



de meest
vrije
plaats

29 visies op internet,
technologie en maatschappij



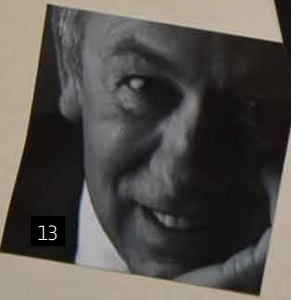
Wahlkampf-Wochen

Die Wahlkampf-Wochen sind ein wichtiger Bestandteil der politischen Auseinandersetzung. In dieser Zeit werden die Kandidaten für die verschiedenen Ämter vorgestellt und ihre Programme diskutiert. Die Wahlkampf-Wochen sind eine Gelegenheit für die Bürger, sich über die verschiedenen Kandidaten und ihre Programme zu informieren. Die Wahlkampf-Wochen sind eine wichtige Phase in der politischen Auseinandersetzung.

Wahlkampf-Wochen

Die Wahlkampf-Wochen sind ein wichtiger Bestandteil der politischen Auseinandersetzung. In dieser Zeit werden die Kandidaten für die verschiedenen Ämter vorgestellt und ihre Programme diskutiert. Die Wahlkampf-Wochen sind eine Gelegenheit für die Bürger, sich über die verschiedenen Kandidaten und ihre Programme zu informieren. Die Wahlkampf-Wochen sind eine wichtige Phase in der politischen Auseinandersetzung.





INHOUD

- 1 **Boudewijn Mayeur** Deelprojectleider Internetsurveillance Jeugd (zuid6) of (hoofd-) agent van politie bij de Politie Limburg Zuid. *De Habbo-pollitie: politiewerk is een geweldig vak!*
www.politie-hn.nl
- 2 **Pedro De Bruyckere** Pedagoog en onderzoeker aan de Arteveldehogeschool, Co-auteur van 'De Jeugd is Tegenwoordig', veelgevraagde public speaker over jongeren, blogger op www.xyofjeinstein.be 'Nothing like the real thing', jongeren, relaties en internet.
- 3 **Gérald Santucci** Head of Unit Networked Enterprise @ Radio Frequency Identification (RFID), DG Information Society and Media, European Commission *Internet of Things, Inleiding over het internet der Dingen*
- 4 **Frank Kresin** Research Director Waag Society Apps voor Amsterdam. *Open Data en Overheid 2.0* www.appsforamsterdam.nl
- 5 **Mike Lee** Burgemeester Appsterdam
6 *Appsterdam en een nieuwe gouden eeuw* http://appsterdam.rs
- 6 **Rob van Gijzel** Voorzitter Stichting Brainport en burgemeester van Eindhoven *De iPad is ook een beetje van Brainport*
- 7 **Vincent Reinders** Oprichter 22tracks
12 *22tracks.com* www.22tracks.com
18 *thefreepants.com* lijn5.com
- 8 **Margreth Verhulst** Public @ Regulatory Affairs XS4ALL *Op de bres voor internetvrijheid* xsmar@xs4all.net
46
- 9 **Niels Huijbregts** Public Affairs @ Woordvoering XS4ALL *Het glazen muiltje van XS4ALL* nielsh@xs4all.net
82
- 10 **Theo de Vries** Directeur XS4ALL *Internet-4all* theo.de.vries@xs4all.net
40
- 11 **Andries Sijm** Oprichter en directeur Wandy
24 *Cloud Company* www.wandy.nl
- 12 **Marjan Besuijen** Programmamanager ICT @ Media, Hivos *The revolution will not be retweeted* www.hivos.nl
44
- 13 **Elco Blok** CEO KPN *De toekomst is van glas* www.kpn.com
79
- 14 **Dagan Cohen** Oprichter Upload Cinema
88 *YouTube hits in de bioscoop* www.uploadcinema.net

Henkel Meijer
www.kpn.nl
Johan Damen
www.geluid.nl
www.geluid.nl
www.geluid.nl

gemeen Directeur SIDN 17
... op te zijn
... Research @ Develop
... Instituut voor
... Publieksparticipatie
... het elfgoedveld veran
... geluid.nl

Nico van Eijk Hoogleraar Informatierecht,
in het bijzonder het Media- en Telecom-
informatierecht, bij het Instituut voor
informatierecht (IVIR, Faculteit der Rechts-
geleerdheid, Universiteit van Amsterdam)
Heineken/ralster en 'eyeball' www.vir.nl

Rashid Niamat Zelfstandig adviseur stra-
tegieontwikkeling, implementatievraag-
stukken en communicatie projecten rond
e-activiteiten en samenwerkingen *Internet
vs casino's. Een complexe strijd*
www.niamat.nl

James Veenhoff Partner, Fronteer Strategy
www.fronteerstrategy.com

Bert Nijboer Algemeen Directeur Reggefi-
ber *Wat was er eerst; de kip of het ei?*
www.reggefi.nl

Ivo Niehe Directeur Niehe Media
www.niehemedia.nl

Corinne Dettmeijer-Vermeulen
Nationaal Rapporteur
Mensenhandel internet
als kans

Christine Karman Oud
voorzitter Meldpunt
Kinderporno, ondernemer,
Kindporno, ondernemer,
software engineer en adviseur *15
jaar Meldpunt Kinderporno en de
toekomst van technologie*

Maxime Verhagen Minister van Econo-
mische Zaken, Landbouw en Innovatie
Internet fascineert en doogt uit

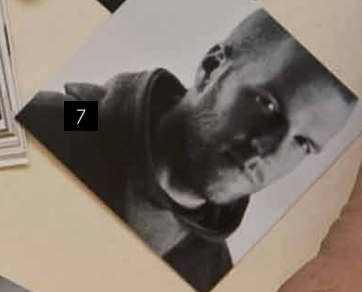
Sara Córdoba Rubino Project manager @
Booreiland *Metaproducten:
betekenisvol ontwerpen voor een verbon-
den wereld* www.booreiland.nl

Wouter Leenards Webdeveloper bij
XS4ALL *www.miniconomy.nl*

Cor Bosman
Oprichter XS4ALL *http://underwater.net*

Maurice Verhoeven Hoofd product- en
ketenmanagement bij XS4ALL
www.legendsonwheels.nl

Niels Huijbregts
Public Affairs @ Woordvoering
www.kokenvoarmijn dochter.nl



iere
LL
rop
rens
tou
ft

21
22
23
24
25
26
27
28
29

136
110
176
112

Inleiding



“The internet is not a big truck.

It’s a series of tubes.”

“The internet is not a big truck. It’s a series of tubes.” Woorden van wijsheid van de Amerikaanse senator Ted Stevens, tijdens het debat over netneutraliteit. Zijn uitspraak leidde uiteraard tot grote hilariteit. Bij XS4ALL gaan we iets verder in het denken over internet. Internet is geen series of tubes, het is een van de duidelijkste verschijningsvormen van een technologische ontwikkeling die zich op allerlei niveaus in de samenleving voordoet, en die de maatschappij in korte tijd ingrijpend aan het veranderen is. Hoewel XS4ALL zich op het eerste gezicht misschien alleen met de infrastructuur en de techniek bezighoudt, voelen we ons ook zeer betrokken bij de maatschappelijke veranderingen die het internet teweegbrengt. We leven in een tijd waarin die veranderingen zo snel gaan dat het van groot belang is om mee te denken en ons aan te passen aan die veranderingen. Maar juist ook om de processen zo te sturen en te beïnvloeden dat zaken de goede kant op bewegen. Dat kunnen we doen doordat we behalve veel technische kennis ook een aantal waarden met ons meedragen, waarden die we hebben meegekregen toen we 18 jaar geleden werden opgericht door een groep idealistische hackers.

De afdeling Public Affairs van XS4ALL houdt zich bezig met thema’s als netneutraliteit, het al dan niet blokkeren van informatie, internetvrijheid, de downloaddiscussie, privacy en security. Thema’s waarin de invloed van internet op de maatschappij, en van de maatschappij op het internet, sterk te voelen zijn. De debatten en besluiten over die onderwerpen proberen we te beïnvloeden met als uitgangspunten de waarden die aan de basis liggen van XS4ALL: een vrij en open internet voor iedereen.

Elk jaar vragen we een aantal bijzondere mensen uit ons netwerk hun visie te geven op de thema’s die het afgelopen jaar belangrijk waren. Elk jaar maken we daar een boek van. Dit boek. Het staat vol mooie verhalen: het afgelopen jaar is XS4ALL eindelijk diensten gaan leveren via glasvezel. We ‘vierden’ de 15e verjaardag van het Meldpunt Kinderporno. En de 25e verjaardag van .nl. We beten ons vast in het Internet of Things en droegen een klein steentje bij aan de Arabische lente. In het boek komen bloggende collega’s aan het woord en er wordt gefilosofeerd over online gokken en de strijd om de tv-kijker. Het is een zeer geslaagde collectie visies, meningen en verhalen geworden, waarvoor veel dank aan alle auteurs. En aan Baracudah, Bureau voor Beeldbeleid dat elk jaar de vormgeving verzorgt. 🐘

We wensen u veel leesplezier!

Margreth Verhulst
Niels Huijbregts
XS4ALL Public Affairs

Appsterdam & de Nieuwe Gouden Eeuw





Een jaar of twee geleden zat ik me in mijn garage in Silicon Valley af te vragen wat ik eens zou gaan doen. Ik had twee opties: óf aan een nieuw project beginnen, óf iets geks doen. Een wereldreis maken of zo, of misschien zelfs een tijdje in het buitenland wonen.

🐾 Mike Lee

Ik was senior engineer bij Apple, had al een paar nieuwe bedrijven opgericht en bedacht me dat hoe verder ik uit Californië weg zou gaan, hoe meer mijn talenten waard zouden zijn. En dat ik met een wereldreis mijn CV een grotere opkikker zou geven dan met nog maar eens een hoge technische functie.

Dit alles gebeurde tegen de achtergrond van de toestand in de Verenigde Staten – de culturele militarisering, de economische crisis en het vastlopen van het maatschappelijke debat. Na het land tien jaar lang te hebben zien wegzakken en na zo hard gewerkt te hebben aan Obama's campagne had ik wel zin om er een tijdje tussenuit te gaan.

Amerikaanse kinderen krijgen constant te horen dat ze ontzettend veel geluk hebben omdat ze in het beste land ter wereld wonen. Maar toen ik eenmaal volwassen was, begon ik blogs van emigranten te lezen die daar kanttekeningen bij zetten en zeiden dat, als je de kosten van levensonderhoud vergelijkt met de kwaliteit van leven, de VS echt niet zo'n topper is.

En zo kwam de dag dat mijn partner Judy en ik al onze bezittingen in een opslagcontainer stopten, ontslag namen en een wereldreis van een jaar planden. De hele VS zouden we doorreizen, om daarna via Zuid-Amerika en Azië in Europa uit te komen.



We hebben Comic-con en Burning Man bezocht en mijn favoriete Japanse band live zien optreden. We hebben op een gletsjer gestaan aan de onderkant van de wereld. We hebben zes weken in Taipei doorgebracht en zijn meegegaan op een groepsreis naar Cambodja die helemaal in het Mandarijn werd gehouden. Terwijl ik helemaal geen Mandarijn spreek.



Ik was op zoek naar een nieuw perspectief, wilde zien hoe verschillende mensen over de hele wereld dezelfde problemen oplossen. Niet alleen in de westerse wereld, de Eerste Wereld, maar overal. Onderweg gaf ik lezingen tijdens technische congressen, waar ik vertelde over de ervaringen en gebruiken die ik in de loop der tijd had verzameld.

Als het even kon, logeerden we bij collega's in plaats van in hotels. Dit was niet zomaar een vakantie — ik had een missie: bedenken wat ik hierna zou gaan doen, en waar ik dat wilde doen. Ik praatte overal ter wereld met App-makers over wat ik deed en wat zij deden en ontdekte dat we allemaal op zoek zijn naar hetzelfde, of eigenlijk naar dezelfde plaats. Om precies te zijn: we willen allemaal daar zijn waar hét gebeurt; daar waar we niet alleen zakelijk succes kunnen hebben, maar ons ook omringd weten door een gemeenschap van gelijkgestemden.



Voor de meeste Europeanen, en eigenlijk voor bijna iedereen in de wereld, is die plek Silicon Valley. Maar helaas komen ze

er al snel achter, zoals ik er zelf ook achter kwam toen ik mensen naar de Valley probeerde te krijgen, dat Amerikaanse steden door het strenge immigratiebeleid vrijwel volledig ontoegankelijk zijn gemaakt.

Het ironische is dat, terwijl er zoveel mensen de VS in proberen te komen, Amerikanen zoals ik er juist weg willen. Sommigen merken dat het land niet voldoet aan hun ideaalbeeld, terwijl anderen gewoon hun horizon willen verbreden en hun kinderen willen laten ervaren hoe het leven buiten Amerika is. Kortom, wat de wereld nu nodig heeft, is een alternatief voor Silicon Valley, een plek die beter toegankelijk is en beter wordt bestuurd dan Californië. Daarom probeert elke technologiestad ter wereld een Silicon Valley te zijn. Maar het lukt ze niet. Waarom niet? Het is een belachelijk idee om een stad te willen omtoveren tot een Silicon Valley. Silicon Valley is immers geen stad; het is een enorm, complex ecosysteem dat zich uitstrekt over meerdere steden, van San Francisco tot San Jose. Je kunt net zo goed van Parijs het nieuwe Duitsland willen maken. Dat slaat ook nergens op. En dat is geen muggenzifterij — wie niet begrijpt dat de Valley een ecosysteem is, begrijpt de Valley niet. Daarom komen de meeste steden in hun plannen ook niet veel verder dan het stimuleren van investeringen in start-ups. Dat is geen ecosysteem, dat is een insect in een jampot.

Een kopie van de Valley is gedoemd te mislukken, zoals elke kopie gedoemd is te mislukken. Zoals de beroemde ijshockeyer Wayne Gretzky, beter bekend als 'The Great One', al zei: "je moet daar naartoe schaatsen waar de puck naartoe gaat, niet waar hij vandaan komt." Of om er nog een Great One bij te halen, Steve Jobs, die daarmee zelf de schilder Picasso citeerde: "Goede kunstenaars kopiëren, grote kunstenaars stelen." Met andere woorden: je moet niet iemand anders' werk namaken, je moet proberen het te verbeteren.

En daarin onderscheidt Appsterdam zich van elke andere technologische gemeenschap ter wereld. We hebben het beste van de Valley overgenomen, en daarbij bewust geprobeerd niet dezelfde fouten te maken die de Valley heeft gemaakt en de problemen op te lossen waardoor slimme mensen wegblijven uit de Valley. Om te beginnen hebben we 's werelds meest vrije, open stad gekozen: Amsterdam, een stad met een eeuwenoude traditie als smeltkroes waar mensen van over de hele wereld samenkomen om mooie dingen te maken en wat ze daar leren, weer mee naar huis te nemen. Een stad omringd door andere geweldige steden, die voor elk wat wils biedt.

In het voorjaar trokken we naar Amsterdam, waar we een groep vrijwilligers bijeen brachten en de 'Summer of Appsterdam' lanceerden om de plaatselijke

technologiegemeenschap te inspireren en bij elkaar te brengen. Zo kwamen mensen samen in een serie initiatieven die van Appsterdam 's werelds hoofdstad der App-makers moesten maken.

Als je in Silicon Valley naar de kroeg gaat, kom je altijd mensen tegen die het over technologie hebben. Dat hebben wij hier ook. Maar wij hebben ook nog gezondheidszorg, netneutraliteit, open data en een overheid die haar natie en continent graag naar een Nieuwe Gouden Eeuw wil leiden.

Anders dan het workaholisme en materialisme waarop Silicon Valley drijft, vindt Appsterdam het gezin belangrijker dan geld. Naast lezingen en workshops voor nerds organiseren we ook gezinsvriendelijke netwerkbijeenkomsten, zodat onze geliefden hun eigen ondersteunende structuren kunnen vormen. Zo voorkomen we dat bij thuiskomst na een project onze partner ervandoor is – of nog erger, dat onze kinderen ons niet meer herkennen.

Waar de Valley eigenlijk alleen respect heeft voor start-ups en engineers, beseft Appsterdam dat in een ecosysteem iedereen een belangrijke rol speelt. Als we het over App-makers hebben, hebben we het niet alleen over starters of over engineers. Sommige kleine bedrijfjes willen grote bedrijven worden, maar veel mensen willen gewoon hun eigen brood en dat van hun gezin verdienen. Sommige mensen willen hun baas ontslaan en zelfstandig worden, anderen zijn liever 's avonds en in het weekend thuis.

Engineers zijn geweldige mensen – ik ben er zelf ook één – maar engineering is maar een onderdeelje van de formule waaruit een succesvol bedrijf wordt gebrouwen. Je hebt ook ontwerpers nodig, marketeers, zakenmensen, juristen en ondersteunend personeel. Amsterdam staat voor tolerantie. Appsterdam staat voor kansen voor iedereen.

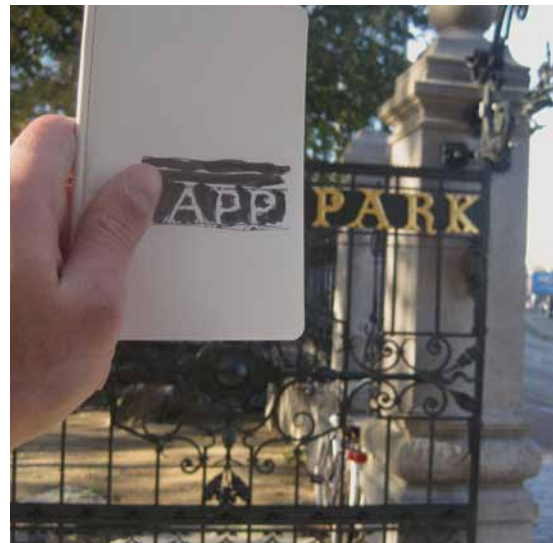
En met 'iedereen' bedoelen we mensen die App-makers willen zijn, mensen die hun baan kwijt zijn en nascholing nodig hebben, of mensen uit branches die de gevolgen ondervinden van de overstap naar apps: schrijvers, uitgevers, musici, en ga zo maar door. Appsterdam is niet alleen de beste plek om App-maker te zijn, maar ook ook 's werelds beste plek om App-maker te worden. Het Appsterdam Speaker Bureau biedt allerlei trainingsmogelijkheden, maar we doen ook ons best om vakkundige mensen binnen te halen en op onze infrastructuur aan te

sluiten. Big Nerd Ranch, de wereldleider op het gebied van technische training, is bijvoorbeeld al naar Amsterdam getrokken om aan de vraag uit Europa te voldoen.

Als bedrijven in de Valley en elders zien hoeveel technologisch werk we in Nederland aan het opzetten zijn, zullen ze hier ontwikkelkantoren openen, waarmee nieuwe banen worden gecreëerd en Appsterdam als wereldwijde hoofdstad van de App-makers wordt neergezet!

Toen Byzantium viel, vluchtten de intellectuelen naar Europa, waarmee de Renaissance was geboren. Toen Europa in de greep van het fascisme kwam, vluchtten de intellectuelen van hieruit naar Amerika, waar de naoorlogse welvaart een vlucht nam. En nu het anti-intellectuele Amerika verovert, zoeken de intellectuelen wederom een goed heenkomen. Laten we ze hier welkom heten.

Laat de Amerikanen hier maar naartoe komen en laat ze hun optimisme combineren met de Europese ratio om een nieuwe technologische wereld te bouwen, met Amsterdam als hoofdstad. Als je films wilt maken, moet je naar Hollywood. Als je apps wilt maken, kom dan naar Appsterdam. Kom langs op <http://appsterdam.rs>, en maak jezelf onsterfelijk door mee te bouwen aan de Nieuwe Gouden Eeuw. 🍷



Apps voor **Amsterdam**, Open Data en Overheid 2.0

Het afgelopen jaar is Nederland in snel tempo in de ban geraakt van Open Data. Publieke instellingen, landelijk en lokaal, onderzoeken hoe in het kader van hun publieke taak verzamelde gegevens online kunnen worden gezet. Denk onder meer aan data over demografie, infrastructuur, logistiek, educatie, criminaliteit, zorg, bouwplannen en vergunningen, lucht-, water en voedselkwaliteit, budgetten en uitgaven. De data worden in zo ruw mogelijke vorm, voorzien van een liberale licentie op een website geplaatst, waarna ontwikkelaars ermee aan de slag kunnen. Hoop en verwachting is dat dit zal bijdragen aan de transparantie en efficiëntie van de overheid en een impuls zal geven aan innovatie en economische groei.

✎ Frank Kresin



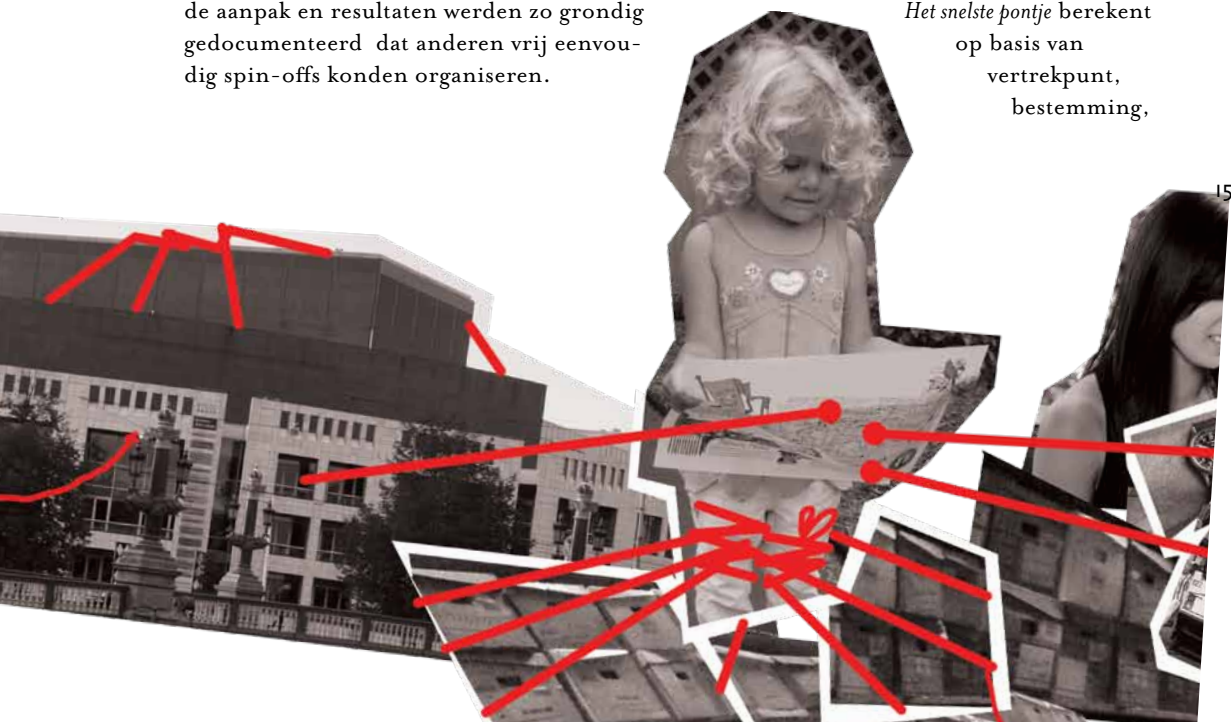
Het buitenland ging ons voor. President Obama verordonneerde bij zijn aantreden de openbare toegankelijkheid van overheidsinformatie ; Engeland volgde op de voet en diverse landen hobbelden daar achteraan. Dat leverde uitgebreide en goed gevulde portalen op met duizenden tabellen en 'datastreams' waar vele honderden applicaties mee zijn gemaakt. Afgelopen september is het Nederlandse landelijke Open Data Portaal geopend; het is nu nog bescheiden, maar raakt allengs meer gevuld en gebruikers kunnen er hun verzoeken om data indienen.

Om Open Data succesvol te laten zijn is meer nodig dan dataportalen. Data moeten worden gebruikt om waarde te genereren. Dat gaat niet altijd vanzelf. In 2008 vond in Washington *Apps for Democracy* plaats, georganiseerd door Peter Corbett van iStrategyLabs. *Apps for Democracy* was een wedstrijd voor makers waarin in een paar weken tientallen Apps werden ontwikkeld op basis van data in het goed gevulde stedelijke dataportaal. Dit was zo succesvol dat dit model wereldwijd navolging vond. Dat was vanaf het begin ook de bedoeling: de aanpak en resultaten werden zo grondig gedocumenteerd dat anderen vrij eenvoudig spin-offs konden organiseren.

Eind 2010 kwamen in Amsterdam drie partijen bij elkaar die samen een verschil konden maken: de afdeling Economische Zaken van de gemeente, Hack de Overheid en medialab Waag Society. Zij sloegen de handen ineen en organiseerden *Apps voor Amsterdam*: een wedstrijd waarin ontwikkelaars werden uitgedaagd om nieuwe toepassingen te ontwikkelen op basis van gemeentelijke databronnen. Enerzijds om nieuwe toepassingen te krijgen voor de stad en haar burgers; anderzijds om gemeentelijke diensten te bewegen om hun data onder de juiste voorwaarden publiek toegankelijk te maken.

En het werkte. De belangstelling voor de kick-off was enorm; data-eigenaren werden enthousiast; de hack-a-thon en de uitreiking werden goed bezocht en de wedstrijd leverde in ruim twee maanden achtenveertig uiteenlopende Apps op. Een selectie van de resultaten: *Green Amsterdam* geeft alle groene voorzieningen in de stad weer; *LocatieLocatie* toont zoveel mogelijk informatie over een buurt in één interface; *Cityment* analyseert het nieuws van AT5 op positieve en negatieve sentimenten en groepeerde deze per wijk;

Het snelste pontje berekent op basis van vertrekpunt, bestemming,





fietssnelheid en de actuele vertrektijden van de pontjes wat de snelste optie is om het IJ over te steken. *Where's my bike* helpt bij het terugvinden van een gestolen of verwijderde fiets; *178xAmsterdam* geeft een indruk van de bijna 200 nationaliteiten die Amsterdam rijk is; *Uitrukscanner* laat zien waar en wanneer de brandweer uitrukt, en de *Amsterdam Quiz* toetst kennis van de stad via afbeeldingen uit het stadarchief.

Ook de winnaars zijn het vermelden waard: de *Energielabel App* verzamelt energiegegevens over gebouwen en woningen; *PeeZy & WC vinder* komen van pas bij hoge nood; *Play Amsterdam* geeft informatie over publieke speelplaatsen; de *OCO scholenzoeker* maakt het eenvoudiger om een school voor je kind te selecteren; *Amsterdam Analytics* geeft aan waar het verkeer in Amsterdam vandaan komt en waar het heen gaat en *Erfgoed.mobi* ontsluit informatie van archieven en musea op locatie.

Al met al was Apps voor Amsterdam een succes. Toch is er ruimte voor verbetering: de duurzaamheid van de resultaten was vanaf het begin sterk begrensd. Enerzijds omdat er niets was afgesproken over het regelmatig verversen van de data door de data-eigenaren. Omdat er geen updates

kwamen werden veel toepassingen al snel minder nauwkeurig en daarmee minder bruikbaar. Anderzijds omdat veel ontwikkelaars geen idee hadden over hoe ze hun App na afloop verder zouden brengen. Maak ik een nieuwe versie, wie is de doelgroep, wie is bereid om te betalen en hoeveel precies? Zonder antwoord op deze vragen is de kans op een duurzaam resultaat klein. Dit is geen exclusief Amsterdams probleem maar terug te zien bij veel van de Apps voor-wedstrijden. Om duurzame impact te krijgen is meer nodig dan een wedstrijd.

Ondanks alle aandacht bij ontwikkelaars en overheden zijn er wereldwijd nog weinig succesvolle diensten met behulp van Open Data ontstaan en de daadwerkelijke impact op de maatschappij, de economie en de levens van mensen is klein. Om dat te veranderen zullen overheden hun datasets onder de juiste condities toegankelijk moeten maken en moeten voorzien van Service Level Agreements waardoor ontwikkelaars weten wat ze kunnen verwachten. Wat is de kwaliteit van de data, hoe vaak wordt ze ververs, wie garandeert dat ze er over een jaar nog is? Er moet een basisset komen van databronnen die gegarandeerd door de overheid worden aangeleverd en die je zonder kosten mag gebruiken in je toepassingen.



Ontwikkelers zullen tegelijkertijd moeten investeren in hun kennis van businessmodellen, in het pitchen en in het samenwerken met marktpartijen om hun ideeën te laten groeien.

Apps voor Amsterdam heeft bijgedragen aan twee veelbelovende lokale initiatieven: een motie over Open Data die is aangenomen in de gemeenteraad en een meerjarig programma gericht op implementatie van Open Data in de stad, ODE. Dat programma zorgt voor de structurele inbedding van Open Data in de processen van de gemeente, waardoor straks duidelijk is welke data actueel blijven en onder welke voorwaarden zij gebruikt kunnen worden. Ook komt er een portaal met data, tools, tips, toepassingen en mensen die behulpzaam kunnen zijn bij het ontwikkelen van nieuwe producten en diensten. Tenslotte worden nieuwe wedstrijden georganiseerd, waarbij het ontwikkelen en ondersteunen van duurzame toepassingen centraal staat, onder meer door een koppeling met investeerders en incubatietrajecten. Daarbij wordt intensief samengewerkt met wat er al in de stad gebeurt, waaronder de activiteiten van Appsterdam, Hack de Overheid, Waag Society, UvA-HvA en verschillende bedrijven.

Om Open Data tot een duurzaam succes te maken zal de overheid zelf grootgebruiker van Open Data moeten worden. Alleen

zo wordt voorkomen dat het thema van de agenda verdwijnt zodra the next big thing zich aandient. Ook kan de overheid voor het vervullen van haar publieke taken gebruik maken van de toepassingen uit de Apps wedstrijden. De markt voor gemeentelijke toepassingen wordt opengebrouwen waardoor kleinere, goedkopere ontwikkelpartijen hun innovatieve werk kunnen doen. Dat is voordelig, omdat de kosten voor IT en beveiliging zo zullen dalen. Daarnaast leidt het tot betere dienstverlening aan burgers, die zelf kunnen kiezen welke Apps zij inzetten voor hun contacten met de overheid. Tenslotte krijgen zij betere informatie en kunnen zij zich gemakkelijker organiseren wanneer dit in hun voordeel is. Een mooi voorbeeld is *Fix My Transport* dat gebruikers van het openbaar vervoer in de VS in staat stelt om misstanden te rapporteren.

Inspiratie is te vinden in twee Amerikaanse initiatieven: *Code for America* en *Civic Commons*. *Code for America* detacheert slimme, pas afgestudeerde programmeurs gedurende negen maanden bij steden om daar software te ontwikkelen. *Civic Commons* biedt een plek voor deze software die Open Source ter beschikking komt. Daarmee wordt gewerkt aan een code base van steeds betere toepassingen die gemeentes, burgers en bedrijven kunnen gebruiken voor een betere, goedkopere en transparantere overheid. Initiatieven als Apps voor Amsterdam zijn een stap in deze richting. De eerste resultaten zijn veelbelovend, maar de echte winst zit hem in het combineren van krachten en resultaten tot een Overheid 2.0. Als je daaraan wilt bijdragen, neem dan contact op. 🐣







22 TIPA CROS

AL TIEN JAAR LANG KRIJG IK EEN ENORME KICK VAN HET VINDEN VAN PRACHTIGE NIEUWE MUZIEK EN HET ONTDEKKEN VAN NIEUWE ARTIESTEN. ALS RADIOHOST VAN EEN LANDELIJKE HIPHOPSHOW (LIJN5, NPS / FUNX) HEB IK ME TOEGESPITST OP ÉÉN GENRE EN WEET IK EXACT OP WELKE ONLINE PLEKKEN IK MOET ZIJN OM EEN VOLLEDIG BEELD TE KRIJGEN VAN WELKE MUZIEK ER IN EEN WEEK UITKOMT IN DE HIPHOPWERELD. DE ÁLLERBESTE NUMMERS DRAAI IK OP DE RADIO IN EEN UITZENDING VAN TWEE UUR. MIJN VOORMALIGE LIJN5 COLLEGA'S, SPECIALISTEN IN DE WERELD VAN ONDERMEER REGGAE EN DUBSTEP, VOLG IK NAUWLETTEND OM ZO OOK OP DE HOOGTE TE ZIJN VAN WAT ER SPEELT IN ANDERE GENRES.



Vincent Reinders

Het is echter vrijwel onmogelijk om radio-shows van twee uur goed bij te houden in meer dan een paar genres, of om te weten waar je moet beginnen met zoeken in een dienst als Spotify. Voor de luisteraar zijn er naast onze radioshow's nog honderdduizenden radiostations, muzieksites en muziekdiensten waar hij of zij terecht kan. Meestal is een radiostation of muzieksite toegespitst op één of twee genres. Die groeiende wirwar en complete overkill aan aanbod deed me besluiten om een aantal bevriende radio- en clubdj's te vragen een overzichtelijke playlist bij te houden. Een maximum van 22 splinternieuwe nummers in een direct te beluisteren playlist, en wekelijks vervang je er vijf. Zo zie en beluister je in enkele klikken de samenvatting van de belangrijkste ontwikkelingen in een compleet muziekgenre. Voor we het wisten hadden we al duizend bezoekers per dag, puur te danken aan de netwerken van de dj's en de luisteraars die hun vrienden doorvertelden over die nieuwe website: 22tracks.com.

22 Dit alles vond plaats in de zomer van 2009. Ook Gilles de Smit, afkomstig uit de wereld van online marketing, ontdekte de website. Enig businessmodel ontbrak; Gilles zag hier wel toekomst in. Na een aantal meetings besloot ik - mijn netwerk was beperkt tot dj's, artiesten en mensen uit de muziekindustrie - om de handen met hem ineen te slaan en te kijken of er geld te verdienen viel met het concept. Veel fantastische online-muziekinitiatieven waren al ten onder gegaan, maar dit kon ons niet tegenhouden. We





MET 30 TOT 40
DUIZEND
LUISTERAARS
PER DAG
BEHOREN WE
TOT DE BEST
BEZOCHTE
MUZIEK
SITES

waren compleet overtuigd dat dit het állerbeste initiatief was. Na enkele maanden liepen we tegen de tienduizend unieke bezoekers per dag aan. De 'branded playlist' werd in het leven geroepen: een homepage takeover, waar merken en festivals hun product of programmering een week lang in kunnen highlighten. Het duurde ongeveer een jaar voordat dit een beetje begon te lopen. In heel 2011 zaten we volgeboekt en de komende vijf maanden zijn ook al volgepland. Merken als Nike, Bacardi en Hewlett Packard worden afgewisseld met evenementen als North Sea Jazz, Mysteryland en de Museumnacht. De bezoeker krijgt nimmer schreeuwende commercials door de muziek heen of storende popups over de playlists, slechts een nieuwe - vaak door 22tracks samengestelde - playlist om te ontdekken. Zo sympathiek en effectief hebben we advertising in de muziekwereld nog niet eerder gezien. Veel luisteraars melden op Twitter en Facebook hoe fijn zo'n lijst van Reebok of het Amsterdam Dance Event is, en ze verwijzen hun vrienden door. Wat er in feite gebeurt is dat de consument wegloopt met de adverteerder. En 22tracks is spekkoper.

24

Wil je niets weten van de branded playlist van die week, dan kun je gelijk door naar je favoriete lijst, niks aan de hand. Doordat het een



lovable concept is, kunnen we nog altijd rekenen op fantastische PR-aandacht. Door elke denkbare krant of magazine zijn we al besproken, mede dankzij de vele awards die we winnen. Meest Innovatieve Concept, Beste Nieuwe Online Muziekinitiatief, Top 100 New European Company, een nominatie voor de gerenommeerde Amsterdamprijs en de leukste: Startup van het Jaar 2011. Allemaal zorgen ze voor nieuwe media-aandacht, met mijn bezoek aan De Wereld Draait Door als hoogtepunt. Met dertig- tot veertigduizend unieke luisteraars per dag behoren we nu tot de best bezochte Nederlandse muzieksites. En als je een blikvanger bent, komt er van alles op je af. Van vergaande samenwerkingen met het Foam Museum en de Nieuwe Revu tot aanvragen om *instore sounddesign* te verzorgen van grote winkelketens.

Daarnaast wekten we ook de aandacht van dj's in andere landen, waar weer andere muzieksoorten of tracks populair zijn. Hier ontstond bij ons de (realistische) droom om ooit in 22 steden actief te zijn. Deze zomer lanceerden we 22tracks Brussel, met 22 topdj's uit de Europese hoofdstad. Een fantastische muziekstad bovendien, en wij vonden 22 geweldige dj's die bereid waren om ons op 22tracks te voorzien van de beste nieuwe muziek. Eén van de major platenlabels aldaar, Sony Music, was zo verheugd met dit nieuws dat ze gelijk vier playlists inkochten. In plaats van ons te belagen met wurgcontracten of voorschotverplichtingen, kunnen we zo samen groeien. En dat is hard nodig

in België, waar online weinig gebeurt met muziek. Doordat de curatoren allemaal uit Brussel komen voelt het voor de Belgen bovendien als hun eigen startup. Het hele circus begint daar nu dus weer opnieuw.

