



WOMEN IN DIGITAL

VERSLAG 2022



FOD Economie, K.M.O., Middenstand en Energie

Vooruitgangstraat 50 – 1210 Brussel

Ondernemingsnr.: 0314.595.348



○ 0800 120 33 (gratis nummer)



○ FODEconomie



○ @fodeconomie



○ [linkedin.com/company/fod-economie](https://www.linkedin.com/company/fod-economie) (tweetalige pagina)



○ [instagram.com/fodeconomie](https://www.instagram.com/fodeconomie)



○ [youtube.com/user/FODEconomie](https://www.youtube.com/user/FODEconomie)



○ economie.fgov.be

Verantwoordelijke uitgever:

Séverine Waterbley

Voorzitter van het Directiecomité

Vooruitgangstraat 50 – 1210 Brussel

Internetversie

013-23

Inhoud

1.	Introductie.....	6
2.	Huidige situatie: een overzicht.....	8
2.1.	Internetgebruik: frequentie.....	8
2.2.	Internetgebruik: activiteiten.....	9
2.3.	ICT- en internetvaardigheden.....	10
2.4.	Specialisten en tewerkstelling	11
2.5.	Huidige situatie – samenvatting.....	12
3.	Voorstelling van de strategie Women in Digital (WiD)	13
3.1.	Doelstelling 1: Ervoor zorgen dat meer vrouwen afstuderen in de digitale sector	13
3.2.	Doelstelling 2: Bevordering van de integratie van alle vrouwen in de digitale arbeidswereld en/of in de digitale sector.....	13
3.3.	Doelstelling 3: Bevorderen van het behoud van vrouwen in de digitale sector	14
3.4.	Doelstelling 4: Nieuwe imago's creëren	14
3.5.	Doelstelling 5: De genderkloof wegwerken bij specifieke doelgroepen.....	15
4.	Opvolgingsmethodologie van de werkgroep	16
5.	Bestaande/toekomstige initiatieven	17
5.1.	Doelstelling 1: Ervoor zorgen dat meer vrouwen afstuderen in de digitale sector	17
5.1.1.	De belangstelling voor het digitale wekken van jongs af aan (<6 jaar).....	17
5.1.2.	De nieuwsgierigheid voor en het aanleren van digitale vaardigheden op de basisschool ondersteunen (6-12 jaar).....	18
5.1.3.	Van digitale vaardigheden een dagelijkse realiteit maken voor adolescenten (12 tot 18 jaar).....	18
5.1.4.	Bevorderen van de keuze voor ICT/STEM-opleidingen in universiteiten en hogescholen (17 tot 18 jaar).....	19
5.2.	Doelstelling 2: Bevordering van de integratie van alle vrouwen in de digitale arbeidswereld en/of in de digitale sector.....	20
5.2.1.	De rekrutering van vrouwen in de digitale sector en in jobs die digitale vaardigheden vereisen, bevorderen	21
5.2.2.	Faciliteren van een beroeps(her)oriëntering rekening houdende met de behoefte van een steeds meer digitale samenleving	21
5.2.3.	Bevordering van vrouwelijk ondernemerschap in de digitale sector of sectoren die digitale vaardigheden vereisen.....	22
5.3.	Doelstelling 3: Bevorderen van het behoud van vrouwen in de digitale sector	23
5.3.1.	Promoten van een inclusief arbeidskader	23
5.3.2.	Levenslang leren	23
5.3.3.	Het vinden van een evenwicht tussen werk en privéleven en het verkleinen van de loonkloof	24
5.3.4.	Zich laten inspireren door het succes van andere vrouwen in het domein en deel uitmaken van een peer community.....	24
5.4.	Doelstelling 4: Nieuwe imago's creëren	25

5.4.1.	De aanwezigheid van vrouwen in digitaal bevorderen zowel op als naast het scherm	25
5.4.2.	Sensibilisering: organiseren van specifieke evenementen en communicatiecampagnes.....	26
5.4.3.	Samenwerken met de privésector	27
5.5.	Doelstelling 5: De genderkloof wegwerken bij specifieke doelgroepen.....	27
5.5.1.	Kwetsbare groepen.....	28
5.5.2.	Het promoten van culturele diversiteit in de technologische sector en deze sector bij vrouwen van buitenlandse herkomst promoten	28
5.5.3.	Bevordering van vaardigheden bij vrouwelijke ondernemers en managers (reskilling/upskilling).....	29
6.	Mogelijke denkpistes.....	30
7.	Conclusie	30
8.	Bijlagen.....	31
8.1.	Bijlage 1: Overzicht van alle initiatieven (in FR/NL/EN)	31
8.2.	Bijlage 2: Samenvattend overzicht van de soort initiatieven per strategische doelstelling (in FR/NL/EN)	31

Voorwoord

Met genoegen presenteer ik u de allereerste editie van het jaarlijkse verslag “Women in Digital”.

2021 was een jaar van grote veranderingen: de gezondheidscrisis heeft een groot deel van onze samenleving op zijn kop gezet, bedrijven werden geconfronteerd met moeilijkheden bij de aankoop van grondstoffen zoals karton, pallets, microchips ...

Tegelijkertijd hebben we ons steeds meer op digitale technologie gestort, wat tot een sterke groei van de ICT-sector heeft geleid, maar ook tot verschillen in de voordelen die eruit kunnen worden gehaald. Vrouwen, met name oudere en minder gekwalificeerde vrouwen, zijn namelijk meer uitgesloten van deze sector als gevolg van hardnekkige vooroordelen. Bovendien heeft de technologische versnelling sterk bijgedragen tot een verbreding van de kloof tussen degenen die moeite hebben met de toegang tot of het gebruik van digitale technologie en degenen die deze vaardigheden al hebben.

Al voor de gezondheidscrisis van 2020 was er een tekort aan digitale profielen op de arbeidsmarkt en hadden bedrijven moeite om ICT-vacatures in te vullen. Bovendien is minder dan een op de vijf ICT-deskundigen een vrouw, hoewel zij 50 % van de bevolking vertegenwoordigen. Het is belangrijk een evenwicht tussen mannen en vrouwen op de arbeidsmarkt te bereiken en meer vrouwen te interesseren voor een loopbaan in de digitale sector.

De digitale sector speelt vandaag een belangrijke rol en dat zal morgen nog meer het geval zijn. De gezondheidscrisis heeft duidelijk gemaakt hoe belangrijk het is over de nodige digitale vaardigheden te beschikken om onze activiteiten uit te voeren, zowel professioneel als privé. Digitale vaardigheden zijn essentieel gebleken voor de toekomstige welvaart en het toekomstige welzijn van ons land. Bovendien blijkt uit studies dat diversiteit in teams (met zowel mannen als vrouwen) leidt tot betere besluitvorming en innovatieve ideeën, wat weer leidt tot betere resultaten en economische groei. Daarom is het belangrijk de participatie van vrouwen in groeisectoren zoals de digitale sector (ICT) en de wetenschappelijke sector (STEM) te stimuleren. In 2021 is de nationale en sectoroverschrijdende strategie Women in Digital goedgekeurd en officieel ondertekend door alle overheidsniveaus. Deze strategie is gebaseerd op vijf strategische doelstellingen die hieronder worden beschreven.

Deze eerste editie van het jaarverslag over de follow-up van de strategie Women in Digital van de gelijknamige werkgroep geeft een overzicht van de huidige situatie, de vooruitgang die is geboekt bij de verwezenlijking van de doelstellingen en een samenvatting van de verschillende initiatieven die sinds de goedkeuring van de strategie in 2021 zijn genomen.

Veel leesplezier!

Séverine Waterbley,

Voorzitter van het Directiecomité

1. Introductie

Onze samenleving wordt steeds meer digitaal. Vooral tijdens de gezondheidscrisis in 2020 werd duidelijk hoe afhankelijk alle individuen zijn van digitale oplossingen. We voerden videogesprekken om met elkaar in contact te blijven, we gebruikten digitale technologieën om thuis te werken, we deden onze aankopen massaal op het internet, we zochten informatie op via digitale loketten ... Al die digitale manieren vergemakkelijken ons het leven en zorgen ervoor dat we dichter bij elkaar zijn dan ooit. Echter, niet voor iedereen is er dezelfde verbintenis met het digitale leven. Vrouwen in onze samenleving hebben te maken met een hardnekkige digitale kloof. Vooral de vrouwen in hogere leeftijdscategorieën en vrouwen zonder hogere opleiding hebben het moeilijk deze kloof te overbruggen. De ICT-sector zal de komende jaren blijven groeien, en om ons land op economisch vlak vooruit te helpen zullen ook vrouwen hun stap moeten wagen binnen deze sector.

A. Europees niveau

Op Europees niveau zijn deze ongelijkheden zichtbaar. Daarom hebben 26 Europese lidstaten en Noorwegen op 9 april 2019 (Digital Day) een verklaring ondertekend ("[Commitment on Women in Digital](#)") om vrouwen aan te moedigen een actieve en prominente rol te spelen in de digitale en technologische sector. De ondertekenaars zetten zich onder meer in om actie te ondernemen op volgende gebieden:

- een nationale strategie ontwikkelen om de participatie van vrouwen in de digitale sector te bevorderen;
- omroepen aanmoedigen om een positief publiek beeld van vrouwen in de digitale wereld te bevorderen;
- een Europese meisjes- en vrouwendag in ICT organiseren;
- bedrijven stimuleren om genderdiscriminatie op het werk te bestrijden;
- bevorderen van een genderevenwichtige samenstelling van besturen, comités en organen die zich met digitale zaken bezighouden;
- verbeteren van monitoringmechanismen en gegevensverzameling om betere doelstellingen te kunnen vaststellen.

Women in Digital Scoreboard

De monitoring en de indicatoren van vooruitgang bij de betrokkenheid en deelname van vrouwen aan de digitale economie en samenleving worden voortdurend verbeterd, wat helpt om geïnformeerde nationale doelen vast te stellen. Om de evolutie van het aantal vrouwen in de digitale wereld na te gaan, werd het "Women in Digital Scoreboard" opgericht, dat een integraal onderdeel is van de "Digital Economy and Society Index (DESI)". Dat scorebord evalueert de prestaties van de verschillende lidstaten op vlak van digitale vaardigheden en internetgebruik, op basis van 13 vooraf vastgelegde indicatoren¹.

EU-doelstelling

Op 9 maart 2021 stelde de Europese Commissie een visie en strategie voor om de digitale transformatie van Europa tot 2030 te ondersteunen. Het belangrijkste instrument dat hier gepresenteerd wordt is het digitaal kompas dat steunt op vier pijlers:

- vaardigheden;
- veilige en duurzame digitale infrastructuur;
- digitale transformatie van bedrijven;
- en digitalisering van overheidsdiensten.

