

Schoemakerstraat 97  
Postbus 6030  
2600 JA Delft

[www.tno.nl](http://www.tno.nl)

T +31 (0)15 269 69 00  
F +31 (0)15 269 54 60  
[stb@stb.tno.nl](mailto:stb@stb.tno.nl)

**TNO-rapport bijlage  
STB-01-28**

**Publieke diensten op internet  
Cases**

Datum	17 juli 2001
Auteurs	Hermineke van Bockxmeer Josephine Dries Valerie Frissen Mhiera den Blanken Desiree Hoving Eelco Hulshof

## Inhoudsopgave

<b>1. JOURNALISTIEK, MEDIA EN CULTUUR OP INTERNET.....</b>	<b>2</b>
1.1 ONLIJN.NL.....	2
1.2 TROUW.....	3
1.3 DE WERELDOMROEP.....	6
1.4 NEDERLANDS AUDIOVISUEEL ARCHIEF.....	9
1.5 HET NATIONAAL POP INSTITUUT.....	11
1.6 ©OMMA – ONS MULTIMEDIA ARCHIEF.....	15
<b>2. PLATFORMDIENSTEN.....</b>	<b>17</b>
2.1 DE DIGITALE STAD.....	17
2.2 ILSE.NL.....	20
<b>3. BIJZONDERE GROEPEN OP INTERNET.....</b>	<b>24</b>
3.1 MAROKKAANSE LIFESTYLE-SITE MAGHREB.....	24
3.2 STICHTING DITO.....	26
<b>4. DIVERSITEIT VAN AANBIEDERS.....</b>	<b>29</b>
4.1 DE OVERHEIDSPORTAL OVERHEID.NL.....	29
4.2 NIEUWKOMERSLOKET DELFT.....	32
4.3 PLATFORM VOOR MAATSCHAPPELIJKE ORGANISATIES ANTENNA.....	35
4.4 CASE STICHTING DE WIJK IS VAN ONS ALLEMAAL.....	36

## 1. Journalistiek, media en cultuur op internet

### 1.1 Onlijn.nl

Homepage: [www.onlijn.nl](http://www.onlijn.nl)



Interview met: Erik van Heeswijk; Hoofdredacteur

#### **Beschrijving van de dienst op internet**

Onlijn.nl is een onafhankelijk en journalistiek opinieblad in elektronische vorm, een zogenaamd e-zine. De redactie werkt volgens journalistieke beginselen van onafhankelijkheid, betrouwbaarheid en deskundigheid in berichtgeving, analyse en opinie, en zonder rechtstreekse commerciële beïnvloeding van buitenaf of binnenuit. Onlijn verschijnt een keer per maand. In principe streeft Onlijn ernaar dat nieuws te brengen dat niet door alle anderen beschreven wordt. Bovendien zijn alle bijdragen origineel en nieuw, een zeldzaamheid in het land van de e-zine.

Onlijn wordt uitgegeven door Focus-in (internet) BV; een digitale uitgever waar in totaal zes mensen werkzaam zijn (tezamen 4,5 fte). Focus-in is een 100% commerciële organisatie die een community beheert, een aantal websites exploiteert waaronder e-matching.nl, een relatiebemiddelingsdienst met zo'n 5000 betalende leden, surfaholic.nl een website met ontelbare links over een groot aantal onderwerpen en koopjesjager.nl. Daarnaast genereert Focus-in inkomsten uit de verkoop van advertentieruimte op de diverse websites (tezamen een bereik van zo'n 1,6 miljoen mensen).

De uitgever Focus-in is vooral bekend om de community die eromheen hangt. De community is vijf jaar geleden gestart en heeft op het moment 25.000 bezoekers per dag. Vanuit de community is het e-zine Onlijn gegroeid. In eerste instantie louter voor mensen uit de community, later ook voor anderen. Onlijn wordt gemaakt door twee vaste redacteurs en zes freelancers en heeft op dit moment 35.000 (maart 2001) abonnees waarvan er 15.000 tot de community behoren. Deze abonnees ontvangen Onlijn maandelijks in hun mailbox. Daarnaast zijn er maandelijks nog eens 10.000 bezoekers die Onlijn via de website bezoeken. Naast Onlijn.nl geeft Focus-in nog twee e-zines uit: Singles en Fichat (tweewekelijks). Het e-zine Singles heeft 11.500 mailabonnees (maart 2001) en het e-zine Fichat, een e-zine voor en door de chatcommunity Fichat, heeft zo'n 107.000 mailabonnees. Al deze e-zines zijn gratis. Zij worden geheel gefinancierd door de uitgever Focus-in. Wel is het zo dat Focus-in in de e-zines reclame maakt voor, met name, de betaalde relatiebemiddelingsdienst e-matching.nl.

#### **Publieke karakter van de dienst**

De redactie van Onlijn.nl hanteert een webstatement waarmee ze haar lezers garandeert dat er geen vermenging van commerciële en inhoudelijke informatie optreedt. Dit webstatement is goedgekeurd door de NVJ, de beroeps- en belangenvereniging voor journalisten. Met dit webstatement waarborgt Onlijn.nl haar journalistieke kwaliteit.

Een abonnement op Onlijn.nl is kosteloos en voor iedereen tevens vrij toegankelijk via de websites. Men hoeft geen lid te zijn van de Focus-in community. De websites bieden behalve informatie ook mogelijkheden om met elkaar te chatten, op de redactie te reageren of brieven in te zenden.

### **Ontwikkeling en continuïteit van de dienst: problemen en knelpunten**

Hoewel Onlijn.nl geen financieringsproblemen heeft, zijn er wel enkele knelpunten aan te wijzen met betrekking tot de groei en verdere ontwikkeling van het e-zine. De onbekendheid bij de traditionele pers leidt ertoe dat erkenning voor de internetjournalistiek uitblijft. Door het gebrek aan concurrentie (Onlijn.nl staat bekend als het enige noemenswaardige e-zine met journalistieke kwaliteiten op dit moment) ontbreekt de stimulans 'zichzelf te overtreffen' en door gebrek aan kennis bij reclamebureaus met betrekking tot bereik en doelgroep van e-zines, komen de advertentie-inkomsten slechts langzaam op gang. Een structureel fonds ziet men echter niet als de oplossing van deze problemen omdat daarmee de journalistieke onafhankelijkheid van het e-zine in het geding kan komen. Een incidenteel fonds, een 'innovatiepotje' kan echter wel zeer geschikt zijn om grote reportages mogelijk te maken of om de website geavanceerder te maken. Ook kan het fonds ingezet worden om meer publiciteit rondom e-zines te genereren. Dit kan bijvoorbeeld door het instellen van een aantal prijzen voor internetjournalistiek in allerlei vormen. Een dergelijke prijs zou kunnen bijdragen aan erkenning en vernieuwing van nieuwe vormen van journalistiek.

## **1.2 Trouw**

Homepage: [www.trouw.nl](http://www.trouw.nl)

Interview met: Rob Jan de Heer, sitemanager Trouw



### **Beschrijving van de dienst: de krant**

De krant Trouw werd in de Tweede Wereldoorlog opgericht vanuit het protestants-christelijke verzet tegen de Duitse overheersers en hoorde net als Het Parool en Vrij Nederland tot de ondergrondse pers. De officiële oprichtingsdatum is 30 januari 1943. Na de oorlog werd besloten dat Trouw als dagblad zou blijven verschijnen.

Organisatorisch maakt Trouw, net als het NRC Handelsblad, de Volkskrant, Het Parool en het Algemeen Dagblad, deel uit van het uitgeefconcern PCM. Binnen PCM worden alle activiteiten gebundeld met uitzondering van de redacties: het drukken en verspreiden van de kranten, de abonnementen- en de advertentieafdelingen en ook de commerciële en logistieke onderdelen. Trouw is een BV en heeft rond de 140 redacteuren. De krant heeft rond de 120.000 abonnees. Er van uitgaand dat 2,4 mensen een krant lezen, komt dit neer op 288.000 lezers per dag.

Trouw bestaat elke dag uit twee delen: een nieuwskatern, dat het actuele nieuws beschrijft. Daarnaast het katern De Verdieping, waarin Trouw het nieuws van de dag vanuit de eigen

invalshoek uitdiept. Trouw wil zich profileren ten opzichte van andere kranten door vooral verdieping te bieden over maatschappelijke onderwerpen.

**De dienst op internet: Trouw online**

In januari 1999 ging Trouw online met een discussieforum. Aan redactie was er 2fte beschikbaar. Daarna groeide de site uit tot de site van vandaag met 4,5 fte. De vormgeving en technische realisatie ligt, net als bij de krant, bij PCM. De groei was mogelijk door de hooggespannen verwachtingen rondom internet. Men geloofde in ‘gouden bergen’ en was bereid om veel te investeren. De groei is eind 2000 gestopt omdat PCM niet langer wilde investeren in internet. Overwegingen van hogerhand om te stoppen zijn de kosten, de uitgebleven inkomsten en de slechte ervaringen met andere initiatieven zoals Spott.nl. Deze veilingsite heeft PCM samen met HMG en VNU ontwikkeld. Helaas werkte het concept niet en bleven inkomsten uit Spott.nl uit. Ook de samenwerking met Oudersonline.nl is recentelijk gestopt. Deze samenwerking kwam tot stand in het beginstadium van trouw.nl. De oudersonline-community kon veel expertise inbrengen met betrekking tot onderwijs en opvoeding, thema’s die Trouw van oudsher hoog in het vaandel heeft staan. Op dit moment is de samenwerking echter uitgeput. Er kwamen onvoldoende nieuwe, relevante thema’s naar voren. Bovendien had Trouw zich het onderwerp inmiddels voldoende eigen gemaakt. Ouders Online was niet meer nodig. Trouw wil nu een eigen community over opvoeding en onderwijs opzetten, passend bij de nieuwe merkenstrategie.

De krant en de website zijn in de visie van Trouw niet los te zien van elkaar. Men zorgt zo veel mogelijk voor een wisselwerking tussen beide. Binnen afzienbare tijd zal in elk artikel in de krant een verwijzing staan naar een URL binnen het trouw.nl-domein. Op trouw.nl kan dan gediscussieerd worden over dat onderwerp. Samenvattingen van deze discussies worden op hun beurt weer gepubliceerd in de krant. Op deze manier wil Trouw haar podiumfunctie versterken. Bovendien zullen in de toekomst de krant, de website, de boekenuitgaven (Trouw dossiers) en eventuele andere initiatieven allemaal onderdeel worden van het merk Trouw. Een ‘merk’ dat zich wil onderscheiden van andere merken door de diepgang van de informatie en de betrokkenheid bij maatschappelijke onderwerpen.

Trouw.nl

De website had in maart 2001 1.480.000 page views. Dit komt neer op ongeveer 48.000 page views per dag. Elke internetpagina die door een bezoeker wordt bezocht telt daarbij als een pageview. Dit aantal page views komt neer op 293.000 bezoekerssessies per maand. Per dag is dit zo'n 9500. Afgezet tegen de oplage van de krant is dit dus maar een klein percentage.

### **Publieke karakter van de dienst 'Trouw'**

Wat is Trouw? Volgens Trouw zelf is dat: "Het eigenzinnige centrum en baken voor informatie, inspiratie en meningsvorming op het gebied van mens en maatschappij." Deze missie die voor de krant is geformuleerd, geldt in dezelfde mate voor de website en eigenlijk ook voor het merk Trouw. Beter dan de krant en de website afzonderlijk te bekijken, kunnen we dan ook kijken naar de publieke functie van het concept of merk Trouw.

"Van belang is, dat het merkidee niet meer de technologie of de producten volgt. Door het steeds groter wordende aanbod van informatiedragers is het van belang dat Trouw niet gelijk staat aan de krant (de informatiedrager), maar dat het merk als een paraplu over de verschillende dragers heen ligt."

De inhoud van de website vloeit voort uit de identiteit en de actualiteit van Trouw. Trouw wil de bezoekers een ruim overzicht geven van het actuele nieuws en maatschappelijk belangrijke onderwerpen. Trouw probeert bezoekers via deze onderwerpen met elkaar in contact te laten komen (via onder meer een discussieplatform). Bij de maatschappelijke onderwerpen zal Trouw achtergrondinformatie verschaffen zodat de bezoeker zich verder kan verdiepen in een specifiek onderwerp. Met andere woorden: Het merk 'Trouw' wil met dossiers en discussieomgevingen als gids in de chaos van het internet spelen. En dan met name als het gaat om de volgende onderwerpen:

- Nieuws en Achtergronden
- Zorg en Gezondheid
- Opvoeding en Onderwijs
- Religie & Filosofie
- Natuur & Milieu
- Cultuur en Ontspanning
- Boeken

Op dit moment biedt het merk Trouw een krant, een website, een emailkrant en een krant voor handhelds.

De financiering van de website gebeurt momenteel voor een groot deel met marketinggeld. De website kan worden gezien als een marketinginstrument dat aan de ene kant een positieve beeldvorming bij de doelgroep kan bevorderen en aan de andere kant kan worden gebruikt voor het werven van nieuwe abonnees. De website is immers gratis toegankelijk voor iedereen. Daarnaast wordt de website nu gebruikt om bestaande abonnees nieuwe diensten te kunnen aanbieden, zoals de toegang tot het digitale krantenarchief. Op het moment is er geen sprake van winst. De enige directe bron van inkomsten zijn de advertenties.

