

AI-geletterdheid



Van verplichting tot strategisch voordeel

Het gaat snel met artificiële intelligentie, ook in Vlaanderen. Maar zijn Vlaamse bedrijven en werknemers klaar voor een diepgaande toepassing van AI? **Inzetten op AI-geletterdheid is nu erg belangrijk:** om gebruik te kunnen maken van de kansen die AI biedt hebben bedrijven en hun medewerkers ook de juiste competenties nodig.

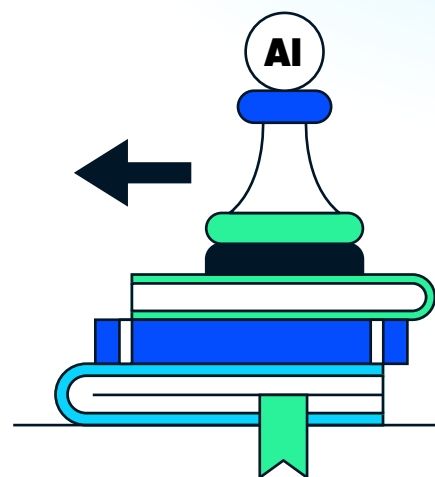
We onderscheiden **drie perspectieven op AI-geletterdheid**, die elk een belangrijke focus leggen en het sterkst zijn als je ze met elkaar combineert.

In cijfers

Bij bedrijven in Vlaanderen wordt AI zeer snel opgenomen. **58,8% van de Vlaamse bedrijven gebruikte in 2025 AI**, bijna een verdubbeling ten aanzien van 2023.¹

Verregaande, bedrijfs-transformerende opname blijft echter nog vaak beperkt. Kennis blijft daarbij een knelpunt: **33% van de werkenden** geeft aan niet goed te weten hoe AI te gebruiken voor productiviteitswinst² en **meer dan 70% van de organisaties** geeft aan te kampen met een tekort aan kennis over AI-technologieën, het ethisch en juridisch kader, en meer praktische toepassingsvaardigheden.³

AI-geletterdheid blijft dus een werkpunt voor Vlaamse bedrijven en de actieve beroepsbevolking.



AI-opname gaat snel, maar verliest haar kracht door een gebrek aan kennis.

