

Onze online platformen

hoe online platformen de democratie bedreigen en kunnen versterken

Author(s)

Priester, R.

Publication date

2017

Document Version

Final published version

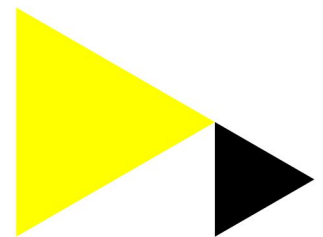
License

CC BY-SA

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

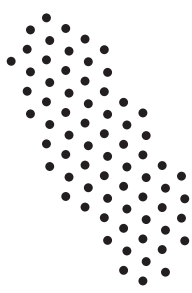
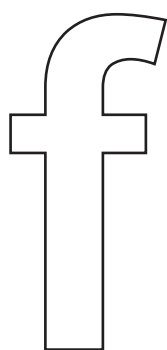
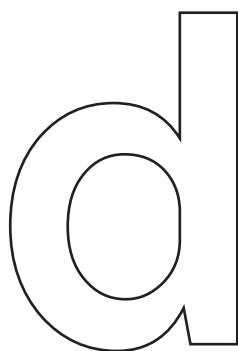
Priester, R. (2017). *Onze online platformen: hoe online platformen de democratie bedreigen en kunnen versterken*.

**General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

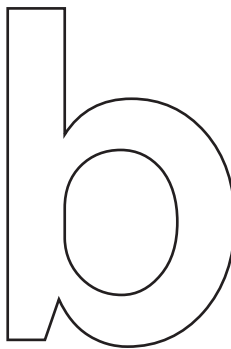
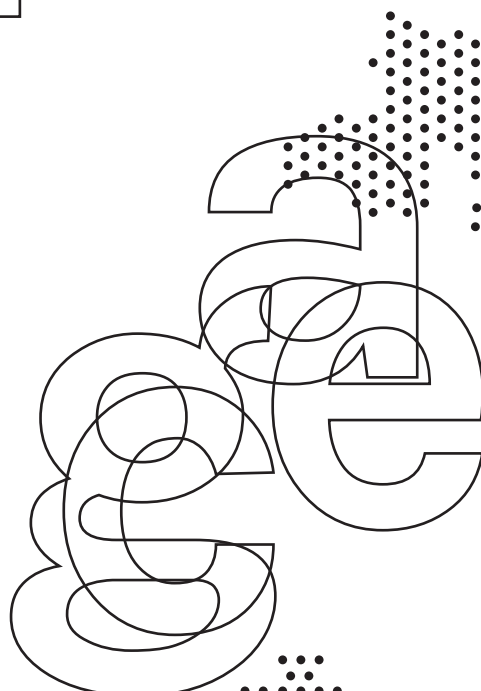
Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: <https://www.amsterdamuas.com/library/contact>, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.



Onze online platformen

Hoe online platformen de democratie
bedreigen én kunnen versterken



Ruurd Priester

Sociale media en deeleconomie platformen schudden niet alleen complete bedrijfstakken op, maar ook de democratie. Dat is gevaarlijk, want die online platformen zijn daar niet voor bedoeld. Ze zijn bedoeld om hun aandeelhouders rijk te maken. Jammer, want online platformen zijn juist perfect geschikt om een netwerk samenleving te organiseren, veel beter dan offline instituties dat ooit kunnen. Online organisatie van netwerken – met het vernieuwen van maatschappij en democratie als hoogste doel – is inmiddels al wel flink op gang gekomen. In de stedelijke bottom - up - beweging namelijk. Deze studie is in die wereld gedoken en formuleert een aantal adviezen over hoe we daar als samenleving op verder kunnen bouwen.

Onze online platformen

Hoe online platformen de democratie bedreigen én kunnen versterken

Auteur

.

Ruurd Priester

Research fellow Citizen Data Lab

Redactie

.

Twan Eikelenboom

Eindredactie

.

Onno Aerden

Ontwerp

en illustraties

.

Federica Bardelli

en

Carlo De Gaetano

Uitgever

.

Citizen Data Lab

Hogeschool van Amsterdam

2017

Als PDF kosteloos beschikbaar via www.citizendatalab.org

Mail r.priester@hva.nl voor informatie over gedrukte exemplaren

Creative Commons licentie CC BY SA

‘Silicon Valley loves a good disruption; let’s give them one.’

Trebor Scholz (2016)

Het onderzoeksdocument **Onze online platformen** bestaat uit zes modulaire hoofdstukken en een bijlage (a t/m g). Deze modules zijn zowel compleet als afzonderlijk beschikbaar via www.citizendatalab.org. Ruurd Priester, Citizen Data Lab, HvA, 2017

a. Over dit onderzoek (Manifest en inleiding)

Eind 2015 kreeg ik – na lang in het bedrijfsleven te hebben gewerkt – de kans onderzoek te gaan doen. Ik had vage zorgen en visies over de rol van de overheid in een wereld waarin online platformen steeds belangrijker worden. In dit hoofdstuk beschrijf ik waarom ik mij op lokale netwerken en online buurtplatformen ben gaan richten. Daarnaast komen de onderzoeksvragen en -aanpak, en de aard en doelgroep van dit document aan de orde.

b. Stedelijke bottom-up-netwerken (Verslag interviews)

Om een goed beeld te krijgen van de bottom-up-beweging in Amsterdam heb ik achttien uiteenlopende lokale experts geïnterviewd. Ik heb ze gevraagd wat de stedelijke bottom-up-beweging definieert, hoe zij is opgebouwd en hoe zij zich ontwikkelt. Het blijkt te gaan om een verzameling zeer heterogene en dynamische lokaal georiënteerde netwerken, vooral gedefinieerd door de lokale situatie en de mentaliteit van de pioniers.

c. Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek)

Met behulp van de onderzoeksmethode Digital Methods is door een team onderzoekers gedetailleerd in kaart gebracht welke online platformen in Amsterdam door de bottom-up beweging gebruikt worden. Hun inventarisatie geeft niet alleen een overzicht van negentig actieve platformen, maar bevat ook een analyse van functionaliteit en inhoud. Daarnaast is de historische ontwikkeling van de platformen in beeld gebracht.

d. Belang en betekenis van eigendom (Open brief/Essay)

Bij het ontwerp van online platformen denk je al snel aan vormgeving of gebruiksgemak; aan direct zichtbare kenmerken van de platformen. Dit hoofdstuk maakt aan de hand van een voorbeeld (Nextdoor) duidelijk dat ontwerpen niet alleen over de inhoud gaat, maar nog meer over processen en misschien bovenal over eigendom. De stelling van dit essay is dat het publieke belang is gediend bij platformen die van de gebruikers zelf zijn.

e. Online buurtplatformen als oplossing (Model en definitie)

In dit hoofdstuk presenteer ik een model voor de elementaire overeenkomsten en verschillen tussen online buurtplatformen en andere typen online platformen. Ik eindig met een definitie van online buurtplatformen. Mijn conclusie is dat online buurtplatformen een sleutelrol kunnen vervullen bij maatschappelijke en democratische vernieuwing.

f. Onze online platformen (Samenvatting en conclusies)

In dit hoofdstuk neem ik de lezer mee in wat ik de afgelopen twee jaar heb geleerd over online platformen in relatie tot maatschappelijke en democratische vernieuwing. Ik combineer daarbij eigen kwantitatief onderzoek en eigen ervaringen uit de praktijk van (online georganiseerde) bottom-up-netwerken in Amsterdam met een kritische analyse van het opereren van online platformen in het algemeen. Het hoofdstuk eindigt met adviezen, met name gericht aan lokale bestuurders.

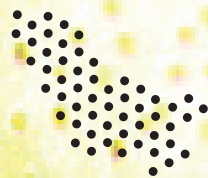
g. Bijlage: Coöperatie Gebiedonline

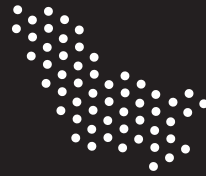
HalloJburg.nl is een bekend online buurtplatform in Amsterdam Oost. Vanaf 2016 is de techniek in een coöperatie ondergebracht en voor andere gebieden beschikbaar gemaakt. Eind 2016 maken zo'n twintig buurtnetwerken in Amersfoort, Amsterdam en Gouda hiervan gebruik. Alle netwerken hebben zich als lid bij de coöperatie aangesloten. Dit naslagwerk bevat informatie over allerlei kwesties die in dit proces aan de orde kwamen.

Inhoud

a. Over dit onderzoek (Manifest en inleiding)	11
Manifest onze online platformen	14
Online buurtplatformen	20
Dankwoord	28
b. Stedelijke bottom-up-netwerken (Verslag interviews)	37
Geïnterviewden	38
Mentaliteit	40
Gedeelde interesses en drijfveren	42
Ontwikkelingsstadia	50
Conclusies	54
c. Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek)	63
Vooronderzoek	64
Prelude onderzoek	66
Digital methods onderzoek zomer/najaar 2015	68
Conclusies	101
d. Belang en betekenis van eigendom (Open brief/Essay)	108
e. Online buurtplatformen als oplossing (Model en definitie)	119
Zoveel soorten online platformen	120
Een eenvoudig schema	120
Functionaliteit en ontwikkelingsstadia	120
Bekende categorieën online platformen	122
Online platformen en e-democratie	122
Behoefte aan democratie benutten	123
Digitale technologie	123
Definitie online buurtplatform	124
f. Onze online platformen (Samenvatting en conclusies)	129
Onze online platformen	132
Geraadpleegde literatuur	146
g. Bijlage: Coöperatie Gebiedonline	153
Ontstaan en ontwikkeling van HalloIJburg (vanaf 2010)	158
Oprichting coöperatie Gebiedonline (januari 2016)	174
Terugblik op het eerste jaar (2016)	180
Vooruitblik en conclusies (begin 2017)	189

a





**Over dit
onderzoek
(Manifest
en inleiding)**

a. Over dit onderzoek (Manifest en inleiding)

Eind 2015 kreeg ik – na lang in het bedrijfsleven te hebben gewerkt – de kans onderzoek te gaan doen. Ik had vage zorgen en visies over de rol van de overheid in een wereld waarin online platformen steeds belangrijker worden. In dit hoofdstuk beschrijf ik waarom ik mij op lokale netwerken en online buurtplatformen ben gaan richten. Daarnaast komen de onderzoeksvragen en -aanpak, en de aard en doelgroep van dit document aan de orde.

b. Stedelijke bottom-up-netwerken (Verslag interviews)

Om een goed beeld te krijgen van de bottom-up-beweging in Amsterdam heb ik achttien uiteenlopende lokale experts geïnterviewd. Ik heb ze gevraagd wat de stedelijke bottom-up-beweging definieert, hoe zij is opgebouwd en hoe zij zich ontwikkelt. Het blijkt te gaan om een verzameling zeer heterogene en dynamische lokaal georiënteerde netwerken, vooral gedefinieerd door de lokale situatie en de mentaliteit van de pioniers.

c. Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek)

Met behulp van de onderzoeksmethode Digital Methods is door een team onderzoekers gedetailleerd in kaart gebracht welke online platformen in Amsterdam door de bottom-up beweging gebruikt worden. Hun inventarisatie geeft niet alleen een overzicht van negentig actieve platformen, maar bevat ook een analyse van functionaliteit en inhoud. Daarnaast is de historische ontwikkeling van de platformen in beeld gebracht.

d. Belang en betekenis van eigendom (Open brief/Essay)

Bij het ontwerp van online platformen denk je al snel aan vormgeving of gebruiksgemak; aan direct zichtbare kenmerken van de platformen. Dit hoofdstuk maakt aan de hand van een voorbeeld (Nextdoor) duidelijk dat ontwerpen niet alleen over de inhoud gaat, maar nog meer over processen en misschien bovenal over eigendom. De stelling van dit essay is dat het publieke belang is gediend bij platformen die van de gebruikers zelf zijn.

e. Online buurtplatformen als oplossing (Model en definitie)

In dit hoofdstuk presenteer ik een model voor de elementaire overeenkomsten en verschillen tussen online buurtplatformen en andere typen online platformen. Ik eindig met een definitie van online buurtplatformen. Mijn conclusie is dat online buurtplatformen een sleutelrol kunnen vervullen bij maatschappelijke en democratische vernieuwing.

f. Onze online platformen (Samenvatting en conclusies)

In dit hoofdstuk neem ik de lezer mee in wat ik de afgelopen twee jaar heb geleerd over online platformen in relatie tot maatschappelijke en democratische vernieuwing. Ik combineer daarbij eigen kwantitatief onderzoek en eigen ervaringen uit de praktijk van (online georganiseerde) bottom-up-netwerken in Amsterdam met een kritische analyse van het opereren van online platformen in het algemeen. Het hoofdstuk eindigt met adviezen, met name gericht aan lokale bestuurders.

g. Bijlage: Coöperatie Gebiedonline

HalloJburg.nl is een bekend online buurtplatform in Amsterdam Oost. Vanaf 2016 is de techniek in een coöperatie ondergebracht en voor andere gebieden beschikbaar gemaakt. Eind 2016 maken zo'n twintig buurtnetwerken in Amersfoort, Amsterdam en Gouda hiervan gebruik. Alle netwerken hebben zich als lid bij de coöperatie aangesloten. Dit naslagwerk bevat informatie over allerlei kwesties die in dit proces aan de orde kwamen.

Inhoud

a. Over dit onderzoek (Manifest en inleiding)	11
Manifest onze online platformen	14
Online buurtplatformen	20
Dankwoord	28

Manifest onze online platformen

Online platformen zoals Google, Facebook, Twitter en Instagram vormen voor veel Nederlanders een vanzelfsprekend onderdeel van hun leven. Naast het gemak dat de vaak ‘gratis’ platformen bieden worden ze steeds bepalender voor hoe we ons als maatschappij organiseren. Ze schudden niet alleen bedrijfstakken op, maar omzeilen ook steeds nadrukkelijker instituties waar we onze publieke waarden in dachten te hebben geborgd. Denk aan de rol van Twitter in de politieke arena en de manier waarop Airbnb en Uber zich buiten de bestaande wetgeving plaatsen.

De impact van online platformen is niet verwonderlijk. We leven in een netwerksamenleving en als het op het ondersteunen van netwerkactiviteit aankomt kan geen technologie of medium zich met online platformen meten. Als gevolg is Silicon Valley nu de belangrijkste vernieuwer van onze maatschappelijke en democratische organisatie.

Wie zich hierin verdiept herkent hoe verontrustend dit is. Online platformen volgen namelijk een simpele logica: het doel bepaalt het ontwerp en het ontwerp bepaalt het gedrag van de gebruikers. De platformen vormen een gesloten ecosysteem waar Alfabet, Facebook, Apple, Amazon en Microsoft samen de dienst uitmaken. Hun doel is aandeelhouderswaarde creëren. Het ontwerp en dus ook het gedrag van mensen op de platformen worden daardoor gestuurd. Sociale media zijn bijvoorbeeld bedoeld om gerichte advertenties te verkopen. Daarom zijn ze zo ontworpen dat gebruikers er zoveel mogelijk over zichzelf vertellen. Maatschappelijk wenselijk gedrag is een bijeffect.

Online platformen hebben een bevrijdende werking. Individuen bereiken er met hun stem en creativiteit een miljoenenpubliek. Platformen als Wikipedia en YouTube ontsluiten wereldwijd een onvoorstelbare hoeveelheid kennis. Helaas domineren de vijf bedrijven uit Silicon Valley het platformecosysteem steeds nadrukkelijker. Feiten, empathie en creativiteit zijn in hun businessmodel niet waardevoller dan verzinsels, angst en agressie. Hoe verstandig is het om de toekomst van onze maatschappij en democratie aan hen over te laten?

Stel dat een online platform als doel heeft om het beste uit iedereen in de gemeenschap naar boven te halen. Stel dat dit de insteek zou zijn van een online platform voor maatschappelijke en democratische ver-

nieuwing. Hoe zou het ontwerp van het platform er dan uitzien? Welk gedrag zou het ontwerp dan precies ondersteunen? Hier is Silicon Valley niet in geïnteresseerd. Er is dus maar één manier om het uit te vinden: door als samenleving onze eigen online platformen te ontwikkelen.

Mensen denken meestal dat dit niet mogelijk is. Dat is flauwekul. Het is moeilijk, maar niet onmogelijk. Denk je dat de jongens achter Airbnb stopten toen ze dachten dat het moeilijk zou worden de wereldwijde hotel-industrie op te schudden? Natuurlijk niet. We kunnen veel van Silicon Valley leren, over slimme apps die het leven makkelijker, leuker en goedkoper maken, over sublieme gebruikerservaringen en hoe je iets in de markt zet. Maar het belangrijkste wat we van Silicon Valley kunnen leren is durven; het gewoon gaan doen.

De overheid is ervoor verantwoordelijk dat het publieke belang in de platformsamenleving is verzekerd. Zij is aan zet. Wat staat haar te doen? Om te beginnen: onderkennen dat dit een ontwerpopdracht is die blijft bestaan zolang technologie zich ontwikkelt. De overheid zal moeten doorgronden wat de context van het ontwerp is: de open en dynamische netwerksamenleving, gebaseerd op andere paradigma's dan de voorbije verzuilde samenleving. Ze zal de strategische bedreigingen, analyse en ontwerpopdracht – een alternatief voor Silicon Valley – via moderne marketing moeten populariseren. Om de samenleving zo breed te informeren, te

activeren en in het ontwerpproces te betrekken.

Het is cruciaal dat de overheid niet met een wit vel begint en het allemaal zelf gaat doen. Lokale bottom-up-netwerken in dorpen en steden zijn zich al intensief online aan het organiseren. Democratische experimenten vinden hier al volop plaats – dichtbij, waar het voor mensen relevant is en waar de democratie zich opnieuw kan uitvinden en bewijzen.

Lokale bestuurders hebben daarom een sleutelrol. Zij kunnen deze beweging naar een hoger niveau tillen. Door gelijkwaardige coalities te smeden van bewoners, ondernemers, ontwerpers, start-ups, onderzoekers en ambtenaren. Door veilige condities te creëren en duurzame co-creatie processen te organiseren. Door moeilijke vragen in te brengen, bijvoorbeeld over inclusie en representatie. En vooral door te zorgen dat het open proces van kritisch onderzoeken en met de praktijk ontwerpen nooit stopt.

Er is ook een ontwerpvrage die je centraal zou willen adresseren, namelijk: hoe kan een alternatief online platform-ecosysteem structureel publieke waarden borgen én vrije en experimentele ontwikkeling van toepassingen faciliteren. Dit impliceert een gelaagdheid: een nationale (of Europese) infrastructuur waar maatschappelijke en democratische waarden en belangen in zijn geborgd, met daarboven een dynamische applicatielaag. Een idee zou kunnen zijn het concept van

een app store te nemen, open technologie te gebruiken, het eigendom in de commons te brengen en alle Nederlanders via hun DigiD in het project te betrekken.

Maar hoe zou zich dit verhouden tot die al die lokaal ontwikkelde platformen? Het zou het mooiste zijn als zo'n centraal initiatief en alle decentrale activiteiten bij elkaar op zouden tellen. Als de lokaal ontwikkelde applicaties en hun gebruikers zich niet alleen aan de infrastructuur zouden conformeren, maar deze ook doorlopend zouden uitdagen en voeden. Dit is de kern van de ontwerpopdracht van onze online platformen.

Online buurtplatformen

In de Amsterdamse wijk IJburg wonen twintigduizend mensen. Ruim vierenhalf duizend van hen hebben een profiel op het online buurtplatform HalloIJburg.nl. Ze delen er van alles: een agenda, nieuwtjes, spullen en diensten. Er worden ook wensen en ideeën uitgewisseld om het leven op IJburg te verbeteren. Een kinderboerderij, een aanpak voor hangjongeren, een kortere fietsroute naar het centrum: mensen stellen concrete projecten voor en gaan daar samen mee aan de slag.

IJburg is online bijzonder actief, maar wat er in dat nieuwe deel van de hoofdstad gebeurt is niet zo uitzonderlijk. In steeds meer buurten zetten inwoners online platformen op. Met name vanaf 2010 neemt het aantal buurten in Amsterdam dat zich online organiseert snel toe¹. Eind 2015 hebben zo'n negentig buurten een eigen platform in de vorm van een website, vaak in combinatie met een Facebook-pagina. Zo'n twintig bedrijven hebben de markt van de online buurtnetwerken inmiddels ontdekt en bieden standaard online platformen voor lokale netwerken aan. Behalve zulke open platformen zetten mensen ook steeds vaker gesloten platformen in, zoals WhatsApp-groepen en de buurt-app Nextdoor. Kortom, er is sprake van een nieuw en snel groeiend fenomeen dat ik maar even als volgt omschrijf: *lokaal georiënteerde stedelijke bottom-up-netwerken die zich organiseren met*

¹ Zie sectie c, Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek).

behulp van online platformen. Je zou kunnen zeggen: ben je geïnteresseerd in maatschappelijke vernieuwing? Kijk dan naar wat er op online buurtplatformen gebeurt.

Online platformen en bedrijven

Niet toevallig ben ik zelf geïnteresseerd in maatschappelijke vernieuwing én in hoe online platformen daaraan kunnen bijdragen. Om aan te geven hoe dat zo gekomen is spoel ik de tijd even terug. In de jaren tachtig van de vorige eeuw werd ik aan de kunstacademie in Utrecht opgeleid tot lid van de eerste generatie digital designers. In de decennia die volgden ontwikkelde ik mij tot strategisch adviseur voor grote bedrijven. Mijn belofte was succes in de digitale arena en mijn truc had twee bestanddelen. Ten eerste beschouwde ik bedrijven als naar binnen gericht (organisatie-centraal) en bood ik als alternatief een naar buiten gerichte ontwerpbenadering (klant of gebruiker centraal). Ten tweede zorgde ik ervoor goed ingevoerd te zijn in de wereld van digitale start-ups en scale-ups. Dat hielp me bedrijven te inspireren rond mogelijke innovaties op het gebied van online diensten, IT, marketing, cultuur en organisatie. Ik had ook een motto: *cool creëert pull*. Taalkundig lelijk, maar effectief. Het wil zeggen: Zorg dat de kern van wat je levert – je product of dienst – een wow-factor heeft. Zo’n wow-factor ontstaat als je een *frictie*² in het leven van mensen hebt gevonden, daar een slimme

² De startup-wereld definieert fricties als hinderlijke ervaringen die door digitale services in positieve ervaringen worden omgezet. Het bekendste voorbeeld is de app van taxidienst Uber die slimme alternatieven biedt voor gedoe rond het vinden van een taxi, betalingen en fooi geven.

oplossing voor hebt bedacht en die ook nog eens heel aantrekkelijk hebt verpakt. Als dit lukt gaan mensen er over praten en wordt aandacht genereren veel goedkoper. *Cool creëert pull* geeft bedrijven focus bij het ontwerpen van hun marketing cyclus: bekendheid, engagement, conversie, retentie en ambassadeursschap. *Cool creëert pull* maakt de cirkel namelijk rond. Het betekent dat de ambassadeurs (ook wel de *influentials*) via hun netwerken bijdragen aan bekendheid en vernieuwing. De cultuur en organisatie van een bedrijf bleken meestal het meest bepalend voor succes. Zo impliceert *cool creëert pull* het verschuiven van budget voor media-inkoop naar service-innovatie. De koppeling van de salarissen van afdelingsmanagers aan hun budgetten houdt zo'n verschuiving vaak tegen. Dit soort struikelblokken kunnen alleen top-down worden weggenomen. Vaak ontbreekt echter de visie, het gevoel van urgentie en de benodigde daadkracht. Het heeft mij verbaasd hoe lang grote organisaties kunnen vasthouden aan hun verouderde business-model, ook als ze links en rechts door nieuwe toetreders worden ingehaald. Ik leerde ook dat online platformen in bij digitale transitie een sleutelrol vervullen. Het zijn de plekken waar content wordt gedeeld, waar de gesprekken plaatsvinden, waar spullen worden verkocht, waar service wordt verleend en waar ideeën voor nieuwe producten of diensten ontstaan en worden getest. Online platformen zijn de plekken waar menselijke activiteit samenkomt. Mijn vader was architect. Hij ontwierp fysieke ruimtes

ten behoefte van menselijke activiteit en menselijk welbevinden. De ontwerper in mij doet het liefst hetzelfde, maar dan in de vorm van virtuele ruimtes – online platformen.

Het werken voor bedrijven om ze te helpen digitaliseren bleef altijd spannend en dynamisch, maar de behoefte mijn kennis en ervaring voor maatschappelijke doelen in te gaan zetten groeide. Ik was dan ook heel gelukkig toen ik bij de Hogeschool van Amsterdam (HvA) een eigen onderzoek mocht starten. Het gaf me de kans mijn hierboven geschetste kennis en ervaring op maatschappelijke doelen los te laten. De vraag was alleen nog waar ik me specifiek op zou gaan richten. Welke maatschappelijke doelen vind ik nu werkelijk belangrijk en waar zou ik een verschil kunnen maken?

Online platformen en de publieke zaak

Mijn beeld op dat moment was dat de overheid veel zou kunnen leren van start-ups, scale-ups en grote bedrijven die zichzelf opnieuw hebben uitgevonden. Ik was mij zeer bewust van de unieke kwaliteit van de Nederlandse democratie en rechtsstaat en voelde mij zeer bevoorrecht hier geboren te zijn. Maar ik zag ook een overheid die aan het verkalken was, die zichzelf ondanks de snel globaliserende en digitaliserende wereld niet kon vernieuwen en zichzelf daarmee kwetsbaar maakte. Dat baarde me grote zorgen.

Staat de cultuur en organisatie van de overheid cruciale hervormingen in de weg, zoals ik dat ook zo vaak bij grote bedrijven had gezien? Deze zorgen werden versterkt door de optelsom van crises die zich wereldwijd twee jaar - en vaak al langer - geleden overduidelijk begonnen te manifesteren, zoals de opwarming van de aarde, het gammele mondiale financiële systeem en het opkomende populisme. Allemaal uitdagingen die vragen om een fitte en krachtige organisatie van het publieke belang. Kortom, ik had voldoende visies en zorgen, maar hoe zou ik hier een concrete en vooral constructieve draai aan kunnen geven?

Soms liggen de grootste kansen het dichtst bij. Dat gevoel had ik bij het online buurtplatform HalloIJburg van Michel Vogler, de pionier van HalloIJburg en al lang een goede vriend van me. In HalloIJburg herkende ik, toen ik met Michel ging samenwerken, een proeftuin voor maatschappelijke organisatie met behulp van een online platform. Het platform wordt in vrijheid ontwikkeld, onbelast door de cultuur of structuren van bestaande organisaties. Het ondersteunt integraal uiteenlopende processen op het gebied van informatie, communicatie en samenwerking in de wijk, wordt al jaren intensief gebruikt en er vindt veel ontwikkeling plaats. Gesprekken met onderzoekers bij de HvA, ambtenaren in de stad en tijdens bijeenkomsten bij Pakhuis de Zwijger³ bevestigden mijn goede gevoel. In Amsterdam bleken – ook vanuit internationaal

3 Pakhuis de Zwijger (www.dezwijger.nl) is een onafhankelijke culturele organisatie. Het is een belangrijke plek in Amsterdam, voor ontmoetingen en kennisuitwisseling rond de thema's creatieve industrie, de stad en mondiale trends.

perspectief – veel actieve bottom-up-netwerken te bestaan, die ook veel met online platformen experimenteren. HalloIJburg werd in dat verband vaak als succesvoorbeeld aangehaald. Gelukkig had Michel ook veel zin in de samenwerking.

Op een bankje in de zon voor zijn huis op IJburg toastten we op het idee veel te gaan leren over hoe lokale netwerken door online platformen ondersteund kunnen worden. Ik kon niet wachten in de materie te duiken en (na jaren van gereis naar klanten in binnen- en buitenland) op de fiets de stad in te gaan om netwerken en bijeenkomsten te bezoeken. Een verslag van de activiteiten op en rond HalloIJburg en de oprichting van coöperatie Gebiedonline presenteer ik als bijlage bij mijn onderzoek (sectie g). Elders in de hoofdstukken kom ik terug op inzichten en ‘lessons learned’ van dit project, daar waar ik het relevant acht voor de opbouw van het onderzoek.

Over de aanpak en dit verslag

Als centrale onderzoeksvraag koos ik: hoe kunnen online platformen stedelijke bottom-up-netwerken versterken? Het woord *hoe* maakt dit typisch een vraag voor ontwerpend onderzoek, in plaats van een klassieke onderzoeksvraag. *Hoe* verwijst immers naar iets – online platformen met een bepaalde veronderstelde kwaliteit in dit geval – dat nog niet of nog maar ten dele bestaat en waar je al ontwerpend en

onderzoekend over wil leren. Als ik in mijn vorige vak in een onbekende en sterk veranderende omgeving moest werken koos ik vaak in een eerste fase voor een *emerging strategy*. Computerwetenschapper Terry Winograd beschreef deze aanpak al in 1996, toen hij het had over de realiteit van ontwerpen: ‘There is no direct path between the designers’ intention and the outcome. As you work on a problem, you are continually in the process of developing a path into it, forming new appreciations and understandings as you make new moves.’⁴ In lijn met deze benadering zie ik mijn onderzoek de afgelopen twee jaar als een zoektocht. Een aantal deelonderzoeken had ik vooraf bepaald, maar ik heb ook ruimte genomen mij te verdiepen in interessante vragen die zich gaandeweg aandienden.

Ik vind het belangrijk te vermelden dat dit *onderzoeksdocument* geen wetenschappelijke pretentie heeft. Dat heeft te maken met de veelheid aan petten die ik gedurende het onderzoek afwisselend en soms gelijktijdig op had: die van onderzoeker, ontwerper, promotor, sociaal-ondernemer, deelnemer en belanghebbende. Ik heb geprobeerd hier naar mijn omgeving altijd zo duidelijk mogelijk over te zijn.

Dan over de doelgroep van dit document. Een van de belangrijkste dingen die ik in mijn werkzame leven heb geleerd is dat je in je eentje weinig voor elkaar krijgt, en dat een interdisciplinair team dat

samenwerkt rond een met passie beleden gedeelde interesse daarentegen een enorme impact kan realiseren. Daarom is deze publicatie bedoeld voor iedereen die zich herkent in de notie dat de organisatie van de publieke zaak vraagt om een herontwerp met een sleutelrol voor online platformen. Dat kunnen net zo goed bewoners, ondernemers, ambtenaren, politici, ontwerpers als onderzoekers zijn. Ik hoop hen van waardevolle informatie te voorzien, geïnteresseerden bij elkaar te brengen en creativiteit te stimuleren.

Deze publicatie gaat over netwerkactiviteit en dat is wat dit onderzoek zelf ook is. Ik wil dan ook veel mensen voor hun bijdrage bedanken, maar voor ik dat doe draag ik de publicatie graag op aan **Lieven Baeten**, omdat hij me heeft geleerd dat je een betere toekomst zelf kunt ontwerpen. Ik dank **Michel Vogler** voor zijn eindeloze inzet voor platte netwerken, de snelheid waarmee hij software bouwt, zijn glasheldere denken en bovenal voor het plezier van onze uitzonderlijk complementaire samenwerking.

Sabine Niederer hielp me enorm door haar bijdrage aan het Digital Methods-onderzoek en door samen een paper te schrijven. Haar kennis van theorie, scherpte en positieve energie waren doorlopend een grote steun. **Matthijs ten Berge** was al snel een cruciale sparringpartner. Ik dank hem voor de klik, zijn ondernemerschap, naar buiten gerichte blik en heldere reflecties. **Geleyn Meijer** ben ik veel dank verschuldigd voor zijn vertrouwen, voor de kans die hij me gaf een eigen onderzoek te starten en voor de altijd inspirerende samenwerking. **Harry van Vliet** dank ik voor de kritische begeleiding bij het maken van mijn onderzoeksplan en de leerzame gesprekken in het eerste jaar.

Peter Bogaards ben ik dankbaar voor de passie waarmee hij zijn enorme hoeveelheid kennis deelt. Ik koester daarnaast onze vriendschap. **Reinier Tromp** heeft me in de eerste periode goed geholpen met zijn scherpe reflecties op mijn onderzoeksvragen, zijn literatuuronderzoek en heldere samenvattingen. **Wouter Meys** en **Maarten Groen** van het Citizen Data Lab dank ik voor het fijne samenwerken, voor de projecten die we samen hebben gerealiseerd en ook voor wat ze me hebben geleerd over data en onderzoek. **Guido Jansen** ben ik dank verschuldigd omdat hij in relatief korte tijd van het idee Buurtinzicht een werkende oplossing maakte. **Stevan Rudinac** ben ik dankbaar voor zijn klankbordrol in dit proces en onderzoeksprogramma Commit voor het mogelijk maken van het Buurtinzicht-onderzoek. Ik dank mijn collega's van het Amsterdam Creative Industries Network **Joyce Overklift Vaupel Kleyn**, **Maarten Terpstra** en **Marloes Voskuilen** voor de fijne sfeer in de studio en de praktische hulp die ze me vaak hebben geboden. **Twan Eikelenboom** ben ik dank verschuldigd voor zijn geduldige lessen in schrijven en zijn redactionele ondersteuning – ook bij deze publicatie. **Onno Aerden** heeft me in de laatste fase van mijn onderzoek enorm geholpen, als eindredacteur en vriend – met de scherpte, het inzicht en de snelheid die zo goed van hem ken. **Martijn de Waal** is een autoriteit rond het onderwerp van mijn onderzoek. Ik zie het als een lot uit de loterij dat hij een naaste collega is en ben hem dankbaar voor de gesprekken en suggesties. Zijn beste tip was misschien wel rond Gebiedonline een dagboek te gaan bijhouden. **Pieter Jan Stappers** dank ik voor de intensieve gesprekken in het licht van een eventueel promotieonderzoek. De achttien experts die ik heb geïnterviewd noem ik bij naam in hoofdstuk b (Stedelijke bottom-up-netwerken). Ik ben ieder van hen veel dank verschuldigd voor de tijd die ze beschikbaar stelden, de vaak even leerzame als prikkelende gesprekken en het openstellen van hun netwerken. **Sam Saxton** dank ik voor de zorgvuldige transcripties van de interviews. Aan het Digital Methods-onderzoek waar hoofdstuk c (Online buurtplatformen in Amsterdam) over gaat hebben **Cristel Kolopaking**, **Danny Lämmerhirt**, **Gabriel Reis**, **Jennifer Veldman**, **Lucas Reehorst**, **Reinier Tromp**, **Sebastian Bertoli** en **Thom Bovelander** meegewerkt. Ik ben hen dankbaar voor de grote inzet en gedetailleerde onderzoeksresultaten.

Jennifer Veldman dank ik in het bijzonder, voor het waardevolle uitzoekwerk dat ze ook na het onderzoek nog voor me gedaan heeft. De prachtige visualisaties zijn gemaakt door **Federica Bardelli** en **Carlo De Gaetano**. Zij hebben ook de vormgeving van deze publicatie verzorgd. Ik dank alle leden van Gebiedonline voor het mooie avontuur wat het opbouwen van de coöperatie is. In bijlage g (Coöperatie Gebiedonline) komen al hun namen langs, maar ik wil de daadkrachtige bestuursleden **Jules Pollaert** en **Annemarie van Veen** hier graag in het bijzonder vermelden. Binnen de gemeente Amsterdam ben ik dank verschuldigd aan **Ger Baron**, **Femke Haccoû** en **Tamas Erkelens** van het CTO-office. Ze vervullen een belangrijke rol in de stad door innovatienetwerken aan elkaar te knopen. **Berent Daan** dank ik voor de vernieuwende aanpak van het DataLab en de flexibele samenwerking. Voor de samenwerking in Amsterdam-Oost wil ik met name **Sjoukje Alta**, **Jasper Boesveldt**, **Kees Rozemeijer**, **Justus Vermeulen** en **Ellen Weers** bedanken. Via hun experimenten leveren ze in mijn ogen een belangrijke bijdrage aan het uitbouwen van de lokale traditie van buurtgericht werken. Pakhuis de Zwijger wordt in dit onderzoek vaak genoemd. De betekenis van deze ontmoetingsplaats voor creatieve netwerken is niet te overschatten. Ik dank met name **Egbert Fransen** en **Joachim Meerkerk**, voor het mogelijk maken van het programma van Gebiedonline en voor alle mensen en netwerken die ik via hen heb leren kennen. In **Trebor Scholz** heb ik een geestverwant gevonden. Ik dank hem voor zijn baanbrekende onderzoek, het op de kaart zetten van Platform Cooperativism en de inspirerende gesprekken. **Martine Verweij** dank ik voor de inspiratie en wijze woorden. **Dirk van den Bosch** van DigitasLBi ben ik veel dank verschuldigd voor het ondersteunen van het Citizen Data Lab en zijn altijd scherpe blik. Verzekeraar ASR en dan met name **Bob Stehmann** en **Alexander van Loon** wil ik bedanken voor het sponsoren van mijn onderzoek. Hun interesse en de vrijheid die ze me geven zijn een grote steun. En dan is er nog het fijnst denkbare thuis: **Francien**, **Floris** en **Hanna**. Ik was niet altijd op mijn leukst tijdens het schrijven, veel dank voor het geduld.