### **Ontwikkeling en continuïteit van de dienst: problemen en knelpunten**

Het is duidelijk dat de advertentie-inkomsten van de website de directe kosten niet dekken. De site op zichzelf is niet winstgevend en zal dit nooit worden. Maar omdat de website als een marketinginstrument gezien wordt, vloeit er geld uit het marketinggeld van PCM naar de website. Dit is voldoende om de continuïteit van de website te waarborgen. Voor de continuïteit is ongeveer een miljoen gulden per jaar nodig. Dit bedrag gaat voornamelijk op aan personeelskosten. Verdere groei is onmogelijk omdat PCM de budgetten vaststelt en wil of moet bezuinigen door tegenvallende inkomsten. Het idee van een stimuleringsfonds spreekt de geïnterviewde niet echt aan als het zou gaan om een structureel fonds omdat dan de onafhankelijkheid van de krant in het geding zou kunnen komen. Een fonds dat is gericht op de stimulering van projecten of op de ontwikkeling van samenwerkingsinitiatieven die publieke informatie toegankelijker maken zou wel interessant kunnen zijn. Een voorbeeld is bijvoorbeeld de samenwerking van Trouw met Kennisnet. Op Kennisnet zijn alle onderwijsdossiers van Trouw te raadplegen. In een later stadium komt daar ook een overzicht van alle in Trouw verschenen recensies van kinderboeken.

### 1.3 De wereldomroep

Homepage: [www.wereldomroep.nl](http://www.wereldomroep.nl)

Radio Nederland  
Wereldomroep



Interview met: Peter Verschoor, hoofd afdeling Interactive RNW

#### Beschrijving van de dienst

Radio Nederland Wereldomroep is de internationale publieke omroep van Nederland. Via radio, televisie en internet biedt de omroep nieuws, informatie en cultuur aan miljoenen mensen over de gehele wereld in zes talen: Nederlands, Engels, Spaans, Portugees, Indonesisch en Frans. Radio Nederland Wereldomroep werd opgericht in 1947. De omroep startte met radio-uitzendingen in het Nederlands, Indonesisch, Engels en Spaans. In 1960 werden de eerste televisieactiviteiten gestart onder de naam Radio Netherlands Television. In 1968 volgde de oprichting van het Radio Nederland Training Centre voor de training van omroepmedewerkers in ontwikkelingslanden. Sinds 1995 is de wereldomroep online met een eigen website. De wereldomroep heeft drie doelstellingen:

1. Het informeren van allen die Nederlands verstaan buiten Nederland;
2. Het verspreiden van een realistisch beeld van Nederland als een Europese natie aan niet-Nederlanders;
3. Het presenteren van onafhankelijke informatie aan inwoners van landen met een informatieachterstand.

Daarnaast stimuleert het Radio Nederland Training Centre de vrije meningsvorming door het geven van mediatrainingen aan journalisten, programmamakers en docenten uit ontwikkelingslanden.

Samenwerking en kennis delen staat bij RNW hoog in het vaandel. Dit krijgt gestalte in samenwerkingsverbanden met andere internationale publieke omroepen zoals Voice of America en BBC World Service maar ook in samenwerking met lokale omroepen in de gehele wereld.

### **Beschrijving van de dienst op internet**

De afdeling interactive bestaat uit 16 mensen. Daarnaast zijn er nog ongeveer tien mensen elders uit de organisatie actief bezig met internet. Voor de wereldomroep is internet een van de middelen (naast radio, televisie, cd-rom, opleidingen) om haar doelgroepen en haar doelen te bereiken. Internet is voor de wereldomroep van groeiend belang. Het gebruik van internet is in 1999 (bron: jaarverslag 1999) gegroeid naar 1.989.000 bezoekerssessies ten opzichte van 920.000 sessies in 1998 en 483.000 sessies in 1997. Het aantal pageviews is in 1999 gestegen tot meer dan 5 miljoen ten opzichte van ruim 2,5 miljoen in 1998 en rond de 1 miljoen in 1997.

De website bestaat uit 6000 pagina's in vijf talen. Behalve nieuws dat elke vijftien minuten ververst wordt, biedt de site onder andere informatie over Nederlandse kunst en cultuur en een aantal dossiers over maatschappelijke onderwerpen. Voorbeelden van dossiers zijn: het Kosovodossier, het mensenrechtendossier en een dossier over de Bijmerenquête. Met deze dossiers biedt de Wereldomroep ook Nederlanders in Nederland interessante informatie. Ook zijn de radioprogramma's van de wereldomroep via het internet te beluisteren en verspreidt de wereldomroep dagelijks gratis nieuwsbrieven per e-mail in diverse talen.

Voor kinderen is er de aparte website: [www.wereldkids.nl](http://www.wereldkids.nl). Deze site wordt binnenkort uitgebreid met Clubkids: een beschermd gedeelte van de site waar Nederlandstalige kinderen in het buitenland met elkaar kunnen communiceren.

Daarnaast heeft het Radio Nederland Training Centre een media-community op internet geopend. Dit virtuele platform dat diverse netwerken van RNTC verbindt, maakt het mogelijk om kennis uit te wisselen, te produceren, training te ontvangen en elkaar bij research van dienst te zijn.

### **Publieke karakter van de dienst**

Het publieke karakter van RNW is opgenomen in de doelstellingen van deze publieke omroep. Het publieke karakter van de site zal in de toekomst worden uitgebreid. Daarbij ligt de nadruk op het mogelijk maken van contact en meer communicatie tussen mensen. Een voorbeeld hiervan is de in aanbouw zijnde site voor expats: Nederlanders die werken in het buitenland en hun familie. Op de expat-site kunnen mensen met elkaar van gedachten wisselen over, bijvoorbeeld, lokale omstandigheden zoals huisvesting, scholen, gewoontes. Ook zal in de nabije toekomst de speciale site voor kinderen [www.wereldkids.nl](http://www.wereldkids.nl) worden uitgebreid met een aparte afdeling: Clubkids. Op Clubkids vinden kinderen een platform om met elkaar te kunnen communiceren: ze kunnen hier hun website in een beveiligde omgeving plaatsen en met elkaar chatten. Samenwerking is belangrijk voor RNW. Voor dit project zoekt men dan ook partners in het onderwijs.

Een ander samenwerkingsverband dat nog in de kinderschoenen staat, betreft een proef met [www.oneworld.nl](http://www.oneworld.nl). Dit is een website die nieuws wil geven over o.a. ontwikkelingslanden. RNW levert dit nieuws vanuit Nederland aan in samenwerking met NOVIB.

Uiteindelijk wil RNW een voortrekkersrol vervullen onder de Nederlandse omroepen als het gaat om het gebruik van de mogelijkheden van internet.



**Ontwikkeling en continuïteit van de dienst: problemen en knelpunten**

Veiligheid is een belangrijk item voor RNW, zeker als het gaat om de privacy van kinderen. Een aanzienlijk deel van het budget (enkele tienduizenden guldens) gaat dan ook op aan beveiliging van systemen. Een andere belemmering heeft betrekking op samenwerking. De mentaliteit en opleiding van journalisten ten aanzien van nieuwe media laat nogal te wensen over. De journalist van de toekomst zou multimediaal moeten gaan denken zodat informatie meervoudig benut kan worden en kosten verminderd kunnen worden.

Een eventueel stimuleringsfonds zou voor RNW goed kunnen worden ingezet op de aspecten rondom veiligheid van internetgebruik. Een incidenteel fonds is daarbij niet echt nuttig want het is een factor die continue aandacht vergt. Daarnaast zou de overheid subsidie niet moeten inzetten op afzonderlijke projecten maar op projecten die samenwerking stimuleren. En dan niet alleen samenwerking tussen professionals onderling maar ook tussen professionals en gebruikers. Initiatieven dus die het aloude model van zender-ontvanger helemaal loslaten, die innovatief zijn en die interactiviteit stimuleren en bevorderen.

**Bronnen:**

Radio Nederland Wereldomroep, Jaarverslag 1999, Hilversum, 2000

## 1.4 Nederlands Audiovisueel Archief

Homepage: [www.naa.nl](http://www.naa.nl)



Interview met: Petra van Dijk, Directiesecretaris,  
Arjo van Loo, projectmanager Informatie en Digitalisering en  
Jan Vriezen, plv. directeur NAA

### Beschrijving van de dienst

Het Nederlands Audiovisueel Archief (NAA) is op 25 juni 1997 opgericht om het audiovisueel erfgoed in Nederland te beheren, te conserveren en ter beschikking te stellen aan een zo groot mogelijk aantal gebruikers. Het NAA ontstond na een fusie van het omroeparchief (stichting AVAC), het filmarchief van de Rijks Voorlichtingsdienst, de stichting Film en Wetenschap en het Omroepmuseum. Het NAA is tevens het bedrijfsarchief van de publieke omroep en beheert een selectie van televisie- en radioprogramma's, muziekdragers en voorwerpen. Daarnaast is in januari 1999 het Nationaal Muziekdepot opgericht. Deze muziekcollectie bestaat uit alle CD's die van belang zijn voor de muziekcultuur in Nederland. Verder bezit het zo'n 110.000 lang speel platen, 80.000 singles, 50.000 78-toerenplaten, en talrijke concertregistraties van de omroepen.

De netto omzet van het NAA is rond de 30 miljoen gulden. Daarvan is 19 miljoen structureel. Dit bedrag wordt gefourneerd uit de omroepmiddelen. Daarnaast ontving het NAA ruim 9 miljoen aan additionele incidentele subsidies voor een aantal bijzondere projecten, zoals het conserveren en digitaliseren van materiaal, voor het grootste deel van het ministerie van OCenW (cultuurnota). De eigen opbrengsten bedragen bijna 2,5 miljoen en komen voort uit doorberekening van dienstverleningstaken, entreegelden, sponsorgelden. Ook voor de komende periode zal, in het kader van de cultuurnota 2001-2004, het ministerie van OC&W een additionele bijdrage geven. Eén van de belangrijkste investeringen op dit moment betreft de nieuwbouw van het NAA, waarbinnen het archief, het museum, een multimedia bibliotheek, viewing- en luisterstations, klantenservice en kantoren hun plaats moeten krijgen.

### Beschrijving van de dienst op internet

De producten en diensten die het NAA aanbiedt zijn niet beschikbaar op de website [www.naa.nl](http://www.naa.nl). Er wordt duidelijk aangegeven dat de site nog in aanbouw is. De site biedt momenteel vooral informatie over de activiteiten van het NAA. De verwachting is dat pas in 2004 de functionaliteit van de website wezenlijk wordt verbeterd. Dit hangt samen met de opening van de nieuwbouw, waarin een museum zal worden ingericht. Door het museum zijn allerlei internetdiensten in ontwikkeling die ook betrekking hebben op virtuele toegankelijkheid. Hierover moeten natuurlijk wel goede afspraken gemaakt worden met de rechthebbenden.

In 1998 is, samen met de NOS en het NOB, het Digitaal Platform opgericht om tot een gezamenlijke architectuur te komen voor de digitalisering van het omroepproces. De bedoeling is dat alle facetten van productie, uitzending en archivering gecoördineerd en geïntegreerd in een digitaal netwerk worden ondergebracht. Dit proces heeft een aantal problemen aan het licht

gebracht. Allereerst werden problemen voorzien op het gebied van de standaard. Een aantal andere omroepen kunnen hun eigen archief aanleggen en voor een andere standaard kiezen. Daarnaast kan niet echt gesproken worden van een nationaal archief omdat het beeld- en geluidsmateriaal van commerciële omroepen niet is opgenomen in dit netwerk. Hiervoor ontbreken de middelen. Interessant is ook de vraag of bij de archivering van materiaal alleen moet worden uitgegaan van dat wat er op de Nederlandse publieke zenders is uitgezonden, zoals een vijftien seconden durend nieuwsitem dat van twintig minuten durend basismateriaal is ontleend, of dat het NAA (ook) het uitgangsmateriaal digitaal archiveert. Hierdoor zou het materiaal ook voor nieuwe producten kunnen worden gebruikt.

De ontsluiting van gedigitaliseerd materiaal van het NAA richt zich op het moment alleen op specifieke gebruikersgroepen. Zo werden binnen het onderwijs twee pilotprojecten 'NAA in de klas' (via Kennisnet) en 'NAA in Academia' (via Surfnet) ontwikkeld. In beide projecten kunnen gebruikers audiovisueel materiaal direct opvragen.

Een andere gebruikersgroep zijn de programmamakers van de publieke omroep. Zij kunnen op korte termijn via het Omroep-Intranet gedigitaliseerd beeld- en geluidsmateriaal uit de catalogus van het NAA bekijken en beluisteren. Een deel van het Nationaal Muziekdepot, waar alle in Nederland uitgebrachte geluidsdragers onder vallen, zal in de toekomst mogelijk worden ontsloten via de website van het Nationaal Pop Instituut (NPI). Aan de hand van de databank van het NPI kunnen gebruikers (vooral) oude stukken opvragen in de vorm van een sample, en in volledige uitgave. Het zal vooralsnog niet mogelijk zijn om de stukken direct te downloaden. Er zal in eerste instantie op bestelling een cd beschreven worden van het gevraagde item. De rechten worden door het NAA afgedragen via de daartoe bevoegde instanties (BUMA, NVPI)

### **Ontwikkeling en continuïteit NAA**

Het doel dat het NAA zichzelf stelt voor de komende periode (2001-2004) is dat het voor alle gebruikersgroepen zijn rol als informatiebemiddelaar en informatiecentrum wenst te versterken en het culturele en educatieve bereik van de collecties vergroten. In het beleidsplan 2001-2004 wijst het NAA op twee belangrijke ontwikkelingen: de nieuwbouw en de digitalisering van het omroepproces.

