doelgroepen: reductie vs. meervoudige telling	16
3.2.2	Uitleen van hardware	18
3.2.3	Deelname aan vormingen	18
3.2.4	Gebruik van individuele hulp	25
3.3	Anonieme bezoekers	30
3.4	Digicafés	30
3.5	Topics bij individuele hulp	34
3.6	Toeleiding en doorverwijzing	34
3.7	Invulling beschikbare slots	36
4	Aanbevelingen omtrent dataregistratie	36
5	Appendix: Toelichting over data & data cleaning	39

Lijst van figuren

1	Taartdiagrammen in het Digi-portaal	8
2	Diagrammen van bezoekers in het Digi-portaal	10
3	Aantal bezoeken per doelstelling per jaar	13
4	Nieuwe bezoekers per doelstelling per jaar	13
5	Aantal bezoeken per maand in raster	14
6	Aantal bezoeken per maand in staafdiagram	15
7	Aantal unieke bezoekers in het Digi-portaal	16
8	Diagram van aantal bezoeken per bezoeker in het Digi-portaal	17
9	Gebruiken van uitleendienst	19
10	Unieke gebruikers van uitleendienst	19
11	Deelnames aan vormingen	21
12	Unieke deelnemers aan vormingen	22
13	Gebruik van individuele hulp	28
14	Unieke gebruikers van individuele hulp	29
15	Aantal anonieme bezoeken per jaar	31
16	Digicafés en bezoekersaantallen per locatie	32
17	Digicafés en bezoekersaantallen per activiteit	33

Lijst van tabellen

1	Unieke gebruikers van de uitleendienst	20
2	Terugkerende gebruiken van de uitleendienst	20
3	Unieke deelnemers aan vormingen	23
4	Terugkerende deelnames aan vormingen	24
5	Unieke bezoekers bij individuele begeleiding	26
6	Bezoeken bij individuele begeleiding per type activiteit	27
7	Activiteiten met anonieme deelnemers	31
8	Aantal Digicafés en bezoekers	32
9	Clustering topics bij individuele hulp	34
10	Bron van bezoekers	35

1 Indicatoren

1.1 Over indicatoren

Indicatoren zijn samenvattende metingen die onderdelen van een systeem (zoals bereik, toeleiding, tevredenheid of vrijwilligerswerking) beknopt proberen te beschrijven. Een **indicator** presenteert relevante informatie om specifieke fenomenen waarneembaar te maken, door te kwantificeren en zo te informeren (Gallopín 1996; Lehtonen 2015).

“Indicators rarely give definitive answers but they nearly always suggest the next best questions to ask that ultimately will give the answer required”
(NHS Institute for Innovation and Improvement 2017, p. 5).

Indicatoren zijn in eerste instantie **hulpmiddelen** om bijkomende vragen te stellen en verder te reflecteren over de werking waar ze een beeld van bieden. Hoewel ze (onderdelen van) systemen samenvatten, kunnen indicatoren de complexiteit en rijkdom van een initiatief nooit volledig vatten. Precies dat is hun sterkte: ze helpen om een moeilijk vatbare realiteit zichtbaar te maken, maar reflecteren daardoor steeds slechts een deel van de realiteit. Bovendien bieden indicatoren geen verklaring voor de situatie die ze beschrijven. Zo kan een daling van de indicator ‘aantal bezoekers’ diverse verklaringen hebben (van een mislukte promocampagne of slechte bereikbaarheid tot het feit dat het zomer is en mensen op vakantie zijn).

De **kwaliteit** van indicatoren is afhankelijk van de onderliggende data waar zij uitdrukking aan geven (NHS Institute for Innovation and Improvement 2017). Het is dan ook bijzonder belangrijk om stil te staan bij de nauwkeurigheid van de registratie en de bijbehorende beperkingen. Om deze redenen is het belangrijk om evaluaties van efficiëntie en effectiviteit nooit louter van indicatoren te laten afhangen, maar de indicatoren in te zetten als hulpmiddel voor reflectie en discussie over hoe een initiatief werkt en wat beter kan.

1.2 Voorgestelde indicatoren voor Digitaal Mee

Op basis van overleg met de coördinator en medewerkers van Digitaal Mee, stellen we enkele ‘ideale’ indicatoren voor die relevante inzichten kunnen bieden over de werking van Digitaal Mee. De **doelstelling** van de ze indicatoren is om beter zicht te krijgen op (a) wie er wordt bereikt, (b) hoe ze bij de initiatieven van Digitaal Mee terechtkomen, en (c) op welke manier de bezoekers worden geholpen.

In deze sectie presenteren we de voorgestelde indicatoren volgens de thema’s ‘bereikt publiek’, ‘toeleiding & inschrijving’ en ‘hulpverlening’. Waar relevant vermelden we leidende vragen die aangeven welke meerwaarde de indicator kan bieden.

We maken in onderstaande bespreking een onderscheid tussen doorverwijzer en inschrijver. De *inschrijver* is de hulpverlener die de eindgebruiker voor een activiteit

inschrijft, terwijl de *toeleider* de eindgebruiker naar het initiatief doorverwijst (bv. een maatschappelijk assistent of baliemedewerker in de bibliotheek).

Voorlopig gaat het om een **theoretische suggestie** van indicatoren die we in een ideaal scenario kunnen becijferen. Het lijken ons de meest leerrijke kengetallen voor reflectie. In sectie 3 op p. 11 gaan we dieper in op de mate waarin deze indicatoren ingevuld kunnen worden op basis van de huidige registratiedata in het Digi-portaal, en wat we verder uit deze gegevens kunnen halen.

A. Bereikt publiek

Een eerste cluster indicatoren werpt licht op het bereikte publiek. Via herhaaldelijke metingen (of door retrospectieve berekening) kunnen evoluties in bereik worden vastgesteld.

1. **Unieke bezoekers** (of eindgebruikers) bij Digitaal Mee, over alle initiatieven heen.
2. **Terugkerende bezoekers**. Wat zijn hun kenmerken? Welke activiteiten combineren ze?
3. **Locaties** waar bezoekers deelnemen. Welke locaties zijn populair voor welk type activiteit? Hoe evolueert het bereik van een nieuwe locatie?
4. **Doelgroep per locatie**. In welke locaties komen welke doelgroepen?

B. Toeleiding & inschrijving

De tweede cluster indicatoren draait rond *hoe* het publiek wordt bereikt. Hier wordt met name naar toeleiders gekeken.

5. **Toeleiders**. Welke organisaties wijzen eindgebruikers door naar de activiteiten?
6. **Doelgroep** in verhouding tot **toeleiders**. Vanuit welke organisaties worden welke doelgroepen doorverwezen? Een vraag die hierbij aansluit (maar meer onderzoek vergt, zie WP3) is van welke toeleiders kan worden verwacht dat ze meer bezoekers (van een specifieke doelgroep) toeleiden.
7. **Interne doorverwijzing**. Welke opeenvolgende activiteiten bij terugkerende bezoekers?

C. Hulpverlening

De laatste cluster indicatoren focust op de vorm die de hulpverlening aanneemt de aangeboden activiteiten en de bijbehorende hulpvraag van eindgebruikers.

8. **Type hulpvraag** die bezoekers naar Digipunten en Digicafés meenemen, eventueel te vergelijken tussen deze activiteiten.
9. **Invulling van beschikbare slots** in de Digipunten. Mogelijke aandachtspunten zijn de verhouding tussen registratie vooraf en inschrijving ter plaatse.

10. **Aantal & termijn** van ontleningen van hardware.
11. **Kenmerken van ontleners** van hardware, en m.n. de vraag of en hoe deze categorie zich onderscheidt van andere eindgebruikers.

Inzet van deze indicatoren

De indicatoren kunnen voor verschillende doeleinden worden ingezet:

- Zoals reeds opgemerkt, laten vergelijkingen doorheen de tijd toe om **evoluties** in kaart te brengen en zo inschattingen te maken over de effecten van gerichte inspanningen zoals communicatiecampagnes. Hiervoor moeten de indicatoren op verschillende momenten worden becijferd.
- De indicatoren kunnen inzicht verschaffen in **effectiviteit** van de opgezette acties. Via inzicht in welke doelgroepen op welke locaties worden bereikt, kunnen bijkomende inspanningen worden geleverd om een bepaald segment van het doelpubliek beter te ondersteunen. Ook kan een vergelijking van acties, zoals bv. van Digicafés en Digipunten, inzicht verschaffen in verschillen in bereik.
- De indicatoren kunnen licht werpen op **efficiëntie**, bijvoorbeeld door in kaart te brengen in welke Digipunten de beschikbare tijdslots worden ingevuld en waar er veel lege plaatsen zijn.
- Aansluitend kunnen indicatoren helpen om **hiaten** te identificeren: wat doen we momenteel nog niet? Welke doelgroepen worden (nog) niet bereikt? Welke vorm van hulpverlening ontbreekt nog?
- Meer algemeen kunnen indicatoren dienen als **‘benchmark’** om concrete doelen te stellen en te monitoren. De keuzes voor benchmarks zijn nooit neutraal en vaak voer voor discussie, maar ze kunnen helpen om acties af te stemmen op concrete doelstellingen.

Een belangrijke **kanttekening** bij bovenstaande mogelijkheden is dat **niet alle kwalitatieve verschillen via becijfering worden gecapteerd**. Een Digipunt en een Digicafé bieden bijvoorbeeld erg verschillende vormen van ondersteuningsmomenten die kunnen inspelen op de verschillende noden van doelgroepen. Ook kunnen verschillende vormen van hulpverlening andere impliciete (zelfs onbedoelde) positieve effecten sorteren. Daarnaast kunnen bepaalde locaties gericht op een kwetsbare doelgroep weinig bezoekers trekken om de eenvoudige reden dat het meer inspanning vergt om deze doelgroep te bereiken. Tot slot zeggen deze cijfers nog weinig tot niets over de ervaringen van bezoekers en de effecten van de dienstverlening op langere termijn. Het is daarom belangrijk ook rekening te houden met wat mogelijk niet in de registratiedata is vervat. Op deze zaken komen we terug bij WP3.

Zoals eerder benadrukt zijn bovenstaande indicatoren kengetallen die in een ideaal scenario kunnen worden opgesteld. Na bovenstaande eerder theoretische oefening gaat de rest van dit rapport dieper in op momenteel verzamelde registratiedata en de analyse daarvan.

2 De huidige registratiewijze

2.1 Mogelijkheden en beperkingen van het Digi-portaal

2.1.1 Het Digi-portaal van Beego

Het ‘Digi-portaal’ van Beego is een **softwareportaal** voor het organiseren en beheren van initiatieven die rond digitale inclusie werken.¹ Het is ontwikkeld voor organisaties en lokale besturen ter ondersteuning van Digibanken in hun dagelijkse werking.

Het Digi-portaal is in eerste instantie gericht op **planning** van activiteiten en **registratie** van deelnemers. De software laat toe om verschillende soorten activiteiten in te plannen, van individuele afspraken met een beperkt aantal plaatsen en eenmalige workshops tot lessenreeksen en ondersteuningsmomenten met vrije inloop. Zowel van geregistreerde als anonieme bezoekers kan vervolgens aanwezigheid worden aangegeven. Aanvullend biedt het portaal ondersteuning voor stockbeheer van uitgeleende hardware. Medewerkers aan de initiatieven kunnen als gebruikers gedifferentieerde rechten krijgen om wijzigingen aan te brengen in het portaal. Bezoekers kunnen via de historiek in het portaal worden gevolgd en via bijkomende communicatie benaderd. Tenslotte biedt het Digi-portaal integratie met het hulp-aan-huis aanbod door studenten via Beego (zie ook WP3 hierover).

Het Digi-portaal verschaft naast organisatorische ondersteuning mogelijkheden om geregistreerde data te analyseren en te exporteren. Beego startte de ontwikkeling van het Digi-portaal naar aanleiding van het **Digibanken-project** van het departement Werk en Sociale Economie (WSE) van de Vlaamse overheid. In hun rapportering moeten de lokale Digibanken verslag uitbrengen van het aantal bereikte unieke bezoekers. Het is die rapporteringsvereiste die door het Digi-portaal wordt ondersteund, met name door de mogelijkheid om geanonimiseerde gegevens van bezoekers te exporteren volgens het door WSE voorgeschreven Excel-sjabloon.

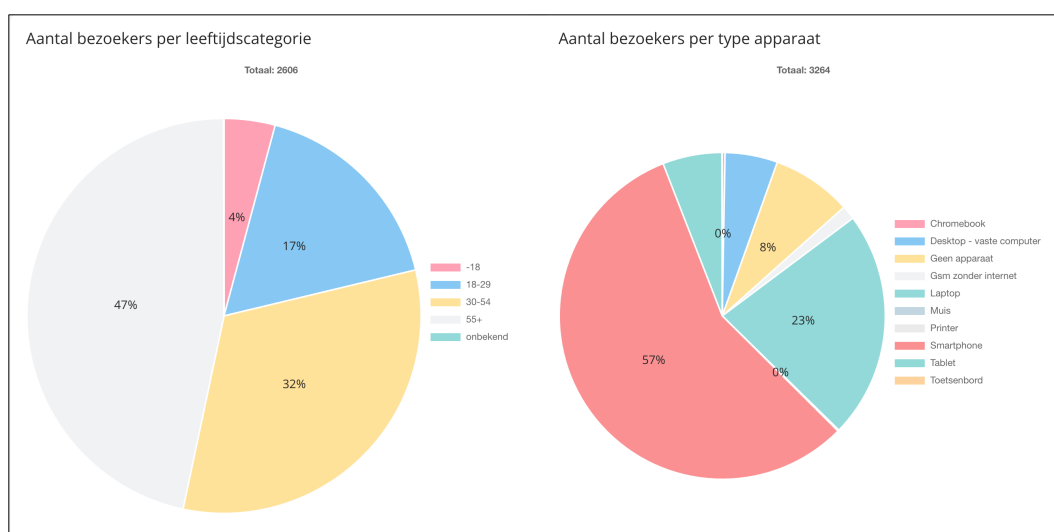
2.1.2 De ingebouwde analyse

Naast planning en registratie, biedt het Digi-portaal ook mogelijkheden om de verzamelde gegevens te **analyseren**, in het softwareportaal onder de titel ‘Rapportering’. Het platform biedt naast enkele absolute cijfers over o.a. unieke bezoekers en ontleende toestellen, biedt het platform taartdiagrammen over bezoekers en activiteiten (zie fig. 1).