Deze winter nog gaan we uitbreiden naar Londen, in mijn ogen dé muziekstad van de wereld. Dat zal ongetwijfeld een mondiale PR-golf tot gevolg hebben. En de Britse advertentiemarkt is natuurlijk een stuk groter dan de Nederlandse. In 2012 willen we 22tracks lanceren in Berlijn en New York. De twee voornaamste uitdagingen liggen hier in het vinden van de juiste dj's én het bewandelen van de juridische paden. Dat laatste is nog een pittige, maar de hele muziekindustrie weet dat nieuwe initiatieven als 22tracks hard nodig zijn in deze tijden. En wat dat betreft worden we eerder met open dan met gekruiste armen ontvangen in de kantoren van platenmaatschappijen en auteursrechtenorganisaties. Alles wijst erop dat de timing perfect is voor een platform als 22tracks. Nu moeten we zorgen dat we onze huidige hype in Nederland vasthouden, en in de andere landen gaan creëren. De kern blijft voor ons om samen met geweldige dj's kwaliteitsmuziek te pluggen binnen een zo breed mogelijk scala aan genres. Dj's die zich bovendien vrijwillig voor 22tracks inzetten omdat hun naamsbekendheid groter wordt en hun aantal boekingen stijgt. Zolang we het maar op een overzichtelijke manier blijven presenteren en nooit zelf slachtoffer worden van waar we tegen strijden: de overkill. 🤘



Glowed Company

Dankzij het internet verandert de economische wereld om ons heen snel. Die verandering gaat bijna onmerkbaar en is ingrijpender dan we in de gaten hebben. Nog nooit was het aantal inschrijvingen van nieuwe bedrijven bij de Kamer van Koophandel zo hoog. Het overgrote deel daarvan heeft zijn business via het internet of op het internet geparkeerd staan. Natuurlijk, veel van die starters stoppen weer net zo hard, maar een flink deel blijft in business. Het leger kleine ondernemers dat via het internet werkt, en vooral samenwerkt met andere kleine ondernemingen groeit gestaag. Ik ben een van hen.

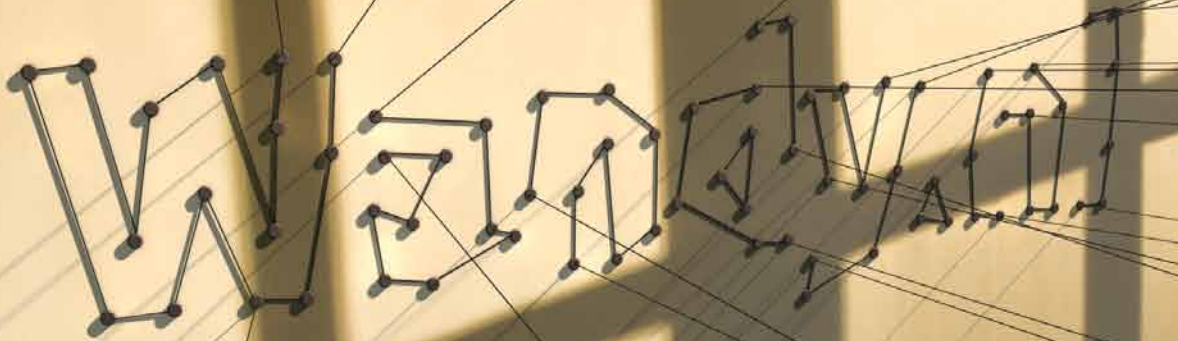
Na 12 bazen en 13 ongelukken liep ik in 1990 voor het eerst tegen het Internet aan. Toen was het nog een ongrijpbare verzameling gekoppelde Bulletin Board Systems van universiteiten in een soort modemnetwerk, ooit verzonnen door Amerikaanse militairen. Zo liet ik het me tenminste uitleggen. Wow... mystiek! Daar moest ik meer van zien. In die tijd zat ik nog gezellig met een clubje nerds te knutselen aan Amiga's, Atari's en PC's. We kwamen uit de jaren '80 en hadden het decennium van de Bom en het grote doemdenken er eindelijk op zitten. De wereld zag er weer wat rooskleuriger uit en we konden alleen maar vooruit. Een zaakje starten via dat netwerk van Bulletin Board Systems leek de toekomst en we gingen hard. Zo hard dat we niet in de gaten hadden dat we onder de duiven van het establishment aan het schieten waren. Het liep gierend uit de hand en we werden een pootje gelicht door het grote Vendex. Achteraf bezien is het wel logisch. We waren jonge honden en laptten te veel conventies aan ons laars. We waren te vroeg.

Toen kwam de overstap naar de Koninklijke PTT. Ik wilde wel eens zien hoe dat nu eigenlijk werkte bij een groot bedrijf. Verbazingwekkend, wat je daar kon leren: techniek en nog meer techniek. Ik werd er gulzig van en maakte carrière. Spelletjes en politiek, voordat je het weet ben je bijna tien jaar verder. In die tien jaar veranderde de wereld om ons heen. De groei van de jaren '90 had mij zó beziggehouden dat die veranderingen kwamen zonder dat ik er erg in had. De tijd was rijp om te doen wat eerder onmogelijk bleek: je weg zoeken via het internet, nieuwe vrienden vinden, een business starten en er wat moois van maken. Het enige wat je nodig had was een computer en een internetaansluiting. Tja, en die internetaansluiting was er niet in 2000. Voor mij niet in ieder geval. Ik was gewend aan een lijn van mijn baas, de

KPN. Toen ik daar wegging, was ik ook mijn aansluiting kwijt. Het is nauwelijks meer voor te stellen, maar tien jaar geleden was er in het dorp waar ik woonde geen ADSL en geen kabel. Er was alleen een aansluiting via ISDN. Een hele dag online zijn was een kostbare zaak.

De beste business begint vaak met een ergernis. Zo ook voor mij. Het niet kunnen krijgen van een ADSL-verbinding leverde een actiegroep voor breedbandinternet op: NLflatfee. Iedere Nederlander had recht op een breedbandaansluiting! Het was geweldig. Een goede reden om dwars te zijn, een hoop herrie te maken, te leren wat gelijkgestemden drijft en antwoorden en oplossingen te zoeken. Van ADSL- en kabelprojecten, via gemeentes, provincies en landelijke politiek gleden we van de Randstad het platteland op. Steeds kleiner werden de groepen mensen en plaatsen die nog geen breedbandinternet hadden. Binnen een jaar liepen we al tegen de minimumomvang van de vraag aan: wat doen we met de enkelingen waarvoor het echt niet rendabel is om een ADSL- of kabelaansluiting te realiseren? Zo kwamen we uit bij draadloos.

Met Johan de Stigter, toen actief binnen Wireless Leiden, zijn we begonnen met het maken van eigen Wifi-apparaten die geschikt waren voor gebruik buiten. In tien jaar groeiden we uit tot een organisatie en product dat Wandy heette. Binnen Wandy werken wisselend een man of zeven. Rondom Wandy werken al snel 50 personen aan projecten of gerelateerde diensten. Wandy is geen conventioneel bedrijf. Het is eigenlijk geen bedrijf, maar een samenwerkingsverband. We hebben geen managers, geen afdelingen met medewerkers en ook geen traditioneel bedrijfspan.



Hoe werkt het dan? We hebben twee vestigingen, één in De Meern en één in Andijk. In De Meern zijn het magazijn, een werkplaats, een kantoor en een opleidingsruimte te vinden. In Andijk bevinden zich een kantoor en een werkplaats voor support en assemblage. Buiten deze locaties om werken nog meer mensen aan Wendy, die

dat allemaal op persoonlijke titel doen. Het zijn internetondernemers die aanschuiven bij projecten op het moment dat het kan en nodig is. Vaak zijn dit mensen uit Nederland, maar ze kunnen ook uit België, Egypte, Tanzania, of Hongkong komen. Hetzelfde geldt voor toeleveranciers, die kunnen net zo makkelijk in de Filipijnen of

Letland, als in Amsterdam zitten. In de praktijk werkt dit verbazingwekkend goed. Deze manier van samenwerken via het internet gaat heel erg over geven en nemen, krijgen en gunnen. Het is een heel vriendelijke manier van samenwerken en zelfs 'voor elkaar zorgen'. Een belangrijk aspect is dat alle betrokkenen zelf belanghebbend zijn en weten dat het bij de ander ook goed moet lopen. Wij zorgen dus goed voor elkaar. 'Als het bij jou regent, dan druppelt het bij mij ook.' Als de ander wegvalt, om wat voor reden dan ook, dan stagneert de samenwerking en de business. Wij zijn typische kenniswerkers en die kennis vervang je niet zomaar.

Deze werkwijze is ook beter voor de mensen die zich laten inhuren. Ten eerste krijgen zij voor de uren dat zij werken een veel hogere prijs. Wanneer ze niet voor Wendy werken, kunnen zij zichzelf weer inzetten bij andere opdrachtgevers, of voor hun eigen betaalde klussen. Bovendien voelt de ingehuurde, samenwerkende partner zich veel beter. Er zijn geen dagen waarvan je achteraf denkt: Wat heb ik vandaag eigenlijk gedaan? Medewerkers hebben zo een beter gevoel over hun toegevoegde waarde, over de kosten en baten en vooral over het afgeleverde werk.

Op deze manier (zonder overhead) halen we een enorme efficiëntie. Een deel van die winst is terug te vinden in onze meer dan schappelijke prijzen. De winnende combinatie van scherpe prijzen voor ongekennde service en support, geeft ons altijd een voorsprong in de concurrentie met grote bedrijven. Het andere deel van de door efficiëntie behaalde winst reserveren we voor tijden dat het minder gaat, voor de ontwikkeling van nieuwe producten, of andere investeringen. Zo wordt onze manier van werken ook nog heel robuust.

Wat leveren al die voordelen op? We hebben in de afgelopen tien jaar de mooiste, wildste projecten gedraaid met Wendy. De militaire compounds in Afghanistan zijn volgezet met verbindingen voor militairen van alle nationaliteiten. We hebben Hotspotoplossingen verzorgd voor vakantieparken over de hele wereld en hebben dorpen en steden van draadloos internet voorzien tot ver in Afrika en Azië. Ook straalverbindingen naar schepen en hotspots op veerboten en luchthavens zijn gerealiseerd. Netwerken via koper, glas of door de lucht - het maakt niet uit. Er zijn Wandys te vinden op de gekste plekken, van de Noordpool tot in de Sahara. Uitdagende techniek op onmogelijke plekken toepassen en altijd tot een goed werkende en mooie oplossing komen, daar worden wij technici nou blij van!

Voor mij persoonlijk geeft het zekerheid te weten dat het goed gaat met mezelf en de mensen om me heen. Ik zie een mooie toekomst en put nog meer zekerheid uit de wetenschap dat ik mijn lot in eigen hand heb. Banken rollen om, pensioenen zijn niets meer waard en we moeten misschien gaan werken tot ons zeventigste. Werknemers staan met duizenden tegelijk op straat en zelfs landen gaan failliet. Zo zie je de wereld veranderen, grote multinationals afbrokkelen. De economie gaat er anders uit zien en bedrijvigheid wordt anders georganiseerd dan het traditionele 'baas en werknemer'. In een 'cloud' werken is een mooie verandering en wat mij betreft ook een mooie kans. Ik heb hem niet laten lopen, en gun iedereen hetzelfde. ✨

METAPRODUCTEN

betekenisvol ontwerpen

voor een verbonden wereld

Ontwerpers zijn continu op zoek naar de kruispunten waar mensen, technologie en zakelijke kansen samenkomen. Ontwerpers en creatieve ondernemers zijn voortdurend aan het innoveren. Daarbij slaan ze bruggen tussen verschillende belangen en maken ze grote hoeveelheden ongestructureerde informatie inzichtelijk. Op die kruispunten proberen wij uit te vinden wat de maatschappij wil, welke technologie dit mogelijk maakt en op basis van welke bedrijfsmodellen dit alles een plek kan krijgen in ons economische systeem.

De technologische mogelijkheden zijn er, en ze worden elke dag beter - hierdoor wordt het vinden van de juiste kruispunten heel aantrekkelijk. Stel je eens voor hoe ontzettend veel nieuwe informatie er met de steeds mobielere web- en sensortechnologie beschikbaar komt. Je zou de wereld kunnen zien als één groot datacentrum en interface ineen. Dat geeft het genereren van kennis, nieuwe gedragsvormen en nieuwe relaties een geheel nieuwe dimensie. We zien dat nu al met mobiele Apps met real time connectiviteit - die veranderen de manier waarop we reizen, feestvieren, medisch advies inwinnen, en ga zo maar door. Dat klinkt allemaal heel aantrekkelijk en iedereen wil er aan meedoen. Dat dachten wij tenminste wel meteen. We waren gefascineerd toen we zagen hoe webdiensten hun weg naar de echte wereld vonden - als eerste iTunes met de iPod. En toen we het door Violet ontworpen Nabaztag zagen, werden we nog enthousiaster. Een konijn met wifverbinding en intelligente sensoren dat een volstrekt nieuwe manier van communicatie en kennisoverdracht tussen apparaten en mensen liet zien.

Waarschijnlijk dacht nog niet iedereen er zo over, maar wij raakten zeer geïnspireerd toen we beseften dat er kennelijk een verlangen was om communicatie tussen mens en computers menselijker te maken.

Daarom zijn wij begonnen onze eigen gedachten en gesprekken met interessante mensen over pervasive computing en het Internet of Things op te schrijven en deze voor ontwerpers te vertalen naar de wereld van producten, diensten, grafisch ontwerp en interactieontwerp.

Tijdens het schrijven kwamen we een aantal eyeopeners tegen. De eerste: het meest uitdagende aspect met betrekking tot het vinden van succesvolle kruispunten tussen mensen, technologie en het bedrijfsleven is niet de technologie (hoe complex die soms ook is). Het meest uitdagende aspect is de mens, met z'n denkbeelden en ambities en hoe die vorm krijgen. Leerprocessen en de manier waarop mensen kennis creëren veranderen op dit moment sterker dan ooit, en daarmee verandert ook de manier waarop we de wereld betekenis geven. We zitten midden in een revolutie. De wereld wordt op grote en op kleine schaal op zijn kop gezet door de manier waarop wij informatie maken en gebruiken. De revolutie kan vervelend en soms eng zijn, maar ook hoopgevend, als mensen, technologie en het bedrijfsleven elkaar op nieuwe kruispunten tegenkomen. Wij geloven dat deze nieuwe kruispunten het mogelijk maken om de schade die we onze maatschappij en planeet hebben toegebracht, te herstellen. Dat klinkt misschien idealistisch, maar wij geloven echt dat ontwerpers en creatieve ondernemers al die nieuwe technologieën kunnen inzetten om er prachtige dingen mee te doen. En dat gaat allemaal al heel snel gebeuren: volgens de meest recente schattingen van Ericsson zijn in het jaar 2020 meer dan 50 miljard apparaten aangesloten op de cloud. Apparaten die informatie uitwisselen over ons lichaam, onze vrienden, onze familie, ons huis, ons werk, het weer, onze hobby's, productiviteit en prestaties. Allemaal zullen ze in verbinding staan met netwerken van dingen, diensten, mensen en omgevingen. Dit noemen we

ook wel metaproducten: slimme producten en servicenetwerken waarin het web een centrale rol speelt.

Wie ontwerpt al die interacties? Die vraag leidde tot onze tweede eyeopener: we concludeerden dat ontwerpers vandaag de dag vaardigheden nodig hebben om samen te kunnen werken met andere specialisten, om zo uit de overvloed aan informatie die overal om ons heen beschikbaar is datgene te filteren dat er echt toe doet. Met die vaardigheden bedoelen we hier niet alleen dat ze op de hoogte moeten zijn van de nieuwste ontwikkelingen in de datawetenschap. We bedoelen dat wij als ontwerpers een mindset en een houding moeten aannemen waarmee we informatie op waarde kunnen schatten, om zo betekenisvolle diensten te bedenken. Een nieuwe mindset die ons vertelt dat het gedrag van mensen niet langer wordt bepaald door de producten en diensten die ze kopen. Nee, in plaats daarvan beïnvloedt het gedrag van mensen juist deze producten en diensten: de vraag wat we doen, waar we dat doen, hoe vaak, enzovoort, bepaalt de interactie van de producten en diensten van de toekomst. Ontwerpers die in staat zijn het grote geheel te overzien en mee te denken over de relaties tussen mensen, diensten, producten en hun omgeving in een netwerk – dat zijn de ontwerpers die innovatie herkennen.

Onze derde eyeopener was dat we zagen dat het wereldwijde netwerk vereist dat diensten integreren en organisaties decentraliseren. Daarom moeten we flexibele manieren zoeken om écht samen te werken en om over de grenzen van disciplines heen te stappen, zodat we op de raakvlakken van deze disciplines innovatieve oplossingen vinden. Om een dergelijke manier van werken voor elkaar te krijgen, moeten ontwerpers goed zijn in het communiceren van complexe interacties en relaties binnen netwerken waar apparaten, mensen, diensten en omgevingen dynamisch waarde uitwisselen.

En zo kwamen we nog veel meer eyeopeners tegen en allerlei nieuwe vragen, en werden we steeds enthousiaster over metaproducten en het Internet of Things. We zijn er nog niet. Sterker nog, we staan waarschijnlijk aan het prille begin van de ontwikkelingen. We besloten ons boek de titel 'Meta Products: Meaningful Design For Our Connected World' te geven. We hebben Mike Kuniavsky (de auteur van 'Smart Things: Ubiquitous Computing User Experience Design') bereid gevonden een zeer inspirerend voorwoord te schrijven, en vele andere experts (van TNO, Philips, Umea, MIT, Oxford, enz.) hebben meegewerkt aan interviews. Het boek komt voort uit onze ontwerpactiviteiten, maar is geschreven vanuit een wetenschappelijk perspectief. Hoe kunnen creatieve specialisten omgaan met de nieuwe eisen die onze verbonden wereld stelt? Hoe kunnen ontwerpers zich voorbereiden op de problemen en voordeel halen uit de mogelijkheden die de nieuwe technologieën onze maatschappij brengen? Deze vragen worden in ons boek gesteld om een dialoog op gang te brengen, een stapje terug te nemen en stil te staan bij onze geschiedenis, onze prestaties, onze ambities, de manier waarop we kennis opbouwen en waarop we, alleen en samen, leren.

In het laatste hoofdstuk presenteren we onze ontwerpbenadering, die we 'Network Focused Design' noemen. Deze holistische benadering van het netwerkontwerp is vooral gericht op de relaties tussen diensten, producten, mensen en hun omgevingen. Hij is gebaseerd op onze eigen ervaring en op leertheorieën waarin de ambities van mensen worden herkend als kansen voor het creëren van nieuwe waardevolle relaties. In deze benadering wordt ontwerpers gevraagd buiten de technologische kaders te denken, om zo innovatieve mogelijkheden voor informatie-uitwisseling te herkennen. We hanteren deze benadering ook binnen onze

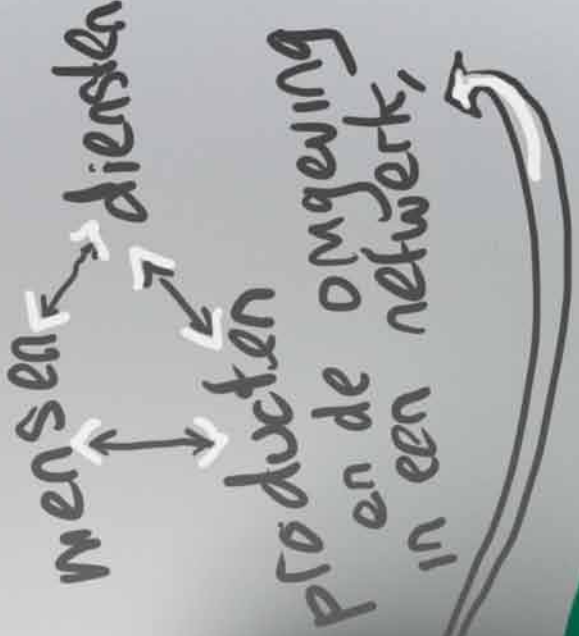
eigen projecten. Daarnaast organiseren we workshops en bieden we onze klanten creatief advies en consultancy. Deze flexibele benadering kunnen we voor elk individueel project aanpassen, van merkcommunicatie tot webdiensten, van games tot de ontwikkeling van nieuwe product services. Omdat we ervan overtuigd zijn dat we in de meeste van onze projecten in de toekomst te maken zullen krijgen met online product servicenetwerken, willen we voorop lopen in *best practices* op het gebied van ontwerp. Wij denken dat het goed is om de dialoog aan te gaan. En dat is precies wat we met dit boek doen. De ideeën in ons boek zullen gesprekken en nieuwe gedachten op gang helpen en nieuwe mogelijkheden blootleggen. Het is een boek voor de toekomst en een uitnodiging aan ontwerpers om onze verbonden wereld binnen te stappen en ervoor te ontwerpen. 🐣

die in...

HEI
GROTE
GHEEL


te zien, en mee
te denken over de
relaties tussen

DAT ontwerpers
zijn die innovatie
herkennen.







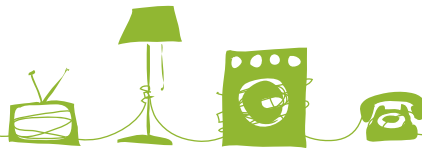


Inleiding op
het Internet
der Dingen

De wereldwijde markt voor het Internet der Dingen (hardware, aansluitingen, diensten en voorzieningen) heeft een enorm potentieel. In 2020 zal hier naar schatting zo'n duizend miljard euro in omgaan, zeven keer zo veel als nu. Op dit moment zijn er ongeveer negen miljard apparaten verbonden met Internet. Analisten voorspellen dat dit er in 2020 ongeveer vijftig miljard zullen zijn, afhankelijk van de definitie van 'apparaat'.



Gérald Santucci



Waarom is het Internet der Dingen zo'n belangrijke ontwikkeling?

De term 'Internet of Things', ofwel het Internet der Dingen, is al in 1998 bedacht door de community van RFID-ontwikkelaars (Radio Frequency Identification), maar begint nu pas door te dringen tot de wereld van wetenschappers en onderzoekers. De term verwijst naar een concept waarin dingen, met name alledaagse voorwerpen, via internet kunnen worden gelezen, herkend, gevonden, bereikt en/of beheerd. Het Internet der Dingen zorgt dat informatie- en communicatietechnologie niet alleen gebruikt wordt voor communicatie tussen mensen en organisaties, maar ook voor alledaagse interacties in alle lagen van de samenleving en de economie. Informatie over objecten in de werkelijke wereld, en de directe omgeving van die objecten, wordt verzameld en opgeslagen door middel van sensoren

en geïntegreerde systemen. Die apparaten, die overal worden ingebouwd en kunnen worden gedragen door gebruikers, wisselen informatie uit via de draadloze communicatiesystemen die overal aanwezig zijn, en delen die informatie met allerlei lokale, externe of gedistribueerde toepassingen.

Er zijn allerlei vergelijkbare - voornamelijk Engelse - uitdrukkingen in omloop, zoals 'pervasive computing', 'ubiquitous computing' of 'ubicomp', 'ubiquitous networking', 'tangible interfaces', 'ambient intelligence', 'denkende dingen', 'calm technology', en ga zo maar door. Waarom lijkt de term 'Internet of Things', of Internet der Dingen, dan het populairst? Waarschijnlijk omdat deze term voor mensen het gemakkelijkst te begrijpen is - met de metafoor van Internet wordt aangegeven dat alles met elkaar in verbinding kan staan.

Vrijwel elke machine en elk product heeft zijn eigen unieke identificatiecode. In het bedrijfsleven kunnen productie en management hierdoor worden gevirtualiseerd. Producten en diensten zijn onbegrensd oproepbaar en in grote economische sectoren zoals nutsbedrijven (met name energie), transport, bouw, detailhandel, het bankwezen, de gezondheidszorg, industriële processen en beveiliging en bewaking kunnen zo grote systemen ontstaan waarin alles onderling verbonden is. Meer specifiek kan het Internet der Dingen op het gebied van wereldwijde kwesties bijdragen leveren aan bijvoorbeeld eMobility, decentrale energieproductie en -consumptie, diensten op het gebied van hernieuwbare energie en de ontwikkeling van 'smart cities'. Op het maatschappelijke vlak zal het Internet der Dingen de belangrijkste manier worden om op een eenvoudige en handige wijze informatie te krijgen en gebruiken. Zo kunnen winkelende klanten simpelweg afrekenen door door een poortje lopen - het bedrag wordt vervolgens van hun rekening afgeschreven, en ze krijgen een elektronische kassabon die ze op het display van hun mobiele telefoon kunnen bekijken. Hand-held apparaten zoals smartphones worden universele afstandsbedieningen waarmee je bijvoorbeeld zoekgeraakte spullen kunt opsporen, problemen met huishoudelijke apparatuur kunt oplossen en op afstand allerlei apparaten kunt bedienen. Ongelukken worden voorkomen doordat voertuigen draadloos met elkaar communiceren. Het medicijnkastje merkt automatisch dat iemand zijn medicijnen niet gebruikt zoals is voorgeschreven, en waarschuwt de pa-

tiënt. Als een bepaald medicijn bijna op is, wordt automatisch een nieuw recept aangevraagd of een afspraak met de dokter gemaakt.

De wereld verandert voortdurend. Voor veel mensen, vooral in Europa, zijn de veranderingen pijnlijk en worden ze nog eens verergerd door de kredietcrisis die de Europese Unie in zijn greep houdt. Mensen hebben het gevoel dat de regels halverwege de wedstrijd opeens zijn veranderd. En dat is ook zo. Binnen één enkele generatie is de technologie zo veranderd dat we totaal anders zijn gaan leven, werken en zakendoen. Staalfabrieken die voorheen duizend werknemers nodig hadden, kunnen hetzelfde werk nu met honderd man af. Vandaag de dag kan elk willekeurig bedrijf een winkel opzetten, mensen aannemen en producten verkopen. Het enige wat ze nodig hebben, is een internetverbinding. Ondertussen investeren landen als China en India in onderzoek en nieuwe technologieën. China heeft onlangs 's werelds grootste particuliere onderzoeksfaciliteit op het gebied van zonne-energie opgezet en in de meest recente top-tien van de krachtigste, best presterende computers ter wereld staan twee Chinese supercomputers (de Tianhe-1A op plaats 2 en de Nebulae op 4). Bovendien wil de Chinese overheid tot 2020 een bedrag van ongeveer € 450 miljard investeren in het Internet der Dingen, met toepassingen op het gebied van beveiliging, distributie en transport van elektriciteit, logistiek en toeleveringsketens, gezondheidszorg en elektronisch betalingsverkeer via handsets.



Binnen één enkele generatie is de technologie zo veranderd dat we totaal anders zijn gaan leven, werken en zakendoen.

Dus ja, de wereld verandert. En dat zouden Europeanen als een uitdaging moeten zien. Europa is de enige regio ter wereld die zich laat inspireren door haar culturele, religieuze en humanistische erfgoed en de universele waarden van de onschendbare en onvervreembare rechten van de mens, vrijheid, democratie, gelijkheid en rechtsorde. De toekomst ligt in onze handen, maar we kunnen niet aan ons gezamenlijke Europese doel vasthouden door ons simpelweg te verzetten tegen veranderingen. Elke generatie moet offers brengen, vechten en met de nieuwe tijd meegaan. We weten hoe moeilijk het vandaag is om industrieën en banen te behouden; daarvoor moeten we innovatiever en slimmer zijn en harder werken dan de rest van de wereld.

Om de toekomst in eigen hand te houden moeten we in de eerste plaats voorop blijven lopen op het gebied van innovatie. Een tijdje geleden heb ik geschreven dat Europa haar toekomst niet de rug toe kan keren. Voor die toekomst is het belang-

rijk dat Europa voorop kan lopen in die technologieën waaruit het Internet der Dingen wordt opgebouwd - een combinatie van ICT, nanotechnologie, biologie en cognitiewetenschappen. Maar alleen baanbrekend werk verrichten in dit soort nieuwe belangrijke technologieën is niet genoeg. Europa moet ook een vruchtbaar bedrijfsklimaat scheppen voor investering en innovatie, vooral om het startende bedrijven mogelijk te maken op een financieel gezonde manier te groeien, bedrijven die het in het begin soms moeilijk vinden om een goed bedrijfsmodel op te zetten van waaruit ze groter kunnen worden.

Het Internet der Dingen is om ten minste twee redenen een bijzonder onderwerp. De eerste reden is zijn technologische status en aard. Het is geen op zichzelf staande infrastructuur; het maakt voornamelijk (maar niet uitsluitend) gebruik van de bestaande internetinfrastructuur, vooral op het gebied van herkenning en naamgeving. Tegelijkertijd bestaat het uit talloze lokale privénetwer-

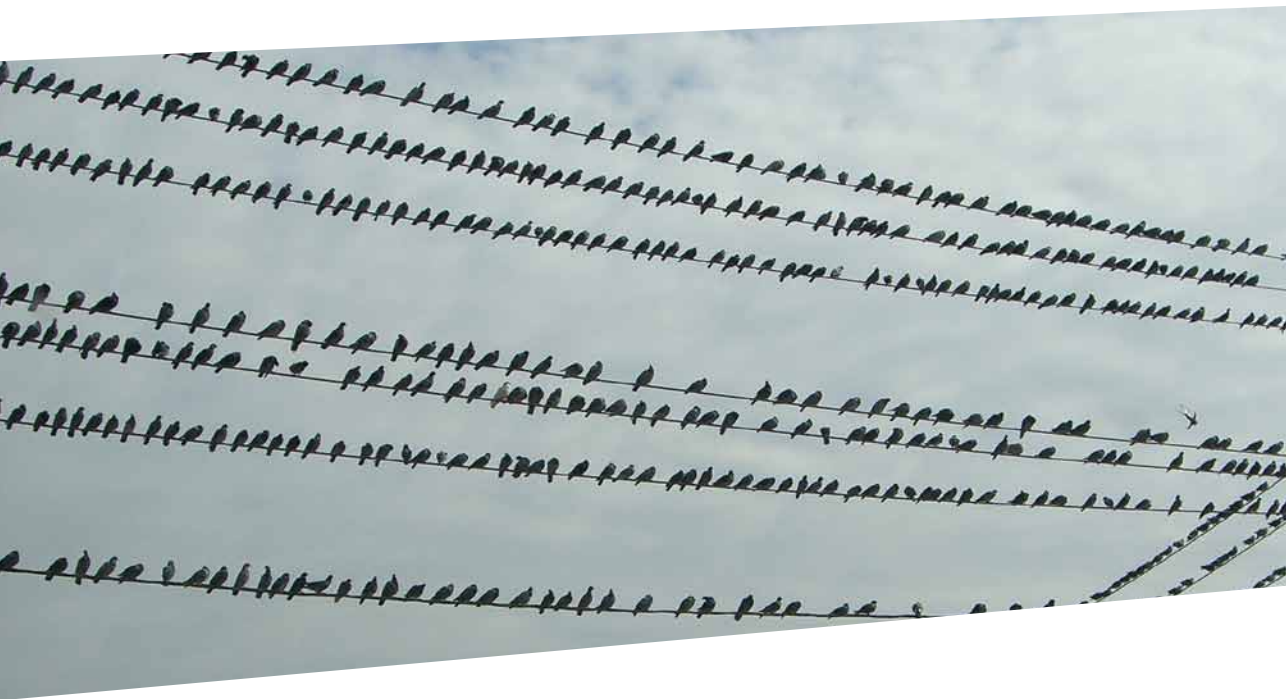
ken die met elkaar in verbinding staan. Het woord 'Internet' in de term 'het Internet der Dingen' slaat dus niet op een netwerkinfrastructuur maar op het netwerk dat wordt opgebouwd door de interactie tussen de objecten die deelnemen in een veelheid aan netwerken. En er komen zo veel van dat soort onafhankelijke netwerken bij, dat het systeem steeds complexer wordt en de druk toeneemt om autonome netwerkkarchitecturen te bouwen voor het zichzelf beherende Internet van de Toekomst.

De tweede reden ligt in de maatschappelijke gevolgen. Dingen worden steeds 'slimmer': apparaten kunnen de omgeving waarnemen en ermee communiceren, en elk apparaat is uniek. Als voorwerpen zelf kunnen bepalen wat ze doen, veranderen ze van een 'object' in een nieuw soort 'subject', een handelende 'persoon'. Die trend zal ongetwijfeld juridische en ethische gevolgen hebben. De hele aard van de relatie tussen mensen en dingen zal veranderen. Vandaag de dag zijn objecten vooral statisch en onveranderlijk, terwijl hun eigenaren en gebruikers continu veranderen. Door het Internet der Dingen kan een diepe emotionele band tussen (slimme) objecten en hun eigenaar/gebruiker ontstaan. Ik noem dat de 'metamorfose van objecten'. Dit is geen fictie of poëzie, we zien nu al dat mensen een innige band hebben met hun digitale apparaten en dat ze zich na het verlies van bijvoorbeeld hun smartphone haast geamputeerd voelen. Kunnen 'slimme objecten', die voorheen alleen dienden als fysiek communicatiemiddel tussen mensen, zelf het 'subject' van een dergelijk soort liefde worden? Ja, het Internet der Dingen zal ons nog versteld doen staan.

Daarom moet Europa zich voorbereiden op wat het Internet der Dingen in de technologische wereld en de maatschappij teweeg kan brengen. Dat gebeurt nu al via twee instrumenten die elkaar aanvullen: het Internet of Things European Research Cluster (IERC), dat samenwerking bevordert tussen ruim twintig relevante onderzoeks- en innovatieprojecten, en de Internet of Things Expert Group, waarin een aantal van de meest vooraanstaande experts de Europese Commissie adviseert over de beleidsmaatregelen die moeten worden genomen om alles uit het Internet der Dingen te halen wat er voor de Europese economie en maatschappij in zit en tegelijkertijd privacy, veiligheid en ethiek te waarborgen.

Het Internet der Dingen is onderdeel van onze toekomst. Maar zoals Robert Kennedy ooit zei: "De toekomst is geen cadeau. Het is een prestatie. Elke generatie bouwt aan zijn eigen toekomst. Dat is de belangrijkste uitdaging van het heden." Met andere woorden: als we met het Internet der Dingen aan een betere toekomst willen bouwen, kunnen we niet stil blijven staan. Dan moeten we de juiste stappen nemen. 🙌





internet 4 all

Met speciale accounts en onze inbelnummers was binnen zeer korte tijd een oplossing gebouwd die onmogelijk vanuit Egypte of Libië kon worden gefilterd, waarmee de internetblokkade kon worden omzeild.



Toen in januari 2011 in Tunesië een volksbeweging ertoe in staat bleek een revolutie te bewerkstelligen waren we hier op veilige afstand met name geraakt door het lef en de moed van de lokale bevolking. Zij waren het die door alle traditionele media werden gevolgd, en met hun steeds groter wordende en aanzwellende straatprotesten uiteindelijk de druk zo hebben opgevoerd dat het aftreden van de 23 jaar heersende dictator Ben Ali onvermijdelijk bleek.

De bijdrage die de Tunesiërs via online sociale netwerken hebben geleverd aan het bespoedigen van deze revolutie viel in die tijd nog wat minder op, maar bleek al snel een grote aanjager achter de revolutie. Het succes van Tunesië liet zien dat internet een ongrijpbare macht was voor dit autoritaire regime, dat zich door de kracht ervan heeft laten verrassen. De Jasmijnrevolutie ofwel de eerste Facebookrevolutie was een feit.

Deze van binnenuit geïnitieerde volksbeweging sloeg uiteindelijk ook over naar Egypte en Libië. In Egypte maakte de 6-Aprilbeweging veel gebruik van Facebook en Twitter om de demonstraties naar en op het Tahrirplein te coördineren. De 6-Aprilbeweging had haar bestaan te danken aan Esraa Abdel Fattah ofwel het Facebookmeisje, omdat ze in 2008 via Facebook Egyptenaren opriep tot een grote staking op 6 april tegen de hoge voedselprijzen. Een beweging dus die de kracht van het internet goed kende en deze volinzette als middel om demonstraties te organiseren en de druk op Hosni Moebarak steeds verder op te voeren.

Maar de Egyptische leider bleek een stuk taaier en weerbarstiger dan Ben Ali in Tunesië. In Egypte was het leger veel zichtbaarder aanwezig, leek de sfeer grimmiger en de aanvaringen bloediger. En daarmee werd mijn respect voor de moed van de demonstranten met de dag groter.



De omwenteling in Egypte was op haar beurt onvergelijkbaar met de situatie die in Libië ontstond vanaf februari 2011, waar na de eerste demonstraties de machtsstrijd losbarstte tussen de opstandelingen en de troepen van Khadaffi. En waar deze leider zich echt tegen een groot deel van zijn eigen bevolking keerde en zijn ware aard als dictator boven kwam drijven.