**Stedelijke
bottom-up-
netwerken
(Verslag
interviews)**

a. Over dit onderzoek (Manifest en inleiding)

Eind 2015 kreeg ik – na lang in het bedrijfsleven te hebben gewerkt – de kans onderzoek te gaan doen. Ik had vage zorgen en visies over de rol van de overheid in een wereld waarin online platformen steeds belangrijker worden. In dit hoofdstuk beschrijf ik waarom ik mij op lokale netwerken en online buurtplatformen ben gaan richten. Daarnaast komen de onderzoeksvragen en -aanpak, en de aard en doelgroep van dit document aan de orde.

b. Stedelijke bottom-up-netwerken (Verslag interviews)

Om een goed beeld te krijgen van de bottom-up-beweging in Amsterdam heb ik achttien uiteenlopende lokale experts geïnterviewd. Ik heb ze gevraagd wat de stedelijke bottom-up-beweging definieert, hoe zij is opgebouwd en hoe zij zich ontwikkelt. Het blijkt te gaan om een verzameling zeer heterogene en dynamische lokaal georiënteerde netwerken, vooral gedefinieerd door de lokale situatie en de mentaliteit van de pioniers.

c. Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek)

Met behulp van de onderzoeksmethode Digital Methods is door een team onderzoekers gedetailleerd in kaart gebracht welke online platformen in Amsterdam door de bottom-up beweging gebruikt worden. Hun inventarisatie geeft niet alleen een overzicht van negentig actieve platformen, maar bevat ook een analyse van functionaliteit en inhoud. Daarnaast is de historische ontwikkeling van de platformen in beeld gebracht.

d. Belang en betekenis van eigendom (Open brief/Essay)

Bij het ontwerp van online platformen denk je al snel aan vormgeving of gebruiksgemak; aan direct zichtbare kenmerken van de platformen. Dit hoofdstuk maakt aan de hand van een voorbeeld (Nextdoor) duidelijk dat ontwerpen niet alleen over de inhoud gaat, maar nog meer over processen en misschien bovenal over eigendom. De stelling van dit essay is dat het publieke belang is gediend bij platformen die van de gebruikers zelf zijn.

e. Online buurtplatformen als oplossing (Model en definitie)

In dit hoofdstuk presenteer ik een model voor de elementaire overeenkomsten en verschillen tussen online buurtplatformen en andere typen online platformen. Ik eindig met een definitie van online buurtplatformen. Mijn conclusie is dat online buurtplatformen een sleutelrol kunnen vervullen bij maatschappelijke en democratische vernieuwing.

f. Onze online platformen (Samenvatting en conclusies)

In dit hoofdstuk neem ik de lezer mee in wat ik de afgelopen twee jaar heb geleerd over online platformen in relatie tot maatschappelijke en democratische vernieuwing. Ik combineer daarbij eigen kwantitatief onderzoek en eigen ervaringen uit de praktijk van (online georganiseerde) bottom-up-netwerken in Amsterdam met een kritische analyse van het opereren van online platformen in het algemeen. Het hoofdstuk eindigt met adviezen, met name gericht aan lokale bestuurders.

g. Bijlage: Coöperatie Gebiedonline

HalloJburg.nl is een bekend online buurtplatform in Amsterdam Oost. Vanaf 2016 is de techniek in een coöperatie ondergebracht en voor andere gebieden beschikbaar gemaakt. Eind 2016 maken zo'n twintig buurtnetwerken in Amersfoort, Amsterdam en Gouda hiervan gebruik. Alle netwerken hebben zich als lid bij de coöperatie aangesloten. Dit naslagwerk bevat informatie over allerlei kwesties die in dit proces aan de orde kwamen.

Inhoud

b. Stedelijke bottom-up-netwerken (Verslag interviews)	37	
Geïnterviewden	38	
Mentaliteit		40
Doe-het-zelf vanuit eigenaarschap		40
Pragmatisch, doen en maken		40
Trots en creativiteit laten groeien		41
Gedeelde interesses en drijfveren	42	
Zo divers als mensen zijn		42
Plekken waar interesses elkaar ontmoeten		42
Combinaties van plekken en thema's		42
Grote zorgen, concrete acties		43
Netwerkstructuur		44
Typische verschillen in rollen, de 90-9-1 regel		45
De één procent		46
De negen procent		46
De overige 90 procent		47
Interdisciplinaire teams		47
Multistakeholder-teams		48
Ontwikkelingsstadia	50	
Fase 1: Het netwerk slaapt		50
Fase 2: De eerste samenkomst		50
Fase 3: Een groepje met een verhaal		51
Fase 4: Creatieve netwerkactiviteit		51
Fase 5: Succes vieren		51
Fase 6: Worstelingen		51
Fase 7: Professionaliseren		51
Fase 8: Opschalen		52
In alle fasen: gebrek aan informatie en knowhow		53
Conditie: de creatieve energie blijft stromen	53	
Conclusies	54	

Stedelijke bottom-up-netwerken (Verslag interviews)

Dit onderzoek gaat in de kern over het versterken van de stedelijke bottom-up-beweging, waarbij de online platformen het middel zijn – een in potentie krachtig middel, maar toch niet meer dan dat. Ik realiseer me terdege dat het gaat om de netwerken zelf en in essentie om het gedrag van de mensen die deze netwerken vormen. Telkens bleek het weer belangrijk dit duidelijk te vertellen en te blijven herhalen. Om de mensen en de technologie goed gescheiden te houden heb ik achttien uiteenlopende lokale experts geïnterviewd en met hen specifiek over de bottom-up-beweging zelf gesproken. Mijn doel was grip krijgen op de drijfveren, opbouw en ontwikkeling van de netwerken. Ik hoopte ook een beeld te krijgen van de condities waaronder dit soort netwerken floreren. In het jargon van mijn vorige professie zou je dit deel van het onderzoek ‘in de huid van de doelgroep kruipen’ noemen. Ik heb de experts gevonden door navraag te doen bij netwerkbijeenkomsten van de gemeente, bij Pakhuis de Zwijger en bij relevante onderzoekers van de Hogeschool van Amsterdam (HvA). De vraag was telkens: wie weet alles van de bottom-up-beweging in Amsterdam? De lijst van achttien mensen is ontstaan door te selecteren op een mix van actieve bewoners, ondernemers, ambtenaren en onderzoekers. De bottom-up-beweging is een diffuus en moeilijk te grijpen geheel. Ik heb mijn best gedaan de belangrijkste patronen die ik herkende in vele uren interviews te beschrijven, maar het verslag blijft natuurlijk een interpretatie.

Geïnterviewden



Anne Stijkel -
Projectleider
Samenredzaam
Gaasperdam



Frank Alsema -
Kwartiermaker
Stadslab
Buiksloterham
Circulair



Erik Timmermans -
Eigenaar Art gallery
Atelier Open



Ger Baron -
Chief Technology
Officer, Amsterdam



Egbert Fransen -
Directeur Pakhuis
de Zwijger



Frank van Erkel -
Oprichter en eigenaar
ChangeLab



Femke Haccoû -
Urban Innovation
Officer, CTO office
Amsterdam



Jeroen Jonkers -
Aanjager
Winkelstraatvereniging
Jan Eef



Geert Lovink -
Mediatheoreticus en
internetcriticus, HvA



Juan-Carlos Goilo -
Schrijver, performer,
en analist bij
gemeente Amsterdam



May-Britt Jansen -
Programmamanager
Stadsdeel West,
Amsterdam



Marleen Stikker -
Directeur Waag Society



Michel Vogler -
Ontwikkelaar
HalloJburg.nl en
eigenaar CrossmarX



Liane Pielanen -
Sectorhoofd Staf
bij Politie Eenheid
Amsterdam



Mellouki Cadat -
Senior consultant
Active Citizenship



Martijn de Waal -
Onderzoeker Urban
Media & Citizen
Empowerment, HvA



Peter Bogaards -
Redacteur, community
manager en coach
bij Informaat



Maartje Romme -
Bestuurslid
buurtnetwerk
WeteringVerbetering

DOE-HET-ZELF VANUIT EIGENAARSCHAP

De mensen die de de netwerkactiviteit van de bottom-up-beweging aanjagen, de pioniers, delen een doe-het-zelf-mentaliteit¹, en daarmee wordt de beweging als totaal misschien wel het best getypeerd. Netwerkactiviteit begint als iemand ervoor kiest om ergens iets te gaan doen, zonder af te wachten of de buurman of overheid het oppakt. Een ander startpunt kan een ontmoeting zijn: mensen spreken elkaar in een buurtcafé en bedenken dat het gezellig, nuttig of zelfs noodzakelijk is een bepaald initiatief te nemen. Pioniers zijn mensen die als er een bepaalde kwestie speelt niet als eerste uitgaan van een systeem. Het zijn kritische en veranderingsgezinde geesten, die als eerste uitgaan van de mogelijkheden van zichzelf en elkaar. Voor de meeste mensen houdt doe-het-zelfen op bij hun eigen schutting. De pioniers in de bottom-up-wereld eigenen zich een grotere ruimte toe: de straat, het pleintje of een complete wijk. Ze voelen zich verantwoordelijk voor de inhoud, plaats en schaal die ze zelf en met hun netwerk aankunnen, onafhankelijk van de in hun ogen betekenisloze formeel getrokken grenzen. Bij een pionier in de bottom-up-beweging denk je al snel aan een actieve burger, een bewoner of ondernemer, maar zo iemand kan net zo goed een intermediair zijn, een ambtenaar, een politicus of een onderzoeker². Het gaat om mensen die niet accepteren dat de eigen omgeving gesloten en statisch is en er voor kiezen een verandering

te forceren. Egbert Fransen gaf helder aan dat de mentaliteit centraal staat en niet de positie. Hij wees hierbij op de dubbele strijd die pioniers die een institutie vertegenwoordigen vaak voeren, namelijk binnen hun top-down gestructureerde organisatie en rond de kwestie waar het initiatief zich op richt.

PRAGMATISCH, DOEN EN MAKEN

Naast het gevoel van eigenaarschap, wat vooral in het 'zelf' van doe-het-zelf ligt besloten, is er ook het 'doen'. Bottom-up-activiteit is overwegend pragmatisch en oplossingsgericht van aard. Mensen hebben het vaak al druk genoeg met hun gezin en familie, hun baan en hun sociale contacten - en als er dan nog tijd overschiet, lonkt de sportschool. Als ze met een wereld daarbuiten te maken hebben lopen ze vaak tegen gedoe met instituties aan. De polissen van de verzekeraar, het callcenter van de telecomprovider, negatief en polariserend gedoe in de politiek. Daarom willen ze als ze in de buurt actief worden vooral geen gedoe. Het proces zelf moet leuk en effectief zijn en daarom boven alles concreet. Vaak hoor je hoe fijn dat concrete is. Iemand wordt er gelukkig van als hij of zij boodschappen voor een oudere buurtgenoot heeft gedaan, of met de handen in de aarde van een postzegel-groentetuintje heeft zitten wroeten. Als het gaat om een 'scheppende activiteit' voelt het nog concreter en dus nog beter. Op IJburg bouwden buurtbewoners bijvoorbeeld eigenhandig een kinderboerderij. De impact van die concrete acties kan ver gaan. Denk maar aan het beroemde Geefomdejaneef in Amsterdam, waarover mede-initiatiefnemer Jeroen Jonkers vertelde tijdens mijn interview met hem. De trieste moord op een juwelier in 2010 werd aangegrepen om een winkelstraatvereniging op te richten die vervolgens een stroom van activiteiten ontplooid. Pop-up stores gingen de leegstand tegen en een markt, festivals en ludieke acties brachten de energie terug in het gebied. De bottom-up-beweging kenmerkt zich door een grote hang naar positieve samenwerking, pragmatische oplossingen en zichtbare verbeteringen.

1 *Do It Yourself (DIY) Urbanism, Guerrilla Urbanism en Tactical Urbanism vormen een stroming binnen stedenbouw. Het boek Tactical Urbanism, van Mike Lydon en Anthony Garcia, biedt een goede introductie.*

2 *Evelien Tonkens en Jan Willem Duyvendak betogen dat het vaak over enthousiaste en energieke maar ook tamelijk noodlijdende ondernemers gaat, die het hoofd net wel of net niet boven water kunnen houden: <http://www.socialevraagstukken.nl/graag-meer-empirische-en-minder-eufore-kijk-op-burgerinitiatieven>*

TROTS EN CREATIVITEIT LATEN GROEIEN

Deze voorbeelden van de doe-het-zelf-mentaliteit roepen een positief beeld op. Het is een ander beeld dan wat je vaak krijgt van mensen die op inspraakavonden van de gemeente hun stem laten gelden. Dan hoor je vooral geklaag en vervallen de aanwezigen in nimby-gedrag: alles is best, zolang het maar 'not in my back yard' plaatsvindt. Een verklaring zou kunnen zijn dat de pioniers over wie ik met mijn gesprekspartners sprak doorgaans geen bezoekers van inspraakavonden zijn. Inspraakavonden zijn voor de pioniers om wie het hier gaat waarschijnlijk onderdeel van een systeem waar zij weinig vertrouwen in hebben. Bij de typische doe-het-zelf-mentaliteit van de bottom-up-beweging horen ook woorden als trots en creativiteit. Ook het kweken van dit soort gevoelens begint bij de pioniers. Die zijn zelf bovengemiddeld onafhankelijk en sterk, en vervullen daarmee een voorbeeldrol voor anderen die aanhaken. Maar het is vooral het proces dat op gang komt dat de trots en creativiteit van anderen kan stimuleren. Meedoen in een bottom-up-activiteit gebeurt vrijwillig. Er is geen andere verwachting dan dat je inbrengt waar je goed in bent en zelf ook energie van krijgt. Zo kunnen deelnemers – onafhankelijk van hun achtergrond, talenten en omstandigheden – via de stapsgewijze kleine of grote successen ervaren waar zij goed in zijn, dat je samen dingen voor elkaar krijgt en hoe je daar ook individueel waardering voor krijgt.

Gedeelde interesses en drijfveren

ZO DIVERS ALS MENSEN ZIJN

Uit de gesprekken bleek dat de bottom-up-beweging bestaat uit een bonte verzameling lokaal georiënteerde netwerken. Het bleek ondoenlijk en ook niet zinvol de activiteiten van die netwerken inhoudelijk te categoriseren. Daarmee wordt de dynamiek, verscheidenheid en variatie van de inhoud namelijk altijd te kort gedaan. Mijn conclusie was dat de inhoudelijke vraagstukken waarover de bottom-up-beweging zich druk maakt het best te beschouwen zijn als gedeelde interesses³ binnen netwerkactiviteiten. Daarmee kan inhoud over alles gaan. Interesses zijn zo divers als mensen zijn. Kenmerkend aan mensen is ook dat ze nooit maar één interesse hebben. Menselijke netwerkactiviteit ontwikkelt zich als verschillende interesses elkaar raken of overlappen. Wanneer twee mensen kort voor een zakelijk overleg toevallig uitvinden dat ze allebei zeilfanaten zijn, groeit plotseling de kans dat er tussen die twee een gunfactor ontstaat rond een heel andere gedeelde interesse – de mogelijke deal die op tafel ligt bijvoorbeeld. Je deelt het blok waar je woont en je behoefte aan veiligheid. Je deelt je zorgen over opwarming van de aarde, je behoefte geld te besparen en een dak waar je samen zonnepanelen op zou kunnen leggen. Je deelt het feit dat je jonge kinderen hebt, die op voetbal willen, en je zorg over de onveilige route naar de voetbalclub. Je deelt je interesse in geschiedenis met de actieve bejaarde met wie je ook de flat die je bewoont deelt. De netwerkactiviteit die de bottom-up-beweging kenmerkt kan op ieder moment, overal, en rond alle mogelijke combinaties van interesses ontstaan.

PLEKKEN WAAR INTERESSES ELKAAR ONTMOETEN

De variaties en combinaties van gedeelde interesses zijn eindeloos, maar netwerkactiviteit kan alleen ontstaan bij de gratie van het

kennen van elkaars interesses. Daarom zijn open ontmoetingsplekken zo belangrijk voor de bottom-up-beweging: ruimtes met zo min mogelijk barrières tussen nieuwe combinaties van mensen en interesses. Cafés, parkjes en buurthuizen zijn de plekken waar je dan meteen aan denkt. Ray Oldenburg noemt dit concept *third places* en beschrijft het in *The Great Good Place* (1989) als een typische plek voor community-activiteiten (de eerste plek is om te wonen en de tweede plek om te werken). Hij schrijft: 'Third places, then, are 'anchors' of community life and facilitate and foster broader, more creative interaction.' Toen ik Geert Lovink vroeg wat de beste interventie zou zijn om de bottom-up-beweging te versterken zei hij tot mijn verbazing: 'Kraken weer toestaan'. Ik had daar zelf niet direct aan gedacht, maar herkende opeens dat kraakpanden natuurlijk het gevolg van bottom-up georganiseerde actie zijn en dat ze ook als third places werden gebruikt. In de interviews dook regelmatig het woord 'levendig' op als typering van een goed functionerende buurt of stad. Of levendigheid een aard- en nagelvaste conditie voor of het resultaat van vruchtbare bottom-up-netwerkactiviteit is weet ik niet, maar het past wel naadloos in het concept van de third place als ontmoetingsplaats om ideeën uit te wisselen. Martijn de Waal wees me op de grote rol van zzp'ers in de bottom-up-netwerken. Veel mensen die onderdeel zijn van deze groeiende groep professionals willen graag bijdragen aan een betere buurt. De kans om zo goede contacten op te doen of tegen betaald werk aan te lopen kan een extra stimulans zijn. Femke Haccoû attendeerde me op het belang van koffiehuisen, als third places voor de huidige bottom-up-beweging in het algemeen en voor zzp'ers in het bijzonder. Koffiehuisen zijn typisch een plek om geestverwanten te ontmoeten en gezamenlijk initiatieven te ontplooiën.

COMBINATIES VAN PLEKKEN EN THEMA'S
Letterlijk alle min of meer maatschappelijke thema's waarmee mensen in een stad in aanraking komen kunnen een aanleiding vormen voor bottom-up-netwerkactiviteit:

3 *Het Engelse woord interest is betekenisvoller omdat het niet alleen interesse maar ook belang uitdrukt. Ik heb voor interesse gekozen vanuit voorkeur voor Nederlands en omdat onze taal geen beter alternatief biedt.*

verkeersveiligheid, energie, werkloosheid, scooteroverlast, armoede, postzegelparkjes, mobiliteit, eenzaamheid, duurzaamheid, zonnepanelen.... Mensen gebruiken hun eigen taal om die onderwerpen te benoemen. Onderwerpen categoriseren – wat mensen in de systeemwereld graag doen – voegt meestal niet zoveel toe. De diversiteit maakt dat een onderwerp zelden in één categorie te vangen is. Frank Alsema stelde dat in ieder gebied bepaalde onderwerpen min of meer zijn ingebakken. Deze onderwerpen zijn historisch gegroeid en bepaald. Andere gesprekspartners kleurden die stelling in met treffende voorbeelden. Maartje Romme sprak over buurtnetwerk WeteringVerbetering in de Weteringbuurt, een kleine wijk met een van oorsprong dorps karakter. Als reactie op de toenemende druk op de buurt, die is ontstaan door de aanleg van de Noord/Zuidlijn en het groeiende toerisme, probeert het netwerk de cohesie die de buurt van oudsher kenmerkte nieuw leven in te blazen. May-Britt Jansen vertelde over de situatie in Amsterdam-West, waar een actief beleid ter ondersteuning van bottom-up-projecten bestaat. Daarbij worden onder andere sessies georganiseerd waarbij bewoners en ambtenaren samen teruggaan naar de historie van de wijk, om zo een gemeenschappelijke visie te vormen over wat er met een wijk zou moeten gebeuren. De Wibautstraat en Weesperstraat zijn door hun geografische ligging tussen het Amstelstation en het centrum gedoemd tot een bestaan als belangrijke verkeersader. De uitstoot en het vele asfalt die daar het gevolg van zijn hebben ertoe geleid dat vergroening een belangrijk onderwerp is in de netwerkactiviteiten op de Knowledge Mile – zoals de strook nu ook bekend staat. Een intrinsiek probleem wordt een mooie kans, dat zie je vaak. Misschien is het succes van HalloloJburg vooral te danken aan het eilandgevoel en de saamhorigheid die daar bij past. Bepalen over wat voor typen gebieden we het hebben is al even lastig als bepalen over wat voor soort onderwerpen het gaat. Stedelingen ervaren bepaalde geografische afbakeningen in een stad als relevant en de overheid doet dat

ook. In sommige gevallen overlappen die twee indelingen maar in veel gevallen niet. Voor de overheid dient een geografische afbakening vooral een administratief doel. Voor de bottom-up-netwerken geldt alleen de vraag: is dit een omgeving die door de betekenis die zij voor ons heeft een gevoel van eigenaarschap oproept, en willen en kunnen we er samen iets mee? Dat het moeilijk is administratieve met voor de bottom-up-beweging betekenisvolle afbakeningen te combineren blijkt uit de definitie van tweeëntwintig gebieden, waarvoor Amsterdam vanuit de visie van een participerende samenleving en specifiek in het kader van decentralisatie van de gezondheidszorg in 2014 heeft gekozen. Zo'n gebied is met veertigduizend inwoners gemiddeld veel te groot om je vanuit een bottom-up-perspectief mee te identificeren. Het is toch vooral een administratieve afbakening. We kunnen veilig vaststellen dat de administratieve grenzen van de buurt niet per se de grenzen zijn van een bottom-up-netwerk.

GROTE ZORGEN, CONCRETE ACTIES

Niet de geografische grenzen en ook niet de aard van de thema's definiëren dus het bottom-up-netwerk – wel: de mentaliteit van de deelnemers. De gedeelde behoefte om op een pragmatische manier concrete problemen in de directe omgeving aan te pakken. Peter Bogaards gaf aan de indruk te hebben dat dit een gevolg is van de globalisering. Als reactie zouden mensen zich weer op het lokale gaan richten, omdat mensen op die schaal voor hun gevoel iets zouden kunnen terugwinnen op het verlies aan invloed op de wereld om hen heen. Hij duidde ook op de zorg die binnen de bottom-up-beweging bestaat over de uitdagingen waar we ons als mensheid voor gesteld zien – iets waar ik mijzelf ook in herken. De gedeelde mentaliteit heeft ook een kleur, een richting, ontdekte ik tijdens de gesprekken. Verschillende geïnterviewden verwezen naar het boek *No Time* van Naomi Klein (2014). Daarin toont de auteur de urgentie van het klimaatprobleem aan met een grote hoeveelheid bewijs. Ook laat Klein zien hoe het neoliberalisme vanaf de tweede helft

van de jaren tachtig (ironisch genoeg het moment waarop ik zelf grote bedrijven begon te adviseren) het opkomend klimaatbewustzijn krachtig de kop indrukte. Klein maakt duidelijk dat de klimaatcrisis iedereen wakker zou moeten schudden en een aanleiding moet zijn voor wijdverspreide democratische actie, wat zich in veel van haar voorbeelden uit in bottom-up-activiteiten in steden.⁴ Mijn indruk is dat mensen in de stedelijke bottom-up-netwerken over het algemeen hoogopgeleid en goed geïnformeerd zijn en dat veel van hen de inzichten van Klein delen. Ze zijn zich bewust van de stapeling van mondiale uitdagingen⁵ en hebben weinig vertrouwen in het vermogen van instituties als overheden en machtige bedrijven om deze adequaat te lijf te gaan. Ze herkennen dat mensen in die instituties gevangen zijn in systemen uit de industriële tijd en zien hen daardoor eerder als veroorzakers van problemen dan als oplossing. Ook ervaren ze een groot verschil tussen die systeemwereld en de eigen leefwereld, waardoor ze zich steeds minder met de macht identificeren. Dit laatste is een ervaring die steeds breder lijkt te worden gedeeld, zie de leeglopende politieke partijen, lage verkiezingsopkomsten⁶, en het opkomend populisme – wat in mijn beleving veelal terecht wordt verklaard uit de toename van door angst gedreven anti-stemmers. Mensen in de bottom-up-wereld hebben niet het

4 In haar boek *This Changes Everything: Capitalism vs. The Climate*, beschrijft Naomi Klein de rol van de bottom-up-beweging als volgt: 'It is slowly dawning on a great many of us that no one is going to step in and fix this crisis; that if change is to take place it will only be because leadership bubbled up from below.'

5 De grote maatschappelijke uitdagingen zijn bijvoorbeeld gedefinieerd in *The Millennium Project (15 global challenges)* en in het *Horizon 2020* programma van de EU (7 societal challenges).

6 De opkomst bij de Amsterdamse Gemeenteraadsverkiezingen in 2014 was maar net boven de vijftig procent.

idee dat ze de instituties kunnen veranderen en ze doen daarom wat hen binnen hun eigen mogelijkheden rest: vanuit een positieve en betrokken houding actief worden, op kleine schaal en in de directe omgeving. Waarbij een deel van hen dan nog wel een bescheiden hoop koestert dat al die kleine activiteiten zullen bijdragen aan een beweging met enige impact.⁷ Je zou kunnen zeggen dat mensen in de bottom-up-beweging een ongenoegen ervaren dat vergelijkbaar is met dat van de achterban van populistische politici, maar daar op een andere manier mee omgaan. Gechargeerd: je kunt een boze reactie posten onder een artikel op telegraaf.nl of tijdens je wandelingen zwerfafval gaan verzamelen. Dat is een persoonlijke keuze.

NETWERKSTRUCTUUR

We hebben nu een beeld van de mentaliteit en drijfveren van de mensen die de bottom-up-beweging vormen en de veelheid aan thema's die in een buurt kunnen spelen. Ik ga nu dieper in op de manieren waarop in de netwerken wordt samengewerkt. Daarvoor is het belangrijk eerst duidelijkheid te scheppen over de structuur van de stedelijke netwerken. Juan-Carlos Goilo typeerde de structuur kort en bondig: 'Een chaotische samenstelling van veelzijdigheid overal in de stad.' Frank van Erkel bracht een mooie metafoor in. Hij vertelde over het verschil tussen de takken van een boom – die zich in zekere zin netjes gescheiden steeds verder vertakken – en een rizoom: het ondergrondse wortelstelsel van een boom dat een meer verweven en nog grilliger structuur heeft. Toen ik zijn verhaal na het interview op ging zoeken, stuitte ik op de rizoombenadering⁸:

7 De optelling van kleine activiteiten tot een beweging met impact wordt sterk uitgedrukt in het motto 'Klein. Het nieuwe groot.', in de marketing van de Triodos bank.

8 De Boom en het Rizoom, *Overheidssturing in een Netwerksamenleving* is een inspirerend essay uit 2010, van een denktank van de Nederlandse School voor Openbaar Bestuur, in opdracht van het Ministerie van VROM.

‘Een samenleving is een netwerk van netwerken die op de één of andere manier allemaal met elkaar verbonden zijn, maar waarin tegelijkertijd geen samenhang, maar juist fragmentatie en gelaagdheid te ontdekken valt. Verbondenheid zonder samenhang is een belangrijk kenmerk van het rizoom.’ De vergelijking met het wortelstelsel wordt dus wel losgelaten, in die zin dat alle wortels naar boven toe bij één punt uitkomen, terwijl in de rizoombenadering wordt uitgegaan van een veelheid aan contactpunten binnen en tussen de verschillende deelnetwerken. Een nog treffender beeld is daarom het Wood Wide Web⁹ van Merlin Sheldrake, die in zijn fascinerende onderzoek aantoonde dat planten onder de grond via schimmels met elkaar in contact staan, informatie uitwisselen en zelfs voedingsstoffen transporteren. Ik had beloofd me in dit hoofdstuk te richten op de mensen in de bottom-up-beweging en nog niet op de online platformen, maar voor de misschien wel beste illustratie van de dynamische realiteit van netwerken maak ik een uitzondering: WhatsApp-groepen. Iedereen kan met WhatsApp op ieder moment een groep starten, stoppen, of eruit stappen; rond ieder willekeurig onderwerp en met iedere mogelijke (ook weer dynamische) samenstelling van mensen. Er zijn gezinsgroepen, feestgroepen, reisgroepen, werkgroepen en ga zo maar door. Ze bestaan parallel, ze overlappen, ze komen en gaan en ze trekken zich niets aan van enige geografische afbakening. De enige voorwaarde is dat de mensen die mee willen doen WhatsApp op hun smartphone hebben staan. Dit maakt niet alleen duidelijk hoe mensen bij natuurlijk gedrag in netwerken functioneren, het toont ook de kracht van online platformen als ondersteuners van netwerkactiviteit. Tenslotte kan je je afvragen of een WhatsApp-groep bestaat als hij niet gebruikt wordt. Dit lijkt een flauwe filosofische oefening, maar raakt in de kern wel wat de gezaghebbende

onderzoeker Latour in zijn actor-netwerktheorie¹⁰ stelt: groepen in netwerken bestaan niet als vaststaand gegeven, er zijn alleen momenten van groepsformatie. Michel Vogler gaf dit ook aan, namelijk dat de groepen in IJburg in telkens andere samenstellingen actief zijn. Het gaat om de momenten waarop mensen samenkomen.

TYPISCHE VERSCHILLEN IN ROLLEN, DE 90-9-1 REGEL

Tot nu toe ging het veel over de pioniers van de lokale netwerken en heb ik hun mentaliteit zelfs geduid als bepalend voor de hele bottom-up-beweging. Dat wil niet zeggen dat de bottom-up-beweging kan bestaan zonder de betrokkenheid van allerlei mensen die meedoen of volgen. Het is, net zoals rond de inhoud het geval is, niet passend de mensen die in de netwerken actief zijn in categorieën te verdelen, maar er bestaat wel een ruwe verdeling die helpt de werking van de netwerken beter te begrijpen en dat is de 90-9-1-regel¹¹. Deze regel is al in 2006 geformuleerd door onderzoeker Jakob Nielsen. Hij is samen met Donald Norman oprichter van de Nielsen Norman Group. Samengevat stelt de regel dat in de meeste online communities negentig procent van de gebruikers lurkers (zuigers) zijn die nooit iets bijdragen, dat negen procent een kleine bijdrage levert en dat één procent verantwoordelijk is voor bijna alle activiteit. Marleen Stikker refereerde aan deze regel in het interview. Het is een regel die ik zelf al kende en waar ik in mijn leven als adviseur voor bedrijven veel aan had als ik hen adviseerde over het organiseren van contact met online communities. Als ik de regel in de interviews daarna voorlegde gaven mijn gesprekspartners

¹⁰ Ik refereer hier rond een specifiek aspect (momenten van groepsformatie) aan Bruno Latour. Zijn actor-netwerktheorie is door de integrale en systemische benadering van netwerken in brede zin relevant voor het vervolg van mijn onderzoek. Wikipedia biedt een goede introductie.

¹¹ Informatie over de 90-9-1-regel staat op de website van de Nielsen Norman Group: www.nngroup.com.

⁹ Het Wood Wide Web staat centraal in de BBC Earth documentaire *Plants talk to each other*.

unaniem aan dat hij mooi aansluit bij de samenstelling van bottom-up-netwerken. Je kan van mening zijn dat de 90-9-1-regel slecht nieuws is omdat slechts één procent van de mensen blijkbaar echt actief is. Je kunt echter ook redeneren dat er op één plek in de stad meerdere netwerken actief kunnen zijn rond verschillende gedeelde interesses. Als dat zo is en je rekent de volgers ook als actieven, blijkt al snel dat veel mensen op een of andere manier betrokken zijn bij bottom-up-netwerkactiviteit. De interviews brachten geen duidelijkheid over wat de realistische inschatting is. Verschillende netwerken in de stad proberen de groepen die het moeilijker hebben te bereiken en te betrekken. Uit de gesprekken van met name Anne Stijkel, Erik Timmermans en Mellouki Cadat bleek dat voor veel mensen in de stad het leven zo zwaar is dat ze zich terugtrekken en zich vervolgens uitsluitend richten op hun eigen overleven. Ze sluiten zich uit onmacht af van netwerkactiviteit. Daarnaast kunnen mensen in bepaalde groepen – denk bijvoorbeeld aan religieuze gemeenschappen – van nature gesloten en naar binnen gericht zijn, wat deelname aan andere netwerken in de weg kan zitten. Uit het onderzoek naar online platformen, dat het onderwerp is van het volgende hoofdstuk (deel c), blijkt dat (online actieve) Amsterdamse buurtnetwerken zich het meest profileren met de termen ‘helpen en hulp vragen’, ‘informereren’ en ‘verbinden buurtgenoten’. De intentie om bruggen naar moeilijk bereikbare groepen te slaan lijkt dus in ieder geval vrij breed te bestaan. De vraag of bottom-up-netwerken inclusief zijn en inclusie versterken was geen onderdeel van de interviews, maar het is een belangrijke vraag gebleken, die ik in vervolgonderzoek zal betrekken. Dan nu terug naar de 90-9-1-regel van Nielsen.

De één procent

De één procent meest actieven lijkt mooi overeen te komen met de voorhoede die ik pioniers noem. Zoals aan het begin van dit hoofdstuk vastgesteld, delen deze pioniers een doe-het-zelf-mentaliteit. Tijdens de interviews kleurden de bottom-up-experts deze voorhoede als volgt in:

‘De pioniers, dat zijn de change agents, de burgemeesters, de uitvinders. Het zijn de charismatische mensen die tegen veel systeem-shit aanlopen en dan toch doorgaan. Ze hebben moed, doorzettingsvermogen, uithoudingsvermogen, slimheid, creativiteit, en ze zijn bereid tot aanpassen: ze hebben adaptief vermogen, flexibiliteit.’
 ‘Ze kunnen verhalen vertellen en binden. Ze kunnen ergens boos over zijn en dan iets willen, iets bedenken. Het zijn de mensen die proberen energie te vangen, te bundelen bij anderen en te verspreiden. Ze kunnen knopen doorhakken.’
 ‘Ze staan in contact met de overheid, met de sociale professionals, met geld, met media.’
 ‘Ze zijn van “get it done”. Ze kunnen mobiliseren en realiseren, en schakelen met een veelheid aan verschillende mensen, niveaus en talen – tussen Tante Bep en de wethouder. Je moet verstand hebben van economie, recht en co-creatie. Het vergt veel.’
 ‘Ze geven antwoord op wat mensen bezighoudt, op waar mensen mee worstelen.’
 De laatste typering vind ik zelf misschien wel de mooiste, omdat deze de brug van probleem naar oplossing op een originele en gevoelvolle manier verwoordt. Dit alles lezende dringt zich het beeld van de sociale ondernemer als duizendpoot op¹². Die doe-het-zelvers moeten behoorlijk wat kunnen blijkbaar.

De negen procent

De groep pioniers – de één procent – bereikt niets in zijn eentje en dat is ook niet hun bedoeling. Zoals uit de typering blijkt zijn de pioniers er sterk op gericht anderen te mobiliseren. Die anderen zijn in de regel van Nielsen de volgende negen procent: de volgers. Met deze typering lijken we de bijdrage van deze tweede cirkel wel wat te kort te doen. Ze zijn dan weliswaar actief geworden na initiatief van de pioniers, maar ze gedragen zich vervolgens vaak even proactief. Geert Lovink noemde de combinatie van de één en negen procent het kristal: het

12 De vergelijking met ‘change agents’ in het boek *The Tipping Point* (Gladwell, 2001) dringt zich op.

relatief hechte verband waarop vervolgens een veel dynamischer netwerk van verbindingen kan ontstaan. Anne Stijkel verwoordde het zo: 'De trekkers zijn vooral eigenheimers. Om iets voor elkaar te krijgen heb je ook behoefte aan mensen met minder ego; aan verbinders die er de grap van inzien het door te venten. Mensen die kunnen communiceren en aansluiten. Mensen die kunnen schakelen, die snappen wie jij bent, waar het idee zit en dan zoeken naar de juiste taal en de juiste ingang, waardoor je bij de anderen de ogen ziet glimmen.' Een prikkelende manier om naar de volgers te kijken is ze te zien als *first followers*. Deze theorie is bekend geworden door een hilarisch filmpje¹³ waarin je iemand ziet die in zijn eentje lichtelijk raar en ongegeneerd staat te dansen op een festivalterrein. Om hem heen zitten mensen te keuvelen, maar ze negeren de dansende man volkomen. Na enige tijd komt er een tweede en dan een derde met de rare man meedansen. Dat is de trigger voor alle keuvelende mensen om opeens toch met z'n allen mee te gaan dansen. Het gaat helemaal los. Blijkbaar heeft de grote groep anderen nodig om een bepaald gedrag te legitimeren. In dit voorbeeld is de drempel die wordt weggenomen *gêne*, maar je kan je voorstellen dat er meer drempels zijn die grotere groepen ervan weerhouden ergens aan mee gaan te doen. Gaat het initiatief wel iets opleveren? Is het zuivere koffie? Zijn de mensen wel aardig? Samengevat is deze negen procent dus niet alleen volger, maar ook actief in het betrekken van anderen bij de activiteiten, door ze te benaderen, door benaderbaar te zijn én door voorbeeldgedrag.¹⁴

13 Zie *First Follower: Leadership Lessons from Dancing Guy*, op YouTube.

14 De verspreiding van innovaties over de bevolking is ook beschreven door marketing-wetenschappers als onder andere Rogers in diens adoptiemodel. Zie onder meer <https://www.strategischmarketingplan.com/marketingmodellen/adoptiemodel-van-rogers/>.

De overige 90 procent

De overige negentig procent vormt de buitenste kring van het netwerk. Het zijn de mensen die in hun dagelijks leven wellicht iets van de netwerkactiviteit voorbij zien komen. De term *lurkers* is veelzeggend. Het zijn de mensen die over de nieuwe groentetuin in de buurt zoiets zeggen als: 'Geweldig initiatief. Hou me maar op de hoogte. Als de komkommers rijp zijn kom ik ze misschien kopen, maar misschien ook niet, sorry.' Dit wil niet zeggen dat de groentetuinen niet interesseert. Tussen een initiatief waarderen en er tijd voor vrijmaken bestaat een groot verschil. Als het op een online waardering aan zou komen zou de komkommer-lurker de groentetuin misschien wel de hoogste score geven. Of je ergens tijd voor vrij maakt hangt niet alleen af van of je het belangrijk vindt. Misschien vind je de groentetuin ontzettend belangrijk, maar heb je totaal geen groene vingers en enorme hooikoorts. Of je hebt ooit een trauma opgelopen met een hark. Het is ook belangrijk je te realiseren dat mensen dus niet altijd en in elk geval pionier, volger of lurker zijn. Rond verschillende interesses kan hun rol veranderen. Het kan goed zijn dat iemand die rond de ene interesse (de groentetuin) volger is, zich rond een andere interesse (veiligheid bijvoorbeeld) als pionier manifesteert. Daar trekt zo iemand dan opeens de kar met een handige app om onveilige situaties te melden. Natuurlijk is het zo dat sommige mensen zich gemiddeld gesproken zodanig sterk als pionier gedragen dat je ze als mens typisch een pionier kan gaan noemen, maar als we ons richten op het versterken van het positieve is het interessanter op zoek te gaan naar hoe zoveel mogelijk mensen ondersteund kunnen worden om de pionier of volger te zijn rond haar of zijn specifieke interesses en talenten.