Bij de pijler vaardigheden wordt vooropgesteld om 20 miljoen ICT-specialisten aan de slag te hebben in de EU, en om meer vrouwen te engageren binnen deze functies (genderconvergentie)².

¹<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/women-digital-scoreboard-2021>

²https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_nl

B. Op Belgisch niveau

In de context van de ondertekening van deze verklaring, ging België over tot het opzetten van de Women in Digital-strategie 2021-2026. De strategie werd gevalideerd door de Ministerraad op 5 maart 2021 en ondertekend op 18 juni 2021 door het Overlegcomité. De strategie bestaat uit volgende punten:

- ervoor zorgen dat meer vrouwen afstuderen in de digitale sector;
- bevorderen van de integratie van alle vrouwen in de digitale arbeidswereld en/of in de digitale sector;
- bevorderen van het behoud van vrouwen in de digitale sector;
- nieuwe imago's creëren;
- de genderkloof wegwerken bij specifieke doelgroepen.

Deze strategie is ontwikkeld en is opgevolgd door een werkgroep die gecoördineerd wordt door de FOD Economie sinds 26 juni 2019. Tijdens deze bijeenkomsten worden verschillende initiatieven besproken. De leden van de werkgroep kunnen samen tot nieuwe ideeën komen om zo de WiD-strategie te ondersteunen. Buiten verschillende publieke instellingen zijn ook privéondernemingen actief in de groep. Verder is er ook steun uit de politieke hoek, de academische wereld, zijn er associaties die zich mee inzetten, en de sociale partners.

In dit document vindt u de huidige stand van zaken over Women in Digital, en daarnaast ook de ondernomen acties of toekomstige acties per strategische doelstelling (zie overzicht in bijlage).

2. Huidige situatie: een overzicht

Onze samenleving wordt steeds meer digitaal. Voor steeds meer praktische zaken moeten we ons richten tot bepaalde ICT-toepassingen: zo is er de opmars van digitaal bankieren, kopen we onze treintickets via onze smartphone/computer in plaats van aan het loket, solliciteren we via een digitale omgeving voor een job, maken we digitaal afspraken bij de dokter of een administratie, bestellen we onze boodschappen via een app ... De voorbeelden zijn intussen eindeloos. Het is dan ook belangrijk dat we mee gaan met deze nieuwe stroming en over de vaardigheden beschikken om niet uitgesloten te geraken. Daarom focust dit hoofdstuk op de verschillen tussen mannen en vrouwen, jong en oud, om te kijken of iedereen de digitale vooruitgang even goed meepikt. Het internetgebruik, de digitale vaardigheden, maar ook cijfers rond de tewerkstelling in ICT-banen worden hiervoor bekeken.

2.1. Internetgebruik: frequentie

In tabel 1 valt af te lezen hoeveel mannen en vrouwen tussen 16 en 74 jaar en tussen 16 en 24 jaar nog nooit het internet gebruikten. In 2021 gebruikte 5 procent van alle vrouwen tussen 16 en 74 jaar nooit het internet. Bij de mannen van dezelfde leeftijdscategorie was dit 4 procent. 93 procent van deze groep, ongeacht geslacht, gebruikte het internet in de laatste drie maanden. 86 procent van de vrouwen gebruikten het internet dagelijks, bij de mannen is dat 87 procent.

Wanneer gekeken wordt naar de leeftijdsgroep van 16 tot 24 jaar, dan valt op te merken dat iedereen in deze categorie ooit al het internet heeft gebruikt. 100 procent van de vrouwen in deze groep gebruikten het internet in de laatste drie maanden, tegenover 99 procent van de mannen. 98 procent van de vrouwen in deze leeftijdscategorie gebruikten het internet elke dag, tegenover 96 procent van de mannen.

Tabel 1. Percentage individuen die nog nooit het internet gebruikten

Individen* die nog nooit het internet gebruikten			
Mannen	16-24 jaar	0	1
	25-54 jaar	2	3
	55-74 jaar	11	17
	16-74 jaar	4	7
Vrouwen	16-24 jaar	0	1
	25-54 jaar	2	3
	55-74 jaar	11	20
	16-74 jaar	5	8
(*) in % van het totaal van elke groep			

Bron: ICT-enquête huishoudens en individuen (2021), FOD Economie - Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium, Eurostat.

2.2. Internetgebruik: activiteiten

Wat de verschillende activiteiten betreft die individuen online uitvoeren (tabel 2), zijn er grote verschillen tussen mannen en vrouwen van de verschillende leeftijdsgroepen waar te nemen. Zo volgen meer jongeren online cursussen dan de andere leeftijdscategorieën en vrouwen volgen meer online cursussen dan mannen, ongeacht de leeftijd. Hetzelfde valt op te merken voor de sociale netwerken: vrouwen nemen vaker deel aan deze netwerken dan mannen en de vrouwen tussen 25 en 54 jaar gebruiken netwerken 20 % minder dan de vrouwen tussen 16 en 24 jaar.

Uit deze cijfers kan geconcludeerd worden dat vrouwen over het algemeen vaker deelnemen aan onlineactiviteiten dan mannen. Dit voornamelijk bij de leeftijdsgroep van 16 tot 24 jaar, waar de vrouwen voor elke activiteit beter scoren dan de mannen.

Tabel 2. Online internetactiviteiten per geslacht/leeftijdsgroep

Online activiteiten uitgevoerd door individuen*	16-24 jaar		16-74 jaar		25-54 jaar	
						
Volgen van een online cursus (eender welk onderwerp)	52	65	25	28	27	29
Deelnemen aan sociale netwerken (een gebruikersprofiel aanmaken, berichten of andere bijdragen op Facebook, Twitter, enz. plaatsen)	86	93	60	65	68	73
Informatie over goederen en diensten zoeken	74	80	76	75	80	80
Online nieuwssites/kranten/nieuwsbladen lezen	60	71	63	61	69	66
Internetbankieren	68	76	75	76	82	82
Goederen of diensten verkopen	21	30	27	27	34	36
Werk zoeken of een sollicitatie sturen	26	38	14	15	17	16
Onlinecursus (over eender welk onderwerp) volgen of online leermateriaal gebruiken	64	80	34	35	38	37
(*) in % van het totaal van elke groep						

Bron: ICT-enquête huishoudens en individuen (2021), FOD Economie - Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium, Eurostat.

2.3. ICT- en internetvaardigheden

Tabel 3. Digitale vaardigheden per geslacht/leeftijdsgroep

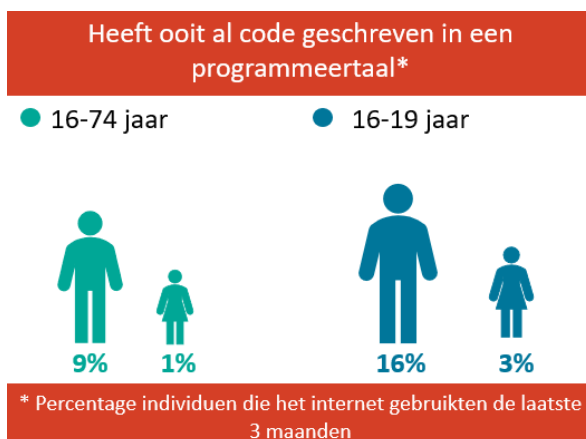
Digitale vaardigheden van de individuen volgens 5 digitale indicatoren*	16-24 jaar		16-74 jaar		25-54 jaar	
						
Individen met digitale basisvaardigheden of hogere digitale vaardigheden (5 indicatoren op basisniveau of boven basisniveau)	62	72	57	52	65	61
Individen met algemene digitale vaardigheden boven het basisniveau (5 indicatoren boven basisniveau)	32	33	30	23	38	29
Individen met algemene digitale basisvaardigheden (5 op basisniveau of boven basisniveau, niet allemaal)	30	40	27	28	28	31
Individen met geringe algemene digitale vaardigheden (4 indicatoren op basisniveau of boven basisniveau)	21	17	17	20	15	20
Individen met beperkte algemene digitale vaardigheden (3 indicatoren op basisniveau of boven basisniveau)	10	8	11	13	9	9
Individen met zeer beperkte algemene digitale vaardigheden (2 indicatoren op basisniveau of boven basisniveau)	4	2	5	6	5	4
Individen zonder algemene digitale vaardigheden	2	0	3	3	3	2
* - Vaardigheden op het gebied van informatie- en gegevensverwerking - Communicatie- en samenwerkingsvaardigheden - Vaardigheden in het creëren van digitale inhoud - Vaardigheden op het gebied van veiligheid - Probleemoplossende vaardigheden						

Bron: ICT-enquête huishoudens en individuen (2021), FOD Economie - Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium, Eurostat.

Tabel 3 geeft een overzicht weer van de digitale vaardigheden per geslacht voor verschillende leeftijdsgroepen. Sinds 2021 zijn de indicatoren samengesteld uit verschillende sub-indicatoren. Zo wordt bij de sub-indicator “vaardigheden op het gebied van informatie- en gegevensverwerking” gekeken of een individu online nieuws leest, of aan fact-checking doet.

Bij de jongste groep (16 tot 24 jaar) geven vrouwen aan over digitale basisvaardigheden of hogere digitale vaardigheden te beschikken. Hiermee doen ze het 10 procentpunt beter dan de mannen. Bij de leeftijdsgroep van 16 tot 74 jaar valt echter het omgekeerde op te merken. Vrouwen halen nog 52 procent en bij de mannen geeft 57 procent aan over de vaardigheden te beschikken. Ook bij de leeftijdsgroep van 25 tot 54 jaar is dit het geval, al liggen de cijfers hier gunstiger: 61 procent van de vrouwen geeft aan over de vaardigheden te beschikken, tegenover 65 procent bij de mannen.

