

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 131
van **KATIA SEGERS**
datum: 27 maart 2019

aan **SVEN GATZ**

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

Zelfevaluatietool 'Digitale Maturiteit' - Promotie en evaluatie

Op het cultuurforum 2020 (15 januari 2019) werd de zelfevaluatietool 'Digitale Maturiteit' voorgesteld aan de cultuursector (zie: <https://digitalematuriteit.be/>). Aan de hand van deze applicatie kunnen organisaties hun digitale maturiteit meten en vergelijken met die van andere gelijkaardige organisaties. De tool werd ontwikkeld door PACKED vzw, het Expertisecentrum Digitaal Erfgoed, in het kader van de strategische visienota 'Een Vlaams cultuurbeleid in het digitale tijdperk' van de minister.

Onder 'digitale maturiteit' verstaat men de mate waarin digitale technologie wordt geïmplementeerd in culturele organisaties op het vlak van informatiebeheer, beleid, procesmanagement, samenwerking en dienstverlening. Dit impliceert niet noodzakelijk dat alles maximaal digitaal gedaan wordt. Het is vooral belangrijk dat organisaties op een doordachte manier omgaan met digitale evoluties en ermee aan de slag gaan waar dat nuttig is.

De zelfevaluatietool peilt daarom naar vijf aspecten.

- Hoe ga je beleidsmatig om met digitale evoluties? Denk je strategisch na over digitale aspecten binnen je organisatie?
- Hoe maak je gebruik van digitale toepassingen om de interactie met je doelgroepen te verbeteren?
- Kan een digitaal aanbod of een digitale dienstverlening een meerwaarde betekenen binnen je organisatie? Hoe ga je daar vandaag mee om?
- Digitale maturiteit is niet enkel een zaak van tools, maar ook van mensen. Slaag je erin om de juiste capaciteiten in huis te halen om je doelstellingen te verwezenlijken?
- Hoe organiseer je de digitale processen binnen je organisatie?
-

Ik heb volgende vragen over het gebruik van de zelfevaluatietool 'Digitale Maturiteit' en de informatie die hiermee gegenereerd wordt.

1. Hoeveel organisaties hebben de tool sinds de lancering gebruikt?
2. a) Op welke manieren wordt de tool verder gepromoot binnen de cultuursector?
b) PACKED vzw zou tevens infosessies organiseren.

Hebben die reeds plaatsgevonden? Zo ja, graag een overzicht van waar en wanneer deze infosessies plaatsvonden evenals hoeveel organisaties (of deelnemers) hiermee werden bereikt? Zo neen, waar en wanneer worden deze gepland?

3. Op welke manier zal het gebruik en de reikwijdte van de tool geëvalueerd worden?
4. Is het de bedoeling dat de (geanonimiseerde) gegevens die voortvloeien uit het gebruik van de zelfevaluatietool aangewend worden om het beleid omtrent digitalisering in de cultuursector verder scherp te stellen? Zo ja, kan de minister dit proces verder toelichten?

SVEN GATZ

VICEMINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

ANTWOORD

op vraag nr. 131 van 27 maart 2019

van **KATIA SEGERS**

1. De zelfevaluatietool digitale maturiteit houdt enkel gegevens bij over gebruikers die minstens een invulsessie zijn gestart. Dat zijn enerzijds gebruikers die zich met een volledig profiel hebben geregistreerd en anderzijds gebruikers die er voor kozen om de tool anoniem in te vullen of uit te proberen.

Sinds de lancering hebben 2 geregistreerde gebruikers de tool ingevuld (een kunstenorganisatie en een collectiebeherende cultureel-erfgoedorganisatie). Daarnaast hebben 19 andere gebruikers de tool anoniem ingevuld.

Een belangrijke kanttekening betreft het volgende: tijdens het voortraject met de sector in aanloop van de ontwikkeling van de tool bleek dat de ideale timing om de tool te gebruiken als intern nuttig instrument sterkt verschilt doorheen de culturele sector (o.m. doordat subsidieperiodes in deelsectoren niet gelijk lopen). Het zou dus onrealistisch zijn te verwachten dat heel de sector in de eerste maanden na lancering op deze tool springt.

Breder kan ook gekeken worden naar het websitebezoek. Een deel van de sector is immers wel al geïnformeerd over de tool en was nieuwsgierig genoeg om de website te bezoeken, maar is daarom nog niet overgegaan tot het starten van een invulsessie. Sinds de lancering op 15 januari 2019 tot en met 28 maart 2019 kwamen er 366 unieke bezoekers langs op de website voor 482 sessies. 89 procent daarvan komt uit België, 7 procent uit Nederland.

2. Het promoten van de tool verloopt vooral door middel van communicatie- en informatie-acties. Concreet werden volgende acties ondernomen:

- een nieuwsbericht op de websites van het Departement Cultuur, Jeugd en Media (CJM), PACKED en VIAA;
- communicatie via de sociale mediakanalen van CJM, PACKED en VIAA;
- een flyer die mensen kunnen meenemen (voor het eerst uitgedeeld op 25/03);
- een e-mailbanner ontworpen door CJM, die kan worden overgenomen door PACKED/VIAA;
- CJM vraagt steunpunten om mee via hun kanalen te communiceren.

PACKED vzw zou tevens inderdaad infosessies organiseren.