De nieuwbouw moet zorgen voor een betere toegankelijkheid voor verschillende doelgroepen, "ook het grote publiek", van audiovisuele cultuur. Verder kunnen de collecties op klimatologisch verantwoorde wijze worden bewaard. Digitalisering van het omroepproces zou hier ook een bijdrage aan kunnen leveren: "Inspelen op deze ontwikkeling is essentieel. Niet alleen om de bedrijfsarchief functie te versterken, maar ook omdat nieuwe digitale technologieën het bereik van de collecties voor alle doelgroepen in de toekomst zal vergroten" (Beleidsplan 2001-2004).

Deze plannen met betrekking tot het vergroten van het publieksbereik richten zich in de eerste jaren vooral op onderwijs. Vanaf 2003 wil het NAA zich meer op culturele instellingen en ook het algemene publiek gaan richten.

### **Knelpunten**

Nadat het Nederlands Audiovisueel Archief in 1997 werd opgericht bestonden er een groot aantal problemen. Naast het feit dat de collectie over negen locaties verspreid lag liet de toegankelijkheid te wensen over.

De activiteiten die het NAA ontplooit brengen veelal hoge kosten met zich mee. In de Cultuurnota 1997-2000 werd gewezen op de ernstige achterstanden die bestonden op het terrein van de conservering. In de automatisering en de dienstverlening aan onderzoek en onderwijs moest destijds ook veel worden geïnvesteerd. Ook in de komende periode is dit probleem actueel: “Voor het ontwikkelen van de digitale infrastructuur ten behoeve van culturele en educatieve doeleinden is een forse additionele investering noodzakelijk” (Beleidsplan 2001-2004). Met name het digitaliseren van het materiaal brengt veel kosten met zich mee.

Naast het feit dat er hoge kosten gepaard gaan met de digitalisering en de digitale ontsluiting van het materiaal van het NAA, is de capaciteit van de infrastructuur gebrekkig te noemen. Bij het pilot-project ‘NAA in de Klas’ is de ontsluiting van NAA materiaal afgewikkeld via Kennisnet. De afwikkeling hiervan bracht grote capaciteitsproblemen met zich mee. De ontsluiting van NAA materiaal ten behoeve van universiteiten, in het kader van ‘NAA in Academia’, werd afgehandeld door Surfnet en bracht minder capaciteitsproblemen met zich mee.

Eventuele conflicten op het gebied van auteursrechten spelen nog een grote rol in de verdere ontwikkeling van de activiteiten van het NAA. Daarover is het NAA met verschillende instanties in overleg, zoals omroepen, auteursrechtenorganisaties, het ministerie van Justitie en ook met het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Over de archieffunctie zijn met een aantal auteursrechtenorganisaties wel overeenkomsten gesloten, maar over digitale ontsluiting op andere gebieden is vaak nog onenigheid. “Voor de digitale distributie van materiaal naar culturele of onderwijsinstellingen lijkt de weg naar een overeenkomst nog ver” (Beleidsplan 2001-2004).

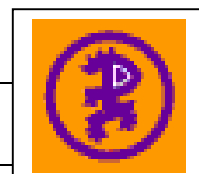
Een stimuleringsfonds zou voor de archieffunctie van het NAA kunnen bijdragen aan het vinden van een structurele oplossing voor toegankelijkheid van het materiaal. Het NAA geeft aan dat er voor projectfinanciering al voldoende mogelijkheden zijn, belangrijk is dat een dergelijk fonds zich inzet voor het vinden van oplossingen voor langere termijn.

#### Bronnen

- Nederlands Audiovisueel Archief (1999). Beleidsplan 2001-2004. Hilversum, 14 december 1999.
- Nederlands Audiovisueel Archief (1999). Jaaroverzicht 1998. Hilversum
- Nederlands Audiovisueel Archief (2000). Jaaroverzicht 1999. Hilversum
- NRC (1997). Nederlands Audiovisueel Archief: Doordobberen en hozen. 13 december 1997.

### 1.5 Het Nationaal Pop Instituut

Homepage: [www.naa.nl](http://www.naa.nl)



Interview met: Jaap van Beusekom, directeur

### **Beschrijving van de dienst**

Het Nationaal Pop Instituut (NPI) bestaat sinds 1975, en is begonnen als ideële belangenorganisatie onder de naam Stichting Popmuziek Nederland. Tegenwoordig beschouwt het instituut zich als 'hét centrum voor de Nederlandse popmuziekcultuur' wat de veranderende functie van de organisatie onderstreept, naar een breder georiënteerd en voor publiek toegankelijk instituut. Doelstelling van de organisatie is het bevorderen van de Nederlandse popmuziek en popcultuur in binnen- en buitenland. Het NPI heeft zich daartoe drie functies gesteld: Informatie, Ondersteuning en Promotie. Vanuit verschillende doelgroepen, zowel muzikanten, ondersteunende personen en instanties (aanbod- en distributiezijde), als het poppubliek (vraagzijde), wordt een beroep gedaan op informatie die NPI te bieden heeft. Verder biedt het instituut muzikanten ondersteuning op financieel gebied. Het aanbieden van aanwezige deskundigheid valt ook onder de ondersteunende functie van het NPI. Verder houdt het instituut zich bezig met de promotie van popmuzikanten. Deze functies zijn verdeeld over drie afdelingen: het Mediacentrum (informatie), Support en Subsidie (ondersteuning), en Promotie en Projecten. Het NPI heeft 21 medewerkers. De organisatie is voor een groot deel afhankelijk van subsidies vanuit het Ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap. Verder haalt het instituut haar inkomsten uit sponsoring en opbrengsten van het Mediacentrum, Promotie en Projecten, en beheer. In 2000 bedroeg de totale omzet bijna 4 miljoen gulden.

Tabel 1.5 Huidige activiteiten Nationaal Pop Instituut

Mediacentrum	• Mediatheek	• Tijdschrift Fret	• Internet www.popinstituut.nl	• Research & Development
Support & Subsidie	• Programmering Impuls (aanvullende regeling podiumplan)	• Multi-culturele Initiatieven	• Toursupport (internationale tournee Nederlandse Bands)	
Promotie & Projecten	• Geluidsdragers	• Evenementen		

### Beschrijving van de dienst op internet

“De opkomst van de digitale informatietechnologie zorgt voor een enorme verandering op het gebied van de media en de distributie van muziek. In beide gevallen maakt de fysieke markt voor een deel plaats voor een globale virtuele markt. Hier liggen enorme kansen voor niet Angelsaksische popmuziek, dus ook voor die uit Nederland” (Beleidsplan 2001-2004 Nationaal Pop Instituut 1999). De mate van succes (van Nederlandse popmuziek) is volgens het NPI sterk afhankelijk van de beschikbaarheid van kwalitatief hoogwaardige informatie en de herkenbaarheid en zichtbaarheid ervan. Het NPI ziet voor zichzelf een belangrijke taak weggelegd als ‘digitaal informatiecentrum’. Het instituut wijst in haar beleidsvoornemen op het feit dat net als bij andere media op internet de kapitaalcrachtigste en communicatief sterkste het meest gehoor vindt. “Daarom is een steunpunt voor de Nederlandse popsector in deze mondiale virtuele samenleving belangrijk” (Beleidsplan 2001-2004, NPI, 1999). In het jaarverslag van het NPI (1999) werd een ambitieuze doelstelling neergelegd ten aanzien van de ontwikkeling van de website van het instituut (<http://www.popinstituut.nl/>): “De website [...] moet begin 2000 het meest complete – centrale informatiepunt van de Nederlandse popmuziek zijn voor een zo breed mogelijk publiek”. Deze doelstelling zou bereikt moeten worden door middel van het gestructureerd verspreiden van essentiële informatie over de Nederlandse popmuziek(cultuur) via de eigen website. In een evaluatie komt het instituut tot de conclusie dat de website de meest uitgebreide en actuele concertagenda bevat en actuele nieuws- en recensierubrieken. Verder is er het grootste aantal links naar websites van bands te vinden. Door de uitgebreide informatie over activiteiten en subsidieregelingen van het NPI, en een Engelstalig gedeelte tenslotte kan de site door het popinstituut positief worden geëvalueerd

### Databestand Nederlandse Popmuziek

Door integratie van het Databestand van de Nederlandse Popmuziek is de functionaliteit van de NPI-website in januari 2000 sterk uitgebreid. Biografische gegevens en discografieën van ‘de duizend belangrijkste’ Nederlandse artiesten en bands sinds 1945 zijn op eenvoudige manier te raadplegen. Verder is de site sinds augustus 2000 qua vormgeving verbeterd. Deze verandering heeft voor een sterke groei van het aantal bezoekers van de website gezorgd. De

NPI-site heeft momenteel ongeveer 12000 unieke bezoekers per week, en dit aantal groeit nog steeds.

Andere functionaliteiten van de website zijn een groot aantal links naar aan popmuziek gelieerde organisaties, een zoekmogelijkheid in de collectie boeken, tijdschriften en geluidsdragers van de Mediatheek, presentatie van een geluidsdemo voor muzikanten en relevant nieuws voor deze beroepsgroep.

### **Publieke karakter van de dienst**

Het NPI houdt zich bezig met informatievoorziening van een specifieke doelgroep. Mensen die geïnteresseerd zijn in Nederlandse popmuziek vinden een grote verscheidenheid aan informatie. Door een zeer uitgebreid aanbod aan links en adressen is vanaf de website een groot aantal organisaties en instellingen te bereiken, waardoor de site van het NPI een centrale plaats inneemt. De mogelijkheid voor bezoekers van de NPI website om met elkaar in contact te komen (communiceren, debatteren) is vooralsnog niet aanwezig.

Het open karakter van de website weerspiegelt de doelstelling van het instituut om een zo groot mogelijk publiek te bereiken met haar boodschap.

### **Ontwikkeling en continuïteit van de dienst**

In haar beleidsplan 2001-2004 spreekt het NPI zich uit voor verdere uitbreiding en actualisering van het Databestand van de Nederlandse Popmuziek. Het Databestand zal onder andere worden uitgebreid met digitale scans van de artikelen uit het archief van het NPI. Eén van de belangrijkste initiatieven betreffende het Databestand is de voorgenomen samenwerking met het Nederlands Audiovisueel Archief (NAA). Het NAA beschikt over het exploitatierecht van het muziekdepot. De collectie van de Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers (NVPI) valt hier ook onder. Het databestand zal worden voorzien van audio- en videofragmenten. En het zal mogelijk worden om muziek te bestellen uit de Databank.

### **Knelpunten**

In de plannen voor de periode 2001-2004 is in de financiering voorzien. Toch zijn knelpunten voornamelijk te verwachten op financieel gebied. Omdat nieuwe initiatieven, en vernieuwing van de digitale diensten voornamelijk op projectbasis plaatsvinden zijn investeringen onregelmatig van aard. Het NPI verwacht dat over een aantal jaar de website aan een grondige herziening toe is. Maar vooral in de opstartfase van nieuwe digitale diensten zijn volgens het NPI hoge kosten gemoeid.

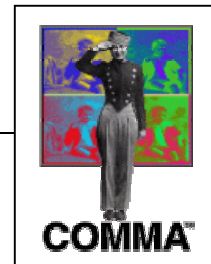
Het NPI is in principe voorstander van een stimuleringsfonds. Het fonds zou zich moeten richten op projectmatige steun ( vb. het opzetten van een digitale popencyclopedie). Met name digitale ontsluiting en nieuwe digitale initiatieven zouden gesteund moeten worden. Structurele steun is volgens het NPI niet nodig.

### **Bronnen**

- Nationaal Pop Instituut (1999). Beleidsplan 2001-2004. Amsterdam, 28 december 1999.
- Nationaal Pop Instituut (2000). Jaarverslag 1999. Amsterdam

## 1.6 ©OMMA – Ons MultiMedia Archief

Homepage: [www.commanet.org](http://www.commanet.org)



In 1999 is ©Ons MultiMedia Archief van start gegaan als proefproject van het Nederlands Platform Ouderen en Europa. ©OMMA komt oorspronkelijk uit Engeland en is daar bekend als Community MultiMedia Archive. Dit multimedia project laat ouderen hun persoonlijke herinneringen, aangevuld met foto's 'uit de oude doos' inbrengen in een speciaal ontwikkeld multimedia archief. Het idee hierachter is om ook ouderen te laten bijdragen aan de inhoud van nieuwe media, dat maar al te vaak een jong en snel imago heeft van spelletjes, vlotte chats, flitsende webpagina's e.d. De mogelijkheden van nieuwe media om het 'persoonlijk cultureel erfgoed' van eerdere generaties te bewaren zijn heel aantrekkelijk; voor ouderen om computers e.d. te leren kennen, voor jongeren komt het oude materiaal op een moderne manier beschikbaar. De archieven kunnen openbaar gemaakt worden op cd-rom of internet en gebruikt worden voor tal van doelen, educatieve programma's, herinneringsprogramma's, demonstraties, exposities etc.

Binnen het proefproject zijn drie groepen ouderen van start gegaan om een half jaar lang ervaring op te doen met de Nederlandstalige software en het zoeken, selecteren en archiveren van materiaal. Twee groepen kwamen in Amsterdam samen en een in Son en Breugel, bij Eindhoven. Aan de hand hiervan is een Handboek COMMA opgesteld om toekomstige groepen te helpen bij het opstarten van lokale COMMA-activiteiten.