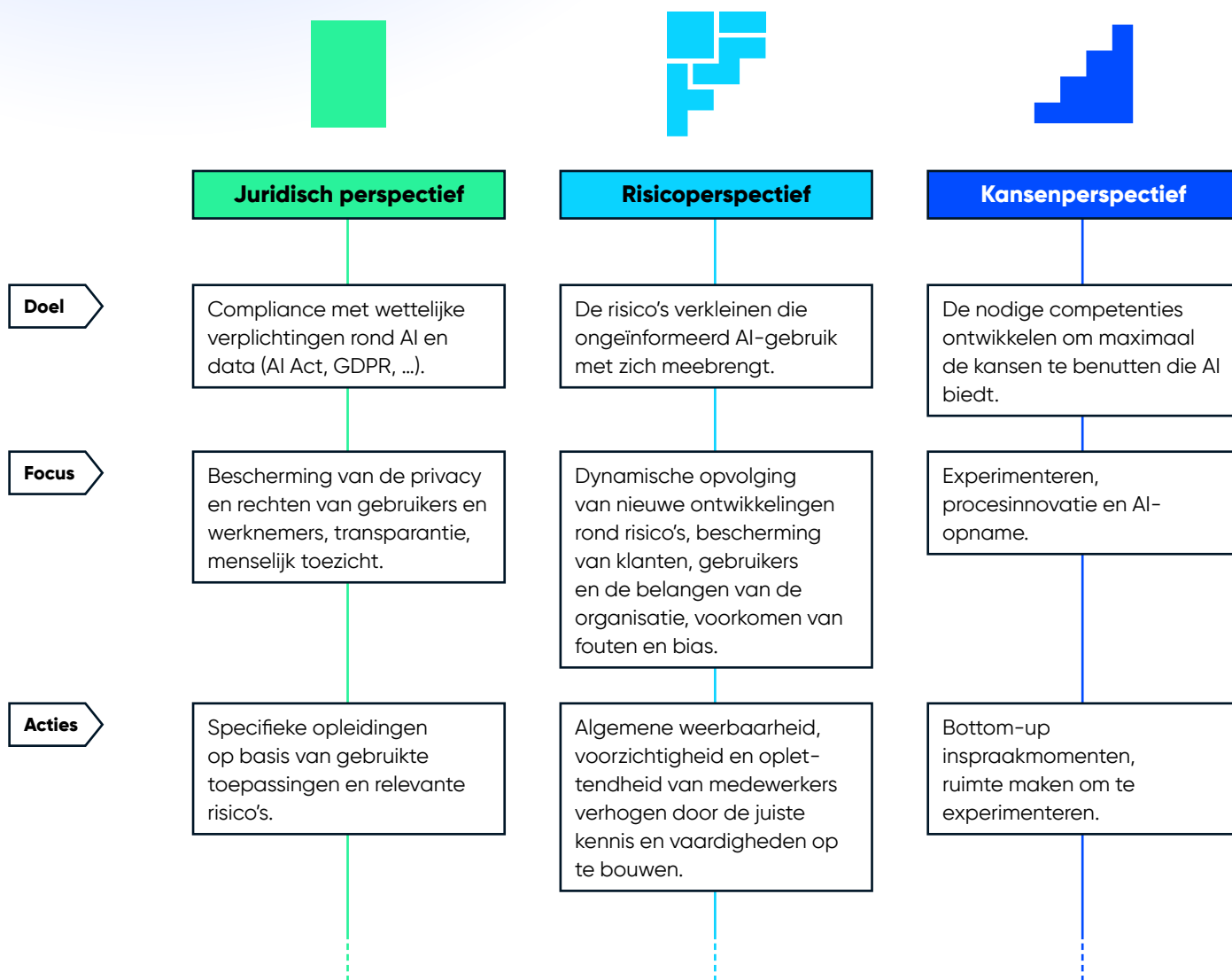
¹ Thomas Standaert e.a., AI-barometer. Adoptie en gebruik van artificiële intelligentie bij Vlaamse bedrijven. Situatie 2025 (Vlaamse overheid, Departement Werk, Economie, Wetenschap, Innovatie & Sociale Economie (WEWIS), 2026), <https://www.vlaanderen.be/publicaties/ai-barometer-adoptie-en-gebruik-van-artificiele-intelligentie-bij-vlaamse-bedrijven-situatie-2025>.

² Lieven De Marez e.a., Imec. digimeter.2025 Digitale trends in Vlaanderen (Imec, 2026), <https://www.imec.be/sites/default/files/2026-03/imec.digimeter-2025-rapport.pdf>.

³ Standaert e.a., AI-barometer. Adoptie en gebruik van artificiële intelligentie bij Vlaamse bedrijven. Situatie 2025.

De drie perspectieven

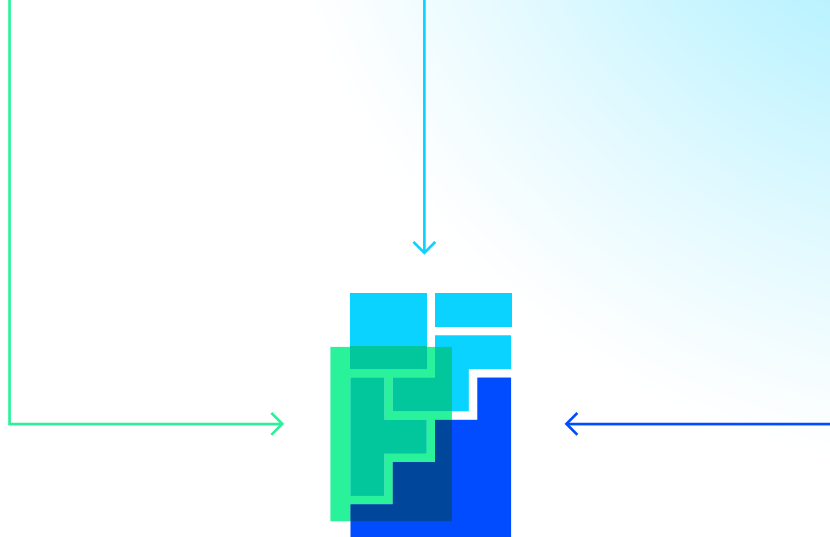
AI-geletterdheid bestaat uit tal van competenties, maar de accenten die je legt bij de invulling van die competenties kunnen andere resultaten opleveren. Wij onderscheiden **drie perspectieven** bij de invulling van AI-geletterdheid die net iets andere klemtonen leggen in de aanpak.