Figuur 1. Individuen die reeds code schreven

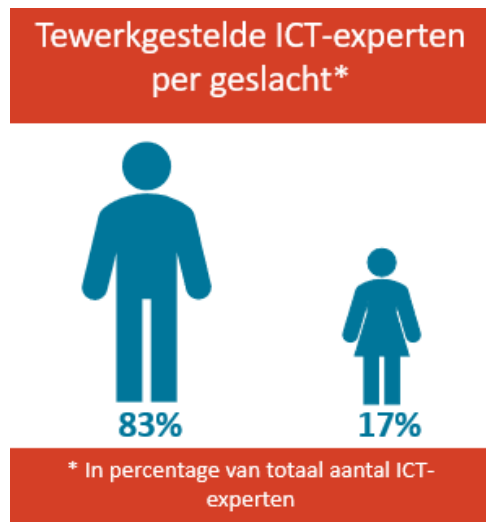


Wat betreft software geeft 60 % van de vrouwen aan dat ze over basisvaardigheden beschikken, voor de mannen is dat 65 %. Slechts 1 procent van de vrouwen tussen 16 en 74 jaar heeft ooit al code geschreven. Voor de mannen in dezelfde leeftijdscategorie is dat 9 procent. Een iets positiever beeld is er bij de jongeren (16 tot 19 jaar), waar 3 procent van de vrouwen aangeeft al eens code te hebben geschreven en 16 procent van de mannen.

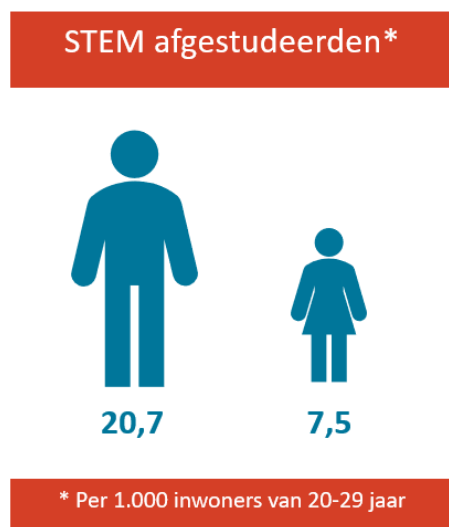
Bron: ICT-enquête huishoudens en individuen (2021), FOD Economie - Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium, Eurostat.

2.4. Specialisten en tewerkstelling

Figuur 2. Tewerkgestelde ICT-experten per geslacht



Figuur 3. STEM afgestudeerden



Bron: ICT-enquête huishoudens en individuen (2021), FOD Economie - Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium, Eurostat.

Figuur 2 geeft de verdeling weer van de mannelijke en vrouwelijke ICT-experten in ons land. Van alle ICT-experten in België is minder dan een op vijf een vrouw.

Ook bij de STEM-opleidingen (Science – Technology – Engineering – Mathematics) is er een groot verschil tussen het aantal mannen en vrouwen (figuur 3). In 2019 waren slechts 7,5 op 1.000 vrouwen afgestudeerd in een STEM-studierichting, bij de mannen was dit 20,7 op 1.000 mannen. Dit kan een verklaring zijn voor het grote verschil tussen mannen en vrouwen in ICT-functies.

2.5. Huidige situatie – samenvatting

In de voorgaande punten werd bekeken hoe vrouwen scoren op digitaal vlak. Op vlak van frequentie van internetgebruik en digitale activiteiten scoren vrouwen even goed dan mannen en zeker bij de jonge generatie vallen positieve signalen waar te nemen. Op vlak van digitale vaardigheden moeten jonge vrouwen niet onderdoen voor mannen, ze scoren zelfs tien procentpunt beter wat betreft digitale basisvaardigheden of hogere digitale vaardigheden. Voor de oudere generaties is er echter nog een verbetering mogelijk. In de categorie van 16- tot 74-jarigen blijft een kloof bestaan waar iets meer dan de helft van de vrouwen digitale basisvaardigheden heeft, en waar slechts 23 procent digitale vaardigheden boven het basisoniveau heeft. Wat betreft het schrijven van code in een programmeertaal valt op te merken dat slechts één procent van de vrouwen ooit code heeft geschreven (tegenover negen procent bij de mannen). Verder studeren ook veel minder vrouwen dan mannen af in een STEM-studierichting, hetgeen ook kan verklaren waarom zo weinig vrouwen werken in ICT-jobs.

Hoewel de signalen omtrent digitale en internetvaardigheden positief zijn, zijn er nog weinig goede signalen over vrouwen die een digitale carrière overwegen. Minder dan een op vijf van de tewerkgestelde ICT-experten zijn vrouwen. En deze scheve verdeling komt al van jongs af aan voor. Zo kiezen vrouwen minder vaak voor de STEM-opleiding, die een goede basis levert voor een verdere opleiding in ICT. Als het tekort aan werkrachten in de ICT-sector ingeperkt moet worden, is het opportuun om vrouwen ook actief te krijgen in dit gebied. Hoe die aanpak eruitziet, kan je lezen in de strategie die in het volgende hoofdstuk wordt uitgeklaard.

3. Voorstelling van de strategie Women in Digital (WiD)

Om de verschillen, die hierboven beschreven werden, weg te werken, heeft de FOD Economie in samenwerking met een multistakeholdersgroep een nationale en intersectorale strategie uitgewerkt. Deze WiD-strategie draait rond 5 assen:

- meer vrouwen doen afstuderen in ICT;
- bevorderen van de integratie van alle vrouwen in de digitale arbeidswereld en/of in de digitale sector;
- zorgen dat meer vrouwen in de digitale sector blijven werken;
- nieuwe imago's creëren;
- de genderkloof bij specifieke doelgroepen wegwerken.

Deze strategie werd tijdens de Ministerraad van 5 maart 2021 goedgekeurd en officieel tijdens het Overlegcomité op 18 juni 2021 ondertekend door alle bevoegde politieke niveaus (cf. [tekst van de strategie op de website BeDigitalTogether](#)).

Dit hoofdstuk vertrekt van de bevindingen geformuleerd in de nationale en sectoroverschrijdende strategie "Women in Digital" om te benadrukken hoe relevant elk van de strategische doelstellingen zijn. De bronnen van deze beweringen zijn te vinden in de tekst van de strategie, die hierboven vermeld wordt.

3.1. Doelstelling 1: Ervoor zorgen dat meer vrouwen afstuderen in de digitale sector

Onze interesses en overtuigingen komen van jongs af aan tot stand. Daarom houdt de strategie reeds rekening met kinderen jonger dan zes jaar. Vanaf deze leeftijd zullen hun speelgoedkeuze en activiteiten reeds onbewust hun interesses beïnvloeden. De eerste subdoelstelling focust op het aanwakkeren van het digitale aspect bij kinderen jonger dan 6 jaar.

Wanneer kinderen naar het lager onderwijs gaan, ontbreekt een positieve perceptie rond de digitale sector. Hierdoor zijn meisjes van zes tot twaalf jaar minder aangetrokken tot de sector en wordt het mannelijke imago nog versterkt. Daarom is de tweede subdoelstelling om de nieuwsgierigheid voor en het aanleren van digitale vaardigheden op de basisschool te ondersteunen.

Ook bij de jeugd van twaalf tot achttien jaar vinden meisjes niet altijd een toegankelijke omgeving voor de digitale sector. Voor de meisjes die zich wel thuis voelen in dit domein komen vaak de vooroordelen van "nerd" of "geek" naar voor. De digitale basisvaardigheden die in een latere carrière zo belangrijk zijn, moeten net tijdens deze periode ontwikkeld worden. Daarom is de derde subdoelstelling ervoor zorgen dat digitale vaardigheden een dagelijkse realiteit zijn voor adolescenten.

Slechts een op drie afgestudeerde studenten binnen een STEM-studierichting is een vrouw, bij ICT-studierichtingen is dit zelfs maar een op zes. Ook in deze fase moet de situatie veranderen, en moeten vrouwen ertoe aangezet worden om bij hun studiekeuze voor ICT/STEM te kiezen. Daarom is de laatste subdoelstelling het bevorderen van de keuze voor ICT/STEM-opleidingen in universiteiten en hogescholen, en dit gericht op 17- en 18-jarigen.

3.2. Doelstelling 2: Bevordering van de integratie van alle vrouwen in de digitale arbeidswereld en/of in de digitale sector

Vrouwen die een ICT-opleiding volgden, kiezen nadien minder vaak voor een job in de ICT-sector. De vrouwen die toch in de ICT-sector beginnen, verlaten deze sneller dan hun mannelijke collega's. Bovendien zijn vrouwen zonder ICT/STEM-opleiding minder geneigd om de stap te zetten naar

digitale jobs. Daarom is de eerste subdoelstelling het bevorderen van de rekrutering van vrouwen in de digitale sector en in jobs die digitale vaardigheden vereisen.

De wereld verandert constant, en ook de technologie. De mensen die zich op de arbeidsmarkt bevinden, moeten zich aanpassen aan de digitale banen van de toekomst. Dit niet alleen voor banen in de digitale sector, maar ook voor banen waar digitale vaardigheden nodig zijn. Hieruit volgt de tweede subdoelstelling, namelijk het faciliteren van een beroeps(her)oriëntering rekening houdend met de behoeften van een steeds meer digitale samenleving.

In België worden 664.512 van de actieve kmo's geleid door mannen, tegenover 229.830 door vrouwen. Dat zijn respectievelijk 65,9 % en 22,8 % van de kmo's in ons land³. Nog te weinig vrouwen wagen de sprong in het opzetten van digitale start-ups of digitaal-gerelateerde ondernemingen. De derde subdoelstelling is daarom het bevorderen van vrouwelijk ondernemerschap in de digitale sector of sectoren die digitale vaardigheden vereisen.

3.3. Doelstelling 3: Bevorderen van het behoud van vrouwen in de digitale sector

Vrouwen in de digitale sector verlaten deze sneller dan mannen en dit omwille van verschillende redenen. Zo is er de perceptie dat de vraag naar een beter evenwicht tussen werk en privéleven niet goed zal worden onthaald bij hun werkgever, omdat ze het gevoel hebben dat ze (te) regelmatig worden geconfronteerd met maatschappelijke vooroordelen die hen benadelen, of omdat ze vermoeden dat hun carrièrevooruitzichten minder goed zijn dan die van hun mannelijke collega's. De eerste subdoelstelling pleit daarom voor een inclusief arbeidskader.

In een digitale wereld met steeds veranderende technologieën is het noodzakelijk dat arbeidskrachten continu blijven leren. Hierdoor beschikken bedrijven over de juiste profielen. Het is dan ook belangrijk als individu om je digitale vaardigheden op peil te houden (reskilling) of te vergroten (upskilling). Daarom zet de tweede subdoelstelling aan tot levenslang leren.

Heel wat belemmeringen hebben een invloed op de professionele ontwikkeling van vrouwen, en creëren het zogenaamde "glazen plafond". Daarnaast zijn er een aantal specifieke aspecten die verhinderen dat vrouwen in de tech-sector hogere functies bereiken. Vrouwen verdienen in de ICT-sector in ons land bij gelijke vaardigheden gemiddeld 12 % minder dan hun mannelijke collega's en zij krijgen minder vaak een promotie aangeboden. Daarom is de derde subdoelstelling het vinden van een evenwicht tussen werk en privéleven, en het verkleinen van de loonkloof.