Volgende informerende acties werden reeds ondernomen:

- 15/01/2019: lancering tijdens Cultuurforum
bereik: ongeveer 40 à 50 mensen
- 26/02/2019: stand op Dig It Up (organisatie: Cultuurconnect)
bereik: 10-tal mensen in gesprek aan de stand, 200-tal passanten
- 25/03/2019: presentatie tijdens collegagroep digitale participatie (organisatie: FARO, PACKED vzw, Middelheimmuseum, M HKA en M Leuven)
bereik: ongeveer 40 mensen

Volgende acties zijn nog gepland:

- Op 7 mei organiseert PACKED een begeleide invulsessie in de kantoren van VIAA. Cultuurorganisaties kunnen zich hiervoor nog steeds aanmelden.
- Op 11 juni komt de zelfevaluatietool digitale maturiteit ook aan bod op de contactdag erfgoeddatabanken.
- PACKED diende (samen met VIAA) een voorstel in voor een sessie op Informatie aan Zee (19-20 september), waar het informeren over en promoten van de zelfevaluatietool ook deel van uitmaakt.

3. Het lanceren van het instrument is een experiment omdat het gebruik van de tool niet verplicht, doch gestimuleerd wordt (zie vraag 4). Het is de bedoeling dat de culturele sector zelf aan de slag gaat met de tool om stappen vooruit te zetten. Culturele organisaties kunnen immers het eigen ontwikkelingsniveau inzake digitale maturiteit meten en vergelijken met dat van andere organisaties in de sector. Een goede promotie van het instrument is daarbij cruciaal.

Er werd bij de opstart beslist geen specifiek te behalen kwantitatieve doelstellingen te definiëren, maar om de aanpak op basis van het eigenlijke gebruik bij te sturen. Ongeveer een jaar na de lancering is het nodig om naar het effect van de tool te kijken en de aanpak te evalueren. Zoals in de vraag aangegeven gaat het niet alleen om het aantal en type van organisaties de tool reeds gebruikt hebben, maar ook over de manier waarop de tool gebruikt wordt. Zoals aangegeven bij vraag 1 moet ook de reikwijdte van de tool op een later moment bekeken worden.

Daarnaast is ook een inhoudelijke evaluatie van de tool van tel. Zo moet bekeken worden of er, op basis van de antwoorden van organisaties op bepaalde stellingen binnen de tool, aspecten zijn waarvan we kunnen inschatten dat de culturele sector nog meer sturing nodig heeft (zie antwoord vraag 4).

4. In mijn visienota 'een Vlaams cultuurbeleid in het digitale tijdperk' schreef ik dat de Vlaamse overheid de taak op zich neemt om, in samenwerking en overleg met alle stakeholders, de uitvoering van de visienota te monitoren op het vlak van de gemaakte vooruitgang, de efficiëntie van de gebruikte instrumenten, de nood aan bijsturing, etc. Ik gaf daarbij aan dat de zelfevaluatietool digitale maturiteit hiervoor belangrijk is, omdat die niet alleen het ontwikkelingsniveau van de individuele culturele organisaties in kaart brengt, maar ook als monitoringstool fungeert in functie van de implementatie van deze visienota. Zo wordt het mogelijk om gerichte beleidsingrepen te doen en deze op basis van de impact ervan te evalueren.

Vanaf het voortraject werd er duidelijk gecommuniceerd dat de tool niet gebruikt zou worden om individuele organisaties op te volgen en te evalueren. Dit omdat een directe link met de beleidscyclus zou kunnen aanzetten tot wenselijk gedrag, wat het effect van de tool zou ondermijnen. Dit maakt dat de gegevens die de tool aanlevert enkel op een geanonimiseerde manier gebruikt zullen worden. Het gebruik van de tool is dus niet verplicht, maar organisaties worden hiertoe positief gestimuleerd. De data worden dus niet structureel verzameld, en dat is belangrijk om mee te nemen naar eventuele verdere analyses.

Daarbij komt dat het om data gaat die gebaseerd zijn op een zelfinschatting, en niet om objectieve data. Dit is een zeer belangrijke nuance die mee bepalend is voor de manier waarop met deze cijfers beleidsmatig omgegaan wordt. Dit hoeft op zich niet problematisch te zijn: voor de implementatie van de visienota zijn dit soort zelfinschattingen belangrijk, omdat ze net aangeven waar organisaties zelf nog knelpunten zien in hun digitale werking. Net dit zou dus de in de visienota aangehaalde "*gerichte beleidsacties met het oog op de verbetering van specifieke aspecten van de 'digitale werking'*" mogelijk kunnen maken. Er worden wel richtlijnen meegegeven aan organisaties die de tool willen gebruiken om deze inschatting te maken, met een

toelichting van hoe bepaalde percentages van digitale maturiteit best worden geïnterpreteerd. Maar hier komt dus geen objectiverende derde partij aan te pas, wat uiteraard eigen is aan een zelfevaluatie.

Omwillen hiervan, alsook het feit dat de tool nog wat aan bekendheid moet bouwen, lijkt het me goed dat op het moment van evaluatie, na één jaar, eveneens bekeken wordt wat de kwaliteit van de data is en welke rol deze data in functie van beleidsvoorbereiding kunnen spelen.