44

De regimes van Egypte en Libië hadden met elkaar gemeen dat ze al snel probeerden het internet te blokkeren en te filteren om de communicatie van het opstandige volk te verstoren en te verbreken. Internet was een communicatiemiddel waar de regimes geen grip op hadden, wat ze als grote bedreiging zagen en dus wilden uitschakelen. Dat ze met hun internetblokkades de opstanden zouden bezweren was natuurlijk ijdele hoop, maar ze verstoorde de communicatie wel degelijk, en wel zo dat internationaal grote verontwaardiging en protest volgden.

XS4ALL kreeg via via het verzoek uit Egypte of we konden helpen. Dat konden we. Vóór het huidige Glas- en DSL tijdperk was XS4ALL immers altijd een partij geweest die met behulp van inbellen de toegang tot het internet verzorgde. En deze techniek is nog steeds voorhanden: hoewel maar weinig mensen haar nog gebruiken, hebben we nog steeds inbelfaciliteiten staan. Inbellen is zonder meer ouderwets, maar biedt een groot voordeel: vrijwel overal ter wereld is een wijdvertakt telefonienetwerk aanwezig. Door speciale accounts aan te maken en die samen met onze inbelnummers te verspreiden over de wereld was er in zeer korte tijd een oplossing waarmee de internetblokkade kon worden omzeild, zonder dat de dictators het verkeer konden filteren.



Maar enige nuance is ook wel op zijn plaats. De oplossing is traag vergeleken met de internetsnelheden die we vandaag gewend zijn, duur - dankzij de internationale verbindingen naar Nederland die moeten worden opgezet - en de communicatie van de inbelgegevens kon beter.

Door het draaien van een internationaal telefoonnummer vanuit Libië of Egypte kon ingebeld worden op onze servers en zo kon contact worden gemaakt met het internet. Dat was een fluitje van een cent. De grote uitdaging voor XS4ALL bestond meer uit het communiceren van de inbelgegevens. Via de oude vertrouwde fax was ook dat snel geregeld. Vervolgens werd informatie over de inbelaccounts via de media – onder andere Al Jazeera – en van mond tot mond verspreid, en zo ontstond een mogelijkheid om de mensen in Egypte en Libië van ongefilterd internet te voorzien. Dat was gelijk nieuws in Nederland; het werd opgepikt door het NOS Journaal, Nu.nl en een fors aantal internetfora, wat hielp om de boodschap weer verder te verspreiden.

Maar het werkte! Er is gebruik van gemaakt, het heeft zijn diensten bewezen, en het heeft bij XS4ALL de vraag opgeroepen of we deze vorm van internetvrijheid niet verder zouden moeten ontwikkelen (al dan niet via partnerships met partijen die een aanvullend stuk van deze dienst kunnen maken) en oplossingen zouden moeten bedenken voor de nadelen die onze Internet 4 ALL-oplossing nu nog heeft. Daarom is dit artikel niet alleen een mooie terugblik op een roerige tijd, maar ook een oproep om met ideeën te komen om deze dienst beter te maken en breder in te zetten, omdat in onze ogen iedereen het recht moet hebben om gebruik te maken van het mooiste en meest krachtige fenomeen dat in de afgelopen decennia is ontwikkeld. Internet 4 ALL! 🙌

45

De voordelen van deze oplossing zijn makkelijk aan te wijzen: het was snel te regelen, het maakte gebruik van betrouwbare techniek die ook in Libië en Egypte aanwezig was, het omzeilde de landelijke providers en internetknooppunten en je kon meteen aan de slag.

Reacties: stuur ze naar inet4all@xs4all.nl

'The revolution will not be retweeted'

✎ Marjan Besuijen

Tot veler verbazing verliep het referendum vlekkeloos. Geen fraude. Geen geweld. Laat staan pogroms waarbij hele gebieden etnisch werden gezuiverd. Dit was de realiteit in de maanden na de Keniaanse presidentsverkiezingen, begin 2008.

De technologische non-profitorganisatie Ushahidi – getuigenis in het Kiswahili – werd in deze voor Kenia traumatische periode opgericht, aanvankelijk om geweldsincidenten digitaal in kaart te brengen. In 2010 werd de software van Ushahidi ingezet om het referendum over Kenia's nieuwe grondwet te *mappen*. Burgers konden per email, tweet of sms ongeregelde meldingen. De meldingen werden bijeengebracht op een digitaal platform en na verificatie door een groep hyperenthousiaste vrijwilligers doorgegeven aan waarnemers en lokale autoriteiten, die op hun beurt meteen in actie konden komen. Er stond veel op het spel: de almacht van de president zou worden ingeperkt. Dat de volksraadpleging gladjes verliep was mede te danken aan de Keniaanse softwarebouwer.

Ushahidi is inmiddels uitgegroeid tot een organisatie die het burgers en maatschappelijke organisaties mogelijk maakt zelf digitale monitoringplatforms op te zetten in Afrika, Azië en Europa. De wortels van dit wereldbedrijf liggen in Afrika. Hivos ondersteunt Ushahidi sinds enkele jaren,

omdat het bedrijf laat zien dat ICT een rol kan spelen in het democratischer maken van een land. Zulke grote woorden zullen de techies zelf niet in de mond nemen, dat laten ze liever aan anderen over.

Sociale media

In weerwil van de lokroep van het grote geld leeft bij internetondernemers de droom van vrije, ongehinderde informatiestromen voort. Maar wat doet de samenleving daar verder mee? Kleeft er aan internet en nieuwe media, met andere woorden, een grotere pretentie? Voor organisaties zoals Hivos is ICT een *enabler* voor ontwikkeling in het Zuiden. Een middel in het streven naar economische en sociale vooruitgang, en vooral een middel dat toegang tot informatie voor burgers verbetert. De stormachtige gebeurtenissen in Tunesië en Egypte dit jaar kregen al snel het etiket Facebookrevoluties opgeplakt. Tot ergernis overigens van de directe betrokkenen, de demonstranten, de digital natives, de activisten die zo lang hadden gewacht op het moment van de ommekeer. Facebook, tweets en sms'jes bleken een formidabel middel om massa's te mobiliseren en de internationale gemeenschap te betrekken. Technologie heeft in ze-



kere zin het beeld van de revoluties vormgeven. Maar uiteindelijk stonden er mensen op het Tahrirplein in Caïro, geen tweets. De kracht van sociale media zoals Facebook, Twitter en Youtube, maar zeker ook blogs is hun intrinsiek democratische gehalte: mensen die anders niet zouden worden gehoord krijgen een platform. Zo vormen ze een geweldige aanvulling op het palet van traditionele massamedia en zijn bovendien een onuitputtelijke bron voor journalisten. Dit is slechts één voorbeeld van de toenemende verwevenheid van nieuwe en traditionele media.

In landen bezuiden de Sahara zien we bruisende internetbedrijvigheid, die hand in hand gaat met een groei van mobiele telefonie. Toch moet gezegd worden dat het bereik en daarmee de maatschappelijke impact van sms-campagnes, Twitter of internetplatforms binnen een land als Kenia vooralsnog kleiner is dan dat van bijvoorbeeld pers, radio en televisie. Neem het grootste Keniaanse dagblad, Daily Nation, met een oplage van ongeveer 200.000 exemplaren. Niet enorm in een land met ruim 35 miljoen inwoners. Maar één krant wordt door tientallen mensen gelezen, waarmee het bereik in de miljoenen ligt. Bovendien zijn kranten vooralsnog de bepalers van de agenda van de overige media en, in tegenstelling tot Twitter, kunnen zij een democratische pretentie hebben. Hivos heeft die pretentie evenzeer. Wij steunen organisaties die door slim gebruik van technologie werken aan democratisering, maatschappelijke vooruitgang en het mondig maken van burgers. Neem het Tanzaniaanse Daraja: Raising the water pressure, waarbij burgers de lokale overheid en media via sms op de hoogte houden van het functi-

oneren van lokale waterpompen. Zo neemt de druk op de overheid toe om de watersituatie in landelijke gebieden te verbeteren. Op landelijk niveau dwingen civil society-organisaties beslissers en politici tot het afleggen van verantwoording. Dat begint bij het toegankelijk maken van resultaten in de vorm van open data. Die data moeten vervolgens begrijpelijk en inzichtelijk worden gemaakt voor burgers. Aan hun vervolgens de taak om een oordeel over het functioneren van overheden te geven. Onmisbaar in deze mix van burgermonitoring, transparantie, verantwoording en het gebruik van technologie, is de rol van de mainstream-media. Zij kunnen door hun grote bereik een dynamiek creëren die de druk op beslissers vergroot. Politici hebben een direct belang om problemen aan te pakken als het vergrootglas van kranten, radio en televisie erboven wordt gehouden. We hebben traditionele media nodig om te signaleren wat er in het vrije internetdomein gebeurt. Dit alles is geen voldoende voorwaarde voor verandering, maar wel een noodzakelijke. Hetzelfde geldt in feite voor de toepassing van internet en andere communicatietechnologie in ontwikkelingssamenwerking. ICT alléén is niet genoeg om mensen uit armoede te tillen, en ook geen doel op zich. Maar zonder dit middel is ontwikkelingssamenwerking anno 2011 niet meer goed denkbaar.

DATA

**DO NOT FILTER
OR ALTER
CONFIGURATION**

OP DE BRES VOOR INTERNETVRIJHEID

🇳🇱 Margreth Verhulst

De Arabische lente is niemand ontgaan. Overall in Noord-Afrika komt de bevolking in opstand tegen de machthebbers, strijdend voor hervormingen en meer vrijheid. Internet speelt een belangrijke rol bij de opstanden, want de vrijheidsstrijders organiseren zich via sociale media als Facebook en Twitter en ze laten via diezelfde sociale media aan de wereld zien wat er gebeurt. Dat zint de machthebbers maar niks, en Egypte en Libië worden afgesloten van internet. In mei van dit jaar protesteren tienduizenden Turken tegen de introductie van internetfilters en internetcensuur. Alle Turkse burgers moeten verplicht kiezen uit vier internetfilters, en volgens de tegenstanders krijgt de overheid hierdoor de mogelijkheid om toegang tot bepaalde websites te sluiten zonder tussenkomst van de rechter. De voorbeelden van China kennen we allemaal. Yahoo! verstrekt op verzoek van de Chinese overheid persoonsgegevens van de Chinese journalist en dichter Shi Tao, die via zijn Yahoo!-adres een vertrouwelijk document naar een Amerikaanse mensenrechtenwebsite stuurde. Het document bevatte een oproep van de Chinese overheid aan de media om geen verslag uit te brengen over

de vijftiende verjaardag van het bloedbad op het Tiananmenplein. Dat werd hem niet in dank afgenomen: met medewerking van Yahoo! is Shi Tao opgepakt, hij zit sinds 27 april 2005 voor tien jaar vast in een Chinese gevangenis. En Google natuurlijk, dat in eerste instantie voldeed aan het verzoek van de Chinese overheid om content te censureren door bepaalde zoektermen zoals *human rights* te blokkeren. Later besloot het bedrijf naar Hong Kong te verhuizen omdat het compromis dat ze gesloten hadden toch geen goede keuze bleek. We kennen de voorbeelden allemaal, we zijn allemaal verbijsterd, we vinden het allemaal censuur en schending van mensenrechten en we willen er allemaal iets aan doen.

Soms doen we dat ook. Tijdens de protesten tegen de Iraanse verkiezingsuitslag van 2010 zorgde Twitter ervoor dat haar servers up en running bleven zodat dissidenten Twitter konden blijven gebruiken om te communiceren. Toen de regering in Iran Twitter uit de lucht wilde halen door IP-adressen af te sluiten, riep Twitter mensen over de hele wereld op om een proxy op te zetten om de blokkades te omzeilen. Aan deze oproep

werd succesvol gehoor gegeven. Google verhuisde dus naar Hong Kong en Blackberry weigerde de Indiase overheid rechtstreekse toegang te geven tot vertrouwelijke communicatie tussen burgers. XS4ALL stelde inbelverbindingen ter beschikking aan de burgers van Egypte en Libië zodat deze toch toegang tot internet konden krijgen toen Mubarak en Kadhafi het afsloten.

Een vrij internet voor iedereen, dat is waar we voor staan en waar we voor moeten vechten. Speciaal rapporteur Frank la Rue van de Mensenrechtenraad van de Verenigde Naties concludeert in zijn rapport van juni van dit jaar dat toegang tot internet een recht van ieder mens is en daarom nooit mag worden afgesloten, ook niet in geval van schendingen van auteursrecht of

politieke onrust. Overall worden conferenties over internetvrijheid gehouden. In Silicon Valley, Stockholm, Den Haag, en er volgen nog veel meer steden. GNI, het Global Network Initiative, maakt beleid en richtlijnen, geeft support aan ICT-bedrijven en helpt bij het nemen van moeilijke keuzes en beslissingen ter bescherming en bevordering van de vrijheid van meningsuiting en privacy op internet. Iedereen roept op tot internetvrijheid, een open internet en bescherming van privacy. Dat klinkt allemaal heel mooi en wij werken daar graag aan mee.

Maar er is ook een andere kant. Want steeds meer is er ook de wens om het internet in te per-

ken. Niet alleen in verre landen als China, maar ook bij ons in Nederland. Ik neem de maanden oktober en november van dit jaar als voorbeeld. In oktober woonde ik een rondetafelconferentie bij in het kader van terrorismebestrijding. Hoe kunnen we gezamenlijk terrorisme, radicalisering en

PLEASE LEAVE
THIS DOOR
UNLOCKED.

Thank you.

En omdat er in een groot deel van Afrika, Azië, Zuid-Amerika en het Midden-Oosten nog helemaal geen toegang tot internet is, zijn er allerlei initiatieven om ook daar de zegeningen van het internet te brengen. Oxfam Novib wil bijvoorbeeld een project starten om de burgers van Uganda toegang tot internet te bieden, waardoor de inkomens en de werkgelegenheid kunnen groeien. Een uitstekend idee!

rekrutering, waarbij gebruik gemaakt wordt van internet, aanpakken? Via *notice-and-take-down*, door te blokkeren middels zwarte lijsten, of op een andere wijze? Een goed initiatief, en begrijpelijke wensen, maar internetblokkades liggen toch niet echt in lijn met het ideaal van een vrij internet. De week daarna zat ik bij het 15-jarig bestaan van het Meldpunt Kinderporno waar de Internet Service Provider flink op haar verantwoordelijkheid werd gewezen en niemand leek te begrijpen waarom we niet wilden filteren of andere technologische mogelijkheden wilden inzetten dan wel uitproberen. Op 11 november was het pleidooi in de bodemprocedure tussen Stichting BREIN (belangenbehartiger van de entertainmentindustrie) enerzijds en internet service providers Ziggo en XS4ALL anderzijds over het blokkeren van The Pirate Bay. Het vonnis wordt gewezen op 11 januari 2012. Wij hopen nog steeds op een overwinning, want het gevaar van de glijdende schaal is reëel: als we beginnen met het blokkeren van The Pirate Bay, dan zullen we al snel voor van alles en nog wat moeten gaan blokkeren of filteren. Als je immers voor het ene onderwerp kunt filteren, waarom dan voor het andere niet?

Tijdens de pleidooien passeerden ook de ontwikkelingen in het buitenland de revue. *Three-strikes-out* in Frankrijk: wanneer je drie keer wordt betrappt op illegaal downloaden, dan word je van internet afgesloten. BT/Newz Bin2: de Britse internetprovider BT moet de toegang tot nzb-indexeerder Newz Bin2 blokkeren. L'Oreal/Ebay: Ebay kan aansprakelijk worden gesteld voor inbreuk op merkrechten door derden op haar marktplaats. Scarlet/Sabam: Sabam (de Belgische Buma) vordert van accessprovider Scarlet dat zij al het internetverkeer

monitort en zo nodig blokkeert om het flesharen van auteursrechtelijk beschermd materiaal tegen te gaan. SOPA (Stop Online Piracy Act) in de Verenigde Staten geeft klagers de mogelijkheid om onlinediensten te laten blokkeren of zelfs op zwart te krijgen middels DNS-blokkades, het intrekken van domeinregistraties en het platleggen van betaaldiensten. De plannen van staatssecretaris Teeven van Veiligheid en Justitie, waarbij downloaden wordt verboden en ISP's dit moeten handhaven en waarbij websites uit het buitenland met illegaal materiaal kunnen worden geblokkeerd. En dan hebben we het nog niet eens gehad over het blokkeren van goksites in België. En Eurocommissaris Neelie Kroes die vindt dat alle apparaten die met internet verbonden zijn, standaard voorzien moeten zijn van controle mogelijkheden voor ouders zoals bijvoorbeeld filters en de mogelijkheid om te monitoren. Zo kan ik nog wel even doorgaan.

Ondanks de strijd voor internetvrijheid stevenen we keihard af op precies het tegengestelde: internetcensuur. Een vreemde paradox: door zowel de Europese Commissie als de Nederlandse overheid wordt internetvrijheid bepleit, maar door diezelfde Europese Commissie en diezelfde Nederlandse overheid wordt de internetvrijheid steeds meer beknot.

Het einde van een open internet betekent ook het einde van internetvrijheid. Dus hoe hard we ook moeten strijden voor toegang tot internet en een vrij internet voor de hele wereld, we moeten vooral niet vergeten dat ook hier geldt: een betere wereld begint bij jezelf! 🙌



de habbo politie

politiewerk is een geweldige vak!



Boudewijn Mayeur

Sinds 1994 ben ik werkzaam bij de politie in Limburg-Zuid. Eerst als politie-surveillant, later als agent. Tijdens mijn loopbaan heb ik kennis gemaakt met allerlei verschillende onderdelen en thema's binnen en buiten de politie.

Zo was ik meerdere jaren jeugdagent en gaf ik in het kader van het landelijk project *doe-ff-normaal* meerdere jaren les aan groepen 7 en 8 van het basisonderwijs op het gebied van diefstal, vuurwerk, discriminatie en verkeer. Als zedenrechercheur in 't blauw heb ik enkele jaren allerlei zaken voorbij zien komen- heel indrukwekkend.

Vanaf 2005 houd ik me bezig met Jeugd en internet. Omdat ik bij mijn werk elke dag zag dat internet een enorme rol speelt in het leven van jongeren, heb ik een les veilig internet voor het basisonderwijs ontwikkeld. Daarnaast ontwikkelde zich in 2006 de landelijke expertgroep

Digikids, onder de strategische beleids-groep Jeugd binnen de politie, waar ik vanaf het begin bij betrokken ben.

De expertgroep bestaat nog steeds en we zijn inmiddels een gerenommeerde innovatie- en adviesgroep voor de Nederlandse politie. Wij houden ons bezig met het ontwikkelen van opleidingen, leveren kennis en expertise aan de SBG Jeugd, onderhouden contacten met stakeholders en hebben bijvoorbeeld een toolbox ontwikkeld ter ondersteuning voor het operationeel personeel.

In 2009 kreeg ik het verzoek een digitaal kantoor op te richten binnen mijn regio, met name ten behoeve van opsporing van vermiste minderjarigen, het opsporen van veelvoorkomende lokale criminaliteit via het internet, en als belangrijkste het digitaal communiceren met jongeren via chat. Vooral het laatste bleek een goed idee: als politie willen we meer contact met jonge-



ren, dus zullen we ons moeten verdiepen in wat jongeren bezighoudt op een manier die aansluit bij hun belevingswereld. De achterliggende gedachte is dat we zo een betere klik kunnen krijgen met jongeren, en dus een betere verstandhouding.

Twee keer per week houden wij een politiechat voor jongeren. Nu gaat dat nog via de lokale website www.politie-hn.nl, en op korte termijn stappen we over naar de landelijke website www.vraaghetdepolitie.nl. Tijdens de chatsessies kunnen jongeren vrijblijvend bij mij als politieagent terecht. We chatten over alledaagse dingen zoals het weer en actualiteiten, om zo een ver-trouwensband op te bouwen. De 'analoge' wijkagent werkt precies zo. Hij gaat naar de hangplekken van jongeren toe en maakt een praatje. Hij investeert op deze manier in zijn wijk. Ik doe hetzelfde, maar dan digitaal.

54 Ik kijk waar jongeren zich digitaal ophouden en zorg dat ik in deze virtuele omgeving als politie opvallend én aanspreekbaar ben voor mijn doelgroep. Zo houd ik bijvoorbeeld twee keer per maand een digitaal wijk-spreek uur innen het virtuele Habbo Hotel.

Habbo Hotel is een enorm populaire virtuele wereld voor jongeren. Per maand komen hier ongeveer 1,2 miljoen personen voorbij, dus het is een leuke uitdaging om met deze groep in gesprek te komen. Ik heb in Habbo net als alle andere gebruikers een avatar, een poppetje dat ik zelf heb gemaakt met

wat hulp van de Habbo staff. Mijn avatar onderscheidt zich wel duidelijk van alle anderen, want ik heb een speciale politie-badge waardoor andere Habbo's kunnen zien dat ik van de echte politie ben. Van die badge is er maar eentje, en dat is die van mij. Op deze manier kan ik daadwerkelijk opvallend én aanspreekbaar in een digitaal uniform surveilleren. Ik word dan ook snel aangesproken door jongeren als ze zien dat ik online kom, geweldig!

Mijn spreekuur in Habbo gaat super. Jongeren blijken grote behoefte te hebben aan de online politie. Want hoewel er moderators zijn blijkt toch niet alles in de digitale wereld even goed geregeld. Sterker nog: ik denk dat er inmiddels op internet meer schadelijke en criminele gedragingen plaatsvinden dan op straat. Ik heb geen cijfers om die stelling te onderbouwen, maar na 15 jaar als agent op straat te hebben gewerkt, kan ik toch vanuit een zekere ervaring spreken. Internet brengt ook een heel eigen problematiek mee. Jongeren doen veel om online een bepaalde status te bereiken, heb ik gemerkt. Voor het bereiken van die status gaan ze soms heel ver. In sommige gevallen zelfs zo ver dat er grenzen worden overschreden: elkaar virtueel bestelen, bedreigingen, phishing, laster, smaad, cyberstalking, noem maar op. Ze kunnen elkaar het leven soms enorm zuur maken. Maar gelukkig gebeuren er ook een heleboel mooie dingen. Binnen Habbo zie ik regelmatig cyberliefdes opbloeien. Een Habbo vertelde me dat zij haar sociale vaardigheden



aan Habbo Hotel de danken had en dat ze die vaardigheden nu gebruikt in de analoge wereld. Ik vind dat echt indrukwekkend.

Er gebeurt kortom heel veel, daar online. En dus moet ook de politie zich op internet beschikbaar stellen voor mensen die hulp nodig hebben. Dat blijkt nog helemaal niet zo'n makkelijke klus. Tijdens mijn eerste ervaringen op Habbo Hotel bijvoorbeeld, bleek dat ik als politieman niet altijd mijn bevoegdheden even makkelijk kan toepassen als in het normale leven. Ik kan in Habbo Hotel geen bon uitschrijven en dat is soms wel frustrerend, als iemand zich online erg misdraagt. Maar al doende leer je omgaan met dat soort uitdagingen en inmiddels heb ik een goed netwerk kunnen opbouwen met ketenpartners die elkaar ondersteunen. Ook online is samenwerken met partners is voor de politie erg belangrijk.

Door digitale communicatie met jongeren kan ik vooral veel preventief werk doen. Het contact dat ontstaat verkleint de kloof tussen jongeren en politie aanzienlijk, en vooral op het gebied van zeden en huiselijk geweld krijg ik veel meldingen binnen. De eerste keer dat iemand zo'n melding bij mij deed, dacht ik dat ik voor de gek werd gehouden. Zo makkelijk praten jongeren online over hun probleem, mits je ze tactvol benadert en vertrouwen opbouwt. Het is geweldig dat de politie op deze manier veel voor slachtoffers kan betekenen. Het ging me niet meteen gemakkelijk af. Po-

litiechatten moet je leren. Als je als jeugd- of wijkagent al jaren actief bent met jongeren, wil dat niet automatisch zeggen dat je van de ene op de andere dag ook weet hoe je digitaal met ze kunt communiceren. Ik heb dat in de loop der tijd in de praktijk geleerd en zou mijn ervaring graag inzetten om een cursus te ontwikkelen voor collega's. Soms las ik na een chatsessie mijn loggings nog eens na, en dan had ik mijn bedenkingen bij mijn opmerkingen. Dan was ik zó in het gesprek opgegaan dat ik wat teveel persoonlijke informatie over mezelf gegeven had, of opmerkingen had gemaakt met een iets te persoonlijk tintje. Dit is niet erg, het hoort bij het leerproces. Ik zou graag mijn leermomenten en ervaringen met anderen kunnen delen, zodat zij er ook van leren. Wanneer de mogelijkheid zich voordoet geef ik graag workshops en lessen, zowel binnen als buiten de politie-omgeving. Zo bereiden we ons voor op het nieuwe tijdperk. Ook online gebeuren allerlei zaken die politie-aandacht verdienen! 🙌

IN 2011 VOND NOBUHIRO
TAKAHASHI EEN ELEKTRONISCHE
TONG UIT, DIE JE VIA HET NET
OP AFSTAND KUNT BEDIENEN. DE
BEDOELING VAN WAT HIJ HET KISS
TRANSMISSION DEVICE DOOPTE, IS
OM ONLINE KUSSEN MOGELIJK TE
MAKEN. AUGMENTED REALITY EN
3D VEROVEREN DE WERELD VAN
HET 'ADULT ENTERTAINMENT',
WAAR MEN ZO SNEL MOGELIJK
NIEUWE TECHNOLOGIEËN TE GELDE
WIL MAKEN.

56

... WEDDEN DAT U DAARAAN DENKT ALS IK HET
MOET HEBBEN OVER DE TOEKOMST VAN JONGEREN,
INTERNET EN RELATIES?

✎ Pedro de Bruyckere

Troost u, de meeste jongeren vinden dit net zo gek als u. Bij internet en jongeren, zeker als het over relaties of seks gaat, denken we aan gevaar. Dit is er zeker, en natuurlijk is op dit vlak vorming nodig, maar ik wil het eerst over een ander thema hebben. Eerst wil ik het over vriendschapsrelaties hebben.

Jongeren gebruiken internet en nieuwe media intensief om met vrienden te communiceren. Voor hen zijn Facebook en Hyves al oud nieuws. Samen met whatsapp of sms zijn netwerksites een belangrijk communicatiemiddel en een manier om ervaringen te delen. Kijk eens wat ik heb meegemaakt. Zie eens waar



VOOR HEN IS FACEBOOK OF HYVES OUD NIEUWS.

ik om moet lachen. Vaak gaat het om een 'Wish you were here'. Vriendschap online bestaat wel degelijk, niet met die honderden contacten, maar met die 5, 6, 7 echte vrienden waar je lief en leed mee deelt.

De tweede reden om netwerksites te gebruiken, blijkt uit onderzoek, is om met die vrienden real life af te spreken. Jongeren zoeken elkaar op, willen letterlijk bij elkaar zijn. Eind 2011 waren er aan de Leuvense Universiteit plannen om studenten elke oneven week bepaalde lessen online te laten volgen in plaats van in een overvol auditorium. Het protest was massaal. De Millenniumstudent die constant online is, die zelf graag wil bepalen wanneer er wat gebeurt, zag online gestreamde lessen opeens toch niet zo zitten. De reden was niet de vrees voor slechtere lessen. De reden was ook niet omdat ze dachten dat ze geen goede resultaten zouden behalen. Een deel van de reden voor het protest was het verplichte karakter, maar de hoofdreden, waardoor de universiteit uiteindelijk het plan moest opbergen, was dat de studenten vreesden elkaar niet genoeg te zien. Jongeren willen samen zijn en zien online zijn niet als vervanging, maar als een manier om elkaar in real life te kunnen vinden. We willen allemaal nog steeds individuen zijn, maar dan wel liefst samen.

58

Waar in eerste instantie jongeren behoorlijk negatief stonden tegenover location based applicaties, zien we daar sinds kort een verandering in. Informatie krijgen over waar je bent, blijkt misschien toch interessant, zeker als het informatie van en over je eigen netwerk van vrienden is. Misschien helpt het wel om elkaar te vinden.


Uit verschillende onderzoeken blijkt dat jongeren vanuit deze drang naar samen zijn ook huiverachtig zijn over bepaalde trends in het nieuwe werken. Thuiswerken kan fijn zijn, maar is ook eenzaam. Slimme organisaties zorgen daarom voor een beweging die Frank Van Massenhove samenvat onder het motto 'work@home, home@work'. De sfeer op de werkvloer is



trouwens een van de belangrijkste redenen waarom jongeren van werk veranderen.

De huidige generatie jongeren is over het algemeen braaf, waarbij - net als bij alle leeftijdsgroepen - je wel altijd 'Oh Oh Chersotypes' tegenkomt. De meerderheid droomt toch van een huisje, tuintje boompje en kindje.

Deze generatie jongeren heeft geleerd dat veel mama's en papa's niet samen blijven. Ze hebben daarom een mild hoopvolle, maar realistische visie op liefdesrelaties. Ze hopen bij die ene partner te blijven, maar zeker is het niet. Opvallend is dat het krijgen van kinderen voor jongeren belangrijker lijkt dan het hebben van een



partner, alhoewel ze wel denken dat met zijn tweeën zijn beter is dan alleen.

Internet speelt op verschillende manieren een rol in de liefde, zeker bij het begin en einde van een relatie. Volgens Amerikaans onderzoek wil 79 procent van de jongeren binnen de week na het ontmoeten van een nieuw iemand online 'friend' worden.

Dit brengt ons bij vragen waarmee we jongeren zeker moeten helpen. We worstelen er misschien zelf ook mee. Mag je het uitmaken via Facebook? Moet je,

DE HUIDIGE GENERATIE JONGEREN IS IN FEITE BRAAF

Nadat ze verbonden zijn op Facebook, 'stalkt' zestig procent van de jongeren het profiel van de persoon waarop ze verliefd zijn door dat profiel minstens één keer per dag te bekijken. Veertig procent doet dat zelfs een paar keer per dag.

Ook als er een breuk komt, speelt het netwerk een rol. Tien procent werd al gedumpt via Facebook. Nog eens tien procent zou dit ook nog doen door hun status naar 'single' te veranderen. 73 procent houdt de ex-geliefde als connectie, 23 procent blokt of unfriendt hem of haar.

of mag je foto's van je partner na de breuk verwijderen van je profiel? Kan je je status updaten naar 'complicated' zonder dat je partner het weet?

De toekomst van jongeren, internet en relaties staat in het teken van 'samen', waarbij media zijn wat ze zijn: middelen om samen te komen. ✨

15 JAAR
MELDPUNT
KINDERPORNO
&
*de toekomst van
technologie*





Najaar 1995 krijg ik een mailtje van Felipe Rodriguez. Felipe is één van de oprichters van XS4ALL, ik ken hem goed door zijn en mijn betrokkenheid bij De Digitale Stad.

"Christine, ik wil met je praten, we hebben bij XS4ALL een probleem met kinderporno op één van de servers. Ik heb het idee dat de politie daar niet zo goed mee kan omgaan, en we willen ook niet dat er verkeerde maatregelen worden genomen, bijvoorbeeld censuur of zo, dus ik wil er iets aan doen."

Ik schrik een beetje van het mailtje. Ik heb niets met kinderporno, en wil er eigenlijk ook niets mee te maken hebben, dus mail ik Felipe terug dat ik er even over wil nadenken. Ik ga verder met mijn werk. Ik ben een bedrijf aan het oprichten, heb net een maand eerder ontslag genomen bij BSO, het bedrijf van Eckart Wintzen. Mijn bedrijf gaat zich bezighouden met betalen via het internet. Iets van een week later, bij toeval, krijg ik een spam-email met een vage link. Ik klik, en zie een pagina met kinderen in posities waar kinderen zich niet in zouden moeten bevinden. Geen tieners die vroegrijp zijn, maar kleine kinderen. Ik bel Felipe.

62

"Felipe, over wat je vorige week mailde... Ik wil wel meedoen."

"Mooi. Ik hoopte al dat je dat zou willen, we hebben mensen nodig uit de ISP-wereld, maar ook internetgebruikers die kennis van zaken hebben en liefst ook wat aanzien. Ik dacht onmiddellijk aan jou."

"Wat wil je gaan doen?"

"Ik plan een meeting over een paar weken, met een stuk of tien mensen, en dan wil ik zien of we iets kunnen bedenken. Ik

denk zelf aan een meldpunt voor kinderporno, maar hoe dat moet werken, daar heb ik nog geen concreet idee over."

"Ok, mail me wanneer je bijeen wilt komen. Ik zal er zijn."

Drie weken later zit ik in restaurant Centra, in de Lange Nieuwe in Amsterdam. Behalve directeur van XS4ALL is Felipe ook de eigenaar en manager van Centra. Hij heeft me een keer verteld dat hij na zijn VWO medicijnen ging studeren. Zijn ouders hadden Centra, maar zijn vader was een paar jaar voordat hij ging studeren overleden, en in zijn eerste studiejaar overleed zijn moeder. Centra was het beste Spaanse restaurant in Amsterdam, en Felipe stond toen voor de keuze om het restaurant te verkopen en verder te studeren, of te stoppen met zijn studie en het restaurant te managen. Hij koos voor het laatste, ik denk uit respect voor zijn ouders die het restaurant hadden opgebouwd. Felipe had dus twee volledige banen toen we onze meeting in Centra hadden. Felipe was er, en Rop Gonggrijp, en Harry Onderwater van het KLPD, Alex de Joode, internetactivist, Maartje van der Heiden van ISP Simplex, en nog wat anderen. Ik kan me niet precies herinneren wat we die avond allemaal hebben besproken, maar het moet wel een nuttige discussie zijn geweest, want de volgende dag hadden we een meldpunt. Wat ik me wel kan herinneren is dat iemand opmerkte: "Dit is een bijzondere avond. Het is de eerste keer dat Rop, de hacker, aan één tafel zit met Harry, die bij het KLPD hackers bestrijdt". Ik vond dat grappig, het gaf aan dat allerlei verschillende groepen mensen vonden dat er iets aan het probleem van kinderporno gedaan moest worden.



Het meldpunt dat die avond in Centra is opgericht, bestond uit vier mensen. Felipe en Maartje waren de vertegenwoordigers van de internetproviders, en Alex en ik waren representanten van de internetgemeenschap. Alex studeerde rechten, wat goed van pas kwam, en alle vier hadden we diepgaande kennis van internet, wat natuurlijk ook handig was. Want we moesten alles wel zelf doen. Het Internet Meldpunt Kinderporno had geen geld, geen kantoor - niets - we waren zelfs geen stichting. De website was door vrijwilligers (voornamelijk Felipe) gemaakt. We hadden een domein, meldpunt.org, en de meldingen die binnenkwamen moesten we zelf verwerken. We hadden liever meldpunt.nl gehad, maar de organisatie die domeinen uitgaf, de latere Stichting Internet Domein Registratie, had een regel dat woorden die gewone woorden waren in het Nederlands, niet als domein konden worden aangevraagd.

Aanvankelijk kregen we niet heel veel meldingen, hooguit een paar per week. Dat was maar goed ook, want we konden niet heel veel doen met deze meldingen. We zochten uit waar het gemelde materiaal stond, of het strafbaar was, en probeerden te achterhalen wie ervoor verantwoordelijk was. Vervolgens stuurden we een waarschuwing naar deze persoon

of organisatie, iets in de trant van: "Niet meer doen, want anders!" We zeiden er niet bij dat er geen 'anders!' was, want in feite konden we niets.

Vanaf het begin hebben we gezorgd dat politie en justitie betrokken waren, in de zin dat we ze op de hoogte hielden van wat we deden, en dat er altijd iemand van de politie aanwezig was op onze maandelijkse vergaderingen. We vonden dat we een taak uitvoerden die eigenlijk door politie en justitie zou moeten worden uitgevoerd, en dat we dat als burgers niet konden doen zonder dat het KLPD meekeek.

Na verloop van tijd konden we de meldingen doorsturen naar een contactpersoon bij het KLPD, maar daar bleef het bij, want hij rapporteerde iedere maand dat de stapel meldingen groeide en vooraan op zijn bureau lag, maar dat hij er van zijn meerderen geen tijd voor toebedeeld kreeg. Dat was in zoverre niet erg omdat niemand dat wist, en wij konden dreigen met: "We hebben je gegevens doorgestuurd naar het KLPD." In die tijd was bij de politie ook niet veel kennis over internet. Dat hadden we al gemerkt in gesprekken met de Amsterdamse zedenpolitie, met het kinderpornoteam onder leiding van Jaap Hoek. Die hadden hun handen vol aan niet-internetgerelateerde kinderporn-

no, en zeiden: "Internet? Kun je ons daar wat meer over vertellen?" Bij het bureau computercriminaliteit zeiden ze: "Internet, ja, daar zouden we eigenlijk wel iets mee moeten doen." Wel waren alle betrokkenen zeer gemotiveerd om met ons mee te werken. In de begintijd hadden we regelmatig contact met Jaap Hoek en zijn mensen, want wij wisten nog niet zoveel over kinderporno en wat precies strafbaar was, en zij waren dé deskundigen in ons land. Jaap zat een paar jaar voor zijn pensioen, maar hij had grote interesse voor wat we deden.