Door hun ondervertegenwoordiging in de digitale sector hebben vrouwen die in de technologiesector werken vaak het gevoel dat ze "dubbel zo hard" moeten vechten in vergelijking met hun mannelijke collega's om zich te bewijzen. Ook beschikken ze vaak niet over een plek waar ze hun vragen en noden kunnen uitdrukken. Vrouwen die vrouwelijke rolmodellen kennen, die een mentor hebben of die deel uitmaken van een gemeenschap van gelijken zijn beter in staat om zich te binden aan en te blijven werken in de digitale sector. De vierde subdoelstelling moet er daarom voor zorgen dat vrouwen zich laten inspireren door het succes van andere vrouwen in het domein en deel uitmaken van een peer community.

3.4. Doelstelling 4: Nieuwe imago's creëren

Nog te vaak vinden evenementen en tv- en radio-uitzendingen plaats waarbij in debatten m.b.t. de digitale sector of met een link naar digitale vaardigheden geen enkele vrouw vertegenwoordigd is. Vaak is er ook geen genderevenwicht in de samenstelling van nationale en Europese administraties, organen, raden en commissies die zich bezighouden met deze materies. Deze ondervertegenwoordiging van vrouwen leidt tot de versterking van bestaande stereotypes, wat nefast dreigt te zijn voor de verdere bevordering van de deelname van vrouwen aan het digitale. Daarom is de eerste subdoelstelling de aanwezigheid van vrouwen in de digitale sector bevorderen zowel op als naast het scherm binnen de traditionele media (tv en radio) en de digitale varianten.

Meisjes en vrouwen zijn zich vaak niet bewust van rolmodellen in de digitale sector en over hoe hun carrière er concreet uit ziet. De aanwezigheid van vrouwen in digitale bedrijven is nog te weinig

³ 2019, Statbel – « [Kmo's volgens het geslacht van de bestuurder\(s\)](#) »

bekend, alsook de ondersteuningsmogelijkheden voor vrouwen die een carrière in deze sector willen uitbouwen. Verder linken meisjes en vrouwen een studie of carrière in ICT nauwelijks met positieve effecten op de maatschappij en huidige maatschappelijke en familiale uitdagingen. De tweede subdoelstelling gaat daarom over sensibilisering, meer bepaald door specifieke evenementen en communicatiecampagnes.

Vele bedrijven (telecom, banken ...) hebben besloten de tewerkstelling voor vrouwen in de digitale sector te bevorderen. Het gaat erom een duurzame dialoog met de private sector op gang te brengen en te onderhouden om diversiteit en een meer inclusief kader in de digitale sector te bevorderen. De derde subdoelstelling roept op tot samenwerking met de privésector. De privésector lanceerde onder leiding van BNP Paribas Fortis en Proximus in november 2020 het Digital Inclusion Ecosystem, nu DigitAll genaamd. Hierbij worden verscheidene spelers uit de zakenwereld, de sociale sector en de federale en gewestelijke overheden en besturen samengebracht om samen aan de slag te gaan om de digitale kloof te dichten. Om deze doelstelling te behalen worden er negen engagementen vooropgesteld, waartoe alle ondertekenaars zich verbonden hebben⁴.

3.5. Doelstelling 5: De genderkloof wegwerken bij specifieke doelgroepen

Ook voor de digitale vaardigheden is er een te groot verschil tussen mannen en vrouwen. Dit geldt ook voor de toegang tot het internet en verscheidene digitale toepassingen. De verschillen worden sinds 2016 weergegeven in de jaarlijkse [Barometer van de informatiemaatschappij](#). Over het algemeen is het vaardigheidsniveau van vrouwen lager en het risico op digitale uitsluiting groter. Bepaalde groepen zoals alleenstaande moeders of vrouwen tussen de 55 en 74 jaar zijn extra kwetsbaar hiervoor. Digitale uitsluiting dreigt nieuwe mechanismen van sociale uitsluiting te doen ontstaan of bestaande mechanismen van sociale uitsluiting te versterken. Daarom houdt de eerste subdoelstelling rekening met de kwetsbare groepen in onze samenleving.

In ons land is er een tekort aan gekwalificeerde technische profielen, maar daarnaast is er ook een hoge werkloosheid onder mensen van buitenlandse afkomst en migranten. Als het werkloosheidspercentage, het aanwervingspercentage en de loopbaanontwikkeling vanuit het oogpunt van gekruiste discriminatie geanalyseerd worden (d.w.z. multifactoriële discriminatie), valt op te merken dat de bevolkingsgroep die het meest gediscrimineerd wordt de vrouwen van buitenlandse herkomst en/of vrouwen met een handicap zijn. De tweede subdoelstelling promoot daarom de culturele diversiteit in de technologische sector en bevordert deze sector bij vrouwen van buitenlandse herkomst.

Door de voortdurende evoluties kunnen vrouwelijke ondernemers en managers zich mogelijk "overweldigd" voelen door de technologische veranderingen. Ondernemingen die niet online zijn verliezen echter aan groeimogelijkheden en competitiviteit. Te vaak nog weten vrouwelijke ondernemers en managers niet hoe ze hun technologische kennis moeten bijwerken om aan hun behoeften te voldoen. Daarom zet de derde subdoelstelling in op de bevordering (reskilling/upskilling) van vaardigheden bij vrouwelijke ondernemers en managers.

⁴ <https://www.proximus.com/digital-society/digital-inclusion/digitall.html>

4. Opvolgingsmethodologie van de werkgroep

Om de doelstellingen van de WiD-strategie te monitoren en vooruitgang te boeken, werd een specifieke werkgroep opgesteld onder leiding van de FOD Economie met alle ondersteunende actoren. Zowel de privésector, verenigingen als sociale partners namen reeds deel aan de bijeenkomsten. De werkgroep komt elke drie maanden samen. Hieronder is er een overzicht van de voorbije vergaderingen.

- 26.06.2019
- 14.10.2019
- 22.01.2020
- 16.09.2021 (52 deelnemers)
- 13.01.2022 (51 deelnemers)
- 24.03.2022 (50 deelnemers)

Volgende actoren ondersteunen reeds de strategie:

- | | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|---|
| • Accenture | • FOD BOSA | • PXL |
| • Agoria | • FOD Economie | • Regionaal landschap
Kempen en Maasland |
| • AI4Belgium | • F.R.S.-FNRS | • Sirius Hub |
| • Arteveldehogeschool | • Google | • Sirris |
| • AUHL | • hub.brussels | • Solvay |
| • BeAngels | • IGVM-IEFH | • Vlaamse overheid |
| • BeCentral | • imec | • Techies Lab |
| • Beroepenpunt | • Inclusive Panels | • Technocité |
| • BIPT | • Innoviris | • Telenet Group |
| • Brussels Hoofdstedelijk
Gewest | • Inspiring Fifty | • UHasselt |
| • Bruxelles Formation | • Interface3 Bruxelles | • ULB |
| • Girleek | • Interface3.Namur | • Uliège |
| • CCB | • JUMP | • VBO |
| • CIRB | • KU Leuven | • VDAB |
| • DigiSkills Belgium | • Le Wagon Brussels | • VRT |
| • equal.brussels | • Mattel | • VUB |
| • Febelfin | • Multicultural Bankers
Network | • Women in Finance |
| • FELINK | • NSZ-SNI | • Womenpreneur |
| • FOREM | • Ostbelgien | |
| • F.B.J. - B.S.F. | • Provincie Limburg | |

De werkgroep komt zelf ook met een aantal bijdragen om de WiD-strategie te ondersteunen. De toekomstige en bestaande initiatieven worden verzameld in een Excel-bestand. In bijlage 1 van dit document is er een overzicht van alle initiatieven die op moment van schrijven bekend zijn. In bijlage 2 is er een samenvattend overzicht van de soort initiatieven per strategische doelstelling. Hiervan wordt in het volgende hoofdstuk een analyse gemaakt.

5. Bestaande/toekomstige initiatieven

Op het moment van schrijven bestaan reeds verschillende initiatieven of worden deze klaargemaakt. Elke as van de strategie wordt door specifieke acties ondersteund. De FOD Economie heeft al deze initiatieven verzameld in een lijst. Deze initiatieven zijn door de betrokken actoren van de WiD-werkgroep gecommuniceerd en sommige initiatieven dragen tot meerdere strategische assen bij. Op basis van de analyse van deze lijst per type initiatief kunnen onderstaande conclusies getrokken worden. Zie bijlage 1 voor het volledige overzicht van de huidige initiatieven.

Vanuit de FOD Economie zijn er enkele specifieke acties ondernomen. Zo zijn er verschillende videocapsules gemaakt waarin vrouwelijke rolmodellen aan het woord komen ([Franstalige versie](#), [Nederlandstalige versie](#)). Verder is er een website aangemaakt voor zowel geïnteresseerde vrouwen, als partners (zie [de website BeDigitalTogether](#)). Deze gaat gepaard met een communicatiecampagne. Verder wordt er in lijn met de Europese Girls & Women in ICT Day ook een jaarlijks evenement georganiseerd.

5.1. Doelstelling 1: Ervoor zorgen dat meer vrouwen afstuderen in de digitale sector

Ter ondersteuning van de eerste as, zorgen dat meer vrouwen afstuderen in de digitale sector, kunnen momenteel negen types initiatieven megedeeld worden (1 privé, 7 publieke en 1 gemengd privé-publiek):

- Postgraduaat van een jaar: IT en digitale competenties. Dit postgraduaat richt zich vooral tot houders van een niet-STEM-diploma. Het eerste programma is voorzien in september 2022.
- Speaker challenge: noem de naam van een vrouw die een stempel heeft gedrukt op de geschiedenis van de informatica (actie op basis van stereotypen die van kinds af zijn overgebracht).
- Werken aan de ontwikkeling van een plan voor gendermainstreaming en gendergelijkheid.
- Strategisch plan voor digitale vaardigheden.
- Strategische agenda voor STEM (onderwijs, loopbanen, specialisten, vaardigheden - digitale geletterdheid), 2020-2030.
- Strategisch plan voor digitale vaardigheden (inventaris van het aanbod aan buitenschoolse opleidingen, actoren die opleidingen voor leerkrachten aanbieden, oproepen tot het indienen van projecten), 2021-2024.
- Wetenschapsvouchers om schoolkinderen bewuster te maken van STEM.
- Bewustmaking, 2022-2024.
- STEM-projecten om kinderen, jongeren en het grote publiek bewuster te maken van STEM.