INTERDISCIPLINAIRE TEAMS

Ger Baron maakte een interessante vergelijking tussen de stedelijke bottom-up-netwerken en de groeiende Amsterdamse start-up-scene. In beide zie je volgens hem steeds meer aandacht voor het vormen van interdisciplinaire teams. Bij start-ups wordt het ideale team steeds

vaker gedefinieerd als bestaand uit een hipster, een hacker en een hustler.¹⁵ De eerste gaat over de zakelijke kant, de tweede over de technologie en de derde over het ontwerp. Dit zou het meest compacte team zijn, waarbij toch in alle elementaire expertise is voorzien. De kracht van dit soort teams wordt in steeds meer organisaties herkend. Ook in stedelijke netwerken zie je kleine clubjes pioniers en first followers, die samen het hart van de netwerkactiviteit vormen en zich steeds meer als interdisciplinair team inrichten. Praktijkvoorbeelden maken direct duidelijk waarom dit zo is. Die nieuwe groentetuin in de buurt komt er bijvoorbeeld niet door mensen met groene vingers alleen. Je zult het idee ook moeten verkopen, er zal over onderhandeld en gecommuniceerd moeten worden en misschien zal je om het voor elkaar te krijgen mazen moeten vinden in gortdroge regelgeving. Dat moet je maar willen en kunnen. Kortom, je kunt het idee hebben om een groentetuin op te zetten, maar om het te realiseren heb je een goed samenwerkend interdisciplinair team nodig. De ontwikkeling van interdisciplinair werken in bottom-up-netwerken wordt versterkt door de toename van het aantal betrokken zzp'ers. Zoals eerder aangegeven willen veel zzp'ers iets voor de buurt betekenen en zien ze daarin ook een kans om te netwerken en mogelijk ook extra inkomsten te genereren. De vele zzp'ers brengen het interdisciplinaire werken uit hun professionele praktijk als vanzelfsprekend in hun werk voor de buurt in. Rollen gaan ook door elkaar lopen. Zo vertelde Juan-Carlos Goilo, die bij de gemeente werkt over hoe hij bij het buurtnetwerk Tugela85 niet alleen praktisch meehelpt, maar ook de rol van de verbinder naar de instituties vervult. Hij gaf aan dat dit soort dubbelrollen in lokale netwerken een bekend verschijnsel is.

15 Gemunt door Rei Inamoto, de Chief Creative Officer van AKQA op SXSW in maart 2012: 'To run an efficient team, you only need three people: a Hipster, a Hacker, and a Hustler. When I look at the better teams I've been a part of, this has absolutely proven to be true.'

Peter Bogaards refereerde aan het verschil tussen multidisciplinaire en interdisciplinaire teams. Bij multidisciplinaire teams gaat het om meerdere disciplines die samenwerken. Bij interdisciplinaire teams gaat de samenwerking een stap verder omdat in zo'n team mensen ook van rol kunnen verwisselen. Er mogen kritische vragen over elkaars discipline worden gesteld: 'Jij bent de tekstschrijver, maar je zou het toch ook zo kunnen uitleggen?' De verschillende disciplines zijn dan geen eilandjes waar mensen zich als het moeilijk wordt op terugtrekken. Dit is een valkuil waar iedereen die in teams heeft gewerkt wel eens in zal zijn gestapt. De kern is dat iedereen binnen het team elkaar in hoge mate vertrouwt. Het belang van dit inzicht werd recent onderstreept door de uitkomst van een onderzoek van Google naar team-succes.¹⁶ In dit onderzoek sprong 'psychologische veiligheid binnen het team' eruit als belangrijkste voorwaarde voor succes.

MULTISTAKEHOLDER-TEAMS

De bottom-up-mentaliteit komt je, als eerder aangegeven, niet alleen tegen bij burgers of ondernemers. Ook mensen binnen welzijnsorganisaties, de overheid of bijvoorbeeld onderzoeksinstituten kunnen tegen de grenzen van formele processen aanlopen als ze in hun ogen belangrijke zaken voor elkaar proberen te krijgen. Als mensen vanuit verschillende belangengroepen (stakeholders) elkaar in een gedeelde interesse vinden kunnen twee effecten optreden. Een effect kan zijn dat de complexiteit toeneemt, omdat mensen zich dan niet alleen op het gezamenlijke doel kunnen richten maar ook hun achterbannen te managen hebben. Zulke complexiteit kan de effectiviteit van het netwerk verminderen. Een ander, tegengesteld, effect kan zijn dat men erin slaagt de verschillende

16 'In the best teams, members listen to one another and show sensitivity to feelings and needs.' Uit het onderzoek *What Google Learned From Its Quest to Build the Perfect Team*, door Charles Duhigg, februari 2016.

achterbannen te overtuigen flexibel te zijn. Dan kan de impact van een netwerk snel toenemen. Een welzijnsorganisatie kan vergaderruimte beschikbaar stellen, onderzoekers kunnen kennis en stagiaires leveren en de gemeente kan besluiten van een gebied een regelarme zone te maken. Frank van Erkel en Liane Pielanen – beide gewezen stadsdeelsecretarissen in Amsterdam-Oost – onderstreepten het belang van lokale multistakeholder-samenwerking. Het relatief grote aantal actieve bottom-up-netwerken in Amsterdam-Oost is volgens hen te verklaren door de lange historie van samenwerking tussen ambtenaren, welzijnsorganisaties en lokaal burgerinitiatief, en het begrip en vertrouwen dat daardoor tussen deze partijen heeft kunnen groeien.

Ontwikkelingsstadia

Voorafgaand aan de interviews had ik de hoop dat de experts mij definities van de typische ontwikkelingsstadia van de netwerken zouden kunnen geven. Voor mensen die binnen een netwerk actief zijn zou het immers nuttig kunnen zijn te herkennen in welk stadium zij zich bevinden. Ze zouden vervolgens de knowhow die andere netwerken – met vallen en opstaan – hebben opgedaan over de stap naar een volgend stadium kunnen gebruiken. Helaas kende geen van de geïnterviewden een dergelijke beschrijving van ontwikkelingsstadia. Er kwamen wel veel anekdotes over stadia, groeispelingen en ook debacles naar boven. Uiteindelijk heb ik die naast elkaar gelegd en op basis daarvan acht typische ontwikkelingsstadia gedefinieerd. Voorgaand aan die schets benadruk ik dat de werkelijkheid – zoals vaker – grilliger is dan een schema suggereert. Niet zelden herhalen bepaalde fasen zich, worden fasen overgeslagen of vallen initiatieven stil om ogenschijnlijk triviale redenen: iemand verhuist of raakt verveeld, het potje geld is leeg, de bomen waarvoor men wilde strijden blijken door de gemeente in het holst van de nacht gekapt te zijn. Wat allemaal prachtig, hoopvol en met een professionele intentie begon kan in de woorden van Marleen Stikker ‘door een ordinaire ruzie binnen één dag compleet worden afgebroken.’ Bottom-up-netwerken zijn kwetsbaar en de beweging als totaal is dat ook. Egbert Fransen benadrukte dit en vroeg zich af wat er over een jaar of tien over zal zijn van wat velen nu als ‘belangrijke beweging’ kenschetsen. Meerdere geïnterviewden brachten dit punt ter sprake. De toekomst is onvoorspelbaar en het is sowieso niet passend en ook niet verstandig de bottom-up-beweging als panacee voor maatschappelijke en democratische vernieuwing te beschouwen. Ondertussen zien we wel mooie voorbeelden van initiatieven die gedurende vele jaren doorgroeien tot een hoogontwikkeld, groot en sterk netwerk. Denk maar aan de eerder aangehaalde voorbeelden Geefomdejaneef en HalloJburg, maar ook aan iLoveNoord: een cultureel bottom-up-initiatief dat in zes jaar is uitgegroeid tot een on- en offline netwerk met meer dan

veertigduizend online bezoekers per maand. Het is tenslotte belangrijk te benadrukken dat netwerken niet per se als doel hebben zich telkens verder te ontwikkelen. Misschien is het na die ene buurtbarbecue gewoon leuk geweest en richt de aandacht zich daarna – op een natuurlijke en positieve manier – op een ander netwerk rond het onderwerp samen sporten. Hierin staat ook het verbinden van buurtgenoten centraal en uiteindelijk is dit netwerk misschien zelfs succesvoller dan de barbecue. Als het achterliggende doel op die manier wordt gerealiseerd zullen de eerste initiatiefnemers daar waarschijnlijk alleen maar blij mee zijn.

FASE 1: HET NETWERK SLAAPT

Ik schreef eerder dat in gebieden bepaalde onderwerpen zijn ingebakken. Denk bij een mooi oud stadscentrum bijvoorbeeld aan het onderwerp toerisme. Als er rond toerisme niets aan de hand is slaapt het onderwerp als het ware. Als het toerisme voor de bewoners en lokale ondernemers te veel toe- of afneemt kan het onderwerp ontwaken. Dan kan er opeens netwerkactiviteit ontstaan. Ook een heel kleine activiteit kan latent aanwezig zijn: de flatbewoner weet dat die aardige bejaarde op de galerij wel eens eenzaam zou kunnen zijn, maar er is nog geen aanleiding geweest om in actie te komen. De activiteit wacht op een aanleiding, een zetje.

FASE 2: DE EERSTE SAMENKOMST

Zolang iemand met een idee rondloopt, maar daar nog niets mee doet, is er nog geen sprake van netwerkactiviteit. Die ontstaat bij de kleinste eenheid van verbinding: als (minimaal) twee personen elkaar ontmoeten, bijvoorbeeld op een schoolplein of in een café, en daar besluiten dat de kwestie die speelt in de buurt nu toch echt om actie vraagt. De potentiële pioniers vinden elkaar in het inzicht dat er iets moet gebeuren. Misschien ontstaat er al een idee over hoe ze het aan kunnen pakken. Ze vragen zich af of de ideeën levensvatbaar zijn en of het ze gaat lukken mensen te mobiliseren.

FASE 3: EEN GROEPJE MET EEN VERHAAL

Na de eerste ontmoeting realiseren initiatiefnemers zich vaak dat ze een wat groter clubje nodig hebben om iets meer dan een deuk in een pakje boter te kunnen slaan. Samen met wat kandidaat-volgers werken ze het concept van hun verhaal uit. Wat is het probleem of de kans? Waarom is het belangrijk om daar nu mee aan de slag te gaan? Wat is het actieplan en hoe kunnen mensen meedoen? De antwoorden op deze vragen vormen het verhaal dat als leidraad gaat dienen voor de activiteiten van een doorgaans bescheiden kerngroep. Het verhaal is doorgaans net zo bescheiden van omvang als de groep samenstellers ervan: een A4'tje, een manifest op een Facebook-pagina, misschien een filmpje. Het verhaal wint aan kracht als iedereen in het groepje het op zijn of haar eigen manier kan vertellen, waarbij de kern van het verhaal overeind blijft staan. En natuurlijk is er altijd wel iemand – vaak een van de initiatiefnemers – die uiteindelijk het verhaal het best over de Bühne kan brengen.

FASE 4: CREATIEVE NETWERKACTIVITEIT

De kerngroep met het verhaal – waaraan in de regel een actieplan is gekoppeld – gaat aan de slag. Zij zijn het er immers over eens: we willen niet vergaderen, we willen vooral iets doen. Hoe uiteenlopend het doel en de activiteiten ook zijn, het patroon is dat de activiteiten om iets concreets te realiseren bijna altijd samengaan met communicatie met mensen buiten het netwerk. Als er in de buurt een markt wordt opgebouwd zal er bijvoorbeeld met passanten worden gesproken. Mensen die door het verhaal zijn aangestoken slaan een brug naar een ander netwerk. Een groepje dat groente verbouwt dat op die markt verkocht kan worden bijvoorbeeld. Mensen leren elkaar stap voor stap kennen, waarderen en respecteren. Communicatie is de rode draad door de activiteiten. Elkaar vinden is immers elkaar op de hoogte houden. Als de communicatie stokt of als berichten alleen een beperkte groep bereiken, kan de energie zo uit het initiatief wegebden.

FASE 5: SUCCES VIEREN

In successen van bottom-up-activiteit komen verschillende ingrediënten samen. Natuurlijk is er het concrete doel waarmee het ooit begon: de buurtmarkt, de herinrichting van het parkje of de zonnepanelen op het grote platte dak van de school. Maar het succes wordt misschien wel evenveel bepaald door de mate waarin mensen meedoen. Als er een grote opkomst is, als veel mensen 'worden aangeraakt' door het verhaal, als ze zich vrijmaken op een zaterdagmiddag of als ze online een bericht plaatsen, dan vinden ze een initiatief blijkbaar de moeite waard. Zodra allerlei mensen en netwerken betrokken en geïnspireerd raken ontstaan vervolgens weer nieuwe initiatieven. Dus het realiseren van het doel, de mate waarin mensen meedoen en wat bedrijven spins-offs zouden noemen, zijn allemaal successen om te vieren. Veel netwerken begrijpen dat weinig investeringen zo goed renderen als een feestje op zijn tijd. Het is ook vaak een mogelijkheid om te lobbyen met gezagsdragers, die graag langskomen om het succes een beetje op zichzelf af te laten stralen. Wat je noemt een win-win.

FASE 6: WORSTELINGEN

In veel verhalen over lokale netwerken komen fasen van worsteling voor. Wat begint als een mooi ideaal waar mensen hun ziel en zaligheid in stoppen, komt in de weerbarstige praktijk op een gegeven moment onder druk te staan. Tegenover alle goede energie staan systeemregels, andere belangen en niet te vergeten gebrek aan knowhow bij de mensen zelf. Juist omdat mensen vaak met veel passie in de netwerkactiviteit stappen kunnen teleurstellingen ook in grote heftigheid aan de oppervlakte komen. Veel netwerkactiviteit stopt bij een crisis, maar er zijn ook netwerken die een crisis als kans benutten. Ze formeren zich opnieuw en kiezen voor een nieuwe strategie; ze schakelen naar een volgend ontwikkelingsstadium.

FASE 7: PROFESSIONALISEREN

Als een netwerk na een crisis besluit met hernieuwde energie door te gaan wordt

er vaker een groter belang aan impact gehecht. Mensen zijn zich bewuster van de hoeveelheid energie die ze met elkaar in de netwerkactiviteit moeten stoppen en willen daarom ook substantiële resultaten gaan zien. Men besluit dan vaak het netwerk professioneler te organiseren. In de interviews waren verschillende lijnen te herkennen waarlangs die professionalisering plaatsvindt. Om te beginnen kan een netwerk zich bewust worden van een hiaat in de eigen knowhow en daar versterking voor regelen. Misschien moet het kernteam bijvoorbeeld worden uitgebreid met iemand die veel ervaring heeft met het managen van interdisciplinaire teams en projecten. Een netwerk kan ook geremd worden door de regels en processen van de overheid. Dan kan het kernteam ervoor kiezen de overheid meer als partner te gaan zien en een case van haar eigen legitimiteit te maken. Zo kan er ruimte ontstaan voor samenwerking en misschien zelfs gecontroleerde experimenten, waarbinnen regels en processen gezamenlijk ter discussie worden gesteld en vernieuwd. Een kernteam kan zich ook gaan realiseren dat een gebrek aan financiële armslag het netwerk klein houdt. Dan kan men op zoek gaan naar lokale ondernemers voor sponsoring of naar meer integrale oplossingen zoals de oprichting van een coöperatie. Soms heeft een gebrek aan continuïteit bij een netwerk gewoon te maken met het ontbreken van een goed beschikbare plek van samenkomst. In het onderdeel over gedeelde interesses heb ik al aangegeven hoe belangrijk deze third places zijn. Men kan dan het vinden of creëren van zo'n plek tot eerste prioriteit maken. Tenslotte kan professionalisering plaatsvinden langs de lijn van communicatiekanalen. Netwerken kunnen zich in de kijker spelen bij gevestigde media, om zo een groter publiek te bereiken. Ze kunnen er ook voor kiezen de eigen communicatiekanalen te professionaliseren. Dan gaat het al snel over het nadrukkelijker inzetten van online platformen – daarover straks meer. Professionaliseren vindt in de praktijk vaak plaats over meerdere van de

hierboven geschetste schijven. Kenmerkend voor deze fase is dat de gedeelde interesse die de netwerkvorming heeft veroorzaakt, noch de schaalgrootte van het netwerk, wezenlijk is veranderd. Het netwerk gaat vooral 'beter bewapend' de gezamenlijke uitdaging aan.

FASE 8: OPSCHALEN

Bij substantieel succes kan er bij een netwerk een natuurlijke behoefte ontstaan om op te schalen. Tegelijkertijd wil men de focus op de concrete buurtzaken en de menselijke maat vaak vasthouden en niet in de val stappen van organisatorische gelaagdheid en bureaucratie. Opschalen betekent daarom meestal het ontstaan van translokale netwerkactiviteit: pioniers van lokale netwerkactiviteit zetten overkoepelende netwerken op, om ervaringen te delen en zaken collectief te regelen. Deze ontwikkeling vindt bijvoorbeeld plaats in de wereld van de energiecoöperaties. Het aantal relatief kleine en lokaal georiënteerde energiecoöperaties groeit snel. In Friesland zijn zo'n negentig van hen gaan samenwerken in de koepelorganisatie *Ús Koöperaasje*¹⁷, die namens de leden met één energieleverancier afspraken maakt. In de stedelijke netwerken in Amsterdam zie je vergelijkbare ontwikkelingen. Lokale Lente¹⁸ is als community van Amsterdamse wijkondernemers een mooi voorbeeld van zo'n netwerk van netwerken. Ik heb me in mijn onderzoek op de lokale netwerken gericht, maar alleen al de levendigheid van de vele uiteenlopende programma's en bijeenkomsten in Pakhuis de Zwijger (zelf

¹⁷ Op de website van *Ús Koöperaasje* (www.uskooperaasje.nl): *Wij zijn ontstaan uit een enthousiaste, ideologische maar realistische groep mensen die vonden dat de omgang met energie en de structuren zoals we die nu kennen (multinationals, geen zeggenschap en discutabele opwekking van energie) niet meer van deze tijd zijn.*

¹⁸ De initiatiefnemers van Lokale Lente, Ramon Schleijpen en Loes Leatemia, hebben in 2014 veel kennis gedeeld in het boek *Pioniers in de stad. Wijkondernemers delen kennis en praktijk.*

een netwerk van netwerken rond creativiteit en maatschappelijke innovatie) laat zien dat er in de stad sprake is van een veelheid aan 'netwerken van bottom-up-netwerken.'

IN ALLE FASEN: GEBREK AAN INFORMATIE EN KNOWHOW

Een rode draad die door al deze fasen loopt, is wat je een primitieve informatiehuishouding zou kunnen noemen. Het proces van samenwerking en doelen realiseren komt vaak over als één grote improvisatie. Succes lijkt overwegend te worden bepaald door de min of meer toevallig beschikbare kennis en expertise in de hoofden van betrokkenen en hun Google-vaardigheden. Er bestaat ook een grote informatie-ongelijkheid tussen de bottom-up-netwerken en de lokaal actieve bestuurders en ambtenaren. De laatste groep beschikt over veel meer kennis dan de mensen in de buurt, maar deze is nog overwegend verpakt in ambtelijke taal. Bovenal zit het verstopt in de hoofden van professionals, in moeilijk leesbare rapporten en in IT-systemen waartoe burgers geen toegang hebben. Mensen in de bottom-up-netwerken zijn continu op zoek naar informatie over de situatie in de buurt (data, feiten, ervaringen, sentimenten, relevante regels en wetten) en naar knowhow over hoe je als netwerk samenwerkt (ideeën genereren, projecten uitvoeren, omgaan met moeilijke keuzes en problemen). Goede wil, positieve energie en talent blijken in hoge mate in de netwerken aanwezig te zijn. Michel Vogler vroeg zich tijdens het interview af wat er zou gebeuren als iedereen in de bottom-up-netwerken precies op het goede moment over precies de goede informatie en knowhow zou beschikken. Die vraag is wat mij betreft even prikkelend als belangrijk.

CONDITIE: DE CREATIEVE ENERGIE BLIJFT STROMEN

Na de interviews vroegen mensen me vaak wat ik heb geleerd over goede condities voor bottom-up-netwerkactiviteit. Mijn indruk is dat er maar één conditie bestaat:

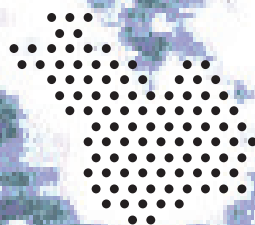
de netwerkactiviteit floreert in een systeem waarin verschillende elementen creatieve energie inbrengen die vervolgens vrij kan blijven stromen.

Dat klinkt vaag, maar de elementen zijn concreet: een vrije ruimte (de buurt door een bottom-up bril gezien), een reden (de gedeelde interesse), autonome creatieve mensen met energie (de pioniers, met in hun kielzog de volgers en lurkers) en effecten van inspanningen (veranderingen in de buurt). De energie stroomt in dit systeem niet lineair, van a naar b, maar vrij chaotisch en cyclisch.

Conclusies

De bottom-up-beweging is in de kern een chaotische verzameling netwerkactiviteit. Het meest kenmerkend voor de beweging zijn de mentaliteit en drijfveren van de pioniers die de netwerkactiviteit aanjagen. De netwerkactiviteit vindt plaats rond gedeelde interesses, die veelal hun oorsprong vinden in de lokale situatie, maar bovenal kwesties zijn die bepaalde pioniers op een gegeven moment belangrijk genoeg vinden om op te pakken. Een bruikbare classificatie van bottom-up-netwerken bestaat volgens de geïnterviewden niet. Telkens werd duidelijk dat het denken in vastomlijnde categorieën al snel botst met het in essentie organische karakter van de netwerken. 'Bottom-up-netwerken laten zich niet in hokjes vangen en dat moet je ook niet willen', hoorde ik vaak. Wel sluit de opbouw van stedelijke netwerken goed aan bij de 90-9-1-regel. In het hart van de netwerkactiviteit is daarnaast steeds nadrukkelijker interdisciplinaire en multistakeholder-teamvorming te herkennen. De geïnterviewden waren niet bekend met typische ontwikkelingsstadia van de bottom-up-netwerken. In hun anekdotes ben ik zelf wel een patroon van acht ontwikkelingsstadia gaan herkennen. Hierbij moet nadrukkelijk worden vermeld dat de werkelijke ontwikkeling van netwerken niet van nature netjes de acht geschetste fasen volgt. Een rode draad door deze fasen is een vrij primitieve informatiehuishouding. De netwerkactiviteit floreert als de energie die in de buurt wordt ingebracht vrij kan stromen. Concluderend lijkt de bottom-up-beweging vooral versterkt te kunnen worden via online platformen die netwerkgedrag ondersteunen, helpen de kennis en knowhow voor alle betrokkenen naar een hoger niveau te tillen en barrières te slechten. Daarnaast blijft na het uitwerken van de interviews bij mij vooral een warm gevoel achter, over de menselijke natuur met al haar goede wil, diversiteit, dynamiek en kwetsbaarheid.

C



C Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek)



Het onderzoeksdocument **Onze online platformen** bestaat uit zes modulaire hoofdstukken en een bijlage (a t/m g). Deze modules zijn zowel compleet als afzonderlijk beschikbaar via www.citizendatalab.org. Ruurd Priester, Citizen Data Lab, HvA, 2017

a. Over dit onderzoek (Manifest en inleiding)

Eind 2015 kreeg ik – na lang in het bedrijfsleven te hebben gewerkt – de kans onderzoek te gaan doen. Ik had vage zorgen en visies over de rol van de overheid in een wereld waarin online platformen steeds belangrijker worden. In dit hoofdstuk beschrijf ik waarom ik mij op lokale netwerken en online buurtplatformen ben gaan richten. Daarnaast komen de onderzoeksvragen en -aanpak, en de aard en doelgroep van dit document aan de orde.

b. Stedelijke bottom-up-netwerken (Verslag interviews)

Om een goed beeld te krijgen van de bottom-up-beweging in Amsterdam heb ik achttien uiteenlopende lokale experts geïnterviewd. Ik heb ze gevraagd wat de stedelijke bottom-up-beweging definieert, hoe zij is opgebouwd en hoe zij zich ontwikkelt. Het blijkt te gaan om een verzameling zeer heterogene en dynamische lokaal georiënteerde netwerken, vooral gedefinieerd door de lokale situatie en de mentaliteit van de pioniers.

c. Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek)

Met behulp van de onderzoeksmethode Digital Methods is door een team onderzoekers gedetailleerd in kaart gebracht welke online platformen in Amsterdam door de bottom-up beweging gebruikt worden. Hun inventarisatie geeft niet alleen een overzicht van negentig actieve platformen, maar bevat ook een analyse van functionaliteit en inhoud. Daarnaast is de historische ontwikkeling van de platformen in beeld gebracht.

d. Belang en betekenis van eigendom (Open brief/Essay)

Bij het ontwerp van online platformen denk je al snel aan vormgeving of gebruiksgemak; aan direct zichtbare kenmerken van de platformen. Dit hoofdstuk maakt aan de hand van een voorbeeld (Nextdoor) duidelijk dat ontwerpen niet alleen over de inhoud gaat, maar nog meer over processen en misschien bovenal over eigendom. De stelling van dit essay is dat het publieke belang is gediend bij platformen die van de gebruikers zelf zijn.

e. Online buurtplatformen als oplossing (Model en definitie)

In dit hoofdstuk presenteer ik een model voor de elementaire overeenkomsten en verschillen tussen online buurtplatformen en andere typen online platformen. Ik eindig met een definitie van online buurtplatformen. Mijn conclusie is dat online buurtplatformen een sleutelrol kunnen vervullen bij maatschappelijke en democratische vernieuwing.

f. Onze online platformen (Samenvatting en conclusies)

In dit hoofdstuk neem ik de lezer mee in wat ik de afgelopen twee jaar heb geleerd over online platformen in relatie tot maatschappelijke en democratische vernieuwing. Ik combineer daarbij eigen kwantitatief onderzoek en eigen ervaringen uit de praktijk van (online georganiseerde) bottom-up-netwerken in Amsterdam met een kritische analyse van het opereren van online platformen in het algemeen. Het hoofdstuk eindigt met adviezen, met name gericht aan lokale bestuurders.

g. Bijlage: Coöperatie Gebiedonline

HalloJBurg.nl is een bekend online buurtplatform in Amsterdam Oost. Vanaf 2016 is de techniek in een coöperatie ondergebracht en voor andere gebieden beschikbaar gemaakt. Eind 2016 maken zo'n twintig buurtnetwerken in Amersfoort, Amsterdam en Gouda hiervan gebruik. Alle netwerken hebben zich als lid bij de coöperatie aangesloten. Dit naslagwerk bevat informatie over allerlei kwesties die in dit proces aan de orde kwamen.

Inhoud

c. Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek)	63
Vooronderzoek	64
Prelude onderzoek	66
Digital methods onderzoek zomer/najaar 2015	68
1. Hoe zijn de online platformen verspreid over de stad?	69
2. Hoe beschrijven de netwerken wat ze ondersteunen?	75
3. Welke functionaliteit wordt ingezet en wat zegt dat over levendigheid?	81
4. Hoe levendig zijn de Facebookpagina's?	88
5. Hoe ontwikkelen de platformen zich over de tijd?	97
Conclusies	101

c. Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek)

Mensen die in stedelijke bottom-up-netwerken actief zijn gebruiken – net zoals de meeste mensen tegenwoordig – uiteenlopende online platformen. Denk aan Facebook, Pinterest en WhatsApp, maar ook platformen om (projectmatige) samenwerking te faciliteren, zoals Google Docs, Trello of Slack. Deze platformen zijn echter niet ontworpen om de lokale bottom-up-netwerken te versterken. Het zijn heel breed toepasbare oplossingen. Mijn interesse gaat uit naar online platformen die specifiek voor bottom-up-netwerken gemaakt zijn. Daarom ging ik op zoek naar een manier om juist die online platformen in Amsterdam te inventariseren en zo gedetailleerd mogelijk in kaart te brengen.

1
Gepromoveerd in 2016: S.
Niederer (2016). *Networked
Content Analysis: The case
of climate change*. PhD
Dissertation, Amsterdam:
University of Amsterdam.

Ik had het geluk dat mijn HvA-collega Sabine Niederer¹ tevens als onderzoeker aan het Digital Methods Initiative (DMI) van de Universiteit van Amsterdam verbonden bleek te zijn. Deze onderzoeksgroep ontwikkelt digitale methoden en tools die online content van platformen als Twitter, Facebook en van zoekmachines als Google hergebruiken voor onderzoek naar sociale en culturele kwesties. In mijn geval maken de digitale tools en methoden ontwikkeld door DMI het mogelijk online platformen die de stedelijke bottom-up-beweging gebruikt gedetailleerd in kaart te brengen, en op die manier een lens te creëren om de bottom-up-netwerken verder te bestuderen.

Vooronderzoek

Een belangrijk onderdeel van de inventarisatie was de *sprint*: een compacte onderzoeksperiode waarin we met een groep onderzoekers digitale tools en methoden hebben gebruikt om de online platformen in kaart te brengen. Het voorwerk voor een sprint is van groot belang voor het slagen ervan, en ik moest daarom helder krijgen wat ik precies in kaart wilde brengen. Hiervoor moest ik het begrip online platformen definiëren, en vervolgens een lijst maken van online platformen die aan deze definitie voldoen. Deze lijst werd het vertrekpunt voor het onderzoek.

Ik besloot me te richten op platformen, in de vorm van websites die zich specifiek richten op het ondersteunen van lokaal georiënteerde netwerkactiviteit.² Je zou ze online buurtplatformen kunnen noemen. Hierdoor vielen veel eerder genoemde platformen af die wel door de stedelijke netwerken kunnen worden gebruikt, maar er niet specifiek voor zijn ontworpen. Aan de inhoud van de aangeboden ondersteuning besloot ik geen voorwaarden te verbinden. Alle platformen die op een of andere manier bij de ondersteuning van de lokale netwerkactiviteit van nut zouden kunnen zijn (van het uitwisselen van informatie en communiceren tot en met samenwerking) zou ik in de inventarisatie betrekken. Ik besloot ook de gesloten platformen zoals WhatsApp-groepen voorlopig buiten beschouwing te laten.³

2

In de eerste publicaties sprak ik nog over Citizen Empowerment Tools. Dat zie ik nu als werktitel van het onderzoeksprogramma. Inmiddels ben ik de term online platform (voor stedelijke bottom-up-netwerken) gaan gebruiken.

3

Overzicht van de snelle toename van WhatsApp-groepen: <https://wabp.nl/gemeenten-en-wabp/>.

Toen ik via Google naar online buurtplatformen begon te zoeken kwamen er teleurstellend weinig resultaten naar boven. Navragen bij bekenden en mensen die actief zijn in bestaande lokale netwerken leverde veel meer op. Ook hier speelden de bijeenkomsten bij Pakhuis de Zwijger een grote rol. Door beheerders van online platformen voor lokale netwerken te vragen naar andere platformen groeide de lijst snel. Bij veel online platformen twijfelde ik echter of de bottom-up-beweging wel de eigenaar was. Veel platformen waren misschien wel voor lokale gemeenschappen bedoeld, maar bleken uiteindelijk ontwikkeld te zijn door lokale overheden, welzijnsorganisaties of woningcorporaties.

Om het begrip bottom-up recht te doen focuste ik vanaf dat moment op online platformen *van, voor en door* de bottom-up-netwerken. Overwegend maakte dit de keuze snel duidelijk, alhoewel er rond eigendom een grijs gebied bleef bestaan. Ik selecteerde uiteindelijk de platformen die duidelijk het informele bottom-up-netwerk (en dus niet een bestaande formele organisatie) als initiatiefnemer en eigenaar presenteerden en accepteerde dat sommige netwerken hun bestaansrecht wellicht (deels) aan subsidies ontleenden. Al zoekend, definiërend en selecterend had ik eind 2014 de namen en webadressen van veertig online platformen in Amsterdam verzameld. Het belangrijkste voorwerk voor de *sprint* had ik hiermee afgerond.

Prelude onderzoek

4

Actor-language is een begrip uit het werk van Bruno Latour (Reassembling the Social, 2005). Latour stelt vrij vertaald dat het bestuderen van de taal van actoren het risico van te snel generaliseren beperkt.

Op basis van de opgestelde lijst werd in het eerste onderzoek, die we de Prelude zijn gaan noemen, door een team Digital Methods onderzoekers de volgende data verzameld: een beschrijving van het platform, het jaar van oprichting, de doelgroepen, het aantal gebruikers, de functionaliteit op het platform, links naar sociale media, de geolocatie (de buurt of buurten), de taal, en de vorm van participatie. Bij het inventariseren en analyseren van de data stond, zoals bij Digital Methods gebruikelijk, de *actor-language*⁴ centraal – de taal van de auteurs en de gebruikers van het platform.

Het onderzoek bracht aan het licht dat in vrijwel alle stadsdelen door de bottom-up-beweging online platformen worden ingezet. Zestien van de veertig onderzochte platformen bleken zich op heel Amsterdam te richten. In de historische tijdslijn van het ontstaan van de platformen was te zien dat het aantal platformen vanaf 2010 snel begon toe te nemen. De meeste platformen gaven middels *informer*en, *helpen en hulp vragen*, en het *verbinden van buurtgenoten* invulling aan participatie. Andere veelvoorkomende vormen waren *crowdfunding* en *donaties*. Een opkomende vorm van participatie was *delen*. De meest voorkomende doelgroep was de *buurtbewoner*, maar *ondernemers* en *leden* werden ook vaak genoemd.

5
Citizen Empowerment Tools,
Sabine Niederer en Ruurd
Priester, Citizen Data Lab,
oktober 2014.

6
Smart Citizens: Exploring the
Tools of the Urban Bottom-
Up Movement, Sabine
Niederer and Ruurd Priester,
*Journal Computer Supported
Cooperative Work*, Volume 25
Issue 2-3, June 2016, Pages
137-152.

7
Overzicht van de
Amsterdamse online
buurtplatformen op Google
Maps: <http://bit.ly/2px8nlf>.

Het onderzoek nam slechts enkele weken in beslag en resulteerde in een schat aan informatie, die direct door het team werd verwerkt in overzichtelijke visualisaties, met name op kaarten, maar ook in een tijdlijn. We maakten er een boekje⁵ van en later ook een wetenschappelijke publicatie⁶. Het overzicht van de online platformen in Amsterdam zette ik op Google Maps⁷, zodat geïnteresseerden de groeiende verzameling konden volgen en eraan mee konden werken.

Digital Methods onderzoek zomer/ najaar 2015

8

Zie hoofdstuk b. Stedelijke
bottom-up-netwerken.

Na de Prelude bleef ik online platformen in Amsterdam verzamelen. Als reactie op de publicaties en bij de lezingen die ik daarover gaf werd ik telkens op nieuwe platformen geattendeerd, die ik vervolgens aan de inventarisatie op Google Maps toevoegde. Bij de start van het tweede Digital Methods-onderzoek stonden er negentig online platformen van Amsterdamse lokale netwerken op de kaart. Net als bij het vooronderzoek was het doel inzicht te krijgen in hoe ze invulling geven aan participatie, in de doelgroepen en in de ontwikkeling van de platformen over de tijd. Uit de inventarisatie bleek dat veel netwerken Facebook gebruiken, daarom hebben we dit platform ook in het onderzoek betrokken – met de aantekening dat het eigendom van Facebook bepaald niet lokaal verankerd is. In de interviews over de bottom-up-netwerken⁸ werd het woord *levendigheid* vaak genoemd als typering voor succesvolle netwerken. Daarom hebben we ook een poging gedaan de *levendigheid* op de platformen in kaart te brengen. Bij de antwoorden op de vragen hierna verwijs ik naar kaarten en schema's. Deze zijn in het Engels omdat ik ze met internationale onderzoekers wil delen.

1. Hoe zijn de online platformen verspreid over de stad?

9

Meer over gebiedsgericht werken staat in de bijlage: Coöperatie Gebiedonline (deel g).

In **kaart 1 (List of online platforms per district)**

zie je hoe de negentig geïdentificeerde online platformen verspreid zijn over de stadsdelen van Amsterdam. Eenenvoertig netwerken hebben een Facebookpagina. Wat vooral opvalt is het grote aantal platforms in stadsdeel Oost (30) en het kleine aantal in Zuidoost (1). Het is aannemelijk dat het grote aantal platformen in Oost te maken heeft met de lange en rijke traditie die er in dat stadsdeel op het gebied van buurtwerk bestaat. Westerpoort is overigens officieel een stadsdeel, maar is vooral een bedrijven- en industrieterrein, vandaar dat we Westerpoort in het onderzoek niet hebben meegenomen.

Omdat gebiedsgericht werken (waarover later meer⁹) in Amsterdam is toegesneden op tweeëntwintig gebieden hebben we een kaart gemaakt waar de platformen op die gebieden zijn geplot: **kaart 2 (Online platforms per area)**. In ieder gebied is een *gebiedsmakelaar* actief. Zij zijn vanuit de gemeente contactpersoon voor bewoners en ondernemers van een buurt. Het moet voor hen prettig zijn te zien dat in bijna alle gebieden netwerken met online platformen actief zijn (de uitzonderingen zijn Bijlmer Oost en Gaasperdam/Driemond). Via deze platformen hebben ze namelijk toegang tot betrokken bewoners en ondernemers.