We hadden bij toerbeurt dienst voor het verwerken van meldingen. Felipe deed dat de eerste maanden, ik meen dat Maartje het daarna een tijd gedaan heeft, en daarna heb ik het een hele tijd gedaan. Internet was toen nog niet wat het nu is, de meeste mensen hadden een inbelmodem van 14k4 of 33k6, dat wil zeggen, je had een verbinding van 14 of 33 kilobits per seconde. Duizend keer langzamer dan de 10 of 20 Megabits die mensen nu via ADSL hebben. Wat erg handig was, was dat XS4ALL ons sponsorde met vaste internetverbindingen, 'huurlijnen'. Felipe en Maartje hadden dat al, als ISP, maar Alex en ik kregen het van XS4ALL, voor het meldpunt. Hadden we dat niet gekregen, dan hadden we privé een flink bedrag per maand moeten betalen voor de tijd dat we voor het meldpunt online waren, want je betaalde ook voor de telefoontikken.

Het aantal meldingen steeg bijna exponentieel. Begonnen we met één of twee per week, in 1997 was dat er bijna één per dag, en in 2000 waren het er tien per dag. De samenwerking met het KLPD ontwik-

kelde zich ook, en steeds vaker werden onze meldingen omgezet in een zaak, die dan vaak leidde tot aanhoudingen, in ons land of in het buitenland.

In 1998 gebeurde er iets waardoor het werk van het meldpunt veranderde, en waardoor het meldpunt kon gaan professionaliseren. Begin '98 zat ik midden in het oprichten van een nieuw bedrijf. Mijn internetbetaalbedrijf, dat deed wat later Paypal deed, bleek niet levensvatbaar omdat we geen enkel bedrijf - groot of klein - konden vinden dat belangstelling had in webshops of internetbetalingen. Dus richtte ik een nieuw bedrijf op, Tryllian. In het voorjaar van '98 had ik vijf mensen in dienst, en we hadden een kantoor in onderhuur bij een ander bedrijf, in het Y-Tech gebouw in Amsterdam. Ons kantoor bestond uit een kamertje en wat bureaus, tussen de medewerkers van het andere bedrijf. Ik had het verwerken van meldingen wegens tijdgebrek doorgeschoven naar Maartje en Alex. Maar ik was wel de woordvoester van het meldpunt, en in die hoedanigheid gaf ik op een vrijdagochtend in juli 1998 een interview aan het Nederlands Dagblad over het meldpunt en wat we zoal deden. De donderdag ervoor had het programma Nova een scoop met wat later heette 'de Zandvoortse kinderporno-affaire'. In een appartement in Zandvoort was een grote hoeveelheid kinderporno gevonden op cd's, diskettes en videobanden, en de reporter van het Nederlands Dagblad vroeg me daar natuurlijk naar. Dus vertelde ik van alles over digitale kinderporno, het internet, computers, en wat dies meer zij. En dat werd de hoofdmoot van het interview. Toen het interview op maandag verscheen ging mijn telefoon. Het meld-

punt bleek de enige instantie in ons land, en één van de weinige in de wereld, waar expertise was opgebouwd op het gebied van internet en digitale kinderporno. Dus gaf ik die week interviews aan alle dagbladen, weekbladen, tv- en radiojournalisten. En iedere keer dat er in Zandvoort iets gebeurde, gingen bij mij de telefoons, en kon ik weer mijn verhaal vertellen. De week erna kregen de buitenlandse media de zaak in de gaten, en had ik CNN, BBC, ZDF en de Österreichische Rundfunk op bezoek.

Na een aantal weken wilde ik weer aan het werk. Ik had vijf programmeurs rondlopen die ik moest managen. Als je in de oprichtingsfase van een bedrijf zit heb je geen tijd om full time interviews te geven die niets met je werk te maken hebben. Dus zette ik mijn mobiele telefoon uit en gaf opdracht om alle journalisten voorlopig te vertellen dat ik niet beschikbaar was. In diezelfde week, op vrijdag, ging mijn telefoon.

“U spreekt met mevrouw Jansen, ik ben de secretaresse van meneer Borghouts.”

“Aangenaam, maar wie is meneer Borghouts?”

“Meneer Borghouts is Secretaris-Generaal van het Ministerie van Justitie.”

“Ah, mooi, maar wat kan ik voor u doen?”

“Meneer Borghouts wil graag een afspraak met u maken. Schikt het op maandag?”

Hmm. Ik wist hoe moeilijk het is om een Secretaris-Generaal aan de telefoon te krijgen, of er een afspraak mee te maken, en nu werd ik gebeld of ik de volgende werkdag kon komen. Ik kon het niet helemaal plaatsen. Maar wie was ik om nee te zeggen? Ik maakte een afspraak voor maandag rond lunchtijd. Onmiddellijk

belde ik Alex, om te vragen of hij mee-ging. Ik wilde op zo’n gesprek niet alleen zijn, je wist nooit wat er aan de orde kwam. Dus zaten Alex en ik die maandag bij Harry Borghouts aan de lunch in zijn werkkamer, met een boterhammetje met kaas en een glaasje melk.

“U zegt hele nare dingen over mijn ministerie in de media.”

In een flits realiseerde ik me waar het gesprek over zou gaan. In alle interviews die ik de afgelopen weken had gegeven, had ik ongezoeten verteld dat we als meldpunt een taak uitvoerden die eigenlijk bij politie en justitie zou moeten liggen, maar dat zij er niets aan deden. En bij elk interview had ik duidelijker gemaakt dat justitie hier gewoon faalde. Dat maakte me bij een Secretaris-Generaal van zo’n ministerie natuurlijk niet heel populair.

Het gesprek verliep erg stroef. Borghouts was gepikeerd over wat het meldpunt in de media had geroepen, en wij hadden daar geen boodschap aan, omdat het Ministerie van Justitie inderdaad niets deed – in die tijd althans – aan het bestrijden van digitale criminaliteit. En toen zei Borghouts iets waardoor de sfeer wat ontdooide. Later zou ik het bondig samenvatten als: “Als ik uw meldpunt nu subsidie geef, houdt u dan op met nare dingen zeggen over mijn ministerie?”

In werkelijkheid was het meer: “Zou het niet veel beter zijn als we meer konden samenwerken? Als ik zorg dat uw meldpunt subsidie krijgt, dan kunt u uw werk beter doen, en als u dan kennis overdraagt aan de politie, dan kan die ook effectiever optreden.”

We hadden als meldpuntvrijwilligers met ons vieren veel werk verzet in de afgelopen paar jaar, en dat werk groeide ons nu boven het hoofd. Subsidie betekende dat we een professionele kracht konden aannemen en niet meer als vrijwilligers de meldingen hoefden te verwerken, iets wat in toenemende mate ten koste ging van onze gewone werkzaamheden. We hadden tenslotte alle vier een gewone baan die veel tijd vroeg. In de maanden erna is het meldpunt geprofessionaliseerd. We richtten een stichting op met ons vieren in het bestuur, en namen een medewerker aan, Linda, die ook nu nog de spil is van het bureau. Inmiddels werd er ook gelobbyd voor de oprichting van INHOPE, en bij de EU voor subsidie voor meldpunten. Het was goed dat we daar als bestuur tijd voor kregen. Ik werd voorzitter, en was de facto woordvoerder. Alex werd penningmeester, en besteedde in toenemende mate tijd aan INHOPE. Maartje werd secretaris, en vervulde een grote rol in het 'personeelsmanagement', dat wil zeggen: contact met Linda die in haar eentje een toch wel bijzondere baan had. Felipe wilde zich minder met het meldpunt bemoeien, ook omdat hij na verloop van tijd naar Australië zou emigreren.

66 Toen we in 1995 het meldpunt oprichtten, dachten we allemaal dat het hooguit een paar jaar zou bestaan. Daarna zou de politie genoeg mankracht, kennis en middelen hebben om internetcriminaliteit effectief aan te pakken, en zouden we het meldpunt weer kunnen opheffen. Dat was waarom we aanvankelijk ook geen stichting hadden. Maar naarmate de tijd voortschreed, nam het aantal meldingen toe. En hoewel de activiteit bij het KLPD

wel toenam, hield dat aanvankelijk geen gelijke tred met de snelle ontwikkeling van het probleem. Dus bleek de behoefte aan ons meldpunt eerder groter te worden dan kleiner. Het is onmogelijk voor me om de toekomst van het meldpunt te voorspellen. Het kan zijn dat het nog decennia blijft bestaan. Het kan zijn dat het integreert met bijvoorbeeld het KLPD. Het kan zijn dat de politie uiteindelijk toch het werk overneemt, en dat het meldpunt zijn aandacht verschuift naar dingen die het ook nu al doet, zoals de voorlichting aan kinderen, ouders en scholen.

Het is interessant om te kijken naar de toekomst van het meldpunt, niet als organisatie, maar in bredere zin. Hoe zal 'het veld' zich ontwikkelen? De toekomst van cybercrime en de bestrijding daarvan? Om die toekomst te voorspellen moet je eerst een idee ontwikkelen over de toekomst van het internet, of breder, de toekomst van de technologie.



Eén van de dingen die opvallen als je kijkt naar de technologische revoluties die hebben plaatsgevonden, is dat ze zich steeds sneller voltrekken. De eerste grote revolutie, de uitvinding van de landbouw, waarin de mensheid zich ontwikkelde van jagers en verzamelaars naar boeren die op een vaste plek bleven, duurde duizenden jaren. De volgende revolutie was de ontwikkeling van ambachten, waardoor niet meer iedereen zijn eigen kleren, schoenen, meubelen maakte en zijn eigen voedsel verbouwde, maar een schoenmaker alle schoenen maakte, een timmerman alle meubels, en een boer het voedsel verbouwde. Die revolutie vond plaats in de middeleeuwen, zeg een periode van duizend jaar. Daarna kwam de industriële revolutie, die ruwweg 100 jaar duurde. Televisie ging nog sneller: in 1945 had niemand televisie, in 1955 hadden de meeste mensen het. En de introductie van internet hebben we meegemaakt: eind 1994 had bijna niemand internet, begin 1996 was het algemeen geaccepteerd. In ruim een jaar.

Televisie heeft de wereld ingrijpend veranderd in tien jaar, en dat was de eerste grote technologische revolutie die in minder dan een generatie plaatsvond. Was het in de industriële revolutie nog zo dat niemand de hele periode meemaakte, tv

zag iedereen gebeuren. Internet en mobiele telefonie gebeurden in een flits. Het merkwaardige is dat zo'n nieuwe technologie die ons leven ingrijpend verandert, toch snel wordt geaccepteerd en dat een jaar later niemand zich nog kan voorstellen hoe je kon leven zonder internet of mobiele telefoon. Ook niet de mensen die me twee jaar eerder nog hadden verzekerd dat zij nooit internet zouden hebben, of een mobiele telefoon. Dat zegt iets over de invloed die technologische revoluties hebben op ons denken.

Laten we vooruitkijken. Als technologische revoluties steeds tien keer sneller gaan, en de laatste duurde anderhalf jaar, dan zal de volgende twee maanden duren. Kun je je dat voorstellen? In januari weten we nog nergens van, en in april kan niemand zich meer voorstellen hoe we ooit zonder geleefd kunnen hebben. En daarna? Een ingrijpende verandering in ons leven, in onze cultuur en maatschappij, die zich in twee weken afspeelt? Een ontwikkeling met de impact van de industriële revolutie, maar dan in twee weken? En daarna, in twee dagen?

Nu hoor ik u denken: "Dat kan niet, zo iets kan niet gebeuren in twee weken." Maar dat zei iedereen ook van eerdere revoluties. Mijn opa zei het over de televisie: "Dat is zo onvoorstelbaar snel gegaan,

zo snel zullen we nooit meer een verandering meemaken." Hij heeft helaas het internet niet meer mogen meemaken. De geschiedenis bewijst dat de volgende technologische revolutie zich binnen een periode van twee, drie maanden zal voltrekken.

Maar wat zal dan die technologische revolutie zijn? De toekomst voorspellen is moeilijk, de meeste mensen falen daarin. In de jaren '60 werden vliegende auto's voorspeld, en allerlei andere dingen die we nu niet hebben. Internet werd niet voorspeld, behalve door wat cyberpunk-auteurs als William Gibson of Neal Stephenson. Dat komt omdat mensen die de toekomst voorspellen altijd meer van hetzelfde voorspellen, maar nooit trendbreuken voorzien. En dat komt doordat mensen bij het voorspellen naar trends kijken, en niet naar de oorzaken van die trends. Als mensen tien jaar geleden de toekomst van computers voorspelden dan werden computers lichter en sneller, en zouden ze een betere resolutie krijgen. Niemand voorspelde dat computers vervangen zouden worden door smartphones of tablets. Behalve een enkeling.

68 Mijn aanpak bij het voorspellen van de toekomst is dat ik kijk naar wat mensen drijft, wat mensen beweegt in hun dagelijks leven. Toen ik lang geleden mijn eerste notebook kreeg was dat een grote verbetering ten opzichte van de loodzware computers die er daarvoor waren, maar ik vond 'm niet goed. Ik kreeg een apparaat met een mooi LCD scherm, dat plat en licht was, met daaraan een zwaar geval dat als enige functie had dat er toetsen op zaten. Ik wilde een lichtere computer, een dunnere, dus zei ik tegen ie-

dereen die het wilde horen: "Ik wil alleen het deksel hebben van mijn notebook, die onderkant zaag ik er gewoon vanaf. En dan schrijf ik wat software die de toetsen gewoon op het scherm projecteert zodat ik toch kan typen." Als je redeneert vanuit het ideale gebruik van een computer en je vergeet even technische beperkingen als het feit dat een touch screen toen nog niet bestond, dan kom je tot een heel andere toekomstvoorspelling. Ik voorspelde de iPad in 1990, simpelweg omdat ik mijn notebook in mijn handtas wilde kunnen stoppen.

Uit wat ik heb meegemaakt in de laatste dertig jaar heb ik enigszins geleerd hoe je de toekomst kunt voorspellen, en ik heb het zelfvertrouwen opgedaan dat als mijn voorspellingen niet letterlijk uitkomen zoals de iPad, ze toch niet ver bezijden de waarheid zijn. In '93 en '94 gaf ik presentaties bij bedrijven en praatte als Brugman om mensen ervan te overtuigen dat ze over twee jaar allemaal internet zouden hebben, en dat ze zich een leven zonder internet niet meer zouden kunnen voorstellen. Iedereen lachte hartelijk. Als ik in dezelfde tijd voorspelde dat iedereen over twee jaar een mobiele telefoon zou hebben, dan was de algemene reactie: "Ik moet er niet aan denken om altijd gebeld te kunnen worden, dat lijkt me verschrikkelijk, ik zal nooit zo'n ding hebben." De jaren erna hebben mij een groot zelfvertrouwen gegeven als voorspeller van de toekomst van de technologie.

Internet is synoniem met menselijke communicatie, en wil je de toekomst van internet voorspellen, dan moet je weten wat mensen drijft op het gebied van communicatie. Dat is eenvoudig. Mensen

willen babbelen. Overal waar mensen bij elkaar zijn, is er geroezemoes, of kabaal, van mensen die allemaal tegelijk tegen elkaar praten. Het succes van de telefoon was niet dat de burgemeester van New York kon bellen met de burgemeester van Philadelphia, maar dat je je moeder kon bellen over wat de buurvrouw nu weer had gezegd. Praten over koetjes en kalfjes is voor mensen het belangrijkste en daarbij: praten tegen zoveel mogelijk mensen, zo vaak mogelijk. Dat is het succes van Twitter. Met email kon je tegen iedereen praten, maar dat is niet een vlot gesprek. In een chatroom kun je gewoon babbelen, maar met een beperkt aantal mensen. Met Twitter kun je op ieder moment overal praten tegen iedereen in de wereld, en meekijken wat de hele wereld tegen jou zegt. Twitter is op geen enkele manier nuttig, en iedereen doet er aan mee. Voor het voorspellen van de toekomst hoef je niet te weten wat nuttig is, je moet weten wat mensen lekker vinden.

Telecommunicatie heeft zich ontwikkeld van de telegraaf, waarvoor je naar het postkantoor moest, tot de telefoon in de gang, tot de mobiele telefoon die je tegen je oor houdt op ieder moment van de dag, overal waar je bent. Een volgende stap moet zijn dat je een telefoon nog dichter bij je hebt.

Een paar jaar geleden kreeg ik oogproblemen. Ik kon plotseling bijna niets meer zien met mijn rechter oog. De huisarts stuurde me met spoed naar de oogarts, en die constateerde dat ik een irisontsteking had, uveïtis. Dat is een auto-immuunaandoening, en veel mensen worden er blind van. Bij mij ging het gelukkig grotendeels over, maar gedurende het genezingspro-

ces, toen ik thuis zat en moeizaam met één oog naar mijn beeldscherm kon tu- ren, heb ik online veel gezocht naar wat je met kunstogen zou kunnen doen om blindheid te verhelpen. Ik vond twee din- gen.

Rob Spense is een Canadese filmmaker die op jonge leeftijd een oog heeft ver- loren. Als filmmaker kwam hij op het idee om in zijn kunstooog een camera te mon- teren, en die als webcam online te zetten. Zijn project heet het Eyeborg project.

Als je googlet op 'eye' en 'camera', dan vind je ook projecten van medici die kunstogen implanteren bij blinde patiën- ten, waarbij de camera wordt verbonden met de oogzenuw. Zo'n patiënt kan dan zien, zij het heel beperkt, via die camera. Het staat vast dat die technologie uitein- delijk veel blinden zal kunnen helpen.

Toen ik dit allemaal was tegengekomen dacht ik: als ik blind mocht worden, dan wil ik dat allebei! Ik wil een oog met een camera die via wifi met het internet is ver- bonden, maar ook met mijn oogzenuw, zodat ik met die camera kan zien. Maar als mijn oog zowel met het internet als met mijn hersenen verbonden is, dan zijn mijn hersenen dus ook met het internet ver- bonden. Dan kan ik mijn gedachten up- loaden, en van het internet rechtstreeks in mijn hersenen downloaden. Dat is nog eens wat anders dan een smartphone!

Dus mijn eerste voorspelling voor een grote technisch-maatschappelijke revo- lutie is dat mensen een chip geïmplanteerd gaan krijgen die de hersenen online brengt. Als dat via een oog kan, dan moet het ook rechtstreeks kunnen. Nu hoor ik de lezer denken: Daar zal ik niet aan mee-



doen. Maar bedenk dat je dat ook zei van de mobiele telefoon. En bedenk ook dat deze ontwikkeling zich in een periode van twee maanden zal voltrekken. In januari weet niemand van chipimplantaten, in april heeft iedereen er een.

Voor een tweede voorspelling kijk ik iets anders naar internet. Niet naar wat doet iedereen met internet? maar naar wat doet iedereen die even niets hoeft en dan puur voor het plezier iets doet? Dan kom je al snel op games. Websites gebruik je voor nuttige dingen, games voor het plezier. Spelen is wat mensen lekker vinden, dus kunnen we daar leren hoe het internet zich gaat ontwikkelen. Wat opvalt aan de meeste games, of je nou een Wii hebt of online games speelt, is de 3D interface die meestal erg realistisch is. Wat je zou willen toevoegen is echte 3D, dat wil zeggen, zoals je tegenwoordig in 3D films hebt. Daarbij komen de acteurs en monsters uit het scherm naar je toe, en maken ze als het ware deel uit van de wereld buiten het filmscherm. Een volgende stap

is dat je dat overal kunt doen, dat je monsters niet alleen uit het filmscherm kunt laten komen, maar dat je ze ook in de stad kunt laten lopen, geprojecteerd door 3D projectors. Een voorbeeld daarvan is the Cave, een onderzoeksproject in de Watergraafsmeer, waar ze in een ruimte bloemen rondom je projecteren die je echt kunt plukken. Eén van de dingen die ze daar doen is het trainen van loodsen. Het crashen van een virtuele olietanker kost tenslotte minder dan het crashen van een echte.

Mijn tweede voorspelling is dus dat de grens tussen het virtuele en de realiteit zal verdwijnen. Op een dag loop je tussen de andere mensen op straat, en de meneer links van je is virtueel, maar de mevrouw rechts is reëel. Je kunt niet zeggen dat de ene echt is en de andere niet, want ook de virtuele persoon is echt, in de zin van dat jij hem ziet en hij jou. Je kunt converseren, om je heen kijken, alles wat je wilt. Je kunt elkaar alleen niet aanraken, maar daar vinden ze vast ook wel iets op.

Ik heb twee voorspellingen gedaan over de toekomst van technologie. Wat betekent dat voor cybercrime? Hoe verandert criminaliteitsbestrijding door deze twee technologische veranderingen?

Om te beginnen: omdat deze paradigmashifts zich in maanden zullen afspeelen, niet in jaren of decennia, zie ik een levensgroot probleem in de wetgeving. Hoe passen we de regels binnen twee maanden aan een nieuwe situatie aan? Stel dat auto's of vuurwapens nieuw worden uitgevonden en zich in twee maanden wereldwijd verspreiden. Zou ons parlement in staat zijn in twee maanden alle wetgeving op het gebied van auto's of vuurwapens uit te vinden en effectief te maken? Zeker niet. Het Meldpunt Kinderporno ontleent zijn bestaansrecht voor een deel aan het feit dat het parlement zelfs niet in staat is om in twee jaar wetgeving te ontwikkelen en in te voeren. We lopen hier dus en passant tegen een derde toekomstvoorspelling aan: wetgeving zal in de toekomst niet meer worden gedaan door het parlement, maar door een orgaan of een techniek die in staat is sneller consensus onder burgers en juristen te detecteren en op basis daarvan wetgeving uit te vaardigen.

Het aftappen van telefoon- en internetverbindingen is op dit moment een belangrijk opsporingsmiddel van de politie. Maar als pedofielen de kinderporno via hun implantaat kunnen downloaden, kun je dan nog tappen? Is het ethisch verantwoord om iemands gedachten te gaan aftappen? En wat doen we als we daardoor helemaal niet meer mogen tappen? Aan de andere kant, als een politieagent zichzelf kan uploaden naar het internet, dan zijn de opsporingsmogelijkheden onbegrensd.

Straks lopen op straat mensen en kinderen, sommige virtueel, andere reëel. Dan is er een pedofiel die zo'n kind aanrandt. Maakt het dan verschil of dat aangerande kind echt is, of virtueel? En als je een stapje verder gaat, stel dat dat virtuele kind bestuurd wordt door een bot, door intelligente software? Mag je het dan wel of niet aanranden? En waarom?

Ik hoef hier niet de scenario's te schetsen, maar je kunt er tientallen bedenken die dilemma's opwerpen voor politie en justitie, voor de wetgever en voor de burger. Ik heb geen antwoorden op deze vragen, wat ik wél wil doen is aandringen op tijdig nadenken over deze onderwerpen. Als we straks twee maanden hebben om met een oplossing te komen, dan is het handig om er van te voren vast over nagedacht te hebben.

Ik vind dat ik wel een goed track record heb in het voorspellen van de toekomst van technologie. Als slot van dit betoog wil ik graag uit de doeken doen waar ik mijn inspiratie vandaan haal. Behalve wat ik hiervoor al gezegd heb, dat je moet kijken naar wat mensen drijft en niet naar wat technisch mogelijk is (hoewel ik dat ongetwijfeld onbewust laat meespelen, ik heb een goed inschattingsvermogen op dat gebied) wil ik toevoegen dat het lezen van de juiste science fiction erg helpt. Het internet in zijn huidige vorm ontstond halverwege de jaren '90, maar William Gibson schreef in 1984 de roman *Neuromancer*, waarin veel aspecten van het internet zoals we dat nu kennen aanwezig waren. Hetzelfde geldt voor *Snow Crash*, in 1992 geschreven door Neal Stephenson. Science fictionschrijvers worden in de creatie van hun werelden niet beperkt door techniek, ze kunnen hun fantasie de

vrije loop laten en komen dan tot werelden die een betere beschrijving van de toekomst zijn dan die van trend watchers of professionele toekomstvoorspellers.

In Snow Crash lopen virtuele en echte werelden door elkaar, zoals in mijn tweede toekomstvoorspelling. In Idoru beschrijft William Gibson een dame die aanzit in een meeting, maar die bij nader inzien virtueel blijkt, gegenereerd door een kastje dat op haar stoel ligt. Johnny Mnemonic heeft een chip in zijn hoofd. In boeken van Iain Banks heeft iedereen chips en allerlei andere dingen in het lichaam geïmplant.

Als in de nabije toekomst de wetgever de technologische veranderingen niet meer kan bijhouden, hebben we Artificial Intelligence nodig om recht te spreken, net zoals in de boeken van Iain Banks de belangrijke beslissingen worden genomen door Minds, computers die zoveel intelligenter zijn dan mensen dat ze veel taken niet meer aan mensen durven toevertrouwen.


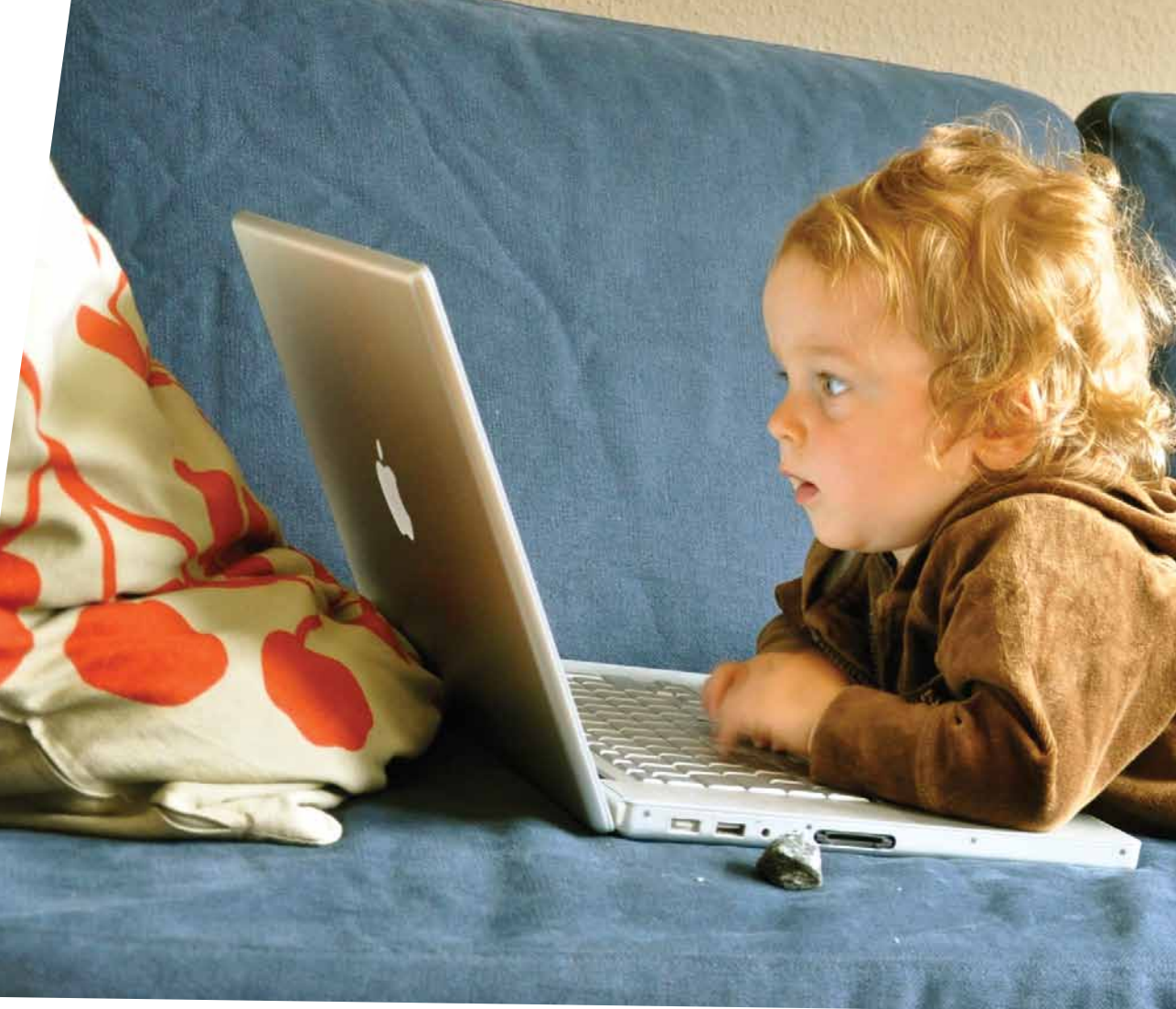
En nu zeg je: "Oh, maar dan gaan we ook naar de sterren reizen, want in Star Wars en Star Trek doen ze dat ook". Maar dat gaat niet gebeuren. Reken maar eens uit hoeveel energie er nodig is om de Enterprise vanaf de aarde te lanceren. Ruimteschepen zijn een typisch voorbeeld van extrapolatie van bestaande zaken, net als vliegende auto's. Star Trek is een tv-serie voor een breed publiek, en dus voorspellen ze daar alleen zaken die iedereen zou kunnen voorspellen. Blijkbaar maakt het toch veel uit welke science fiction je leest, wil je de toekomst voorspellen. 



foto number657 (daniel)



foto icefox



Internet als kans



Eind 2009 kreeg ik van de toenmalige minister van Justitie Ernst Hirsch Ballin de opdracht om als onafhankelijk rapporteur onderzoek te doen naar de stand van zaken met betrekking tot de aanpak van kinderpornografie in Nederland. In oktober 2011 kwam mijn rapportage uit. Mijn hoofdboodschap

is dat de aanpak van kinderpornografie onderdeel moet zijn van een geïntegreerde aanpak van seksueel geweld tegen kinderen. Een scheidslijn tussen de aanpak van kinderpornografie en die van overig seksueel geweld tegen kinderen is kunstmatig en compliceert ook mijn monitoringstaak.

75



TECHNO PANIC

Dat kinderpornografie kan rekenen op de belangstelling van publiek, media en politiek is een understatement. Ik vind dat heel begrijpelijk, omdat de (h)erkenning van seksueel geweld door de tijd heen verandert. In de jaren vijftig van de vorige eeuw was er het besef van stranger danger, daarna volgde incest en in de jaren tachtig en negentig kwam het inzicht dat seksueel misbruik kon worden gepleegd door bekenden, dus oppassers, verzorgers, leraren en voetbaltrainers. Nu krijgt men het besef dat seksueel geweld kan plaatsvinden in de analoge wereld – bijvoorbeeld instituten als kerk, kinderopvang of pleegzorg – maar ook in de digitale wereld van het internet. Bij deze laatste situatie vind ik de morele paniek terecht, maar de techno panic minder. ICT zorgt ervoor dat miljoenen kinderen over de hele wereld zich kunnen ontplooiën en uiten, kennis kunnen vergaren en hun rechten kunnen effectueren. Nu het denkkader van kinderen is verschoven van analoog naar analoog én digitaal zou je verwachten dat ICT ook massaal wordt gebruikt om hen te beschermen. Uit mijn onderzoek – te downloaden op bnrm.nl – blijkt dat Nederland ondanks verhoogde inspanningen nog niet die knop heeft omgezet, of beter, heeft aangezet. Ik pleit dan ook dat ICT als kans moet worden gezien om seksueel geweld tegen kinderen te voorkomen en bestrijden.

76

De uitdagingen van vandaag zijn legio. Ik kan u vertellen dat het aantal veroordelingen van verdachten die gebruik maken van cloud computing, mobiele telefonie, I2P, TOR of Gigatribe niet talrijk zijn. De ontdekking van Chinese kinderpornografische sites door opsporingsinstanties en het idee dat de hele wereld straks wellicht gratis wifi en prepaid smartphones heeft versterken mijn vermoeden dat we pas net zijn begonnen. Gaan we met de komst van Internet der Dingen ook vriesinstallaties en auto's in beslag nemen als gegevensdragers?

SINDS 1839



Technologie werd ook al door daders gebruikt om slachtoffers te maken vóór de informatiesamenleving. Je zou zelfs kunnen zeggen dat zonder de uitvinding van de fotografie in 1839 – feitelijk een vorm van visuele technologie – er geen kinderpornografie zou zijn. Door de komst van ICT – en dan met name internet – heeft er een verschuiving van analoge kinderpornografie (magazines) naar digitale kinderpornografie plaatsgevonden waarbij vervaardiging, verspreiding en bezit tevens via digitale kanalen gaat. Gekeken naar het grotere plaatje zijn het echter altijd mensen geweest die kwetsbare

andere mensen – kinderen in dit geval – seksueel geweld aandoen. Dat maakt dat kinderpornografie geen slachtofferloos delict is. Dit wordt geïllustreerd door de vraag ‘Ken ik jou niet ergens van?’. Die vraag heeft een totaal andere lading voor slachtoffers van kinderpornografie dan voor u en mij. Ik zie kinderpornografie als seksueel geweld tegen kinderen op afbeeldingen, zoals loverboys seksueel geweld toepassen voor financieel gewin en kinderseksuïerisme seksueel geweld is gepleegd door Nederlanders tegen kinderen in het buitenland. En het is dus deze gemeenschappelijke noemer – seksueel geweld tegen kinderen – die centraal moet staan in beleid en uitvoering, nu en in de toekomst.



pornografie binnen dit debat zijn aangedragen, zijn ook niet bijster sterk gebleken. Dat blijkt bijvoorbeeld uit ideeën als een verbod op encryptie en bijdragen aan discussies rondom dataretentie, netneutraliteit en deep packet inspection, waar diverse ministeries – Economische Zaken, Buitenlandse Zaken en Veiligheid en Justitie – tegenstrijdige geluiden lieten horen. Vanuit deze observatie vind ik het voor de aanpak van kinderpornografie in de toekomst belangrijk dat in ieder geval het hele krachtenveld binnen internet governance wordt (h)erkend. En dat is nu onvoldoende het geval. Niet alleen het bedrijfsleven en ngo’s zijn onderdeel van dit krachtenveld, maar ook de internetgemeenschap maakt hier deel van uit. Ik meen dat zij ook zouden kunnen worden betrokken bij de aanpak van kinderpornografie. En dan doel ik op participatie bij het bedenken van creatieve oplossingen. Crowdsourcing is wat de bestrijding van kinderpornografie nodig heeft. Niet alleen omdat de overheid logischerwijs minder innovatief is dan marktpartijen, maar ook omdat het voorkomen en bestrijden van seksueel geweld tegen kinderen een verantwoordelijkheid is van de gehele samenleving.

INTERNET GOVERNANCE

Het tegengaan van cybercrime en illegale content – waaronder kinderpornografie – zijn onderwerpen van internet governance. Net zoals de aanpak van mensenhandel niet centraal staat in discussies omtrent vrij verkeer van personen binnen de EU, is kinderpornografie niet leidend binnen het internet governance debat. De ideeën en bijdragen die in naam van de bestrijding van kinder-



DIGI-ACTIEVE OVERHEID

Zoals gezegd vind ik dat de overheid niet voorop hoeft te lopen in het ontwikkelen van ICT-producten. Dat de overheid niet voorop loopt in het gebruik van ICT vind ik minder begrijpelijk. Als we het kind daadwerkelijk centraal willen stellen dan moeten we ons ook verdiepen in zijn leefwereld. Dat betekent in de 21e eeuw dat iedereen die een rol heeft in de bescherming van het kind ook een digitaal referentiekader ontwikkelt. Als we kijken naar het slachtofferschap van kinderpornografie dan is de impact zeer heftig. Het kind wordt op de eerste plaats slachtoffer vanwege het seksuele misbruik dat hij of zij heeft ondergaan. Dit misbruik kan in sommige gevallen toenemen in duur en ernst juist ten behoeve van het vervaardigen van kinderpornografisch materiaal. Hoewel veel slachtoffers aanvankelijk geen besef hebben van het permanente karakter van het materiaal dat van hen is gemaakt, brengt dit besef, dat vaak pas veel later komt, een gevoel van totaal controleverlies, machteloosheid, hulpeloosheid, schaamte en angst mee. Daarnaast komt uit onderzoek naar voren dat slachtoffers bang zijn dat personen die het kinderpornografisch materiaal van hun misbruik bekijken zullen denken dat ze de seksuele handelingen vrijwillig pleegden of ondergingen. Voor deze gevolgen voor het slachtofferschap

78

van kinderpornografie zijn in Nederland nog geen behandel mogelijkheden, terwijl in recente kinderpornografiezaken al vele honderden slachtoffers zijn. Gaat het om seksueel geweld in de analoge wereld, dan wordt wel gezorgd voor preventie, signalering en hulpverlening aan de slachtoffers. Het feit dat er sprake is van een technologische component zou dat niet anders moeten maken. Ik ben dan ook blij dat mijn aanbeveling voor een integrale aanpak door de minister van Veiligheid en Justitie en de staatsecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport volledig is overgenomen. Om de mogelijkheden voor bijvoorbeeld preventie te schetsen: dit jaar heb ik voor het eerst op Habbo een spreekuur gehouden voor kinderen. Ik heb als oud-kinderrechter vele kinderen de revue zien passeren, maar nog nooit heb ik meegemaakt dat honderden kinderen urenlang voor mij in de rij stonden. 700 kinderen lieten binnen anderhalve dag (!) een krabbel achter op mijn virtuele gastenboek. En ik werd heel hartelijk ontvangen door het bedrijf Habbo. Ik kan mij niet anders voorstellen dan dat het gebruik van internet nog heel veel andere mogelijkheden biedt waar het nu soms verdeelde krachtenveld gemeenschappelijk achter kan staan om zo het gezamenlijke doel – de bescherming van kinderen – te bereiken.