Het gemengde privé-publieke initiatief gaat over een platform van projecten en opleidingen om de digitale vaardigheden van de burgers te verbeteren. Dit platform staat online sinds november 2021 (zie de [website van DigiSkills Belgium](#)).

In de volgende paragrafen wordt er verder gefocust op de subdoelstellingen van de eerste as.

5.1.1. De belangstelling voor het digitale wekken van jongs af aan (<6 jaar)

Ter ondersteuning van de eerste subdoelstelling, het wekken van belangstelling voor het digitale van jongs af aan, zijn er drie initiatieven opgestart (1 privé, 1 publiek en 1 gemengd privé-publiek):

- Investerings in schoolinfrastructuur en ICT-apparatuur, versterking van de status van ICT-coördinator, ICT-opleiding voor leraren, een platform voor open onderwijsmateriaal, aandacht voor cyberveiligheid.

Doelpubliek: leerlingen en leerkrachten van de kleuterschool. De timing voor deze investeringen zien er als volgt uit: 2021-2022 infrastructuur en vanaf 2021-2022 ICT-coördinator.

- Inspiratiedag STEM.
Doelpubliek: leerlingen en leerkrachten van kleuterscholen, lagere scholen en middelbare scholen.
- Evenement om vrouwen in tech en digitaal te vieren, om vrouwen te interesseren - "Womenpreneur Conference".
Doelpubliek: vrouwen van alle leeftijden. Dit evenement is doorgegaan in oktober 2022.

5.1.2. De nieuwsgierigheid voor en het aanleren van digitale vaardigheden op de basisschool ondersteunen (6-12 jaar)

Ter ondersteuning van de tweede subdoelstelling, het aanwakkeren van de nieuwsgierigheid en het aanleren van digitale vaardigheden op de basisschool ondersteunen, zijn er 11 initiatieven (2 privé, 7 publieke en 2 gemengd privé-publiek):

- Workshop inleiding tot programmeren.
Doelpubliek: leerlingen van het 5e en 6e leerjaar.
- Ontwikkeling van digitale vaardigheden van de nieuwe generatie talenten (coderen, computerprogrammeren, algoritmische logica, robotica) door middel van animaties/opleidingen.
Doelpubliek: lagere en middelbare scholen.
- Leren programmeren (Scratch, App Inventor, Lego Mindstorms en Minecraft) – Coderdojo.
Doelpubliek: kinderen van 6 tot 12 jaar.
- Kinderuniversiteit (wetenschapsles door een prof op de campus in een aula).
Doelpubliek: kinderen in de lagere school.
- "I Love Science Festival".
Doelpubliek: jongeren vanaf 7 jaar.
- Inspiratiedag STEM.
Doelpubliek: leerlingen en leerkrachten van kleuterscholen, lagere scholen en middelbare scholen.
- Structurele investeringen in Coderdojo Belgium (gratis coderingscursussen).
Doelpubliek: kinderen en jongeren van 6 tot 18 jaar.
- Deelname aan initiatieven zoals de Printemps des Sciences, kits voor scholen, voor alle jongeren.
- Financiële steun voor een inspirerend verhalenproject voor meisjes en tieners met een migrantenachtergrond om hen aan te moedigen aan STEAM-studies te beginnen, waarbij gender- en etnische stereotypen worden doorbroken (via voorleesboeken, kleurboeken, activiteitenkaarten) - "Kleurrijke verhalen voor rebelse meisjes" (vzw ella).
Doelpubliek: alle kinderen. Termijn 2021-2023.
- Investerings in schoolinfrastructuur en gedeelde ICT-apparatuur voor leerlingen van groep 1 tot en met 4, middelen om eigen ICT-apparatuur ter beschikking te stellen van leerlingen van groep 5 en 6, versterking van de status van ICT-coördinator, ICT-opleiding voor leerkrachten, één platform voor open onderwijsmateriaal, aandacht voor cyberveiligheid.
Doelpubliek: leerlingen en leerkrachten van lagere scholen.
- Organisatie van een wetenschapsdag.
Doelpubliek: het algemeen publiek, jeugd en kinderen.

5.1.3. Van digitale vaardigheden een dagelijkse realiteit maken voor adolescenten (12 tot 18 jaar)

Ter ondersteuning van de derde subdoelstelling, digitale vaardigheden een dagelijkse realiteit maken voor adolescenten, zijn er 11 initiatieven (1 privé, 6 publieke en 4 gemengde privé-publiek):

- Ontwikkeling van digitale vaardigheden van de nieuwe generatie talenten (coderen, computerprogrammeren, algoritmische logica, robotica) door middel van animaties/trainingen - "Wallcode".
Doelpubliek: lagere en middelbare scholen.
- Leren programmeren (Scratch, App Inventor, Lego Mindstorms, Minecraft en Python) - Coderdojo.
Doelpubliek: kinderen van 12 tot 18 jaar.
- Structurele investeringen in Coderdojo Belgium.
Doelpubliek: kinderen van 12 tot 18 jaar.
- "I Love Science Festival".
Doelpubliek: jongeren vanaf 7 jaar.
- Financiële steun voor een video/workshopproject waarbij wetenschappers/ingenieurs met een migratie-achtergrond hun verhaal vertellen om meisjes en jongeren te inspireren - "Het geheime leven van wetenschapsters, ingenieurs en kunstenaressen: een videoreeks en workshops voor meisjes en jongeren met migratieachtergrond" (vzw ella).
Doelpubliek: jongeren.
- Investerings in schoolinfrastructuur en ICT-apparatuur zodat leerlingen in het secundair onderwijs over eigen apparatuur beschikken, versterking van de status van ICT-coördinator, ICT-opleiding voor leraren, een platform voor open onderwijsmateriaal, aandacht voor cyberveiligheid.
Doelpubliek: leerlingen en docenten van het middelbaar.
- Oproep tot het indienen van projecten ter ondersteuning van middelbare scholen bij de ontwikkeling van digitale vaardigheden, de beheersing van instrumenten, waaronder cyberveiligheid - "Digitale School".
Doelpubliek: middelbare scholen en geïnteresseerde experts.
- Inspiratiedag STEM.
Doelpubliek: leerlingen en leerkrachten van kleuterscholen, lagere scholen en middelbare scholen.
- Aanbieding van een gratis voorstelling Improbotics van Technopolis.
Doelpubliek: leerlingen 5e jaar middelbaar.
- STEM-boost wedstrijd.
Doelpubliek: leerlingen 3e graad middelbaar.
- Organisatie van gratis activiteiten om gebruik te maken van de infrastructuur van de universiteit (labo, uitrusting ...).
Doelpubliek: leerlingen van 3e graad middelbaar.

5.1.4. Bevorderen van de keuze voor ICT/STEM-opleidingen in universiteiten en hogescholen (17 tot 18 jaar)

Ter ondersteuning van de vierde subdoelstelling, het bevorderen van de keuze voor ICT- en STEM-opleidingen in universiteiten en hogescholen, zijn er 4 privé en 5 publieke initiatieven:

- Constructie van een spel voor een niet-gendergerichte oriëntatie naar STEM.
Doelpubliek: leraren en leerlingen van het 6e jaar lager onderwijs.
- Creatie van een online escape game zonder genders over IT-beroepen (ontdekking van ICT-beroepen en deconstructie van stereotypen).
Doelpubliek: alle jongeren.
- Acties op studentenbeurzen, promotie van studies (universiteit).
Doelpubliek: studenten die hun opleiding secundair onderwijs bijna afgerond hebben.
- "I Love Science Festival".
Doelpubliek: jongeren vanaf 7 jaar.

- Profielen van vrouwelijke wetenschappers onder de aandacht brengen om jonge meisjes aan te moedigen meer te leren over wetenschappelijke studies en carrières.
Doelpubliek: jongeren.
- "Women Award in Technology and Science" (WATS).
- Subsidie voor de bevordering van STEAM-beroepen - Worldskills Belgium vzw (via het herstelplan).
Doelpubliek: alle jongeren.
- Maatregelen van STEM-faculteiten om meer vrouwelijke studenten aan te trekken en vast te houden - "Vrouwen en wetenschap", "Ladies@science", "Ladies@space".
Doelpubliek: leerlingen en leraren van middelbare scholen.
- Gratis online tutorial om te leren programmeren in Python.
Doelpubliek: iedereen.
- Evenement om vrouwen in tech en digitaal te vieren, om vrouwen te interesseren - "Womenpreneur Conference".
Doelpubliek: vrouwen van elke leeftijd.

5.2. Doelstelling 2: Bevordering van de integratie van alle vrouwen in de digitale arbeidswereld en/of in de digitale sector

Ter ondersteuning van de tweede as, het bevorderen van de integratie van alle vrouwen in de digitale arbeidswereld en/of de digitale sector, zijn er 2 privé en 6 publieke soorten initiatieven uit de bijdragen van alle belanghebbenden:

- Opleiding in webontwikkeling en AI.
Doelpubliek: werkzoekenden.
- Paspoort voor digitale vaardigheden (verworven en te verbeteren vaardigheden) - "DigiSkills Passport".
Doelpubliek: iedereen.
- Werken aan de ontwikkeling van een plan voor gendermainstreaming en gendergelijkheid.
Doelpubliek: iedereen.
- Opleiding "De plaats van vrouwen in AI" - nieuwe beroepen: In deze opleiding van een halve dag wordt ingegaan op wat AI is, de ethische en juridische vraagstukken, met inbegrip van vraagstukken betreffende de vertegenwoordiging van vrouwen, discriminerende vooroordelen, enz. In een tweede fase worden de AI-beroepen (en de opleidingen) gepresenteerd, die bij uitstek multidisciplinair zijn en waarvan de presentatie roepingen kan opwekken.
- Subsidies aan vzw's die de toegang van vrouwen tot digitale beroepen bevorderen.
Doelpubliek: alle vrouwen.
- Project om een platform van succesverhalen uit de Belgische economie op te richten om het Belgische ondernemersklimaat te promoten (focus op kmo's) maar ook om vrouwelijk ondernemerschap aan te moedigen (minstens 1/3 van de bedrijven moet een vrouwelijke bedrijfsleider hebben).
Doelpubliek: Belgische bedrijven.
- Evenement en debat met het grote publiek om de zichtbaarheid van vrouwen in de wetenschap te vergroten - "Soapbox Science".
Doelpubliek: vrouwen met een passie voor wetenschap en STEM.

- Structurele steun voor professionele IT-opleidingsprogramma's.
Doelpubliek: bedrijven en instellingen.