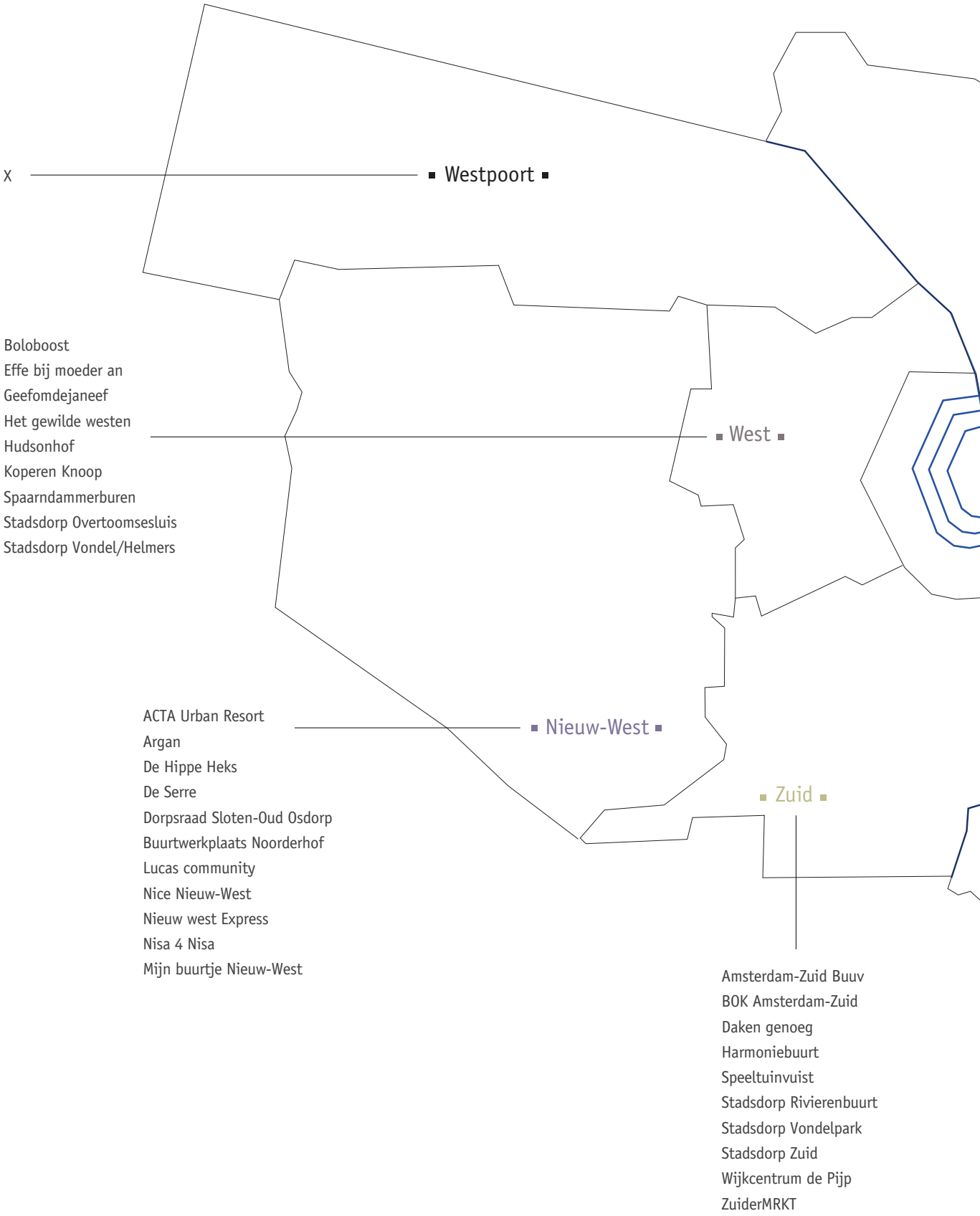
LIST OF ONLINE PLATFORMS PER DISTRICT

DISTRICTS

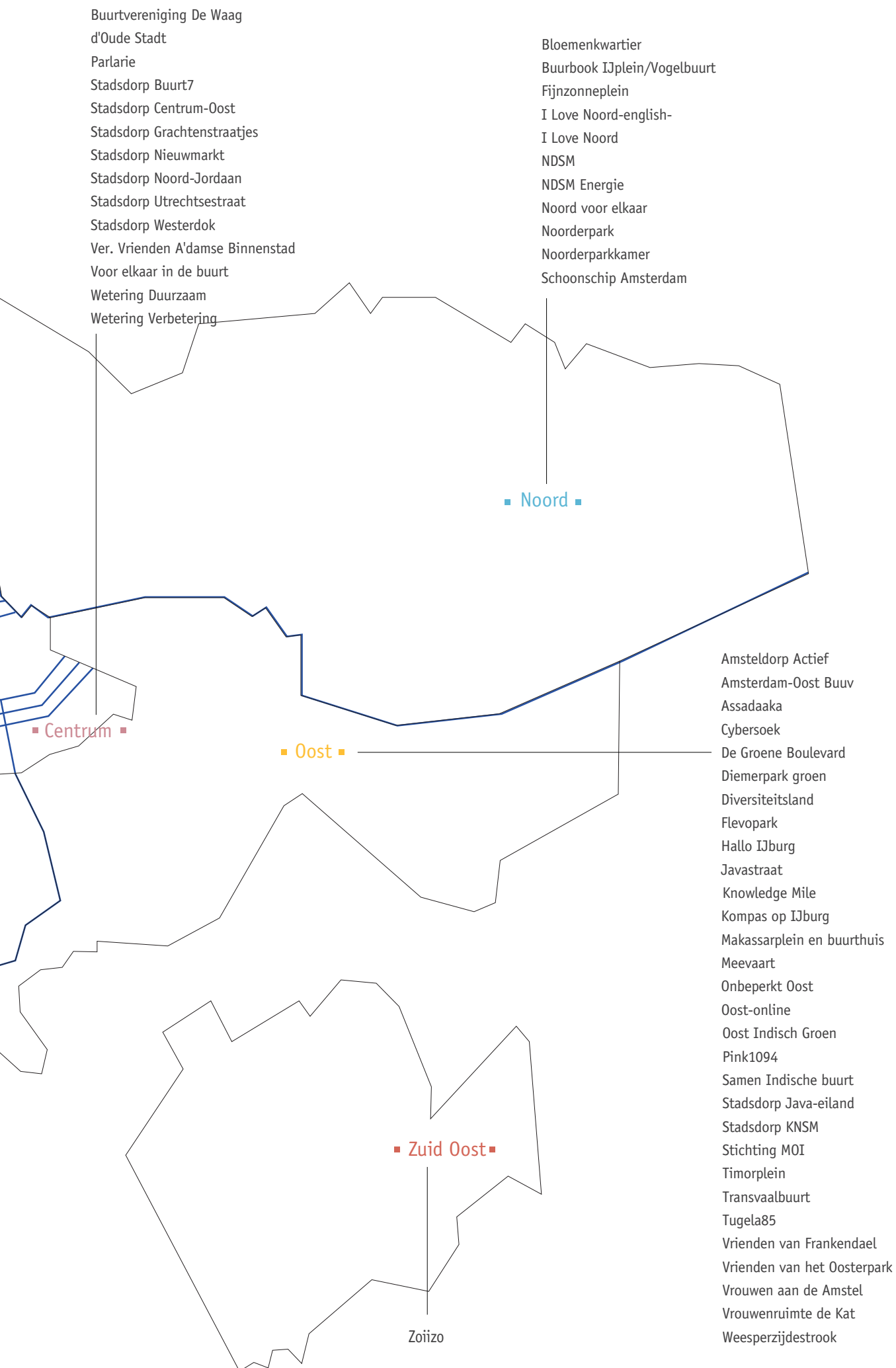
- Nieuw-West
- Oost
- Zuid
- West
- Centrum
- Noord
- Zuid-Oost

Name of the online platform

▪ Name of the district ▪



Onze online platformen



ONLINE PLATFORMS PER AREA

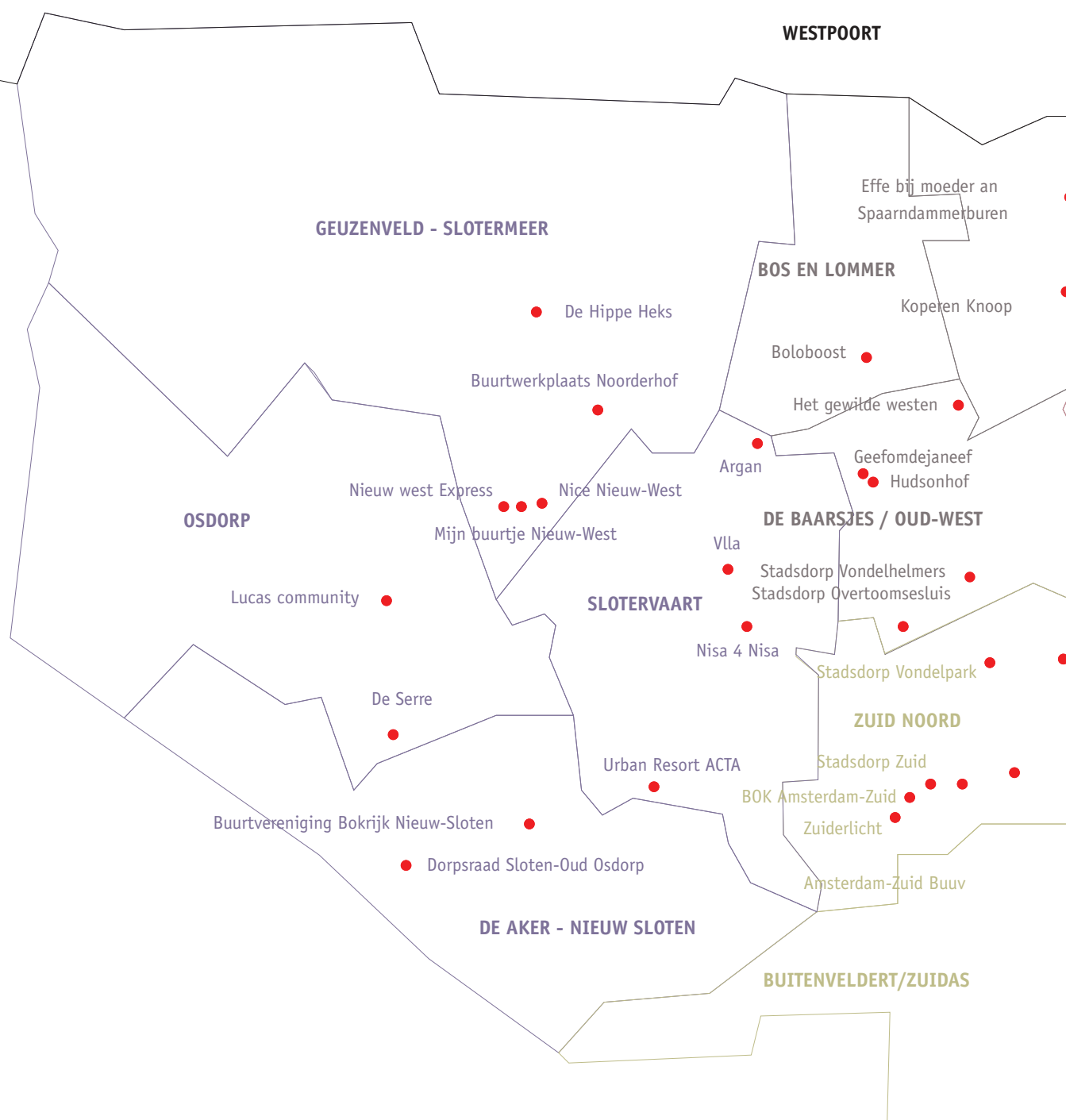
DISTRICTS

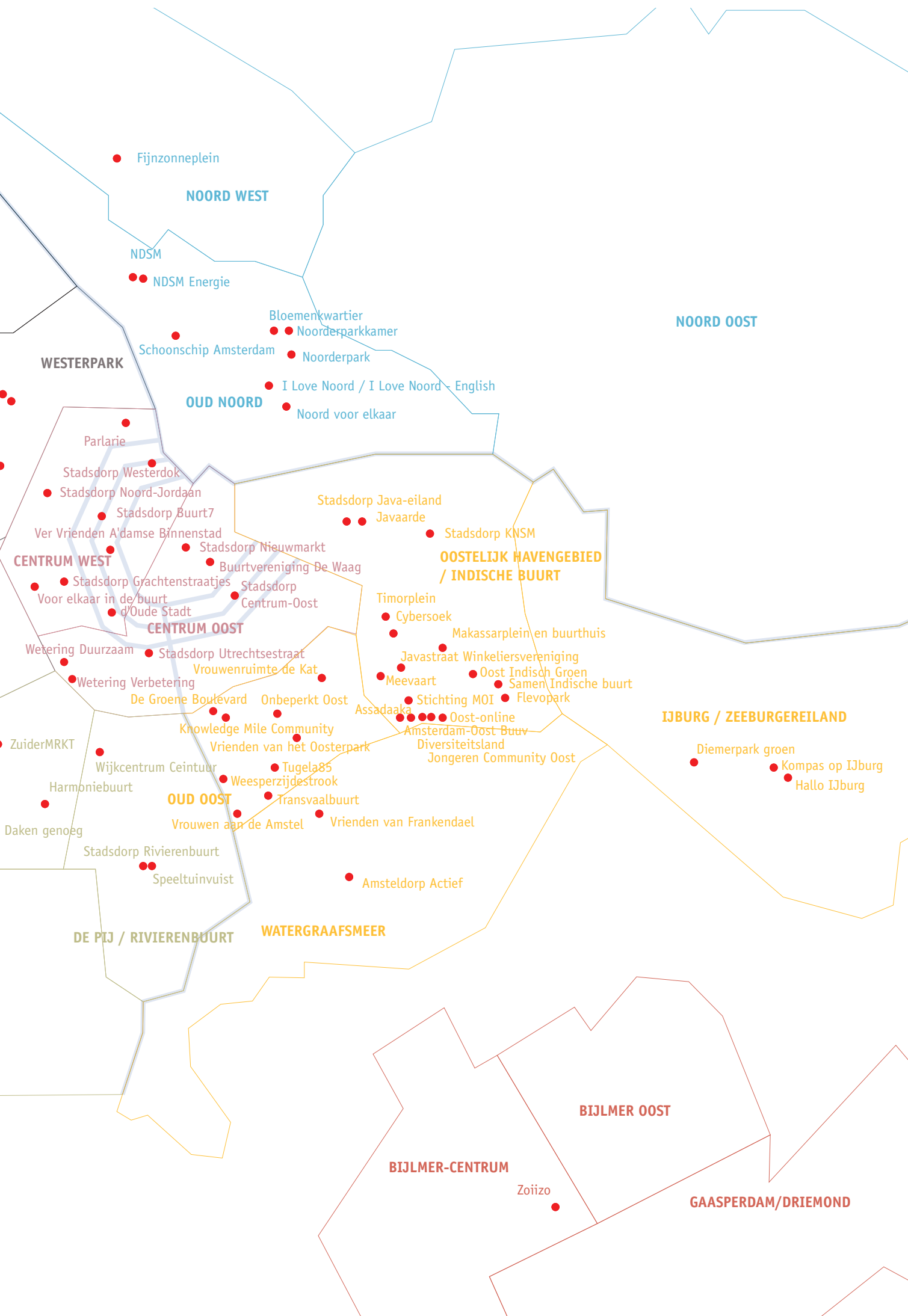


Name of the tool

NAME OF THE AREA

Onze online platformen





2. Hoe beschrijven de netwerken wat ze ondersteunen?

Op **kaart 3 (Types of participation and online platform network)** zie je welke woorden de netwerken op hun platformen gebruiken om te beschrijven wat ze ondersteunen. Hiervoor is vooral gekeken naar hoe ze zichzelf typeren op hun homepage en in de sectie waar ze hun netwerk en platform introduceren. *Buurtparticipatie* en *het verbinden van buurtgenoten* komen duidelijk het meest voor. Ook termen als *informereren*, *leefbaarheid vergroten*, *duurzaamheid* en *culturele agenda* komen vaak terug. De termen zijn in **kaart 4 (Types of participation map)** ook weer gekoppeld aan de stadsdelen. Hoe groter het woord afgebeeld staat, hoe vaker het voorkomt.

TYPES OF PARTICIPATION AND ONLINE PLATFORM NETWORK



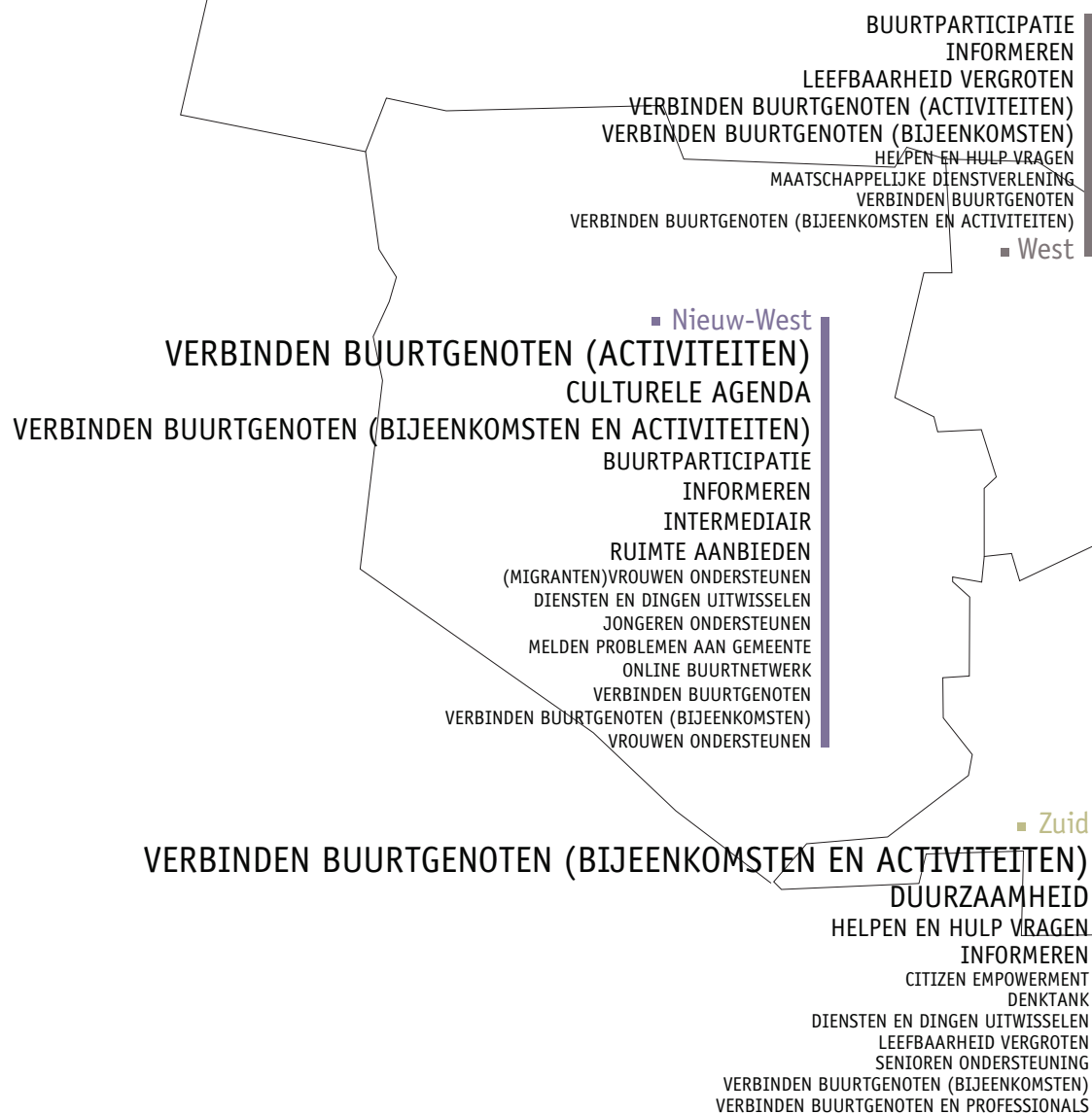
TYPES OF PARTICIPATION MAP

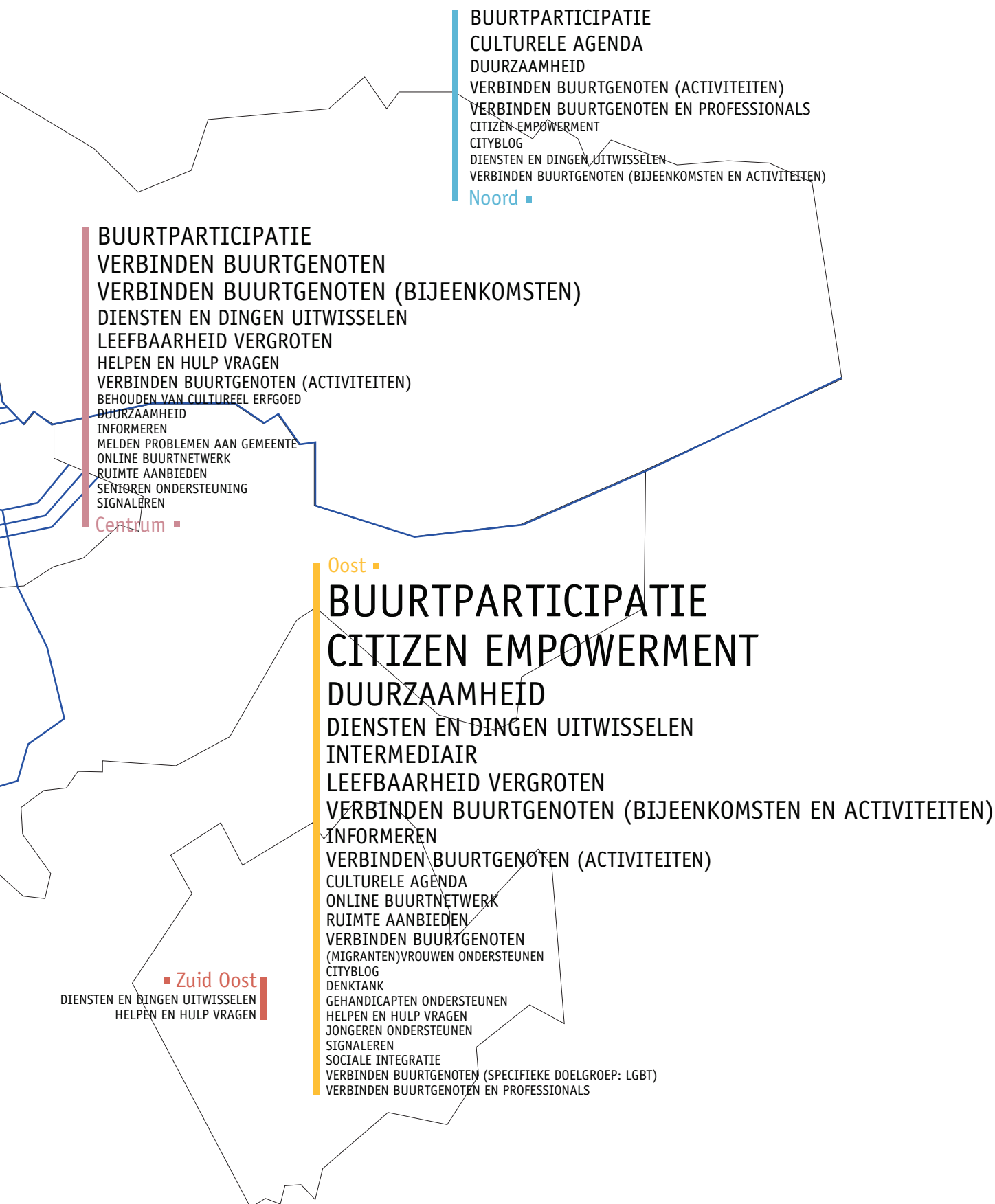
DISTRICTS



BUURTPARTICIPATIE
BUURTPARTICIPATIE

words' size indicate the number
of online platforms that claim
a specific type of participation





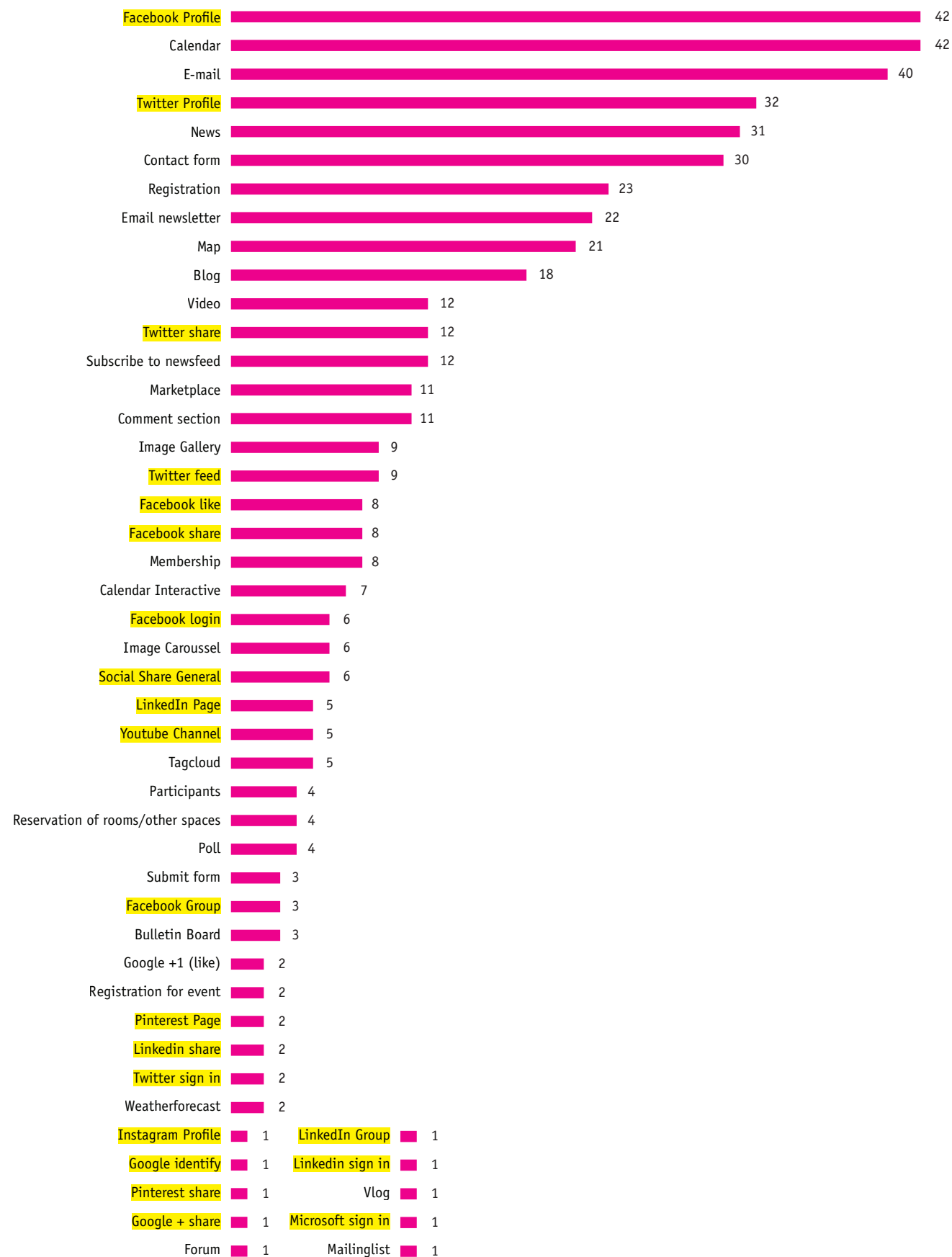
3. Welke functionaliteit wordt ingezet en wat zegt dat over levendigheid?

We hebben een inventarisatie gemaakt van de functionaliteiten die op alle online platformen en op Facebook worden aangeboden. We telden negenenveertig verschillende functionaliteiten. In **kaart 5 (Features ranking and glossary)** staan ze op een rijtje, geordend op basis van hoe vaak ze in de verschillende platformen worden gebruikt. Je ziet daar ook hoe we ze hebben gedefinieerd.

Om een beeld te krijgen van de levendigheid van de platformen (zowel de eigen platformen als Facebook) hebben we drie typen functionaliteit gedefinieerd: 1) one-to-many, 2) many-to-one en 3) many-to-many. **Zie kaart 6 (List of features per type of user interaction)** en **kaart 7 (Matrix of features and online platforms)**. Het idee was dat deze typen staan voor een toenemende mate van levendigheid. Bij one-to-many is er een beperkt aantal zenders en zijn de gebruikers vooral passieve lezers. Aan de andere kant van het spectrum, bij many-to-many, vindt ondersteuning van uiteenlopende peer-to-peer-activiteiten plaats. Dit deel van het onderzoek kan het beste als vingeroefening worden gezien. We hebben niet kunnen vaststellen of deze categorisering van functionaliteit echt iets zegt over de mate van levendigheid.

FEATURES RANKING AND GLOSSARY

Feature  Lenght = number of online platforms that use a particular feature



GENERAL	Add File	Let's you add or upload a file
	Add Photo's	Let's you add or uploads pictures
	Add Text	Let's you add text - post / comment / reply
	Add Video's	Let's you add or upload video's
	Blog	Shares information, options or ideas in the form of text on which people can comment
	Bulletin Board	Allows users to post visible information on the website
	Calendar	Shows what events are planned and when
	Calendar Interactive	Shows what events are planned and where + one can add events
	Chat	Makes it possible to directly speak with each other by sending messages
	Comment section	Allows user to comment on the content available
	Contact form	Allows user to make contact with the project directly through the website
	Crowdfunding	Helps to collect money
	Donate button	Makes it possible to donate money to the organization
	Downloads	Saves data to your system
	E-mail	E-mail button - contact
	Email newsletter	One can subscribe by which one receives a email newsletter
	Forum	Shares information, options or ideas in the form of text on which people can comment
	Image Caroussel	Allows images to revolve - automatic or manual
	Image Gallery	Shows an image gallery
	Issue reporting	Allows users to report issues on their neighborhoods
	Join button	Button where people can click on to get involved
	Language	Allows you to change the language of the tool
	Mailinglist	Allows user to enter a mailing list
	Map	Maps physical features, cities, roads, etc
	Marketplace	Allows citizens to offer, register or request services and activities for the neighbourhood
	Membership	Become a legal member of the group/association
	News	Shows the latest news items
	Participants	Lists the people who join the movement or project
	Poll	Records opinion or vote online and shows the results
	Registration	Leads to an area on the website that requires a login/ sign in
	Registration for event	Allows users to register their participation in an event
	Reservation of rooms/other spaces	Allows to rent/use community spaces such as rooms of neighbourhood centers
	Search	Allows you to search within the tool
	Submit form	Allows user to submit information on an activity, a news stor or on residents, using text and other media
	Subscribe to newsfeed	Lets you subscribe to a newsfeed
	Survey	Asks questions to the target audience to which one can answer
	Tagcloud	Indicates trending tags of topics, according to their size
	Video	Presents videos related to the project
	Vlog	Shows videologs of the project
	Weatherforecast	Shows the weather forecast in the region

SOCIAL ACCOUNT

Facebook Group	Links to the Facebook group of the project
Facebook Profile	Links to the Facebook profile or page of the project
Instagram Profile	Links to the Instagram profile of the project
LinkedIn Group	Links to the LinkedIn group of the project
LinkedIn Page	Links to the LinkedIn page of the project
Pinterest Page	Links to the Pinterest page of the project
Twitter Profile	Links to the Twitter profile of the project
Vimeo Page	Links to the Vimeo page of the project
Youtube Channel	Links to the YouTube channel of the project

SOCIAL FEED

Twitter feed	Shows the Twitter feed of a Twitter profile or a specific hashtag
--------------	---

SOCIAL LIKE

Facebook like	likes the content with your Facebook profile
Google +1 (like)	likes the content with your Google+ profile
StumbleUpon like	likes the content with your StumbleUpon profile

SOCIAL LOGIN

Facebook login	Allows users to log in the website using their Facebook account
Google identify	Allows users to log in the website using their Google account
LinkedIn sign in	Allows users to log in the website using their LinkedIn account
Microsoft sign in	Allows users to log in the website using their Microsoft account
Twitter sign in	Allows users to log in the website using their Twitter account

SOCIAL SHARE

AddToAny	Let's you share on any platform
Digg submit	submits on your Digg profile
Facebook share	share on your Facebook timeline
Flickr Share	share on your Flickr profile
Google + share	share on your Google+ profile
Linkedin share	share on your LinkedIn profile
Pinterest share	share on your Pinterest profile
Pocket save	save to your Pocket account
Reddit post	share on your Reddit profile
Social Share General	Let's you choose which platform you want to share among many
Tumblr post	share on your Tumblr profile
Twitter share	share on your Twitter profile

LIST OF FEATURES PER TYPE OF USER INTERACTION

thickness = number of tools where the feature appears  yellow streams represent social network features



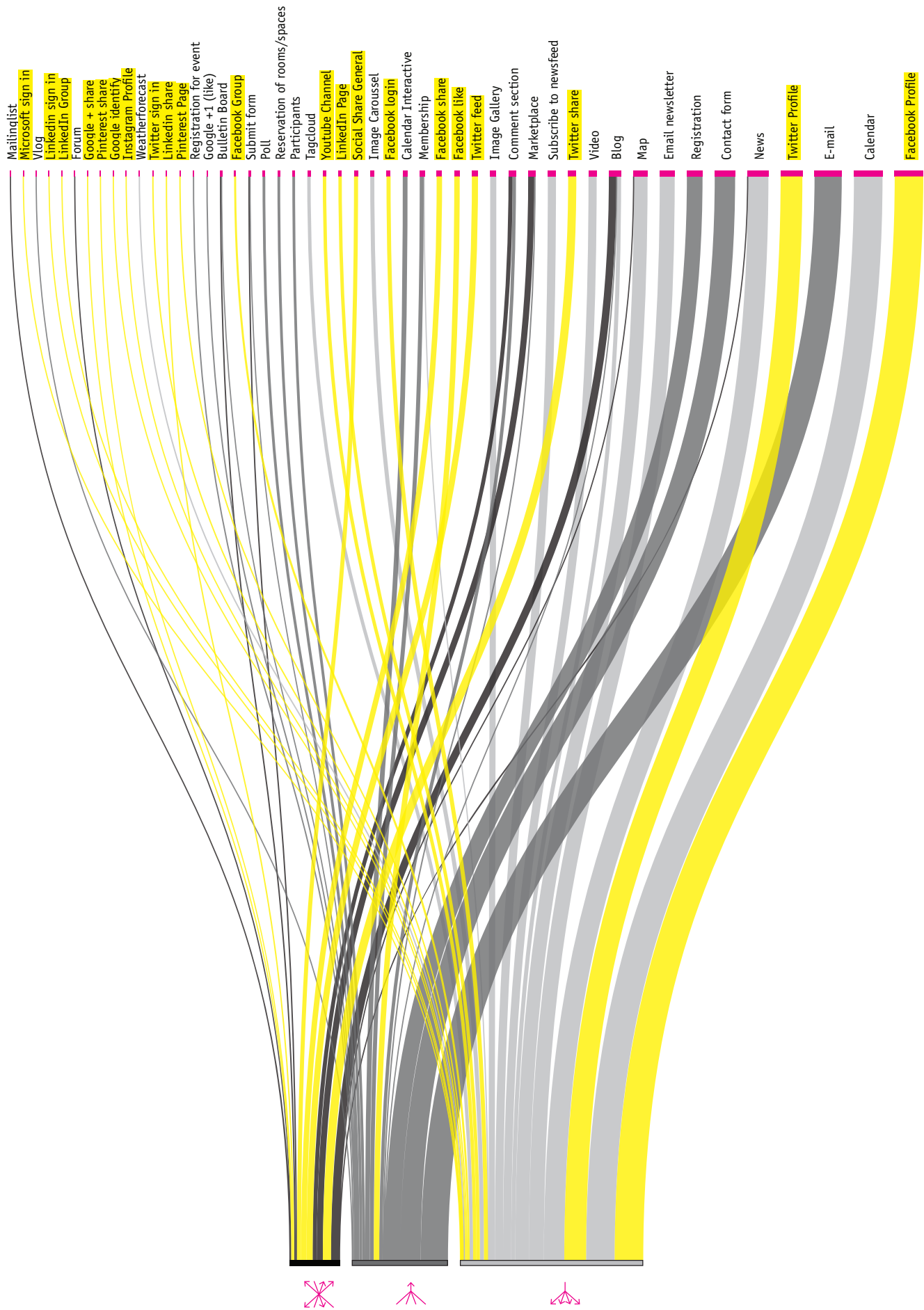
Features are defined as **many to many** when they allow different user to have some sort of online interactivity between them



Features are defined as **many to one** when they allow the user to create or interact with content inside the online tool



Features are defined as **one to Many** when they don't allow the user to perform any interaction with the online tool.



MATRIX OF FEATURES AND ONLINE PLATFORMS

The chart shows which features are embedded in which online platforms. The features are divided by their type of interaction with the user.

FEATURES INTERACTION TYPE ANALYSIS



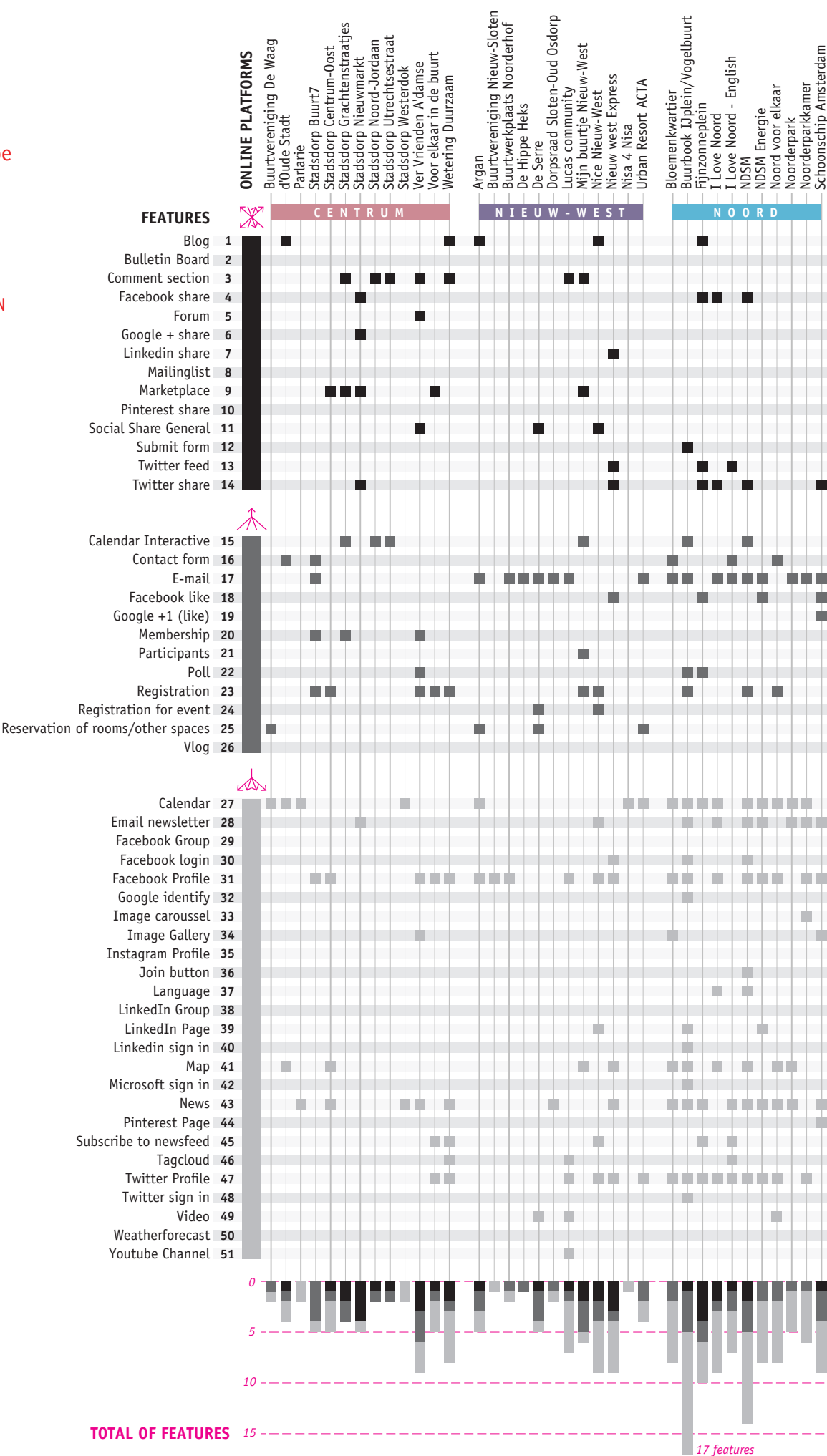
Features are defined as **many to many** when they allow different user to have some sort of online interactivity between them



Features are defined as **many to one** when they allow the user to create or interact with content inside the online tool



Features are defined as **one to Many** when they don't allow the user to perform any interaction with the online tool.