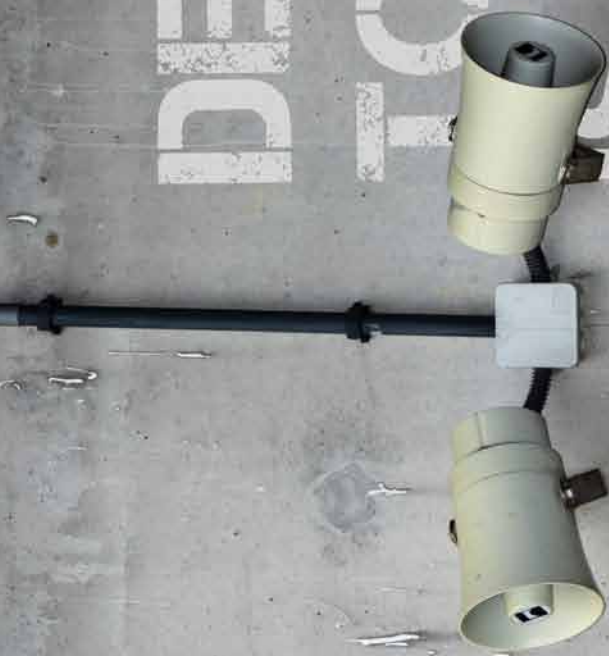


De Romeinse senator Cato Maio eindigde zijn toespraken te pas en te onpas met *Ceterum censeo Carthaginem delendam esse* ('Overigens ben ik van mening dat Carthago verwoest moet worden') om zo deze boodschap voortdurend voor het voetlicht te brengen. Ik schrijf nu deze bijdrage voor een bundel die gaat over visies op internet, technologie en maatschappij. Daarmee plaats ik ICT eigenlijk teveel op de voorgrond, waardoor we afdwalen van mijn kernboodschap: seksueel geweld tegen kinderen is een structureel probleem. Het antwoord daarop moet dus ook niet afhangen van incidenten. Kinderen hebben daarom te allen tijde recht op bescherming tegen alle vormen van seksueel geweld. Zoals gezegd stop ik bij één rapportage kinderpornografie. Ik meen dat ikzelf geen onderdeel moet zijn van incidentenpolitiek. Wel hoop ik met een nieuw mandaat als Nationaal Rapporteur Seksueel Geweld tegen Kinderen een volgende rapportage uit te brengen. En in die rapportage gaat het over ICT wanneer dat nodig is, maar in ieder geval altijd over de bescherming van het kind. 🇳🇱



DE TOEKOMST IS VAN GLAS

Edo Bok





Wie eenmaal glas heeft ervaren, wil nooit meer iets anders.

82

ICT en telecom hebben voor mij altijd iets magisch gehad. Dat een simpele koperdraad mensen met elkaar verbond, fascineerde me als kleine jongen al. *Hoe* het werkte, begreep ik toen nog niet. Maar *dat* het werkte, merkte ik als de bakelieten hoorn tegen m'n oor werd gedrukt en 'aan de andere kant' luid en duidelijk een stem te horen was. Nog steeds boeit techniek boeit me mateeloos, en bij een bedrijf als KPN kom je dan helemaal aan je trekken. Wie er een kijkje onder de motorkap zou nemen, ziet en ervaart de dynamiek van de techniek. Er gebeurt zo ontzettend veel – en dat allemaal dankzij de koperdraad. Tot een paar jaar geleden dan, want het metaal heeft er een concurrent bijgekregen: de glasvezel.

De 'strijd' tussen koper en glas houdt ons scherp, want we willen onze koper- én onze glasklanten het beste bieden. Twee jaar geleden besloten we de koperdraad te upgraden, waarbij we 'm technisch hebben gereanimeerd; en nu hij is weer zo vitaal als wat. Dankzij nieuwe technologieën kun je ook met koper razendsnel internetten, gamen en probleemloos HD tv kijken. De grenzen van koper – wat tegenwoordig VDSL is – zijn simpelweg nog niet zijn bereikt. En toch, er komt een dag dat we afscheid zullen nemen van die draad. Niemand weet exact wanneer, maar ooit gaat het gebeuren. Tot zover het slechte nieuws, maar het goede nieuws is dat de glasvezel het helemaal gaat maken. Internet met de snelheid van het licht: grenzeloos fascinerende technologie.

Misschien bent u een van de XS4ALL-klanten die nu al dagelijks de voordelen van glasvezel ervaart. En ik durf te wedden: u wilt nooit meer terug naar de koperdraad, hoe goed en betrouwbaar uw VDSL-verbinding ook was. Wie eenmaal glas heeft ervaren, wil nooit

meer iets anders. De superieure technologie kent zijn gelijke niet; niets beters dan dat. Preken voor eigen parochie? Absoluut, maar de preek klopt. Zelfs de grootste koper- en kabel-adepten zullen het moeten toegeven: glas is van een andere orde, van een nieuw tijdperk dat inmiddels is begonnen.

Toen KPN vier, vijf jaar geleden de eerste klanten op glas aansloot, hadden we nog even de illusie dat XS4ALL-klanten naar KPN zouden overstappen. Maar dat gebeurde niet. Misschien een handjevol dat de switch waagde, maar veel zijn het er niet geweest. Het absolute bewijs hoe hondstrouw XS4ALL-klanten zijn. Die loyaliteit is intrigerend. Welk alternatief klanten ook wordt geboden, ze zullen hun merk nooit verloochoenen. Zolang ze maar bij XS4ALL blijven – en dus deel uitmaken van de KPN-familie – hoort niemand me klagen. Die bijzondere status moet vooral zo blijven. XS4ALL-klanten zijn geduldig, ze laten zich niet gek maken, en dus raakten ze niet in paniek toen we eerst KPN-klanten de ongekende voordelen van glas lieten ervaren. Het wachten wordt nu beloond: langzaam maar gestaag ‘verglaast’ ook XS4ALL. En glas past bij dit merk, dat vooral een groot aantal zakelijke klanten telt die veel waarde hechten aan betrouwbare, hoogwaardige technologie en een excellente service.

Er liggen geweldige jaren in het verschiet. Stad na stad, wijk na wijk, straat na straat; we sluiten steeds meer mensen en bedrijven aan op glas. Critici vinden dat de uitrol niet snel genoeg gaat en wijzen naar landen in het Verre Oosten, waar vaak al meer dan de helft van de bevolking op glas is aangesloten. Ook in Nederland ziet de toekomst er schitterend en glashelder uit. Nu al sluiten we wekelijks 2.000 nieuwe

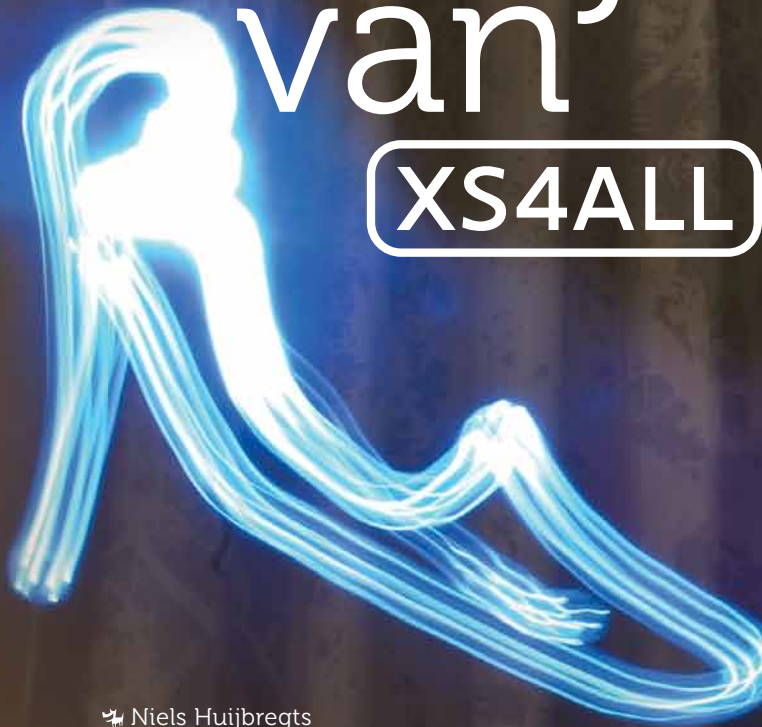
klanten aan op glas en die aantallen zullen de komende jaren blijven groeien. Eind 2011 schommelt het aantal ‘glazen huishoudens’ al rond 1 miljoen. We hebben de lat hoog gelegd, want we geloven heilig in de glazen toekomst. Daarom hebben we recentelijk nog onze betrokkenheid bij de uitrol van onze glasvezeldiensten versterkt, onder meer met de overname van een aantal glasvezeldiensten die er toe doen.

De glasvezeltechnologie is niet alleen maar fascinerend en onevenaarbaar snel. Glas is vooral nodig, onmisbaar voor de toekomst. Wie de enorme groei in het dataverbruik ziet begrijpt waarom – we willen nu eenmaal steeds sneller internetten, HD-films downloaden, *gamen* en haarscherp tv kijken. Met een datatoename van jaarlijks 60 procent is glas als data-geleider op termijn daarom de enige optie. En wie denkt dat het bij de eerste digitale levensbehoeftes (internet, e-mail en tv) blijft, heeft het mis. Denk aan zorg op afstand, thuis werken, samenwerken met energiebedrijven, veiligheid op straat. Misschien maakt u niet meteen de associatie met glas, maar u gaat het meemaken. Kijk maar eens welke ambities Amsterdam heeft: met Amsterdam Smart City wil het de slimste en meest duurzame stad van Europa worden. Dankzij glas. Dus KPN gaat daaraan een belangrijke bijdrage leveren. Een prachtig project dat laat zien hoe grenzeloos de toepassingen van glas zijn.

De technologie van de glasvezel is onovertroffen, dus eigenlijk hoeft je niemand van de voordelen te overtuigen. Glas is het voordeel. Wie het heeft, is verkocht en wil het nooit meer kwijt. 🙌

Het glazen muiltje van

XS4ALL



✎ Niels Huijbregts

84

De manier waarop we werken is fundamenteel aan het veranderen. Lange tijd hebben we de markt verdeeld in particulieren en bedrijven en dus boden we altijd zakelijke diensten en consumentendiensten. Bij XS4ALL waren er altijd al veel particulieren die zakelijke diensten afnamen en bedrijven die genoeg hadden aan een consumentenproduct, maar inmiddels is die verdeling nog minder vanzelfsprekend dan ooit tevoren. Nederland telt 720.000 ZZP'ers en ruim een miljoen flexwerkers. Een kwart van alle werknemers doet aan

thuiswerken, telewerken, nieuw werken, of hoe je het maar wilt noemen, en dat aantal stijgt. Dat is een trend die ongetwijfeld door zal zetten: ik denk niet dat van de mensen die nu afstuderen, er veel in een baan terecht zullen komen waarin ze hun hele carrière in een vijfdaagse werkweek van 9 tot 5 in een kantoor zullen doorbrengen.

De nieuwe manier van werken gaat veel verder dan 'het nieuwe werken', het gaat veel verder dan kantoorruimten met flexplekken en één dag in de week thuiswerken. Het betekent ook een nieuwe manier van samenwerken en een nieuwe manier van je leven indelen, je leven beleven. Een nieuwe balans tussen werk en vrije tijd, of zelfs een volledig nieuwe betekenis van die begrippen. De nieuwe manier van werken betekent dat je overal en altijd alles kunt doen. Dat is voor een belangrijk deel mogelijk dankzij het internet. En nu internet via glasvezel breed beschikbaar komt, zal die ontwikkeling nog veel sneller gaan en zal de manier waarop mensen leven en werken in korte tijd ingrijpend veranderen.

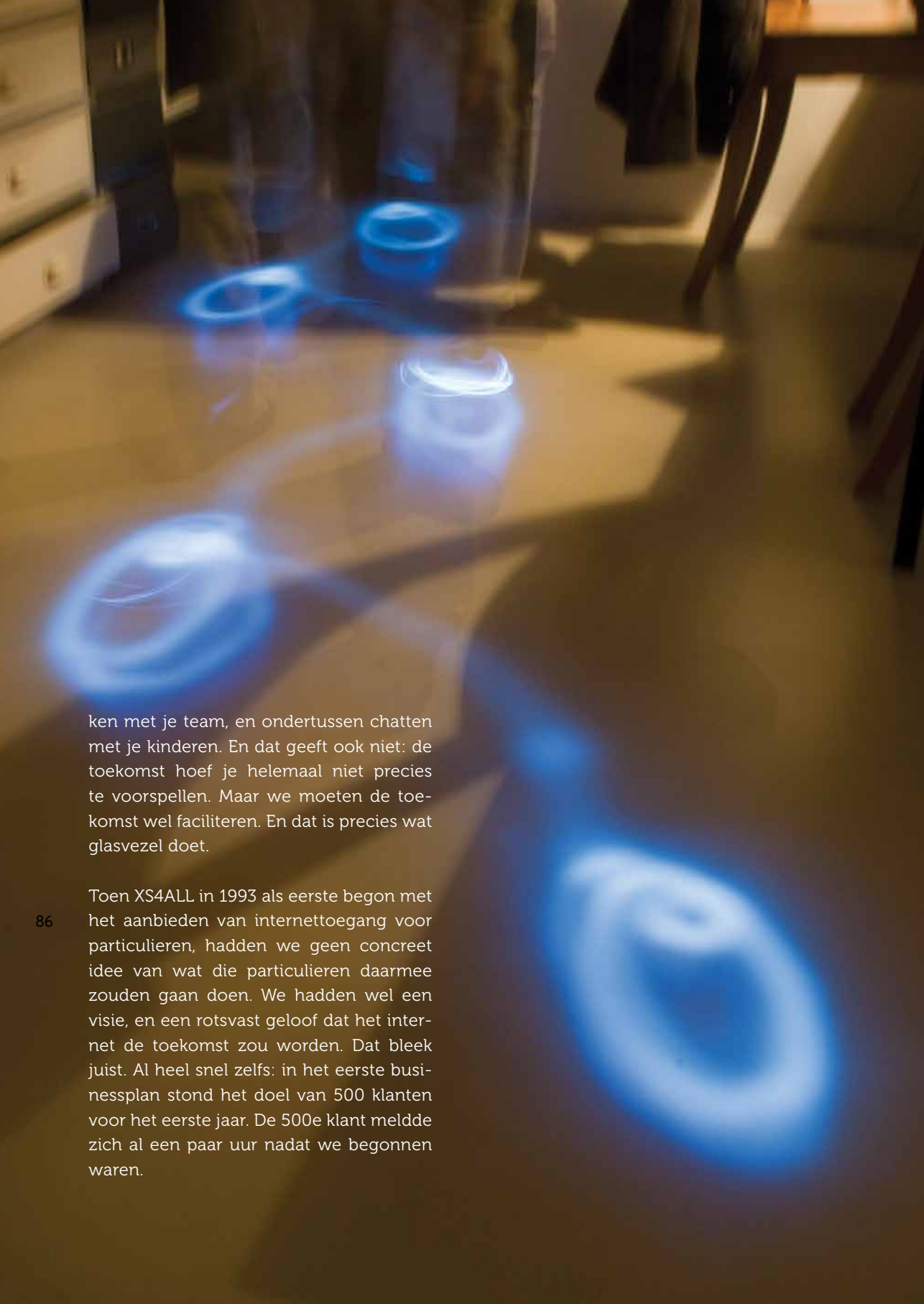
Neem Doede van der Linden, glasvezelklant van het eerste uur. Hij leidt een bedrijf van 85 mensen, en dat doet hij gewoon vanuit zijn eigen huis. Zijn koeriers brengen persoonlijk pakketjes de hele wereld over, het bedrijf biedt zogenaamde *on board courier services*. Zijn hele bedrijfsvoering is digitaal en alles gebeurt online: offertes, opdrachten, administratie, de communicatie met koeriers en klanten over de hele wereld. Op die manier is alles altijd gebackupt, en kunnen hij en zijn medewerkers er altijd en overal bij. Alles is digitaal en alles staat in de cloud.

Van der Linden werkt vanuit huis, of hij woont op z'n werk, zo je wilt. Hij gebruikt zijn glasvezel in ieder geval zakelijk en privé. Want niet alleen zakelijk digitaliseert het leven, maar privé natuurlijk ook. Ook daar is een duidelijke verschuiving van fysiek naar 'in de cloud' te zien. De collectie cd's is definitief naar zolder verhuisd nu je via Spotify zo ongeveer alle muziek direct

via internet kunt luisteren en hopelijk ondergaat de collectie dvd's binnenkort hetzelfde lot. Het zijn allemaal digitale data, hun fysieke vorm is niet meer belangrijk. De verjaardagskalender die vroeger op de wc hing, zit nu in iPhones en Blackberries. En de krant haal je 's ochtends niet meer uit de brievenbus, die lees je bij het ontbijt op je iPad.

Als je mensen vraagt wat ze zeker willen redden als er brand uitbreekt, dan vinden de meesten maar een paar dingen belangrijk: zakelijk hun administratie, privé hun fotoboeken. Mocht er ooit brand uitbreken dan hoeft je die dus niet meer mee te dragen als je in je pyjama de straat op rent. Want beide zijn inmiddels ook digitale data. Ook foto's zijn voor de meeste mensen al lang geen ingeplakte albums meer, maar digitale collecties. En die bewaar je dus in de cloud, veilig gebackupt. Zowel zakelijk als privé digitaliseert het leven razendsnel. En glasvezel is de aansluiting op dat leven.

Waar die ontwikkelingen allemaal precies toe leiden, is moeilijk te voorspellen. De meeste mensen zijn sowieso niet goed in toekomst voorspellen: ze voorspellen meestal meer van hetzelfde. Als je rond 1850 had rondgevraagd wat het transport van de toekomst zou zijn, hadden mensen koetsen voorspeld met meer paarden. Of snellere paarden. Geen koetsen zonder paarden. En al helemaal geen vliegtuigen. Toen de eerste mobiele telefoons op de markt kwamen, waren die bedoeld voor drukke zakenmannen, die zo nog sneller hun secretaresse konden bereiken. Niemand had gedacht dat de toekomst van dat ding zou zijn dat je zelf onderweg je post zou kunnen lezen, of samenwer-



ken met je team, en ondertussen chatten met je kinderen. En dat geeft ook niet: de toekomst hoef je helemaal niet precies te voorspellen. Maar we moeten de toekomst wel faciliteren. En dat is precies wat glasvezel doet.

86

Toen XS4ALL in 1993 als eerste begon met het aanbieden van internettoegang voor particulieren, hadden we geen concreet idee van wat die particulieren daarmee zouden gaan doen. We hadden wel een visie, en een rotsvast geloof dat het internet de toekomst zou worden. Dat bleek juist. Al heel snel zelfs: in het eerste businessplan stond het doel van 500 klanten voor het eerste jaar. De 500e klant meldde zich al een paar uur nadat we begonnen waren.

Al vrij snel na het begin vond een belangrijke revolutie in internettoegang plaats: inbellen werd DSL. Internettoegang werd veel sneller, en always on. Ook toen wisten we niet precies wat mensen ermee zouden gaan doen: voorspellingen uit die tijd waren meer van hetzelfde: meer e-mailen, meer surfen, meer webwinkelen. En dat klopte ook wel, maar dat je vanaf huis een bedrijf met 85 mensen zou kunnen aansturen dankzij je internetverbinding, hadden maar weinig mensen voorzien. De nieuwe techniek faciliteerde de toekomst.

XS4ALL beleeft nu dus de tweede revolutie: na de overstap van inbellen naar DSL volgt nu eindelijk die van DSL naar glasvezel. En dat is ook intern echt een grote verandering: andere techniek, andere storingsprocessen, andere tools voor de helpdesk, andere manieren om (lokale) markten te bereiken. XS4ALL is een glasbedrijf aan het worden. Met een visie op glas, en met glasservice. We willen onze klanten uitleggen waar de techniek voor dient en hoe ze die het best kunnen gebruiken. Dat verhaal en die visie moeten we aanpassen op glas. En dat is een fikse uitdaging want glas belooft zoveel moois voor de toekomst en het is zo begeerlijk, dat het wel een sprookje lijkt: een muiltje van het helderste glas aan de ranke voet van een prinses. Glas heeft een schitterende toekomstbelofte in zich, maar ook nu weten we niet precies wat die toekomst zal brengen. Wat we wel weten is dat wij die toekomst gaan faciliteren.

Om ons daarbij te helpen richten we de XS4ALL Denktank op. Een groep slimme mensen uit allerlei disciplines, die ons gaan helpen ideeën te vormen over de toepassingsmogelijkheden van glas en de veranderingen die erdoor in de maatschappij plaats gaan vinden. Niet om meer van hetzelfde te voorspellen, - natuurlijk, alles gaat in steeds hogere kwaliteit en met steeds hogere snelheid - maar om een visie te ontwikkelen op de toekomst die we met glasvezel gaan faciliteren. De XS4ALL Denktank zal ons helpen de ontwikkelingen te zien en hun richting te duiden. Zodat we glas iets intelligenter kunnen aanprijzen dan alleen te roepen dat het sneller en meer is. Zodat we onze klanten, net als met IPv6, kunnen meenemen die toekomst in, in plaats van dat ze er opeens mee geconfronteerd worden. Zodat we ze uit kunnen leggen wat domotica inhoudt en wat ze eraan hebben. Hoe het Internet of Things eruit zal zien. Wat 'nieuw werken' echt voor hen betekent. Hoe we kortom kunnen faciliteren en helpen, zakelijk en privé. En alles wat daartussen zit. 🐘





Over de kip en het ei

Door Bert Nijboer

Wat was er eerst: de kip of het ei? Wij hebben gekozen voor de kip. U zult denken: Waar gaat dit over? Welnu, in 2005 zijn we in Rijssen gestart met de onderneming Reggefiber. Een onderneming die is ontstaan vanuit de ambitie om alle Nederlandse huishoudens aan te sluiten op een glasvezelinfrastuctuur en daarmee voor eens en voor altijd optimaal toegang te bieden tot de wereld die meer en meer wordt gedomineerd door de internettechnologie en de spin-off daarvan. Waar het huidige telecomlandschap al jaren bestaat uit diensten op het gebied van bellen, tv kijken en internetten, zal dit landschap de komende jaren drastisch gaan veranderen. Nieuwe innovatieve diensten zullen verschijnen, nieuwe innovatieve apparatuur, nieuwe innovatieve manieren van werken, zorg verlenen, thuiswerken, kennisontwikkeling en -uitwisseling, etc. We kunnen er niet omheen, maar het vereist één fundamenteel basiselement: infrastructuur met snelheid en capaciteit. Kunnen we elkaar op termijn probleemloos bereiken met die

enorme stromen van data die we willen en gaan uitwisselen? Kan dat met een koperdraad? Nee. Met een Coaxkabel? Nee. Waar dan wel mee? Met de kip! Ofwel met glasvezelinfrastuctuur:

- Verplaatsing van data met de snelheid van het licht
- Verplaatsing van data zonder de vraag of er wel voldoende transportcapaciteit is
- Symmetrie: data up- en downloaden, het maakt niet uit
- Onbegrensd en open

Wij hebben de overtuiging dat een goede, ruim opgezette infrastructuur noodzakelijk is om al die voorspelde ontwikkelingen ook echt te laten gebeuren. Het is een grote en kostbare ambitie, tevens een beetje een droom. Een stoere gedachte ook: niet de overheid maar gewoon een marktpartij die de stoute schoenen aantrekt. Timing was ook een issue. Het vergt minimaal 10-15 jaar om heel Nederland aan te sluiten. Je begint dus altijd te vroeg, want als je geen omvang hebt, ben je niks en gebruikt niemand je prachtige nieuwe infrastructuur. De massa blijft

gedwongen gebruik maken van oude technologie. Je zou verwachten als helden onthaald te worden: geen belastinggeld maar private middelen, iedere gemeente in Nederland zonder een euro uit te geven toch gedomineerd...

Inmiddels zijn er 1.000.000 huishoudens aangesloten, zijn er ruim 300.000 gebruikers en maken de raspaardjes onder de providers van onze techniek gebruik om het publiek te plezieren. De kritische fase is geweest, de keuze voor de kip bleek de juiste. Wat zal de overheid dankbaar zijn en wat een mooi bewijs van marktwerking is dit. Een privaat initiatief dat ook nog eens maximaal maatschappelijk relevant blijkt. Het kan dus toch! Je moet het wel willen zien. Of beter nog, publiekelijk willen ondersteunen. Dat zal nog wel komen, waarschijnlijk is dat ook een kwestie van timing. De kip is inmiddels veranderd in een haan. Hij staat iedere morgen vroeg op, schudt zijn veren en laat zijn omgeving, gewenst of niet gewenst, vol trots weten dat hij er is. 🐔

Upload Cinema 90 YouTube hits in de bioscoop

✚ Dagan Cohen

In 2008, wanneer YouTube al enkele jaren bestaat, begint het me op te vallen dat het web het kijkgedrag van mensen enorm begint te veranderen. Webvideo krijgt naast traditionele media als televisie en film een plaats als belangrijke visuele kunstvorm. In plaats van over de nieuwste hitserie of blockbuster wordt in mijn omgeving vooral over virals, populaire internetvideo's, gesproken.

Deze verschuiving brengt grote veranderingen met zich mee. Niet alleen de manier waarop film wordt gedistribueerd, maar ook de manier waarop film wordt geproduceerd en bekeken verandert. Het hele interactieve proces van maken, mixen, kiezen, uploaden, commentaar geven, aanbevelen en reageren dat webvideo kenmerkt begint de industrie ingrijpend te veranderen.

Film wordt zo steeds meer een sociale activiteit, die draait om samenwerking. Er is een hele nieuwe filmcultuur aan het ontstaan waarbij de grenzen tussen consument en producent vervagen. Helaas vindt deze activiteit plaats achter de computer, thuis of op het werk. Dat vind ik, eerlijk gezegd, niet de best mogelijke plek om van films te genieten.

Tegelijkertijd hoor ik van Barbara de Wijn, een vriendin die in de bioscoopwereld werkzaam is, dat bioscopen zelf ook moeite hebben om met de veranderende rol van internet om te gaan. Niet alleen door de opkomst van de webfilm, maar ook doordat films steeds makkelijker illegaal te downloaden zijn wordt de druk groter om unieke content te bieden, om zo het publiek naar de theaters te blijven lokken. Met name De Uitkijk, het oudste filmtheater van Nederland dat in Amsterdam staat, is op zoek naar een nieuw publiek. De concurrentie onder filmtheaters in Amsterdam is groot, en als klein filmhuis wordt er gezocht naar alternatieve content om er bovenuit te springen.

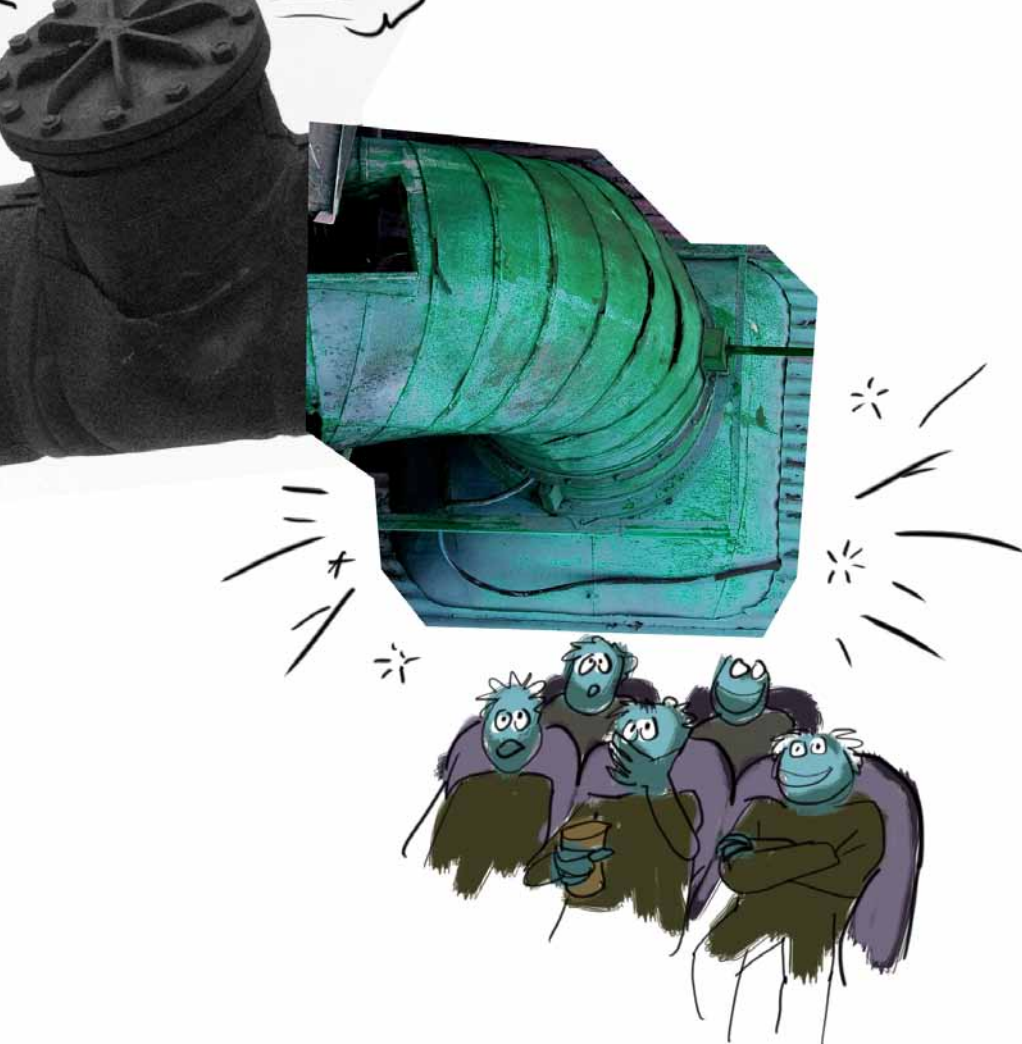
If you can't beat them

Het uitgangspunt is 'If you can't beat them, join them', en zo ontstaat het idee: film weet zijn weg steeds vaker naar het internet te vinden, maar kun je internet ook naar de bioscoop halen? In oktober 2008 hebben wij de eerste editie van Upload Cinema, waarin we deze spannende nieuwe manier van film maken en delen buiten het thuisdomein willen brengen. Weg van het internet en het kleine beeldscherm, naar een ruimte die bedoeld is voor gezamenlijke ervaringen: de bioscoop. De opzet is om elke eerste maandag van de maand een nieuw programma te presenteren van webfilms, met elke keer een nieuw thema; de filmpjes mogen door het publiek worden

ingezonden, waarna wij de beste eruit pikken. Het programma wordt door Barbara de Wijn en mij ingeleid.

Na enkele edities, die eerst alleen op uitnodiging konden worden bezocht, zit de zaal steevast vol. In de maanden erna breidt Upload Cinema uit naar Den Haag en Rotterdam, daarna naar steden door heel Nederland en uiteindelijk ook naar het buitenland. Ook maken we in die periode een interessant uitstapje. In 2010 benadert de Stadsschouwburg Amsterdam ons om samen te werken. Er ontstaat iets nieuws: omdat in die periode YouTube haar vijfde verjaardag viert, presenteert Upload Cinema de Canon van YouTube. Hierin willen we een overzicht van het beste van vijf jaar YouTube geven. Het publiek kan geen films insturen, maar we vragen een team van invloedrijke webvideo-experts om suggesties te doen. Andere verschillen zijn dat niet alleen de schaal op eens veel groter wordt (we gaan van 80 stoelen naar 500 stoelen), maar dat het programma en de presentatie meer in losse stukken verdeeld is dan we in de filmtheaters gewend zijn. De Canon is een groot succes en leidt tot twee uitverkochte avonden. We krijgen dan ook het jaar erop de mogelijkheid om nogmaals een voorstelling in de Stadsschouwburg te verzorgen. Dit worden de Web Video Awards, een avond waarop we onze eigen 'Oscars van de webfilm' mogen uitreiken.





Ook op televisie kunnen we ons bij tijd en wijle profileren. Zo ben ik met enige regelmaat te gast bij De Wereld Draait Door, om over de nieuwste trends binnen de webfilm te vertellen. Daarnaast worden we door de NTR gevraagd om de Nacht van de Korte Film, die in september 2011 geheel in het teken staat van virals samen met hen in te vullen. Het resultaat is een drie uur durende live televisieshow over de geschiedenis, trends en toekomst van de viral en webvideo in het algemeen.

Happy little accidents

In de loop der jaren hebben wij webfilm veel veranderingen zien doormaken. Als nieuw medium worden de beginjaren van YouTube gekenmerkt door veel geëxperimenteer en happy little accidents, zoals wij ze noemen: huis-tuin-en-keukenfilmpjes die per ongeluk veel worden doorgestuurd, zo door de massa worden opgepikt en als viral een miljoenenpubliek bereiken. Natuurlijk zijn reclamebureaus en grote bedrijven er als de kippen bij om daarop in te haken met virale video's die voor een appel en een ei gemaakt lijken, maar met dure trucages de meest verbijsterende stunts suggereren. Dat er een product mee verkocht moet worden lijkt eigenlijk bijzaak, wat natuurlijk nooit het geval is.

Na verloop van tijd heeft men door dat je met de drie G's veel kans op viraal succes hebt: een video moet grof, geil en/of grappig zijn. Maar het publiek heeft die trucages inmiddels ook door, en aspirant-virals die te duidelijk nep en in scène gezet zijn worden tegenwoordig weggehoond. Doorzichtige trucs worden steeds meer vervangen door oorspronkelijkheid en kwaliteit.

Viral marketing is volwassen aan het worden. Er komen steeds meer gespecialiseerde bureaus die niet alleen virale video's bedenken, maar deze ook verspreiden via een uitgekend netwerk van sites, blogs en zogenaamde influentials. Dat zaaien, seeden in vakjargon, gebeurt door professionele seeders en dat kost natuurlijk geld. Bovendien, de amateuristisch uitgevoerde viral begint zijn charme te verliezen en maakt plaats voor de internetfilm met een hoge productiewaarde.

Deze professionalisering brengt een nieuw gevaar met zich mee, namelijk de illusie dat succes voorspeld en geprogrammeerd kan worden. Met de onstuimige groei van YouTube en de mogelijkheid video's te embedden in profielpagina's als Facebook, MySpace en Hyves, of te verwijzen naar video's via sociale tools als Twitter, Digg en Delicious kan de virale verspreiding van een filmpje toenemen tot de omvang van een ware epidemie. Maar tegelijkertijd wordt de concurrentie – de strijd om de gunst van de kijker, gebruiker, 'de fan' – elke dag groter.

YouTubesterren

De huidige trend is de opkomst van YouTubesterren: filmmakers die iedere week nieuwe content online zetten, miljoenen abonnees en volgers hebben en daar bakken geld mee verdienen. Webvideo is een fulltimebaan geworden en voor de uitverkorenen zelfs big business. Daarmee zijn de drie G's allerminst verdwenen, maar gekanaliseerd door populaire gebruikers die met een eigen stijl een vast publiek aan zich weten te binden. Waarschijnlijk zal dit in de toekomst alleen maar toenemen. De grens tussen amateur en professional vervaagt steeds meer.

Upload Cinema groeit nog altijd gestaag en heeft nu in Nederland, België, Spanje en Turkije regelmatig premièrevoorstellingen. Wel is er in de loop der jaren het een en ander veranderd. Zo heeft Upload Cinema nu tweemaandelijks premières, in plaats van iedere maand, waardoor het beter mogelijk is om van elk programma een echt evenement te maken. Verder zijn er sinds 2008 meer uitstapjes geweest buiten de bioscoopzalen, in de vorm van schouwburgvoorstellingen, live televisieprogramma's en speciale, op maat gemaakte programma's voor conferenties en media- en filmfestivals.

Upload Cinema beweegt zich van het naar de bioscopen halen van webfilm naar een breder streven om gecureerde online videocontent te leveren. Dit kan in principe op elk platform. We zijn dan ook bezig met de integratie van een interactieve smartphone-applicatie, verdere televisieprojecten en een belangrijkere rol voor onze website. Webvideo is een op zichzelf staande vorm van cultuur geworden, en Upload Cinema streeft ernaar een autoriteit op dit gebied te zijn die op diverse manieren kan tonen wat er speelt. 🍿

WEB TV

Je kan vandaag de dag op twee manieren 'televisiekijken' via het internet. Ten eerste kan je filmpjes en programma's bekijken op je computer, en een tweede manier is om naar televisiezenders te kijken via je internetkabelaansluiting. Het eerste doen we veelvuldig en de hele dag door, al dan niet mobiel. Ook de tweede variant is in veel huiskamers in Nederland gemeengoed. Inmiddels is 70% van alle televisieaansluitingen digitaal, dus 7 op de 10 huishoudens kijkt via een internetsignaal naar de televisieprogramma's die ze leuk vinden.