5.2.1. De rekrutering van vrouwen in de digitale sector en in jobs die digitale vaardigheden vereisen, bevorderen

Ter ondersteuning van de eerste subdoelstelling van de tweede as, het aantal rekruteringen verhogen van vrouwen in de digitale sector en in jobs die digitale vaardigheden vereisen, zijn er 13 initiatieven (9 privé, 3 publieke en 1 gemengd privé-publiek):

- Studie van het levenstraject van vrouwen in de digitale sector (oorzaken van de ondervertegenwoordiging van vrouwen, identificatie van organisatiepraktijken en goede praktijken, voorstel voor een positioneringsinstrument voor de gelijkheid van vrouwen en mannen ten behoeve van de ondernemingen, voorstellen voor acties ten behoeve van de overheidsinstanties). – "Gender 2021".
Doelpubliek: vrouwen in de digitale wereld (beroeps- en opleidingstrajecten).
- Digitaal platform met praktische fiches voor het schrijven van inclusieve vacatures om meer vrouwen aan te trekken - "Level IT Out" werkt aan inclusie en diversiteit in de tech-sector (inclusionatwork.be).
Doelpubliek: bedrijven.
- Een gemeenschappelijke databank van deskundigen op het gebied van AI/DIGITAL opbouwen, om zo de diversificatie van de panels mogelijk maken; rolmodellen voorstellen, enz.
- Bewustmaking.
Doelpubliek: Belgische overheidsinstellingen en SELOR (FOD BOSA).
- Gratis opleidingsprogramma voor werkzoekenden voor de functie van digitaal coördinator (meervoudig opgeleide digitale marketingspecialist).
- Actieplan (VDAB) om werkzoekenden, werknemers en werkgevers te ondersteunen bij het verwerven van IT- en digitale vaardigheden (informatiesessies, workshops ...).
Doelpubliek: werkzoekenden, werknemers en werkgevers.
- Opleiding over stereotypen en vooroordelen in alle stadia van de aanwerving.
Doelpubliek: HR en hiring managers.
- Opleiding (praktisch en theoretisch) in het herstellen en opknappen van smartphones en tablets (technieken, professionele workshops, professionele onderdompelingscursussen) - "Digital school for Women".
Doelpubliek: vrouwen uit diverse, kwetsbare en veroordeelde milieus.
- Opleidingsprogramma voor webberoepen (6 maanden) - "Generation W 3" .
Doelpubliek: vrouwen uit diverse, kwetsbare en veroordeelde milieus.

5.2.2. Faciliteren van een beroeps(her)oriëntering rekening houdende met de behoeften van een steeds meer digitale samenleving

Ter ondersteuning van de tweede subdoelstelling, het faciliteren van een beroeps(her)oriëntering met de digitale samenleving centraal, zijn er 8 initiatieven (4 privé, 3 publieke en 2 gemengd privé-publiek):

- Studie gericht op het omscholen/bijscholen van vrouwen om duurzame banen te vinden (veranderende beroepsprofielen, nuttige vaardigheden).
- Gratis opleidingsprogramma voor werkzoekenden in het beroep van digitaal coördinator (polyvalente digitale marketingspecialist).
- Kwalificerende opleiding voor de professionele integratie van vrouwen (ontwikkelaar, systeem- en netwerkbeheerder, enz.).
Doelpubliek: vrouwen.

- Opleiding in webontwikkeling en gegevenswetenschappen (loopbaanverandering).
Doelpubliek: allen.
- Strategisch plan voor digitale vaardigheden (bevordering van verenigingen die coaching/begeleiding/basis IT-opleiding aanbieden, oproepen tot het indienen van projecten, vrouwelijke werkzoekenden aanmoedigen om deel te nemen aan IT-opleiding via communicatie- en bewustmakingscampagnes).
Doelpubliek: werkzoekenden.
- Barometer en gids voor vrouwelijk ondernemerschap.
- Sectorale overeenkomsten met de nadruk op digitalisering (opleidingsvoorstellen, financiële steun, loopbaanontwikkeling, enz.).
Doelpubliek: ondernemingen.
- Steun voor bedrijven om hun vrouwelijk personeel te integreren in technologische opleidings- en omscholingsplannen.
Doelpubliek: ondernemingen.
- Opleiding (praktisch en theoretisch) in het herstellen en opknappen van smartphones en tablets (technieken, professionele workshops, professionele onderdompelingscursussen) - "Digital school for Women".
Doelpubliek: vrouwen uit diverse, kwetsbare en veroordeelde milieus.
- 40 mensen (waarvan 80% vrouwen) terug aan het werk via langdurige opleiding in 2 open ruimtes in Brussel en Antwerpen (Girleek).

5.2.3. Bevordering van vrouwelijk ondernemerschap in de digitale sector of sectoren die digitale vaardigheden vereisen

Ter ondersteuning van de derde subdoelstelling van as 2, het bevorderen van vrouwelijk ondernemerschap in digitale sectoren of sectoren die digitale vaardigheden vereisen, zijn er 12 initiatieven (5 privé, 5 publieke en 2 gemengd privé-publiek):

- Mentorschapsprogramma voor digitale productbedrijven.
- Steun voor organisaties die zich richten op ondernemerschap en vrouwen.
- Gratis cursussen, webinars, persoonlijke coaching over digitale marketing, data ...
Doelpubliek: allen.
- Benadrukken van alumni die als gevolg van de opleiding een bedrijf hebben opgestart.
Doelpubliek: allen.
- Evenementen rond vrouwelijk ondernemerschap (paneldiscussies).
Doelpubliek: allen.
- Ondersteuning van de actoren van het ecosysteem voor een betere integratie van vrouwen in de structuren ter ondersteuning van digitaal ondernemerschap.
Doelpubliek: actoren van het ecosysteem.
- Bewustmaking en evenementen.
Doelpubliek: allen.
- Partnerschap met het netwerk Women in Tech.
Doelpubliek: bedrijven.
- Oproep aan dienstverleners die zich willen inzetten voor bewustmaking, begeleiding en ondersteuning van ondernemers, met bijzondere aandacht voor kwetsbare groepen, waaronder vrouwen.
Doelpubliek: ondernemers.
- Benoeming van mannelijke ambassadeurs en gegevensbank van mannelijke ambassadeurs #PersonaNumerica.

- Programma voor opleiding en digitale zichtbaarheid voor vrouwelijke ondernemers (met communicatiecampagne) - "Support Women Support Belgium".
Doelpubliek: vrouwelijke ondernemers met een nieuw project of met een bedrijf dat moeilijkheden ondervindt.
- Opleiding (praktisch en theoretisch) in het herstellen en opknappen van smartphones en tablets (technieken, professionele workshops, professionele onderdompelingscursussen) - "Digital school for Women".
Doelpubliek: vrouwen uit diverse, kwetsbare en veroordeelde milieus.

5.3. Doelstelling 3: Bevorderen van het behoud van vrouwen in de digitale sector

Ter ondersteuning van de derde as, het bevorderen van het behoud van vrouwen in de digitale sector, is er 1 soort privé-initiatief:

- Digitaal platform met praktische fiches voor het schrijven van inclusieve jobaanbiedingen om meer vrouwen aan te trekken - "Level IT Out" werkt aan inclusie en diversiteit in de tech-sector (inclusionatwork.be).
Doelpubliek: ondernemingen

5.3.1. Promoten van een inclusief arbeidskader

Ter ondersteuning van de eerste subdoelstelling onder de derde as, het promoten van een inclusief kader, zijn er 5 soorten privé-initiatieven en 4 soorten publieke initiatieven:

- Studie van het levenstraject van vrouwen in de digitale sector (oorzaken van de ondervetegenwoordiging van vrouwen, identificatie van organisatiepraktijken en goede praktijken, voorstel voor een positioneringsinstrument voor de gelijkheid van vrouwen en mannen ten behoeve van de ondernemingen, voorstellen voor acties ten behoeve van de overheidsinstanties). - "Gender 2021".
Doelpubliek: vrouwen in de digitale wereld (beroeps- en opleidingstrajecten).
- Benoeming van mannelijke ambassadeurs en gegevensbank van mannelijke ambassadeurs #PersonaNumerica.
- Inclusiecampagne op financieel gebied (vermindering van de gevolgen van vooringenomenheid, seksistisch, racistisch of homofoob microagressie) met toolbox.
Doelpubliek: financiële ondernemingen.
- Bewustmaking.
Doelpubliek: Belgische overheidsinstellingen en SELOR (FOD BOSA).
- Organisatie van een enquête onder oud-studenten en werkgevers, organisatie van virtuele rondetafelgesprekken met betrokken werkgevers, gids met goede praktijken.
- Ondersteuning van de actoren van het ecosysteem voor een betere integratie van vrouwen in de structuren ter ondersteuning van digitaal ondernemerschap.
- Investerings binnen de onderneming in diversiteit/inclusie/gelijke kansen (HR-processen, bedrijfscultuur, communicatie).
Doelpubliek: alle ondernemingen.
- Sectorovereenkomst met "non-discriminatie en inclusie".
Doelpubliek: alle ondernemingen.
- Opleiding over inclusief leiderschap, discriminatie en seksisme en een werknemersenquête om de mate van inclusie in de cultuur te meten.
Doelpubliek: alle ondernemingen.

5.3.2. Levenslang leren

Ter ondersteuning van de tweede subdoelstelling van as drie, het levenslang leren, zijn er 10 initiatieven (5 privé, 4 publieke en 1 gemengd privé-publiek):

- Ondersteuning bij de ontwikkeling van een opleidingsplan waarin het nut en de noodzaak van opleiding voor de werknemers worden omschreven.
Doelpubliek: ondernemingen.
- Gratis cursussen, webinars, persoonlijke coaching over digitale marketing, data ... voor iedereen.
- Gratis opleidingsprogramma voor werkzoekenden om digitaal coördinator te worden (meervoudig opgeleide digitale marketingspecialist).
Doelpubliek: werkzoekenden.
- Bedrijfsinvesteringen in levenslang leren met de nadruk op opleiding, herscholing/upskilling van werknemers.
- E-learning-actieplan om het voor iedereen toegankelijk te maken, met bijzondere aandacht voor kwetsbare groepen (aanpassing van het online-aanbod, tips/adviezen, webinars).
- Ontwikkeling van een actieplan voor levenslang leren.
- Subsidie aan de “Cités des métiers en Structures Collectives d'Enseignement Supérieur”.
- Gratis STEM-cursussen aan de universiteit voor leerkrachten.
- Opleidingsprogramma voor webberoepen (6 maanden) - "Generation W 3".
Doelpubliek: vrouwen uit diverse, kwetsbare en veroordeelde milieus.
- Programma voor opleiding en digitale zichtbaarheid voor vrouwelijke ondernemers (met communicatiecampagne) - "Support Women Support Belgium".
Doelpubliek: vrouwelijke ondernemers met een nieuw project of met een bedrijf dat moeilijkheden ondervindt.
- Meer dan 3.500 vrouwen opgeleid via online training (Girleek).