4. Hoe levendig zijn de Facebookpagina's?

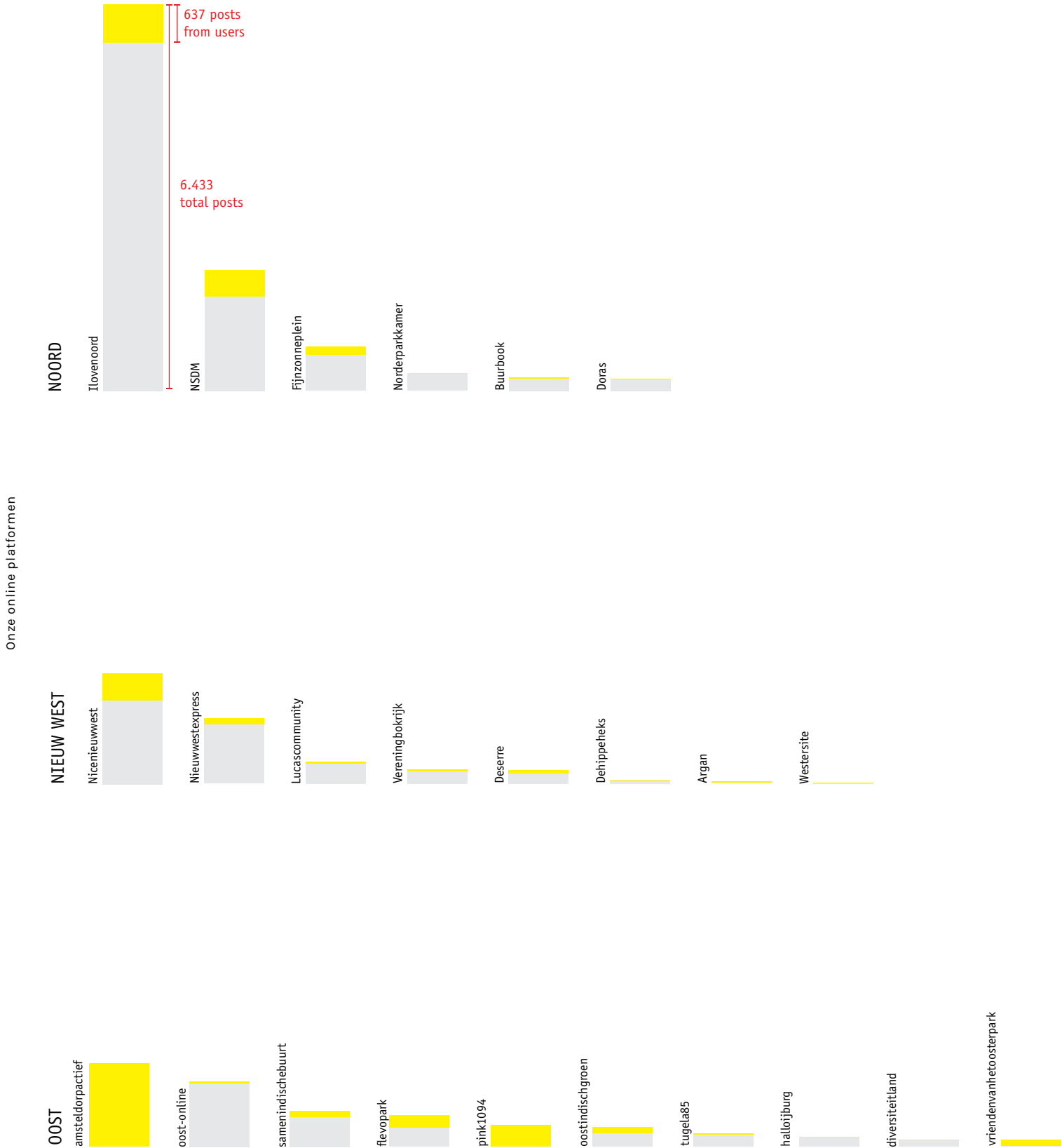
Om een beeld te krijgen van de levendigheid op Facebook is ten eerste gekeken naar wie de posts plaatst. Is dat een administrator of zijn dat de gebruikers? Op **kaart 8 (Facebook pages analysis)** zie je dat verreweg de meeste posts door de administrator geplaatst worden. Het netwerk Amsteldorp Actief in stadsdeel Oost is een uitzondering, daar zijn alle posts door gebruikers geplaatst. Het zou interessant zijn om te weten of de administrators de pioniers zijn (de één procent uit het model van Nielsen) of misschien communicatiespecialisten uit de kerngroep van volgers (de negen procent). Dat lijkt een logische gedachte.

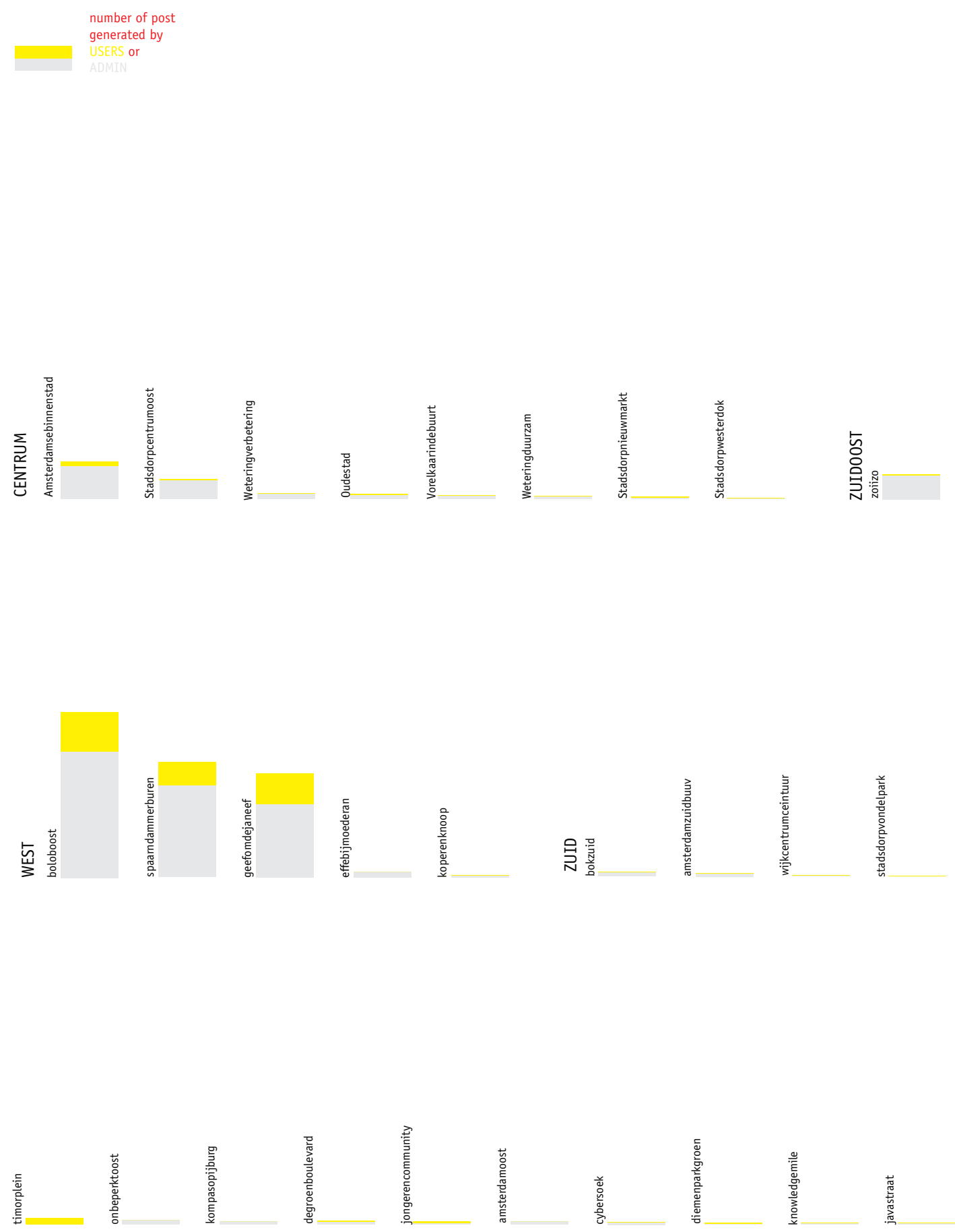
Ten tweede hebben we een indicatie ontwikkeld van de gemiddelde engagement van de Facebookpagina's van de netwerken. Zie **kaart 9 (Facebook pages analysis)**. Engagement hebben we gedefinieerd als de optelsom van alle comments, shares en likes van alle posts, gedeeld door het aantal posts op de pagina. De engagement stijgt dus naarmate posts gemiddeld meer bij de lezer losmaken. De hoge score op engagement bij het al eerder aangehaalde netwerk Geefomdejaneef in West heeft ongetwijfeld te maken met de heftige aanleiding van het netwerk: de moord op een winkelier. Daarnaast zal de kwaliteit van de post een belangrijke rol spelen.

Kaart 10 (Facebook pages analysis) zet niet alleen een veelheid aan informatie over de engagement van de content op Facebook op een rijtje, maar laat ook zien hoe de Facebookpagina's naar de eigen platformen verwijzen ('doorlinken'), en visa versa. Ten eerste over de engagement. De iconen laten zien wat voor contenttypen het meest 'engaging' waren op de betreffende Facebookpagina, met andere woorden: welke online bijdragen de meeste interactie op riepen. Plaatjes scoren het hoogst, dat is wel duidelijk. Ook statusupdates doen het goed. Ik had verwacht, of misschien gehoopt, dat aankondigingen van bijeenkomsten het ook goed zouden doen, maar die komt maar één keer terug in het overzicht. Dan over de links tussen Facebook en de eigen platformen. Hier valt op dat er op veel eigen platformen, achttien van de eenenveertig – bijna de helft –, niet naar de Facebookpagina van hetzelfde netwerk wordt verwezen.

FACEBOOK PAGES ANALYSIS

number of posts
per page

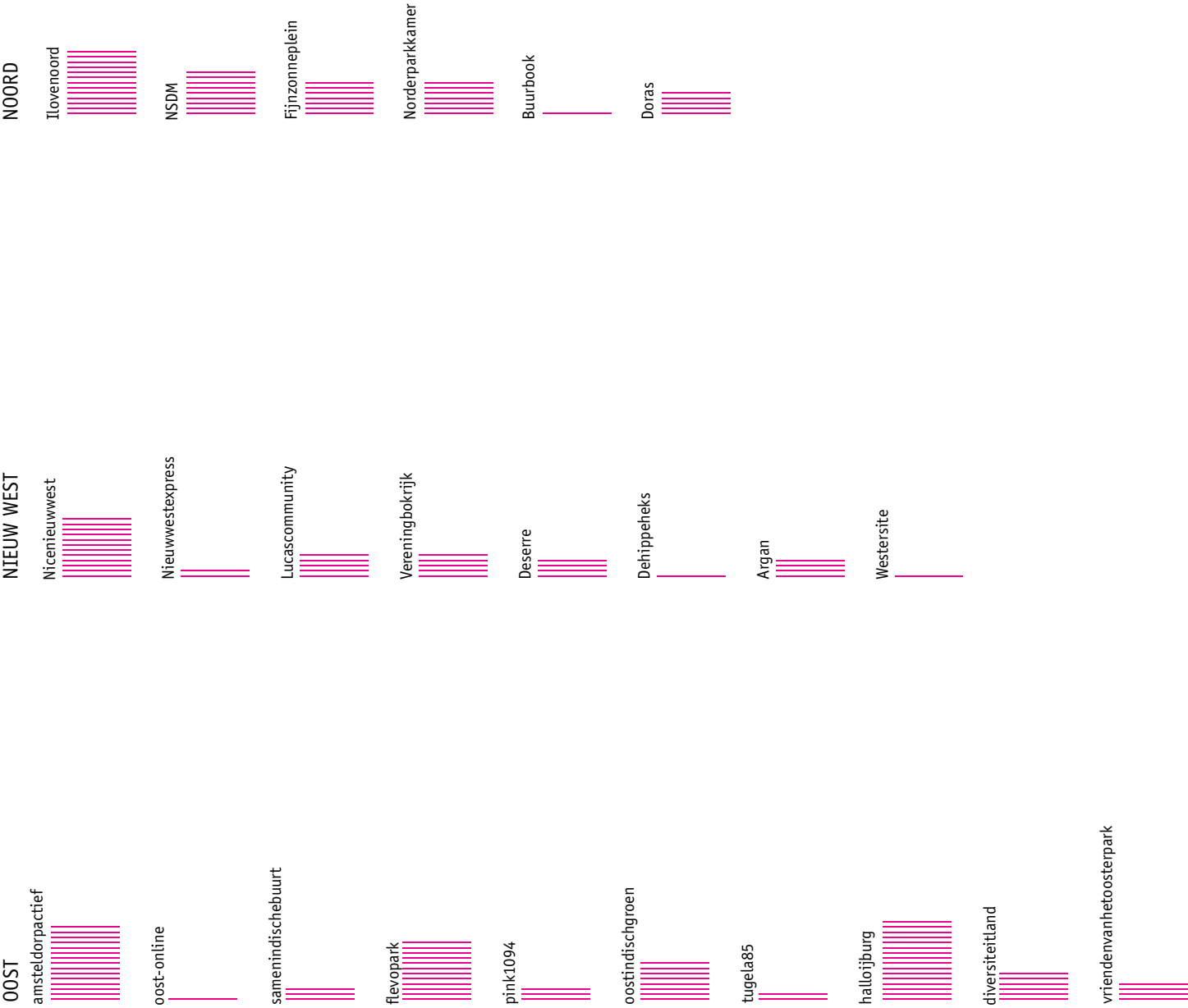


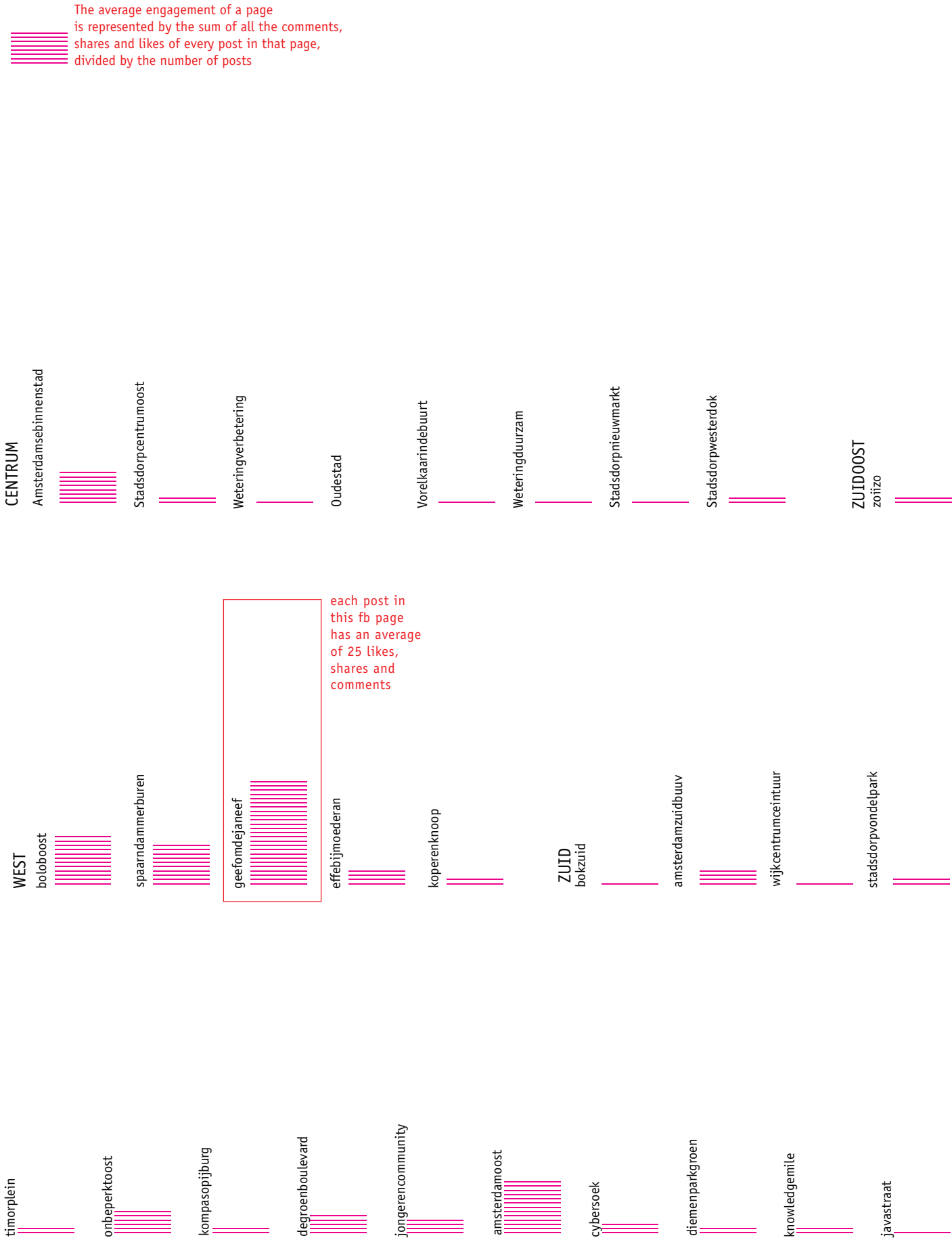


FACEBOOK PAGES ANALYSIS

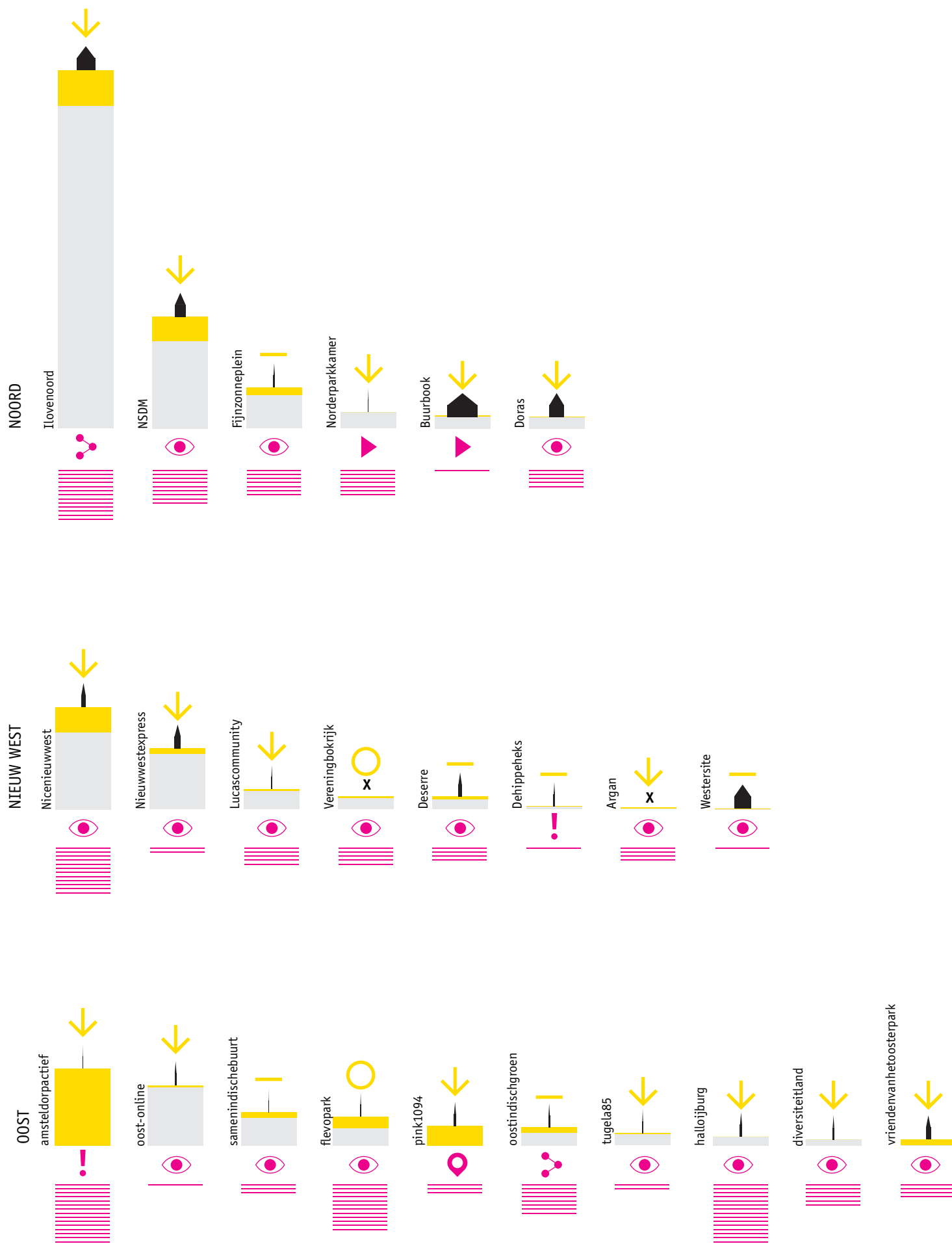
average
engagement

Onze online platformen





FACEBOOK PAGES ANALYSIS



thickness
= % of links to the tool webpage

number of post generated by
USERS
or ADMIN

the website links
to the facebook page

the website DOESN'T link
to the facebook page

there is just
the facebook page

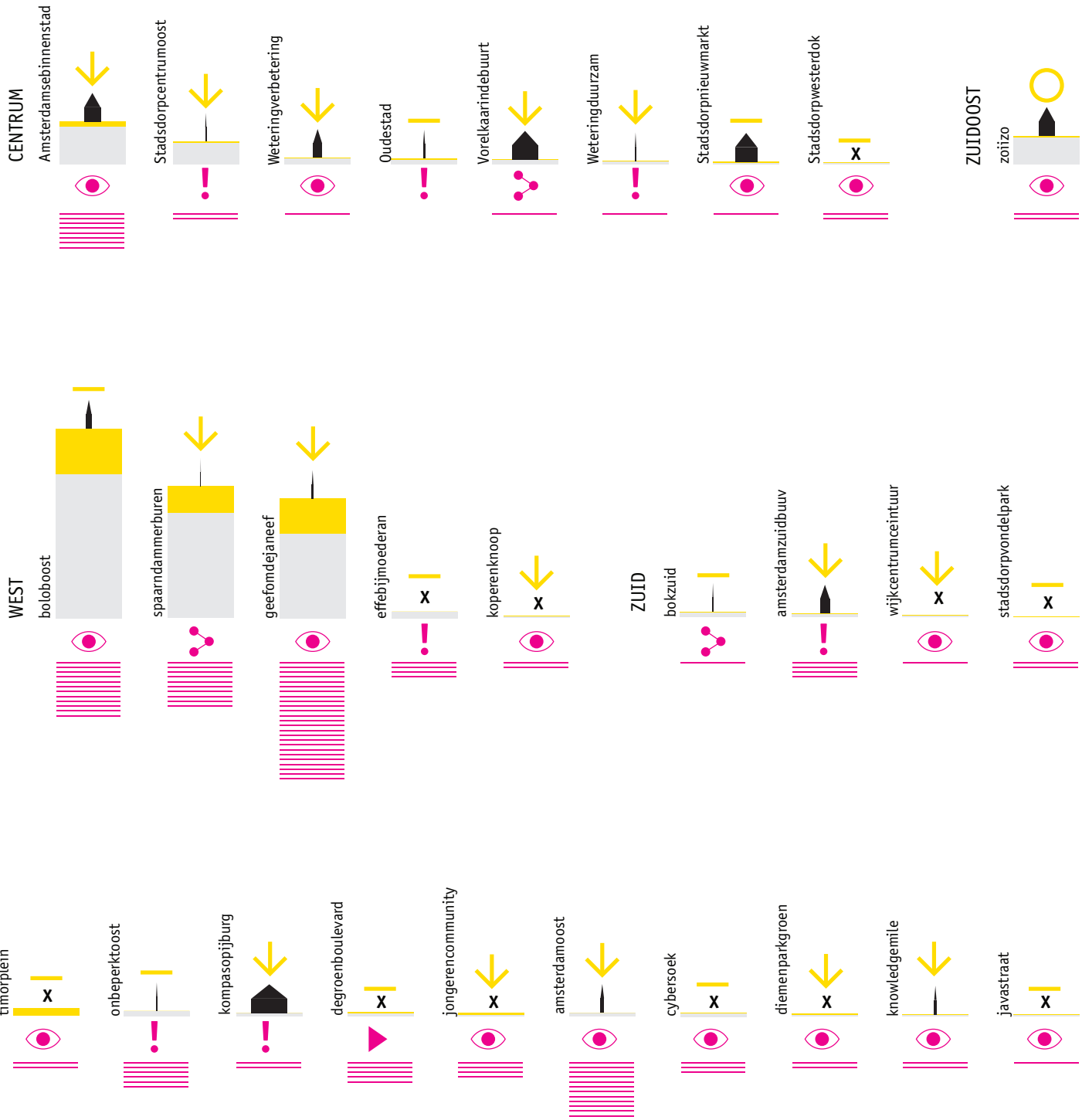
The average engagement
of a page is represented by
the sum of all the comments,
shares and likes of every post
in that page, divided by
the number of posts

most engaging content:

picture ! status

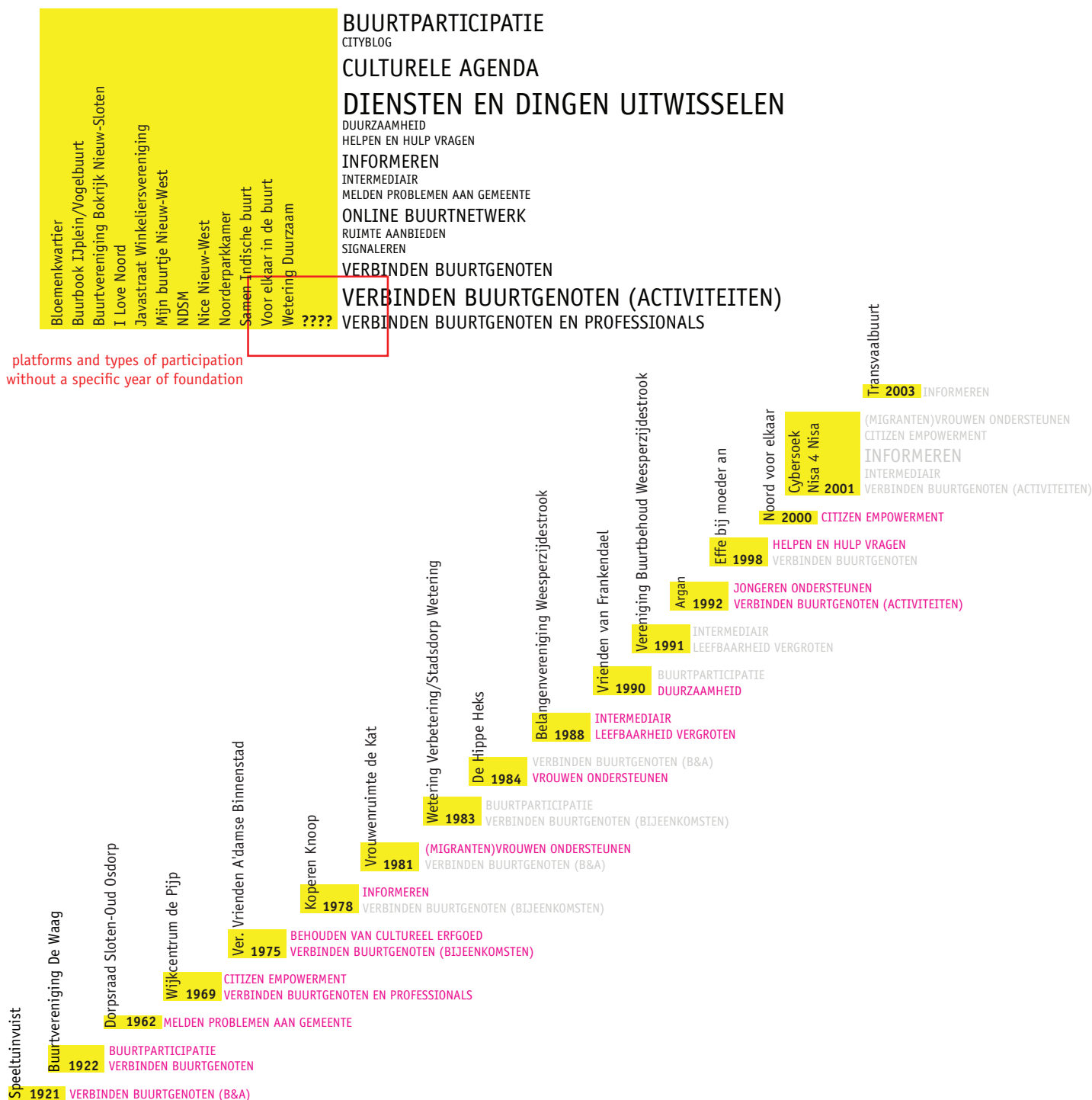
link event

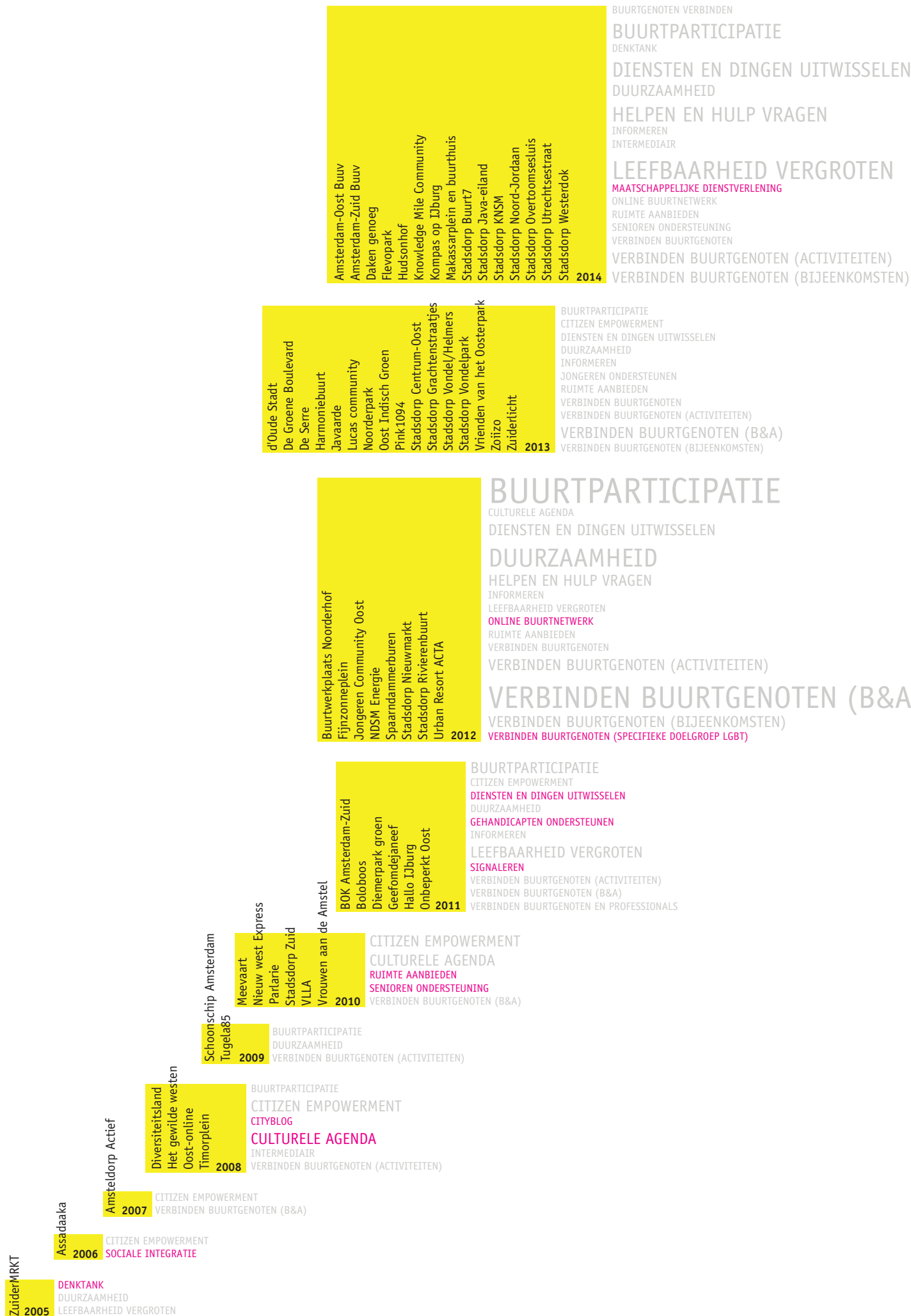
video



5. Hoe ontwikkelen de platformen zich over de tijd?

De laatste plaat, *kaart 11 (Timeline of online platforms and types of participation)* laat zien in welk jaar de online platformen zich manifesteerden. Let op, het betekent dus niet dat het netwerk toen begon; er is een goede kans dat het netwerk al een tijd actief was voor het er pas op het betreffende moment voor koos een online platform te gaan gebruiken. Je ziet duidelijk hoe het aantal platformen vanaf ongeveer 2010 snel toeneemt.





Conclusies

Ruim negentig lokaal georiënteerde netwerken in Amsterdam gebruiken een eigen online platform. De snelle toename van online platformen is in 2010 begonnen. De meeste platformen hebben de vorm van een online brochure. Ze vertellen vooral waar het betreffende netwerk zich mee bezighoudt en hoe je meer informatie kan krijgen of contact op kunt nemen. Er zijn echter ook behoorlijk geavanceerde platformen, in die zin dat ze functionaliteit ter ondersteuning van uiteenlopende many-to-many-processen aanbieden. Als je de functionaliteiten van alle eigen platformen bij elkaar optelt, kom je op een lijst van bijna vijftig functionaliteiten. Ongeveer de helft van de negentig lokale netwerken combineert een eigen online platform met Facebook. Op die Facebookpagina's wordt maar in ongeveer de helft van de gevallen naar de eigen website verwezen.

Met negentig via eigen online platformen georganiseerde netwerken en een forse groei vanaf 2010 kunnen we – in ieder geval in Amsterdam – van een sterke trend of ontwikkeling spreken. Uit de inhoud op de platformen kun je opmaken dat de netwerken overwegend hetzelfde nastreven: *buurtparticipatie* en het *verbinden van buurtgenoten*. Als je naar platformen zelf kijkt ontstaat daarentegen een gevarieerd beeld: de gebruikte functionaliteit loopt sterk uiteen en men worstelt bijvoorbeeld met de relatie tussen de eigen website en Facebook. Mijn centrale conclusie is dan ook dat de lokale bottom-up-netwerken vanuit gedeelde belangen steeds intensiever gebruikmaken van online platformen, maar daarbij nog wel erg op zoek zijn naar hoe die platformen hen optimaal kunnen ondersteunen.

d



d



**Belang
en betekenis
van eigendom
(Open brief/Essay)**

Het onderzoeksdocument **Onze online platformen** bestaat uit zes modulaire hoofdstukken en een bijlage (a t/m g). Deze modules zijn zowel compleet als afzonderlijk beschikbaar via www.citizendatalab.org. Ruurd Priester, Citizen Data Lab, HvA, 2017

a. Over dit onderzoek (Manifest en inleiding)

Eind 2015 kreeg ik – na lang in het bedrijfsleven te hebben gewerkt – de kans onderzoek te gaan doen. Ik had vage zorgen en visies over de rol van de overheid in een wereld waarin online platformen steeds belangrijker worden. In dit hoofdstuk beschrijf ik waarom ik mij op lokale netwerken en online buurtplatformen ben gaan richten. Daarnaast komen de onderzoeksvragen en -aanpak, en de aard en doelgroep van dit document aan de orde.

b. Stedelijke bottom-up-netwerken (Verslag interviews)

Om een goed beeld te krijgen van de bottom-up-beweging in Amsterdam heb ik achttien uiteenlopende lokale experts geïnterviewd. Ik heb ze gevraagd wat de stedelijke bottom-up-beweging definieert, hoe zij is opgebouwd en hoe zij zich ontwikkelt. Het blijkt te gaan om een verzameling zeer heterogene en dynamische lokaal georiënteerde netwerken, vooral gedefinieerd door de lokale situatie en de mentaliteit van de pioniers.

c. Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek)

Met behulp van de onderzoeksmethode Digital Methods is door een team onderzoekers gedetailleerd in kaart gebracht welke online platformen in Amsterdam door de bottom-up beweging gebruikt worden. Hun inventarisatie geeft niet alleen een overzicht van negentig actieve platformen, maar bevat ook een analyse van functionaliteit en inhoud. Daarnaast is de historische ontwikkeling van de platformen in beeld gebracht.

d. Belang en betekenis van eigendom (Open brief/Essay)
Bij het ontwerp van online platformen denk je al snel aan vormgeving of gebruiksgemak; aan direct zichtbare kenmerken van de platformen. Dit hoofdstuk maakt aan de hand van een voorbeeld (Nextdoor) duidelijk dat ontwerpen niet alleen over de inhoud gaat, maar nog meer over processen en misschien bovenal over eigendom. De stelling van dit essay is dat het publieke belang is gediend bij platformen die van de gebruikers zelf zijn.

e. Online buurtplatformen als oplossing (Model en definitie)

In dit hoofdstuk presenteer ik een model voor de elementaire overeenkomsten en verschillen tussen online buurtplatformen en andere typen online platformen. Ik eindig met een definitie van online buurtplatformen. Mijn conclusie is dat online buurtplatformen een sleutelrol kunnen vervullen bij maatschappelijke en democratische vernieuwing.

f. Onze online platformen (Samenvatting en conclusies)

In dit hoofdstuk neem ik de lezer mee in wat ik de afgelopen twee jaar heb geleerd over online platformen in relatie tot maatschappelijke en democratische vernieuwing. Ik combineer daarbij eigen kwantitatief onderzoek en eigen ervaringen uit de praktijk van (online georganiseerde) bottom-up-netwerken in Amsterdam met een kritische analyse van het opereren van online platformen in het algemeen. Het hoofdstuk eindigt met adviezen, met name gericht aan lokale bestuurders.

g. Bijlage: Coöperatie Gebiedonline

HalloJburg.nl is een bekend online buurtplatform in Amsterdam Oost. Vanaf 2016 is de techniek in een coöperatie ondergebracht en voor andere gebieden beschikbaar gemaakt. Eind 2016 maken zo'n twintig buurtnetwerken in Amersfoort, Amsterdam en Gouda hiervan gebruik. Alle netwerken hebben zich als lid bij de coöperatie aangesloten. Dit naslagwerk bevat informatie over allerlei kwesties die in dit proces aan de orde kwamen.