### Publieke Dienst

Het publieke karakter van het ©OMMA-initiatief zit met name in het openbaar maken van persoonlijke verhalen bij foto's uit de lokale geschiedenis die voor iedereen interessant kunnen zijn. In Engeland heeft dit project zich zeer waardevol bewezen bij de versterking van de identiteit en waarde van de lokale gemeenschap in een gebied waar vroeger de textielindustrie floreerde en waar nu grote armoede en werkloosheid heerst. In deze regio zijn inmiddels tientallen COMMA groepen actief en werken ouderen en jongeren samen in projecten die de archieven inzetten op scholen, in bibliotheken en bij feestelijke gelegenheden. COMMA is daar inmiddels bekend als een intergenerationeel en intercultureel project meer dan een project alleen voor ouderen.

De gebruikte software is op een dergelijke manier opgezet dat de archieven van verschillende groepen aan elkaar gekoppeld kunnen gaan worden en het dus mogelijk zal zijn om in alle archieven tegelijk op bepaalde sleutelwoorden of jaartallen te zoeken. Het openbaar maken van de archieven via internet biedt de hele wereld de mogelijkheid om zeer lokaal georiënteerd historisch materiaal terug te vinden, iets wat bijvoorbeeld voor emigranten van belangrijke waarde kan zijn.

Lokale groepen kunnen verschillen in hun manier van organisatie maar geadviseerd wordt dat zij zich als non-profitorganisatie vestigen. Op deze manier wordt aangegeven dat commerciële



doelstellingen veraf liggen, iets wat essentieel is bij het werken met privé-materiaal van mensen.

### **Knelpunten**

Het werken met ouderen en computers, met lokale geschiedenis, met ouderen en hun herinneringen is niet nieuw. Nieuw aan ©OMMA is echter de combinatie van dit alles. Dit betekent dat meerdere organisaties, en op lokaal niveau zijn deze vaak zeer goed bij elkaar bekend, met het ©OMMA initiatief in aanraking komen en dat vaak lokale politieke belangen op deze terreinen een rol gaan spelen. Voor een succesvolle inbedding van een dergelijke nieuwe activiteit is een krachtvolle persoon nodig die de ‘lokale neuzen’ dezelfde richting op kan laten wijzen zodat niemand zich in eer, werk en geweten voelt aangetast.

Het ©OMMA-proefproject is gefinancierd door enkele fondsen voor de looptijd van een jaar. Het is echter vanaf het begin de bedoeling geweest dat de drie groepen hun activiteiten na de proefperiode zouden doorzetten en als voorlopers zouden fungeren voor andere nog op te starten groepen in Nederland. De voortgang van de eerste ©OMMA groepen en de uitbreiding naar een netwerk is met name afhankelijk van continuïteit van een centrale coördinatie en een goede PR naar buiten toe. Het blijkt echter dat dergelijke overheadkosten niet makkelijk gefinancierd worden en in projectgefinancierde constructies geen hoge prioriteit krijgen. Na afloop van het proefproject is het dus zeer moeilijk gebleken om het project de nodige continuïteit te kunnen garanderen en zijn uiteindelijk alleen de groepen in Amsterdam met hun activiteiten doorgegaan.

Dergelijke initiatieven zijn tot op zekere hoogte zeer goed met hulp van vrijwilligers te organiseren. Zaak is dan echter dat het project al een zeker professioneel niveau heeft kunnen bereiken en dus goed loopt, en door een professionele kracht begeleid en gecoördineerd kan worden. In de aanloopfase is er echter meer nodig om mensen enthousiast te houden in hun bijdragen aan het project, hiervoor is wel degelijk geld nodig en voor een langere aanlooperperiode dan in het ©OMMA proefproject het geval was.

In Nederland zijn de archieven nog niet op internet bereikbaar maar wordt een voorbeeld genomen aan de activiteiten in Engeland. Deze zijn te bekijken op <http://www.commanet.org>

## 2. Platformdiensten

### 2.1 De digitale stad

Homepage: [www.dds.nl](http://www.dds.nl)  
en <http://old.dds.nl/kaart/>



Interview met: Dhr. Reinder Rustema, Vereniging Open Domein

#### DDS in ontwikkeling

In eerste instantie was De Digitale Stad (DDS) in 1994 opgezet als een kortlopend experiment betaald door de Gemeente Amsterdam. De idealen van haar oprichters, cultureel centrum De Balie en de provider XS4ALL, werden weerspiegeld in de doelstelling van destijds: het bieden van een platform voor het publieke debat tussen burgers onderling en met de overheid.

Daarnaast was dit een mogelijkheid om de macht van de traditionele massamedia te doorbreken. Toen bleek dat onder gebruikers, de zogenaamde bewoners, sprake was van een groot enthousiasme ten aanzien van de mogelijkheden die DDS destijds bood, werd uiteindelijk gekozen voor de oprichting van de stichting DDS. In de statuten van de stichting werd het volgende neergelegd ten aanzien van haar doelstellingen: “ In de publieke ruimte vinden we vrijheid van expressie en de pluriformiteit van ideeën. Deze vrijheden maken onderdeel uit van onze cultuur en democratie. In dit kader biedt DDS aan alle burgers: de mogelijkheid tot het zelf aanbieden van informatie; de mogelijkheid tot communicatie zowel privé als openbaar”. De bewoners bleven voor een groot deel controle houden over allerlei (eigen) activiteiten, het centrale beheer werd door de directie gedaan.

De Digitale Stad bood aanvankelijk gratis toegang tot internet, en gratis e-mail adressen, wat in 1994 uitzonderlijk te noemen was. De gebruikers, particulieren en (ideële) organisaties, konden zich via DDS vestigen op internet. Van subsidie was geen sprake meer sinds de Gemeente Amsterdam zich na de experimentele fase had teruggetrokken, en DDS was genooddaakt haar inkomsten te verwerven uit andere activiteiten. Deze activiteiten bestonden toen uit het uitvoeren van projecten voor derden, waaronder het bouwen van websites. Met deze inkomsten konden de activiteiten voor het gemeenschappelijke deel worden bekostigd. Opdrachtgevers werden met name aangetrokken door het pionierskarakter van DDS en hun vernieuwende en experimentele manier van werken.

#### Verandering

De genoemde pioniersgeest van DDS als webbouwer en internetprojectleider werd echter steeds minder uniek naarmate er meer en meer bedrijven met vergelijkbare kennis actief werden. DDS moest duidelijk gaan concurreren in de markt van websitebouwers maar ook op het terrein van de virtuele stad en haar bewoners veranderde het klimaat. De komst van internetproviders die op commerciële basis gratis diensten op het gebied van e-mail en internettoegang aanboden veranderde de concurrentiepositie van DDS. Doordat gedurende lange tijd het aantal gebruikers van DDS sterk groeide, was er vaak sprake van technische problemen waardoor de dienst onbereikbaar was. De stichting had weinig middelen voor

onderhoud en vernieuwing, terwijl commerciële concurrenten op grote schaal konden investeren.

Als reactie op deze veranderende en steeds meer concurrerende omgeving werd de stichting eind 1999 omgedoopt tot vier BV's: DDS Ventures, DDS Projects, DDS Services, en DDS City. De activiteiten op het gebied van de realisatie van websites werden ondergebracht bij DDS Projects, de gratis publieksdiensten vielen onder DDS City.

Achteraf gesproken is deze omslag binnen DDS wellicht te laat geweest; weliswaar was er op dat moment nog sprake van een positief investeringsklimaat. Echter, in het tweede kwartaal van 2000 kwam een einde aan de internethype. Uit financiële overwegingen heeft DDS een aantal activiteiten afgestoten; in eerste instantie werd DDS Ventures, met name bestaande uit het alom geprezen 'internetcollege', een website voor middelbare scholieren, aan uitgeverij Malmberg verkocht. Vervolgens besloot DDS in november 2000 het onderdeel Services, de webhosting activiteiten, te verkopen aan telecom en internetoperator Energis. DDS Projects bleef bestaan en vormde de financiële basis waarmee DDS City gefinancierd moest worden. Belangrijk verschil met vroeger was nu echter dat DDS Project daarnaast ook winst moet gaan maken, iets wat moeilijk verenigbaar bleek met het lange voortbestaan van DDS City.

### **Ontwikkeling van de dienst op internet**

'De Digitale Stad' wordt gebruikt als metafoor, en is te vergelijken met een echte stad. De stad bevat bewoners, wijken, huizen, huiskamers, pleinen, cafés net zoals die in een gewone stad te vinden zijn. In tegenstelling tot wat velen denken is DDS niet direct aan de fysieke stad Amsterdam gekoppeld, in de praktijk is dit echter onvermijdelijk gebleken, de meeste actieven in de virtuele stad blijken ook fysiek in de hoofdstad actief.

Informatie en activiteiten zijn met name gestructureerd rond bepaalde themapleinen, een soort miniportals. Op het culturele plein, ook in analogie met een echte stad is informatie te vinden over uitgaan en andere culturele activiteiten. Boeken en bibliotheken zijn te vinden op het boekenplein. Verder zijn er 'pleinen' over sport, gezondheid, etniciteit, Europa, etc. Er zijn huizen (websites) van gebruikers en de gebruikers kunnen post (e-mail) ontvangen.

Eén van de doelstellingen die bij de oprichting van DDS werd gesteld betrof de bevordering van de 'digitale democratie'. Deze doelstelling veronderstelde een vergaande communicatie tussen overheid en burger. De ervaring heeft echter geleerd dat bewoners liever met elkaar communiceren dan met de overheid en zelfs dan gaat het om een beperkte groep 'actieve' bewoners en niet diegenen die DDS slechts als aanvullend e-mail adres benutten.

Het is mogelijk om te kijken welke andere bewoners of toeristen zich op hetzelfde moment op dezelfde locatie bevinden. Dit werkt echter alleen voor bewoners (mensen met een account die zijn ingelogd) en niet voor 'toeristen' (bezoekers die geen account hebben bij DDS).

Bij de opsplitsing van DDS in vier verschillende BV's werd de interface van de site grondig herzien.

Wanneer de oude en nieuwe interface worden vergeleken vallen een aantal dingen op. De metafoor is in de nieuwe interface niet meer in een oogopslag duidelijk. Wel worden de termen van de stad gebruikt, zoals pleinen en cafés. Grafisch lijkt de nieuwe interface echter minder op een stad. Met betrekking tot de gebruikersvriendelijkheid zijn verschillende dingen op te merken. In de nieuwe interface wordt meer gebruik van hyperlinks. Er zijn meer woorden met links in plaats van (niet altijd duidelijke) plaatjes, zoals in de "oude stad". Op de nieuwe

site is het nieuws makkelijker toegankelijk en prominenter aanwezig. Daarnaast is de nieuwe site overzichtelijker weergegeven. De nieuwe interface maakt gebruik van een aantal verschillende startpunten, wat een handige manier van navigeren is. Een nadeel is echter dat de gebruiker moet weten waar bepaalde dingen zich bevinden.

### **Publieke karakter van de dienst**

Oorspronkelijk ligt het publieke karakter van DDS met name in de non-profit instelling van de stichting en de ideële doelstelling uit haar statuten, de organisatie kon onafhankelijk van politieke en/of commerciële belangen opereren. DDS is er lang ook trots op geweest als Stichting zonder overheidssubsidie te kunnen functioneren, zij het dat veel van haar klanten wel degelijk overheid of daaraan gelieerde organisaties waren. E-mail en internet bij DDS was echt gratis en werd niet met reclame of doorverkoop van adresbestanden gesubsidieerd, zoals bij de latere gratis e-mail aanbieders vaak wel het geval was. De diensten waren voor iedereen toegankelijk, en in het geval van [Cam@home](mailto:Cam@home) werden diensten zelfs onderdak geboden omdat ze onder commerciële voorwaarden niet langer konden voortbestaan. Hieraan geassocieerd is het beleid van de Stichting Domeinregistratie in Nederland die het individuele personen onmogelijk maakt een eigen domein te registreren.

Wat betreft het bieden van kwaliteit is DDS echter geen goed voorbeeld, althans van de technische kwaliteit van de dienst. Commerciële aanbieders van internetfaciliteiten hebben in korte tijd een veel hogere kwaliteitsstandaard aan hun gebruikers weten te garanderen dan DDS dat heeft kunnen doen.

### **Ontwikkeling en continuïteit van DDS**

Begin 2001 kondigde DDS Holding aan dat met gratis internetdiensten structurele verliezen gepaard gaan, en dat daarom dit onderdeel grondig moest worden herzien. Op 5 april 2001 heeft de holding haar plannen bekend gemaakt met betrekking tot de toekomst van DDS City BV. De City van De Digitale Stad zal worden opgedeeld in commerciële en publieke zones. Voor het aanbieden van commerciële internetdiensten heeft DDS een overeenkomst gesloten met Scarlet Telecom BV. Deze onderneming zal een basispakket van internetdiensten gaan inrichten, hosten en beheren. Verder zal DDS ook ADSL diensten aan gaan bieden aan haar bewoners.

Over het behoud van het publieke deel van DDS City is de holding in discussie met de Vereniging Open Domein (VOD). VOD werd opgericht door een groep bezorgde DDS bewoners die de DDS City in haar huidige status wilden behouden, als 'internet historisch monument', als aanbieder van gratis e-mail en homepagefaciliteiten en als vluchtplaats voor content die elders wordt afgestoten. Onlangs werd een onderhandelingsovereenkomst gesloten met deze vereniging van vrijwilligers met het doel te komen tot een eventuele samenwerking op het gebied van de ontwikkeling van een serie niet-commerciële activiteiten in de context van De Digitale Stad.