5.3.3. Het vinden van een evenwicht tussen werk en privéleven en het verkleinen van de loonkloof

Ter ondersteuning van de derde subdoelstelling, een evenwicht vinden tussen werk en privéleven en de loonkloof verkleinen, zijn er 2 soorten privé-initiatieven en 2 soorten publieke initiatieven:

- “New ways of working” met flexibel telewerken.
Doelpubliek: ondernemingen.
- Glazen plafonds en loonverschillen tussen mannen en vrouwen meten om ze te verkleinen - "Women in Finance".
Doelpubliek: bedrijven in de financiële sector.
- Aanmoediging van de sollicitatie van vrouwen voor verantwoordelijke functies (communicatie, interne bevragingen, aanpassingen).
- Werkactieplan en sectorale overeenkomst waarin dit aspect is opgenomen.
Doelpubliek: ondernemingen.

5.3.4. Zich laten inspireren door het succes van andere vrouwen in het domein en deel uitmaken van een peer community

Ter ondersteuning van de vierde subdoelstelling, zorgen voor inspiratie door het succes van andere vrouwen en het voorzien van een peer community, zijn er 7 soorten privé-initiatieven en 7 soorten publieke initiatieven:

- Vrouwelijke rolmodellen onder de aandacht brengen en bijdragen aan inspirerende initiatieven (InspiringFifty, Women in Big Data ...).
Doelpubliek: ondernemingen.
- Een gemeenschappelijke databank van deskundigen op het gebied van AI/DIGITAL opbouwen, om zo de diversificatie van de panels mogelijk maken; rolmodellen voorstellen, enz.
- Lancering van een reeks portretten/interviews op sociale netwerken van inspirerende vrouwen van alle achtergronden en generaties die werkzaam zijn in de financiële wereld.
- Bewustmaking.

Doelpubliek: Belgische overheidsinstellingen en SELOR (FOD BOSA).

- Oprichting van een netwerk van oud-studenten.

Doelpubliek: betrokken vrouwen.

- Benadrukken van de carrières/successen van alumni (blog posts, podcasts, sociale netwerken, campagnes).
- Het onder de aandacht brengen van profielen van vrouwelijke wetenschappers om jonge meisjes aan te moedigen meer te leren over wetenschappelijke studies en carrières - "Women Award in Technology and Science (WATS).

Doelpubliek: jongeren.

- Deelname aan een netwerk van partners die actief zijn op digitaal gebied - "Women in Tech".

Doelpubliek: ondernemingen.

- Oprichting van een interne "peer community" voor vrouwen binnen de organisatie (uitwisseling van ervaringen, coaching en netwerken).

Doelpubliek: vrouwen intern binnen de organisatie.

- Oprichting van een gegevensbank van deskundigen uit groepen die minder aandacht krijgen in de media, om de aandacht van journalisten en mediaspelers te trekken.

Doelpubliek: journalisten en media-actoren.

- Oprichting van een netwerk van inter- of intra-bedrijf rolmodellen.

Doelpubliek: ondernemingen.

- Evenement om vrouwen in tech en digitaal te vieren, om vrouwen te interesseren - "Womenpreneur Conference".

Doelpubliek: vrouwen van alle leeftijden.

- Content/getuigenissen op het YouTube-kanaal - Productie van content, inspirerende getuigenissen van niet "usual suspects" in België: Axelle Lemaire, Carlo Purrassanta (uitzonderlijke getuigenis, over de transformatie van het Microsoft-bestuur), enz...

- Speaker Challenge: haal de naam aan van een vrouw die de geschiedenis van de IT heeft getekend.

5.4. Doelstelling 4: Nieuwe imago's creëren

Ter ondersteuning van de vierde strategische doelstelling, het creëren van nieuwe imago's, is er 1 soort privé-initiatief en 1 soort publiek initiatief:

- Benadrukken van vrouwelijke rolmodellen en bijdragen aan inspirerende initiatieven (InspiringFifty, Women in Big Data ...).
- Speaker Challenge: haal de naam aan van een vrouw die de geschiedenis van de IT heeft getekend.

5.4.1. De aanwezigheid van vrouwen in digitaal bevorderen zowel op als naast het scherm

Ter ondersteuning van de eerste subdoelstelling van as vier, de aanwezigheid van vrouwen in digitaal bevorderen op en naast het scherm, zijn er 11 initiatieven (6 privé, 4 publieke en 1 gemengd privé-publiek):

- Ondertekening van het charter "Inclusive Panels" voor heterogene evenementenpanels.
Doelpubliek: organisaties.
- Platform voor het bijeenbrengen van projecten en opleidingen ter verbetering van de digitale vaardigheden van burgers en ter bevordering van de empowerment van vrouwen, voor allen.
- Opstelling van het charter "Inclusive Panels" voor heterogene evenementenpanels.
Doelpubliek: organisaties.
- Bewustmaking.

Doelpubliek: Belgische overheidsinstellingen en SELOR (FOD BOSA).

- Bijzondere aandacht bij de keuze van beelden die intern en extern met de sector elektronische communicatie worden geassocieerd (gendervooroordelen en integratie).
Doelpubliek: bedrijven in de sector elektronische communicatie.
- Productie van videoclippen van vrouwen die werkzaam zijn in de IT en verspreiding via sociale netwerken en tv-media.
- Deelname aan documentaires die op TV worden uitgezonden (bv. over vrouwelijk ondernemerschap).
- Promotie van Expertalia (databank van deskundigen met diverse achtergronden).
Doelpubliek: journalisten, media-actoren
- Oprichting van een gegevensbank van deskundigen uit groepen die minder aandacht krijgen in de media, om de aandacht van journalisten en mediaspelers te trekken.
Doelpubliek: journalisten, media-actoren
- Evenement om vrouwen in tech en digitaal te vieren, om vrouwen te interesseren - "Womenpreneur Conference".
Doelpubliek: vrouwen.
- Programma voor opleiding en digitale zichtbaarheid voor vrouwelijke ondernemers (met communicatiecampagne) - "Support Women Support Belgium".
Doelpubliek: vrouwelijke ondernemers met een nieuw project of met een bedrijf dat moeilijkheden ondervindt.

5.4.2. Sensibilisering: organiseren van specifieke evenementen en communicatiecampagnes

Ter ondersteuning van de tweede subdoelstelling, sensibilisering door de organisatie van specifieke evenementen en communicatiecampagnes, zijn er 12 initiatieven (5 privé, 6 publieke en 1 gemengd privé-publiek):

- Videocampagne ter promotie van vrouwen die getuigen over hun professioneel en persoonlijk parcours in de ethiek - "Wallonia Wonder Women 2e ed".
- Digitaal platform met praktische fiches voor het schrijven van inclusieve vacatures om meer vrouwen aan te trekken - "Level IT Out" werkt aan inclusie en diversiteit in de tech-sector (inclusionatwork.be).
Doelpubliek: ondernemingen.
- Deelname aan evenementen van Women in Tech (workshops, panels, campagnes).
Doelpubliek: vrouwen.
- Organisatie van hackathons en festivals over vrouwelijk ondernemerschap - "Women Code Festival".
Doelpubliek: vrouwen.
- Profielen van vrouwelijke wetenschappers onder de aandacht brengen om jonge meisjes aan te moedigen meer te leren over wetenschappelijke studies en carrières - "Women Award in Technology and Science" (WATS).
Doelpubliek: jongeren.
- Project om een platform van succesverhalen uit de Belgische economie op te richten om het Belgische ondernemersklimaat te promoten (focus op kmo's) maar ook om vrouwelijk ondernemerschap aan te moedigen (in minstens 1/3 van de overgenomen bedrijven moeten vrouwelijke ondernemers zitten).
Doelpubliek: Belgische ondernemingen.
- Oprichting van een interne "peer community" voor vrouwen binnen de organisatie (uitwisseling van ervaringen, coaching en netwerken).
Doelpubliek: vrouwen intern binnen de organisatie.
- Sectorale overeenkomst met addenda inzake "non-discriminatie en insluiting".
Doelpubliek: ondernemingen.

- Opleiding/coaching van creatieve teams in niet-stereotiepe en niet-discriminerende communicatie.
Doelpubliek: ondernemingen.
- Organisatie van een "dag van de wetenschap".
Doelpubliek: algemeen publiek, jeugd en kinderen.
- Organisatie van debatten en evenementen met inspirerende internationale persoonlijkheden.
- Content/getuigenissen op het YouTube-kanaal - Productie van content, inspirerende getuigenissen van niet "usual suspects" in België: Axelle Lemaire, Carlo Purrassanta (uitzonderlijke getuigenis, over de transformatie van het Microsoft-bestuur), enz...
- Koppeling en uitwisseling van goede praktijken op internationaal niveau, veralgemening van benaderingen: #inclusivepanel, #speakerschallenge, #jamaissanselles, Gender balance check, enz.
- Organisatie van workshops en conferenties met de nadruk op vrouwen - "AI-week", ...
Doelpubliek: allen.
- Evenement om vrouwen in tech en digitaal te vieren, om vrouwen te interesseren - "Womenpreneur Conference".
Doelpubliek: vrouwen van alle leeftijden.

5.4.3. Samenwerken met de privésector

Ter ondersteuning van de derde subdoelstelling, samenwerking met de privésector, zijn er 3 soorten privé-initiatieven en 3 soorten publieke initiatieven:

- Ondersteuning van organisaties als HackYourFuture, BeCentral, BeCode, Womenpreneur, SoShe Festival ...
Doelpubliek: organisaties.
- Oprichting van een groep van bedrijven in de financiële sector die goede praktijken inzake aanwerving uitwisselen - "Women in Finance".
Doelpubliek: organisaties.
- Totstandbrenging van activiteiten met de particuliere sector.
Doelpubliek: ondernemingen.
- Sectorale overeenkomst met "non-discriminatie en insluiting" addenda.
Doelpubliek: ondernemingen.
- Netwerk van particuliere en overheidsbedrijven die zich inzetten voor gelijkheid en diversiteit.
Doelpubliek: organisaties.
- Benoeming van mannelijke ambassadeurs en gegevensbank van mannelijke ambassadeurs (#PersonaNumerica).