Inhoud

d. Belang en betekenis van eigendom (Open brief/Essay)	108
---	------------

BELANG EN BETEKENIS VAN EIGENDOM (OPEN BRIEF/ESSAY)

Begin 2016 zijn er een kleine twintig aanbieders van online buurtplatformen in Nederland actief. Een van hen is Leeftsamen, een met Gebiedonline vergelijkbaar online buurtplatform in coöperatief eigendom. Anton van den Beukel is de pionier achter het initiatief. We hebben goed contact. Als de Silicon Valley scale-up Nextdoor in februari in Nederland op de markt komt valt ons beide op dat de gemeente Amsterdam het bedrijf zo uitgebreid helpt om bekend te worden en in buurten een voet aan de grond te krijgen. We zijn blij met de aandacht die het fenomeen online buurtplatform door de introductie in de media krijgt, maar verwonderen ons er ook over dat die media – net als de betrokkenen uit de gemeente – de macro-effecten van Nextdoor zo over het hoofd lijken te zien. Alleen in het Financieele Dagblad lezen we een kritische column van Martin Heijnsbroek.¹ We schrijven daarom een ingezonden brief naar de redacties van het Parool en de Volkskrant. De brief wordt niet geplaatst, maar we delen hem wel met mensen in het netwerk van buurtnetwerken, als zij ons vragen wat wij van Nextdoor vinden. Dat leidt tot veel reacties. Voor veel mensen blijkt het innemen van zo'n perspectief een eyeopener. Hieronder staat een enigszins uitgewerkte versie van de ingezonden brief.

¹ Martin Heijnsbroek, column *Financieele Dagblad* 27 februari 2016. *De strijd om de platformdata, Platforms leven van onze data*. Dat levert ons enerzijds gemak op, maar ook ergernis. '...En toch vind ik het raar dat al die persoonlijke data die ik op zo'n platform achterlaat niet van mij zijn, maar wel de brandstof vormen voor een waardering van \$1 mrd. En dat Nextdoor sinds vorige week mijn adres heeft en de functie van het buurthuis probeert over te nemen, terwijl Nextdoor helemaal niets geeft om onze buurt, maar wel mijn data wil hebben om lokale adverteerders te paaien. Als ik had kunnen kiezen, dan had ik zelf mijn data met het platform van de buurtvereniging of gemeente gedeeld...'

In februari 2016 betreedt de Silicon Valley scale-up Nextdoor met nogal wat media-aandacht de Nederlandse markt. Nextdoor is een besloten sociaal netwerk voor burens. Het is gratis en maakt het mogelijk om via een website of app te praten met mensen in jouw buurt. In de Verenigde Staten wordt het platform volgens cijfers van Nextdoor al in 83.000 buurten gebruikt ‘om aan een prettigere, veiligere woonomgeving te werken’. Voorbeelden die Nextdoor over het gebruik aanhaalt zijn: ‘Iedereen snel vertellen over een inbraak, een buurtwacht groep te organiseren, een betrouwbare babysitter vinden, uitzoeken wie de beste schilder in de buurt is, vragen of mensen een verdwaalde hond hebben gezien, een nieuwe eigenaar te vinden voor een fiets die te klein is geworden, of die man uit de straat eindelijk bij zijn voornaam noemen’.

Deze belofte van Nextdoor is geweldig. Dat hebben Neelie Kroes (destijds het boegbeeld van de Nederlandse start-up-beweging) en Kajsa Ollongren (wethouder Economische zaken in Amsterdam) waarschijnlijk ook gedacht toen ze de scale-up in oktober 2015 in San Francisco bezochten. In het verslag van dat bezoek wordt gerept over de sleutelrol die Amsterdam inbusiness speelde in het aantrekken en begeleiden van Nextdoor bij een landing in Amsterdam en over de dankbaarheid van Nextdoor

aan Kajsa Ollongren voor de introducties binnen de gemeentelijke organisatie.

Nextdoor werkt met Topleden die het op zich nemen om buurten op het platform te krijgen. Zit je eenmaal op het platform, dan krijg je de vraag of je buurtgenoten kent die je aan wilt melden, of buurtgenoten die je niet kent op een kaart aan te wijzen. Zij krijgen dan een gedrukte uitnodiging in de bus. Je krijgt daarbij de vraag om je adresboek te uploaden, zodat Nextdoor zelf mensen die in de buurt wonen kan uitnodigen. Nextdoor is gebruiksvriendelijk: de app is overzichtelijk en rustig, de bediening is eenvoudig en de kans is inderdaad groot dat Nextdoor jou helpt je burens beter te leren kennen en er uiteindelijk voor zorgt dat je meer samen gaat doen. Kortom, het zou zomaar kunnen dat Nextdoor in Nederland, en daarna ook in andere Europese landen, een stevige voet aan de grond krijgt.

Ondanks het feit dat Nextdoor bijdraagt aan het verbinden van burens en buurtgenoten is er nogal wat kritiek. Deze spitst zich op drie zaken toe: privacy, verdienmodel en de rol van de overheid. Eerst over privacy, het discussiepunt dat het meest aan de oppervlakte komt. Nextdoor stimuleert je om op allerlei manieren persoonlijke informatie met je burens en buurtgenoten te delen. Dat gaat verder dan naam, leeftijd, geslacht en telefoonnummer, je

krijgt ook de vraag om je persoonlijke interesses te delen. Mensen zullen snel geneigd zijn dat te doen, want hoe leuk kan het zijn om uit te vinden dat iemand drie huizen verder dezelfde hobby heeft? Vanuit het sociale aspect is persoonlijke data delen dus logisch, maar met de Snowden-affaire² in het achterhoofd is dat niet voor iedereen een prettige gedachte. Het privacybeleid van Nextdoor stelt niet gerust. Nextdoor is een Amerikaans bedrijf, er zijn dus geen Europese privacy-garanties (als die al garanties bieden). Feit is dat Amerikaanse instanties dankzij de Patriot Act kunnen meekijken. De Nextdoor-gebruiker die technische hobby's deelt met iemand met een enigszins Arabische achternaam kan bij de Amerikaanse grens wel eens voor een verrassing komen te staan.

Nextdoor is niet duidelijk over wat ze met jouw data doet, en of ze deze bijvoorbeeld gebruikt voor commerciële doeleinden. In het privacy-beleid staat onder andere: 'Om Nextdoor mogelijk te maken en te verbeteren, kunnen we je persoonlijke informatie delen binnen de Nextdoor bedrijvenfamilie. Bij of vooruitlopend op de acquisitie van ons bedrijf en/of een deel van haar activa, kan je persoonlijke informatie overgedragen worden.' In Nextdoor is ongeveer 200

² In juni 2013 overhandigde Edward Snowden aan enkele journalisten een grote hoeveelheid geheime documenten over spionageactiviteiten door de NSA en het GCHQ. Zie: https://nl.wikipedia.org/wiki/Edward_Snowden.

miljoen dollar geïnvesteerd. De op de website van Nextdoor genoemde investeringsfondsen zijn geen liefdadigheidsfondsen. Een bekende investeerder is Benchmark Capital, het bedrijf dat ook achter Uber, Snapchat, Twitter en Instagram zit. De geschatte waarde van Nextdoor ligt nu al boven de 1 miljard dollar. Blijkbaar is het mogelijk om in de toekomst veel geld te gaan verdienen. Nextdoor is niet duidelijk over hoe dat zal gebeuren, maar de opties zijn duidelijk: een betaalde versie voor meer functionaliteit, marge op transacties, gerichte (lokale) advertenties en het verhandelen van data. Welke ook gekozen worden, we kunnen ervan uitgaan dat het geld dat de gebruikers met elkaar gaan opbrengen niet naar de buurt terugstroomt, maar naar de investeerders, die als puntje bij paaltje komt niet voor sociale doelen gaan, maar voor marktdominantie en winstmaximalisatie.

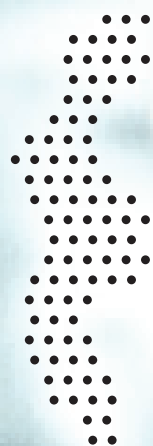
Op 17 januari 2016 – vlak voor de lancering van Nextdoor – bericht Oxfam Novib³ dat het vermogen van de rijkste 62 mensen even groot is als het vermogen van de armste helft van de wereldbevolking bij elkaar. Veel van het geld stroomt naar oprichters en eigenaars van online tools en van de hard- en software die zulke tools laat draaien: Microsoft, Apple, Google, Facebook, Twitter, Snapchat en Airbnb,

3 Zie het Oxfam Novib onderzoek *Wealth: Having it all and wanting more*, 2015.

bijvoorbeeld. We vinden die onwaarschijnlijke concentratie van geld bij een paar mensen maar niks. Toch werken we er zelf vaak kritiekloos aan mee. Omdat we alleen ‘gratis’ tools zien en niet de enorme bedragen die er buiten ons blikveld mee worden verdiend. In het geval van Nextdoor: door niet meer dan vijf grote en een paar kleinere investeerders in Silicon Valley.

Veel mensen zijn de negatieve uitwassen van de globalisering en het neoliberalisme beu. In hun behoefte daar iets positiefs tegenover te stellen stoppen ze energie in hun directe omgeving. Is het niet cynisch dat ze via tools als Nextdoor dan toch weer bijdragen aan ongelijkheid en extreme rijkdom bij enkelen? Wellicht is het een idee dit aspect voortaan bij de keuze voor een online buurtplatform mee te laten wegen.

e





**Online
buurtplatformen
als oplossing
(Model en definitie)**

a. Over dit onderzoek (Manifest en inleiding)

Eind 2015 kreeg ik – na lang in het bedrijfsleven te hebben gewerkt – de kans onderzoek te gaan doen. Ik had vage zorgen en visies over de rol van de overheid in een wereld waarin online platformen steeds belangrijker worden. In dit hoofdstuk beschrijf ik waarom ik mij op lokale netwerken en online buurtplatformen ben gaan richten. Daarnaast komen de onderzoeksvragen en -aanpak, en de aard en doelgroep van dit document aan de orde.

b. Stedelijke bottom-up-netwerken (Verslag interviews)

Om een goed beeld te krijgen van de bottom-up-beweging in Amsterdam heb ik achttien uiteenlopende lokale experts geïnterviewd. Ik heb ze gevraagd wat de stedelijke bottom-up-beweging definieert, hoe zij is opgebouwd en hoe zij zich ontwikkelt. Het blijkt te gaan om een verzameling zeer heterogene en dynamische lokaal georiënteerde netwerken, vooral gedefinieerd door de lokale situatie en de mentaliteit van de pioniers.

c. Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek)

Met behulp van de onderzoeksmethode Digital Methods is door een team onderzoekers gedetailleerd in kaart gebracht welke online platformen in Amsterdam door de bottom-up beweging gebruikt worden. Hun inventarisatie geeft niet alleen een overzicht van negentig actieve platformen, maar bevat ook een analyse van functionaliteit en inhoud. Daarnaast is de historische ontwikkeling van de platformen in beeld gebracht.

d. Belang en betekenis van eigendom (Open brief/Essay)

Bij het ontwerp van online platformen denk je al snel aan vormgeving of gebruiksgemak; aan direct zichtbare kenmerken van de platformen. Dit hoofdstuk maakt aan de hand van een voorbeeld (Nextdoor) duidelijk dat ontwerpen niet alleen over de inhoud gaat, maar nog meer over processen en misschien bovenal over eigendom. De stelling van dit essay is dat het publieke belang is gediend bij platformen die van de gebruikers zelf zijn.

e. Online buurtplatformen als oplossing (Model en definitie)

In dit hoofdstuk presenteer ik een model voor de elementaire overeenkomsten en verschillen tussen online buurtplatformen en andere typen online platformen. Ik eindig met een definitie van online buurtplatformen. Mijn conclusie is dat online buurtplatformen een sleutelrol kunnen vervullen bij maatschappelijke en democratische vernieuwing.

f. Onze online platformen (Samenvatting en conclusies)

In dit hoofdstuk neem ik de lezer mee in wat ik de afgelopen twee jaar heb geleerd over online platformen in relatie tot maatschappelijke en democratische vernieuwing. Ik combineer daarbij eigen kwantitatief onderzoek en eigen ervaringen uit de praktijk van (online georganiseerde) bottom-up-netwerken in Amsterdam met een kritische analyse van het opereren van online platformen in het algemeen. Het hoofdstuk eindigt met adviezen, met name gericht aan lokale bestuurders.

g. Bijlage: Coöperatie Gebiedonline

HalloIJburg.nl is een bekend online buurtplatform in Amsterdam Oost. Vanaf 2016 is de techniek in een coöperatie ondergebracht en voor andere gebieden beschikbaar gemaakt. Eind 2016 maken zo'n twintig buurtnetwerken in Amersfoort, Amsterdam en Gouda hiervan gebruik. Alle netwerken hebben zich als lid bij de coöperatie aangesloten. Dit naslagwerk bevat informatie over allerlei kwesties die in dit proces aan de orde kwamen.

Inhoud

e. Online buurtplatformen als oplossing (Model en definitie)	119
Zoveel soorten online platformen	120
Een eenvoudig schema	120
Functionaliteit en ontwikkelingsstadia	120
Bekende categorieën online platformen	122
Online platformen en e-democratie	122
Behoefte aan democratie benutten	122
Digitale technologie	123
Definitie online buurtplatform	124

ZOVEEL SOORTEN ONLINE PLATFORMEN

Het maakte niet uit met wie ik sprak: vanaf de eerste gesprekken over mijn onderzoek bleek het altijd even tijd te kosten voor duidelijk werd waar mijn onderzoek over ging. Als ik zei dat online buurtplatformen lokaal georiënteerde netwerkactiviteit ondersteunen, kwam vaak de vraag of het dan ook over Facebook of WhatsApp-groepen ging. Of bedoelde ik alleen websites die mensen zelf maakten? En de deeleconomie-platformen als Peerby, die zijn toch ook voor buurten bedoeld? En bijvoorbeeld Google Docs kan je toch ook gewoon in een buurt gebruiken als je samen een tekst wil schrijven? In zekere zin is dat ook zo. Welke online platformen mensen in platte netwerken in buurten ook gebruiken, als het ze helpt om dingen beter te organiseren of voor elkaar te krijgen is dat goed. Ik was dan ook niet van plan te proberen online buurtplatformen binnen een of andere een classificatie te positioneren.

EEN EENVOUDIG SCHEMA

Totdat Michel Vogler (van HalloJburg) op een meeting bij Pakhuis de Zwijger een tekening presenteerde. Hij had vier niveaus bedacht waarin de verschillende soorten functionaliteit die in een online buurtplatform kunnen voorkomen helder worden ondergebracht. De rode draad was het woord delen. De niveaus onderscheidden zich van elkaar door functionaliteiten voor het delen van informatie, middelen, ideeën en prioriteiten. Het viel mij op dat mensen het plaatje meteen begrepen. Voortaan hadden we een schema om uit te leggen wat online buurtplatformen kunnen

bieden en dus zijn. Ik strakte het schema wat op en voegde het aan mijn presentaties toe. In 2015 en 2016 hield ik ruim twintig presentaties over mijn onderzoek naar online buurtplatformen. Niet alleen bij Pakhuis de Zwijger, maar ook bij allerlei buurtnetwerken in het kader van Gebiedonline, bij geïnteresseerden vanuit de gemeente, voor onderzoekers zoals bij Amsterdam Data Science, of bij debatcentrum Spui25. Bij deze presentaties liet ik het schema altijd even zien. Op basis van de reacties uit de zaal en de gesprekken die daarop volgden ontwikkelde ik het schema verder.

FUNCTIONALITEIT EN ONTWIKKELINGSSTADIA

Het eerste nieuwe inzicht was dat er een verband lijkt te bestaan tussen de ontwikkeling van lokale netwerken en de niveaus in het schema: een startend netwerk begint op het laagste niveau en gebruikt gedurende haar ontwikkeling functionaliteit in steeds hogere niveaus. Op basis van dit inzicht voegde ik een vijfde niveau aan het schema toe, dat als basis zou gelden voor de eerder onderscheiden vier niveaus: **verhalen**. Het gemeen-

schappelijk gedragen verhaal van een buurt vormt immers de grondvesten voor elke vorm van buurtgerichte sociale activiteit: daar worden een gemeenschappelijk verleden vormgegeven en gedeeld, daar ontstaat zoiets als een identiteit van een buurt, daar borrelen de thema's op waarover de buurt in gesprek wil gaan. Het volgende niveau is **informatie**. Netwerkactiviteit draait immers om ontmoetingen. Voor ontmoetingen is het handig als je elkaar kent en kunt bereiken, als je weet wat er speelt en waar en wanneer ontmoetingen plaats-

vinden. Het tweede niveau bevat daarom profielen van mensen, nieuws en een kalender of agenda. Als het contact dankzij deze informatie toeneemt kan er behoefte ontstaan om **middelen** te delen, het derde niveau. Denk aan faciliteiten en spullen of arbeid, al dan niet betaald. Een logisch voorbeeld is een ruimte om te vergaderen. Door dit soort netwerkactiviteit kan het vertrouwen groeien en kan de behoefte ontstaan om in de vorm van **projecten** samen bepaalde problemen of kansen in de buurt op te pakken. Dit vraagt om functionaliteit die

1. Typen online platformen
 Buurtplatformen (verticaal)
 opgedeeld in 5 typische niveaus
 functionaliteit die corresponderen
 met bekende categorieën online
 platformen (horizontaal).

DELEN	FUNCTIONALITEIT			CATEGORIE
PRIORITEITEN	 Alternatieven	 Voorkeuren	 Stemmen	<i>E-democratie</i>
PROJECTEN	 Inzichten	 Ideeën	 Uitvoering	<i>Productiviteits-tools</i>
MIDDELEN	 Geld	 Spullen	 Inspanning	<i>Deeconomie platformen</i>
INFORMATIE	 Mensen	 Nieuws	 Agenda	<i>Sociale media</i>
VERHALEN	 Historie	 Identiteit	 Thema's	<i>Blogging</i>

2. Ontwikkeling lokale netwerken
 Ontwikkelingsstadia van lokale
 netwerken (zie hoofdstuk b.
 Stedelijke bottom-up netwerken)
 afgezet tegen de 5 niveaus
 functionaliteit van online
 buurtplatformen. Bij een vol vlakje
 sluit de functionaliteit sterk aan
 bij het ontwikkelingsstadium. Bij
 een leeg vlakje is de relatie minder
 duidelijk.

DELEN	Het netwerk slaapt De eerste samenkomst Een groepje met een verhaal Creatieve netwerkactiviteit Succes vieren Worstelingen Professionaliseren Opschalen							
PRIORITEITEN								
PROJECTEN								
MIDDELEN								
INFORMATIE								
VERHALEN								

helpt inzicht te geven in wat er
 speelt in de buurt, functio-
 naliteit voor het delen van
 ideeën en functionaliteit voor
 het definiëren en uitvoeren van
 projecten; het vierde niveau.
 Op het vijfde en hoogste niveau
 van het schema gaat het om
 gezamenlijk **prioriteiten** stellen.
 Als mensen allerlei projecten
 uitvoeren lopen zij immers
 vanzelf op een gegeven moment
 tegen schaarste aan. Bij een
 bepaald doel zullen de midde-
 len beperkt zijn en kunnen er
 meerdere oplossingen mogelijk
 zijn. Dan kan er behoefte
 ontstaan aan functionaliteit die

helpt alternatieven naast elkaar
 te zetten, wegingsfactoren te
 bepalen en tot rechtvaardige
 keuzes te komen.

Voor veel mensen kwam het
 logisch over dat netwerken
 naarmate zij zich ontwikkelen
 behoefte krijgen aan functio-
 naliteit op een hoger niveau.
 Toch bleek uit praktijkvoorbeel-
 den dat de relatie niet strikt
 lineair is. Netwerken kunnen net
 zo goed starten met functio-
 naliteit voor ideeën, of op wille-
 keurige andere niveaus. Dat
 heeft waarschijnlijk te maken
 met het onoverzichtelijke en

versnipperde aanbod van online
 platformen die de netwerken
 ter beschikking staan, maar
 ook met de organische manier
 waarop netwerken zich van
 nature ontwikkelen¹. In het
 schema hierboven zijn de
 typische ontwikkelingsstadia
 van lokale netwerken grof op de
 vijf niveaus geplot.

¹ Zie hoofdstuk b over de
 stedelijke bottom-up netwerken.

BEKENDE CATEGORIEËN ONLINE PLATFORMEN

Zoals in het eerste schema te zien is corresponderen de vijf niveaus met bekende² categorieën online platformen. Met andere woorden: de functionaliteit in de niveaus vertoont gelijkens met typische functionaliteit die in de verschillende bekende plat-

² Bekende in de zin dat de namen waarschijnlijk bekend zijn. Een algemeen geaccepteerde eenduidige categorisering heb ik niet gevonden.

form-categorieën wordt aangeboden. Van onder naar boven: blogging tools (verhalen), sociale media (informatie), deeleconomie-platformen (middelen), productiviteitstools (projecten) en e-democratie-platformen (prioriteiten). Deze categorieën richten zich op het ondersteunen van specifieke processen. De online buurtplatformen richten zich op de integrale ondersteuning van – de ontwikkeling van – lokale netwerken.

Dit leidt tot een matrix van horizontale platformen (de omschreven categorieën) en

verticale platformen³ (de online buurtplatformen). Het model heeft geen scherpe scheidslijnen. De functionaliteit is grof geclusterd en de bekende categorieën online platformen overlappen in de praktijk. De meeste online platformen staan überhaupt niet op zichzelf. Soms kun je met het ene platform (denk aan Facebook) op het andere inloggen. In veel gevallen worden de data die een

³ Verticale platformen is een contradictie, maar passend in het kader van de voorgestelde matrix.

gebruiker op het ene platform genereert, gebruikt om op het andere platform gericht te adverteren. Je kunt de platformen het beste beschouwen als ‘een nieuw ecosysteem voor het organiseren van allerlei verbindingen tussen gebruikers en aanbieders’⁴.

⁴ Dijck J. van (2013a). The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford & New York: Oxford University Press.

ONLINE PLATFORMEN EN E-DEMOCRATIE

E-democratie (ook wel digitale democratie of internet democratie) is een verzamelnaam voor 21e eeuwse op informatie- en communicatietechnologie gebaseerde oplossingen om de democratie te versterken. E-democratie dankt haar bekendheid vooral aan de netwerken die het concept promoten, zoals de Piratenpartij (in zo’n veertig landen actief), de Five Star Movement in Italië en Podemos in Spanje. Bij e-democratie oplossingen denk je al snel aan online platformen die besluitvormingsprocessen ondersteunen, zoals Your Priorities uit IJsland en de in Nederland meer bekende Argu en Civocracy. In de praktijk is e-democratie echter een bonte verzameling experimenten waarbij bijvoorbeeld ook sociale media en

lokale deeleconomie oplossingen worden ingezet. Een recente publicatie van Nesta⁵ rept over duizenden experimenten de afgelopen jaren en stelt de vraag waarom e-democratie nog geen grote doorbraak heeft beleefd. De conclusie is deze: ‘Part of the reason is unwillingness on the part of traditional parties and parliaments to adopt new methods at scale, and for important issues. But the reformers have also made mistakes. Often they have been too linear and mechanistic in assuming that technology was the solution, rather than focusing on the combination of technology and new organisational models. They have failed

⁵ Nesta is een maatschappelijk gedreven innovatie organisatie uit Engeland. De publicatie: Digital Democracy. The tools transforming political engagement. Julie Simon, Theo Bass, Victoria Boelman and Geoff Mulgan. Nesta, 2017.

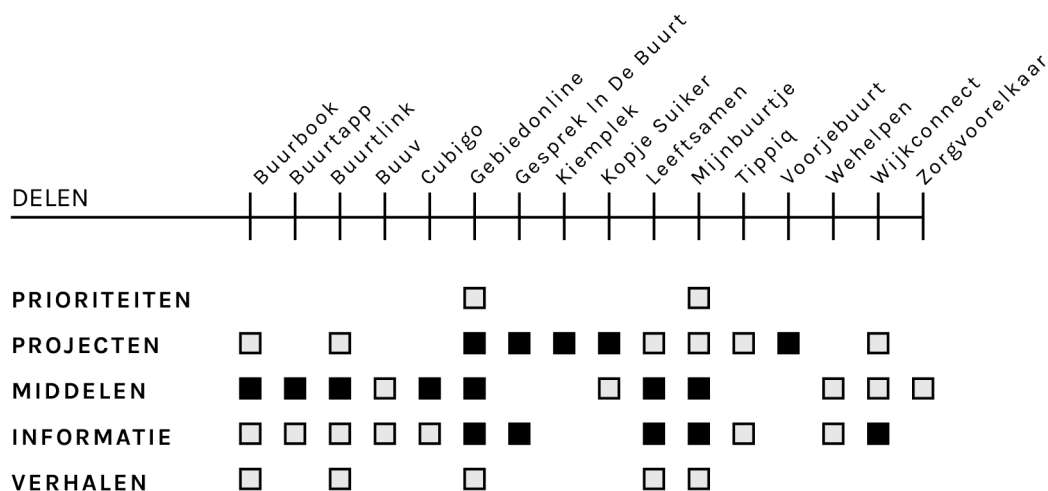
to learn the lesson of the 1990s that democracy is a cluster of things, including media, civil society, and habits of compromise as well as formal mechanisms of voting. And many were insufficiently attuned to the very different ways in which different types of argument and debate take place, some framed by interests, others by very technical knowledge, others still very much framed by moral positions.’ Dit is herkenbaar. Experimenten voor e-democratie hebben vaak een nogal beperkt en geïsoleerd karakter. Er wordt bijvoorbeeld een online platform aangeboden om op een bepaald schaalniveau ideeën te genereren en te wegen (een typisch voorbeeld van de categorie e-democratie in het schema), terwijl er in de context verder niets veranderd. Er is dus behoefte aan een meer genuanceerde, veelzijdige en

bovenal integrale aanpak. Mijn indruk is dat buurten daar –als mini-maatschappijen– een vruchtbare context voor bieden. Online buurtplatformen bieden als categorie in potentie alle functionaliteit ter ondersteuning van de informele en formele processen die naar democratische vernieuwing kunnen optellen.

BEHOEFTE AAN DEMOCRATIE BENUTTEN

De vorige paragraaf maakt duidelijk waarom het ondoenlijk en vooral weinig kansrijk lijkt democratische vernieuwing in het algemeen en e-democratie in het bijzonder top-down te bedenken en als een ‘push’ aan de betrokkenen op te leggen. De interviews over de lokale netwerken (hoofdstuk b Stedelijke bottom-up-netwerken) en het participierend onderzoek rond

3. Bekende online buurtplatforms
De functionaliteit van 16 bekende standaard online buurtplatforms grof geplot op de 5 typische niveaus functionaliteit (per begin 2016). Bij een vol vlakje wordt de functionaliteit vrij compleet in het platform aangeboden. Bij een leeg vlakje ten dele.



Hallo IJburg en Gebiedonline (bijlage g Coöperatie Gebiedonline) hebben een andere route in beeld gebracht: in lokale netwerken ontstaat een natuurlijke behoefte aan democratische vernieuwing (een ‘pull’) op het moment dat mensen zelf ervaren dat zij in buurten van elkaar afhankelijk zijn en dat schaarste om keuzes vraagt. Daar komt het voor lokale netwerken kenmerkende gevoel van eigenaarschap over de fysieke en sociale omgeving bij. Als netwerken –onder duidelijke regie over het proces– op een open, eerlijke en gelijkwaardige manier bijdragen is de kans dat zij de democratische vernieuwing die zo tot stand komt dragen waarschijnlijk groter dan bij een ‘push’ ooit het geval kan zijn.

DIGITALE TECHNOLOGIE
Digitale technologie verandert doorlopend en vooral steeds sneller. Als het in de zomer van 2017 over online platformen gaat zullen de meeste mensen in technische zin vooral aan websites en apps denken. Het is niet te voorspellen welke vorm online platformen in het najaar van 2028 zullen hebben, laat staan over 30 of 50 jaar⁶. Een grote lijn tekent zich wel af. Digitale technologie (zoals processoren, zenders, ontvangers en interfaces) wordt steeds kleiner, krachtiger en goedkoper⁷ en raakt steeds

verder geïntegreerd in steeds meer objecten en levende organismen⁸. De wereld ontwikkelt zich zo tot een ‘dataveld’ waarin alles en iedereen als in een soort zenuwstelsel met elkaar in verbinding staat. De scheidslijn tussen de fysieke en de virtuele wereld vervaagt steeds verder, tot een punt waar de intelligentie van mensen door andere vormen van intelligentie wordt voorbijgestreefd⁹. Deze schets kan extreem overkomen (de huidige online buurtplatformen lijken wellicht opeens nogal archaïsch), maar de experts zijn het er overwegend eens dat dit gaat gebeuren. De discussie gaat vooral over het tempo van deze

ontwikkelingen en mogelijke interventies en consequenties¹⁰. Vanwege de veranderlijkheid en groeiende maatschappelijke impact van digitale technologie heb ik ervoor gekozen online buurtplatformen te definiëren in termen van doel, proces en eigenaarschap.

6 Ruben Nieuwenhuis, directeur van StartupAmsterdam, vertelde mij dat blockchain, virtual reality en kunstmatige intelligentie binnen de Amsterdamse startup scene nu vaak genoemd worden als belangrijkste technologische trends voor de komende vijf tot tien jaar.

7 Zie de wet van Moore: https://nl.wikipedia.org/wiki/Wet_

van_Moore.
8 Zie het internet der dingen: https://nl.wikipedia.org/wiki/Internet_der_dingen.

9 Zie technologische singulariteit: https://nl.wikipedia.org/wiki/Technologische_singulariteit.

10 ‘The price we pay to assume technology’s power is alienation. The toll can be particularly high with our intellectual technologies. The tools of the mind amplify and in turn numb the most intimate, the most human, of our natural capabilities – those for reason, perception, memory, emotion. The mechanical clock, for all the blessings it bestowed, removed us from the natural flow of time.’ Nicholas Carr. The shallows. How the internet is changing the way we think, read and remember. Atlantic Books, 2010.

DEFINITIE ONLINE BUURTPLATFORM

1) Een online buurtplatform is een toepassing van digitale technologie die een lokaal georiënteerd en georganiseerd netwerk ondersteunt bij het realiseren van haar doelen;

2) ...wat impliceert dat het platform de activiteiten en ontwikkeling van het netwerk integraal ondersteunt;

3) ...wat impliceert dat het platform lerend is en doorlopend wordt verbeterd;

4) ...wat impliceert dat het platform in eigendom van het lokale netwerk is.

Het gaat niet om de verbetering; maar om begrijpen, doorleven, kunnen controleren. Als het van ons moet voelen is het ook fijn als het echt van ons is. Uit de definitie volgt de onverbiddelijke vaststelling: dat het van ons is.

Deze definitie is een bètaversie¹¹ bedoeld als discussiestuk. De definitie isoleert lokale netwerken vrij nadrukkelijk. Ik heb dit gedaan omdat ik denk dat het voor zowel de netwerken als hun online buurtplatformen – in de huidige prille fase – nodig is dat zij zich in een relatief vrije experimenteerruimte kunnen ontwikkelen, zo min mogelijk geremd door systeembeperkingen uit de pre-netwerksamenleving. Dit neemt niet weg dat de lokale netwerken afspraken en informatie zullen moeten delen met de netwerken en instituties waar zij mee verbonden zijn. Daarbij gaat het zowel om 'horizontale relaties,' als om relaties met andere schaalniveaus. Ik sluit na dit nogal abstracte punt over netwerkrelaties graag af met concrete input voor mijn uiteindelijk te formuleren definitie: online buurtplatformen zijn online platformen van, voor en door lokale netwerken, die mensen steeds slimmer en completer ondersteunen bij het samenwerken aan een betere leefomgeving voor iedereen die er woont, werkt of anderszins verblijft.

¹¹ Een bètaversie is software die nog niet stabiel genoeg is om in productie te nemen, maar wel al (deels) functioneel is.



f



Onze online platformen (Samenvatting en conclusies)

Het onderzoeksdocument **Onze online platformen** bestaat uit zes modulaire hoofdstukken en een bijlage (a t/m g). Deze modules zijn zowel compleet als afzonderlijk beschikbaar via www.citizendatalab.org. Ruurd Priester, Citizen Data Lab, HvA, 2017

a. Over dit onderzoek (Manifest en inleiding)

Eind 2015 kreeg ik – na lang in het bedrijfsleven te hebben gewerkt – de kans onderzoek te gaan doen. Ik had vage zorgen en visies over de rol van de overheid in een wereld waarin online platformen steeds belangrijker worden. In dit hoofdstuk beschrijf ik waarom ik mij op lokale netwerken en online buurtplatformen ben gaan richten. Daarnaast komen de onderzoeksvragen en -aanpak, en de aard en doelgroep van dit document aan de orde.

b. Stedelijke bottom-up-netwerken (Verslag interviews)

Om een goed beeld te krijgen van de bottom-up-beweging in Amsterdam heb ik achttien uiteenlopende lokale experts geïnterviewd. Ik heb ze gevraagd wat de stedelijke bottom-up-beweging definieert, hoe zij is opgebouwd en hoe zij zich ontwikkelt. Het blijkt te gaan om een verzameling zeer heterogene en dynamische lokaal georiënteerde netwerken, vooral gedefinieerd door de lokale situatie en de mentaliteit van de pioniers.

c. Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek)

Met behulp van de onderzoeksmethode Digital Methods is door een team onderzoekers gedetailleerd in kaart gebracht welke online platformen in Amsterdam door de bottom-up beweging gebruikt worden. Hun inventarisatie geeft niet alleen een overzicht van negentig actieve platformen, maar bevat ook een analyse van functionaliteit en inhoud. Daarnaast is de historische ontwikkeling van de platformen in beeld gebracht.

d. Belang en betekenis van eigendom (Open brief/Essay)

Bij het ontwerp van online platformen denk je al snel aan vormgeving of gebruiksgemak; aan direct zichtbare kenmerken van de platformen. Dit hoofdstuk maakt aan de hand van een voorbeeld (Nextdoor) duidelijk dat ontwerpen niet alleen over de inhoud gaat, maar nog meer over processen en misschien bovenal over eigendom. De stelling van dit essay is dat het publieke belang is gediend bij platformen die van de gebruikers zelf zijn.

e. Online buurtplatformen als oplossing (Model en definitie)

In dit hoofdstuk presenteer ik een model voor de elementaire overeenkomsten en verschillen tussen online buurtplatformen en andere typen online platformen. Ik eindig met een definitie van online buurtplatformen. Mijn conclusie is dat online buurtplatformen een sleutelrol kunnen vervullen bij maatschappelijke en democratische vernieuwing.

f. Onze online platformen (Samenvatting en conclusies)

In dit hoofdstuk neem ik de lezer mee in wat ik de afgelopen twee jaar heb geleerd over online platformen in relatie tot maatschappelijke en democratische vernieuwing. Ik combineer daarbij eigen kwantitatief onderzoek en eigen ervaringen uit de praktijk van (online georganiseerde) bottom-up-netwerken in Amsterdam met een kritische analyse van het opereren van online platformen in het algemeen. Het hoofdstuk eindigt met adviezen, met name gericht aan lokale bestuurders.

g. Bijlage: Coöperatie Gebiedonline

HalloIJburg.nl is een bekend online buurtplatform in Amsterdam Oost. Vanaf 2016 is de techniek in een coöperatie ondergebracht en voor andere gebieden beschikbaar gemaakt. Eind 2016 maken zo'n twintig buurtnetwerken in Amersfoort, Amsterdam en Gouda hiervan gebruik. Alle netwerken hebben zich als lid bij de coöperatie aangesloten. Dit naslagwerk bevat informatie over allerlei kwesties die in dit proces aan de orde kwamen.

Inhoud

f. Onze online platformen (Samenvatting en conclusies) 129

Onze online platformen	132
Lokale netwerken en hun online platformen	133
Buurtplatformen als categorie online platformen	133
Een proeftuin met potentie	134
De status van de proeftuin	134
Eigenaarschap als sleutelbegrip	135
Platform cooperativism	135
De betekenis van ontwerpkeuzes	136
De verantwoordelijkheid van de overheid	137
Tegenaanval als strategie	139
Ontwerpers aan zet	140
Een verhaal over 'hoe'	140
Idee 1: Marketing	142
Idee 2: Alternatieve online platformen	142
Idee 3: Infrastructuur	143
Geraadpleegde literatuur	146

Onze online platformen

Twee jaar geleden maakte ik een keuze. Ik had lang bedrijven geadviseerd over hoe zij kansen kunnen creëren en succesvol kunnen zijn in een snel digitaliserende wereld. Nu vond ik het tijd geworden voor een nieuwe rol: die van onderzoeker. Zo zou ik mezelf veel directer voor maatschappelijke doelen in kunnen zetten. Ik had het idee dat hier werk te doen was; dat met name online platformen een veel grotere bijdrage aan maatschappelijke en democratische vernieuwing moesten kunnen leveren dan het geval was. Dit domein was nieuw voor me. Daarom besloot ik te beginnen met een kans die zich van dichtbij aandiende: het onderzoeken van lokaal georiënteerde Amsterdamse bottom-up-netwerken en hun gebruik van online platformen. Ik wilde veel leren over online platformen in een specifieke maatschappelijke context. Daarnaast wilde ik een kritische blik ontwikkelen en een beeld krijgen van mogelijkheden op grotere schaal. Dat is gelukt. Dit hoofdstuk is het verslag. Het begint om de hoek – op de kleinst mogelijke schaal.