De diagrammen schetsen een algemeen beeld, maar hebben twee grote beperkingen.

1. De diagrammen geven weinig helderheid over ontbrekende gegevens. Bij meer dan de helft van de bezoekers is bijvoorbeeld geen doelgroep geregistreerd (zie 2.2), maar in de diagrammen is niet duidelijk aangegeven dat deze gegevens ontbreken.

¹ Zie <https://pro.beego.be/digi-portaal/> (laatst geraadpleegd op 5 feb 2025).



Figuur 1: Taartdiagrammen in het Digi-portaal. Gegevens van 5 februari 2025. Het bijschrift rechts is niet helemaal accuraat: het gaat niet om het aantal 'bezoekers' maar om de 'toestellen' (die bezoekers al dan niet bezitten).

2. Er is de mogelijkheid om data te filteren (op bijvoorbeeld doelgroep of locatie), maar het kruisen van gegevens is niet eenvoudig mogelijk. Om bijvoorbeeld inzicht te verkrijgen in welke activiteiten of locaties kwetsbare doelgroepen bereiken, is het kruisen van data echter cruciaal.

Aangezien het Digi-portaal in eerste instantie is gericht op registratie en planning, zijn dit begrijpelijke beperkingen. Voor grondigere analyse proberen we in sectie 3 van dit rapport zowel helderheid te verschaffen over ontbrekende gegevens als data te kruisen.

2.1.3 Beperkingen van de data-export

Het Digi-portaal biedt ook de mogelijkheid om gegevens te **exporteren**. Bij deze functionaliteit is duidelijk dat het platform oorspronkelijk werd ontworpen ter ondersteuning van de Digibanken en hun rapporteringsverplichting: export volgens het Excel-sjabloon van WSE staat centraal, waarbij de nadruk ligt op unieke gebruikers per doelstelling van de Digibanken.

Er zijn vier mogelijkheden om gegevens uit het Digi-portaal te exporteren:

1. Bezoekers (zonder toelichting over de activiteit(en) waar een bezoeker aan deelnam, maar wel met o.a. 'bron' vermeld),
2. Activiteiten (zonder details over de bezoekers, hun kenmerken of hun vragen).
3. Export volgens WSE sjabloon (in Excel-sjabloon van WSE met bijbehorende criteria voor registratie van unieke bezoekers, in tabbladen opgesplitst volgens de drie Digibanken-doelstellingen, nl. toegang tot hardware, vorming, en hulp bij essentiële diensten).

4. Export van anonieme bezoekers (die niet worden meegenomen in de hierboven vermelde export, aangezien hun uniciteit niet valt aan te tonen).

Het **gesplitste karakter** van de mogelijkheden tot export, zorgt voor moeilijkheden om de eerder voorgestelde indicatoren in te vullen. Bij de eerste twee ingebouwde mogelijkheden tot data-export zijn de gegevens over bezoekers en activiteiten gesplitst. Slechts via de WSE-export, met daarin unieke bezoekers per doelstelling, is het mogelijk een gegevens te kruisen, om bijvoorbeeld zicht te krijgen op bereikte doelgroepen bij organisaties, of de leeftijd van deelnemers per type activiteit.

Een beperking van de WSE-export is dat enkel gegevens over de **partnerorganisatie** zijn meegenomen, maar die komt niet steeds overeen met de **locatie**. Weten *waar* mensen van bepaalde doelgroepen worden bereikt, is daardoor moeilijk te achterhalen. Soms voorziet een partner, bv. het Welzijnshuis, begeleiding op locatie, bv. vzw A Rolling Stone. Omdat dit onderscheid niet te maken valt op basis van de WSE-export (waarin geen details over de deelname zijn opgenomen), wordt in deze tabellen en figuren steeds over ‘partner’ of ‘organisatie’ gesproken.

2.1.4 Onderscheid tussen bezoekers en bezoeken

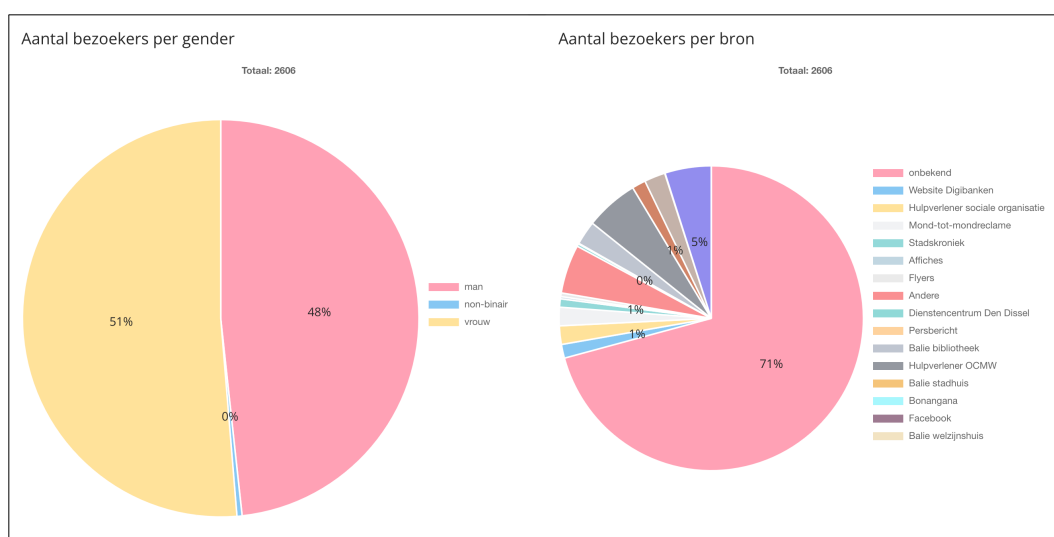
Veel gebruikers nemen meermaals deel aan activiteiten van Digitaal Mee. Tijdens deelname aan een activiteit wordt dit geregistreerd door ‘Ja’ aan te duiden bij de vraag of een bezoeker reeds eerder deelnam. Het onderscheid tussen unieke en terugkerende bezoekers is in de diagrammen van het Digi-portaal niet steeds duidelijk (zie bijvoorbeeld fig. 2).

Het onderscheid tussen unieke en terugkerende bezoekers is van belang voor een correcte analyse van het demografisch profiel van het bereikte publiek. Zo zijn er voor de vormingen en opleidingen 542 unieke deelnemers geregistreerd die in totaal 2492 keer aanwezig waren.² Door op basis van het totaal aantal bezoeken een analyse te maken van demografische gegevens als leeftijd en gender, kan een vertekend beeld ontstaan van het bereikte publiek. We weten dat ‘ouderen’ oververtegenwoordigd zijn bij vormingen, maar wanneer terugkerende bezoekers dubbel worden geteld, lijkt het bereikte publiek nog ouder dan het in werkelijkheid is.³

Om verwarring te vermijden, maken we in dit rapport een onderscheid tussen ‘bezoekers’ en ‘bezoeken’. Een bezoek is een concreet moment waarop iemand in kader van Digitaal Mee werd geholpen. Het aantal **bezoeken** verwijst dus naar het aantal keer dat een individu werd geholpen bij een activiteit van de Digibank. Onder **bezoekers** verstaan we *unieke* personen die aan een activiteit deelnamen. Eén bezoeker kan dus

² We focussen hier, net als in deel 3, op gegevens van 2023 en 2024.

³ Daarnaast zijn in het Digi-portaal ook ‘bezoekers’ geregistreerd die nog nooit effectief een bezoek hebben gebracht: omdat hun afspraak werd geannuleerd, of omdat ze zijn toegevoegd zonder dat ze (al) van een Digibank gebruikmaakten. Het gaat om 518 of bijna 20% van 2642 gekende bezoekers. Zie ook fig. 8 op p. 17.



Figuur 2: Diagrammen van ‘gekende bezoekers’ aan de Digibanken, zoals weergegeven op het Digi-portaal. Gegevens van 5 februari 2025. Het bijschrift met ‘bezoekers’ is ambigu: het gaat hier niet om unieke bezoekers maar om ‘bezoeken’.

meerdere bezoeken brengen.⁴ In de rest van dit rapport hanteren we de begrippen ‘deelnemer’ en ‘deelname’ (voor vormingen) en ‘gebruikers’ en ‘gebruik’ (voor de uitleen van hardware) op gelijkaardige wijze.

2.2 Onvolledigheid in de huidige dataregistratie

Naast mogelijkheden en beperkingen van de portaalsoftware, zijn de analysemogelijkheden afhankelijk van hoe in de praktijk met registratie wordt omgesprongen. Met andere woorden: van de wijze waarop hulpverleners tijdens hun activiteiten gegevens van cliënten registreren.

Uit de verzamelde gegevens blijkt dat **registratie niet altijd volledig gebeurt** en in te vullen **velden vaak leeg blijven**. Een klein voorbeeld bij de registratie van doelgroepen: van de 1623 unieke bezoekers geregistreerd onder doelstelling 3 (individuele begeleiding) voor de Digibanken, is bij 891 (ongeveer 54%) geen doelgroep geregistreerd. Bij 220 van diegenen waarbij wél een doelgroep is vermeld, is deze geregistreerd als ‘andere’. Hierdoor is bij slechts 512 bezoekers een betekenisvolle doelgroep vermeld (of zo’n 32% van alle bezoekers). Hierdoor is het moeilijk algemene conclusies te trekken over hoe en waar bepaalde worden bereikt (zoals bij de indicatoren voorgesteld).

Dit is voor de duidelijkheid geen kritiek ten aanzien van de **hulpverleners** die de gegevens registreren: afhankelijk van omstandigheden kan het vragen van bepaalde

⁴ In de analyses later in dit rapport, beschouwen we de uniciteit van bezoekers per Digibanken-doelstelling afzonderlijk. Wanneer eenzelfde persoon bijvoorbeeld een laptop uitleende én een Digipunt bezocht, tellen we twee afzonderlijke bezoekers. De reden hiervoor is de gescheiden data-export (zie 2.1.3).

gegevens gevoelig liggen, bijvoorbeeld omdat er tijdens de interactie met de bezoeker weinig ruimte voor is, of omdat de Digihelper dit als administratieve overlast ervaart. Tegelijk valt op dat bij sommige vormen van hulp de dataregistratie vollediger is: bij gebruikers van de uitleendienst wordt bijvoorbeeld wel steeds een doelgroep aangeduid. Het is belangrijk verder na te gaan hoe de vraag tot registratie zo min mogelijk frictie oplevert, maar dit behoort niet tot de scope van dit werkpakket.

Belangrijk is dat de onvolledigheid van de data mee in rekening wordt genomen bij de interpretatie van data en daarop gebaseerde indicatoren. De sterkte van een indicator is immers grotendeels afhankelijk van de onderliggende data (zie 1.1 op p. 4).

3 Verkenning en analyse van de registratiedata

De bestaande registratiepraktijk en -gegevens hinderen de volledige invulling van de voorgestelde indicatoren. Met name de gesplitste export, zorgt ervoor dat het onmogelijk is om op basis van geëxporteerde data bezoekers en activiteiten aan elkaar te koppelen.

Daarom gaat de analyse in dit deel voornamelijk verder op basis van de export volgens het WSE-sjabloon (zie 2.1.3). Dat wil zeggen dat we per **Digibanken-doelstelling** zaken als unieke & terugkerende bezoekers, organisaties en bereikte doelgroepen.

De drie doelstellingen van de Digibanken worden binnen Digitaal Mee op een specifieke manier ingevuld. We hanteren telkens volgende benamingen om naar deze doelstellingen te verwijzen:

1. De **uitleendienst** (voor de doelstelling ‘toegang tot hardware’), georganiseerd door Den Azalee.
2. Aanbod van **vormingen** (voor de doelstelling ‘digitale vaardigheden versterken’), o.a. via de DigiBib en workshops op locatie.
3. **Individuele hulp** (voor de doelstelling ‘verbeterde toegang tot essentiële diensten’), hoofdzakelijk aangeboden via de Digipunten en de Digicafés.

De hier gepresenteerde analyses zijn gebaseerd op data van **april 2023** (de opstart van de eerste activiteiten onder Digitaal Mee) tot en met **december 2024**. De gegevens werden op 29 januari 2025 uit het Digi-portaal geëxporteerd.

Aangezien de hoofdmoot van de analyse gebeurt volgens de drie doelstellingen, wijkt de **structuur van dit deel** af van de voorgestelde indicatoren. Na een blik op bezoekersaantallen, analyseren we de drie doelstellingen afzonderlijk op vlak van bereikte doelgroep en locatie. Vervolgens belichten we thema's als toeleiding, interne doorverwijzing en hulpvraag. Tot slot maken we ook een analyse van de ‘anonieme bezoekers’ in het Digi-portaal, die geen deel uitmaken van de WSE-export maar ons wel inzicht verschaffen in o.a. de Digicafés.