94

🐱 Ivo Niehe

In 1988, nog geen 25 jaar geleden, werd in Nederland het derde publieke net gelanceerd. Tot die tijd hadden Nederland 1 en Nederland 2 volstaan. Een jaar later werd RTL Veronique gedwongen om via de zogenaamde U-bochtconstructie vanuit Luxemburg uit te zenden. De wetgeving in eigen land stond uitzending niet toe, maar Europese regelgeving zorgde ervoor dat buitenlandse zenders niet geweigerd konden worden. Pas in 1995 was de eerste binnenlandse commerciële zender een feit, nadat de Veronica Omroep Organisatie uit het Publieke Bestel was gestapt om volgens eigen zeggen 'Commercieel te gaan'.

In de jaren 80 werd de eerste camcorder geïntroduceerd, een handzaam apparaatje dat camera en videorecorder met elkaar combineerde. Nu heeft iedereen overal en altijd een camera bij zich in de vorm van de mobiele telefoon, en kan opgenomen filmmateriaal met één druk op de knop gedeeld worden met de hele wereld via het draadloze internet. In krap 25 jaar tijd is het kijken in Nederland veranderd van het, op gezette tijden, televisiekijken in zwart-wit naar het kijken en zelfs maken (zogenaamde user generated content) van filmpjes op internet waarbij het niet uitmaakt waar je bent en wanneer je wilt kijken.

Sinds de introductie van Youtube in februari 2005 en het snelle mobiele internet heeft het kijken via internet een enorme vlucht genomen. Een mooi voorbeeld daarvan zijn de Olympische Winterspelen van Vancouver in 2010. Bij elk moment dat er waar dan ook gesport werd, waren camera's aanwezig en zo kon de sport 24 uur per dag op het internet gevolgd worden. Je kon op internet ook als kijker schakelen van de ene naar de andere sport. Betekende dit de dood in de



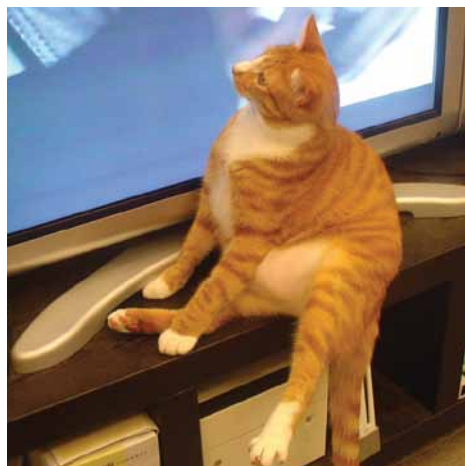
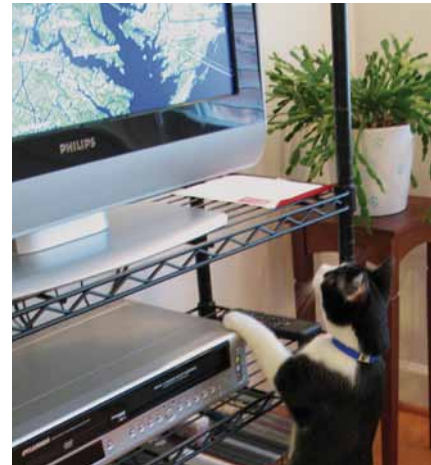
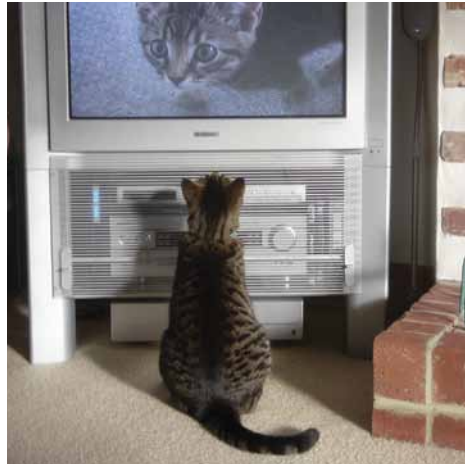


foto (vlnr, rij voor rij) Sage; cloudzilla; Barbara Doduk; wanderingchiara; Monika Andersson; Mr. T in DC; Simon White; Jill ('s colorfull world); Anthony (budding)

Hele gezinnen kijken op vrijdag en zaterdag gezamenlijk naar een televisieshow terwijl vader met zijn laptop op schoot de voetbaluitslagen in de gaten houdt, de dochter van 16 op haar Blackberry haar mening deelt met haar vrienden via Facebook en moeder gelijktijdig in de iTuneswinkel het liedje bestelt dat net gezongen is en dat haar zo vreselijk ontroerde.

Ivo Niehe







vervolg "web tv" 🐶 🐶

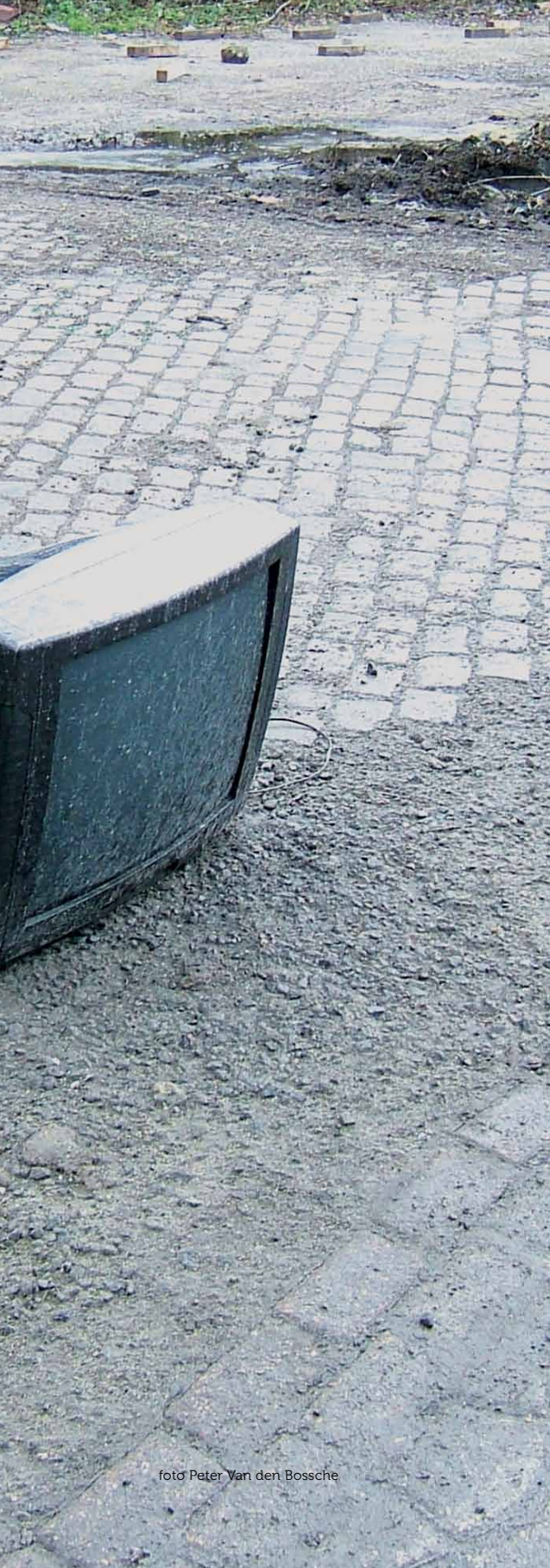
98

pot voor televisiemakers van de publieke omroep die ook nog eens een klein vermogen hadden moeten betalen voor de uitzendrechten? Het antwoord op deze vraag is nee. De kijkcijfers waren fenomenaal en de uitzendingen werden zeer gewaardeerd door het publiek. De televisiemakers zorgden namelijk voor iets extra's waar kennelijk behoefte aan was. Ze voorzagen de beelden van commentaar, gaven achtergronden en dienden het beeldmateriaal extra smakelijk op door er vormgeving, beeld van eigen camera's en samenvattingen aan toe te voegen. Er komt een uitspraak in me op: Wil je impact hebben, dan heb je goede content nodig. Maar voor goede content heb je goede verhalenvertellers nodig.

Als televisiemaker wil je een massa in één keer weten te bereiken en dus zal je er zorg voor moeten dragen dat het verhaal dat je wilt vertellen duidelijk en mooi wordt gebracht. Op internet en bij Web TV zoeken mensen de content die bij ze past. Televiesie kijken is een gezamenlijke bezigheid, je

deelt het scherm met de mensen met wie je kijkt, terwijl op internet iedereen zijn eigen manier van zoeken en kijken heeft. Iedereen gebruikt zijn scherm en computer op zijn eigen manier. Hoe vervelend is het niet als je op internet iets aan het opzoeken bent en je samen naar dat ene beeldscherm zit te kijken? Stel je voor dat jij degene bent die slechts toekijkt terwijl de ander de toetsen indrukt en aan het zoeken is...

Het begint er meer en meer op te lijken dat beide manieren van kijken naast elkaar kunnen bestaan. Twee mediabronnen met een eigen verdienmodel en commerciële mogelijkheden die beide bestaansrecht hebben. Jarenlang bestond een vermoeden dat het internet het medium televisie wel eens zou kunnen gaan verdringen. In de jaren '80 dachten ze dat video de radio overbodig zou maken, maar ook dit bleek niet waar. Televisie en Web TV zijn inmiddels allebei verankerd in de samenleving. Steeds vaker zie je ook het gelijktijdig gebruik van televisie en internet. Indien de



inhoud goed is en op de juiste manier wordt aangeboden, kunnen beide media elkaar enorm versterken. Hele gezinnen kijken op vrijdag en zaterdag gezamenlijk naar een televisieshow terwijl vader met zijn laptop op schoot de voetbaluitslagen in de gaten houdt, de dochter van 16 op haar BlackBerry haar mening deelt met haar vrienden via Facebook en moeder gelijktijdig in de iTuneswinkel het liedje bestelt dat net gezongen is en dat haar zo vreselijk ontroerde.

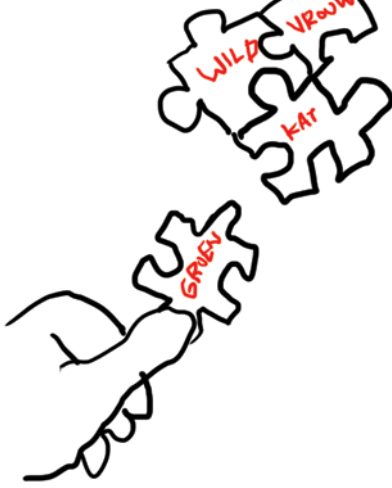
De vaderlandse programmamakers worden uitgedaagd als het gaat om Web TV. Op dit moment is Nederland een absolute wereldspeler op gebied van het ontwikkelen en produceren van televisiecontent. Bedrijven als Endemol en Eyeworks en meest recentelijk Talpa zorgen ervoor dat wij als land toonaangevend zijn in de mondiale televisie-industrie. Aan jonge en nieuwe ondernemers de uitdaging om deze status door te zetten en de bestaande media-industrie te verrijken met hun eigen inzicht en talent. Wellicht lukt het om Nederland ook op het gebied van Web TV mee te laten spelen in de wereld. Het is misschien een cliché, maar er komt uit ons kleine landje veel om trots op te zijn. Dutch Designers en Diskjockeys zijn voorbeelden van jonge makers die Nederland creatief gezien op de kaart zetten. Het Nederlandse bedrijf TomTom kwam in één keer op en zette de mondiale navigatiewereld op zijn kop. Er liggen kansen, en een nieuwe wereldspeler op gebied van Web TV kan uit onverwachte hoek komen. Dus waarom niet gewoon uit Nederland? 🇳🇱



Hoe publieksparticipatie en open innovatie het erfgoedveld verandert

Erfgoedinstellingen dragen door het online beschikbaar stellen van collecties bij aan een nieuw informatie-ecosysteem waarin digitale objecten en contextuele informatie onderdeel worden van een steeds omvangrijker netwerk van informatiebronnen.

 Johan Oomen



Op het web ontstaat zo een 'Cultural Commons', waarbinnen erfgoedcollecties op een revolutionair nieuwe wijze bestudeerd, gecontextualiseerd en gerepresenteerd worden. Ook maakt het nieuwe manieren van publieksparticipatie mogelijk.

Crowdsourcing is een vorm van publieksparticipatie die snel aan populariteit wint. Zo wordt het enthousiasme van vrijwilligers onder meer ingezet voor het beschrijven van gedigitaliseerde content, het corrigeren van gescande documenten en het acquireren van foto's. Vaak gaat het om werkzaamheden waarvoor tot op heden geen menskracht beschikbaar was. De kennis over kritische succesfactoren die de afgelopen jaren is opgebouwd kan instellingen helpen bij het vormgeven van nieuwe initiatieven.



TWEEDUIZEND KEER WIKIPEDIA

In zijn boek 'Cognitive Surplus' beschrijft de Amerikaanse schrijver en onderzoeker Clay Shirky op een overtuigende wijze veranderingen in de manier waarop vrije tijd wordt ingezet sinds de jaren '40 van de vorige eeuw. Lange tijd lag de nadruk op passieve vormen van tijdverdrijf, met name televisiekijken. Door de opkomst van het Web en haar mogelijkheden voor online samenwerking, wordt vrije tijd meer en meer ingezet voor creatieve bezigheden en het gezamenlijk werken aan het oplossen van problemen. Shirky schrijft hierover "The wiring of humanity lets us treat free time as a shared global resource, and lets us design new kinds of participation and sharing that can take advantage of that resource." (Shirky 2010) De omvang van het cognitieve overschot illustreert Shirky met Wikipedia, dat tot op heden een investering van zo'n honderd miljoen uur aan cumulatief denkwerk heeft gekost. In Amerika wordt jaarlijks 200 miljard uur televisie gekeken, gelijk dus, aan tweeduizend projecten met de omvang van Wikipedia.

De optelsom van het 'cognitive surplus' en de online toegang tot collecties stelt instellingen in staat nieuwe relaties met eindgebruikers aan te gaan, waarbij participatie en cocreatie centraal staan.

Vraag is hoe erfgoedinstellingen gebruik zullen maken van dit potentieel. In de onderstaande tabel worden zes categorieën van crowdsourcing in het cultureel erfgoedveld onderscheiden. Ook zijn verwijzingen opgenomen naar aansprekende voorbeelden uit Nederland.

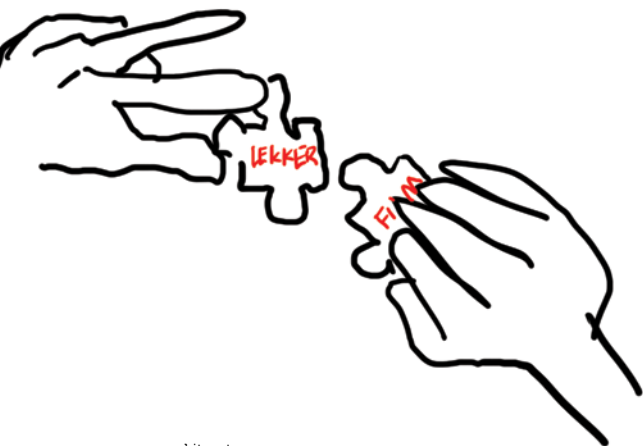
Voorbeelden uit Nederland	Crowdsourcing categorie	Crowdsourcing doelstelling
Vele Handen (Stadsarchief Amsterdam) Fotocollectie Tropenmuseum op Wikipedia (Tropenmuseum)	Correctie en Transcriptie	<i>Indexeren van gedigitaliseerde documenten. Verbeteren resultaat van digitaliseringsprocessen zoals corrigeren van fouten in OCR, of kleurbalans van foto's.</i>
Buurtwinkels (Amsterdam Museum) Stad als Muze (Museum Rotterdam), Beeld en Geluid wiki (Beeld en Geluid)	Contextualisering	<i>Toevoegen van contextuele kennis aan objecten, bijvoorbeeld door verhalen te verzamelen, schrijven van artikelen of wikipagina's.</i>
Multitouch 'Project P' (DOK Delft) Wiki Loves Art (Wikimedia Nederland i.s.m. NAI, Stichting Open Monumentendag en anderen)	Acquisitie collectie	<i>Actief verzamelen van additionele objecten die worden toegevoegd aan de collectie of tentoonstelling.</i>
Woordentikkertje (Beeld en Geluid) Nationaal Archief op Flickr: The Commons (Nationaal Archief)	Classificatie en tagging	<i>Verzamelen van beschrijvende metadata zoals trefwoorden en andere labels.</i>
Nieuwe Groeten Uit... (Nationaal Historisch Museum), Expose (Kröller Müller Museum)	Co-curatie	<i>Kennis en ideeën van gebruikers dienen als basis voor (web)tentoonstellingen.</i>
Voor de Kunst (Amsterdams Fonds voor Kunst)	Crowdfunding	<i>Bijeen brengen van geld voor het ondersteunen van specifieke projecten.</i>

BEELDEN VOOR DE TOEKOMST

Woordentikkertje is de tweede belichaming van het taggingspel Waisda? Dit crowdsourcinginitiatief is een experiment dat deel uitmaakt van een serie pilots die binnen het project Beelden voor de Toekomst worden uitgevoerd om de mogelijkheden van publieksparticipatie te verkennen. In 2009 werd Waisda? geïntroduceerd in samenwerking met de KRO. Er zijn in enkele maanden meer dan 400.000 tags toegevoegd aan programma's als De Wandeling en Boer zoekt Vrouw. Op basis van de bevindingen met de KRO is gewerkt aan een nieuwe versie van Waisda?. Sinds juli kunnen spelers het tegen elkaar opnemen met fragmenten uit het uitgebreide archief van het populaire NCRV-programma Man bijt hond. De bedoeling is dat iedere speler zoveel mogelijk gepaste trefwoorden aan een videofragment toekent. Deze trefwoorden hebben betrekking

op wat de spelers zien en horen, en op de onderwerpen die aan bod komen. Als er binnen enige seconden overeenstemming is tussen spelers, worden punten toegekend. Dankzij Woordentikkertje kunnen zowel omroepmedewerkers als de trouwe fans van het programma specifieke fragmenten in de toekomst beter terugvinden. Ten slotte helpen de spelresultaten aan het samenstellen van een database die gebruikt wordt voor academisch onderzoek door de Vrije Universiteit.

De komende jaren zal de positie van erfgoedinstellingen in de netwerksamenleving verder vorm krijgen. Crowdsourcing is zonder twijfel een belangrijke stimulans voor open innovatie in de sector, en zal de maatschappelijke relevantie van erfgoedinstellingen mede vormgeven. 🐾



Literatuur

Berners-Lee, Tim. Long Live the Web: A Call for Continued Open Standards and Neutrality. *Scientific American*, 22 november 2010

Oomen, J. & Aroyo, L. (2011). Crowdsourcing in the cultural heritage domain: opportunities and challenges. In: 5th International Conference on Communities & Technologies.

Shirky, C. *Cognitive surplus: Creativity and generosity in a connected age*. New York: Penguin Press, 2010.

Our Cultural Commonwealth: The report of the American Council of Learned Societies Commission on Cyberinfrastructure for the Humanities and Social Sciences. American Council of Learned Societies, 2006

^[1] <http://agora.cs.vu.nl>

^[2] <http://www.participatorymuseum.org/chapter5/>

^[3] <http://makeit.digitalnz.org/guidelines>

^[4] <http://www.crowdsourcing.org/video/carl-esposti-crowdconvention-2011-the-seven-habits-for-highly-successful-crowdsourcing-/5352>

Internet fascineert en daagt uit

✎ Maxime Verhagen

Fascinatie en uitdaging zijn nodig om vooruit te komen. Zonder fascinatie en uitdaging geen nieuwe kennis. En zonder nieuwe kennis geen nieuwe producten zoals ICT, geen nieuwe diensten en processen, geen economische groei, geen oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken, geen groeivermogen.

Vanuit de drang en fascinatie om vooruit te komen ontstond het internet. Gedreven door de behoefte aan een veilig en betrouwbaar communicatienetwerk werd een revolutionaire methode ontwikkeld voor elektronische communicatie: boodschappen inpakken, adresseren en versturen met 'Transmission Protocol Internet' (TCP/IP). Deze technologie vond eind jaren tachtig ook ingang in het internationale bedrijfsleven. Daarna ging het snel: overal ter wereld stuurden mensen elkaar berichtjes die direct bij de ontvanger op het scherm stonden. Digitale informatiestromen werden sneller en breder. Mensen, landen en economieën raakten met elkaar verbonden en verweven.

In de jaren negentig en de afgelopen tien jaar explodeerde de vraag naar snellere computers en nieuwe software, naar mobiele telefonie, naar sociale media, enzovoort. High tech en ICT kregen vleugels, en alles wat kennisintensief was, profiteerde mee. Denk aan de life sciences & health, de chemie, logistiek, tuinbouw, agrofood, water, energie, en de creatieve industrie. ICT en internet gaven deze topsectoren van

onze economie een gigantische impuls. Tussen 1985 en 2005 waren ICT en internet dan ook verantwoordelijk voor maar liefst 60 procent van onze nationale economische groei. En uit onderzoek van Arthur D. Little en de Chalmers University of Technology in 33 OECD-landen blijkt ook nu nog steeds een positieve relatie tussen breedbandcapaciteit en economische groei: 0,3 procent economische groei voor elke verdubbeling van de breedbandcapaciteit.

Ook in 2011 vormen ICT en internet daarmee een belangrijke, drijvende kracht achter kennisdeling, innovatie en economische groei. Internetsdiensten zijn niet meer weg te denken uit economie en samenleving. Enkele voorbeelden:

- dankzij ICT en internet krijgen ondernemers betere informatie over het koopgedrag van hun klanten, betrekken ze die klanten beter bij het innovatieproces en bezorgen ze hun producten sneller;
- de dienstverlening van overheden aan ondernemers gaat steeds efficiënter, gegevensuitwisseling verloopt soepeler. Bedrijven hebben minder papierwerk, de regeldruk daalt. Neem het Ondernemingsdossier en de open data die de overheid ter beschikking stelt. Die helpen partijen nieuwe producten en diensten te ontwikkelen, te verkopen en toe te passen. Zo gaan

we van kennis naar kunde naar kassa; - maatschappelijke domeinen als de zorg, het onderwijs en de veiligheidssector gaan steeds slimmer werken. Voorbeelden zijn medische controles die thuis worden uitgevoerd, digitaal lesmateriaal afgestemd op de leerstijl van kinderen en betere informatie voor politieagenten via mobiel internet.

Voor al die diensten is een goed netwerk nodig, en het Nederlandse netwerk behoort tot de wereldtop. Achtennegentig procent van de Nederlandse huishoudens kan nu breedband aanvragen met een snelheid van 30 Mbps. Ruim negentig procent kan zelfs gaan tot 100Mbps. Ook mobiel internet wordt in Nederland snel opgepakt: in 2011 is meer dan de helft van de mobiele telefoons in Nederland een smartphone. Dat is mooi, maar het betekent ook dat je extra inspanningen moet leveren om te kunnen blijven groeien, vooral omdat het aantal diensten en hun behoefte aan bandbreedte en data blijft groeien. De overheid speelt daarop in met extra frequentieruimte en de markt groeit mee dankzij nieuwe technologische ontwikkelingen.

Van die groei moeten we blijven profiteren. Het kabinet realiseert zich dat en onderstreept in het regeerakkoord het belang van een vrij en open internet. Om dat belang veilig te stellen, nemen we in de Telecommunicatiewet het principe op van netneutraliteit. Dat houdt in dat internetaanbieders geen delen van het internet mogen afsluiten voor hun klanten. Elke gebruiker beslist zelf over de diensten die hij afneemt en elke aanbieder kan zijn diensten aan elke klant leveren. Netwerkaanbieders houden daarmee goede winstperspectieven.

Die winst wordt waarschijnlijk wel op een andere manier behaald: minder door aantallen tikken en sms'jes in rekening te brengen, meer door de gebruiker te laten betalen voor snelheid en datavolumes.

Bij internet gaat het echter niet alleen om snelheid, maar ook om betrouwbaarheid en veiligheid van het internet. De samenwerking op dat terrein tussen de verschillende partijen wordt daarbij intensiever. Telco's, ISP's en overheid komen onder meer bijeen in het Platform Internet Veiligheid en de Cyber Security Raad. En XS4all is één van de partijen die zich daarbij onderscheidt door veel aandacht te geven aan veilig internet en de bescherming van de privacy van de gebruiker.

In mei heb ik de Digitale Agenda.nl gepresenteerd. Deze bevat een reeks maatregelen die groei en innovatie in ICT en internet bevordert; die ruimte biedt om slimmer te werken en te innoveren; die voorziet in een open, snelle, betrouwbare en veilige infrastructuur en in voldoende goed opgeleide mensen. Voor dat laatste start het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie het programma Digitale Vaardigheden Beroepsbevolking. Dit programma is niet alleen gericht op ICT-experts, maar ook op mensen in andere sectoren. Met goede e-skills kunnen juist ook werknemers in deze sectoren efficiënter en innovatiever functioneren.

Internet en ICT fascineren en dagen ons uit. Laten we die uitdaging aangaan. Want met ICT en internet hebben we een belangrijke sleutel in handen om de economische crisis te bestrijden en oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken als klimaatverandering, grondstoffenschaarste, wereldvoedselvoorziening en vergrijzing dichterbij te brengen. Laten we eruit halen wat erin zit. Ondernemers, kennisinstellingen en overheden samen. 

² Digitale Agenda.nl, ICT voor innovatie en economische groei, Ministerie van Economische Zaken, landbouw en Innovatie, Den Haag, 2011



NETNEUTRALITEIT & 'EYEBALLS'

Netneutraliteit staat hoog op de politieke agenda. Brussel wil graag het initiatief, maar heeft inmiddels al moeten ervaren dat lidstaten langszij komen. Nederland en België proberen met eigen wetgeving een meer concrete invulling te geven. In de Verenigde Staten zijn nieuwe regels van de Federal Communications Commission in werking getreden. Maar waar gaat het nu om? Netneutraliteit blijkt meerdere gezichten te hebben en maakt onderdeel uit van een groter raderwerk.


In de eerste plaats is er het idealistische perspectief. *All bits are created equal*, of zoals Tim Wu - een van de founding fathers van de netneutraliteitsdiscussie - het formuleerde: "An internet that does not favor one application (say, the World wide web), over others (say, email)". Een open internet, daar kan niemand tegen zijn. De Great Firewall of China met min of meer permanente monitoring van het internetverkeer is een afschrikwekkend voorbeeld dat geen verdere aanbeveling verdient. Het blokkeren van inhoud om politieke motieven is uit den boze. Dat geldt ook voor paternalistische overheden die, bezorgd over het welzijn van hun burgers, menen te moeten bepalen

wat wel of niet wenselijke inhoud is en filtering als een probaat middel zien. Neen, fundamentele rechten moeten worden gerespecteerd, zo is vastgelegd in een Europese richtlijn. Vrijheid van meningsuiting en een eerlijke rechtsgang moeten zijn gegarandeerd.

Maar het is niet dit idealistische motief waar het bij netneutraliteit echt om gaat. Het andere gezicht van netneutraliteit is meer basaal van aard. Het internet is bovenal een aandachtsmarkt. Het gaat om de 'eyeballs'. Wie de aandacht heeft kan deze proberen vast te houden of door te verkopen aan adverteerders. Online-adverteren is al groot, maar voorspellingen duiden erop dat er nog een enorme groei in het verschiet ligt. Het internet is zo een concurrent van andere spelers op de aandachtsmarkt, meer in het bijzonder de traditionele omroep en betaal-tv. Dat het ook echt om de eyeballs te doen is blijkt uit de incidenten die in de Verenigde Staten netneutraliteit op de kaart hebben gezet. Het gaat bijvoorbeeld om een kabelexploitant (Comcast) die geld wil zien van een partij (Level 3) die content (video-on-demandaanbieder Netflix) aanlevert voor verdere verspreiding.

HET INTERNET
IS EEN
VERGIET
WAARLANGS
DE CONTENT
SIJPELT
WAAROVER
MEN
VOORHEEN
CONTROLE
HAD.





Als argument wordt gehanteerd dat de populariteit van de Netflix teveel beslag legt op de beschikbare bandbreedte. Maar is dat het werkelijke argument? Amerikaanse kabelexploitanten hebben zelf belangen in de contentindustrie of delen in de opbrengsten van betaaltdiensten die zij via hun netwerk verspreiden. Zij zien met lede ogen aan dat hun opbrengstenmodel wordt gekannibaliseerd via 'Over The Top'-diensten (OTT) zoals Netflix. Het internet is een vergiet waardoor de content sijpelt waarover men voorheen controle had. Het Netflixvoorbeeld legt nog een ander probleem bloot. Voor aanbieders van videodiensten via het internet is het van essentieel belang dat hun diensten de abonnees op een hoog kwaliteitsniveau bereiken. Storingen en een blokjesbeeld horen daar niet bij. Om een goede kwaliteit te waarborgen zijn afzonderlijke afspraken met netwerkaanbieders nodig. De inhoud wordt dichterbij de eindgebruiker aangeleverd en een voorrangspositie wordt bedongen. Het dichterbij huis aanleveren gebeurt via zogenaamde content distribution networks (CDN's). In het voorbeeld is Level 3 degene die dat verzorgt. Er zijn nog andere grote partijen in deze markt actief (Akamai, nationale telecom-operators), maar het kan ook zijn dat een contentaanbieder zelf op de deurmat aanlevert. Er moet daarvoor in voorkomende gevallen actieve apparatuur geplaatst worden en er moeten kabels aan elkaar worden geknoopt. Het is maar de

vraag of dit soort issues onder de noemer van netneutraliteit vallen, binnen het kader van telecomregels over 'interconnectie' en 'co-locatie' aan de orde kunnen komen, of uitsluitend aan vrije onderhandelingen onderworpen zijn.

In de bestaande discussies over netneutraliteit wordt onderkend dat bepaalde diensten om evidente redenen een voorrangspositie nodig hebben. Naast video geldt dat ook voor spraak (geen vertraging in het gesprek) en games (na een mitrailleursalvo in Modern Warfare 3 moet de tegenstander wel meteen dood neervallen). Kortom, het bestaan van een zogenaamde 'managed lane' op het internet wordt in brede kring aanvaard. Daarmee blijven nog twee vragen onbeantwoord: wie wordt er wel of niet tot de managed lane toegelaten en hoe groot mag de managed lane zijn ten opzichte van de unmanaged lane (lees: het open internet). Om maar met de laatste vraag te beginnen: als veel breedbandcapaciteit wordt gereserveerd voor - een beperkt aantal - managed diensten, resteert er maar een beperkte capaciteit voor alle andere informatie die we via het internet tot ons nemen. De vele aanbieders ervan staan met z'n allen in dezelfde file, met als gevolg dat de informatie vertraagd bij de gebruiker komt. Die vervolgens uit frustratie afhaakt. De informatie-aanbieder raakt zo de facto in de vergetelheid. Wég informatievrijheid. Daar staat de gebruiker tegenover die het buitengewoon prettig vindt dat hij 3D HDTV-films kan kijken en supersnel in hoge beeld-

resolutie kan gamen. Dit zijn dilemma's waar op dit moment nog geen antwoord op is. De optimisten stellen dat het in de praktijk wel zal meevallen, de pessimisten zien in de discussie over managed/unmanaged een mooi instrument om eyeballs naar zich toe te trekken en het de concurrent lastig te maken.

Stel we komen er uit en weten via regelgeving een perfecte balans te vinden door het instellen van een 'no blocking-regel' (alle verkeer moet in principe worden doorgelaten) en een nondiscriminatie-regel (geen oneerlijke bevoordeling), hebben we dan ook 'eyeballneutraliteit' gerealiseerd?

Natuurlijk niet. Er is immers sprake van een gecompliceerde waardeketen tussen de aanbieder van informatie/content en de afnemer/kijker. Op meerdere plekken binnen die waardeketen doen zich mogelijkheden voor om de aandacht te manipuleren. Neem bijvoorbeeld de rol die platforms of sociale netwerken vervullen. Zij helpen met aanbevelingen gebruikers bij het vinden van informatie, maar in de geboden selectie kunnen andere overwegingen besloten liggen (bevoordelen van eigen diensten of betalingen van dien-

stenaanbieders). Wat voor rol gaan partijen als Apple TV of Google TV spelen en wat zal het gevolg zijn van meer intelligente decoderkastjes en elektronische programmagidsen? Zo kondigde kabel-exploitant UPC aan te zullen komen met een nieuwe, meer intuïtieve, Appsgestuurde decoder.

Netneutraliteit is nog een te abstract debat. Nieuwe marktontwikkeling en incidenten zullen bepalen waar het echt om gaat: het beschermen van idealen of slechts een nieuw element in de zoektocht naar controle over de eyeballs. ❏

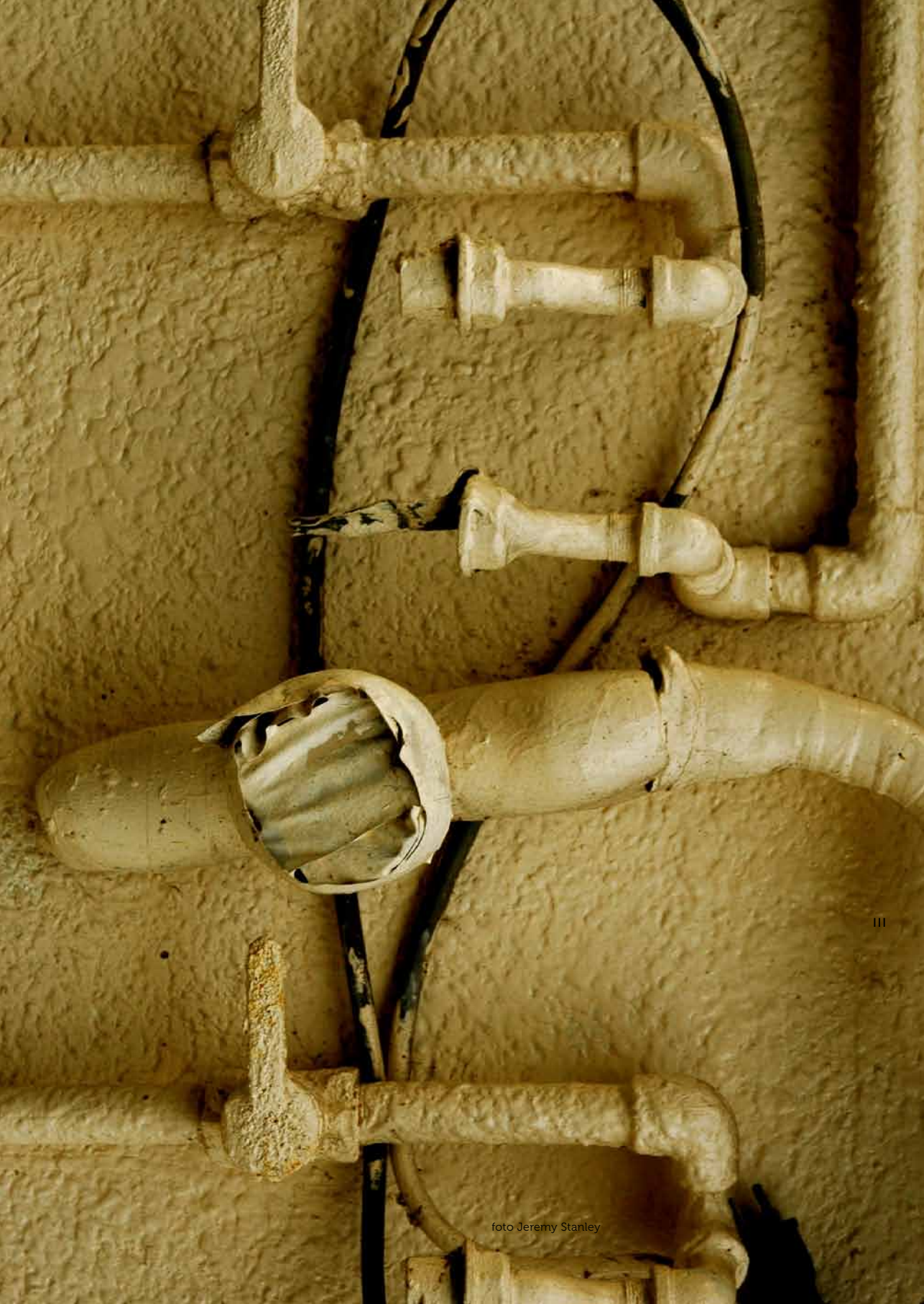
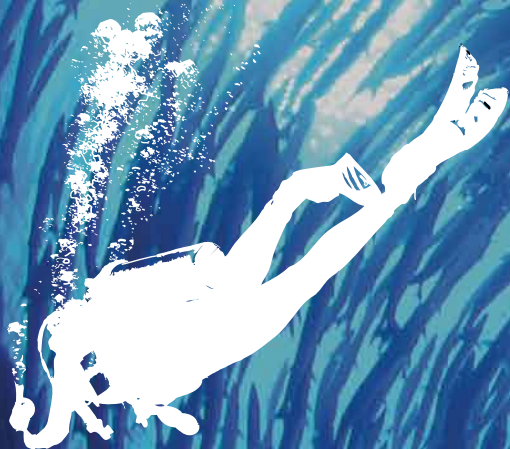


foto Jeremy Stanley

Cor Bosman blogt



Op twee meter afstand zwemt een enorme potvis, ongeveer 15 meter lang en zeer imponerend. Hij is niet alleen, er hangen er nog zes verticaal te slapen. Ze tolereren mijn aanwezigheid, maar ik ben er toch niet helemaal gerust op. Ik heb gedoken met tijgerhaaien en krokodillen, maar dit is toch andere koek. In de spanning van het moment vergeet ik bijna foto's te nemen. Maar het mag even, want gedurende de komende vijf dagen in het water met deze majestueuze dieren zal de camera overuren draaien. Vijftien jaar na mijn eerste duik, duik ik op armafstand van het grootste roofdier ter wereld.