5.5. Doelstelling 5: De genderkloof wegwerken bij specifieke doelgroepen

Ter ondersteuning van de vijfde strategische doelstelling, het wegwerken van de genderkloof bij specifieke doelgroepen, is er 1 soort publiek initiatief:

- Op 11 juni 2021 heeft de Ministerraad het Federaal Plan Gender mainstreaming goedgekeurd. Dit plan is opgesteld op basis van de [Wet Gender mainstreaming](#) van 12 januari 2007. Deze wet heeft als doel om de gelijkheid tussen mannen en vrouwen te bevorderen door het aspect gender te integreren in de Belgische federale beleidsstructuren. Op die manier bekomt gender mainstreaming een wettelijke verplichting. Het plan is opgesteld door de Interdepartementale Coördinatiegroep (ICG), en zal verder gecoördineerd worden door de eerste minister en de staatssecretaris voor Gendergelijkheid.
Doelpubliek: allen.

5.5.1. Kwetsbare groepen

Ter ondersteuning van de kwetsbare groepen, zijn er 11 initiatieven (2 privé, 8 publieke en 1 gemengd privé-publiek):

- Ondertekening van en deelname aan een Belgisch charter voor digitale inclusie (nationale bewustmakingscampagne, evaluatie van de digitale bruikbaarheid, mobiele oplossing voor het aanleren van digitale vaardigheden aan minder toegankelijke groepen).
Doelpubliek: ondernemingen.
- Versneld opstartprogramma om van een bedrijfsidee een onderneming te maken (workshops, coaching) - "We are Founders".
Doelpubliek: mensen uit alle lagen van de bevolking.
- Opleiding van doelgroepen met +/- 80 % vrouwen en werknemers van buurtverenigingen. Voor doelgroepen en werknemers van verenigingen.
- Strategisch plan voor digitale vaardigheden (jaarlijkse barometer van de vorderingen van de digitale toe-eigening door de bevolking, onderzoek naar digitale ongelijkheden, onderzoek naar het profiel/de vaardigheden van bezoekers van digitale openbare ruimten).
- Wetenschapsvouchers om schoolkinderen bewuster te maken van STEM.
Doelpubliek: kleuterschool, lagere school of middelbare school.
- "STEM-projecten" om kinderen, jongeren en het grote publiek bewuster te maken van STEM.
Doelpubliek: bedrijven of organisaties zonder winstdoelmerk.
- "I Love Science Festival".
Doelpubliek: jongeren vanaf 7 jaar.
- Project dat bijdraagt tot de vermindering van het risico op digitale uitsluiting (gelijke toegang tot digitale technologie door voorwaardelijke verstrekking van apparatuur, versterking van digitale vaardigheden door opleiding en kennisuitwisseling, betere toegang tot essentiële diensten door adviesverlening - "Digibanken").
Doelpubliek: kwetsbare groepen.
- Plan voor digitale inclusie door het mobiliseren en ondersteunen van lokale spelers om de ondersteunings- en opleidingsacties voor specifieke kwetsbare groepen te voltooien (oproepen tot het indienen van projecten/subsidies).
Doelpubliek: kwetsbare groepen.
- "Young Phys"-academie waar jongeren elektriciteit en magnetisme ontdekken.
Doelpubliek: jongeren tussen 16 en 18 jaar uit kwetsbare groepen.
- Organisatie van een zomercursus door de universiteit (scheikunde, economie, wiskunde).
Doelpubliek: middelbare scholieren.

5.5.2. Het promoten van culturele diversiteit in de technologische sector en deze sector bij vrouwen van buitenlandse herkomst promoten

Ter ondersteuning van de tweede subdoelstelling, het promoten van culturele diversiteit in de technologische sector en het promoten van de sector bij vrouwen van buitenlandse herkomst, zijn er 6 privé-initiatieven en 3 publieke initiatieven:

- Ondersteuning van organisaties als HackYourFuture, BeCentral, BeCode, Womenpreneur, SoShe Festival ...
Doelpubliek: organisaties.
- Lancering van het Multicultural Bankers Network ter bevordering van de professionele ontwikkeling van mensen met een andere zichtbare achtergrond.
Doelpubliek: bedrijven uit de financiële sector
- Ondersteuning van de actoren van het ecosysteem voor een betere integratie van vrouwen in de structuren ter ondersteuning van digitaal ondernemerschap.
Doelpubliek: spelers van het ecosysteem.

- Het onder de aandacht brengen van profielen van vrouwelijke wetenschappers om jonge meisjes aan te moedigen meer te leren over wetenschappelijke studies en carrières - "Women Award in Technology and Science (WATS).
Doelpubliek: jongeren.
- Financiële steun voor een inspirerend vertelproject voor meisjes en tienermeisjes met een migrantenachtergrond, om hen aan te moedigen om STEAM-studies te gaan volgen, waarbij gender- en etnische stereotypen worden doorbroken (via voorleesboeken, kleurboeken, activiteitenkaarten) - "Kleurrijke verhalen voor rebelse meisjes" (vzw ella).
Doelpubliek: kinderen.
- Koppeling en uitwisseling van goede praktijken op internationaal niveau, veralgemening van benaderingen: #inclusivepanel, #speakerschallenge, #jamaissanselles, Gender balance check, enz.
- Benoeming van mannelijke ambassadeurs en gegevensbank van mannelijke ambassadeurs (#PersonaNumerica).
- Evenement om vrouwen in tech en digitaal te vieren, om vrouwen te interesseren - "Womenpreneur Conference".
Doelpubliek: vrouwen van alle leeftijden.
- Programma voor opleiding en digitale zichtbaarheid voor vrouwelijke ondernemers (met communicatiecampagne) - "Support Women Support Belgium".
Doelpubliek: vrouwelijke ondernemers met een nieuw project of met een bedrijf dat moeilijkheden ondervindt.
- Opleidingsprogramma voor webberoepen (6 maanden) - "Generation W 3".
Doelpubliek: vrouwen uit diverse, kwetsbare en veroordeelde milieus.
- Opleiding (praktisch en theoretisch) in het herstellen en opknappen van smartphones en tablets (technieken, professionele workshops, professionele onderdompelingscursussen) - "Digital School for Women".
Doelpubliek: vrouwen uit diverse, kwetsbare en veroordeelde milieus.

5.5.3. Bevordering van vaardigheden bij vrouwelijke ondernemers en managers (reskilling/upskilling)

Ter ondersteuning van de derde subdoelstelling, het bevorderen van de vaardigheden bij vrouwelijke ondernemen en managers, zijn er 5 privé-initiatieven en 1 gemengd privé-publieke initiatief:

- Ondersteuning van organisaties als HackYourFuture, BeCentral, BeCode, Womenpreneur, SoShe Festival ...
Doelpubliek: organisaties.
- Versneld opstartprogramma om van een bedrijfsidee een onderneming te maken (workshops, coaching) - "We are Founders".
Doelpubliek: mensen uit alle lagen van de bevolking.
- Gratis cursussen, webinars, persoonlijke coaching over digitale marketing, data ... voor iedereen.
- Benoeming van mannelijke ambassadeurs en gegevensbank van mannelijke ambassadeurs (#PersonaNumerica).
- Opleiding in webontwikkeling en datawetenschap voor iedereen.
- Ontwerp en uitvoering van loopbaan/leiderschapsprogramma's voor vrouwen.
- Programma voor opleiding en digitale zichtbaarheid voor vrouwelijke ondernemers (met communicatiecampagne) - "Support Women Support Belgium".
Doelpubliek: vrouwelijke ondernemers met een nieuw project of met een bedrijf dat moeilijkheden ondervindt.

6. Mogelijke denkpistes

Om ervoor te zorgen dat de strategie de nodige vruchten afwerpt en dus dat meer vrouwen in de digitale wereld terechtkomen, is het belangrijk dat de situatie opgevolgd wordt. Het is ook belangrijk dat elke actor (zowel privé als publiek) op elk niveau specifieke acties onderneemt om vooruitgang te boeken. Hiervoor moet doorheen de verschillende leeftijdsgroepen nagegaan worden of de acties het resultaat behalen dat vooropgesteld was.

Een eerste mogelijke denkpiste is het verzamelen van het gepaste cijfermateriaal. Zo kan bij de jongeren opgevolgd worden hoeveel studenten kiezen voor STEM-richtingen, en later in hun opleiding voor een ICT-richting. Daarnaast is het belangrijk cijfers te verzamelen over de vrouwen die aan de slag gaan in ICT-gerelateerde jobs, en of ze ook in deze sector blijven werken.

Een tweede denkpiste blijft de goede werking van het opvolgingscomité. Als experts uit verschillende sectoren kunnen zij uit ervaring initiatieven naar voor brengen en delen met elkaar. In samenwerking met de FOD Economie kunnen deze initiatieven nadien (via de [website BeDigitalTogether](#)) gedeeld worden met de doelgroepen. De website BeDigitalTogether is een platform gelanceerd op 28 april 2022, op initiatief van de FOD Economie.

7. Conclusie

Aan de ene kant is er vandaag een groot tekort aan ICT-specialisten dat zich in de toekomst enkel maar zal uitbreiden. Aan de andere kant kunnen vrouwen maar nauwelijks de weg vinden naar het digitale werkveld. Hoewel de Belgische vrouwen steeds meer digitale kennis hebben, zien ze de ICT-sector als een mannelijk werkveld. Deze desinteresse begint reeds op jonge leeftijd. Met de WiD-strategie wil de FOD Economie een ommekeer inzetten van dit fenomeen.

Samen met de partners in de publieke en privésectoren kunnen aan de hand van de voorgestelde initiatieven vrouwen aangezet worden tot een digitale omschakeling. De werkgroep rond Women in Digital heeft reeds verschillende initiatieven opgestart. Aan de hand van de verschillende indicatoren zal opgevolgd worden hoeveel vrouwen in de digitale sector terechtkomen, maar ook hoeveel meisjes zich van jongs af aan interesseren in de wereld van STEM-opleidingen.

8. Bijlagen

8.1. Bijlage 1: Overzicht van alle initiatieven (in FR/NL/EN)



Women in Digital
Rapport 2022 Overv

8.2. Bijlage 2: Samenvattend overzicht van de soort initiatieven per strategische doelstelling (in FR/NL/EN)



Women in Digital
Rapport 2022 Analys



FOD Economie, K.M.O., Middenstand en Energie

Vooruitgangstraat 50
1210 Brussel
Ondernemingsnummer: 0314.595.348
economie.fgov.be