3.1 Bezoekersaantallen

3.1.1 Bezoeken over tijd heen

Het totaal aantal bezoeken (dus met ingebrip van terugkerende bezoekers, zie 2.1.4) is tussen 2023 en 2024 duidelijk gestegen (zie fig. 3). We kunnen de spreiding over tijd verder uitsplitsen per maand, zoals weergegeven in fig. 5 en 6.

Naast de vaststelling dat de deelactiviteiten van Digitaal Mee nog volop aan populariteit winnen, vallen een aantal zaken op:

- Van de uitleen van hardware wordt vooral in september gebruik gemaakt. Dit hangt vermoedelijk samen met de start van het schooljaar, aangezien een aanzienlijk deel van de ontleners een opleiding volgt (zie later ook 3.2.2).
- Vormingen zijn vooral populair in de herfst, met zowel in 2023 als 2024 de meeste deelnames in oktober. Daarnaast lijkt maart een populaire maand te zijn, al is de looptijd nog te beperkt om hier conclusies uit te kunnen trekken. Belangrijk is wel dat deelname aan vormingen samenhangt met de timing van het aanbod: dat er veel bezoekers zijn in een bepaalde maand, wil zeggen dat er dan ook veel vormingen werden aangeboden.
- Bezoek aan individuele ondersteuning (vnl. Digipunten) lijkt minder onderhevig aan fluctuaties doorheen het jaar. Het aantal bezoeken volgt hier een stijgende trend over de verschillende maanden heen.

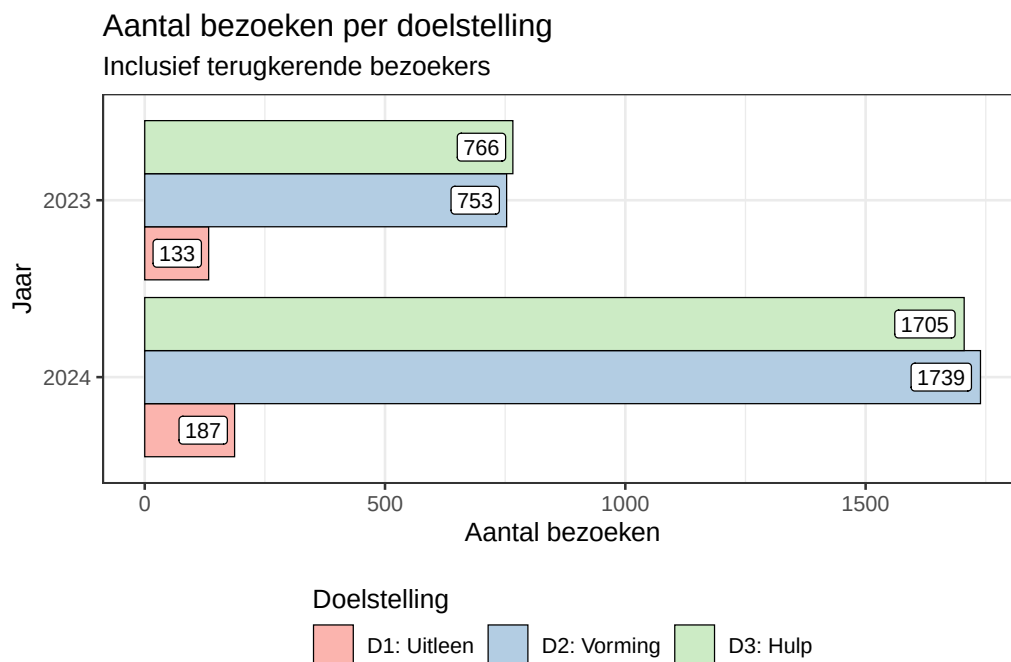
3.1.2 Unieke bezoekers

Hierboven ging het om bezoekers, dus inclusief terugkerende bezoekers. Voor een blik op unieke bezoekers, biedt het Digi-portaal een eenvoudig overzicht van bereik (zie fig. 7).

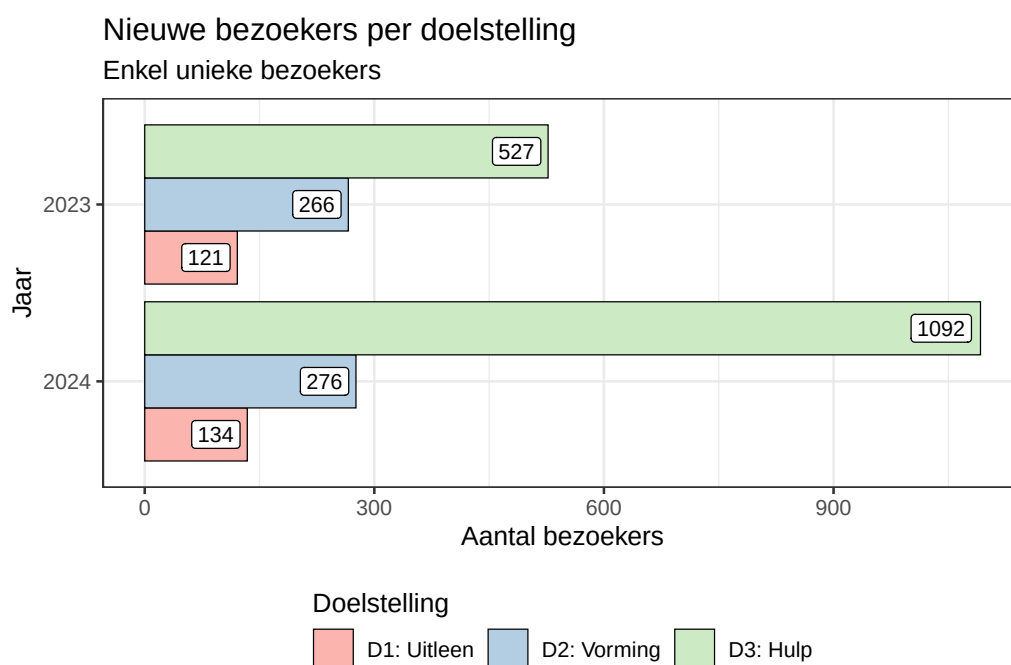
Ook voor unieke bezoekers kunnen we evoluties over de afgelopen twee jaar in kaart in kaart brengen (zie fig. 4). Hier zijn enkel unieke bezoekers geteld: personen die in dat jaar voor het eerst de Digibank bezochten voor die doelstelling.⁵

Ook uit deze gegevens valt op dat vooral de individuele hulp nieuwe bezoekers weet aan te trekken. Later zullen we zien dat de vormingen voornamelijk zeer veel terugkerende gebruikers kent.

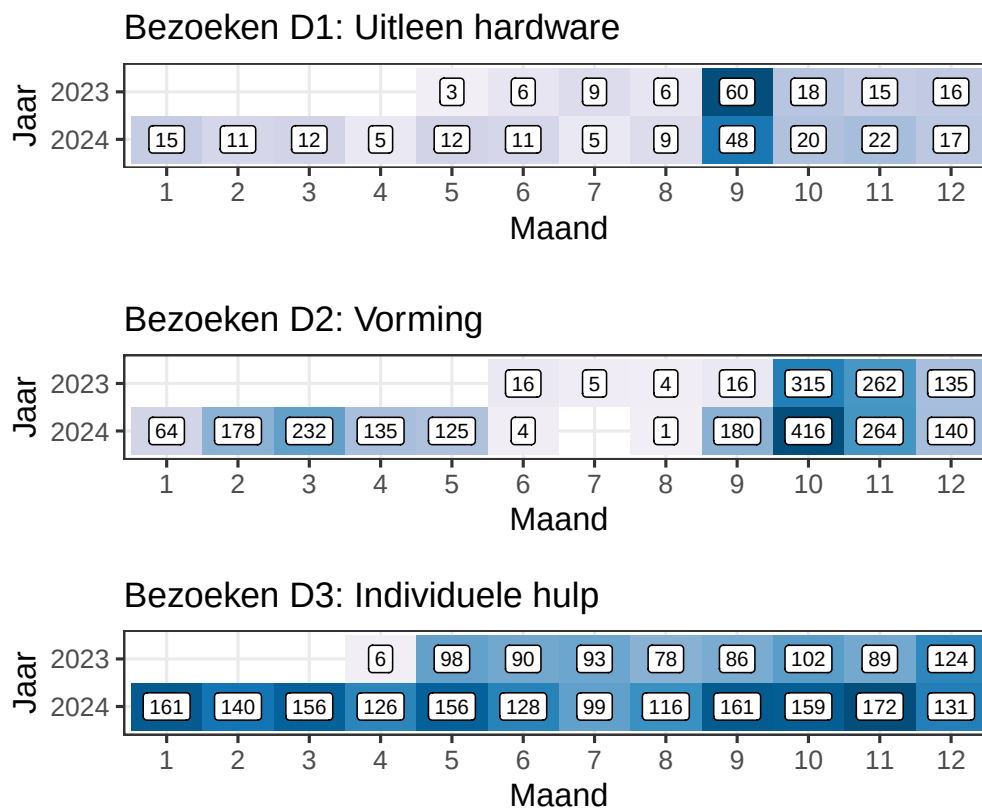
⁵ Bezoekers zijn hier op uniciteit beoordeeld *per doelstelling*. Zie ook voetnoot 4 op p. 10.



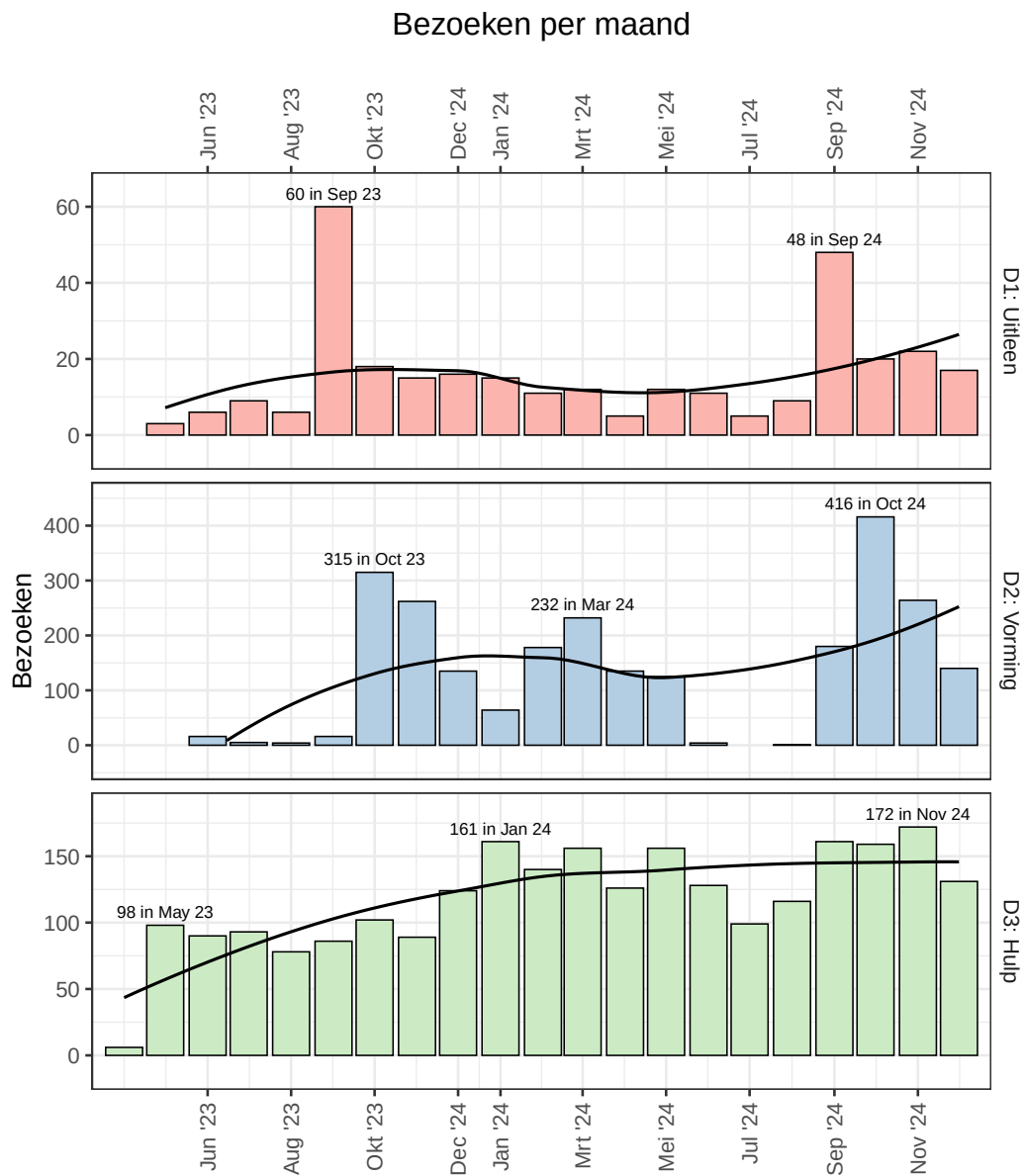
Figuur 3: Aantal bezoeken (incl. terugkerende bezoekers) per doelstelling per jaar. Merk op dat de registratie pas startte in april 2023. Eigen berekeningen gebaseerd op WSE-export.



Figuur 4: Nieuwe bezoekers per doelstelling per jaar. Merk op dat de registratie pas startte in april 2023. Eigen berekeningen gebaseerd op WSE-export.



Figuur 5: Aantal bezoeken per maand per doelstelling. Eigen berekeningen gebaseerd op WSE-export.



Figuur 6: Aantal bezoeken per maand per doelstelling. De donkere lijn geeft een trend weer over verschillende maanden heen. Eigen berekeningen gebaseerd op WSE-export.