Om het onderscheid tussen deze drie perspectieven te verduidelijken, passen we dit even toe op het zogenoemde 'schaduwgebruik'. Hierbij maken werknemers op de werkvloer gebruik van AI-toepassingen, zonder dat het management of de IT-afdeling hiervan op de hoogte is.



“De aanbieder is wie het AI-systeem ontwikkelt (of laat ontwikkelen) en het op de markt brengt of in gebruik stelt onder de eigen naam of merk. De gebruiksverantwoordelijke is wie zo'n AI-systeem gebruikt binnen de eigen organisatie, onder eigen verantwoordelijkheid, zonder het zelf te ontwikkelen of onder eigen naam aan te bieden. Kort gezegd: de aanbieder bouwt en brengt op de markt, de gebruiksverantwoordelijke zet het in.



Drie-in-één

De verschillende perspectieven **kunnen overlappen**: vaak zullen AI-geletterdheidsacties neerkomen op het opleiden van personeel. Maar **de focus ligt anders**:

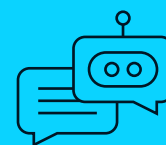
- Het juridisch perspectief: compliance met specifieke wettelijke vereisten door gerichte opleidingen;
- Het risicoperspectief: medewerkers in staat stellen om op dynamische wijze risico's te identificeren en minimaliseren;
- Het kansenperspectief: minder aandacht voor risico's, meer voor de opportuniteiten op het vlak van efficiëntie en nieuwe use-cases.

Dat heeft reële gevolgen:

- Enkel focussen op de wettelijke vereisten en regels zorgt er dan weer voor dat er weinig capaciteit is om te reageren op risico's die niet in de wet zijn voorzien.
- Enkel oog voor risico's zal een organisatie minder goed in staat stellen om te experimenteren en innovatiepotentieel op te zoeken.
- En wie enkel kansen ziet kan blind worden voor de gevaren.

De perspectieven zijn complementair: ze bevatten elk belangrijke accenten, maar staan op zichzelf niet sterk genoeg. Een organisatie die klaar wil zijn voor AI heeft **alle drie de perspectieven samen** nodig.

“ Ondanks overlap hebben de perspectieven een andere impact.