Lokale bottom-up-netwerken zijn extreem divers, ze laten zich niet in categorieën onderbrengen. De meeste delen wel een aantal kenmerken: kleinschaligheid, ongestructureerdheid en een focus op creatieve en sociale activiteiten. Belangrijker misschien nog is dat alles binnen deze netwerken draait om verantwoordelijkheid nemen en om doe-het-zelven. De diversiteit zie je ook terug in hoe de netwerken zich ontwikkelen. Dat gebeurt organisch. Op basis van vele anekdotes heb ik desalniettemin acht typische ontwikkelingsstadia gedefinieerd. Stadia die nooit volgens het boekje worden doorlopen, maar samen wel in beeld brengen waar bottom-up-netwerken in hun dynamische ontwikkeling tegenaan kunnen lopen. Een van de belangrijke observaties die ik doe is dat er nog maar weinig aansluiting is van alle lokale netwerken met de systeemwereld¹ die – zeker in de beleving van de bottom-up-netwerken – afstandelijk en verzuimd is en ook erg op controle en verantwoording gericht. Hoewel de bottom-up-beweging groeit en positief is ingesteld, is zij nog steeds vrij onzichtbaar en kwetsbaar.

¹ Er is discussie over de wenselijkheid van denken in de dualiteit leefwereld en systeemwereld. Zie: <http://www.socialelvraagstukken.nl/systeem-en-leefwereld-hoe-de-kloof-te-dichten/>.

Steeds meer lokale netwerken gebruiken online platformen die ook echt voor het ondersteunen van hun buurtnetwerk bedoeld zijn. Met name sinds 2010 neemt hun aantal snel toe. Halverwege 2015 beschikken in ieder geval 90 lokale netwerken over een eigen website. Ongeveer de helft daarvan is ook op Facebook aanwezig (al is dat platform natuurlijk niet alleen voor buurtnetwerken bedoeld). Inmiddels bestaan er ook zo'n zestien aanbieders die standaard buurtplatformen aanbieden². Niet alleen het gebruik van open platformen groeit. Ook het aantal besloten platformen, zoals WhatsApp-buurtgroepen neemt toe. Blijkbaar hebben lokale netwerken de behoefte zich online te organiseren. Deze vraag heeft tot een nieuwe categorie online platformen geleid: online buurtplatformen. De oplossingen die zulke online platformen bieden voor vaak complexe maatschappelijke vraagstukken zijn vaak nog nauwelijks vastomlijnd en de functionaliteit is nog weinig uitgekristalliseerd. Je kunt zeggen dat het experimentele gebruik van online platformen het hiervoor geschetste karakter van de bottom-up-netwerken weerspiegelt.

² Zie het schema Bekende online buurtplatformen in hoofdstuk 6: Online buurtplatformen als oplossing.

Buurtplatformen als categorie online platformen

Er bestaan dus meer en meer lokale platformen die zich vaker en vaker bedienen van online platformen. Binnen die online platformen vormen online buurtplatformen een aparte categorie. Het gaat hier om online platformen van, voor en door soms zeer lokale netwerken die mensen ondersteunen bij het samenwerken aan een prettige (in modern jargon: 'leefbare') buurt voor iedereen die er woont en/of werkt. In netwerkactiviteiten zijn in het algemeen vijf niveaus van samenwerking te herkennen. Die gaan uiteraard ook op voor online buurtplatformen.

Op de eerste, meest basale niveau worden verhalen gedeeld. Wat is de historie en het karakter van de buurt en wat wil men ermee?

Op de tweede laag wordt informatie gedeeld. Wie nemen deel in het netwerk, wat is het nieuws en waar en wanneer ontmoet men elkaar?

Het derde niveau gaat over het delen van middelen: spullen of diensten – al dan niet tegen betaling.

Het vierde niveau betreft het delen van projecten. Hoe wordt er concreet samengewerkt aan een betere buurt?

Het vijfde niveau tenslotte gaat over het delen van prioriteiten. Er is schaarste en er zijn verschillende belangen. Hoe weegt men dat af en op welke keuzes komt men dan uit?

De vijf niveaus ondersteunen het netwerk bij activiteiten die leden daarvan ontplooiën. Er lijkt ook een voorwaardelijkheid te bestaan. Het gemeenschappelijke verhaal en allerlei gedeelde belangen creëren een behoefte aan contactinformatie. Zodra mensen contact met elkaar hebben ontstaat er behoefte spullen of diensten uit te wisselen, et cetera. Het voelt logisch dat naarmate de activiteit en het vertrouwen in het netwerk toeneemt, netwerken behoefte krijgen (toe zijn) aan de functionaliteit op het volgende niveau.

- 3
- Elinor Ostrom was een Amerikaans politieke wetenschapper. Zie: en.wikipedia.org/wiki/Elinor_Ostrom.
- 4
- Peerby is een online platform om spullen te lenen van mensen in je buurt. Zie: peerby.com/nl.
- 5
- Google Docs is een online tekstverwerkingsprogramma van Google.
- 6
- De ontwerpen voor het tunneltje zijn te zien op www.tunneltje.openstadsdeel.nl.

Een proeftuin met potentie

Kenmerkend aan bottom-up-netwerken en hun online platformen is dat beide los staan van traditionele structuren en bestaande instituties. Ze ontwikkelen zich in een vrije en open omgeving. Dat is een omgeving waarin het ontwerp van het online platform, net als de organisatie van het netwerk, kan worden toegesneden op het beoogde resultaat: de mate waarin de gebruikers ervaren dat hun netwerkactiviteit wordt ondersteund en bijdraagt aan het realiseren van de individuele en gezamenlijke doelen. Behalve een integraal karakter hebben online buurtplatforms dus een vrije en open ontwerpomgeving met duidelijke doelen.

Regelmatig hoorde ik dat maatschappelijke en democratische vernieuwing in lokale netwerken niet zinvol zou zijn, omdat het lokale niveau zich altijd moet voegen naar op hogere schaalniveaus genomen besluiten. De argumentatie luidde dan bijvoorbeeld als volgt: ‘Het is vanuit regionaal perspectief nu eenmaal het best dat die snelweg door jullie wijk gaat en er tegen zijn is nimby-gedrag.’ Een dergelijke redenering voelde altijd onrechtvaardig, zonder dat ik de vinger er goed op kon leggen. Ik was dan ook blij verrast toen ik op het werk van Elinor Ostrom³ stuitte. In haar Nobelprijswinnende onderzoek toont ze aan dat lokale gemeenschappen goed in staat zijn om zorg te dragen voor de *commons*: de gemeenschappelijke cultuur en bronnen. Nog relevanter is haar achtste principe voor *managing the commons*: ‘Build responsibility for governing the common resource in nested tiers from the lowest level up to the entire interconnected system.’ Organiseer de gelaagdheid dus niet van boven naar onder, maar van onder naar boven. Dit is het type inzicht waar online start-ups hun disruptieve services door laten inspireren. Het zet de wereld op zijn kop. Het maakte voor mij duidelijk dat maatschappelijke vernieuwing die zich ontwikkelt van een kleine naar een grote schaal in principe verstandig en kansrijk is.

Lokale netwerken en hun online platformen zijn als maatschappelijk gedreven en autonoom groeiende beweging dus een interessante proeftuin. Ook het integrale karakter en het feit dat er sprake is van een vrije en open ontwerpomgeving dragen hieraan bij. Tenslotte maakt de relatief kleine schaal de proeftuin extra interessant. Ik heb de indruk gekregen dat er bij maatschappelijke vernieuwing veel behoefte is aan een menselijke maat en wellicht kunnen daar schaalbare concepten uit ontstaan – zoals Ostrom suggereert. Maar wat gebeurt er nu allemaal in die proeftuin in Amsterdam?

De status van de proeftuin

Het overgrote deel vande Amsterdamse proeftuin bestaat uit lokale netwerken die houtje-touwtje met online buurtplatformen experimenteren. Ze doen dat – hoewel soms op projectbasis gesubsidieerd door de gemeente – overwegend onafhankelijk van instituties. Gemeten naar niveaus, zijn de meeste online buurtnetwerken op het eerste en tweede niveau actief (verhalen en contactinformatie delen). Ik heb het niet onderzocht, maar het lijkt aannemelijk dat een deel van de netwerken ook op het derde en vierde niveau actief zijn (middelen en projecten delen) en daar vooral gespecialiseerde deeleconomie-platformen en productiviteitstools voor inzetten. Denk aan Peerby⁴ en Google Docs⁵. Op het vijfde niveau (het delen van prioriteiten) wordt het vanuit het oogpunt van maatschappelijke vernieuwing spannend. Als leden van een netwerk in een buurt keuzes willen maken bij schaarste, of bij uiteenlopende belangen, komt de schurende verhouding tot de systeemwereld namelijk vanzelf in beeld. Mensen realiseren zich dan opeens dat ze als netwerk wel iets kunnen willen, maar dat er al een overheid bestaat die op basis van democratische processen zorgt voor besluiten over misschien wel precies dezelfde keuzes. Hier komen twee belangen bij elkaar. De lokale overheid wil – in het meest gunstige geval – participatie stimuleren en de democratie vernieuwen door ‘naar de burger te luisteren’. Mensen in de netwerken – de ‘burgers’ zelf dus – willen die democratie vaak ook vernieuwen maar ervaren dat als een logische consequentie van hun netwerkactiviteiten.

De afgelopen jaren zijn in Amsterdam her en der experimenten ontstaan waar ook online platformen bij worden ingezet. Zo hebben in Amsterdam-West⁶ mensen online over het ontwerp van een fietstunnel gestemd, wordt op IJburg geëxperimenteerd met online gebiedsplannen, besluiten bewoners in de Tilanusstraat in Oost online over het al dan niet kappen van bomen en wordt in Centrum-Zuid overwogen een online platform in te gaan zetten voor op *consent*⁷ gebaseerde besluitvorming over de

inrichting van een pleintje. Tot nu toe zijn dat losse experimenten die door stadsdelen worden georganiseerd, zonder langetermijnplan of structureel ingericht lerend proces. Dit past bij de prille, kwetsbare situatie die je ook bij de netwerken en hun gebruik van online platformen aantreft. Moeilijke vragen over de experimenten – bijvoorbeeld over inclusie, representatie of privacy – kunnen als gevolg vaak niet goed beantwoord worden. Uit recente gesprekken met ambtenaren en bestuurders krijg ik de indruk dat het besef begint door te dringen dat een volgende stap nodig is.

Eigenaarschap als sleutelbegrip

Om wie gaat het als we het hebben over leden van online buurtnetwerken? Zoals eerder aangegeven worden deze mensen gedreven door een gevoel van verantwoordelijkheid voor hun fysieke en sociale omgeving. Ze eigenen zich hun omgeving toe. Dat is bij bestaande, generieke online platformen die de meeste mensen gebruiken – zoals Facebook – onmogelijk. De afstand tussen gebruiker en eigenaar van het netwerk kan in die gevallen nauwelijks groter zijn. De wereld van online platformen wordt gedomineerd door vijf grote bedrijven: Alphabet, Facebook, Apple, Amazon en Microsoft⁸. Aan hen refereer ik als ik het over Silicon Valley heb. Via enorme investeringen, onzichtbare datastromen en login diensten hebben ze een dominante positie opgebouwd. Ze zijn in feite poortwachters van een online platform-ecosysteem⁹. De bedrijven dragen alleen verantwoordelijkheid af aan aandeelhouders. Hun strategie is gericht op marktdominantie en winstmaximalisatie. Het zijn extreme exponenten van het neoliberalisme waar de lokale netwerken een alternatief voor willen zijn.

Deze tegenstelling kwam scherp aan het licht toen de Amerikaanse burgerparticipatie-startup Nextdoor begin 2016 de Nederlandse markt betrad. Amsterdam zou als springplank dienen voor verdere uitrol over het land. Nextdoor past in de categorie buurtplatformen die ik heb onderzocht. Het is een goed werkend platform, waar lokale netwerken ongetwijfeld veel baat bij kunnen hebben. Het is daarnaast een typische Silicon Valley-speler, waarin 200 miljoen dollar is geïnvesteerd en dat inmiddels op 1 miljard dollar is gewaardeerd, niet gek voor een bedrijf dat eind 2011 is opgericht. Gebruik van het platform is gratis, maar die investering moet natuurlijk terugverdiend worden. Er ontstond dan ook een kritische discussie binnen (en tussen) een aantal meer geëngageerde netwerken in de stad. Veel mensen vonden de bedoelingen van de nieuwkomer onecht. Hoe kan je nu zeggen dat je er bent om buurten te versterken, terwijl het je doel is om uiteindelijk juist geld aan die buurten te onttrekken en weg te sluizen naar de Amerikaanse aandeelhouders? Critici verwezen naar verdienmodellen van eerste online-succesnummers als Facebook. Dat verdient aan iedere Nederlandse gebruiker jaarlijks inmiddels gemiddeld zestien euro¹⁰. Die argwaan leidde tot de logische gedachte zelf platformen te ontwikkelen en op die manier het geld dat verdiend wordt te laten terugvloeien naar de lokale gemeenschap. Bij wijze van bijdrage aan de circulaire economie, een gedachtengang die goed past bij andere overtuigingen en doelen van de lokale bottom-up-netwerken.

Platform cooperativism

Kort en goed: ik ging me realiseren hoe belangrijk het is om eigenaarschap mee te wegen in een discussie over de waarde van online platformen – breder zelfs: van alle goederen en diensten die we in ons dagelijks leven gebruiken. Juist op dat belangrijke thema bleek rond het begrip *commons* – waar ik via Elinor Ostrom op was gestuit – een groeiende beweging actief te zijn. De aanhangers van deze commons-beweging vinden elkaar in een kritische analyse van het kapitalisme en het neoliberalisme, met name rond excessen op het gebied van *commodificatie* (het proces waarbij steeds meer aspecten van het menselijk handelen en de resultaten daarvan worden uitgedrukt in een geldwaarde in plaats van de intrinsieke of inherente waarde), privatisering en onteigening. Naast Elinor Ostrom bleek ook Saskia Sassen¹¹ – beroemd geworden door haar studie naar de effecten van globalisering op de leefbaarheid van steden – een belangrijke inspirator.

De commons-beweging houdt zich bezig met de vraag hoe mensen samen op een democratische manier vorm kunnen geven aan hun directe omgeving en zo kunnen voorzien in fundamentele levensbehoeften. Ook de vraag hoe gemeenschappen een rol kunnen spelen in de sociale en ecologische verduurzaming van onze economie, wordt gesteld. Ik realiseerde me dat dit precies de vragen zijn die mij bezighouden, met de kanttekening dat ik me specifiek richt op de rol van online platformen. Ik vond dan ook bovenal aansluiting bij Michel Bauwens, Geert Lovink en Marleen Stikker. Deze

7

‘Het consentbeginsel is het basisprincipe van de besluitvorming binnen de sociocratie. Het houdt in dat een besluit genomen is, wanneer geen van de aanwezigen beargumenteerd en overtuigend bezwaar heeft tegen het nemen van het besluit.’ Bron: <https://nl.wikipedia.org/wiki/Consentbeginsel>.

8

De vijf bedrijven zijn bekend onder de acroniemen GAFA (zonder Microsoft en Google in plaats van Alphabet) en later AFAAM. Er wordt ook aan hen gerefereerd als big five (<https://fd.nl/economie-politiek/1168990/blog-silicon-valley>) en frightful 5 (Tech's 'Frightful 5' Will Dominate Digital Life for Foreseeable Future. Farhad Manjoo, The New York Times, 20 januari 2016).

9

‘...Deze metafoer legt enerzijds nadruk op de grote verwevenheid en wederzijdse verstrengeling van alle onlineplatformen door gedeelde mechanismen... Anderzijds kenmerkt het ecosysteem zich door een sterke hiërarchie van platformen. De infrastructuur van de platformen is geen level playing field...’ (De platformsamenvatting. Strijd om publieke waarden in een online wereld. José van Dijk, Thomas Poell en Martijn de Waal. Amsterdam University Press, 2016).

10

Zie: <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/03/01/zo-verdiend-facebook-geld-aan-gebruikers-1592441-a715864>.

11

Zie: https://en.wikipedia.org/wiki/Saskia_Sassen.

14 Voorbeelden van platform-coöperaties staan op <http://platformcoop.net/>.

12 Zie: <https://p2pfoundation.net/>.

15 De Nederlandse vertaling staat op de website van het Citizen Data Lab: <http://www.citizendatalab.org/>.

13 De bijeenkomst vond plaats bij Waag Society in Amsterdam, op 22 februari 2016.

publicisten en onderzoekers delen het gedachtegoed van de commons-beweging, maar betrekken daarbij de inzet van technologie. Bovendien beperken ze zich niet tot onderzoek en analyses, maar inspireren ze ook met concrete visies en oplossingen. Michel Bauwens gaat daarbij met zijn Foundation for Peer-to-Peer Alternatives misschien wel het verst. Zijn Wiki-platform¹² biedt toegang tot een indrukwekkende hoeveelheid peer-to-peer-netwerken over de hele wereld, en biedt een overzicht van de lessen die daar geleerd worden. Tijdens een door Waag Society georganiseerde ontmoeting¹³, ten tijde van de lancering van Nextdoor, noteerde ik dit citaat uit zijn mond: 'Waarom richten we als samenleving geen digitale coöperatie op die een alternatief voor Facebook ontwikkelt?' Op dat moment drong tot me door dat dit een reëel scenario is.

In maart 2016 ontmoette ik bij The New School for Social Research in New York Trebor Scholz, die enkele maanden eerder de term *platform cooperativism* had gemunt en een gelijknamige zeer succesvolle bijeenkomst had georganiseerd. Scholz' brede maatschappelijke probleemanalyse komt sterk overeen met die van de commons-beweging. Hij richt zich echter vooral op de machtsconcentratie bij de dominante spelers in de platformeconomie, zoals Google en Facebook, maar ook Airbnb en Uber. Verwijzend naar de manier waarop ze zich vaak buiten de wet plaatsen en de rechten van werkenden met voeten treden, typeert hij ze als 'capitalism on steroids'. Tegenover dit *platform capitalism* (platformkapitalisme) plaatst Scholz platform cooperativism (platformcoöperatie) en laat zien dat er in de meeste domeinen – transport, journalistiek, marktplaatsen, muziek, fotografie, et cetera¹⁴ – voorbeelden van alternatieve online platformen in coöperatief eigendom ontstaan. Scholz' wordt inmiddels in allerlei landen gevraagd over platform cooperativism te spreken en de gelijknamige publicatie wordt volop vertaald¹⁵. Ook hier ontstaat dus een beweging. Je zou het ook een stroming binnen de commons-beweging kunnen noemen.

De betekenis van ontwerpkeuzes

Er gebeurde veel begin 2016: in januari van dat jaar werd ook de coöperatie Gebiedonline opgericht. Gebiedonline is een online buurtplatform dat is ontwikkeld op basis van het succesvolle buurtplatform HalloIJburg, uit de wijk IJburg aan de Oostkant van de hoofdstad. Als mede-initiatiefnemer en later voorzitter van de coöperatie mocht ik een weliswaar faciliterende, maar toch centrale rol spelen in de samenwerking tussen de leden van de coöperatie. Leden die allemaal lokale netwerken vertegenwoordigen en niet alleen voor het platform kozen vanwege de functionele mogelijkheden, maar ook vanwege de maatschappelijke doelstellingen en het coöperatieve model. De coöperatie is gericht op het steeds beter en breder toegankelijk maken van het platform. Dit betekent dat de leden doorlopend (online) en één keer per maand 'in real life' (in de ledenraadvergadering) bespreken hoe het platform de netwerken beter kan ondersteunen en daar keuzes over maken. Het implementeren van de ontwerpkeuzes is uitbesteed aan CrossmarX (het bedrijf van IJburg-bewoner Michel Vogler, de man achter HalloIJburg).

Wat in dit proces duidelijk werd is dat ontwerpkeuzes bepalend zijn voor het gedrag van mensen op een online platform. De leden hebben bijvoorbeeld ervaren dat als iedereen op het platform met naam en toenaam bekend is (een ontwerpkeuze) er geen grove taal wordt gebedrukt. Achter dit eenvoudige voorbeeld gaat een cruciaal inzicht schuil: technologie is neutraal, maar het ontwerp van de toepassing niet. Mensen hebben een empathische en een agressieve kant. Het ontwerp van de toepassing bepaalt welk gedrag van mensen toegelaten of zelfs gestimuleerd wordt en welk gedrag ontmoedigd of zelfs helemaal uitgebannen. Een dergelijk ontwerp wordt gestuurd door het doel dat de eigenaar met het platform heeft. Als het doel is inkomsten te genereren uit gerichte advertenties, heb je belang bij zoveel mogelijk bereik en zoveel mogelijk gebruikersdata. Dan kan het nuttig zijn ook 'agressief' gedrag te stimuleren, zoals grove, niet te controleren uitspraken, die veel commotie losmaken. Als het doel is mensen samen op een democratische manier vorm te laten geven aan hun directe omgeving en te voorzien in fundamentele levensbehoeften – wat de commons-beweging nastreeft – , welk gedrag zou het ontwerp dan moeten ondersteunen? Het antwoord is dat we het niet weten, omdat we er als maatschappij nog niet voor hebben gekozen om vanuit maatschappelijke doelen onze eigen online platformen te ontwerpen.

Het ontwerp van technologische toepassingen is dus sterk medebepalend voor wat

wij met die technologie doen; voor ons gedrag. Daarom is het belangrijk dat we de ontwerpkeuzes van de online platformen die we gebruiken op zijn minst kunnen begrijpen. Helaas is het duidelijk: dat kunnen we niet. De belangrijkste ontwerpkeuzes van de Silicon Valley platformen (bijvoorbeeld over wie welke informatie in Google gepresenteerd krijgt) zijn vervat in logaritmes die bijzonder ingewikkeld en bovendien vaak bedrijfsgeheim zijn. Het internet en de online platformen die daar bestaan vormen met elkaar een virtuele wereld waarin ons leven zich voor een steeds groter deel afspeelt. In deze wereld vormen logaritmes de wet. Een wet die wij niet kennen en buiten het democratisch proces wordt geschreven¹⁶. Dit is niet een ontwikkeling die zich vanzelf ten goede keert. Filosoof Bruno Latour zegt er het volgende over: 'Als een machine efficiënt loopt [...] dan hoeft men zich alleen te richten op de input en de output en niet meer op zijn interne complexiteit. Dus, paradoxaal genoeg, hoe meer succes wetenschap en technologie boeken, hoe ondoorzichtiger en obscuurder ze worden'¹⁷. Google en Facebook beheersen inmiddels zestig procent van de mondiale online advertentiemarkt¹⁸. Over een efficiënt lopende machine gesproken.

De verantwoordelijkheid van de overheid

Eind 2016 komt het boek *De platformsamenleving*¹⁹ uit, geschreven door José van Dijck, Thomas Poell en Martijn de Waal. Het stelt en onderbouwt helder dat we in een platformsamenleving leven en dat de eerder genoemde vijf bedrijven uit Silicon Valley in dit platform-ecosysteem de dienst uitmaken. De auteurs maken ook duidelijk dat online platformen niet alleen disruptief zijn in markten maar ook belangrijke aanjagers kunnen zijn voor de vernieuwing van democratische samenlevingen. Analyses van de sectoren vervoer, journalistiek en onderwijs laten zien hoe instituties die onze maatschappelijke en democratische waarden verankeren en vormgeven worden omzeild en ontregeld.

Platformen als Lyft en Uber krijgen bijvoorbeeld een steeds grotere rol als bemiddelaars tussen vraag en aanbod op de personentransport-markt. Ze werken met reputatiesystemen voor chauffeurs, die echter niet de arbeidsrechtelijke bescherming genieten van een 'normale' werkgever: beide platformen zijn slechts bemiddelaar en onderhouden geen arbeidsrelatie met de bij hun aangesloten chauffeurs. Er is geen traditionele arbeidsrechtelijke bescherming voor chauffeurs tegen eventuele willekeur van deze nieuwe niet-democratische instituties. In het onderwijs ontwikkelen online platformen (onder andere via Moocs²⁰) steeds meer macht met betrekking tot het aansturen en exploiteren van onderwijs dat uit algemene middelen wordt gefinancierd. De traditionele journalistiek wordt door professionele waarden gestuurd. Nu Facebook in toenemende mate een spilfunctie inneemt in de wereldwijde nieuwsvoorziening, staan die waarden (onder meer hoor-en-wederhoor en het bevestigd krijgen van een lezing van feiten bij minstens twee bronnen die onafhankelijk zijn van elkaar) onder druk. Facebooks eigen logaritmes bepalen in hoge mate - en gestuurd door commercie - wie welk nieuws krijgt gepresenteerd en de recente onrust over de grote mate van 'fake news' op online platformen als Facebook, duidt op het genoemde tekortschieten.

Tenslotte gaan de auteurs in op de verantwoordelijkheid en de rol van de overheid bij de organisatie van de platformsamenleving. Dan blijkt hoe ingewikkeld de situatie voor de overheid is. Het platformecosysteem zelf is bijzonder complex en platformen doorkruisen daarbij ook nog traditionele sectoren en maatschappelijke domeinen. Het is voor een overheid moeilijk te bepalen hoe allerlei rollen die zij in de platformsamenleving speelt en zou kunnen spelen zich tot elkaar verhouden: bondgenoot en controleur, regulator en ontwikkelaar, hoeder van democratie en ondernemer. Ga er maar aanstaan. Toch is de conclusie duidelijk: de overheid is eindverantwoordelijk voor de uiteindelijke vormgeving van de platformsamenleving, zij moet de burgers in staat stellen in vrijheid keuzes te blijven maken.

Is het aannemelijk dat de politiek deze verantwoordelijkheid krachtig oppakt? Wie afgaat op recent beleid²¹ en de verkiezingsprogramma's van - Nederlandse - politieke partijen²² moet die kans klein inschatten. De partijen lijken zich, met uitzondering van de Piratenpartij, niet bewust van de (bijna) monopoliepositie die Silicon Valley in het online platformecosysteem heeft. Veelzeggend is de beperkte politieke discussie over privacy versus veiligheid. Mensen laten op de online platformen en via de apparaten die ze gebruiken doorlopend een dataspoor achter. Er ontstaat zo iets dat wel 'een grote zwarte doos' wordt genoemd²³: persoonlijke, versleutelde en niet meer eenvoudig

16

In zijn beroemde artikel *Code is Law* (Code Is Law. On Liberty in Cyberspace, van Lawrence Lessig, 2000) schrijft Harvard professor Lawrence Lessig over wat er kan gebeuren als we niet ingrijpen: 'Unless we do, or unless we learn how, the relevance of our constitutional tradition will fade. The importance of our commitment to fundamental values, through a self-consciously enacted constitution, will fade. We will miss the threat that this age presents to the liberties and values that we have inherited. The law of cyberspace will be how cyberspace codes it, but we will have lost our role in setting that law.'

17

Met dank aan: Je hebt wél iets te verbergen. Over het levensbelang van privacy. Maurits Martijn en Dimitri Tokmetzis. De Correspondent, 2016.

18

Zie: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-04-22/google-and-facebook-lead-digital-ad-industry-to-revenue-record>. Voor een analyse van de wereldwijde reclamebestedingen onder meer <http://www.pwc.com/us/industry/entertainment-media/publications/global-entertainment-media-outlook/internet-advertising.html>.

19

De platformsamenleving. Strijd om publieke waarden in een online wereld. José van Dijck, Thomas Poell en Martijn de Waal. Amsterdam University Press, 2016.

20

Massive Open Online Course. Zie: https://nl.wikipedia.org/wiki/Massive_open_online_course.

21

Geheime diensten kunnen straks ruimer tappen; een kamermeerderheid is voor. Remco Meijer. Volkskrant, 8 februari 2017.

22

Zie: <https://www.bright.nl/nieuws/dit-staat-er-over-tech-de-verkiezingsprogramma's>.

24

Alleen Facebook heeft begin 2017 wereldwijd al 1,8 miljard gebruikers. Zie: <http://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-cijfers-anno-2017>.

23

The Black Box Society. The Secret Algorithms That Control Money and Information. Frank Pasquale. Harvard University Press, 2015.

25

Officieel de Nationaal Commissaris Digitale Overheid (NCDO). Zie: <https://www.digicommissaris.nl/>.

te traceren informatie, die zowel door Silicon Valley als door overheden kan worden gebruikt om mensen te controleren en tot – vanuit deze instituties bezien – wenselijk gedrag aan te zetten. Gebruikers hebben geen idee welke informatie over hen in die zwarte doos is opgeslagen, wat daar allemaal mee gebeurt en hoe lek de doos is.

De situatie is paradoxaal. Burgers voelen zich in de huidige mondiale dynamiek steeds onveilig maar geven op online platformen wel klakkeloos hun privacy op. De politiek gaat daar het gesprek niet over aan maar probeert burgers gerust te stellen door opsporings- en veiligheidsdiensten ook steeds meer data over burgers te laten verzamelen. Waardoor de zwarte doos alleen maar groeit. Deze ontwikkeling wordt glashelder beschreven in *Je hebt wél iets te verbergen*. De auteurs van dat boek concluderen: 'Informatie- en kennisongelijkheid is machtsongelijkheid. Op individueel niveau kunnen daarvan de gevolgen groot zijn. Maar niet alleen op individueel niveau: deze machtsongelijkheid heeft de potentie om de maatschappij te ontwrichten. Fundamentele waarden als het non-discriminatiebeginsel, de onschuldpresumptie en solidariteit kunnen erdoor onder druk komen te staan.'

Mogen we verwachten dat de politiek de complexe realiteit van deze grote ontwikkelingen onder ogen komt en zich sterk gaat maken voor het openbreken van het systeem? Dat is niet waarschijnlijk. Het huidige online platformecosysteem is met miljarden²⁴ gebruikers enorm populair. Politieke macht wordt vooral gedreven door cijfers en de korte termijn. Bovendien groeit het populisme. Een kritisch verhaal over de duistere kanten van dit online platformecosysteem is ingewikkeld en je maakt je er niet geliefd mee. Met kritiek op Twitter mag je direct het verwijt verwachten conservatief te zijn en mensen monddood te willen maken. Het voor een politicus aantrekkelijker zich sterk te maken voor gunstige vestigingsvoorwaarden voor Google, want Google 'is cool en gratis en zorgt voor werkgelegenheid'. De digicommissaris²⁵ die Den Haag heeft aangesteld is als aanjager van beleidsontwikkeling en vernieuwing niet erg zichtbaar.

Samengevat komt de politiek niet wezenlijk onder ogen dat de maatschappij als netwerksamenleving functioneert, is ze zich niet bewust van de werking van het platform-ecosysteem en ziet ze de noodzaak, noch de kans om de democratie structureel met behulp van online platformen te vernieuwen. De situatie zit kortom behoorlijk op slot.

Inmiddels ben ik twee jaar bezig met mijn onderzoek naar online platformen in een maatschappelijke context. De kritische blik die ik wilde ontwikkelen heeft zich inderdaad gevormd. Ik ben wakker geschud en hoop dat dit voor de lezer van deze notitie ook geldt – voor zover dat nodig was.

Is de situatie hopeloos? Nee. Er zijn interventies denkbaar die voor doorbraken kunnen zorgen rond twee belangrijke vragen die ook de auteurs van *De platformsamenleving* hebben geformuleerd: Hoe kan de overheid verantwoordelijkheid nemen voor de vormgeving van de platformsamenleving? En hoe kan zij burgers in staat stellen in vrijheid keuzes te blijven maken?

Ik deel in het slotgedeelte van mijn notitie een aantal ideeën over mogelijke interventies. Hier zal uit blijken dat de overheid in mijn beleving een bijzondere verantwoordelijkheid heeft, maar dat voor een oplossing de hele gemeenschap aan zet is. Deze publicatie heet niet voor niets *Onze online platformen*.

Tegenaanval als strategie

Hier geldt als stelling: Silicon Valley valt de democratie aan. De online platformen uit het bekende gebied rond Los Angeles omzeilen en ontregelen immers instituties waar we onze democratie in hebben geborgd. Ze delen de macht over een gesloten online platform-ecosysteem dat niet democratisch controleerbaar is. Het doel van de oligopolie is duidelijk: de macht steeds verder uitbreiden en steeds hoger financieel rendement halen via hun in essentie extractieve model²⁶. Deze ontwikkeling keert zonder krachtige reactie niet vanzelf ten goede. Voor politici – ook in ons land – lijkt een tegenaanval dan ook een logischer keuze dan verdedigen. De overheid vervult in relatie tot het online platformecosysteem de rol van gebruiker, regulator en ontwikkelaar. Als regulator ben je een verdediger. Als ontwikkelaar en gebruiker kun je een alternatief maken en daarmee een tegenaanval inzetten. Dit is om verschillende redenen niet een voordehandliggende politieke keuze.

Ten eerste omdat de overheid rond ICT-projecten een belabberde reputatie heeft. De politiek blijft het liefst ver uit de buurt van projecten die ook maar naar ICT-ontwikkeling ruiken. De overheid kan zichzelf echter van haar vaste leveranciers ontdoen en onderzoeken hoe organisaties die wel succesvol zijn met grote ICT-projecten het aanpakken (denk aan user-centered design en agile software-ontwikkeling). De overheid heeft overigens wel een alternatief voor het zelf ontwikkelen van online omgevingen. Ze kan ook verlicht opdrachtgeverschap ontwikkelen en vervolgens als partner in projecten gaan deelnemen. Deze logische vernieuwingen zijn nog niet goed uitgetest. Kortom, dit punt is oplosbaar. Een andere reden waarom waarom de overheid niet snel online platformen zal ontwikkelen is puur politiek van aard. Liberale partijen vinden dat de ontwikkeling van online platformen per definitie aan de markt dient te worden overgelaten. Omdat de bedrijven uit Silicon Valley een oligopolie vormen is echter geen sprake van een vrije marktsituatie. Het marktfalen rechtvaardigt een krachtige overheidsinterventie, juist om keuzevrijheid te herstellen. Een derde reden tenslotte is dat het online platformecosysteem een mondiaal samenhangend systeem is, waar je je op nationaal niveau niet aan zou kunnen onttrekken. Het gaat bij deze reden om niet in actie te komen dus niet over de rol van de overheid, maar om de vraag of er überhaupt nog een kans is voor een alternatief. Het klopt, dit is een complexe uitdaging. Silicon Valley is niet alleen grootgrondbezitter maar ook poortwachter. Zolang Google je kan vinden verdient Google aan je. Alleen al op morele gronden kan dit echter geen reden zijn de status quo te accepteren. Het lijkt me eerder een inzicht dat de noodzaak van een alternatief onderstreept.

Er zijn ook drie redenen om als overheid juist wel met een alternatief een tegenaanval in te zetten. De eerste is dat de democratie daadwerkelijk onder vuur ligt. Terwijl we ons als maatschappij langzaam van de misschien wel onherstelbare mondiale effecten van het neoliberalisme bewust worden²⁷ laten we het ‘capitalism on steroids’ (Silicon Valley volgens Scholz²⁸) vrolijk doordenderen. De studie *De platformsamenvleving* vindt er geen doekjes om: de overheid is aan zet en langer wachten zal succesvol ingrijpen alleen maar moeilijker maken.

De tweede reden gaat over eigendom – eerder door mij geschetst als essentiële factor om initiatieven die zeggen de democratie te helpen, op waarde te schatten. Online platformen conformeren zich zoals alle technologie aan een wetmatigheid: het doel bepaalt het ontwerp en het ontwerp het gedrag van de gebruikers. Daarom dient het hoogste doel van de platformen die bepalend zijn voor onze maatschappelijke en democratische organisatie volstrekt helder te zijn: het publieke belang dienen. Platformen horen verantwoording af te leggen aan de gemeenschap en niet aan de aandeelhouders. De overheid heeft daarom de taak te zorgen dat het eigenaarschap van aandeelhouders naar de gemeenschap verschuift.

De derde reden om een tegenaanval in te zetten is dat we het kunnen. Nederland heeft een sterke en eigenwijze cultuur van creativiteit, ontwerpers en ingenieurs. Het onderzoek naar en de kritiek op de maatschappelijke betekenis van digitalisering is goed ontwikkeld en op internationale netwerken aangesloten²⁹. Er is steeds meer aandacht voor democratische vernieuwing³⁰ en er is een groeiende bottom-up-beweging die zich online organiseert. Het ontbreekt niet aan kennis of competenties rond dit thema om aan de slag te gaan. De ontwikkeling stopt doordat stromingen die van verschillende kanten komen aanvliegen nog niet bij elkaar komen. Ze vormen gezamenlijk nog geen vuist. Het is nu aan de verantwoordelijken, de leiders binnen de overheid, om deze energie te verbinden en te richten.

26

Een extractief model: Een deel of een groot deel van de rekeningen van de economische prestaties van burgers wordt afgeroomd door de heersende klasse.

27

Neoliberalism – the ideology at the root of all our problems. Zie: <https://www.theguardian.com/books/2016/apr/15/neoliberalism-ideology-problem-george-monbiot>.

28

Platformcoöperatie. Alternatieven voor de commerciële deeleconomie. Trebor Scholz. Hogeschool van Amsterdam, 2016.

29

Zie bijvoorbeeld het werk van de al eerder aangehaalde Geert Lovink en de betrokkenheid van Waag Society bij het EU project Digital Social Innovation: <https://digitalsocial.eu/>.

30

Het BZK/VNG-programma (2015-2017) is een belangrijke aanjager van (lokale) democratische experimenten. Zie: <http://democraticchallenge.nl/nieuwsoverzicht-artikelen/>.

- 35

Participatory-design is een ontwerpbenadering die de betrokkenheid van alle stakeholders in het ontwerpproces centraal stelt. Zie: https://en.wikipedia.org/wiki/Participatory_design.
- 34

Een goede introductie van architect, onderzoeker, ontwerper en uitvinder Buckminster Fuller staat op Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Buckminster_Fuller.
- 33

De nieuwe Master Digital Design van de HvA: <http://www.masterdigitaldesign.com/>.
- 31

Denk aan start-ups zoals Ayden, Blendl, de Correspondent, WeTransfer en Bunq, en aan succesvolle 'accelerators' of 'start-up ecosystemen' zoals Rockstart, Startupbootcamp, StartUpDelta en StartupAmsterdam.
- 32

Van oorsprong Nederlandse digital design bureaus zoals Achtung, DigitasLbI (voorheen Lost Boys), Fabrique, Mirabeau, MediaMonks en Momkai maken internationaal furor.