### **Knelpunten**

De ontwikkelingen rond DDS hebben met name aangetoond dat het niet mogelijk is om publieke diensten blijvend te financieren met commerciële activiteiten. Als Stichting is dit nog enigszins gelukt maar ook dan was geen lange toekomst voor DDS weggelegd. Al in het eerste jaar (nov. 1999 tot eind 2000) dat de City functioneerde door kruisfinanciering met de andere BV's is de kwaliteit van de (technische) ondersteuning van de diensten van DDS City

afgenomen. Met name het inzetten van menskracht voor b.v. redactionele werkzaamheden bleek te duur voor de bedrijfseconomische waarden die binnen DDS een belangrijker rol zijn gaan spelen.

Het lijkt er echter sterk op dat ook de VOD, zou zij tot een definitieve samenwerking met DDS Holding kunnen komen, haar bestaansrecht niet op lange termijn zal kunnen volhouden. Het uiteindelijke eigendom van de virtuele stad, en met name het gebruik van de naam De Digitale Stad, blijft in handen van de holding; iets wat zeer demotiverend zal werken voor een vrijwilligersorganisatie die in feite al het werk uitvoeren. De gratis e-mail en homepagefaciliteiten worden ook, en zo werd toegegeven, technisch vaak beter, aangeboden door andere bedrijven. Daarnaast kan de Digitale Stad als 'historisch internetmonument' zonder problemen of noemenswaardige kosten op een andere server toegankelijk worden gemaakt (legaal of illegaal), of off-line op verschillende plaatsen toegankelijk worden gemaakt. Het enige wat voor VOD dan resteert is dan de functie als vluchtplaats voor content die elders is afgestoten en hoewel deze functie met name in de breedbandige toekomst zeer belangrijk wordt geacht lijkt het voor VOD te weinig te zijn om langdurig op voort te bestaan.

Uiteindelijk gaat het bij publieke diensten op internet zoals aangeboden door De Digitale Stad om capaciteit en continuïteit.

Capaciteit is belangrijk omdat daar op gegeven moment het prijskaartje aan komt te hangen wanneer er commerciële belangen meespelen. Deze factor zal bij toekomstig breedbandig internet alleen maar meer van belang zijn omdat daar van het begin af aan met name commerciële partijen bij betrokken zijn die de nadruk leggen op de mogelijke winstgevendheid van diensten.

Voor continuïteit geldt dat met name de sociale structuur achter een internetdienst van belang is; gebaseerd op vrijwilligers zullen toekomstige activiteiten altijd grillig verlopen omdat zij samenhangen met een komen en gaan van menskracht. Zelfs de commerciële sector heeft in de krappe arbeidsmarkt van de afgelopen jaren ondervonden hoe cruciaal de menselijke factor in deze is.

DDS/VOD vindt dat de overheid geen fondsen zou moeten vrijmaken voor het stimuleren van inhoud van internetdiensten. Waar behoefte aan is, is 'wild geld' om de creativiteit van internet dienstverleners te stimuleren en dan met name van de pioniers. Zo is DDS tenslotte ook ontstaan.

#### Bronnen

- De Digitale Stad (2001). Nieuwe toekomst voor De Digitale Stad. Persbericht De Digitale Stad: Amsterdam, 5 april 2001
- Parool, Het (2001). Het einde voor [www.dds.nl](http://www.dds.nl)? In: Het Parool, 7 februari 2001.

## 2.2 Ilse.nl

Homepage: [www.ilse.nl](http://www.ilse.nl)



Contactpersoon: Corine van Wijk

### **Beschrijving van de dienst**

Ilse-oprichter Merien ten Houten had na zijn studie in september 1996 de tijd en gelegenheid om zich met internet bezig te houden. Met drie andere jonge ondernemers van de Technische Hogeschool van Eindhoven heeft hij een zoekmachine voor internet ontwikkeld onder het motto: 'Kijken of het moeilijk is'. De computervereniging op de Hogeschool heette Interlink, de zoekmachine heet *InterLink Search Engine*: Ilse dus. Toch heeft Ilse altijd een redelijk agressieve groeiambitie gehad. Ilse wil het belangrijkste internetbedrijf in Nederland zijn, het doel is een goede marktpositie en hoge omzet.

In juli 2000 hebben *VNU* en Ilse een samenwerkingsovereenkomst getekend resulterende in de oprichting van Ilse Media BV. In de wandelgangen wordt echter gesproken van een overname van Ilse door VNU. Sindsdien geeft Ilse ook startpagina.nl, de gratis e-mailsite *dolfijn.nl*, de nieuwssite *NU.nl*, de vrouwensite *Vrouwonline.nl* en het populaire *chat.nl* uit. Bovendien exploiteert Ilse Media alle VNU tijdschriften-websites, zoals *Panorama*, *VT Wonen* en *Libelle*. Daarmee bereikt Ilse Media meer dan 70% van alle internetgebruikers en meer dan 100 miljoen bezoekers per maand. VNU is met 58% meerderheidsaandeelhouder, maar winstgevend is het bedrijf nog niet. Wel is Ilse Media een van de grootste internetuitgevers in Nederland met ruim 120 medewerkers, verdeeld over Amsterdam en Eindhoven.

Onlangs (maart 2001) is oprichter Merien ten Houten afgetreden als directeur bij Ilse Media. Hij blijft als commissaris en adviseur bij het bedrijf betrokken. VNU heeft in december 2000 al aangekondigd haar tijdschriftengroep, inclusief Ilse Media, van de hand te willen doen. Dat is het gevolg van de overname van ACNielsen, in vele landen marktleider met kijkcijferinformatie.

### **De dienst op internet**

Ilse is niet opgezet met een bijzondere ideële doelstelling, of omdat de oprichters iets misten. De initiatiefnemers wilden simpelweg kijken hoe het opzetten van een zoekmachine technisch ging. Met de groeiende populariteit van de Ilse-diensten is wel de mogelijkheid om geld te gaan verdienen met het bedrijf steeds beter geworden. Gaandeweg is het aantrekken van zoveel mogelijk bezoekers een belangrijke doelstelling geworden. Het ultieme doel is Ilse uit te bouwen tot een information hub, een plek waar zoeken, kijken en kopen samenkomen door een steeds breder dienstenpakket aan te bieden. Uiteindelijk wil Ilse Media naar de beurs gaan, zodat ze verder kan groeien door investeringen en het overnemen van andere bedrijven.

Ilse was de eerste Nederlandse zoekmachine die zich heeft ontwikkeld tot een veel breder informatieplatform. De diensten die Ilse biedt zijn te verdelen in drie categorieën namelijk informatie, communicatie en transactie.

1. *Informatie*: Ilse music, Ilse finance, beurs, nu.nl, gezondheid, vrouwonline, vtwonon; *gidsen*: startpagina, internetgids, carrière gids, autovinder
2. *Communicatie*: *dolfijn* webmail, Ilse chat, nieuwsbrief, prijsvraag, e-cards, beltonen

3. *Transactie*: koophulp, Ilse shop, veiling, domeinregistratie, internettoegang, hosting, site creator, autovinder

Ilse heeft zich inmiddels ontwikkelt als een sterke merknaam in de Nederlandse internetsector. De vroege start als Nederlandstalige zoekmachine gaf een voorsprong op de grote internationale zoekmachines die pas later ook een Nederlandse aftakking hebben gekregen (lycos, altavista). Inmiddels worden ook in real-life Ilse-producten uitgezet zoals een Ilse-tijdschrift en een Ilse-shop.

#### **Publieke karakter van de dienst**

Voor een zoekmachine is het zeer belangrijk dat deze onafhankelijk kan opereren. Het resultaat van de zoekactie mag, in de geest van een publieke dienst, niet beïnvloed worden door commerciële of andersoortige belangen.

Ilse verwijst naar informatie van derden die op internet te vinden is, ze biedt zelf geen content aan. Naar eigen zeggen is Ilse onafhankelijk in haar informatievoorziening, de doorverwijzingen hebben geen enkele relatie met sponsoring. Voor een buitenstaander is dit proces echter zeer ondoorzichtig. Ilse Media geeft aan zich met name te richten op haar centrale positie op internet in Nederland, ze wil graag voor iedereen toegankelijk zijn, door informatie en nieuws op eenvoudige wijze te ontsluiten. Gezien de populariteit van de site en de diensten die geboden worden lijkt Ilse goed in deze opgave te slagen.

Ilse heeft ruimte voor publieke meningsvorming en mogelijkheid tot debat door een eigen chat-dienst. De Ilse Chatbox is helemaal gratis. Zowel voor het gebruik ervan als het aanmelden hoeft niets betaald te worden. In elke chatbox is plaats voor maximaal 30 mensen, momenteel zijn er 16 chatboxen (of deze aantallen in de toekomst toenemen is niet bekend). Chatten staat echter bekend als een meer vluchtige manier van communicatie en debat dan b.v. gebruikelijk is in e-mail lijsten en nieuwsgroepen. Deze laatste diensten biedt Ilse niet.

#### **Problemen en knelpunten in de ontwikkeling en continuïteit van de dienst**

Ilse wordt gefinancierd door inkomsten uit o.a. advertenties en commerciële partnerships. Ze int geen bijdragen van gebruikers. Venture capital (vijf miljoen gulden) is afkomstig van investeerders die in Ilse als bedrijf geïnteresseerd raakten, namelijk Gilde en Icom. Dit geld wordt voornamelijk in marketing gestoken en daarnaast wordt geïnvesteerd in goede mensen om daarmee een stevige organisatie op te bouwen die straks naar de beurs kan.

Met de marketing heeft Ilse geen problemen, het bereik van Ilse is groot. In de top drie van best bezochte sites in Nederland in 2000 neemt Ilse.nl de tweede plaats in, na startpagina.nl en gevolgd door omroep.nl (onderzoeksbureau Multiscope, in: Planet Internet Magazine 2/2001).

In haar overweging in de toekomst nieuwe diensten te gaan ontwikkelen houdt Ilse Media ernstig rekening met juridische problemen die spelen op het terrein van intellectueel eigendom. Hierover lopen bijvoorbeeld rechtszaken tussen De Telegraaf en de NVM en tussen VNU/Intermediair en Monsterboard.nl.

Ilse geeft aan geen behoefte te hebben aan een stimuleringsfonds, omdat een dergelijk middel de vrije markt alleen maar zou verstoren. Ilse heeft vooral behoefte aan simpele en heldere

regelgeving, zodat alle (nieuwe) spelers op de (laagdrempelige) internetmarkt hetzelfde spel kunnen spelen. Een stimuleringsfonds zou de markt alleen maar verstoren. Ilse ondervindt dit al door concurrentie van soortgelijke, maar publiek gefinancierde diensten als de Koninklijke Bibliotheek met [www.nl-menu.nl](http://www.nl-menu.nl) en de NOS met [www.nosnieuws.nl](http://www.nosnieuws.nl).



### 3. Bijzondere groepen op internet

#### 3.1 Marokkaanse lifestyle-site Maghreb

Homepage: [www.maghreb.nl](http://www.maghreb.nl)



Interview met: Faizal Nabibaks, oprichter/eigenaar

##### **Beschrijving van de dienst/website**

Maghreb.nl is een Nederlandstalig life-style magazine voor Marokkanen in Nederland opgezet in het voorjaar van 2000. Op de website kunnen jonge mensen van Marokkaanse afkomst, of jongeren die geïnteresseerd zijn in Marokko in contact komen met elkaar. De website van Maghreb.nl is een zeer gevarieerde, heterogene site waarin gebruik gemaakt wordt van vele multimedia toepassingen zoals het downloaden van audio en video, forums, mailing lists, 3D-chat, voice chat, e-voting systemen, dating mogelijkheid. Expliciete doelstelling van de website is om de Marokkaanse gemeenschap op een positieve manier te presenteren in Nederland. Voor een outsider is het moeilijk een beeld te krijgen van wat er leeft in de Marokkaanse gemeenschap. De website moet proberen meer openheid te geven in de Marokkaanse cultuur. Iedereen, dus ook niet-Marokkanen kunnen, al dan niet anoniem, meediscussiëren op de website over diverse onderwerpen.

##### **Publieke karakter van de dienst**

Maghreb.nl site biedt gebruikers een forum om gemakkelijk informatie aan te bieden of te verspreiden. In real-life zouden die mogelijkheden aanzienlijk beperkt zijn geweest. De gemeenschap wordt van onderop vormgegeven door steeds wisselende groepen van deelnemers. Virtuele identiteiten komen tot uitdrukking in anonieme interacties en het gebruik van pseudoniemen. Maar de meeste bezoekers lijken te refereren naar hun real-life identiteit. Maar volstrekt fictieve identiteiten komen ook voor. Er zijn Marokkanen die zich uitgeven voor Nederlanders en zodoende een virtuele Nederlandse identiteit innemen. Omgekeerd doen die situaties zich ook voor. De anonimiteit van de persoon is een belangrijke conditie voor het functioneren van onderdelen van de site. Ook in het forum gebruiken mensen schuilnamen waardoor zij vrijuit voor hun mening kunnen uitkomen. Door anonimiteit kunnen onderwerpen aan de orde komen die in de reguliere wereld niet of nauwelijks ter sprake zouden komen. Het gevolg voor de gemeenschap is dat mensen met een gedeelde interesse, ervaring of problematiek elkaar opzoeken, terwijl ze dit in real-life misschien niet snel gedaan zouden hebben.

Om de gemeenschapsvorming te versterken is Maghreb.nl van plan om dit jaar een grote show te geven in Paradiso, Amsterdam. Misschien dat de virtuele gemeenschap door onderling 'echt' contact meer vorm krijgt. Deze manier van werken is uitgetest bij [www.suriname.nl](http://www.suriname.nl). Bij [Suriname.nl](http://www.suriname.nl) bleek een combinatie van virtuele en fysieke contacten de onderlinge saamhorigheid en samenwerking goed te doen.