3.1.3 Terugkerende bezoekers

Het Digi-portaal berekent hoe vaak gekende bezoekers langskomen (zie fig. 8). Hier zien we dat 20% van de in het Digi-portaal geregistreerde personen nog niet aan een activiteit hebben deelgenomen (bijvoorbeeld omdat die nog niet heeft plaatsgevonden, of omdat de activiteit of de afspraak werden geannuleerd). Deze groep is voor de duidelijkheid niet meegeteld bij de statistieken van bezoeken en bezoekers hierboven. Daarnaast valt op dat 30% van de bezoekers twee of meer keer van de Digibank gebruik maakten. Bij 94 deelnemers ligt dat aantal op 10 of meer keer. Analyse van terugkerende bezoekers en aan welke activiteiten ze deelnemen, is op basis van de export-gegevens echter niet mogelijk.

3.2 Doelgroepen

3.2.1 Vooraf over doelgroepen: reductie vs. meervoudige telling

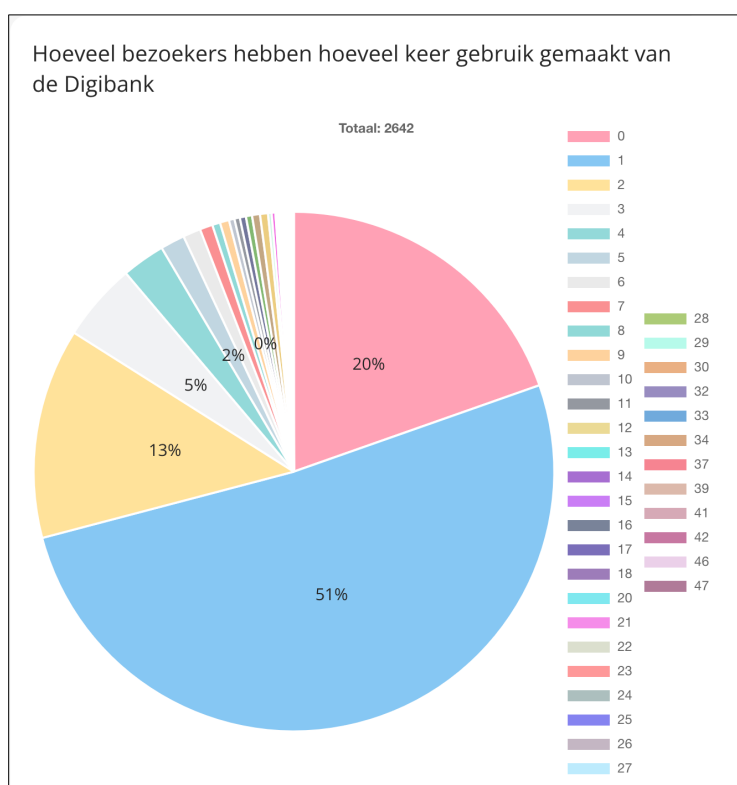
In de analyses die volgen buigen we ons over de doelgroepen die bij de verschillende doelstellingen worden bereikt. Een uitdaging hierbij is dat ‘doelgroep’ erg **onvolledig** wordt **geregistreerd** (zie ook 2.2 op p. 10). Dit zou deels kunnen worden opgelost door de ‘inschrijver’ als proxy voor de doelgroep te beschouwen zoals gesuggereerd bij de voorgestelde indicatoren hierboven, maar die gegevens worden (voor zover ons bekend) niet in het Digi-portaal geregistreerd.

Daarnaast kan eenzelfde bezoeker tot **meerdere doelgroepen** behoren (zoals een werkzoekende met een kansenas, bijvoorbeeld). In het Digi-portaal kunnen geregistreerde bezoekers dan ook aan meerdere doelgroepen worden toegewezen. In de data-export volgens het WSE-sjabloon waar we ons in dit rapport voornamelijk op baseren, worden per geregistreerd bezoek drie velden voorzien: doelgroep, doelgroep_2 en een doelgroep_indien_andere.

Bij het opstellen van tabellen waarin we doelgroep en partnerorganisatie of leeftijd kruisen, is het echter noodzakelijk deze informatie te reduceren tot maximaal één doelgroep, omdat anders de vergelijking van andere kenmerken onmogelijk wordt (aangezien er dubbele tellingen ontstaan). Tegelijk kan het nuttig zijn om deze



Figuur 7: Aantal unieke bezoekers zoals gepresenteerd in het Digi-portaal. Gegevens van 5 februari 2025. Merk op dat hierin ook bezoekers van januari 2025 zijn meegeteld, waardoor deze cijfers kunnen afwijken van deze in andere grafieken en tabellen in dit rapport.



Figuur 8: Diagram van aantal bezoeken per bezoeker zoals gepresenteerd in het Digi-portaal. Gegevens t/m 5 februari 2025.

bezoekers wél dubbel te tellen, omdat we zo een vollediger beeld krijgen van de bereikte doelgroepen. Om deze reden kiezen we een tweevoudige strategie.

In sommige analyses, met name die van unieke bezoekers en bij weergave in tabellen, hebben we een **reductie** doorgevoerd door aan iedere bezoeker maximaal één doelgroep toe te wijzen. Daarbij werd volgende prioritering aangehouden: (1) 'kansenas', (2) 'werkzoekend' (of 'VDAB'), (3) 'ouderen', (4) 'medewerker sociale economie', (5) 'geen diploma', (6) 'school', en (7) 'andere'. Dit wil zeggen dat indien bij een bezoekers zowel 'kansenas' als 'werkzoekend' is aangeduid, de doelgroep als 'kansenas' wordt geregistreerd.

Om op andere momenten een rijker beeld te kunnen schetsen van de bereikte doelgroepen, presenteren we ook analyses *zonder* deze reductie, bijvoorbeeld in figuren waar de focus ligt op bezoeken (i.p.v. bezoekers). In die analyses doen we een **meervoudige telling** van (al dan niet terugkerende) bezoekers die tot meerdere doelgroepen behoren. Dat wil zeggen dat iemand die tweemaal terugkomt en zowel tot 'kansenas' als 'werkzoekend' behoort, in totaal 4 keer wordt meegeteld. De bijschriften bij tabellen en grafieken verhelderen steeds welke strategie werd toegepast.

3.2.2 Uitleen van hardware

In 2023 en 2024 hebben 255 unieke gebruikers 320 keer gebruik gemaakt van de uitleendienst van hardware. Kenmerken van unieke en terugkerende bezoekers zijn weergegeven in tabellen 1 en 2. De percentages in de tabel geven telkens het aandeel gebruikers weer met het vermelde kenmerk, en worden dus berekend per kolom.

Om een beeld te krijgen van de doelgroepen die van de uitleendienst gebruik maken, is het nuttig eerst te kijken naar alle ontleningen (dus inclusief terugkerende bezoekers en met behoud van meervoudige doelgroepen). In figuur 9 zien we dat bezoekers met een kanspas sterk vertegenwoordigd zijn. Ook komen over alle leeftijdscategorieën heen ontleningen voor school (en opleidingen) voor.

Uit de tabellen leren we ook dat enkel in de leeftijdscategorie 18 tot 29 jaar mannen oververtegenwoordigd zijn. Over het geheel beschouwd nemen mannen en vrouwen in vrij gelijke mate gebruik van de uitleendienst. De meeste ontleners maken ook gebruik van individuele ondersteuning. Dit wordt waarschijnlijk verklaard door het persoonlijke opstartmoment dat aan de uitleen wordt gekoppeld.

Wat ontleners die terugkeren betreft (zie tabel 2) zien we opnieuw vooral bezitters van een kanspas meermaals een toestel ontlenen.

3.2.3 Deelname aan vormingen

In 2023 en 2024 waren er 542 unieke deelnemers die in totaal 2492 keer deelnamen. Aangezien veel vormingen in reeksen doorgaan, is deze hoge mate van terugkeer te verwachten.

Figuur 12 (op p. 22) en tabel 3 (op p. 23) bieden een overzicht van kenmerken van **unieke deelnemers** aan vormingen, uitgesplitst naar partnerorganisatie.⁶

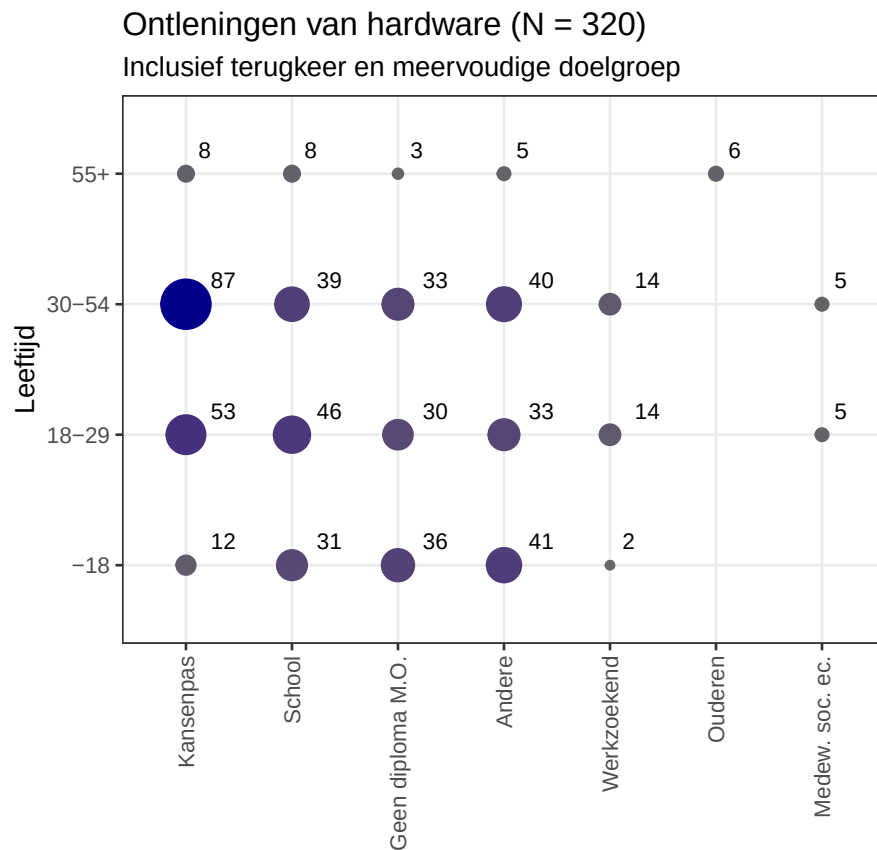
Hier valt op dat mensen vooral hun weg vinden naar het uitgebreide aanbod in de Openbare Bibliotheek, en daarnaast ook naar De Schutterij. Het gaat telkens voornamelijk om oudere bezoekers. Ook vrouwen zijn oververtegenwoordigd bij de vormingen.

De deelnemers aan vormingen in het Welzijnshuis zijn grotendeels Digihelpers die een opleiding krijgen (wat ook verklaart waarom het overwegend mannen zijn).

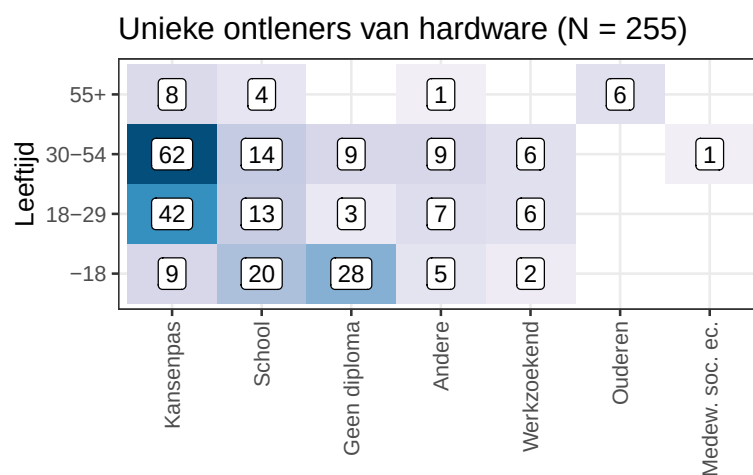
In tabel 4 (op p. 24) zijn kenmerken van **terugkerende deelnames** weergegeven. Merk op dat het hier gaat om *alle* keren dat deelnemers opnieuw een vorming volgen. Dat wil zeggen dat een persoon die driemaal aan een vorming deelneemt, in deze tabel tweemaal wordt geteld (want ze keert twee keer terug).

In de tabellen werden doelgroepen ‘gereduceerd’ (zie 3.2.1). Om een vollediger beeld te krijgen van de bereikte doelgroepen, is het nuttig om naar **bezoeken** te kijken,

⁶ Ter herinnering: de partnerorganisatie komt niet altijd overeen met de locatie. In de export van gebruikers is geen informatie opgenomen over de locatie, enkel over de partners. Zie 2.1.3 op p. 8.



Figuur 9: Gebruiken van de uitleendienst volgens leeftijd en doelgroep. ‘Meervoudige doelgroep’ wil zeggen dat één deelnemer tot meerdere doelgroepen kan behoren en zo meermaals worden geteld. Eigen berekeningen gebaseerd op WSE-export.