In 1993 was ik toevallig met Rop, Felipe en Paul in contact gekomen. Zij liepen met het idee om een internetprovider te beginnen en vroegen mij mee te doen. Met z'n vieren begonnen we XS4ALL en de rest is geschiedenis. Een hobby werd een bedrijf waar ik nu bijna 20 jaar later nog steeds met plezier werk.

Ongeveer rond diezelfde tijd was ik een andere hobby begonnen. Tijdens een vakantie ben ik voor het eerst gaan duiken en ik wist direct dat dit het zou worden. Ik had al aquaria thuis, dus ik wist wel een beetje van het leven onder water, maar dit was overweldigend. Overal om je heen vissen, gewichtloosheid, en even rust voor jezelf. Ik kon er helemaal relaxen na de stress die een bedrijf dat zichzelf niet kan bijbenen oproept.

Eenmaal thuisgekomen was het lastig om deze ervaring met iemand te delen. Ik besloot dat ik de volgende keer een onderwatercamera mee moest nemen om te laten zien hoe ongelofelijk mooi de wereld onderwater is. Ik had geluk, want ook mijn vrouw was helemaal in de ban van de onderwaterwereld. Zo konden we samen onze reizen gaan plannen rondom duiken en fotograferen. Door de jaren hebben we aardig wat camera's gehad. Van een simpele Sea & Sea MX 10, de volledig handmatige Nikonos V, de Nikon F100, D100 en D2x, tot de D7000. Van dia's tot digitaal. Van print tot website.

Al na enkele reizen begonnen we vragen te krijgen over onze foto's. Van familie en vrienden, maar ook van duikbladen en later van websites en bedrijven. Het idee kwam bij ons op om een eigen website te maken waar we onze foto's kwijt konden.

In eerste instantie om onze passie over de onderwaterwereld te delen. Wij houden allebei van het fotograferen van zeer kleine diertjes met macro en vergrootlenzen, en de foto's die je dan maakt doen soms onnaards aan. We wilden laten zien wat voor een geweldige dieren er op de vierkante centimeter leven. Later werd de website ook de plek waar we mensen naar konden wijzen als ze vragen hadden over onze foto's.

De eerste website was gemaakt met het destijds zeer populaire programma Gallery. Naar huidige standaarden was het een heel simpel programma, maar na wat wijzigingen functioneerde het best aardig. Die wijzigingen deed ik uiteraard met de community rondom Gallery. We gingen ook reisverslagen bijhouden, en al snel kwam bij ons de behoefte om de reisverslagen, fotorapportages en andere zaken te bundelen onder één website, <http://underwa.ter.net>.

oprichters, met wie ik regelmatig online sprak, me deden denken aan XS4ALL. Een stel vrienden die samen een bedrijf begonnen en daar enorm veel lol aan beleefden. Niet geheel onbelangrijk was ook dat smugmug de mogelijkheid bood om je site te themen, zodat ik de smugmug-hosted foto's naadloos kon laten overgaan in mijn eigen Wordpress.

We krijgen bijna dagelijks reacties op onze foto's, van mensen uit de hele wereld. Het verzoek dat mij het beste bijgebleven is, is dat van een moeder wiens zieke kind enorm van varkens hield. Ze had onze rapportage gezien over zwemmende varkens, en vroeg ons om een print om in zijn kamer op te hangen. Uiteraard kreeg ze per direct een aantal foto's toegestuurd.

Intussen hebben wij foto's in meerdere bladen gepubliceerd. In Nederland, maar ook in Duitsland, Engeland, de VS en verschillende Aziatische landen. Ook hebben we aardig wat prijzen in de wacht

<http://underwa.ter.net>

Het belangrijkste aan een fotografiesite is dat hij simpel is. Te veel franje en je leidt af van de foto's. Ik maakte daarom een eigen theme voor het populaire blogprogramma Wordpress, waarin ik alle overbodige elementen weghaalde. De site moest met name om de foto's gaan. Intussen voldeed Gallery voor mij niet meer en na een lange zoektocht kwam ik uit op de online fotohostingsite smugmug.com. Het mooie aan smugmug vond ik dat de

geslept, waaronder op grote internationale wedstrijden. We zijn actief in de onderwaterfotografie-community rondom wetpixel.com, en beleven nog steeds veel plezier aan onderwaterfotograferen. Maar al die jaren is het een hobby gebleven. Ik heb al een baan en mijn grootste angst is dat fotograferen een baan wordt. De onderwaterwereld is niet om in te werken, hij is er om even helemaal alleen te zijn. 🐬

naam **Cor Bosman** functie **Mede-oprichter, hacker, programmeur en netwerkbeheerder** in dienst bij XS4ALL sinds **1993**



Toen ik mijn eerste stappen op internet zette (in De Digitale Stad) was ik direct wild enthousiast om twee redenen.

Niels Huijbregts blogt

<http://www.kokenvoormijndochter.nl>

Toen ik mijn eerste stappen op internet zette (in De Digitale Stad) was ik direct wild enthousiast om twee redenen. De eerste was het feit dat je zomaar direct met iedereen kon communiceren. De tweede dat je niet alleen allerlei informatie kon ontvangen, maar ook informatie kon bijdragen. Het idee dat je zonder uitgever, zonder drukpers, zonder uitzendrechten, toch je eigen verhaal kon vertellen aan een wereldwijd publiek sprak – en spreekt – zeer tot mijn verbeelding. Dus ik zorgde er snel voor dat ik me de technieken eigen maakte die nodig zijn om websites te bouwen en al gauw maakte ik sites voor de universiteit, en later voor allerlei bedrijven, organisaties, webwinkels, enzovoort. Tot ik bij XS4ALL ging werken en me ging bezighouden met de toegang tot internet in plaats van de inhoud van het internet, heb ik een hele hoop sites gebouwd. Maar vreemd genoeg altijd voor anderen, nooit voor mezelf. Het idee dat ik informatie

zou kunnen delen met de hele wereld was wat me geïnspireerd had om websites te gaan bouwen, maar desondanks had ik nog nooit eigen informatie op internet gezet. Ik wist niet goed wat ik zou moeten vertellen.

Daar kwam verandering in met de uitvinding van het bloggen. Blogprogramma's maakten het technisch uiterst eenvoudig om een eigen website te beginnen, en dus begonnen heel veel mensen een blog. Over zichzelf, over hun leven, over van alles en nog wat. En dat trok mij uiteindelijk over de streep. Niet de techniek, die voor veel mensen een belemmering was geweest, maar juist de inhoud. Toen ik zag hoe leuk het kan zijn om te schrijven en te lezen over wat mensen bezighoudt, hoe groot het publiek is dat je ermee kunt bereiken, en hoe geweldig het is dat er met dat publiek een echte dialoog kan ontstaan, wilde ik eindelijk ook.

Mijn blog zou over eten en koken gaan, een grote liefhebberij van mij. En niet over eten en koken in het algemeen, maar over een heel specifiek onderwerp. Ik had inmiddels een dochttertje gekregen en het was tijd om haar – ze was zes maanden – kennis te laten maken met andere lekkere dingen dan alleen melk. Toen ik jaren geleden op vakantie in Frankrijk een kind in een restaurant oesters en kreeft had zien bestellen voor zijn verjaardag, had ik bedacht dat ik, als ik ooit een kind zou krijgen, een kind zou willen dat net als ik alles lust. En dat oesters en kreeft voor haar verjaardag bestelt! Dus daar zou ik over schrijven: over het kind dat alles lust.

De beste manier om te zorgen dat een kind alles lust, leek mij om dat kind alles te laten proeven. Als baby's geboren worden vinden ze zoet lekker, verder hebben ze eigenlijk nog geen smaak. Hun smaak moet zich nog helemaal ontwikkelen. Daarom wilde ik die ontwikkeling al vanaf het eerste begin baseren op lekker, vers eten. Met liefde klaargemaakt van goede ingrediënten. Als liefhebber van lekker eten ging ik mijn kind natuurlijk geen potjes fabrieksvoer uit de supermarkt voorschotelen. Die zijn vast heel handig voor wie weinig tijd heeft (of maakt) om te koken. Maar ik vind ze vies (ik heb ze geproefd) en ondanks de enorme keuze in het supermarktschap is de variatie bedroevend. Die potjes waren ook helemaal niet nodig, want babyhapjes maken bleek heel eenvoudig en zoveel werk was het niet. Dus ik ging alles zelf voor haar koken. En deed daar verslag van op kokenvoormijndochter.nl.

Zowel het koken als het bloggen was vanaf het begin enorm leuk, zeker toen de babyhapjes die ik maakte erin bleken te gaan als koek en ik bovendien merkte dat er al

gauw een hoop mensen aan het meelezen waren, en de culinaire avonturen van mijn dochter en mij op de voet volgden. Vele honderden trouwe lezers die meeleefden, meekookten en in berichten die ze op de site achterlieten, vertelden hoe het hun verging in de wereld van het koken voor baby's.

Maar ook op een heel ander vlak was mijn blog een belevens: nu ik eindelijk een eigen website had, wilde ik natuurlijk ook dat die bezocht werd. Dus verdiepte ik me in *search engine optimization*, in Google adwords, in begrippen als *keyword density*, *back links*, *page ranks* en *cross linking*. Daarbij viel op hoe enorm de macht van Google is: toen mijn site nog niet door Google geïndexeerd was, kwam er geen enkele bezoeker. Toen de site in de database van Google was opgenomen, kwamen er meteen mensen naar de site kijken, en zodra ik min of meer doorhad hoe Google in elkaar zit en hoe je dus je site kunt aanpassen om zo goed mogelijk gevonden te worden, werd de site echt druk bezocht. Het lastige daarbij is, dat je om hoger in de zoekresultaten te komen, moet begrijpen hoe de zoekmachine werkt. Maar Google doet er alles aan om juist dat geheim te houden. Logisch, want zoekmachines voor Google zijn ten onder gegaan aan misbruik door mensen die zo goed begrepen hoe de zoekalgoritmes werkten, dat ze elke site die ze maar wilden, bovenaan de lijst konden krijgen en zo de zoekresultaten enorm vervuilden.

De geheimzinnigheid van Google houdt de zoekresultaten schoon, maar betekent ook dat er een schimmige wereld van internet-marketeers en zoekmachinemanipulators is ontstaan. Een wereld waar je voor 100 dollar 2000 'gegarandeerd waardevolle back links' kunt kopen, en waar '100% betrouwbare

adviseurs' met inside information over de Google-algoritmes voor 3000 euro hun kennis met je willen delen. Ik heb me er maar niet mee ingelaten, maar desondanks had ik soms de indruk de speelbal te zijn van schimmige zaken. Van de ene op de andere dag en zonder enige aankondiging of verklaring en zonder mogelijkheid om bezwaar aan te tekenen, kan je Google ranking volledig veranderen. Kunnen zoektermen waarop een site altijd goed vindbaar was, ineens totaal andere resultaten geven, waardoor een website praktisch onvindbaar wordt. Gezien het feit dat de vindbaarheid van een website vrijwel volledig afhankelijk is van Google – in Nederland gaat 93% van alle zoekopdrachten via Google – is het succes van een nieuwe website dus kennelijk overgeleverd aan de grillen van een bedrijf dat ondanks zijn machtspositie en de economische en maatschappelijke invloed die daaruit voortvloeien, geen duidelijkheid geeft over de processen waar iedereen afhankelijk van is. En dat is griezelig, want Google Search is meer dan een zoekmachine, het is in de praktijk het Pad naar de Enige Werkelijkheid. Googlegebruikers kijken zelden verder dan de eerste of tweede pagina zoekresultaten, dus als je site daar niet bij staat, bestaat hij gewoon niet. Of hij is in ieder geval niet belangrijk genoeg om getoond te worden, wat vanuit het perspectief van de gebruiker hetzelfde is. Elk ander bedrijf met zo'n machtige positie zou gedwongen worden transparantie te betrachten en volledig duidelijk te maken wat je van zijn diensten kunt verwachten en wat je kunt doen als je over die diensten niet tevreden

bent. Maar in dit geval moeten we er maar op hopen dat het motto 'Don't be evil', dat Google in 2004 als lijfspreuk aannam, nog steeds als belangrijke waarde meeweegt bij de beslissingen die het bedrijf maakt.

De eerlijkheid gebiedt te zeggen dat mijn zorgen vooral theoretisch zijn: in de praktijk lijkt het erop dat Google inderdaad niet kwaadaardig handelt. Of in ieder geval niet zo kwaadaardig als het bedrijf zou kunnen zijn, gezien de almachtige positie die het heeft. Aan de andere kant: aangezien Google in hoge mate bepaalt wat wij gewone stervelingen kunnen zien en wat we niet te zien krijgen, is Google natuurlijk als geen ander in staat om de schijn van goedardigheid op te houden, zonder dat wij ooit doorhebben wat er werkelijk gebeurt.

Gelukkig is Kokenvoormijndochter maar een hobbyproject. De website is nu prima vindbaar in Google en als dat zou veranderen dan zou dat jammer zijn voor mij, maar het zou me niet ruïneren of mijn leven anderszins overhoop gooien. Ik kook gewoon lekker verder. Inmiddels is mijn dochttertje twee jaar, ze eet al lang geen babyhapjes meer. De website is in de loop der tijd veranderd in een culinaire blog met recepten die voor iedereen lekker zijn, voor kinderen en volwassenen, en mijn dochter is de fijnproever die de recepten keurt voordat ze op de website verschijnen. Oesters en kreeft heb ik nog niet voor haar klaargemaakt, maar de mosselen, venusshellen en garnalen vielen erg in de smaak, dus we zijn al een heel eind!

Maurice Verhoeven

blogt

"Ik

WIL MET
EEN TEAM
MEEDOEN
AAN DE

Alpe
d'Huez!

118

"... Op één dag, 6 keer de Alpe d'Huez beklimmen voor het goede doel. Hebben jullie interesse?"

Zo stelde Nico zijn vraag ongeveer. Verbijsterd stond ik in de groep. Niet alleen vanwege de rare vraag, maar ook omdat die vraag in deze groep gesteld werd. We hadden als fervente voetballers het zoveelste openingstoernooi gespeeld en zouden net een nieuw seizoen beginnen! Nico lichtte verder toe: "Ruim duizend meter hoogteverschil. Een bijna 14 kilometer lange klim. En dat zes keer op één dag. Oh, en minimaal 2500 euro sponsorgeld voor het KWF meenemen."

Glimlachen, omdraaien en doorgaan met de uitgebreide evaluatie van het onderlinge toernooi was verstandig geweest, maar zoals zo vaak riep iemand: "Ik ga mee!" en 10 minuten later was het team compleet.

Ik deed ook mee. Bang om iets te missen. Bang dat ik volgend jaar de mooie verhalen zou moeten aanhoren en zelf deze sportieve uitdaging had laten lopen. Dat ik nog nooit (de behoefte aan) een race-



fiets heb gehad en geen idee had hoe ik die sponsoring rond moest krijgen was bijzaak. De fysieke uitdaging, daar ging het om!

Dat heb ik geweten. De eerste trainingen leken een marteling. Echt een nadeel om 'wat wielrenervaring' in de groep te hebben. Ik ging regelmatig kapot. Ik moest de groep vragen om het tempo te minderen en had vaak materiaalpech. Die frustraties schreef ik, voorzien van GPS-statistiek (endomondo) en een flinke dosis voetbalhumor van me af in een wekelijkse blog. Langzamerhand werd ik beter. Ik leerde slimmer te fietsen, te herstellen tijdens de rit. Te linkeballen. M'n pijn te verbijten en anderen de kans te geven om als eerste stuk te gaan.

De lengte van de trainingsritten nam toe. We maakten van alles mee. Lekke banden, gebroken versnellingskabels, valpartijen door ijzel. We stelden vast dat je niet kunt afstappen als je voeten nog aan je pedalen vastzitten, kwamen op mooie plekken en verdwaalden vreselijk. We dachten dat we goed op weg waren bij het beklimmen van onze lokale Alp, het Kopje van Bloemendaal. We werden weer nederig na een trainingsweekend Limburg en deelname aan de Ronde van Vlaanderen.

Steeds uitgebreider legde ik alles vast in mijn blogs op onze website www.leggendsonwheels.nl. De site is gebaseerd op Drupal, een populair open source CMS. Ik voorzag de site van een paar uitbreidingsmodules en paste een bestaand the-


ma aan zodat ik tevreden was met de look en feel. Behalve het regelmatig toevoegen van de logo's van onze sponsors heb ik eigenlijk geen onderhoud aan de site gehad, behalve spam op het gastenboek. Gelukkig kan ik goed genoeg programmeren (of eigenlijk googlen) om het gastenboek te laten samenwerken met Mollom (open source anti spam). Zo maakte ik tijd vrij om te bloggen. Na een tijdje merkte ik dat veel meer mensen dan ik had gedacht m'n blogs lazen. Ik werd er door kennissen van kennissen op aangesproken en kreeg sms'jes en mailtjes als ik niet direct na het weekend m'n blog af had.

We besteedden ook veel aandacht aan het werven van sponsors. We organiseerden een benefietconcert met lokale band LUFNAP, een tennisclinic met Sjeng Schalken en Huub van Boekel, een loterij onder collega's, en we ontvingen donaties van klanten van XS4ALL na een stukje in de nieuwsbrief. We haalden regelmatig de krant en overtuigden bedrijven, familie

en vrienden om te doneren. Tien euro uit de spaarpot van m'n neefje en 100 euro van iemands AOW. Alles was welkom. In totaal brachten we bijna 58.000 Euro sponsorgeld bij elkaar. Geweldig!

9 juni 2011 was een van de mooiste dagen die ik heb meegemaakt. In het pikkedonker, verlicht door een knipperend ledje, daalde ik af naar de voet van de berg.





Omringd door duizenden anderen luisterde ik naar de verbluffende stilte die de spanning kennelijk met zich meebrengt. Gesteund door familie, vrienden en al die supporters beklom ik samen met het team keer op keer de Alpe d'Huez.

Terugkijkend realiseer ik me dat de fysieke prestatie bijzaak was. Het gaat om de saamhorigheid, gezamenlijk iets bereiken, iets geweldigs organiseren zonder ook maar 1 euro aan de organisatie ervan uit te geven. Het gaat om de morele ondersteuning van patiënten en hun nabestaanden, om het ophalen van 20 miljoen euro en om het verkrijgen van al die aandacht.

Het beklimmen van die Alpe d'Huez, dat was maar bijzaak!

<http://deelnemers.alpe-dhuzes.nl/teams/legends-on-wheels>

Tot slot een overdenking:

Bijna 5 miljoen mensen volgden op 9 juni 2011 de verslaggeving rondom Alpe d'HuZes. Dat is ongeveer 35% van Nederland. Weet u nog of u gekeken of geluisterd hebt? En met wie deed u dat ook weer? Eng wordt het als u weet dat die 35% ook dichtbij de 33% procent ligt van mensen die kanker krijgen. Eng wordt het als u bedenkt dat kanker uw en mijn leven in dezelfde verhoudingen zal beïnvloeden!

In 2012 doen wij weer mee met de Alpe d'HuZes. Het doel is om 30 miljoen euro op te halen en ik denk dat het kan. Zeker als u ook sponsort. Dit kan via <http://deelnemers.alpe-dhuzes.nl/teams/legends-on-wheels> 🚴

naam **Maurice Verhoeven** functie **Hoofd product- en ketenmanagement**
in dienst bij XS4ALL sinds **2001**

Wouter

Leenards

speelt

Ik houd

van onvoor- speelbaar- heid.

WEBAPPLICATIES

Als webdeveloper ben ik verantwoordelijk voor de werking van de webapplicaties voor klanten die gebruikt worden op onze websites. Ook buiten mijn werk maak ik graag webapplicaties en websites. Een aantal van deze sites wil ik in dit stukje graag bespreken.

RANDOM

Ik hou van onvoorspelbaarheid. De interessantste zaken gebeuren vaak doordat er iets gebeurt of iemand iets doet wat je niet had verwacht. Vaak is het resultaat dan vreemd of slecht, maar regelmatig ook zeer interessant. Op een computer is het eenvoudig om willekeurigheid te bewerkstelligen. Met dit idee in mijn achterhoofd heb ik ooit de Receptengenerator^[2] bedacht. Elke keer wordt een nieuw, geheel willekeurig recept gepresenteerd, met willekeurige ingrediënten en een willekeurige bereidingswijze. Loopt het water u al in de mond bij gerechten als Carpaccio van bruine bonen, Paksoi met bier of Mosterdgebak?

SIMULATIE

Als kind speelden mijn broertje en ik zelden oorlogje, indiaantje of brandweerman. Wij speelden 'economietje' met Lego, Playmobil of knuffeldieren. Alle inwoners, bijvoorbeeld de legopoppetjes, moesten geld proberen te verdienen door winkels te bouwen en zich te specialiseren of - als dat allemaal niet ging - geld te ontvreemden. Winkels werden gebouwd met legoblokken die gekocht moesten worden, en het geld waren gekleurde transparante legoblokjes. Blauw was 10, rood 25 en geel 50, we leefden immers nog in het Guldentijdperk. Door een auto te kopen kon je blokken vervoeren en als je geen auto had was er wel iemand met een taxibedrijf om je tegen betaling te ver-





voeren. We waren soms dagen bezig met het opbouwen van dit soort kleine economieën. Uit onder andere dit idee is tien jaar geleden Miniconomy^[2] ontstaan, een spel dat mijn broer Mark en ik samen hebben gemaakt. Mark was altijd al bezig met economie, geld en beleggen, ik vooral met computers, programmeren en internet. Naast onze studie hadden we tijd over, en we wilden iets leuks doen met onze gezamenlijke kennis. We besloten een spel te maken dat in die tijd in Nederland nog niet bestond: een economiesimulatiespel waarin je geld moet verdienen door winkels te bouwen en producten te verkopen.

GROEPSDYNAMIEK

In het begin, in 2002, kon je grondstoffen delven, halffabrikaten en producten maken, winkels bouwen en de producten verkopen in je winkel. Voor het bouwen van een winkel had je producten nodig als steen en ijzer. Voor het maken van sommige producten was bijvoorbeeld een schroevendraaier nodig, die gemaakt moest worden van plastic en ijzer. Plastic werd weer gemaakt uit olie, die weer gedolven moest worden. Op die manier had elk product met het andere te maken en was er een keten van delvers, fabrikanten, leveranciers en consumenten nodig om de handel te laten draaien. De economie floreerde en sommige spelers werden erg rijk. Anderen verloren al hun geld door het maken van verkeerde keuzes of door bijvoorbeeld de criminaliteit op te zoeken. In de loop van de jaren is het spel enorm uitgebreid. Er is een politiek stelsel bijgekomen, aandelenhandel, veilingen, banken en ga zo maar door. Het spel is uitgegroeid tot een volwaardige simulatie van een kleine economie, zij het een versimpelde. Door toedoen van de spelers ontstonden complexere situaties als

welvaart, schaarste, kartelvorming en zelfs economische crisissen. Omdat je als speler tegen andere mensen speelt en niet tegen een computer is gedrag lastig te voorspellen en moet je je altijd blijven aanpassen. Er spelen inmiddels naast Nederlanders en Belgen ook een groeiend aantal mensen uit andere landen mee. Zo handelen onder meer Thai, Portugezen, Canadezen en Noren met elkaar. Als maker kan ik erg genieten van de inzet van alle spelers, de bevlogen manier waarop mensen met elkaar handelen en overleggen, en de taalbarrières die worden overwonnen.

LEREN

In 2004 is Miniconomy geschikt gemaakt voor gebruik in het (middelbaar) onderwijs. Met behulp van de Stimuleringsregeling Digitale Pioniers^[3] hebben we aan Miniconomy een educatiemodule toegevoegd die docenten in staat stelt hun leerlingen te volgen en te beoordelen op basis van statistieken, activiteit en logboeken. Omdat het erg lastig bleek om vakgroepen van scholen te factureren - veel scholen hebben maar een klein budget voor dit soort dingen - besloten we deelname voor scholen gratis te maken. Nog steeds zijn er docenten die hun klas aanmelden en, al dan niet tijdens de les, hun leerlingen mee laten spelen. Veel leerlingen vinden het erg leuk om voor school een spel te mogen/moeten spelen, sommigen maken er zelfs een videoverslag^[4] van.

Zien leuk
spelletje
voor
tussendoor



RUILEN

Tenslotte nog een kort stukje over een ander spel dat ik ooit heb gemaakt: Greed Game ^[5]. Het spel is, in tegenstelling tot Miniconomy, vrij simpel: je start met 20 gelijke munten en moet door slim te ruilen met andere spelers één van alle 100 verschillende munten bemachtigen. Omdat je alleen ruilvoorstellen kunt doen en er verder geen mogelijkheden zijn om met elkaar te overleggen worden ingenieuze constructies bedacht om de ander te vertellen wat je wilt hebben. Een leuk spelletje voor tussendoor. ✎

[1] Receptengenerator <http://www.wole.nl/recept>

[2] Miniconomy <http://www.miniconomy.nl>

[3] Stimuleringsregeling Digitale Pioniers <http://www.digitalepioniers.nl/>

[4] Youtube - Miniconomy op het Mondriaan <http://youtu.be/q6YaUmLYyXE>

[5] Greed Game <http://www.greedgame.com>



naam **Wouter Leenards** functie **Webdeveloper** in dienst bij XS4ALL sinds **2007**



Een domein om trots op te zijn

✎ Roelof Meijer

VAN 0 NAAR 4.750.000 IN 25 JAAR

Het begon allemaal ruim 25 jaar geleden, toen Piet Beertema van het CWI (Centrum voor Wiskunde en Informatica) op 25 april 1986 het beheer over het .nl-domein kreeg en enkele dagen later met cwi.nl de eerste .nl-domeinnaam registreerde. En daarmee was .nl het eerste actieve landendomein buiten de VS. 10 jaar later en bijna 10.000 .nl-domeinnamen verder werd SIDN opgericht. Zij nam het beheer van .nl van Piet en het CWI over. Wat is er in die 25 jaar ongelooflijk veel veranderd!

Een klein experimenteel netwerk waarmee wetenschappers data uitwisselden, groeide uit tot een mondiaal, allesomvattend medium. Het product van wat kan worden beschouwd als het meest omvangrijke samenwerkingsproject in de geschiedenis van de mensheid, met nu naar schatting meer dan een kwart biljoen websites en een biljard unieke URL's. Meer dan 100

127



triljoen e-mails per jaar en 150 miljoen tweets per dag. 93% van de Nederlanders is op internet te vinden, en meer dan de helft daarvan gebruikt internet dagelijks. We telefoneren, kijken TV en films en luisteren naar de radio via internet. Vanachter onze pc, ons notebook, tablet of via onze smartphone. Informatie maakt ons mondige burgers, internet versterkt ons contact met vrienden. We vragen stemadvies, delen foto's, werken 'anytime, anyplace'. We daten, kopen huizen en doen onze bankzaken online.

Het internet is daarmee een van de belangrijkste drijfveren in het proces van digitalisering van de samenleving en fundamenteel in mondiale economische en maatschappelijke ontwikkelingen. De respondenten van de door SIDN en PWC uitgevoerde Nationale Internetenquête 2011 zien internet als een van de 5 belangrijkste uitvindingen van de 20ste eeuw. Internet is ook met grote voorsprong dé manier waarop wij in Nederland kennis verwerven en verspreiden. Voor het verzamelen van informatie vertrouwt ondertussen 80% op internet als kennisbron en minder dan 8% op boek of tijdschrift.

128

Cruciaal in de razendsnelle ontwikkeling van het internet - en dus ook van het domeinnaamsysteem (DNS) - zijn de eenvoud en de marginale kosten van publiceren geweest. Van achter de keukentafel bereik je de wereld.

Eveneens van grote positieve invloed is het feit dat vanaf het begin met name private organisaties aan de opbouw van het internet hebben gewerkt. En zij zijn nog steeds bepalend, met een grote diversiteit aan vormen: informele structuren zoals

de Internet Architecture Board (IAB) en de Internet Engineering Taskforce (IETF), for-profit organisaties zoals internet service providers (XS4ALL) en hostingbedrijven en not-for-profit organisaties zoals SIDN zelf, ICANN en bijvoorbeeld internetknooppunten als AMS-IX. Veel overheden geloofden tot het eind van de jaren negentig niet in een brede toepassing van internet en bijgevolg was hun bemoeienis beperkt en bleef de regeldruk relatief laag. Met als positieve consequentie dat er veel ruimte was voor (snelle) innovatie en ondernemen.

En domeinnamen? In eerste instantie vervingen ze vanaf 1986 het systeem waarmee computers in het UNIX-netwerk een unieke naam van zeven tekens kregen. Dat systeem bleek namelijk niet meer toereikend. Maar ondertussen is een domeinnaam veel meer: een waardevol marketinginstrument, een unieke identiteit in de virtuele wereld, de herkenbare plek waar je voor bepaalde informatie terecht kunt of diensten kunt gebruiken of aanbieden. Een pakkende domeinnaam is nu een heel belangrijke component in het verdienmodel van een onlinedienst en daarom wordt voor de meest waardevolle domeinnamen tegenwoordig miljoenen betaald.

Onder die omstandigheden en als belangrijke factor voor internet in Nederland, groeide .nl uit tot een zeer succesvol domein. Met nu bijna 4,8 miljoen geregistreerde domeinnamen is .nl het op twee (.de en .uk) na grootste landendomein ter wereld. Maar het succes wordt zeker niet alleen afgemeten aan de omvang. Uit onderzoeken van bijvoorbeeld McAfee en de APWG blijkt bij herhaling dat .nl één van de veiligste top leveldomeinen ter wereld

is. Er is bovendien in de afgelopen 25 jaar nog geen moment geweest dat het domein niet werkte.

Het succes van .nl is ook de verdienste van de Nederlandse registrars. Door hun diversiteit en ondernemerschap zijn zij er in geslaagd de markt met laagdrempelige diensten te ontsluiten. Ook voor particulieren, want die kunnen al jaren .nl-domeinnamen registreren, iets wat zeker niet voor alle landendomeinen geldt.

Nederland zit bovendien in de kopgroep van een aantal Europese en mondiale internetscorelijstjes, zoals het aantal huishoudens met een internetverbinding, het aantal breedbandaansluitingen, en frequentie en duur van internetgebruik. Omdat .nl in Nederland veruit marktleider is, heeft breed internetgebruik vanzelfsprekend invloed op het gebruik van .nl-domeinnamen.

In 2011 groeit het .nl-domein met zo'n 600.000 domeinnamen, ruim 1.600 per dag. Een absoluut record tot nu toe, wat gelet op de economische ontwikkelingen toch opmerkelijk genoemd mag worden.

ZONDER INTERNET DRAAIT DE WERELD DOOR, MAAR KOMT ONS LEVEN TOT STILSTAND

Alhoewel het kunnen vinden van de computers in het datanetwerk van 25 jaar geleden ongetwijfeld belangrijk was, zal duidelijk zijn dat de eisen die vandaag de dag aan SIDN worden gesteld van een volledig andere orde zijn.

De afhankelijkheid van een werkend internet is groot en neemt steeds verder toe. Onze economie en maatschappij kunnen niet langer zonder een werkend DNS en een werkend .nl-domein. Daarnaast verwachten onze klanten ondertussen dat real time-registratie en mutatie van domeinnamen 365 dagen per jaar en 24 uur per dag mogelijk is.

15 jaar geleden was SIDN primair een beheerorganisatie, nu zijn we vooral een modern IT bedrijf met een specialistische high availability infrastructuur, dat zwaar investeert in redundantie en security en operational excellence hoog in het vaandel heeft. En de circa 70 mensen die er werken realiseren zich terdege hoe cruciaal de binnen Nederland unieke rol van SIDN is. Ze werken er met trots en betrokkenheid.

SPIN IN HET NEDERLANDSE WEB

Die unieke rol van SIDN heeft ook andere consequenties. De belangen van bedrijven, consumenten, maatschappelijke organisaties en de overheid bij het .nl-domein zijn groot. De belangrijkste aspecten van haar beleid met betrekking tot het .nl-domein overlegt SIDN daarom met die belanghebbenden, waarbij verschillende de belangen zorgvuldig worden afgewogen. Het is cruciaal dat SIDN dat doet vanuit een onafhankelijke positie.

De bemoeienis van de overheid met het internet neemt toe. En dat is begrijpelijk. Steeds meer zaken verplaatsen zich naar het internet. Heel veel noodzakelijke, nuttige en leuke dingen, maar ook illegale activiteiten. En daar willen - en moeten - overheden tegen optreden. Dat is wat wij als burgers ook verwachten.

Een moeilijke klus, want ontwikkelingen gaan razendsnel en het internet is grenzeloos. De overheid en de private sector gaan meer en meer samenwerken in de strijd tegen onlinecriminaliteit. SIDN gaat haar verantwoordelijkheid niet uit de weg en investeert steeds meer tijd en geld in dit soort maatschappelijke aspecten van internet.

EEN BLIK VOORUIT

Regelmatig wordt mij de vraag gesteld wat ik verwacht van de toekomst. Hoe lang de groei van het aantal .nl-domeinnamen nog door zal gaan. En hoe het over 25 jaar zal zijn met het .nl-domein. Moeilijke vragen. Terugblikken is aanmerkelijk eenvoudiger.

Nederland heeft na Macedonië (dat door gebruik van .me-domeinnamen in Engelstalige landen een bijzondere situatie heeft) het hoogste aantal domeinnamen per 100 inwoners: 39, waarvan er 28 .nl-domeinnamen zijn. Door die koppositie zijn er geen ervaringen met marktverzadiging elders en blijft het speculeren hoe de groei zich zal ontwikkelen. Al jaren wordt er rekening gehouden met een afnemende groei, terwijl eerst 2010 en daarna 2011 de beste jaren ooit zijn geweest. De marketeers vinden telkens weer nieuwe manieren om domeinnamen te gebruiken. En ook wat dat betreft valt Nederland op: hier kom je bijvoorbeeld billboards tegen met alleen een afbeelding en een URL. Die URL is dan tevens de slogan, iets wat in het buitenland vooralsnog minder voorkomt. De groei gaat nog wel even door, maar het is te verwachten dat hij over niet al te lange tijd afvlakt. De groei wordt nu mede veroorzaakt door registratie van domeinnamen door particulieren. En hoewel

daar potentieel veel ruimte zit (bijna 40% van de 4,7 miljoen domeinnamen is nu in handen van particulieren), zien we juist daar dat bijvoorbeeld Facebook wordt beschouwd als alternatief voor een eigen domeinnaam en website. Men realiseert zich nog te weinig dat een eigen domeinnaam de mogelijkheid biedt van levenslang één en hetzelfde e-mailadres.

Verder vooruitkijkend: ik kan mij niet voorstellen dat er over 25 jaar (en eerder) niet een slimmere manier bestaat om (de dan ongetwijfeld nog veel grotere hoeveelheid) informatie op het internet goed te ontsluiten. Er zijn er al ontwikkelingen die het gebruik van domeinnamen beïnvloeden. Door de enorme groei van zoekmachines wordt er op internet minder en anders gebruik gemaakt van URL's. De URL's in de zoekresultaten worden vaak gebruikt ter verificatie van het zoekresultaat, niet voor navigatie. Ook de opkomst van Apps is zo'n ontwikkeling. Hoe vaak wordt een browser gebruikt op een smartphone? Apps verzamelen veelal informatie van verschillende bronnen op het internet, zonder gebruik te maken van domeinnamen, en bieden deze informatie middels een zeer toegankelijke interface aan. Een derde ontwikkeling is de opkomst van sociale media zoals Facebook. Steeds meer - ook heel grote - bedrijven hebben hun eigen plek op Facebook, waar zij vaak dezelfde informatie aanbieden als op de corporate website.