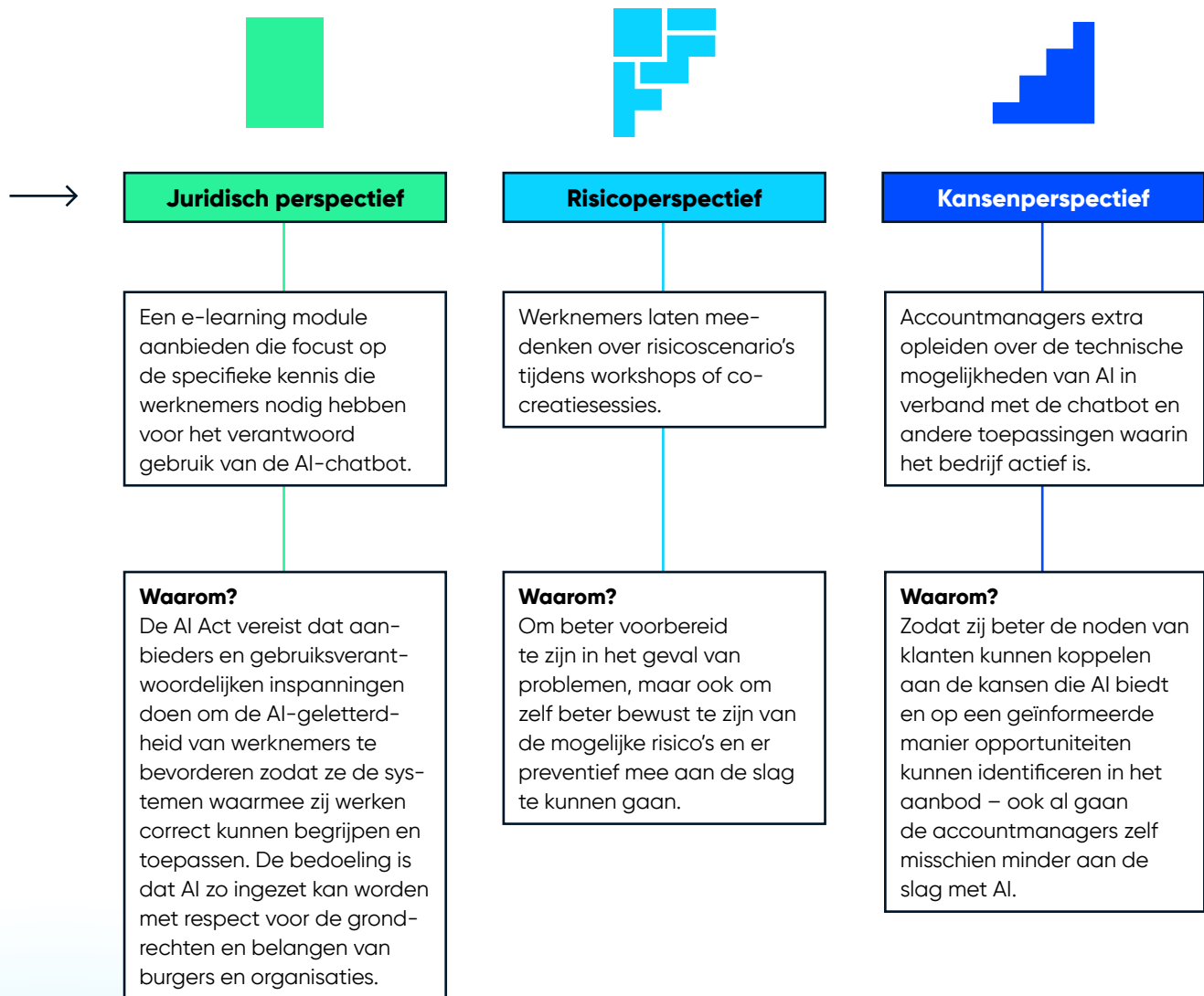
Een voorbeeld

Hoe zou een marketingbedrijf met AI-geletterdheid aan de slag kunnen vanuit deze drie perspectieven?

Neem bijvoorbeeld het (fictieve) bureau Goesting Marketing: stel dat zij een AI-chatbot ontwikkelen om klantendiensten te ondersteunen. De chatbot kan extern ingezet worden zodat klanten hun vragen rechtstreeks aan de chatbot kunnen stellen, maar kan ook intern gebruikt worden door medewerkers bij het terugvinden van informatie. Goesting Marketing biedt de chatbot aan, maar gebruikt ze ook zelf.

Wat zou werken aan AI-geletterdheid vanuit de verschillende perspectieven hier dan kunnen inhouden?





Bovenstaande voorbeelden tonen hoe de verschillende perspectieven kunnen leiden tot andere uitkomsten en waarom de combinatie van perspectieven de sterkste garantie biedt op een succesvolle en verantwoorde inzet van AI.

Deze brAlnfood is gebaseerd op de [Visiepaper AI Geletterdheid](#). De andere publicaties en tools van Kenniscentrum Data en Maatschappij over dit thema vind je op de [themapagina](#).