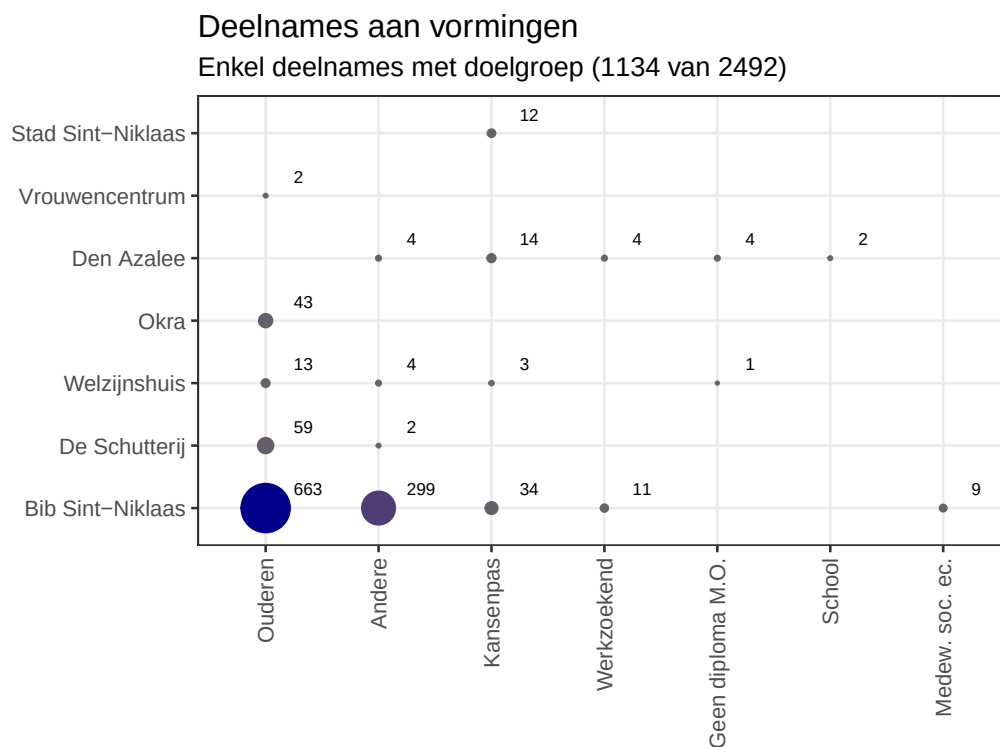
Figuur 10: Unieke gebruikers van de uitleendienst volgens leeftijd en doelgroep. Meervoudige doelgroepen werden gereduceerd (zie 3.2.1). Eigen berekeningen gebaseerd op WSE-export.

	Totaal N = 255	-18 N = 64	18-29 N = 71	30-54 N = 101	55+ N = 19
Doelgroep					
Kansenpas	121 (47%)	9 (14%)	42 (59%)	62 (61%)	8 (42%)
School	51 (20%)	20 (31%)	13 (18%)	14 (14%)	4 (21%)
Geen diploma M.O.	40 (16%)	28 (44%)	3 (4.2%)	9 (8.9%)	-
Andere	22 (8.6%)	5 (7.8%)	7 (9.9%)	9 (8.9%)	1 (5.3%)
Werkzoekend	14 (5.5%)	2 (3.1%)	6 (8.5%)	6 (5.9%)	-
Ouderen	6 (2.4%)	-	-	-	6 (32%)
Medew. soc. ec.	1 (0.4%)	-	-	1 (1.0%)	-
Geslacht					
man	126 (49%)	29 (45%)	41 (58%)	47 (47%)	9 (47%)
vrouw	128 (50%)	35 (55%)	30 (42%)	53 (52%)	10 (53%)
non-binair	1 (0.4%)	-	-	1 (1.0%)	-
Deelname D2	21 (8.2%)	-	6 (8.5%)	10 (9.9%)	5 (26%)
Deelname D3	116 (45%)	10 (16%)	43 (61%)	55 (54%)	8 (42%)

Tabel 1: Unieke gebruikers van de uitleendienst. Van alle deelnemers werd een doelgroep geregistreerd. Indien een gebruiker meerdere doelgroepen heeft, werden deze tot één gereduceerd, zie 3.2.1.

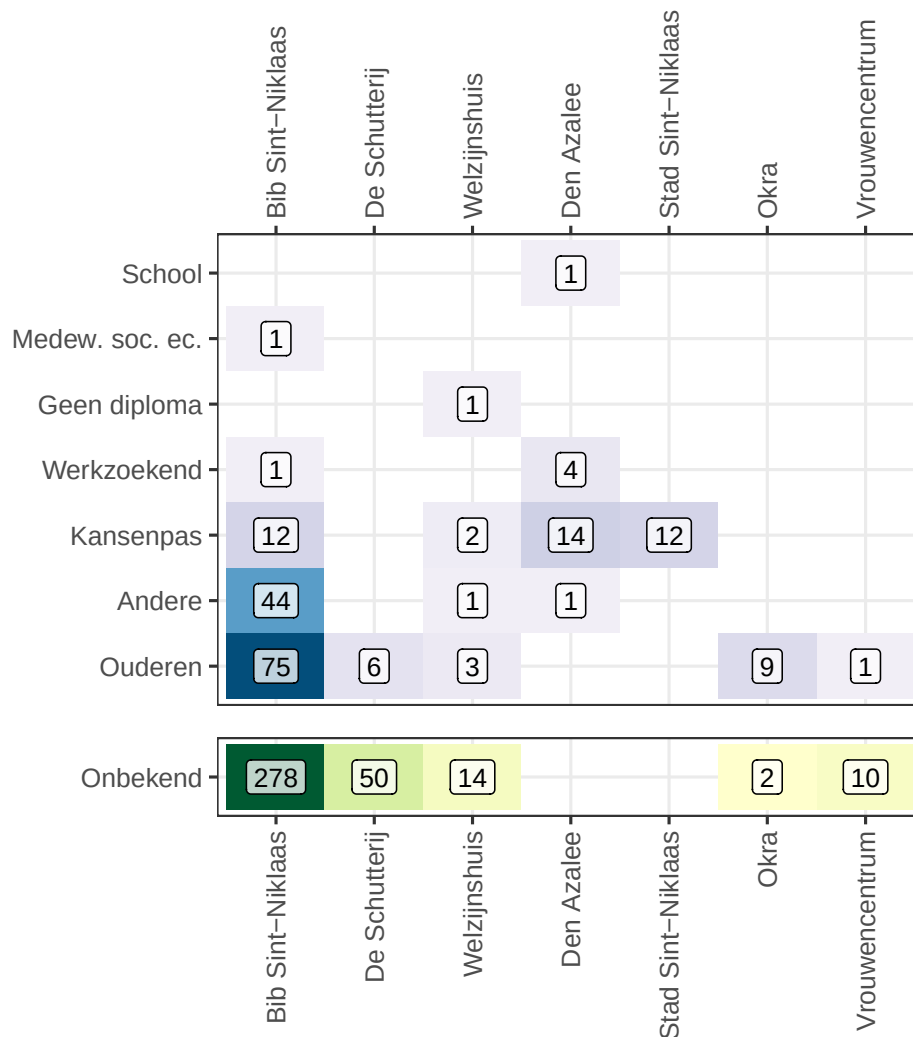
	Overall N = 65	-18 N = 13	18-29 N = 16	30-54 N = 35	55+ N = 1
Doelgroep					
Kansenpas	39 (60%)	3 (23%)	11 (69%)	25 (71%)	-
School	15 (23%)	6 (46%)	4 (25%)	4 (11%)	1 (100%)
Geen diploma M.O.	7 (11%)	4 (31%)	-	3 (8.6%)	-
Andere	2 (3.1%)	-	-	2 (5.7%)	-
Werkzoekend	2 (3.1%)	-	1 (6.3%)	1 (2.9%)	-
Ouderen	-	-	-	-	-
Medew. soc. ec.	-	-	-	-	-
Geslacht					
man	35 (54%)	9 (69%)	8 (50%)	17 (49%)	1 (100%)
vrouw	30 (46%)	4 (31%)	8 (50%)	18 (51%)	-
non-binair	-	-	-	-	-
Deelname D2	9 (14%)	-	2 (13%)	7 (20%)	-
Deelname D3	39 (60%)	2 (15%)	13 (81%)	24 (69%)	-

Tabel 2: Uitsluitend terugkerende gebruiken van de uitleendienst. Van alle deelnemers werd een doelgroep geregistreerd. Indien een gebruiker meerdere doelgroepen heeft, werden deze tot één gereduceerd, zie 3.2.1.



Figuur 11: Deelnames aan de vormingen (D2) volgens (meervoudige) doelgroep en organisatie. 'Meervoudige doelgroep' wil zeggen dat één deelnemer tot meerdere doelgroepen kan behoren en zo meermaals worden geteld. Ook terugkerende deelnemers worden dubbel geteld. Eigen berekeningen gebaseerd op WSE-export.

Unieke deelnemers aan vormen Met 546 deelnemers over 2496 deelnames



Figuur 12: Unieke deelnemers aan de vormen (D2) volgens doelgroep en organisatie. Meervoudige doelgroepen werden gereduceerd (zie 3.2.1). Eigen berekeningen gebaseerd op WSE-export.

	Totaal N = 542	Bib Sint-Niklaas N = 411	De Schutterij N = 56	Welzijnshuis N = 21	Okra N = 11	Den Azalee N = 20	Vrouwencentrum N = 11	Stad Sint-Niklaas N = 12
Leeftijd								
-18	20 (3.7%)	18 (4.4%)	-	2 (9.5%)	-	-	-	-
18-29	18 (3.3%)	5 (1.2%)	-	3 (14%)	-	7 (35%)	-	3 (25%)
30-54	88 (16%)	59 (14%)	2 (3.6%)	8 (38%)	-	11 (55%)	-	8 (67%)
55+	416 (77%)	329 (80%)	54 (96%)	8 (38%)	11 (100%)	2 (10%)	11 (100%)	1 (8.3%)
Geslacht								
vrouw	337 (62%)	259 (63%)	40 (71%)	4 (19%)	8 (73%)	9 (45%)	11 (100%)	6 (50%)
man	205 (38%)	152 (37%)	16 (29%)	17 (81%)	3 (27%)	11 (55%)	-	6 (50%)
Doelgroep								
Onbekend	354	278	50	14	2	-	10	-
Ouderen	94 (50%)	75 (56%)	6 (100%)	3 (43%)	9 (100%)	-	1 (100%)	-
Andere	46 (24%)	44 (33%)	-	1 (14%)	-	1 (5.0%)	-	-
Kansenpas	40 (21%)	12 (9.0%)	-	2 (29%)	-	14 (70%)	-	12 (100%)
Werkzoekend	5 (2.7%)	1 (0.8%)	-	-	-	4 (20%)	-	-
Geen diploma	1 (0.5%)	-	-	1 (14%)	-	-	-	-
Medew. soc. ec.	1 (0.5%)	1 (0.8%)	-	-	-	-	-	-
School	1 (0.5%)	-	-	-	-	1 (5.0%)	-	-
Deelname D1	5 (0.9%)	1 (0.2%)	-	-	-	4 (20%)	-	-
Deelname D3	51 (9.4%)	42 (10%)	1 (1.8%)	4 (19%)	-	3 (15%)	1 (9.1%)	-

Tabel 3: Unieke deelnemers aan vormingen. Iedere deelnemer krijgt maximaal één doelgroep toegewezen (zie 3.2.1), al ontbreekt deze informatie vaak. 'Onbekend' geeft aan dat geen doelgroep werd aangeduid. De percentages geven het relatieve aandeel van de gekende doelgroep bij die partner.

	Totaal N = 1950	Bib Sint-Niklaas N = 1597	De Schutterij N = 267	Okra N = 42	Welzijnshuis N = 35	Vrouwencentrum N = 9
Leeftijd						
-18	7 (0.4%)	2 (0.1%)	-	-	5 (14%)	-
18-29	2 (0.1%)	1 (<0.1%)	-	-	1 (2.9%)	-
30-54	212 (11%)	200 (13%)	4 (1.5%)	-	8 (23%)	-
55+	1,729 (89%)	1,394 (87%)	263 (99%)	42 (100%)	21 (60%)	9 (100%)
Geslacht						
vrouw	1,345 (69%)	1,121 (70%)	180 (67%)	30 (71%)	5 (14%)	9 (100%)
man	605 (31%)	476 (30%)	87 (33%)	12 (29%)	30 (86%)	-
Doelgroep						
Onbekend	1,004	755	212	8	21	8
Ouderen	672 (71%)	574 (68%)	53 (96%)	34 (100%)	10 (71%)	1 (100%)
Andere	249 (26%)	244 (29%)	2 (3.6%)	-	3 (21%)	-
Kansenpas	23 (2.4%)	22 (2.6%)	-	-	1 (7.1%)	-
Werkzoekend	2 (0.2%)	2 (0.2%)	-	-	-	-

Tabel 4: Terugkerende deelnames aan vormingen. Wie vaker terugkeert verschijnt ook vaker in deze tabel. Iedere deelname krijgt maximaal één doelgroep toegewezen (zie 3.2.1), al ontbreekt deze informatie vaak. ‘Onbekend’ geeft aan dat geen doelgroep werd aangeduid. De percentages geven het relatieve aandeel van de gekende doelgroep bij die partner.

en dus terugkerende deelnemers en meervoudige doelgroepen meerdere keren te tellen. Deze informatie is weergegeven in fig. 11 (op p. 21). Hier valt de aanwezigheid van ouderen en vrouwen nog sterker op. Zij nemen mogelijk ook vaker deel aan vormingen die in reeksen worden aangeboden.

Personen met een **kansenpas** vinden maar beperkt hun weg tot de opleidingen. Nagaan aan welke vormingen zij deelnamen, is echter omslachtig omdat gegevens van bezoekers en activiteiten afzonderlijk uit het Digi-portaal worden geëxporteerd (zie 2.1.3). Desondanks kunnen we enkele zaken nagaan. In juni 2023 bood de Stad Sint-Niklaas een eenmalige vorming aan rond 'online administratie' waar twaalf personen met kansenas aan deelnamen. Het was tevens de enige rechtstreeks door de stad aangeboden vorming. In de Bibliotheek, waar veel meer opleidingen doorgaan, waren slechts 34 keer personen met een kansenas aanwezig. Acht van hen waren 'medewerkers sociale economie' die ook geregistreerd staan als zwerfzoekend, en die deelnamen aan een workshop rond 'Nederlands leren met de iPad.' De overige personen in deze doelgroep zaten verspreid over andere vormingen. Bijkomend inzetten op een specifiek aanbod en doelgerichte werving, lijkt een manier om deelname van personen met een kansenas te verhogen.