Domeinnamen verdwijnen voorlopig echt niet uit beeld, maar de afgelopen 25 jaar veranderde het gebruik wel. Dat zal ook de komende jaren gebeuren. En sneller dan voorheen, want dat kenmerkt toch het internet: ontwikkelingen in het volgende jaar gaan telkens weer sneller dan in het voorafgaande. 🐼







COCREATIE: TYPISCH ZO'N BUZZ-WOORD DAT VEEL WORDT GEBRUIKT; TE PAS EN ONPAS POPT HET OP, VAAK IN GEZELSHAP VAN TERMEN ALS 'OPEN SOURCE', 'USER GENERATED CONTENT' EN '2.0'. MAAR WAT BETEKENT HET EIGENLIJK, WAT IS DE RELATIE MET INTERNET EN WAT KUN JE ERMEE?

✍ James Veenhoff

In deze 1478 woorden hoop ik op bovenstaande vragen enig licht te werpen. Mocht je geïnteresseerd zijn geraakt, het met me oneens zijn of anderszins vragen hebben, neem dan gerust contact met ons op. Fronteer Strategy heeft jarenlange ervaring met toepassing van verschillende vormen van cocreatie op service design, strategie- en productontwikkeling.

Bill Joy, oprichter van Sun microsystems, legde ooit onweerlegbaar uit waarom cocreatie van waarde is. Hij zei: "No Matter who you are, most of the smartest people always work somewhere else" - logisch, want hoe groot je ook bent, er zijn buiten je bedrijf altijd meer slimme mensen dan erbinnen! Deze uitspraak geldt inmiddels als Joy's Law.

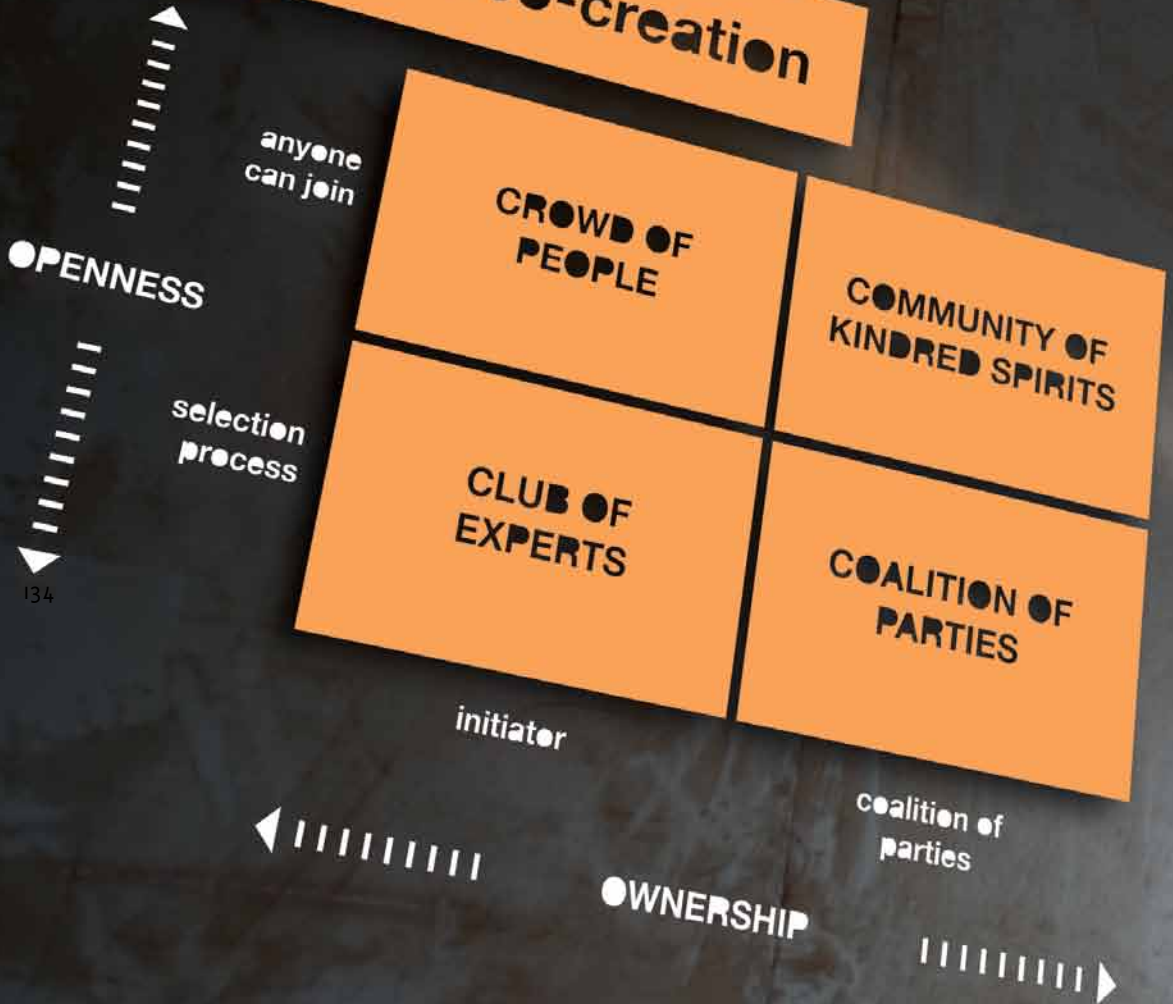
WAT IS "COCREATIE" EIGENLIJK?

Een nuttige vraag. in 2009 heeft een panel van experts - tijdens de open design conferentie van Copenhagen - de volgende definitie opgesteld: "Cocreation unlocks the collective creativity of people to create deeply relevant solutions". Henry Chesbrough, uitvinder van de term Open Innovation en algemeen erkend als ambassadeur van de cocreatie-'beweging' definieert het als "The chance for others to complete the work that you started, going well beyond what you envisioned or intended". Wij bij Fronteer Strategy gebruiken een iets operationelere bewoording: "Het creëren van waarde, zoals bijvoorbeeld producten, diensten of oplossingen, samen met mensen van buiten je eigen organisatie - zoals klanten, leveranciers, experts en andere stakeholders."

Sinds de opkomst van open innovatie in de jaren zestig (de vroege jaren van software-ontwikkeling worden algemeen erkend als de kraamkamer van het open denken) hebben vele experts en academici zich over cocreatie en haar verschijningsvormen gebogen. Vooralsnog vinden we

onze eigen indeling het meest nuttig. Wij ordenen verschillende vormen van cocreatie aan de hand van 2 vragen: Wie mag er meedoen? en Van wie is de waarde die er uitkomt? Als je die twee tegen elkaar uitzet, krijg je vier hoofdtypen.

4 types of co-creation



Crowdsourcing is de vorm van cocreatie waar 'iedereen' mag meedoen, maar waarvan de uitkomst primair voor de initiatiefnemer is. Feitelijk is dit een hedendaagse vorm van de ideeënbus: Wie heeft er een goed idee? Er wordt in dit verband vaak gesproken over de wisdom of the crowds - de massa weet veel meer dan 1 persoon alleen. Spraakmakende voorbeelden zijn onder meer de Bedenk een smaak-wedstrijd van Lays chips en de Goldcorp case, waarin een bijna failliet mijnbouwbedrijf al haar research online zette en wereldwijd wetenschappers uitdaagde om te voorspellen waar op hun gebied een goudader gevonden kon worden. In veel gevallen wordt een prijs uitgelooft (een leven lang chips) om mensen tot deelname te verleiden. Grote voordelen van crowdsourcing zijn dat je een community invloed kunt geven op je producten of dienstverlening - goed voor betrokkenheid en loyaliteit - of dat je ideeën kunt krijgen die je zelf niet had. Aan de andere kant is crowdsourcing met name geschikt voor vrij oppervlakkige vragen (bedenk een smaak, naam, thema), niet voor complexere vragen, en ben je wat betreft timing en kwaliteit afhankelijk van wie er meedoet. Het grote voordeel van internet voor cocreatie is dat je op een kostenefficiënte manier met mensen uit de hele wereld informatie en ideeën kunt uitwisselen.

Als iedereen mag meedoen én mede-eigenaar is van de uitkomsten, spreken we van pure open- of Kindred Spirits-innovatie. Het betreft hier mensen die 'voor het algemeen goed' of 'een betere wereld' aan cocreatie bijdragen. Wikipedia is een voortreffelijk voorbeeld: iedereen kan bijdragen en het is voor iedereen gratis te gebruiken, net als Linuxsoftware.

Het geheim van de smid bij deze vorm is dat je niet voor elk onderwerp deelname kunt mobiliseren. Je zult dus iets moeten maken dat een groep mobiliseert op basis van een identiteit, interesse of voordeel. Ook hiervoor biedt het internet uitstekende kansen. Waar je ook ter wereld bent, je kunt gemakkelijk onderdeel uitmaken van een community.

De derde vorm heet de Coalitie of strategische samenwerking. Het betreft hier een groep partijen die elkaar uitkiezen voor een samenwerking, vaak om een nieuw businessmodel mogelijk te maken, een bepaalde combinatie van krachten te mobiliseren of een nieuwe standaard te realiseren. In Nederland is de Senseo van Philips en Douwe Egberts waarschijnlijk het bekendste voorbeeld: de een is goed in apparaten en beheert het witgoedkanaal, de ander heeft schapposities bij de supermarkt en kan koffie branden. Zonder elkaar lukt het niet, dus zowel investeringen als verdiensten worden gedeeld. Ook bij de Apple Appstore is sprake van een coalitie: zonder Appstore geen Appverkopen, zonder Apps geen omzet in de Appstore. Apple krijgt 30%, de ontwikkelaar 70%. De impact van internet op deze vorm van cocreatie komt met name tot uiting in de vorm van het kanaal. Denk aan de Appstore, zonder zo'n virtuele winkel zouden de Apps nooit worden verkocht.

De vierde vorm noemen we Expert Co-creation: de initiatiefnemer selecteert en betreft experts om een strategische, complexe uitdaging op te lossen. Het betreft hier vaak uitdagingen die een doorbraak vergen, met tijdsdruk, soms met vertrouwelijke uitkomsten waar concurrentiebelangen en dus vertrouwelijkheid gelden.

Afhankelijk van de uitdaging kunnen klanten, dus eindgebruikers, expert zijn, maar ook wetenschappers, kunstenaars, distributiepartners of bloggers. Internet wordt hier met name ingezet om topmensen te vinden en verbinden.

In onze ervaring hangt het succes van co-creatieprojecten - onafhankelijk van welke vorm er wordt gekozen - af van 5 componenten, hieronder kort uiteengezet.

INSPIRE TO PARTICIPATE

Cocreatie vergt deelname van mensen van buiten je eigen team. Vandaar het eerste giding principe: Inspire to participate. Dit heeft te maken met de manier waarop je mensen vraagt om deel te nemen, wat je hen als mogelijke beloning in het vooruitzicht stelt, de manier waarop het proces wordt vormgegeven en wat je met de uitkomst doet.

SELECT THE BEST

Cocreatie gaat om mensen en ideeën. Het klinkt een beetje lomp, maar je wilt het proces zó inrichten dat je van beide de beste krijgt. Onuitvoerbare, afgezaagde of middelmatig doorgedachte ideeën zijn er genoeg. De massa heeft veel ideeën, maar heb je echt iets aan veel ideeën? Doorgaans wil je alleen de allerbeste mensen inzetten op moeilijke uitdagingen.

5 guiding principles of co-creation

CONTINUE DEVELOPMENTS

SHARE RESULTS

CONNECT CREATIVE MINDS

SELECT THE VERY BEST

INSPIRE PARTICIPATION

CONNECT CREATIVE MINDS

Het geheim van cocreatie schuilt natuurlijk in de waarde van bundeling van perspectieven. Het is dan ook essentieel om mensen aan elkaar te verbinden zodat ze op elkaars schouders kunnen staan, in plaats van op elkaars tenen. Cocreatieprocessen die geen samenwerkings-element hebben zijn niet meer dan een oude ideeënbus. Dit lijkt een enorme open deur, maar wordt vaak over het hoofd gezien.

SHARE THE RESULTS

Zonder een eerlijke verdeling van de uitkomsten is cocreatie gedoemd om na enkele pogingen te stoppen. Wat eerlijk is, verschilt natuurlijk per geval. In ieder geval zijn erkenning en informatie zeer belangrijke thema's. Als je bijdraagt wil je weten wat ermee gebeurt. Bij cocreatie ga je eigenlijk een relatie aan, terwijl de meeste organisaties eerder op transacties ingesteld zijn. Wederom: dit lijkt logisch, maar veel projecten laten hier waarde en kansen liggen.

CONTINUE DEVELOPMENT

Cocreatie is fantastisch, maar net als elders geldt dat je voor briljante uitkomsten hard moet werken - je bent ook niet gelijk klaar. De uitkomst van een cocreatietraject is slechts startpunt voor vervolg. Doorontwikkeling, liefst met een combinatie van stakeholders - leidt tot de beste uitkomst.


DE WAARDE VAN COCREATIE

Veel van onze relaties geven aan dat cocreatie verleidelijk klinkt, maar ook een hoog mooie praatjesgehalte lijkt te hebben. Woorden als engagement, involvement, interactie en inspiratie zijn mooi, maar hoe werkt het in de praktijk? Geenszins wil ik cocreatie als panaceum verkopen, maar wij geloven dat alleen bedrijven die samenwerken met hun 'Umfeld' de komende tijd consistent en duurzaam waarde kunnen blijven creëren. Uit ervaring weet ik dat cocreatie, mits goed gemanaged (dus de juiste vorm met in acht-neming van de 5 componenten) uiterst waardevol kan zijn. Van bier tot verzekeringen en van vliegreis tot vakbeurs: we hebben doorbraken gezien.

Einsteins observatie dat problemen niet met hetzelfde perspectief kunnen worden opgelost als dat van waaruit ze worden gecreëerd of geobserveerd, is een helder argument voor cocreatie. Voor veel bedrijven is het in elk geval nieuw en verfrissend om weer eens face-to-face met de begunstigde van hun product (de klant) van gedachten te wisselen, laat staan met experts. Ik hoop in dit artikel in elk geval enige nuance en invulling te hebben gegeven aan het buzzwoord cocreatie. Er zijn talloze inspirerende voorbeelden te noemen van succes én falen, zowel in Nederland als daarbuiten. Mocht je interesse hebben, volg dan onze weblog op www.fronteerstrategy.com; heb je vragen, mail ons gerust. Als afsluiting nog 1 advies: "If you do what you did, you get what you've got". Cocreatie is vooral een kwestie van ergens beginnen en heel veel leren. Ik wens je daarmee veel plezier en succes. 🙌

De iPad is ook een beetje van Brainport

“Met grote bedrijven als ASML, Philips en NXP loopt Brainport Regio Eindhoven voorop als het gaat om onderzoek naar moderne oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken.

 Door Rob van Gijzel

“Ieder jaar wordt er in deze regio 2,1 miljard euro geïnvesteerd in Research & Development! De bedrijven halen hier maar liefst 17 procent van hun omzet uit de verkoop van innovatieve diensten en producten, terwijl het Nederlandse gemiddelde op 6 procent ligt. Van alle Europese regio's doet Noord-Brabant de meeste patentaanvragen. Dit was niet alleen zo in het meest recente jaar waarover cijfers beschikbaar zijn (2006), maar ook in 1986 en 1996.”

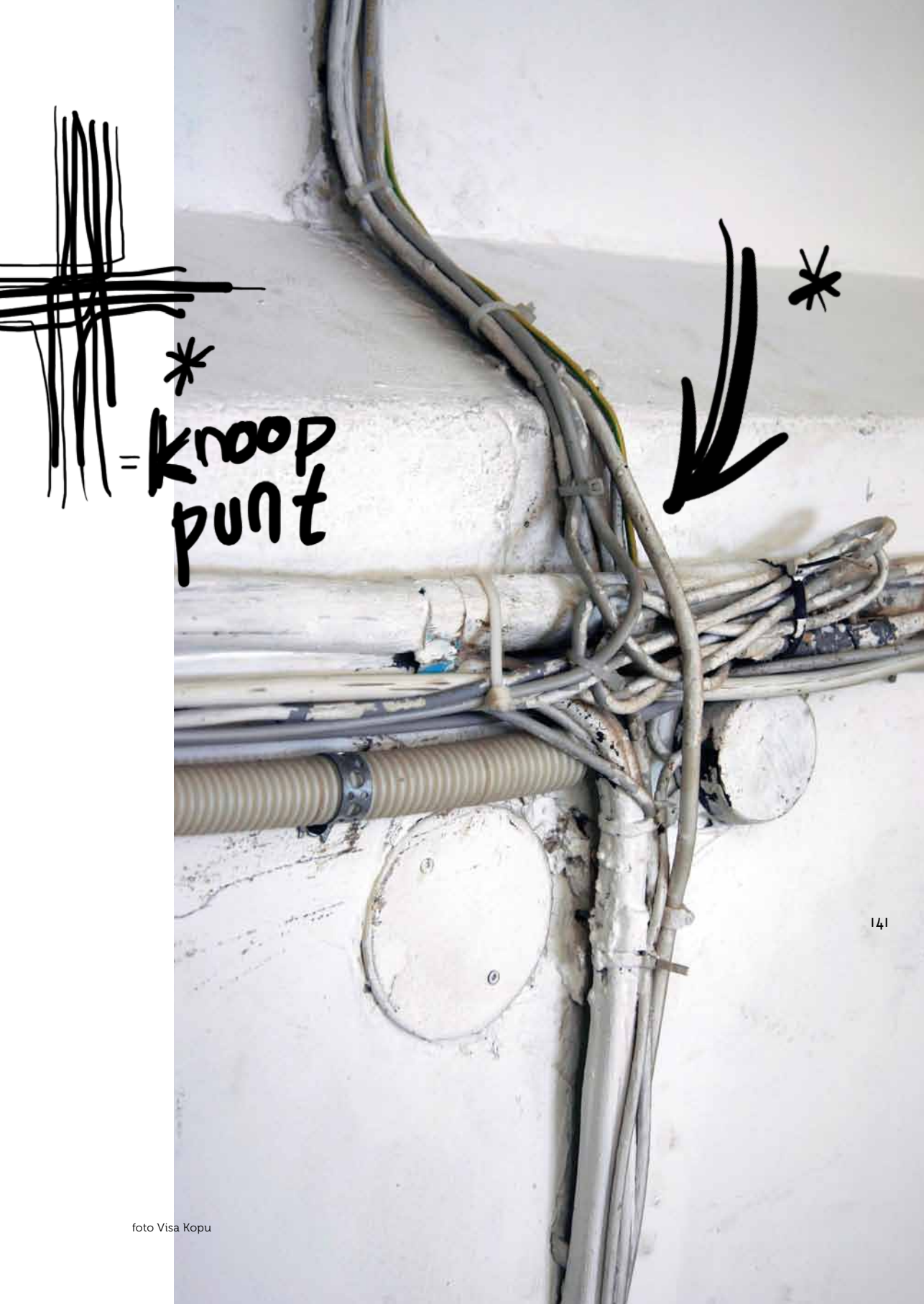
Niet voor niets werden we dit jaar door de Amerikaanse denktank Intelligent Community Forum (ICF) uitgeroepen tot 'Smartest region of the world'. Nergens ter wereld vind je een ecosysteem waarin bedrijven, kennisinstellingen en overheden zo intensief met elkaar samenwerken. We werken slim samen door kennis met elkaar te delen. De jury van de ICF Award 2011 noemde Brainport Regio Eindhoven een internationaal voorbeeld van regionale samenwerking, een kwalificatie waar we erg trots op zijn. Ook op het gebied van kennisinstellingen lopen we voorop. Met de Technische Universiteit Eindhoven (TU/e) hebben we een topuniversiteit in huis waar slimme studenten en docenten continu bezig zijn met het ontwikkelen van nieuwe ICT-toepassingen op het gebied van Smart Mobility, Energy en Health. Zo gaat Ton Kroonen, hoogleeraar breedbandnetwerken van de TU/e, de komende vijf jaar onderzoeken of het mogelijk is om internet ook binnenshuis door te geven via lichtsignalen in plaats van radiosignalen. Een groot voordeel hiervan is dat lichtsignalen niet storen met andere apparatuur. De TU/e staat na Oxford en Cambridge in de top drie van Europese onderzoeksuniversiteiten op het gebied van informatica. Wereldwijd neemt de Eindhovense universiteit plaats 34 in op het gebied van informaticaonderzoek.

"Eindhoven is duidelijk meer dan de som der delen. Na een moeilijke periode begin jaren '90 heeft de regio zichzelf zeer succesvol heruitgevonden. Belangrijkste daarbij is dat mensen en bedrijven in Eindhoven buiten hun eigen domein kijken. Het is niet of design, of high tech, of media, het is en, en en. Het is samenwerken, het is disciplines bij elkaar zoeken. En daarin is Eindhoven met verschillende kennisinstituten en een keur aan kleine en grote bedrijven gezegend. Samenwerken in Eindhoven is makkelijk, en vaak zit de kennis die je zoekt letterlijk om de hoek."

"Breedband is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. We beschouwen toegang tot het wereldwijde netwerk als net zo normaal als water uit de kraan of elektriciteit uit het stopcontact. Wat we ons niet realiseren is dat de infrastructuur die ons die toegang geeft tot het Internet, ernstig verouderd is. Het koperdraadje dat ik gebruik in mijn eigen huis bijvoorbeeld, ligt daar al sinds 1935. Al die jaren heeft dat draadje prima gefunctioneerd, maar we lopen momenteel tegen de grenzen aan van dit netwerk. Juist nu Internet gemeengoed is geworden en we binnen Brainport hard werken aan de diensten van de toekomst. Diensten die zorgen voor meer veiligheid en comfort en nieuwe vormen van leren en werken mogelijk maken. EFX is de marktplaats waar deze nieuwe diensten samenkomen en worden gekoppeld aan de glasvezelnetwerken in Brabant. EFX is daardoor een goed voorbeeld van samenwerking tussen bedrijven, gemeenten en de Technische Universiteit Eindhoven. Want alleen door samenwerking blijf je de slimste regio ter wereld."

De TU/e werd in oktober door weekblad Elsevier ook nog uitgeroepen tot de beste technische universiteit van Nederland. Eindhoven heeft jonge en startende ondernemers in de ICT-branche veel te bieden. Zij kunnen zich bijvoorbeeld vestigen in het nieuwe Catalyst, een speciaal bedrijfsverzamelgebouw voor starters met activiteiten gericht op technologisch innovatieve producten, processen of diensten en het vermarkten ervan. Catalyst wordt gevestigd op het terrein van de TU/e. Alle faciliteiten en kennis op het gebied van scheikunde, natuurkunde, biomedische technologie en wiskunde zijn dus binnen handbereik. In het programma Brainport 2020, waarmee Zuidoost-Nederland tot de top-5 van Europese economieën van Europa wil gaan behoren, is veel aandacht voor het doorontwikkelen van ICT in de regio. Er wordt veel geïnvesteerd in Research & Development en ingezet op intensieve samenwerkingsverbanden tussen kennisinstellingen, bedrijven en overheden. Die samenwerking komt terug in alle sectoren. Zo richt het programma Brainport Health Innovation zich op innovatie op het snijvlak van zorg en technologie. Dit is een initiatief van de zorgsector, kennisinstelling, bedrijven en overheden. Met dit programma ontwikkelen we bijvoorbeeld methoden om de nachtzorg efficiënter te organiseren en om oudere mensen langer zelfstandig te laten wonen. Omdat het delen van kennis een belangrijke voorwaarde voor het succes van de regio is, neemt Brainport Regio Eindhoven samen met andere Europese hightechregio's plaats in Kennis en Innovatie Communities (KIC's). In deze door het Europese Instituut voor Innovatie en Technologie ingestelde innovatieplatforms werken studenten, onderzoekers en ondernemingen samen op voor de toekomst van Europa essentiële

gebieden, zoals duurzame energie en ICT. Een belangrijke voorwaarde voor een goed ICT-klimaat is de infrastructuur. Eindhoven heeft van de door het ICF in 2011 gekozen zeven slimste regio's van de wereld het goedkoopste aanbod voor breedbandinternet. Eindhoven scoort ook erg goed op de beschikbaarheid van internetaansluitingen. Iedereen die wil, kan e-mailen en surfen. Er zijn maar liefst vijf soorten breedbandinternet voor zowel huishoudens als bedrijven beschikbaar. In deze regio draait het op ICT-gebied niet alleen om geld verdienen, we willen ook dat de mensen hier aangenaam kunnen leven. Bijna 80 procent van alle overheidszaken kun je via internet regelen en we moedigen iedereen aan om meer gebruik te maken van de mogelijkheden van nieuwe media. Brainport Regio Eindhoven speelt ook een grote rol in het succes van bedrijven als Apple. Een hele hoop technologie die wordt gebruikt in de producten als de iPhone of de iPad, is hier uitgevonden en ontwikkeld. Zonder onze ICT-bedrijven zou de wereld er nu anders uitzien. De video- en displaytechnologie in computers, om maar wat te noemen. En vergeet niet dat 80 procent van de machines die microchips maken, wordt geproduceerd door ASML. Onze regio biedt volop kansen. Voor de economie van Nederland, maar ook voor het bedenken en maken van oplossingen voor de problemen waar onze maatschappij mee kampt. Bijvoorbeeld op het gebied van vergrijzing, voedsel, energie, water, mobiliteit en gezondheid. Daarvoor hebben we inzet van iedereen nodig: bedrijven, kennisinstellingen en overheden. Samen kunnen we er voor zorgen dat Brainport Regio Eindhoven nog slimmer, en de Nederlandse economie nog sterker wordt." 🐘



*
= knoop
punt



142

¹ <http://nos.nl/artikel/270585-kamer-meer-doen-tegen-gokverslaving.html>

² <http://de.wikipedia.org/wiki/G1%C3%BCckspielstaatsvertrag>

³ http://archives.sudpresse.be/jeux-argent-poker-et-paris-pour-la-loterie_t-20100923-H2NZKC.html?

Politici in Nederland¹, maar ook in Duitsland² en België³ worstelen al langer met de vraag of de bestaande nationale rigide regels voor gokken nog voldoen, zeker nu het onlinegokken zo'n grote vlucht heeft genomen. Dit leidt tot discussies die ook met enige regelmaat door de pers worden opgepakt, al moet gezegd worden dat die zich meer interesseert voor de negatieve uitwassen van het fenomeen onlinegokken.

De ontwikkelingen rond het thema onlinegokken zijn om een aantal redenen interessant, zeker voor mensen die oog hebben voor de impact van internet op de samenleving. Ten eerste is het gokken zelf al eeuwen onderwerp van verhitte discussies. In hoeverre de voor- en tegenstanders de argumenten hebben aangepast aan de onlinesituatie is amper onderzocht; het komt hier verder niet meer aan de orde.

Op de tweede plek gaat het - zeker in de drie genoemde landen - om dienstverlening waaraan de overheid strenge eisen heeft gesteld. In feite is er sprake van een staatsmonopolie, gedelegeerd aan een organisatie die naast commerciële doelen ook maatschappelijke belangen moet behartigen. In die context is het begrip spaargaat van de overheid vaak gehoord. En op de derde plaats is er nog de invloed van

internet. Op zich is dat niet uniek, maar er zijn weinig internationaal aangeboden diensten waarbij de invloed van internet zo groot is.

De vraag of gokken per definitie goed of slecht is zal hier overigens niet worden behandeld. De twee andere punten, namelijk de positie van de huidige staatsbedrijven en de rol van het internet worden wel verder beschreven.

Om met de positie van de exploitanten te beginnen: voor een onderneming hebben zij een bijzonder complex takenpakket opgelegd gekregen van de eigenaar, lees: de staat. Het faciliteren van spelen als blackjack en poker is nadrukkelijk niet de enige taak. Er moet zoals in elk commercieel bedrijf winst worden gemaakt. De gemaakte winst wordt na aftrek van kosten door de enige aandeelhouder, de



staat, afgeroomd. De staat heeft daarmee een direct belang bij veel bezoek aan de casino's. Naast deze taken moeten de exploitanten ervoor waken dat de etablissementen niet worden misbruikt voor het witwassen van zwart geld en - ook heel bijzonder - spelers die ongewenst gedrag vertonen dienen daar op te worden aangesproken. Dat laatste is bedoeld om verslaving tegen te gaan. Het jaarverslag van Holland Casino toont aan dat die bepaling geen dode letter is (afgelopen jaar ruim 30.000 'Preventiebeleid Kansspelen-gesprekken')⁴.

Al deze taken zijn bedacht op basis van een fysieke omgeving. De speler meldt zich bij de ingang van het pand, identificeert zich en kan indien nodig worden begeleid. Deze overzichtelijke situatie geldt niet voor internet. De fysieke barrières hebben geen waarde meer in een samenleving waar meer dan 86% van de bevolking toegang heeft tot internet en het wereldwijde aanbod van online casino's met de dag verder toeneemt.

De komst van het internet heeft ertoe geleid dat aan elke vorm van gokken kan worden toegegeven, 24/7 en 365 dagen per jaar, vanachter de eigen computer. Daarbij is identificatie niet langer nodig. Zolang er betaald wordt is de speler welkom en er worden ook geen lastige vragen gesteld om verslaving tijdig te signaleren.

Voor de traditionele casino's is deze concurrentie lastig het hoofd te bieden. In

principe zou het mogelijk moeten zijn het aanbod te pareren door zelf ook online aanbod te creëren, maar dan moet de eigenaar - de staat - wel bereid zijn die ruimte te bieden. En daar wringt de schoen, in ieder geval in de drie genoemde landen. Formeel heette het dat het teengaan van gokoverlast belangrijker was dan de verruiming van het aanbod. Daarmee zijn de landen lang in staat geweest de grenzen gesloten te houden voor aanbieders van deze dienstverlening uit andere EU-lidstaten.

Het afwijzen van de verruiming door politici is nadrukkelijk niet de enige actie geweest, in ieder geval niet in Nederland. Diverse keren is door Den Haag actie aangekondigd tegen partijen die het onlinegokken in enige vorm faciliteren. Zo heeft de toenmalige minister van justitie in 2008 aangegeven een goed gesprek met de banken te gaan voeren, opdat zij niet langer transacties van en naar illegale casino's faciliteren⁵. Dat de Tweede Kamer hier niet van onder de indruk is blijkt uit een recent aangenomen motie, met als boodschap dat banken geen zaken meer mogen doen met partijen die illegaal kansspelen op internet aanbieden⁶. Dat hierbij expliciet wordt verwezen naar een zwarte lijst die dient te worden ingezet door de banken, zal met name internetbedrijven niet verbazen.

Internetproviders in de drie landen hebben (met betrekking tot dit soort sites) suggesties van politici en handhavers voor het blokkeren of filteren vaker voor-

⁴ http://www.hollandcasino.nl/corporate/NL/over_holland_casino/Bedrijfsprofiel/jaarverslagen/default.htm

⁵ <http://www.nvb.nl/index.php?p=115500&return=11219>

⁶ <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-32264-14.pdf>

⁷ <http://www.gamingcommission.fgov.be/website/jsp/main.jsp?lang=NL>

bij zien komen. Voorlopig hoogtepunt hierbij is het voorstel uit 2010 van Marc Callu ⁷⁾, voorzitter van de Belgische toezichthouder op kansspelen, om te komen tot een Europese Internet Douane die elke vorm van ongewenste content - inclusief illegale kansspelen - aan de buitengrens van de EU blokkeert. In oktober werd aangekondigd dat dit plan in de lokale variant wordt uitgevoerd: Belgische ISP's kunnen op basis van een door de overheid verstrekte lijst op DNS-niveau websites per januari 2012 gaan blacklisten. Over het effect van deze actie lopen de meningen sterk uiteen omdat DNS-blokkades in het verleden weinig succesvol zijn gebleken.

Webmasters en site-exploitanten in Nederland zijn ook niet buiten schot gebleven. De justitie in Nederland en Duitsland heeft meermaals aangekondigd op te treden tegen sites die banners van goksites accepteren. Het bevorderen van deze content is namelijk niet toegestaan ⁸⁾. In hoeverre men in Nederland verder is gegaan dan boze brieven sturen is niet bekend.

Maar al deze voornemens en politieke verwickelingen kunnen niet verhinderen dat online gokken als verschijnsel bestaat en blijft groeien. En die groei betekent ook dat zich steeds sterker twee ontwikkelingen manifesteren. Ten eerste een toenemend dubieus aanbod, dat hier verder onbesproken blijft. De tweede ontwikkeling blijkt onder andere uit de cijfers van Holland Casino. Mede door de concurrentie van onlineaanbieders zijn de re-

sultaten afgelopen jaar achteruit gegaan. Onlinecasino's zijn daardoor medeverantwoordelijk voor het verlies van banen bij Holland Casino.

Hoewel dat vervelend is voor het bedrijf en de werknemers is het ergens geen opzienbarend nieuws. Dat er Europese rechtspraak ⁹⁾ is, die stelt dat de lidstaten bijzondere maatregelen mogen treffen om op dit vlak het vrije verkeer van diensten te beperken, is namelijk te vaak en vooral te lang beschouwd als de garantie op een verzekerde businesscase. Ook deze sector ervaart nu dat internet een grondige verandering van de businessrules veroorzaakt. Wat dat betreft zijn Holland Casino en de collega's in België en Duitsland niet veel anders dan een boekhandel die erg laat inziet wat globale concurrentie door internet betekent.

Puur vanuit de business gezien moet de sector dus wel gaan bewegen, en is het niet omwille van de beschreven veranderingen, dan is het wel omdat ook Europa zich afvraagt of de huidige barrières nog wel kloppen en handhaafbaar zijn ¹⁰⁾.

Het zou goed zijn als België, Duitsland en Nederland de druk vanuit Europa aangrijpen om de sector grondig te reorganiseren, lees moderniseren. Blijft die modernisering nog lang achterwege, dan zal de toekomst van Holland Casino en consorten lijken op die van menige traditionele boekhandel. En die is zoals bekend gitzwart. ♣

⁸⁾ <http://www.rijksoverheid.nl/bestanden/documenten-en-publicaties/brieven/2008/03/04/brief-eerste-kamer-wetsvoorstel-wijziging-van-de-wet-op-de-kansspelen-houdende-tijdelijke-bepalingen-kansspelen-via-internet/wet-op-kansspelen.pdf>

⁹⁾ C-42/07 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62007J0042:EN:HTML>

C-258/08 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62008J0258:NL:HTML>

C-46/08 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:288:0008:0009:NL:PDF>

¹⁰⁾ http://ec.europa.eu/internal_market/services/gambling_en.htm

AAN DIT BOEK WERKTEN MEE

HOOFDREDACTIE

Margreth Verhulst
Niels Huijbregts
Joris van den Ende

PROJECTBEGELEIDING

Michel Bloem

COPYWRITING

Gilles van der Loo

GRAFISCH ONTWERP, FOTOREDACTIE EN STRIPTEKENINGEN

Joris van den Ende

PRODUCTIE

Booxs.nl

FLICKR.COM

Het beeldmateriaal in dit boek komt van Flickr.com, een online foto-community waar fotografieliefhebbers uit de hele wereld foto's met elkaar delen. Veel mensen maken hun foto's openbaar onder een Creative Commons licentie, zodat anderen die foto's kunnen bekijken, bewerken en gebruiken, bijvoorbeeld in een boek als dit. Foto's op Flickr kunnen worden voorzien van tags, zodat ze makkelijk te doorzoeken zijn. We zochten in de Creative Commons-foto's van Flickr op basis van die tags bij elk artikel passende beelden. Bij alle foto's in dit boek staat welke Flickr-fotograaf de auteur is.

AUTEURS

Boudewijn Mayeur	Roelof Meijer
Pedro De Bruyckere	Johan Oomen
Gerald Santucci	Nico van Eijk
Frank Kresin	Rashid Niamat
Mike Lee	James Veenhoff
Rob van Gijzel	Bert Nijboer
Vincent Reinders	Ivo Niehe
Margreth Verhulst	Corinne Dettmeijer-Vermeulen
Niels Huijbregts	Christine Karman
Theo de Vries	Maxime Verhagen
Andries Sijm	Sara Cordoba Rubino
Marjan Besuijen	Wouter Leenards
Eelco Blok	Cor Bosman
Dagan Cohen	Maurice Verhoeven

ISBN/EAN 978-90-815082-0-9

1E DRUK, DECEMBER 2011

OPLAGE 2500



Op deze bundel is een **Creative Commons licentie** van toepassing. Niet alle rechten voorbehouden dus, maar sommige rechten voorbehouden. De bundel mag worden bewerkt, doorgestuurd, geupload, gedownload, gekopieerd en anderszins verspreid, zolang de namen van de auteurs vermeld worden en zolang het niet voor commerciële doeleinden is.

Een bundel verhalen van 29
inspirerende mensen. De afdeling
Public Affairs van XS4ALL vroeg
haar netwerk een bijdrage te leveren:
geef in maximaal 1500 woorden
een persoonlijke visie op internet,
technologie en maatschappij.

Samengesteld door
Margreth Verhulst,
Niels Huijbregts
en Joris van den Ende.

Digitale
Verhalen