- Maatschappelijke informatievoorziening

Maghreb.nl is een site waarin met name communicatie (veel discussie, gedachtewisselingen) een belangrijke rol speelt. Ook de inhoud van de aangeboden informatie is zeer heterogeen. Informatie over geloofszaken komt aan de orde, maar ook nieuws, toeristische informatie, het weer (ook in Casablanca) en informatie over muziek is er op aan te treffen. Ook is er een 'cyber-imam'. Aan de 'cyber-imam' kunnen vragen gesteld worden over de dagelijkse islamitische praktijk vanuit het perspectief van jongeren, waarbij anonimiteit van de vragensteller mogelijk is.

- **Publieke meningsvorming**

Maghreb.nl probeert met controversiële stellingen reacties los te maken bij mensen. De gemeenschapsband moet verder versterkt worden door de mogelijkheid om via video en e-mail contact te maken met mensen in Nederland en Marokko. Enig entertainment wordt ingezet voor ontspanning en vermaak, zoals multiplayer spelletjes en een miss Marokko verkiezing. Het collectieve belang van de website zit in de mogelijkheden om mensen te mobiliseren zich positief te presenteren aan de Nederlandse autochtone bevolking. De Marokkanen willen laten zien wie ze zijn en wat ze doen. Het feit dat maghreb.nl een website is, stimuleert veel Marokkanen deel te nemen aan discussies. Internet wordt geassocieerd met een moderne levensstijl en een hoge opleiding. Het kunnen laten zien dat men vaardig is met internet én met de Nederlandse taal is een sterke drijfveer.

### **Beschrijving van de ontwikkeling van de dienst: problemen en knelpunten**

Het Marokkaanse life-style magazine Maghreb.nl is maar een van de websites die kleurrijk Nederland als bindende factor heeft. In dit verband zijn ook te noemen: [www.kleurrijk.ned.nl](http://www.kleurrijk.ned.nl), [www.suriname.nl](http://www.suriname.nl), [www.hindoestani.nl](http://www.hindoestani.nl), en [www.jobplaza.nl](http://www.jobplaza.nl). Al deze websites zijn door dezelfde initiatiefnemers opgezet. Ook de verdere plannen en initiatieven van de oprichters van Maghreb.nl zijn interessant. Zo heeft de gemeente Rotterdam hen onlangs gevraagd de website [www.veelkleurigestad.nl](http://www.veelkleurigestad.nl) op te zetten. Door het geven van een spreekbuis aan diverse groepen in de Nederlandse samenleving en door het bieden van een platform waarop de diverse groepen met elkaar kunnen communiceren, hebben de makers van deze websites een relevante bijdrage geleverd aan de ontwikkeling van kennis over en begrip van de diverse leefgemeenschappen in Nederland voor elkaar.

De opzet en ontwikkeling van Maghreb.nl is zelfstandig gefinancierd door twee jonge Rotterdamse ondernemers, een van Surinaamse afkomst en een van Marokkaanse afkomst. Samen hebben zij een VOF opgericht en de ontwikkeling van de site geheel zelf gefinancierd. Aangezien de productiekosten van een magazine op internet laag zijn, is deze investering vooral een investering in tijd geweest. Inmiddels zijn er andere inkomsten, zoals inkomsten uit doelgroepgerichte advertenties (geen politieke partijen) en doelgroepgerichte real life campagnes (concerten). Deze inkomsten gaan echter direct weer op aan de groei van de site. Er is dus geen sprake van winst.

Ging de ontwikkeling van de website probleemloos, inmiddels blijkt dat groei een onzekere factor met zich meebrengt. Een van de randvoorwaarden voor groei is een goede server. Als de server verouderd is of instabiel is, kan het voorkomen dat (delen van) de site off-line gaat. Digitale informatie verdwijnt voor altijd omdat de server zo overvol is dat er geen sprake kan zijn van het maken van back-ups. Een tragisch voorbeeld in dit kader verschaft het digitale

condoleanceregister voor het Marokkaanse meisje Yasmina dat enige maanden geleden in Utrecht vermoord werd aangetroffen in een vuilcontainer. Deze zaak haalde de nationale pers en Maghreb.nl opende een condoleanceregister op de website dat werd getekend door honderden mensen. Na een uitval van de server verdween het condoleanceregister voorgoed in cyberspace.

Financiële ondersteuning voor ontwikkelingskosten is nooit aangevraagd en wordt in principe ook niet wenselijk geacht omdat maghreb.nl een volledig onafhankelijk magazine wil blijven. Een structurele bijdrage die aangewend kan worden voor het dekken van de kosten voor hosting, infrastructuur en elektriciteit is echter wel wenselijk om verdere groei mogelijk te kunnen maken en om de dienstverlening op peil te kunnen houden.

### 3.2 Stichting DITO

Homepage: [www.ditoinfo.org](http://www.ditoinfo.org)

Interview met: Dhr. Tobi Fondse, Stichting Dito



#### **Beschrijving van de dienst**

Stichting Dito was voorheen bekend als W.N.I., Wekelijks Net Informatie, een vrijwilligersgroep die is opgericht in 1996. De stichting heeft het doel het behartigen van belangen van mensen met een internethandicap (op dit moment met name visueel gehandicapten) en streeft ernaar de toegankelijkheid en bruikbaarheid van alle informatie en communicatie technologieën te verbeteren. De stichting wil dit realiseren door:

- ICT gebruikers met een lichamelijke of zintuiglijke functiebeperking te informeren hoe ze ICT toegankelijker en bruikbaarder kunnen maken
  - ICT aanbieders en ontwerpers te informeren over het belang van toegankelijkheid, opdat aanpassingen gedaan kunnen worden
  - De samenleving te informeren over het belang van toegankelijkheid voor gehandicapten
- Momenteel bestaat de stichting uit 10 vrijwilligers, die zich vanuit de praktijk betrokken voelen. Dito ontvangt geen subsidie, kosten worden uit private giften van donateurs betaald.

Stichting Dito is een van de twee belangenorganisaties in Nederland die actief betrokken is bij het ontwikkelen van richtlijnen, methoden en technieken voor gehandicapten op internet. Een soortgelijke website is Accessibility.nl van Bartiméus. Deze organisatie heeft meerdere jaren ervaring in het adviseren van bedrijven en instellingen bij het toegankelijk maken van hun site / software. Ze biedt (vrijwel tegen kostprijs) drie diensten aan: advies, onderzoek en training. Bartiméus heeft een brede gebruikersgroep tot haar beschikking vanuit de diverse handicaps. Tevens beschikken ze over een professioneel usability lab.

#### **De dienst op internet**

Stichting Dito tracht met haar internetsite informatie en services toegankelijk en bruikbaar te maken voor iedereen. Ze wil andere mensen ervan overtuigen dat informatie voor iedereen

toegankelijk moet zijn. Internet is het meest belangrijke medium van Stichting Dito, het is de goedkoopste en makkelijkste manier om zoveel mogelijk mensen te bereiken.

W.N.I. werd in september 1996 voor het eerst via e-mail aan twee abonnees toegezonden.

Sindsdien is het aantal abonnees gegroeid tot 40 in augustus 1997 en 120 in januari 1999.

Momenteel ontvangen 300 tot 350 abonnees maandelijks het E-zine. De nieuwsbrief onderscheidt zich van de meeste andere E-zines doordat het zich primair richt op mensen met een internethandicap. De nieuwsbrief is vooral bedoeld om informatie, nieuws en wetenswaardigheden met elkaar uit te wisselen over bijvoorbeeld handige sneltoetsen, mogelijkheden van een schermvergroter, spraak synthesizer of brailleleesregel

Om meer bekendheid te verwerven probeert Dito zo veel mogelijk aanwezig te zijn op beurzen e.d. Zo was ze aanwezig op de startmanifestatie van het programma Dremfels Weg van het ministerie van VWS. Daarnaast schrijft de stichting ongevraagd bedrijven aan die hun internetsite toegankelijker zouden moeten maken. Hierop krijgen ze steeds meer positieve reacties.

Hoewel tijdens de manifestatie Dremfelsweg intentieverklaringen zijn ondertekend om internet toegankelijker te maken (minimaal 100 relevante Nederlandse websites moeten eind dit jaar toegankelijk zijn), bestaat hiervoor nog geen beleid, aldus de stichting. Stichting Dito is in die zin baanbrekend, de promotie van het gebruik van internet door gehandicapten heeft in Nederland tot voor kort weinig aandacht gekregen.

### **Publieke karakter van de dienst**

De internetsite van stichting Dito is momenteel primair gericht op informatievoorziening over toegankelijkheid en is meer gericht op gebruikers dan op aanbieders. De site zelf is zeer toegankelijk, alleen de teksten zijn niet altijd even goed op de doelgroep afgestemd (te technisch of te simpel). Stichting Dito is onafhankelijk in haar informatievoorziening.

De site biedt nog geen ruimte voor publieke meningsvorming. Abonnees van de nieuwsbrief kunnen nu alleen een e-mail sturen naar de stichting, maar niet met elkaar communiceren.

Daarvoor bestaan al wel plannen. Aangezien er weinig organisaties actief zijn op het gebied van toegankelijkheid, komen de belangenbehartigers elkaar regelmatig face-to-face tegen.

Idealiter zou Stichting Dito zichzelf op termijn willen opheffen, zodra het idee van toegankelijkheid doorgedrongen is in de samenleving.

Er is al wel een andere mogelijkheid voor discussie, waarnaar stichting Dito overigens *niet* verwijst: [www.egroups.com/groups/toegankelijkheid\\_internet](http://www.egroups.com/groups/toegankelijkheid_internet). Dit is een kleine maar actieve Nederlandse discussiegroep over internettoegankelijkheid voor visueel gehandicapten. E-groups is een internationale, commerciële aanbieder van gratis hosting voor e-mail- en web-discussiegroepen.

### **Problemen en knelpunten in de ontwikkeling en continuïteit van de dienst**

Omdat Dito volledig afhankelijk is van de inzet van haar, overigens zeer enthousiaste, vrijwilligers is het grootste probleem het gebrek aan tijd. Dito heeft daarom ook bescheiden toekomstplannen, wetende dat grote revoluties niet haalbaar zullen zijn.

De bekendheid van de website is goed, ook andere organisaties verwijzen inmiddels naar de Ditohomepage. Na een beurspresentatie neemt het aantal bezoekers aanzienlijk toe.

Dito opereert relatief kleinschalig en kan met ad hoc oplossingen eventuele problemen goed te lijf. Wanneer voor een beurs- andersoortige presentatie een computer of laptop vereist is, is de stichting afhankelijk van derden. Dergelijke grote uitgaven kan Dito niet financieren. Een

potentieel financieel probleem dient zich eind 2001 aan, wanneer de internetsite van Dito niet meer gratis gehost wordt. Dito zal dan een andere gratis host moeten vinden of voor het hosten moeten betalen.

Stichting Dito staat positief tegenover een stimuleringsfonds, mits de onafhankelijkheid van Dito gewaarborgd blijft. Structurele subsidie acht de stichting niet nodig, het gaat voornamelijk om eenmalige grote uitgaven van te ontwikkelen projecten.

## 4. Diversiteit van aanbieders

### 4.1 De overheidsportal Overheid.nl



Homepage: [www.overheid.nl](http://www.overheid.nl)

Interview met: Erik Hup (programmamanager)

#### Beschrijving van de dienst

De overheid is van iedereen, voor iedereen, altijd, overal. De overheid heeft verschillende taken en rollen. Enerzijds neemt de overheid maatregelen, vaardigt wetten uit en ziet toe op de naleving. Anderzijds speelt de overheid een meer terughoudende rol en stelt slechts algemene voorwaarden. De overheid is het hoogste gezag op een bepaald grondgebied en bestaat uit ongeveer 1600 organisaties, onderverdeeld naar rijksoverheid, provincies en gemeenten. ICT en in het bijzonder internet biedt mogelijkheden voor en stelt eisen aan het functioneren van de overheid. Een van deze mogelijkheden betreft de communicatie tussen overheid en de samenleving. Thema's daarbinnen zijn:

- toegankelijkheid van overheidsinformatie
- digitale dienstverlening aan burgers en bedrijven
- digitale democratie.

In april 2001 is voor het thema ICT & Overheid het expertisecentrum ICTU opgericht. Hierin zullen de volgende 7 ICT-programma's worden opgenomen:

- het programma Overheidsloket 2000 (OL 2000), dat tot doel heeft het verbeteren van de publieke dienstverlening door de inzet van ICT bij de toepassing van de één-loket gedachte. Het programma is gestart in 1996 en loopt tot 2003.
- het programma Overheid.nl dat zich specifiek richt op verbetering van overheidswebsites. De helpdesk Overheid.nl heeft naast deze advies- en ondersteuningstaak richting overheidsorganisaties ook als taak het beheer van de "portal website" Overheid.nl die alle overheidswebsites ontsluit. Het programma is gestart in 1999 en loopt tot 2002.
- het programma ON21 dat zich richt op het gezamenlijk verwerven van 'state-of-the-art' telematica-diensten en -producten uitsluitend ten behoeve van de openbare sector. Het programma loopt sinds 1996. Naast eerder uitgevoerde aanbestedingstrajecten op het gebied van overheidsberichtendiensten en overheidsnetwerkdiensten is in 2000 een mantelovereenkomst voor overheidstelefonie afgesloten ten behoeve van enige honderden overheids instanties. Thans loopt een deelproject voor kantoorautomatiseringssoftware.
- het programma Stroomlijning Basisgegevens (SBG) heeft tot doel te komen tot een efficiënter(e) verwerving, beheer en gebruik van basisgegevens door de introductie van een stelsel van zogenoemde authentieke registraties. Het programma is gestart in 1999 en loopt tot 2003.
- het programma Rijksoverheidsintranet (Ryx) dat het tot stand brengen van een Rijksoverheidsbreed Intranet beoogt. Het programma is in 2000 gestart en loopt tot 2003.
- de Taskforce PKI overheid die zich richt op het inrichten van een zogenoemde Public Key Infrastructure voor het gebruik van een elektronische handtekening en de beveiliging van

communicatieprocessen bij en met de overheid. Het programma is gestart in 2000 en loopt tot 2004.