3.2.4 Gebruik van individuele hulp

In 2023 en 2024 ontvingen 1618 unieke bezoekers individuele hulp in kader van Digitaal Mee, verdeeld over 2471 bezoeken (zie tabellen 5 en 6). Bij 'individuele hulp' gaat het om begeleiding in Digipunten, ondersteuning bij het ophalen van ontleende laptop, of hulp aan huis via Beego of een Digibuddy.

De Digipunten uitgebaat door de stad en de bibliotheek lijken de meest populaire. Hierbij is het belangrijk op te merken dat het Welzijnshuis (en De Schutterij) ook Digipunten organiseren met anonieme deelname.

Bezoekers van individuele hulp zijn overwegend 55 jaar of ouder, al is er meer spreiding over de **leeftijdscategorieën** dan bij de vormingen. Vooral hulp aan huis via Beego wordt vaker door ouderen en vrouwen gebruikt, en lijkt een nood te ledigen voor minder mobiele ouderen. Een onderscheid tussen bijvoorbeeld net gepensioneerden en bejaarden valt op basis van deze gegevens echter niet te maken.

Over het algemeen lijken **specifieke doelgroepen** slechts beperkt van individuele hulp gebruik te maken. Zoals we eerder zagen ontlenen ze wel vaak laptops in Den Azalee (met het bijbehorende begeleidingsmoment). Personen met een kansenas vinden in mindere mate hun weg tot bij de Digipunten van de stad, de bibliotheek en het Welzijnshuis.

Het is belangrijk om bij de evaluatie van de Digipunten niet enkel te kijken naar absolute aantallen bezoekers, maar ook naar met welke groepen deze organisaties werken. Zo zijn er **locaties** die relatief weinig bezoekers trekken maar waarvan we kunnen aannemen dat ze een specifieke doelgroep bedienen, zoals Den Durpel. Daar werden in 2023 en 2024 77 bezoeken geregistreerd van 46 unieke bezoekers.

	Totaal N = 1618	Bib Sint-Niklaas N = 579	Stad Sint-Niklaas N = 356	Beego N = 175	Den Azalee N = 154	Welzijnshuis N = 128	't Lammeken N = 74	Den Durpel N = 46	Den Dissel N = 43	Vrouwencentrum N = 35	WCZ Het Lindenhof N = 14	VDAB N = 14
Leeftijd												
-18	22 (1.4%)	5 (0.9%)	1 (0.3%)	-	15 (9.7%)	2 (1.6%)	-	-	-	-	-	-
18-29	302 (19%)	115 (20%)	92 (26%)	2 (1.1%)	57 (37%)	18 (14%)	8 (11%)	-	1 (2.3%)	3 (8.6%)	-	6 (43%)
30-54	579 (36%)	227 (39%)	152 (43%)	12 (6.9%)	65 (42%)	52 (41%)	19 (26%)	21 (46%)	6 (14%)	14 (40%)	4 (29%)	7 (50%)
55+	716 (44%)	235 (40%)	111 (31%)	161 (92%)	17 (11%)	56 (44%)	47 (64%)	25 (54%)	36 (84%)	18 (51%)	10 (71%)	1 (7.1%)
Geslacht												
man	835 (52%)	312 (54%)	188 (53%)	71 (41%)	80 (52%)	64 (50%)	37 (50%)	31 (67%)	21 (49%)	15 (43%)	7 (50%)	11 (79%)
vrouw	779 (48%)	268 (46%)	168 (47%)	104 (59%)	73 (47%)	63 (49%)	37 (50%)	15 (33%)	22 (51%)	20 (57%)	7 (50%)	2 (14%)
non-binair	5 (0.3%)	2 (0.3%)	-	-	1 (0.6%)	1 (0.8%)	-	-	-	-	-	1 (7.1%)
Doelgroep												
Onbekend	888	403	236	4	21	88	52	22	19	24	10	10
Ouderen	268 (37%)	71 (40%)	34 (28%)	101 (59%)	5 (3.8%)	14 (35%)	13 (59%)	2 (8.3%)	17 (71%)	7 (64%)	4 (100%)	-
Andere	220 (30%)	77 (43%)	52 (43%)	50 (29%)	6 (4.5%)	10 (25%)	4 (18%)	12 (50%)	7 (29%)	1 (9.1%)	-	1 (25%)
Kansenpas	145 (20%)	15 (8.4%)	10 (8.3%)	20 (12%)	82 (62%)	13 (33%)	2 (9.1%)	3 (13%)	-	-	-	-
Werkzoekend	32 (4.4%)	9 (5.0%)	13 (11%)	-	2 (1.5%)	1 (2.5%)	2 (9.1%)	1 (4.2%)	-	1 (9.1%)	-	3 (75%)
Geen diploma	32 (4.5%)	5 (2.8%)	10 (8.3%)	-	12 (9.0%)	1 (2.5%)	-	4 (17%)	-	1 (9.1%)	-	-
School	28 (3.8%)	-	-	-	25 (19%)	1 (2.5%)	1 (4.5%)	1 (4.2%)	-	-	-	-
Medew. soc. ec.	6 (0.8%)	2 (1.1%)	1 (0.8%)	-	1 (0.8%)	-	-	1 (4.2%)	-	1 (9.1%)	-	-
Deelname D1	13 (0.8%)	1 (0.2%)	1 (0.3%)	-	10 (6.5%)	1 (0.8%)	-	-	-	-	-	-
Deelname D2	36 (2.2%)	16 (2.7%)	2 (0.6%)	-	4 (2.6%)	2 (1.6%)	4 (5.4%)	-	2 (4.7%)	6 (17%)	-	-

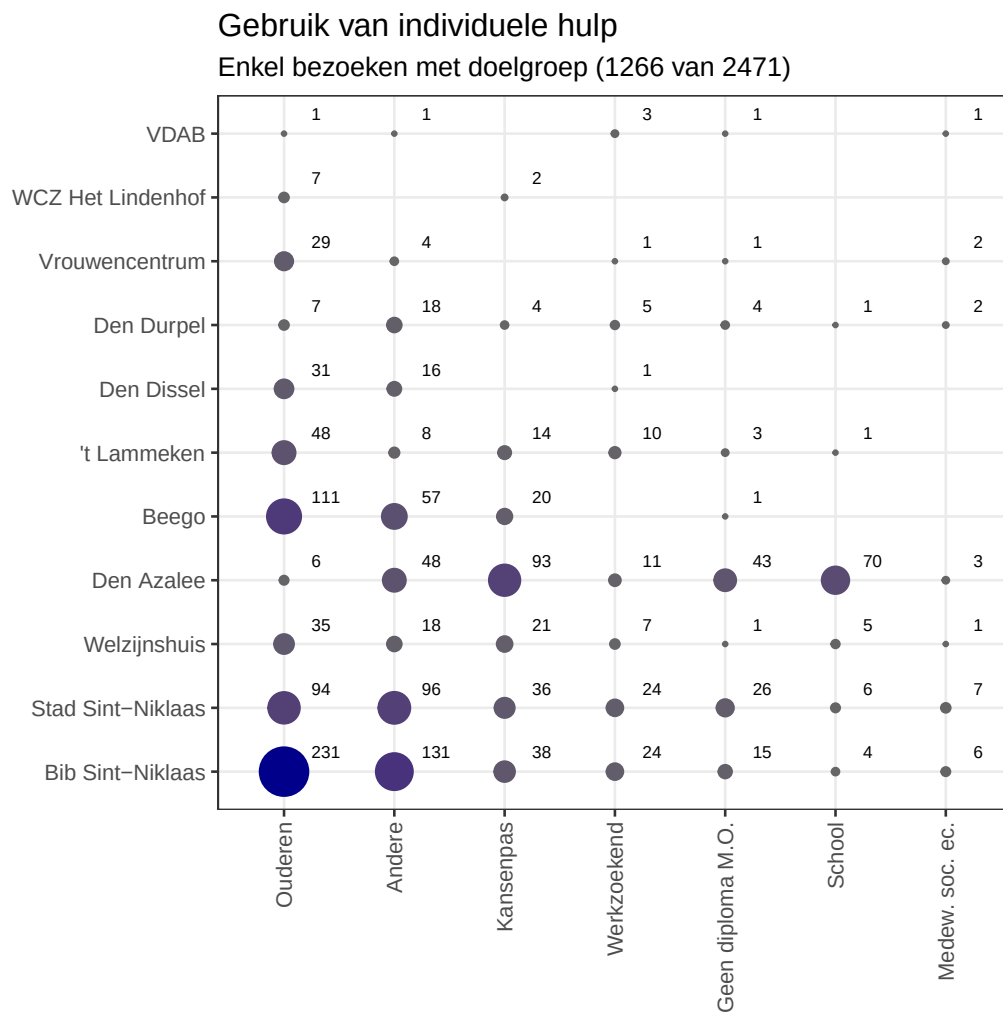
Tabel 5: Unieke bezoekers bij individuele begeleiding. Iedere bezoeker krijgt maximaal één doelgroep toegewezen (zie 3.2.1), al ontbreekt deze informatie vaak. 'Onbekend' geeft aan dat geen doelgroep werd aangeduid. De percentages geven het relatieve aandeel van de gekende doelgroep bij die partner.

	Totaal N = 2471	Digipunt N = 2065	Beego aan huis N = 175	Afhaalmoment N = 152	Digibuddy N = 79
Leeftijd					
-18	25 (1.0%)	10 (0.5%)	-	14 (9.2%)	1 (1.3%)
18-29	370 (15%)	306 (15%)	2 (1.1%)	59 (39%)	3 (3.8%)
30-54	804 (33%)	702 (34%)	12 (6.9%)	70 (46%)	20 (25%)
55+	1272 (51%)	1047 (51%)	161 (92%)	9 (5.9%)	55 (70%)
Geslacht					
man	1211 (49%)	1024 (50%)	71 (41%)	81 (53%)	35 (44%)
vrouw	1255 (51%)	1038 (50%)	104 (59%)	70 (46%)	43 (54%)
non-binair	5 (0.2%)	3 (0.1%)	-	1 (0.7%)	1 (1.3%)
Doelgroep					
Onbekend	1205	1148	4	5	48
Ouderen	550 (43%)	429 (47%)	101 (59%)	2 (1.4%)	18 (58%)
Andere	316 (25%)	253 (28%)	50 (29%)	8 (5.4%)	5 (16%)
Kansenpas	228 (18%)	111 (12%)	20 (12%)	93 (63%)	4 (13%)
Werkzoekend	71 (5.6%)	69 (7.5%)	-	2 (1.4%)	-
Geen diploma	50 (3.9%)	34 (3.7%)	-	15 (10%)	1 (3.2%)
School	34 (2.7%)	5 (0.5%)	-	27 (18%)	2 (6.5%)
Medew. soc. ec.	17 (1.3%)	16 (1.7%)	-	-	1 (3.2%)

Tabel 6: Bezoeken bij individuele begeleiding per type activiteit. Ieder bezoek krijgt maximaal één doelgroep toegewezen (zie 3.2.1), al ontbreekt deze informatie vaak. ‘Onbekend’ geeft aan dat geen doelgroep werd aangeduid. De percentages geven het relatieve aandeel van de gekende doelgroep bij dat type.

Tegelijk is het (opnieuw) belangrijk op te merken dat de registratie van doelgroepen erg **onvolledig** is. Zo zijn er Digipunten waar we een hoog bezoekersaantal met kwetsbare doelgroepen verwachten, zoals Den Durpel, maar waar bij minder dan de helft van de bezoekers informatie over doelgroep is geregistreerd. Bijkomende analyse is nodig om in te schatten welke doelgroepen met hoge mate van digitale uitsluiting waar worden geholpen.

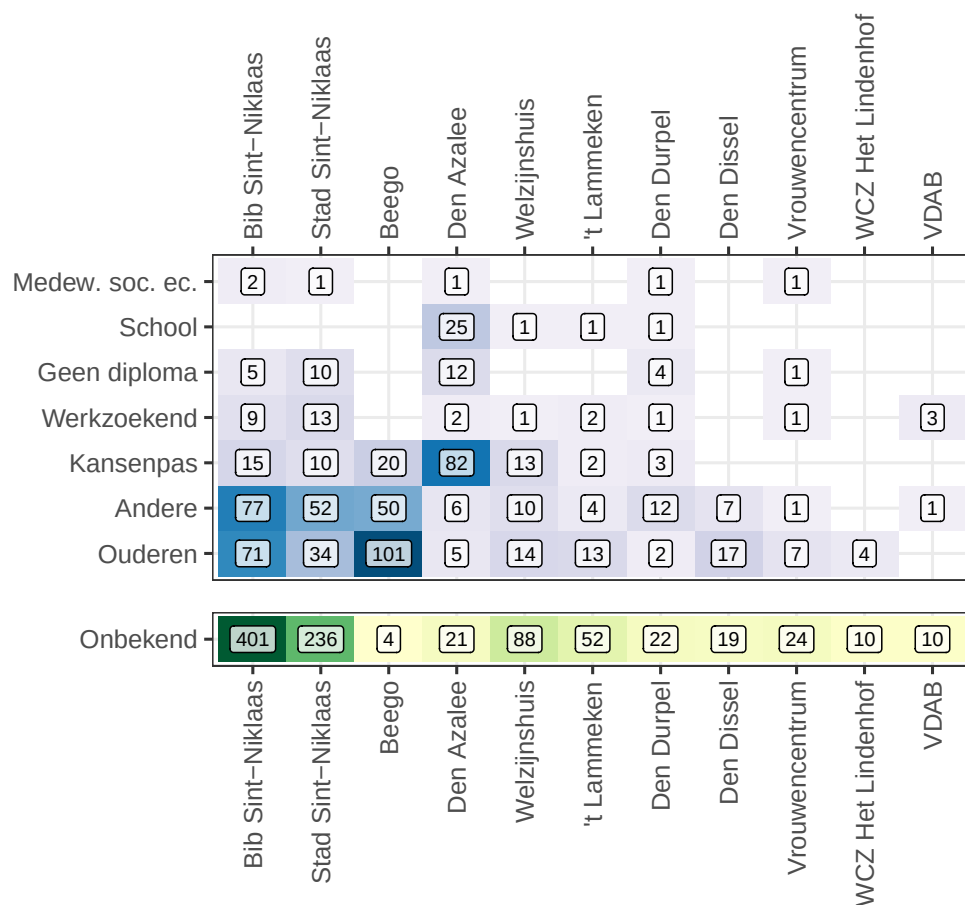
Er is ook (individuele) begeleiding voorzien via Digicafés, waar bezoekers doorgaans anoniem blijven. Deze ondersteuning analyseren we in 3.4.