- bewaring dat zich richt op het uitvoeren van experimenten ten behoeve van het langdurig bewaren en toegankelijk houden van digitale documenten. Het project is gestart in 2000 en loopt tot 2004.

### **De dienst op internet**

De website [www.overheid.nl](http://www.overheid.nl) is een wegwijzer bij het zoeken naar informatie, beleid, producten en diensten van alle Nederlandse overheidsorganisaties op internet. Het doel van de website is een eenvoudige en betrouwbare toegang te bieden tot alle informatie van de Nederlandse overheid op internet. Overheid.nl wil hét digitale loket voor burgers, ambtenaren en onderzoekers worden om hen zo goed en snel mogelijk te helpen.

Minister van Boxtel heeft op 2 september 1999 de portalsite [overheid.nl](http://overheid.nl) geopend. Deze site dient dé digitale voordeur van de Nederlandse overheid te worden. Via [overheid.nl](http://overheid.nl) wordt overheidsinformatie toegankelijk gemaakt, terwijl alle overheidsorganisaties waarnaar [overheid.nl](http://overheid.nl) verwijst zelf verantwoordelijk zijn voor deze informatie. Dit is nog niet bij alle overheidsorganisaties het geval. De Helpdesk Overheid.nl stimuleert en helpt hierbij. In 2000 is het aantal gemeentesites met 50% toegenomen tot een aantal van 266 (wat deels te danken is aan de inspanningen van de helpdesk), terwijl bijna de helft van het totale aantal gemeenten (in januari 2001 zijn er vanwege herindelingen nog 504 over) nog geen website heeft. Op 22 januari 2001 is een gerestylde versie van de site gelanceerd, welke vraaggericht in plaats van aanbodgericht is opgezet. Dit betekent dat de kwaliteit van de dienstverlening van de overheid kan worden verbeterd door meer uit te gaan van de vragen van de burger. Op basis van die vraagpatronen kunnen nieuwe loketten worden ontworpen, die tegemoet komen aan de probleembeleving van de burger. De restyling betreft ook de vormgeving van [overheid.nl](http://overheid.nl), die frisser, aantrekkelijker en daardoor toegankelijker is. Bovendien zijn meer instellingen opgenomen die in de periferie van de overheid vallen. Een andere aanvulling betreft een pagina met dagelijkse persberichten. In de toekomst komen meer verbeterde versies van [overheid.nl](http://overheid.nl).

De site is een initiatief van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, minister Van Boxtel voor Grote Steden en Integratiebeleid is binnen het kabinet verantwoordelijk voor het overheidsinformatiebeleid. Overheid.nl wordt beheerd door de Helpdesk Overheid.nl. Deze besteedt zorg aan het zo compleet, correct, actueel en toegankelijk mogelijk aanbieden van de informatie op deze site. Daarbij wordt ernaar gestreefd de site zo eenvoudig en gebruiksvriendelijk mogelijk te houden.

Een andere activiteit van de helpdesk [overheid.nl](http://overheid.nl) is de uitreiking van de webwijzeraward voor de beste overheidssite door Minister van Boxtel (wat lijkt op het particuliere initiatief van de virtuele gemeente Webdam). Ook heeft de helpdesk verschillende instrumenten ontwikkeld voor evaluatie en beheer van overheidssites. In de toekomst zullen deze instrumenten door de helpdesk ingezet worden, maar wanneer is nog onbekend.

De helpdesk [overheid.nl](http://overheid.nl) is bezig met het oprichten van een community waarop overheidssites informatie kunnen uitwisselen en kennis kunnen delen om van elkaar te leren. Het is gebleken

dat op dit terrein het aanbieden van een standaard informatieve site niet goed werkt. Elke gemeente opereert zelfstandig en wil haar internetsite volledig naar eigen inzicht wil inrichten. Het adviseren van gemeentes is daardoor zeer arbeidsintensief, omdat een 1 op 1 benadering nodig is. De hoop is dat een betere uitwisseling van informatie onderling hierin verlichting kan brengen.

Het aanbieden van informatie door de verschillende overheden gebeurt op dit moment top-down, maar is wel gepersonaliseerd doordat een gebruiker eerst kan kiezen of hij een burger, een ondernemer (organisaties) of een ambtenaar (politici) is en vervolgens een postcode in kan vullen. In de toekomst wil overheid.nl misschien een zogenaamd 'cookie' plaatsen op de computer van de gebruiker, waardoor de postcode alleen de eerste keer ingevuld hoeft te worden. Na het invullen van de postcode verwijst overheid.nl door naar alle overheidsorganen binnen het postcodegebied van de gebruiker (bijv. de brandweer in Den Haag). De gebruiker heeft ook de mogelijkheid om vrij te zoeken op organisaties (decentrale overheid, centrale overheid en buiten de overheid), beleidsthema's (cultuur, onderwijs, financiën e.a.) of trefwoorden. De afzonderlijke organisaties (zowel binnen als buiten de overheid, bij het beleidsthema cultuur wordt onder meer verwezen naar het Nederlands Audiovisueel Archief) zijn zelf verantwoordelijk voor de informatie die de gebruiker dan gepresenteerd krijgt. Overheid.nl zorgt voor de juiste verwijzingen.

Het huidige overheidsbeleid is erop gericht de transparantie van de overheid vergroten. Daarnaast moet het voor de burger veel eenvoudiger worden om transacties met de overheid te doen, zoals het aanvragen van een paspoort. Zo mogelijk 24 uur per dag en 7 dagen in de week. Gebruik van de moderne informatie en communicatie technologie (ICT) kan daar bij helpen.

### **Publieke karakter van de dienst**

Overheid.nl geeft toegang tot de officiële publicaties van de overheid zoals Kamerstukken en Handelingen van de Eerste en Tweede Kamer, de Kameragenda's en het Staatsblad. In 2002 komt de wettenbank onder beheer van overheid.nl, welke momenteel commercieel wordt uitgebaat door Kluwer. Burgers moeten nu namelijk betalen voor informatie uit deze wettenbank, over een jaar krijgt de bank een publiek karakter. De informatie op overheid.nl is in principe voor iedereen toegankelijk, ook voor gehandicapten (overheid.nl is als expert betrokken geweest bij de manifestatie Drempe(w)eg). Het taalgebruik is alleen wat ambtelijk. De kwaliteit van de site hangt grotendeels af van die van onderliggende overheidssites. In de toekomst zullen deze gemeentesites permanent gemonitord en geëvalueerd worden. De informatie die op overheid.nl staat is vrij van rechten, behalve de stukken van SDU Uitgevers. Bij verschillen tussen de elektronische tekst en de gedrukte tekst prevaleert de gedrukte tekst.

De site biedt nauwelijks ruimte voor publieke meningsvorming. Er is een overzichtspagina met landelijke en internationale discussie-forums die plaatsvinden binnen de overheids sfeer (veelal ministeries), het aantal discussies daarbuiten is zeer beperkt (NRC, AVRO Vereniging voor Bestuurskunde e.a.). Het deelnemen aan discussies is daardoor mogelijk niet laagdrempelig voor burgers. Er is geen sprake van interactiviteit, informaliteit of hybriditeit. De helpdesk van overheid.nl is van mening dat de overheid niet de taak heeft amusement te maken, dat kunnen anderen veel beter. Dit blijkt ook uit de sites van ministeries, provincies en gemeenten, die serieus van opzet zijn. Het netwerk karakter van overheid.nl is echter sterk, elke



overheidsinstantie dient zich dan ook aan te melden bij de helpdesk ter completering van de volledigheid van de site.

### **Problemen en knelpunten in de ontwikkeling en continuïteit van de dienst**

Standaardisatie van inhoud, techniek en kwaliteit van overheidssites is haast onmogelijk. Het is dus onmogelijk om overheidssites centraal te faciliteren, gemeentes zijn te zelfstandig en eigennuttig. Dit betekent wel dat elke gemeente opnieuw het wiel wil uitvinden. De op te richten community die hierboven genoemd is zou de informatie en ervaringsuitwisseling tussen gemeentes moeten bevorderen.

Sinds het ontstaan van overheid.nl is een spanningsveld geweest tussen het aanbieden van de inhoud van de site en het bekendheid geven aan de site. Als de site bekend zou zijn, maar niets te bieden had, zouden bezoekers afgeschrikt worden. Daarom is tot op heden voornamelijk aan de inhoud gewerkt. Binnenkort wordt meer bekendheid aan de portal gegeven. Ideeën daarvoor zijn advertenties in landelijke kranten of op Haagse trams (gericht op ambtenaren) en Postbus 51 spotjes. De bekendheid van de portal overheid.nl kan dus nog verbeterd worden. Op dit moment is overheid.nl wel aangemeld bij de grote Nederlandse zoekmachines en ongeveer 25% van de overheidssites heeft zelf een link naar overheid.nl opgenomen.

Een stimuleringsfonds zou geen goede zaak zijn voor overheid.nl, omdat ze dan gebruik zou maken van verschillende subsidieregelingen naast elkaar. Overheid.nl wordt voldoende door het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties gefinancierd. Omdat bijvoorbeeld het opzetten van gemeentelijk publieke internetdiensten veel geld kosten is het denkbaar dat nieuwe experimentele projecten bij deze lagere overheden wel aanspraak op een dergelijk fonds zouden willen maken.

## **4.2 Nieuwkomersloket Delft**

Homepage: [www.ol2000.nl](http://www.ol2000.nl)  
www.delft.nl



Interview met: Mark Lubeek (Burgerzaken)

### **Beschrijving van de dienst**

Het nieuwkomerloket was een van de vier proefprojecten van Overheidsloket 2000 van het Ministerie van Binnenlandse Zaken, dat liep tussen september 1996 en januari 1998. In Overheidsloket 2000 wordt op publieke dienstverlening aangestuurd, waarbij de overheid meer uitgaat van de vragen van de burger middels clustering van diensten in één loket. In deze clustering worden een aantal ontwikkelingsstadia onderscheiden, namelijk concentratie, integratie en herdefinitie van de dienstverlening.

Nieuwkomers zijn alle personen die zich voor de eerste keer in Delft willen gaan vestigen om te werken, te studeren en/of te wonen. Tot nu toe worden vragen van nieuwkomers door verschillende afdelingen binnen de gemeente beantwoord, waarbij het voor de nieuwkomers

niet altijd meteen duidelijk is waar men moet zijn. Het fysieke Nieuwkomersloket gemeente Delft is nog steeds in ontwikkeling, samen met Bureau Nieuwkomers, de Vreemdelingendienst en de Immigratie en Naturalisatiedienst van het Ministerie van Justitie. De volgende stap is van dit fysieke loket een virtueel loket te maken, om aan de specifieke informatiebehoefte van nieuwkomers te voldoen.

### **De dienst op internet**

Hoewel het nieuwkomersloket nog niet op internet aanwezig is, heeft de gemeente Delft wel een doelstelling ten aanzien van nieuwe media geformuleerd. Doel is om in eerste instantie een balie van de gemeente specifiek voor nieuwkomers op te richten en de medewerkers aan de balie vergaand te ondersteunen met een informatie- en kennissysteem. Daarna zou dit systeem via internet toegankelijk gemaakt kunnen worden. Onderscheid wordt gemaakt in drie deelproducten:

- stroomlijning van inschrijving en verblijfsvergunning voor buitenlandse nieuwkomers
- welkomstpakket met specifieke wijkinformatie
- internettoepassing met breed informatieaanbod voor nieuwkomers

Een zwak punt in de ontwikkeling van deze digitale dienst is dat de internettoepassing alleen Nederlandstalig is en dus niet geschikt voor buitenlandse nieuwkomers. Daarnaast is gebleken dat de informatie slechts moeilijk te vinden is. De term nieuwkomers is inhoudelijk erg mager, een term waar weinig mensen zich in zouden herkennen. Een sterk punt is het geïntegreerd inschrijven in het verblijfsvergunningstelsel en het vreemdelingenregister met behulp van een kennissysteem. De doorlooptijd is de helft kleiner geworden. De incubatietijd van het Overheidsloket 2000-gedachtengoed is in Delft relatief lang geweest. Het is nu de leidraad voor de reorganisatie van de gemeenteorganisatie.

### **Publieke karakter van de dienst**

In de toekomst zal het virtuele loket nieuwkomers uitgebouwd worden, opdat het inschrijven in de gemeente een virtuele variant krijgt. De complete gemeentegids zal gekoppeld worden aan een geografisch systeem, zodat steeds snel gekeken kan worden naar welke voorzieningen zijn. Ook zal de invoering van de één-loket gedachte als leidraad voor de organisatie van de dienstverlening fungeren.

### **Problemen en knelpunten in de ontwikkeling en continuïteit van de dienst**

De mobiliteit van medewerkers en organisatorische problemen hebben het Loket Nieuwkomers parten gespeeld. Vertrek van medewerkers betekent een enorm verlies van kennis, hetgeen duidelijke vertraging op heeft geleverd. Het ontwikkelen van een kennissysteem voor integrale inschrijving heeft ook veel tijd gekost, mede door het contract en overleg met partner Ordina. Zowel juridische, technische en communicatieproblemen waren hier regelmatig aan de orde. Ook is binnen de gemeente niet structureel tijd vrijgemaakt voor het project, van politiek-bestuurlijke betrokkenheid was lange tijd niets te merken. Door dit alles moest het project steeds naast de reguliere activiteiten plaatsvinden.

Het project Nieuwkomers is onderdeel geworden van een aantal andere gemeentelijke projecten. Afstemming met deze projecten heeft veel tijd gekost.

Huidige problemen zijn verhuizing en reorganisatie binnen de gemeente Delft, waardoor niemand het project heeft opgepakt en de internetactiviteiten van het loket nieuwkomers

stilliggen. Daarnaast lijkt er nogal wat verwarring binnen de gemeente Delft te zijn over de verantwoordelijke personen, er is namelijk een fysiek loket nieuwkomers alsmede een fysiek bureau nieuwkomers en er is een bureau dat zich met internetzaken bezig houdt. Op korte termijn zal het loket in de herstructureringsplannen van de gemeentelijke website passen.

De gemeente Delft heeft geen financiële problemen als het gaat om het loket nieuwkomers en heeft geen behoefte aan een stimuleringsfonds.

### 4.3 Platform voor maatschappelijke organisaties Antenna

Homepage: [www.Antenna.nl](http://www.Antenna.nl)

Interview met: Dhr. Tjebbe de Vries (helpdeskcoördinator)



#### Beschrijving van de dienst

Stichting Antenna is een van de oudste internetproviders in Nederland, speciaal opgericht voor maatschappelijke organisaties. Meer dan 500 maatschappelijke organisaties actief op het gebied van milieu, ontwikkelingssamenwerking, arbeid, mensenrechten, vluchtelingen, vrede, gezondheid, onderwijs, vrouwen ed. zijn deelnemer van Antenna, naast bijvoorbeeld scholen en kerken/kerkelijke instellingen. Antenna vormt de Nederlandse tak van de Association for Progressive Communications (APC), een wereldwijd platform van host-organisaties met leden en partners in meer dan 75 landen met meer dan 35.000 maatschappelijke organisaties actief op het gebied van milieu, ontwikkelingssamenwerking, arbeid, mensenrechten, vluchtelingen, vrede, gezondheid, vrouwen, enzovoort.

De doelstelling van Antenna is om middels ICT een zeer uiteenlopende groep niet-gouvernementele organisaties te ondersteunen en hen macht te geven (empowerment d.m.v. ICT). Om dit doel te kunnen bereiken, richt Antenna zich op de ontwikkeling van een publiek domein op internet. De missie van Antenna is veelzeggend: "Networking for progress, not for profit". Netwerkvorming komt duidelijk uit de doelstelling naar voren: Antenna wil middels communicatie mensen bij elkaar brengen en op die manier een bijdrage leveren aan de onderlinge samenwerking van maatschappelijke organisaties.

#### Beschrijving van de dienst op internet

De website Antenna.nl ziet er op het eerste gezicht niet zo interessant uit: de vormgeving en de functionaliteit zijn zeer summier. Interessant is wel het nieuws dat Antenna publiceert op haar website en dat zij betreft van het alternatieve persbureau Inter Press Service (IPS) maar verder is de site sinds 1993 niet meer noemenswaardig veranderd. De belangrijkste functie van de website lijkt dan ook te zijn het bieden van een wegwijzer naar de webadressen van vele maatschappelijke organisaties.

Veel belangrijker dan haar eigen presentatie op internet vindt Antenna haar functie als provider. Antenna koppelt lokale netwerken aan internet met hun eigen internet domein (b.v. greenpeace.org), bouwt mee aan nieuwe host systemen (b.v. Hogeschool Edith Stein en Greenpeace International), biedt ruimte voor het aanbieden van eigen World Wide Web Servers (b.v. Museum voor Moderne Kunst Arnhem, Pax Christi en Centrum voor Landbouw en Milieu) en Databanken (b.v. [www.elite-research.org](http://www.elite-research.org) en <http://infolep.antenna.nl>), bouwt complete websites zoals [www.arbeid.net](http://www.arbeid.net) (discussiesite), [www.zimsurf.nl](http://www.zimsurf.nl) (onderwijsproject) en [www.idee-en-kerk.org](http://www.idee-en-kerk.org) (site waar mensen ideeën kunnen geven) en ontwikkelt software voor het onderwijs (Montessorionderwijs).

#### Publieke karakter van de dienst

Stichting Antenna vervult een strategische rol voor maatschappelijke organisaties in Nederland. Enerzijds zorgt zij voor netwerkvorming tussen maatschappelijke organisaties, anderzijds voor de virtualisering daarvan op internet. Daarbij is niet zozeer de website Antenna.nl van belang als wel de provider/stichting die daar achter zit. Antenna heeft haar bestaan vooral bewezen in de hoge kwaliteit van dienstverlening. Dit is vooral voor kleinere organisaties en minder draagkrachtige organisaties interessant aangezien kleinere organisaties evenveel ondersteuning nodig hebben als grotere, maar daar minder voor kunnen betalen.

#### **Ontwikkeling en continuïteit van de dienst: problemen en knelpunten**

Antenna wil uitdrukkelijk zelfvoorzienend opereren. Zelfvoorzienend betekent voor Antenna dat tegen een zo laag mogelijk tarief levensvatbare diensten kunnen worden aangeboden zonder financiering door subsidies. Antenna is van mening dat het ongepast is om met basisinformatie over AIDS, voormalig Joegoslavië, schendingen van mensenrechten en dergelijke, middelen te genereren. Problemen heeft deze houding Antenna niet opgeleverd. Door een voortdurende zorgvuldige kosten/baten-afweging lukt het Antenna haar werk voort te zetten. Dit betekent automatisch dat Antenna niet de goedkoopste provider in Nederland is maar door haar grote netwerk, haar goede service en haar expliciete doelstelling kiezen de meeste maatschappelijke organisaties er toch voor om met Antenna in zee te gaan. Aangezien deze maatschappelijke organisaties voor de diensten van Antenna betalen, vloeit er uiteraard wel indirect overheidsgeld naar Antenna. Directe subsidies wijst zij echter expliciet van de hand.

#### **4.4 Case Stichting De Wijk is van ons allemaal**

Homepage: [www.de-wijk-is-van-ons-allemaal.nl](http://www.de-wijk-is-van-ons-allemaal.nl)  
[www.wijk.nl](http://www.wijk.nl)

Interview met: Alex Voets (directeur),  
 Fatima Ouriachi (Consulent)



#### **Beschrijving van de dienst**

In februari 1997 is Stichting De Wijk opgericht om antwoord te geven op maatschappelijke en individuele problemen met betrekking tot wonen in een multiculturele wijk. De stichting ontwikkelt en ondersteunt burgerinitiatieven ter versterking van de leefbaarheid en sociale samenhang in multiculturele wijken. De doelstellingen zijn in het kort:

- verbeteren van het onderlinge contact tussen bewoners in multi-etnische wijken
- versterken van betrokkenheid van bewoners en instanties bij het leefklimaat in de wijk
- vergroten van netwerken gericht op duurzame samenwerking voor een leefbare wijk

Dit gebeurt onder meer in de vorm van buurtgerichte programma's en bovenwijkse activiteiten, variërend van uitwisselingen tussen buurten en praktijkbijeenkomsten tot publicaties. Met het concept van *de-wijk-is-van-ons-allemaal* is sinds 1997 in ruim 50 gemeenten en ruim 300 programma's gewerkt.

Stichting De Wijk bestaat uit 5 bestuurders en 6 mensen op het bureau, plus een netwerk van experts die op freelance basis ingezet worden. De stichting wordt bijgestaan door een

Landelijke Adviesraad, met leden uit de sfeer van het bedrijfsleven, volkshuisvesting, politiek, onderwijs en welzijn.

De stichting ontvangt geen structurele (overheids)subsidies, maar wordt gefinancierd uit particuliere fondsen en donaties, waaronder VSB Fonds, Rabobank, Stichting Doen. Daarnaast ontvangt ze inkomsten uit het advieswerk en de geleverde diensten.

### **De dienst op internet**

In het najaar van 1998 startte Stichting de Wijk met haar internetactiviteiten. De stichting heeft twee sites, waarvan een de dochter is van startpagina (indirect ook van VNU dus), namelijk *leefbaarheidspagina.nl*. Deze site biedt een overzicht van ruim 450 links naar websites van en over wijken en wijk- en buurtbeheer, en organisaties die actief zijn op het terrein van leefbaarheid. De andere site, *Wijk.nl* hanteert de filosofie van het tweede niveau van de stichting. Het eerste niveau richt zich op het in contact brengen van bewoners middels buurtgerichte acties. Het tweede niveau stijgt daarboven uit en richt zich op het ontwikkelen van een gezamenlijke methodiek, samenwerking tussen actieve organisaties en het uitwisselen van kennis en ervaring. Internet faciliteert dit door informatie toegankelijker te maken, opiniërende stukken te publiceren, naamsbekendheid van de stichting te verhogen en producten te distribueren. De cd-rom biedt veel praktisch toepasbaar materiaal, wat binnenkort ook via de website toegankelijk zal zijn. Tevens biedt de stichting voorlichting via initiatieven van derden, door deelname aan conferenties en workshops. Iedereen kan bovendien deelnemen aan het landelijk netwerk door zich te abonneren op het elektronische magazine WijkZine. Stichting de Wijk is een onafhankelijke organisatie, wiens visie op de multiculturele samenleving niet altijd overeenkomt met het overheidsbeleid. Toch gaat de stichting samenwerking met de overheid niet uit de weg, zo heeft ze vorig jaar subsidie ontvangen van het ministerie van Binnenlandse Zaken. De kosten voor het onderhouden en ontwikkelen van de site zijn moeilijk traceerbaar, omdat de directeur van de stichting hier in zijn vrije tijd zorg voor draagt. De stichting is momenteel bezig met het opzetten van een nieuwe site, waar ze een vormgevingsbureau voor heeft ingeschakeld.

**Publieke karakter van de dienst**

De sites zijn voor iedereen toegankelijk, het aantal bezoekers varieert van 30 tot 40 per dag waarvan de ene helft bewoners van wijken en de andere helft beroepskrachten. Over de kwaliteit van de informatie is de stichting naar eigen zeggen matig tevreden. In 1998 is namelijk alle content ingevoerd en sindsdien nauwelijks gewijzigd. Sinds een half jaar wordt meer aandacht aan actualisering besteed en wordt een E-zine uitgegeven, daardoor wordt de site meer bezocht en ontvangt de stichting meer respons voor advies en samenwerking. De internetpagina's zijn 100% onafhankelijk en dus niet gebonden aan subsidie(voorwaarden).

Voor publieke meningsvorming is geen mogelijkheid op de huidige wijk.nl, een nieuwe site met een zogenaamd 'praatplein' is in aanbouw. De stichting vraagt zich af of ze wel een community op moeten zetten, omdat het nut daarvan onduidelijk is en de respons c.q. deelneming misschien tegenvalt. Op leefbaarheidspagina.nl bestaan een aantal debatsites, waaraan de stichting ook actief deelneemt. Andere communicatie-functionaliteiten bestaan uit het sturen van een e-mail en het aanvragen van algemene informatie door het formulier op de site in te vullen. Wanneer de stichting een bijeenkomst organiseert, biedt ze deelnemers de mogelijkheid om zich on-line in te schrijven.

**Problemen en knelpunten in de ontwikkeling en continuïteit van de dienst**

De bottleneck voor De Wijk is de continuïteit van de website. Het verzorgen van de content is voor de stichting een grote klus, terwijl actualiteit heel belangrijk is. Aangezien de stichting zelf niet de juiste technische kennis in huis heeft, zou een webmaster ingeschakeld moeten worden. Bovendien bestaat de stichting uit een klein team, waarin niemand hoofdverantwoordelijk is voor de verzorging van de website. De directeur onderhoudt de website grotendeels in zijn vrije tijd.

Juridisch zijn er geen problemen in de ontwikkeling van de dienst. Wel heeft Stichting De Wijk een aanvaring met startpagina gehad, omdat twee links racistisch zouden zijn. Er ontstond een spanningsveld waar sowieso al sprake van was op het gebied van multiculturele samenleving.

Hoewel de stichting geen doelgericht marketingplan heeft met haar internetactiviteiten, nemen de meeste sites spontaan een link op naar De Wijk. De voornaamste marketing wordt bereikt door links op de leefbaarheidspagina en verwijzingen naar de site in de verschillende informatiepakketten. Er zijn geen problemen met het bereik van de dienst.

Een stimuleringsfonds zou afhankelijk van de inhoud en randvoorwaarden eventueel kunnen bijdragen aan de continuïteit van de website. De strategische plannen die de stichting momenteel aan het uitvoeren is, zijn echter financierbaar door particulieren. In die zin zijn er geen financiële problemen. In de toekomst zou het wenselijk zijn een webmaster voor een aantal uren per week aan te stellen, eventueel te financieren uit een stimuleringsfonds.

Een kwestie waar de stichting mee kampt is het delen van kennis en het opbouwen van expertise. Hoewel internet ingezet wordt om informatie te delen, blijft het delen van kennis lastig. Stichting De Wijk meent dat hoofdzakelijk fysieke trainingen en cursussen het delen van kennis ondersteunen.