Figuur 13: Gebruik van individuele hulp (D3) volgens (meervoudige) doelgroep en organisatie. 'Meervoudige doelgroep' wil zeggen dat één gebruiker tot meerdere doelgroepen kan behoren en zo meermaals worden geteld. Ook terugkerende deelnemers worden dubbel geteld. Eigen berekeningen gebaseerd op WSE-export.

Unieke bezoekers individuele hulp

Met 1618 bezoekers over 2471 bezoeken



Figuur 14: Unieke gebruikers van individuele hulp (D3) volgens doelgroep en organisatie. Meervoudige doelgroepen werden gereduceerd (zie 3.2.1). Eigen berekeningen gebaseerd op WSE-export.

3.3 Anonieme bezoekers

Niet alle deelnemers worden in het Digi-portaal geregistreerd. Bezoekers kunnen, afhankelijk van het type activiteit, ook **anoniem** blijven tijdens hun deelname. Omwille van de vorm van de ondersteuning die Digicafés bieden, bijvoorbeeld, blijven gebruikers er doorgaans anoniem.

In 2023 en 2024 samen was sprake van 874 anonieme deelnames verdeeld over 130 activiteiten. Wanneer we deze jaartallen vergelijken, valt ook hier een toename in populariteit op (zie fig. 15).

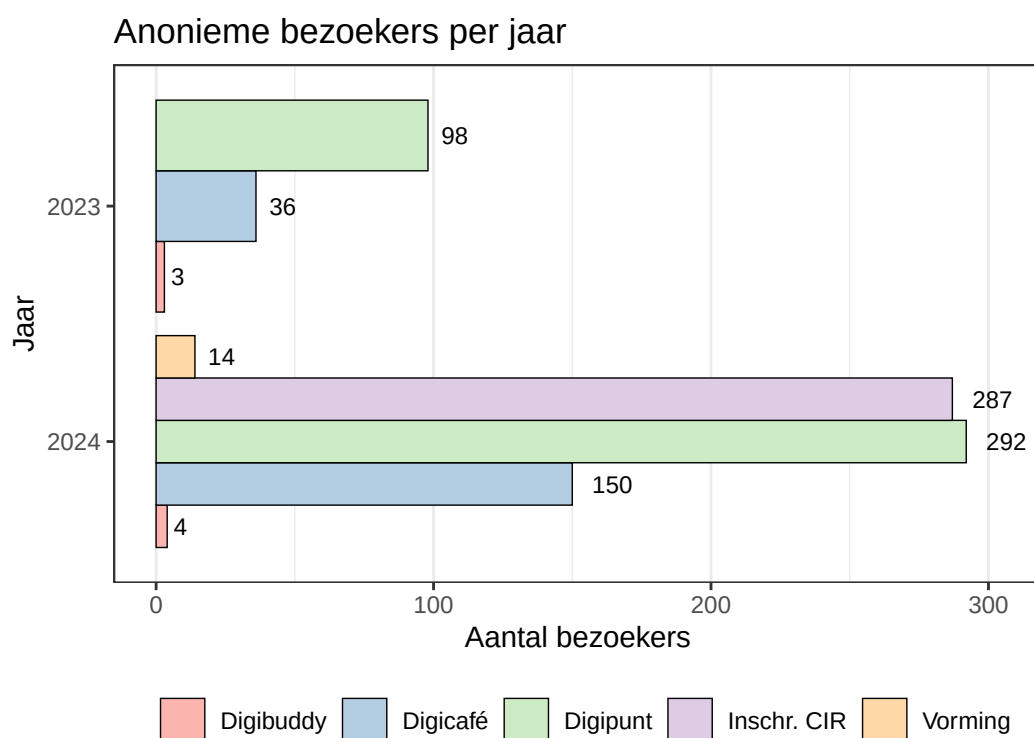
Bij de **Digipunten** komen vaak anonieme bezoekers langs: 390 bezoeken bovenop de niet-anonieme geregistreerde bezoeken, ofwel 18,8% bovenop 2065. De populariteit van de Digipunten is dus nog groter dan de eerder vermelde aantallen bezoeken doen uitschijnen.

Er zijn ook specifieke, tijdelijk georganiseerde **activiteiten** met anonieme deelnames. Zo werden in 2024 in het Welzijnshuis 22 ondersteuningsmomenten georganiseerd voor mensen die hulp nodig hadden bij hun inschrijving in het Centraal Inschrijvingsregister (CIR) voor sociale woningen, waar 287 van gebruik werd gemaakt. De vorming met anonieme deelnemers betrof een eenmalige opleiding in De Schutterij rond het gebruik van Doccle in augustus 2024.

3.4 Digicafés

De Digicafés vormen een vrij populaire activiteit met doorgaans anonieme bezoekers. Deze activiteiten worden georganiseerd op vier locaties. Tabel 8 geeft het aantal georganiseerde Digicafés weer per jaartal en locatie, met telkens het aantal bezoeken. Net als de andere Digitaal Mee activiteiten, trokken Digicafés in 2024 meer bezoekers dan het jaar voordien (zie ook fig. 16). Bij De Schutterij en de Bibliotheek zijn zowel het totaal aantal bezoeken als het aantal bezoeken per activiteit gestegen.

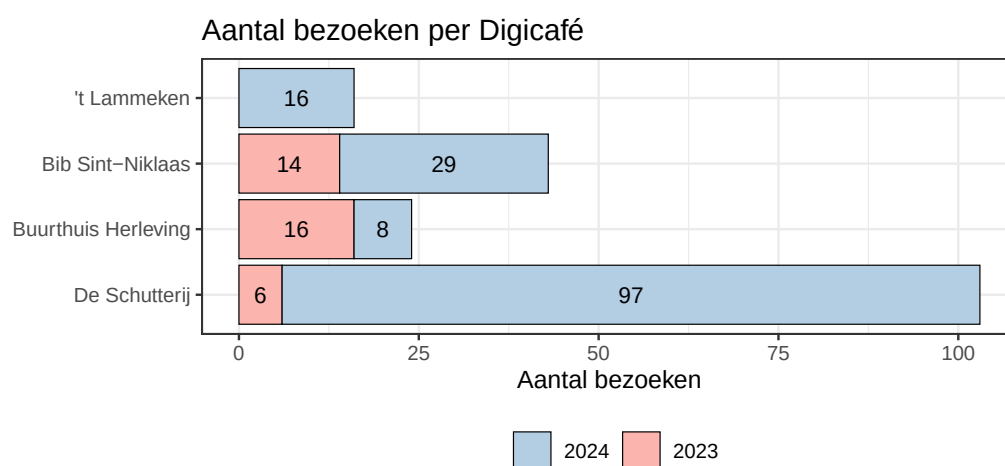
Figuur 17 biedt een alternatieve, visuele weergave van de activiteiten en het aantal bezoeken. Iedere stip beeldt hier één Digicafé uit. Hieruit valt bijvoorbeeld af te leiden dat drie van de vier Digicafés af en toe te maken krijgt met een activiteit met slechts één bezoeker. De Schutterij trekt met negen het hoogst gemiddeld aantal bezoekers per Digicafé.



Figuur 15: Aantal anonieme bezoeken per jaar en type activiteit. Merk op dat de registratie pas startte in april 2023. Eigen berekeningen gebaseerd op export uit Digi-portaal.

	Digicafé	Digipunt	Vorming	Digibuddy	Inschr. CIR	Totaal
't Lammeken	3 (16)	-	-	-	-	3 (16)
Bib Sint-Niklaas	14 (41)	-	-	-	-	14 (41)
Buurthuis Herleving	11 (19)	-	-	-	-	11 (19)
De Schutterij	15 (100)	13 (107)	1 (14)	-	-	29 (221)
De Springplank	-	35 (79)	-	-	-	35 (79)
Den Azalee	-	2 (3)	-	4 (7)	-	6 (10)
Welzijnshuis	-	10 (201)	-	-	22 (287)	32 (488)
Totaal	43 (176)	60 (390)	1 (14)	4 (7)	22 (287)	130 (874)

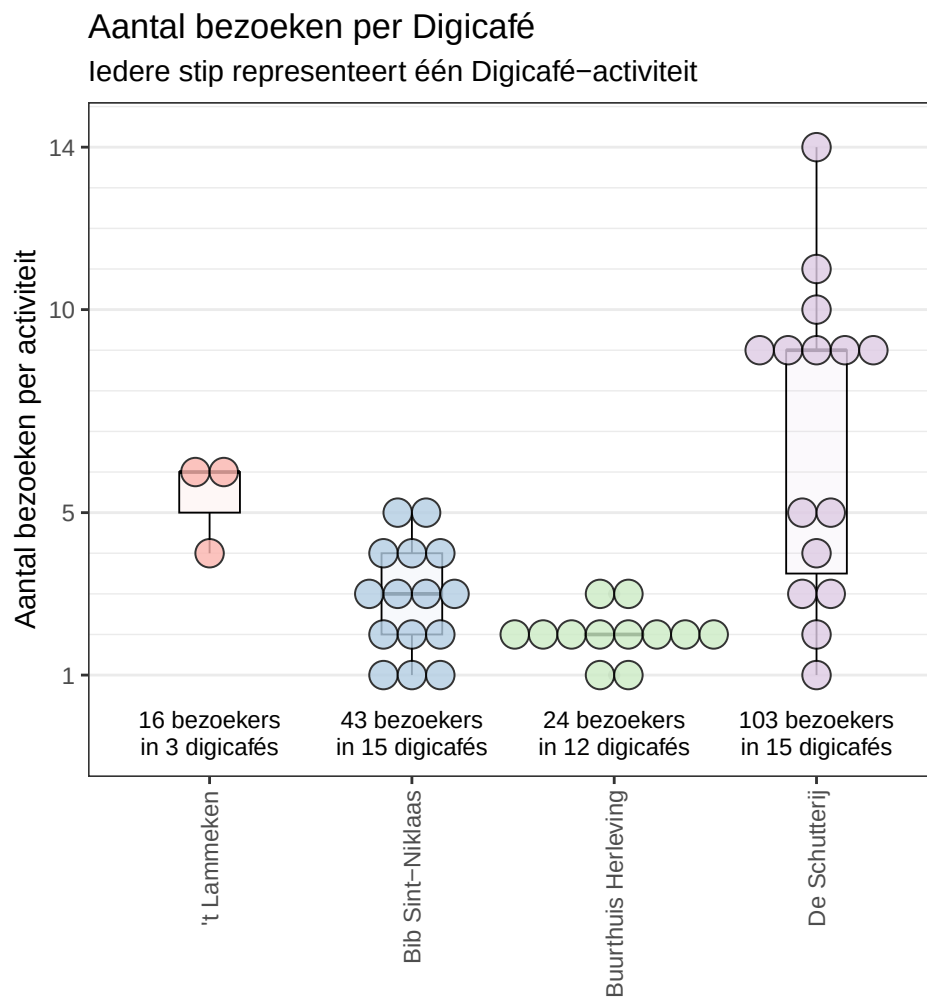
Tabel 7: Aantal activiteiten met anonieme deelnemers volgens locatie en type. Tussen haken is tekens het totaal aantal deelnames vermeld.



Figuur 16: Aantal bezoeken per Digicafé locatie. Eigen berekeningen gebaseerd op export uit Digi-portaal.

Locatie	Jaar	Digicafés		Kengetallen	
		Aantal	Bezoeken	Gemiddeld	Mediaan
't Lammeken	2024	3	16	5,33	6
Bib Sint-Niklaas	2023	6	14	2,33	2,5
	2024	9	29	3,22	4
Buurthuis Herleving	2023	7	16	2,29	2
	2024	5	8	1,60	2
De Schutterij	2023	3	6	2,00	2
	2024	12	97	8,08	9

Tabel 8: Aantal georganiseerde Digicafés in per jaar en locatie, met aantal bezoeken. Merk op dat 2023 geen heel jaar betreft.



Figuur 17: Aantal bezoekers per activiteit in een Digicafé. Eigen berekeningen gebaseerd op export uit Digi-portaal. De rechthoeken vormen 'boxplots' die de spreiding samenvatten: de helft van de geregistreerde waarden vallen binnen deze kaders, een kwart erboven en een kwart eronder.

3.5 Topics bij individuele hulp

Bij bezoeken aan Digipunten en Dificafés, die gericht zijn op het beantwoorden van individuele vragen, kan de ‘categorie van ondersteuning’ worden toegevoegd. Op basis hiervan kunnen de **hulpvragen** geanalyseerd kunnen worden. Deze gegevens zijn momenteel echter weinig gestructureerd: er zijn 194 verschillende categorieën aangeduid over 2471 deelnames. In tabel 9 hebben we 60% van de meest voorkomende topics geclusterd.

Topic	N		Topic	N
Itsme	733 (30%)		CSAM	30 (1,2%)
Apps ^a	179 (7,2%)		Providers	25 (1,0%)
Uitlenen	131 (5,3%)	Mijn Burgerprofiel	21 (0,8%)	
E-mail	100 (4,0%)	Cloud	18 (0,7%)	
Toestel ^b	100 (4,0%)	Sociale Media	16 (0,6%)	
Bestanden beheren	83 (3,4%)	VDAB	16 (0,6%)	
Jobbonus	75 (3,0%)	Wachtwoord	16 (0,6%)	
Digitale administratie	56 (2,3%)	MyPension	12 (0,5%)	
Printen	49 (2,0%)	Inschrijving CIR	7 (0,3%)	
Online banking	48 (1,9%)	Printer	7 (0,3%)	
Nutsvoorziening ^c	39 (1,6%)	Andere vraag	710 (29%)	

^a Apps installeren, updaten & verwijderen

^b Leren werken met toestel, updaten & opschonen

^c Watergroep, VREG, Proximus, energie

Tabel 9: Clustering van topics van 2471 vragen bij individuele hulp.

3.6 Toeleiding en doorverwijzing

Per bezoeker is een **bron** geregistreerd die aangeeft hoe de persoon Digitaal Mee kent. Deze registratie gebeurt per bezoeker (en niet per bezoek), en is verre van volledig: bij slechts 29% is een bron vermeld (nl. bij 770 van 2626 gekende bezoekers).

Wanneer we deze gegevens kruisen met de geregistreerde doelgroep, krijgen we een eerste, zij het onvolledig, zicht op hoe de verschillende doelgroepen hun weg naar de Digibank vinden. Dit is weergegeven in tabel 10 op p. 35.

Hier valt op dat doorverwijzing door een hulpverlener van het OCMW de vaakst vermelde bron is, met de balie in het welzijnshuis op een tweede plaats. Niet onverwacht komen deze dit vaak voor bij personen met een kanspas. De doelgroep ‘school’ (en in mindere mate werkzoekenden) zijn dan weer vaker op de hoogte via Bonangana.

Het lijkt er dus op dat werving via specifieke, **doelgroepgerichte kanalen** een meerwaarde vormt. We moeten echter voorzichtig zijn met veralgemenen. Niet enkel is het moeilijk veralgemenen op basis van data die slechts bij 30% van bezoekers is vermeld,

	Totaal N = 2,626	Onbekend N = 1,641	Ouderen N = 293	Andere N = 291	Kansenpas N = 218	Geen diploma N = 70	School N = 53	Werkzoekend N = 51	Medew. soc. ec. N = 9
Bron									
Onbekend	1,856	1,485	174	131	34	8	7	15	2
Hulpverlener OCMW	153 (20%)	27 (17%)	3 (2.5%)	15 (9.4%)	81 (44%)	10 (16%)	10 (22%)	6 (17%)	1 (14%)
Andere	136 (18%)	28 (18%)	34 (29%)	34 (21%)	28 (15%)	4 (6.5%)	1 (2.2%)	6 (17%)	1 (14%)
Balie welzijnshuis	129 (17%)	36 (23%)	12 (10%)	40 (25%)	25 (14%)	5 (8.1%)	1 (2.2%)	7 (19%)	3 (43%)
Balie bibliotheek	67 (8.7%)	22 (14%)	20 (17%)	22 (14%)	2 (1.1%)	-	-	1 (2.8%)	-
Bonangana	58 (7.5%)	-	-	4 (2.5%)	1 (0.5%)	32 (52%)	17 (37%)	4 (11%)	-
Hulpverlener sociale organisatie	51 (6.6%)	3 (1.9%)	7 (5.9%)	6 (3.8%)	19 (10%)	6 (9.7%)	6 (13%)	3 (8.3%)	1 (14%)
Mond-tot-mondreclame	51 (6.6%)	16 (10%)	13 (11%)	12 (7.5%)	7 (3.8%)	-	1 (2.2%)	1 (2.8%)	1 (14%)
Balie stadhuis	38 (4.9%)	15 (9.6%)	1 (0.8%)	16 (10%)	-	3 (4.8%)	1 (2.2%)	2 (5.6%)	-
Website Digibanken	38 (4.9%)	5 (3.2%)	4 (3.4%)	3 (1.9%)	13 (7.1%)	2 (3.2%)	9 (20%)	2 (5.6%)	-
Stadskroniek	23 (3.0%)	1 (0.6%)	16 (13%)	4 (2.5%)	2 (1.1%)	-	-	-	-
Flyers	10 (1.3%)	1 (0.6%)	4 (3.4%)	3 (1.9%)	2 (1.1%)	-	-	-	-
Dienstencentrum Den Dissel	7 (0.9%)	-	2 (1.7%)	-	1 (0.5%)	-	-	4 (11%)	-
Affiches	6 (0.8%)	1 (0.6%)	3 (2.5%)	1 (0.6%)	1 (0.5%)	-	-	-	-
Persbericht	2 (0.3%)	1 (0.6%)	-	-	1 (0.5%)	-	-	-	-
Facebook	1 (0.1%)	-	-	-	1 (0.5%)	-	-	-	-

Tabel 10: Bron van bezoekers. Van niet alle bezoekers is de bron gekend. Iedere deelnemer krijgt maximaal één doelgroep toegewezen (zie 3.2.1). ‘Onbekend’ wil zeggen dat geen bron of doelgroep werd geregistreerd.

we weten ook dat sommige locaties zorgvuldiger registreren dan andere. Het zou bijvoorbeeld kunnen dat bij bezoekers die zich via het Welzijnshuis inschrijven vaker een bron is vermeld.

Tijdens de looptijd van dit werkpakket voerde het Digi-portaal een update door waarbij het mogelijk wordt om de ‘geschiedenis’ van een bezoeker te raadplegen. Deze kan echter niet worden geëxporteerd, waardoor we geen analyse kunnen maken van het traject dat bezoekers afleggen, of hoe ze intern (i.e. van de ene naar de andere activiteit) worden doorverwezen.

3.7 Invulling beschikbare slots

De mate waarin **beschikbare momenten** ook worden **ingevuld**, is momenteel niet te berekenen. In de data-export van de activiteiten is het aantal beschikbare plaatsen bij de Digipunten niet ingevuld, waardoor we hier geen berekeningen rond kunnen uitvoeren.

4 Aanbevelingen omtrent dataregistratie

Afsluitend komen we tot enkele aandachtspunten en aanbevelingen rond de registratie van gegevens.

Over **registratie in de praktijk**.

1. Streef **vollediger registratie** na, m.n. van die gegevens die belangrijk zijn voor monitoring van doelrealisatie. ‘Doelgroep’ is vanzelfsprekend belangrijk om te registreren, maar ook ‘bron’ en ‘toeleider’ kunnen relevant zijn. Deze laatste wordt nog niet in de data-export opgenomen (zie aanbeveling hieronder).

Hiervoor is het nodig grondiger na te gaan waar het grootste deel van de registratie plaatsvindt (en waar dus op nauwkeurigheid moet worden ingezet). Aangezien steeds via het Digi-portaal wordt geregistreerd (bij de inschrijving voor eerste deelname), zijn het waarschijnlijk inschrijvers die bijkomend moeten worden gesensibiliseerd. Binnenkort kunnen bezoekers ook zelf via het Digi-portaal registreren. Een evaluatie van de impact op volledigheid van registratie lijkt ons aangewezen.

2. Afhankelijk van de accenten die Digitaal Mee naar de toekomst toe wil leggen, kan het nuttig zijn te **herevalueren welke gegevens** worden geregistreerd. Hierbij denken we met name aan de categorisering van doelgroepen, of de indeling van leeftijdscategorieën.

Bedenk echter dat wijzigingen in gevraagde gegevens historische vergelijkbaarheid kunnen hinderen. Het kan daarom handig zijn om pas bij een logische overgang (bv. kalenderjaar, nieuw seizoen of nieuwe campagne) andere gegevens te gaan verzamelen.

3. Belangrijk is echter ook dat **registratie geen doel** op zich wordt, maar steeds ten dienste staat van reflectie en opvolging van doelrealisatie.
- Hou rekening met moeilijkheden die **hulpverleners** kunnen ondervinden wanneer ze gegevens moeten registreren: het vragen en registreren van persoonsgegevens kunnen zij als hinderlijk ervaren. Wanneer Digihelpers en andere hulpverleners worden geïnformeerd over het doel van registratie, kan dat hen motiveren nauwkeuriger te zijn.
 - Hou er rekening mee dat registratie **drempels voor deelname** kan creëren. Het vragen van persoonlijke informatie kan hulpzoekenden afschrikken. Om die reden is het aangewezen dat inschrijvers en hulpverleners steeds kunnen kiezen om slechts een beperkte hoeveelheid gegevens op te vragen (en de mogelijkheid van anonieme deelname te blijven behouden).

Over **data voor analyse**. Omwille van beperkingen aan het Digi-portaal, is het momenteel niet mogelijk alle indicatoren te becijferen. Volgende suggesties zijn daarom in de eerste plaats gericht aan Beego:

- Bij de taartdiagrammen duidelijker vermelden wanneer het gaat om unieke bezoekers dan wel om terugkerende. Dit kan eventueel gebeuren via het onderscheid tussen ‘bezoekers’ en “bezoeken (zie 2.1.4 op p. 9).
- Meer informatie verschaffen over ontbrekende gegevens, bijvoorbeeld door bij de diagrammen over doelgroepen te vermelden hoe vaak geen doelgroep werd geregistreerd.
- Mogelijkheden voorzien in de bestaande, ingebouwde analyse om kruistabellen op te stellen.
- De leesbaarheid van de ingebouwde taartdiagrammen vergroten.
- Op vlak van data-export:
 - Analyse mogelijkheden voorzien voor de historiek van bezoekers (en de mogelijkheid om deze te exporteren).
 - Bij export van (geanonimiseerde) bezoeken volgens WSE-sjabloon, ook de locatie meenemen (naast ‘opleidings instantie’).
 - Als aanvulling op ‘doelgroep’ zou het interessant zijn om te zien wie het bezoek registreert (dus de ‘toeleider’). Dit wordt, zover ons bekend, momenteel niet opgeslagen.

Referenties

- Gallopín, G. C. (1996). 'Environmental and Sustainability Indicators and the Concept of Situational Indicators. a Systems Approach.' In: *Environmental Modeling and Assessment*, 1 (3), pp. 101–117. doi: [10.1007/bf01874899](https://doi.org/10.1007/bf01874899).
- Lehtonen, M. (2015). 'Indicators: tools for informing, monitoring or controlling?' In: *The Tools of Policy Formulation*. Edward Elgar Publishing, pp. 75–99. doi: [10.4337/9781783477043.00015](https://doi.org/10.4337/9781783477043.00015).
- NHS Institute for Innovation and Improvement (2017). *The good indicators guide: understanding how to use and choose indicators*. NHS. Online op <https://www.england.nhs.uk/improvement-hub/wp-content/uploads/sites/44/2017/11/The-Good-Indicators-Guide.pdf>.

5 Appendix: Toelichting over data & data cleaning

Tenzij anders vermeld, zijn de hierboven vermelde analyses gebaseerd op gegevens zoals in het Digi-portaal opgenomen in januari 2025. De analyses beperken zich steeds tot data geregistreerd vanaf de opstart van Digitaal Mee (in maart 2023) tot en met december 2024.

Om de data geschikt te maken voor analyse is *data cleaning* nodig. Hieronder volgt een overzicht van bijstellingen met inhoudelijke relevantie:

- In sommige tabellen wordt de toewijzing van gebruikers aan een doelgroep gereduceerd tot (maximaal) één doelgroep, zodat het mogelijk wordt om op andere kenmerken te vergelijken. In andere analyses nemen we deze meervoudigheid net mee, om bereikte doelgroepen in kaart te brengen. De bijschriften bij tabellen en grafieken maken duidelijk welke werkwijze werd gehanteerd. Zie hierover ook [3.2.1](#).
- Bij de vormingen zijn bij partnerorganisaties 't Lammeken, Beego, Buurthuis Herleving en Den Durpel telkens één deelnemer geregistreerd. Het gaat vermoedelijk om fouten in de registratie. Deze werden telkens uit de registratie geweerd.
- Bij de analyse van individuele hulp werden Buurthuis Herleving en De Schutterij niet meegenomen. Deze twee organisaties kenden slechts 4 geregistreerde bezoekers, maar hadden daarentegen veel anonieme bezoekers. Die werden afzonderlijk geanalyseerd in [3.3](#).
- Bij de analyse van individuele hulp werden activiteiten geregistreerd als 'opleiding' en 'Digicafé' achterwege gelaten. Dit laatste type activiteiten is afzonderlijk geanalyseerd.
- De analyse van de Digicafés is, zoals hierboven toegelicht, gebaseerd op de 'anonieme bezoekers' export van het Digi-portaal. Daarin worden bezoekersaantallen vermeld van personen die verder niet in het systeem worden geregistreerd. Er zijn echter ook 10 bezoekers die wél individueel zijn geregistreerd. Deze hebben we manueel toegevoegd aan de bezoekersaantallen van de Digicafés.