Ontwerpers aan zet

Er bestaan inmiddels honderden, zo niet duizenden online platformen die lokaal zijn georganiseerd en bottom-up groeien. Maar 'onze' online platformen - zoals bedoeld in de titel van mijn notitie - bestaan nog niet of hooguit in embryonale vorm. Ze moeten nog ontworpen worden. Niet alleen de applicaties, maar ook de architecturen en de onderliggende principes. Daarom zijn ontwerpers een cruciale groep binnen de te smeden coalities. We hebben in Nederland een bijzonder vitale ontwerpcultuur en gemeenschap. Ik doel daarbij niet alleen op de reputatie van de Deltawerken en Dutch Design, maar bijvoorbeeld ook op de snel groeiende start-up-beweging³¹. De beweging dankt haar succes aan het vermogen concrete fricties in het leven van mensen te identificeren, om deze vervolgens met aantrekkelijk en gebruiksvriendelijk ontworpen online diensten 'weg te snijden'. Op het gebied van digital design en marketing timmeren gespecialiseerde Nederlandse bureaus internationaal ook stevig aan de weg³². Ze ontwerpen en ontwikkelen online platformen voor merken die daar wereldwijd hun geld mee verdienen.

Nederland is sterk in de verdieping en verbreding van het ontwerpvak. Vanuit centra in Amsterdam, Delft en Eindhoven ontwikkelen zich netwerken rond user experience design, design thinking, social design en circular design. Deze ontwerpbenaderingen zijn meer systeem- dan objectgericht. Het draait er vaak om de combinatie van maatschappelijke en economische waarde en de ontwerper zit er niet alleen aan het stuur. Het ontwerpproces wordt georganiseerd als co-creatieproces, waar uiteenlopende specialisten en stakeholders een rol in hebben. Parallel aan deze ontwikkelingen wordt ook steeds vaker de brug geslagen tussen ontwerp en onderzoek. De internationale Master Digital Design³³ van de HvA, die in september 2017 start, is een goed voorbeeld. Experts uit industrie, overheid en internationale onderzoekscentra gaan daar projectteams begeleiden rond complexe ontwerp vragen met maatschappelijke impact.

Door de systemische, holistische kijk op ontwerpen en de aansluiting bij (academisch) onderzoek kunnen de moderne ontwerpbenaderingen antwoorden bieden op moeilijke vragen over de platformsamenleving. Maar los van expertise en methodieken is ontwerpen bovenal een mentaliteit van durf en verbeelding. In de woorden van ontwerper Buckminster Fuller³⁴: 'In order to change an existing paradigm you do not struggle to try and change the problematic model. You create a new model and make the old one obsolete. That, in essence, is the higher service to which we are all being called.' Deze positieve, oplossingsgerichte mentaliteit is eigenlijk heel Nederlands. Hoeveel energie kan er wel niet vrijkomen als we het beste uit onze ontwerpgemeenschap loslaten op het ontwerpen van onze online platformen?

Een verhaal over 'hoe'

Vaststellen dat het nodig is onze eigen platformen te ontwikkelen is iets anders dan weten hoe we dat gaan doen. Het internet en het online platformecosysteem vormen een samenhangend systeem. Dat maakt de hoe-vraag erg complex. Ik heb me vaak afgevraagd of het niet naïef en arrogant is om iets op te schrijven dat ook maar enigszins op een advies lijkt. Aan de andere kant voelde het laf om geen poging te doen. Ik denk dat mijn twijfel ook te maken had met mijn verandering van rol. Tot twee jaar geleden was ik als strateeg gewend brutale voorstellen te doen. Nu ben ik ook onderzoeker en schurk ik tegen de wetenschap aan. Dat maakt een mens voorzichtig. Zijn er geen belangrijke aspecten die ik over het hoofd zie? Kan ik wel hard maken wat ik schrijf? Ik wendde me daarom tot ontwerptheorie. Participatory design³⁵ bleek inderdaad mooie inzichten te bieden over hoe onze online platformen ontwikkeld kunnen worden. Het eigenaarschap ligt bij de gemeenschap, er is sprake van krachtig faciliterend leiderschap, stakeholders nemen binnen veilige condities deel op basis van gelijkwaardigheid en men vindt elkaar in een co-creatieproces en rolverdeling. Dit zijn sterke vertrekpunten, maar ze leven niet en brachten me niet op ideeën. Misschien moest ik het allemaal maar loslaten. Twan, de redacteur die me hielp, zag een mooie parallel tussen de Silicon Valley platformen en het paard van Troje. Ik besloot me daar door te laten leiden.

Alleen is Troje in mijn versie van het verhaal - zeg: een moderne parabel - een grote provinciestad van een machtig rijk en schoof het paard ongemerkt naar binnen in de vorm van online platformen die door Silicon Valley gratis op de pleinen werden uitgedeeld. De burgers gingen de platformen meteen gebruiken, zich niet bewust van de geheime kelders onder de stad, die al snel vol stroomden met het dataspoor dat de burgers vanaf nu permanent achterlieten. Al die hoogstpersoonlijke data werd gebruikt om een schijnwereld te creëren waarin de burgers naar de winkels van Silicon Valley werden geleid. De andere kelders stroomden vol met het geld dat Silicon Valley zo verdiende. De burgers waren zich niet van die onder- en schijnwereld bewust en heel tevreden.

Toch ontstond op enig moment een vorm van verzet. Die begon bij een paar nieuwsgierige en bewuste inwoners van de stad die op onderzoek gingen en stuitten op die verborgen kelders. Ze begonnen de platformen te hacken, er pamfletten over te schrijven en aan de randen van de stad eigen platformen te maken. De oude burgemeester had zich ondertussen door Silicon Valley laten inpakken. Hij mocht stiekem in de informatie in de kelders rondneuzen om burgers die zich misschien wel eens slecht zouden gaan gedragen voor de zekerheid in het gevang te kunnen zetten. Dat leek de burgemeester goed voor zijn populariteit. De burgers waren immers erg op veiligheid gesteld. Dat er ook steeds meer hackers in de gevangenis zaten vond de burgemeester geen enorm groot probleem. Hij vond hun kritische gedoe maar vermoeiend. Toch hadden het hacken, de geschriften en die kleine eigen online platformen effect. Het bewustzijn en het verzet onder de burgers groeide. Met de verkiezing van een nieuwe burgemeester kwam er een doorbraak. Toen de oude burgemeester haar de kelders liet zien schrok ze zich dood. Ze beval Silicon Valley direct de stad te verlaten en zocht contact met het verzet. Door wat die haar vertelde schrok ze zich opnieuw een hoedje: de online platformen van de mensen waren op alle kelders onder alle steden aangesloten. Ze wist dat de meeste burgers in de schijnwereld vast zaten. Hoe kon ze de mensen wakker maken en de stad weer eerlijk en gezond? Toch ging ze direct aan de slag. Ze vroeg het verzet om samen met wakkere ambtenaren, winkeliers en burgers in de kelders bijeenkomsten te organiseren, om iedereen te laten zien wat daar was gebeurd. Ze vroeg ook de online platformen die het verzet hadden gevormd om samen met het stadsbestuur in alle openheid door te ontwikkelen.

De platforms zouden vanaf nu dienen om de burgers te laten ervaren dat online platformen geen schijnwereld hoeven te creëren, privacy kunnen respecteren en mensen kunnen helpen de stad op een eerlijke manier voor iedereen mooier te maken. Zelf trok ze het land in. Ze ging alle dorpen en steden langs, ontmoette andere wakkere burgemeesters en reisde met hen naar de hoofdstad. Daar aangekomen troffen ze een vertwijfelde koning aan. Hij had zojuist de kelders onder het paleis ontdekt. De koning liet zich troosten en kwam wat bij van de schrik. Daarna liepen de koning en de burgemeesters samen de trappen af, naar de kelders onder het paleis. Ze keken er rond en probeerden te begrijpen hoe het zover had kunnen komen. Sommige burgemeesters werden erg boos en er werd ook een traan gelaten. Daarna maakten de koning en de burgemeesters een plan.

Als eerste werden de bazen van Silicon Valley uitgenodigd. Ze kregen een pamflet dat de jonge burgemeester uit de stad waar dit verhaal mee begon had meegenomen. Het was geschreven door de leider van het verzet in haar stad en er stond op: 'Alle mensen zijn afhankelijk van het grote ecosysteem, alles wat daarin leeft is afhankelijk van elkaar en alle technologie is daaraan dienstbaar.' De koning gaf de bazen een week om te bedenken wat hiermee bedoeld kon worden en nog een week om duidelijk te maken hoe hun complete online platformecosysteem zou worden omgebouwd om te mogen blijven bestaan. De koning en alle burgemeesters keken de bazen vriendelijk maar ook wel streng aan. De bazen wisten wat hen te doen stond. Toen was het tijd voor de koning om de koninginnen en de koningen in de andere landen te gaan bezoeken. Hij voelde zich sterk en strijdbaar. De burgemeesters gingen terug naar hun dorpen en steden, allemaal met een kopie van het pamflet in hun tas. Ook de jonge burgemeester kwam weer thuis in haar stad. De groep van het verzet en wakkere stedelingen was flink gegroeid.

Toen iedereen in het statige raadhuis was bijeengekomen vertelde de burgemeester enthousiast over de andere steden, de koning, over de ontmoeting met de bazen en over het pamflet. De jongeman die het pamflet had geschreven begon te blozen. Na de bijeenkomst praatte de burgemeester nog wat met hem na. In de stad ging het de goede kant op - maar hoe zouden ze de koning blijvend kunnen helpen? Ze bedachten dat ze de platformen van Silicon Valley best nog even konden gebruiken om alle andere burgers op de wereld op de hoogte te brengen. Het was tenslotte geen saai avontuur. Terwijl ze zo aan de gang waren groeide er iets moois tussen de twee. Je begrijpt: eind goed, al goed.

36 Een praktische oplossing is de Internet-vrijheid Toolbox van Bits of Freedom: <https://toolbox.bof.nl/>.

37 In meer dan 1.500 steden vindt nu een democratische revolutie plaats – Rutger Bregman, De Correspondent, 8 feb. 2016. Zie: <https://decorrespondent.nl/3983/in-meer-dan-1-500-steden-vindt-nu-een-democratische-revolutie-plaats/153126435-3437f146>.

38 Het initiatief voor Fairbnb is al genomen. Zie: <http://waag.org/en/event/fairbnb-1-building-sustainable-short-stay-rental-platform>.

Een parabel, die wat mij betreft gaat over drie acties. Ten eerste is het belangrijk dat mensen zich bewust worden van wat er aan de hand is. Daar ga ik in de paragraaf marketing op in. Ten tweede is er behoefte aan een verzet en alternatieven. Zie: alternatieve online platformen. Tenslotte ga ik onder de kop infrastructuur in op het pamflet en hoe zich dat naar een open en eerlijk online platformecosysteem kan vertalen.

Idee 1: Marketing

Toen ik Trebor Scholz vroeg wat de Platform Cooperativism beweging nodig heeft om groot te worden zei hij één woord: ‘marketing’. Hij sloeg de spijker op zijn kop. Marketing heeft voor sommigen een negatieve bijklank vanwege de associatie met allerlei verleidingstrucs die marketeers gebruiken om mensen spullen te laten kopen en diensten te laten afnemen waar ze goed beschouwd geen behoefte aan hebben. Marketing gaat inderdaad vooral over verleiden, maar dat kan net zo goed op ideeën als op spullen betrekking hebben. Mensen gebruiken massaal en kritiekloos online platformen uit Silicon Valley. Het is belangrijk dat ze andere keuzes gaan maken, al dan niet nadat ze de keerzijde van Silicon Valley zijn gaan inzien. Daarom is marketing wel degelijk belangrijk.

Moderne marketing draait om influencers, content en coole alternatieven voor bestaande producten en diensten. Influencers zijn de rolmodellen van de massa’s. Mensen die online veel volgers hebben, waar doelgroepen zich dus mee identificeren en naar wie ze luisteren. Content slaat op de teksten, plaatjes en/of filmpjes die op online platformen ‘viraal kunnen gaan’ omdat ze mensen raken. Vanwege platte grappen of grofheden, maar ook omdat ze een diepere boodschap bevatten die mensen tot denken aanzet en aanleiding vormt voor positieve actie. Coole alternatieven zijn de alternatieve online platformen. Daar kom ik in de volgende sectie op terug. Het is van belang dat de marketing in dit geval – voor het doel dat ik schetste – een positieve toon heeft. Van al te zware boodschappen en doemdenken wenden mensen zich snel af. Geactiveerd worden heeft te maken met enthousiasme. Dat ontstaat als er positieve oplossingen mogelijk blijken die onderdeel vormen van een beweging waar je deel van uit kunt maken. Er is niets mis mee om de online platformen van Silicon Valley te gebruiken voor de marketing om hen te ontmantelen. Het is wel verstandig om privacy maatregelen te nemen³⁶. De volgende twee secties maken duidelijk wie in mijn beleving aan zet zijn om deze marketing op te pakken.

Idee 2: Alternatieve online platformen

Mijn onderzoek laat zien dat er een nieuwe categorie online platformen is ontstaan. Dit zijn online platformen van, voor en door lokale netwerken die mensen steeds slimmer en completer ondersteunen bij het samenwerken aan de fijnst mogelijke buurt voor iedereen die er woont of werkt. Niemand heeft de netwerken gevraagd deze platformen te gaan gebruiken en ontwikkelen. Ze willen en doen het zelf. Bij het gebruik van buurtplatformen lopen sociale processen en verbeteringsprojecten in potentie natuurlijk over in omgaan met schaarste in de wijk, moeilijke keuzes die kunnen ontstaat en dus democratie. Lokale netwerken voelen zich verantwoordelijk voor hun fysieke en sociale omgeving: het huizenblok, de straat of de wijk. Die geografisch afgebakende kleinschaligheid creëert een unieke context voor democratische vernieuwing. Vanuit de menselijke maat, directe relevantie, betrokkenheid en eigenaarschap. Niet voor niets vinden wereldwijd steeds meer experimenten rond de benodigde democratische vernieuwing plaats in steden en wijken³⁷.

Voor burgemeesters en wethouders ligt hier een grote verantwoordelijkheid – en een reusachtige kans. Zij hebben de positie om de kwetsbare netwerken met hun experimenten en online platformen naar een hoger plan te tillen. Niet door het over te nemen en met oude structuren te verstikken, maar door de betekenis te doorgronden en het natuurlijke, lokale en gedistribueerde karakter van de netwerkactiviteit te omarmen. Burgemeesters en hun collega-bestuurders kunnen coalities helpen vormen: vertegenwoordigers van de lokale netwerken, ontwerpers, start-ups, onderzoekers en ambtenaren met vernieuwingsdrang. Deze bonte coalities komen alleen onder veilige condities tot vruchtbare samenwerking, kritiek en creativiteit. Burgemeester kunnen die condities creëren. Net zoals ze kansrijke condities kunnen creëren voor lokale alternatieven voor platformen als Airbnb³⁸ en Uber. Smart city budget en technologie

wordt nu overwegend ingezet voor top-down besturing van steden. Lokale bestuurders kunnen ervoor zorgen dat ze de kennis, besluitvaardigheid en posities van individuen en lokale netwerken versterken³⁹. Veel bestuurders zijn nog steeds op zoek naar manieren om optimaal invulling kunnen geven aan de participatiesamenleving⁴⁰ en de taken die zij in het kader van de decentralisaties⁴¹ op hun bord hebben gekregen. Ze kunnen de bestaande lokale netwerken en hun online ondersteuning daar een centrale plaats in geven. Tenslotte kunnen bestuurders de nu versnipperde experimenten rond lokale democratische vernieuwing⁴² versterken met visieontwikkeling en een lange termijnplan.

Burgemeesters hebben de sleutel in handen. Zij kunnen ervoor kiezen de lokale netwerkactiviteit en ondersteuning door geavanceerde online platformen centraal te stellen bij de even belangrijke als complexe vragen waar steden zich voor gesteld zien. Vragen over de lokale (circulaire) economie, werkgelegenheid en bestrijding van armoede en radicalisering; over inclusie, sociale cohesie en het organiseren van zorg; over gezonde lucht, lokale energie en verduurzaming. Maar ook vragen over de samenhang tussen al deze thema's en het commons-model dat dan vanzelf in beeld komt. De netwerkactiviteit van stedelingen wordt steeds integraler via online platformen georganiseerd. Of we het willen of niet. Burgemeesters hebben de verantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat die online platformen de publieke belangen van de stad dienen. Dat gaat niet samen met het model van Silicon Valley. Die is er op gericht data (en dus geld) uit de lokale gemeenschappen weg te trekken – via democratisch oncontroleerbare mechanismen.

Wat zou bestuurders in lokale gemeenschappen (steden en dorpen maar ook bovengemeentelijke verbanden als Economic Boards en regio's) ervan kunnen weerhouden deze kans op te pakken? Geld misschien? Dat zou niet terecht zijn. Online platformen zijn in tegenstelling tot wat vaak gedacht wordt een efficiënte en daardoor goedkope manier om netwerkactiviteit te ondersteunen. Dat is waarmee Silicon Valley zo rijk is geworden. De technologie van Gebiedonline heeft in haar historie nog geen anderhalve ton gekost en wordt in alle Amsterdamse stadsdelen gebruikt. In potentie kunnen alle Amsterdammers ermee bediend worden⁴³. Als iedereen boven de achttien⁴⁴ in de stad ieder jaar een euro betaalt is er jaarlijks grofweg zesenhalve ton ontwikkelbudget. En dan hebben we het alleen over de kosten. Wat betreft mogelijke inkomsten: Facebook verdient aan de gemiddelde Nederlandse gebruiker jaarlijks zestien euro⁴⁵. Eerder stelde ik dat het onwenselijk is dat nieuwe bottom-up initiatieven op deze manier de waarde van de gebruikers 'uitponden' maar dat er inkomsten terugvloeien naar de gemeenschap is evident. Inspiratie voor eerlijke varianten van het 'Facebookmodel' is rijkelijk voorhanden, zie ondermeer het onderzoek van Bauwens en Scholz⁴⁶. Geld kan lokale bestuurders er niet van weerhouden de kans op te pakken. Misschien resteert alleen de barrière die ik bij grote bedrijven zo vaak tegenkwam en die ik bij gebrek aan een beter woord organisatiecultuur noem. Maar ik bedoel natuurlijk: gebrek aan kennis, urgentiebesef en durf.

Idee 3: Infrastructuur

Marketing en alternatieve online platformen zijn belangrijk, maar als opgave een peulenschilletje vergeleken de vraag hoe het online platformecosysteem (en dus uiteindelijk het internet zelf) een meer open en democratisch karakter kan krijgen. Het ontbreekt mij aan technische kennis om hier in detail iets over te kunnen zeggen, maar ik begrijp het elementaire probleem denk ik wel. Omdat de algoritmes van Silicon Valley op hun online platformen bepalen wat jij ziet en doet creëren ze macht en omdat de algoritmes bedrijfsgeheim zijn is er geen democratische controle. De macht dijt steeds verder uit omdat er sprake is van een feitelijk monopolie. Democratische controle wordt steeds moeilijker omdat de algoritmes (onder andere door kunstmatige intelligentie) steeds complexer en moeilijker te beheersen worden. Dit is de fuik waar we in zitten. Als Silicon Valley de instituties waar we onze democratische waarden in hebben geborgd niet zouden aanvallen zou er misschien nog geen probleem zijn. Dat doen ze echter wel en daarom worden we gedwongen de macht van Silicon Valley te beteugelen.

Ik zie daartoe – conceptueel gesproken – geen andere optie dan het afdwingen van een gelaagde architectuur. We hebben immers een scheidslijn nodig tussen wat we stabiel willen maken en dynamisch willen houden. Stabiel dienen in deze opvatting de onvervreembare elementaire menselijke waarden te zijn alsmede bepaalde grondrechten en democratische principes. Met dynamisch doel ik op het beheeren van creativiteit, alternatieven, fouten en groei. Deze dualiteit is bekend. Denk maar

40 Burgers en instellingen wachten niet meer op politieke besluiten, maar lossen zelf maatschappelijke kwesties op, zoals het onderhoud van speeltuinen, groenvoorziening of lokale voorzieningen voor ouderen. Doe-democratie is een vorm van meebeslissen door simpelweg te doen. Door concrete zaken in het publieke domein zelf (als burgers en bedrijven) of samen met de publieke instanties op te pakken. Deze werkwijze past in de netwerksamenleving van de 21e eeuw. Nota Doe-democratie, kabinetsnota ter stimulering van een vitale samenleving, 2013.

41 Een goede introductie van de zogeheten 'decentralisaties' van zorg, werk en jeugdhulp staat op de website van Movisie: <https://www.movisie.nl/artikel/drie-decentralisaties-sociale-domein>.

42 In januari 2017 publiceren Bram Eidhof en Albert Jan Kruijer: Hoe we leren dat een overheid niet per se nodig is.

43 Dit is puur ter illustratie. Het is niet de bedoeling Gebiedonline als optie te promoten. Gebiedonline is een ideële coöperatie en is in essentie een prototype, bedoeld om veel over het ontwerp te leren.

44 In oktober 2016 zijn er 834.713 Amsterdammers. Bron: <http://www.iamsterdam.com/nl/uit-in-amsterdam/ontdek-amsterdam/feiten-en-cijfers>.

45 <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/03/01/zo-verdient-facebook-geld-aan-gebruikers-1592441-a/15864>.

46 Zie de leeslijst.

39 NWO lezing Dirk Helbing over de gevaren van big data om steden te verslimmen (hoogleraar uit Zurich) <http://www.nwo.nl/en/research-and-results/programmes/responsible-innovation/meetings/nwo-mvi-conference+2016/programme/big+data>.

48

Een EU-brede 'App Store' is ook een mogelijkheid. Het project Digital Social Innovation van de EU lijkt daar goede aanknopingspunten voor te bieden. Zie: www.digitalsocial.eu.

47

In 2016 heeft Google Play 2,2 miljoen apps en Apple App Store 2 miljoen apps. Bron: www.statista.com.

49

De vermenging van de fysieke met de virtuele wereld. Ook wel offline en online, of atomen en bits.

aan het spoor en het elektriciteitsnet. Door afspraken te maken (spoorbreedte en voltage) en de infrastructuur te beheren (ProRail en netbeheerders) is de stabiliteit op orde en kan de gewenste dynamiek plaatsvinden (marktwerking bij vervoerders en energieleveranciers). Onder de afspraken en de dualiteit liggen bepaalde doelen (vervoer en energie zijn voor iedereen toegankelijk).

Zo komen we op drie lagen uit: doelen, infrastructuur en toepassingen.

Als het over digitale technologie gaat is deze gelaagdheid mooi te herkennen in een digitale omgeving als de app store. De bekendste app stores zijn de Apple App Store en Google Play. Wat doelstellingen betreft staat bij de eigenaars van dergelijke app stores - Apple en Google - marktdominantie en winstmaximalisatie bovenaan. Daaronder bestaan aan de visie en identiteit van het bedrijf gekoppelde strategische doelen. Bij Apple is dat gegarandeerde gebruiksvriendelijkheid en bij Google open standaarden en toegankelijkheid. In het ontwerp van beide omgevingen liggen deze stabiele waarden besloten, net zoals dat op de infrastructuur van het spoor en het elektriciteitsnet het geval is. Op deze infrastructuur vindt de dynamiek plaats: er groeien, bloeien en sterven enorme hoeveelheden apps⁴⁷ - de applicaties ofwel toepassingen. Als de netwerksamenleving een platformsamenleving is - en dat is steeds nadrukkelijker het geval - dient het maatschappelijk belang bovenaan te staan in de ordening van doelstellingen en in de code van de 'app store van online platformen' geborgd te zijn. De app store is dan een elementair onderdeel van de democratie; een vitale implementatie van democratisch tot stand gekomen wetgeving. Mijn punt is duidelijk: er is behoefte aan een 'App Store van online platformen' - niet alleen conceptueel, maar ook concreet - en de ontwikkeling en het beheer daarvan is een publieke zaak.

Zo'n 'nationale app store' lijkt mogelijk een over-the-top idee, maar er is een reële mogelijkheid hem te maken.

De grootste uitdaging van een start-up is het bouwen van een base: een database gevuld met profielen van gebruikers. Hoe meer actieve gebruikers in de base, hoe groter de kans op een volgende ronde financiering. Het is voor niemand makkelijker een base te bouwen dan de overheid. Die heeft hem namelijk al en hij heet DigiD. Het grootste probleem is dus al opgelost. Mijn suggestie is dan ook de ontwikkeling van een 'nationale'⁴⁸ app store van online platformen' te koppelen aan een uitiem veilig en gebruiksvriendelijk alternatief voor het papieren paspoort. Dit zijn we meteen af van dat ellendige gedoe met al die losse gebruikersnamen en wachtwoorden.

Mijn schrikbeeld is dat een discussie in het kader van online platformen wordt geëkaapt door gepolariseerde politieke schema's als links-rechts of conservatief-progressief. Dat zou een 20ste eeuwse aanpak voor een 21ste eeuwse probleem zijn. De simplistische schema's waren geschikt voor het preken voor eigen parochie dat inherent was aan het verzuilde Nederland van een halve eeuw geleden, maar ze ontkennen de complexe en dynamische realiteit van het hybride⁴⁹ mondiale systeem waar wij sindsdien deel van zijn gaan uitmaken. Ze helpen ook niet om de vinger te leggen op fundamenteel verschillende zienswijzen of overtuigingen ten aanzien van de grote technologische ontwikkelingen waardoor wij nu worden meegesleept. (Zien we technologie bijvoorbeeld als dienstbaar aan het mondiale ecosysteem of als mogelijke vervanging?) Erger nog: ze leiden er van af. Om elkaar bij alle complexiteit te vinden in hoogste doelstellingen hebben we als maatschappij een nieuwe benadering nodig.

Sinds Alexander von Humboldt⁵⁰ weten we dat er twee manieren zijn om complexe situaties te doorgronden. Je kunt een situatie proberen te begrijpen door hem in verschillende delen op te knippen en die stuk voor stuk met discipline en oog voor detail steeds verder uiteen te rafelen, om daarna op zoek te gaan naar patronen en zo te proberen conclusies over het totaal te trekken. De andere mogelijkheid is proberen een situatie direct – vanuit een onbevangen en heldere blik – integraal tot je door te laten dringen. Ik denk dat we beide manieren nodig hebben en dat we de kracht van de tweede aanpak als maatschappij nu erg onderschatten. Een schitterend voorbeeld van een integrale blik is bekend als *the overview effect*⁵¹. Dit is een bekende sensatie bij astronauten die de aarde voor het eerst van afstand bekijken. Ze zien een kleine eenzame blauw-groene bal in een onmetelijke zwarte ruimte en worden zich diep bewust van de kwetsbaarheid van de mensheid in de flinterdunne atmosferische schil. Als gevolg ontstaat een nieuw perspectief en vooral een sterke overtuiging: de wereld is van een onvoorstelbare schoonheid, we zijn afhankelijk van het ecosysteem, alles en iedereen daarbinnen is van elkaar afhankelijk, conflicten tussen mensen en volken zijn onzinnig. Zo'n holistische observatie leidt ontegenzeggelijk tot een diep inzicht: we moeten alles op alles zetten om de kwetsbare ruimte in de schil goed voor onze kinderen achter te laten. Technologie – en dus ook online platformen – zouden daar dienstbaar aan moeten zijn. De belangrijke stap die we daarom nu moeten zetten is zorgen dat deze online platformen van de mensen zijn. Het zouden onze online platformen moeten worden.

50

Zie: The Invention of Nature. The adventures of Alexander von Humboldt – the lost Hero of Science. Andrea Wulf, a review by Martine Verweij. Hodder And Stoughton, 2016. De dualiteit is bekend: het klassieke en het romantische denken, wetenschap en kunst, de linker- en rechterhershelft.

51

Zie Overview Effect op Wikipedia en het gelijknamige instituut: www.overviewinstitute.org.

Geraadpleegde literatuur

25 jaar internet in Nederland.

Fascinerende herinneringen van de Nederlandse pioniers die Amsterdam tot centrum van het Europese internet maakten. Peter Olsthoorn. Willem-Jan Draper, 2015.

99 experimenten in de lokale democratie.

Wieke Blijleven, Wouter Breedts Bruin, Roxana Chandali, Marieke van Dijk, Merel Heijke, Koos Steenbergen, Caroline Togni, Aimée van der Wolde, Jornt van Zuylen. Democratic Challenge, 2015.

100x100. Het lokale bestuur in de netwerkdemocratie.

Yvette Jeuken, Marije van den Berg, Sofie Smeets en Jornt van Zuylen. Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2015.

Bruisen, brouwen en binden.

Handboek voor lokale community builders. Heleen van Praag. Uitgeverij Gouden initiatieven, 2016.

Citizen Empowerment Tools.

Sabine Niederer en Ruurd Priester. Hogeschool van Amsterdam, Amsterdam Creative Industries network, 2016.

Crowdocracy. The End of Politics.

Alan Watkins en Imam Stratenus. Urbane Publications, 2016.

De Boom en het Rizoom, Overheidssturing in een Netwerksamenleving.

Dr. M. van der Steen, drs. R. Peters en prof. dr. M. van Twist. Ministerie van VROM, 2010.

De infantiele consument.

Hoe de markt kinderen bederft, volwassenen klein houdt en burgers vertrappt. Benjamin Barber. Ambo|Anthos uitgevers, 2007.

De kanarie in de kolenmijn.

Ewald Engelen en Marianne Thieme. Prometheus, 2016.

Deliberative policy analysis.

Understanding governance in the network society. M. A. Hajer en H. Wagenaar (red). Cambridge University Press, 2003.

De platformsamenleving.

Strijd om publieke waarden in een online wereld. José van Dijck, Thomas Poell en Martijn de Waal. Amsterdam University Press, 2016.

De stad als interface.

Hoe nieuwe media de stad veranderen. Martijn de Waal. nai010 Uitgevers, 2013.

De Verbonden Stad.

Essays over de stedelijke omgeving in de context van diversiteit en mobiliteit. Luud Schimmelpennink, Jaap van Till, Kyra Kuitert en Lucia Lindner. Mindlift Publishers, 2015.

De wereld redden. Met peer-to-peer naar een postkapitalistische samenleving. Michel Bauwens. Houtekriet, 2013.

Digitaal leven.

Nicholas Negroponte. Prometheus, 1995.

Digital Democracy.

The tools transforming political engagement. Julie Simon, Theo Bass, Victoria Boelman and Geoff Mulgan. Nesta, 2017.

Digital Disruption.

Unleashing the next wave of innovation. James McQuivey. Amazon Publishing, 2013.

Dingpolitiek.

Wat kunst en design doen in democratie. Jeroen Boomgaard, Sher Doruff, Peter Peters, Noortje Marres, Bernard Stiegler, Yvonne Dröge Wendel en Peter-Paul Verbeek. nai010 uitgevers, 2012.

DIY Citizenship: Critical Making and Social Media.

Matt Ratto and Megan Boler. MIT Press, 2014.

Economie van experiences.

Albert Boswijk, Ed Peelen en Steven Olthof. Pearson Education Benelux, 2011.

Experience Design.

Technology for All the Right Reasons. Marc Hassenzahl. Morgan and Claypool Publishers, 2010.

Geleefd burgerschap. Van eenheidsdwang naar ruimte voor verschil en vitaliteit. Ruben Gowricharn, Dirk Willem Postma en Sandra Trienekens. Uitgeverij SWP, 2012.

Global Culture Industry: The Mediation of Things. Scott Lash en Celia Lury. Cambridge: Polity Press, 2007.

Governing the Commons. The Evolution of Institutions for Collective Action. Elinor Ostrom. Cambridge University Press, 2015.

Growing a digital Social Innovation Ecosystem for Europe. DSI Final Report. European Union, 2015.

Happy City. Transforming Our Lives Through Urban Design. Charles Montgomery. Farrar, Straus and Giroux, 2013.

Here comes everybody. The Power of Organizing Without Organizations. Clay Shirky. Penguin Books, 2008.

If Mayors Ruled the World. Dysfunctional Nations, Rising Cities. Benjamin Barber. Yale University Press, 2007.

Je hebt wél iets te verbergen. Over het levensbelang van privacy. Maurits Martijn en Dimitri Tokmetzis. De Correspondent, 2016.

Maatschappelijke informatievoorziening. Burgers toerusten voor een participatiesamenleving. Bert Mulder en Martijn Hartog. eSociety Instituut en De Haagse Hogeschool, 2015

Material Participation: Technology, the Environment and Everyday Publics. Noortje Marres. Palgrave MacMillan, 2012.

Montessori Democratie. Spanningen tussen burgerparticipatie en de lokale politiek. Evelien Tonkens, Margo Trappenburg, Menno Hurenkamp en Jante Schmidt. Amsterdam University Press, 2015.

No time. Verander nu, voor het klimaat alles verandert. Naomi Klein. Uitgeverij De Geus, 2014.

Opwaarderen. Borgen van publieke waarden in de digitale samenleving. Linda Kool, Jelte Timmer, Lambèr Royakkers en Rinie van Est. Rathenau instituut, 2017.

Organized Networks. Media Theory, Creative Labour, New Institutions. Ned Rossiter. NAI Publishers, 2006.

Our digital rights to the city. Joe Shaw en Mark Graham. Meatspace Press, 2017.

Pioniers in de stad. Wijkondernemers delen kennis en praktijk. Ramon Schleijpen en Loes Leatemia. Simon Franke – Trancity, Astrid Vorstermans – Valiz, 2014.

Platformcoöperatie. Alternatieven voor de commerciële deeleconomie. Trebor Scholz. Hogeschool van Amsterdam, 2016.

Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory. Bruno Latour. Oxford University Press, 2005.

Seeing like a state. How Certain Schemes to Improve the Human Condition Have Failed. James C. Scott. Yale University Press, 1998.

Small is the new big: and 183 Other Riffs, Rants, and Remarkable Business Ideas. Seth Godin. Portfolio, 2006.

Smart Citizens. Exploring the tools of the urban bottom-up movement. Sabine Niederer and Ruurd Priester. Computer Supported Cooperative Work , DOI 10.1007/s10606-016-9249-6, 2016.

Succesvol Lean. Vincent Wiegel en John Maes. Pearson Benelux, 2013.

Sustainist design Guide. How sharing, localism, connectedness and proportionality are creating a new agenda for social design. Michiel Schwarz en Diana Krabbendam. BIS Publishers, 2013.

Tactical Urbanism. Mike Lydon en Anthony Garcia. Island Press, 2015.

The Black Box Society. The Secret Algorithms That Control Money and Information. Frank Pasquale. Harvard University Press, 2015.

The Global City. Saskia Sassen. Princeton University Press, 2001.

The governance of problems: Puzzling, powering and participation. R. Hoppe. The Policy Press Bristol, 2010.

The Great Good Place. Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community. Ray Oldenburg. Marlowe & Co, 1999.

The Great Neighborhood Book. A Do-it-Yourself Guide to Placemaking. Jay Walljasper. New Society Publishers, 2007.

The Hackable City: A Research Manifesto and Design Toolkit. Cristina Ampatzidou, Matthijs Bouw, Froukje van de Klundert, Michiel de Lange en Martijn de Waal. Amsterdam Creative Industries Publishing, 2015.

The Innovator's Dilemma. When Technologies Cause Great Firms to Fail. Clayton Christensen. Harvard Business Review Press, 1997.

The Invention of Nature. The adventures of Alexander von Humboldt – the lost Hero of Science. Andrea Wulf, a review by Martine Verweij. Hodder And Stoughton, 2016.

This Changes Everything: Capitalism vs. The Climate. Naomi Klein. Simon & Schuster, 2015.

The Laws of simplicity. John Maeda. MIT Press, 2006.

The long tail. Waarom we in de toekomst minder verkopen van meer. Chris Anderson. Nieuw Amsterdam Uitgevers, 2006.

The Practice Turn in Contemporary Theory. Karin Knorr Cetina, Theodore R. Schatzki en Eike von Savigny. Routledge, 2001.

The timeless way of building. Christopher Alexander. Oxford University Press, 1979.

The Tipping Point. How Little Things Can Make a Big Difference. Malcolm Gladwell. Little, Brown & Company, 2001.

The shallows. How the internet is changing the way we think, read and remember. Nicholas Carr. Atlantic Books, 2010.

The Speed of Trust. The one thing that changes everything. Stephen Covey. Pocket Books, 2008.

Thinking Fast and Slow. Daniel Kahneman. Penguin Books, 2011.

Ubiquity. The illuminated city. Arjan van Timmeren, Laurence Henriquez en Alexandra Reynolds. TU Delft publication, 2015.

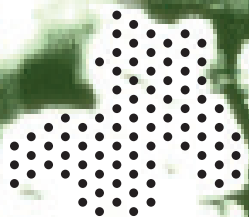
Understanding Design. 150 reflections on being a designer. Kees Dorst. Bis Publishers, 2003.

Verandering van tijdperk. Nederland kantelt. Jan Rotmans. Aeneas uitgeverij, 2014.

Winners! How Today's Successful Companies Innovate by Design. John Thackara. BIS Publishers, 1997.

Zero Comments: Blogging and Critical Internet Culture. Geert Lovink. Routledge, 2007.

gg





**Bijlage:
Coöperatie
Gebiedonline**

a. Over dit onderzoek (Manifest en inleiding)

Eind 2015 kreeg ik – na lang in het bedrijfsleven te hebben gewerkt – de kans onderzoek te gaan doen. Ik had vage zorgen en visies over de rol van de overheid in een wereld waarin online platformen steeds belangrijker worden. In dit hoofdstuk beschrijf ik waarom ik mij op lokale netwerken en online buurtplatformen ben gaan richten. Daarnaast komen de onderzoeksvragen en -aanpak, en de aard en doelgroep van dit document aan de orde.

b. Stedelijke bottom-up-netwerken (Verslag interviews)

Om een goed beeld te krijgen van de bottom-up-beweging in Amsterdam heb ik achttien uiteenlopende lokale experts geïnterviewd. Ik heb ze gevraagd wat de stedelijke bottom-up-beweging definieert, hoe zij is opgebouwd en hoe zij zich ontwikkelt. Het blijkt te gaan om een verzameling zeer heterogene en dynamische lokaal georiënteerde netwerken, vooral gedefinieerd door de lokale situatie en de mentaliteit van de pioniers.

c. Online buurtplatformen in Amsterdam (Digital Methods onderzoek)

Met behulp van de onderzoeksmethode Digital Methods is door een team onderzoekers gedetailleerd in kaart gebracht welke online platformen in Amsterdam door de bottom-up beweging gebruikt worden. Hun inventarisatie geeft niet alleen een overzicht van negentig actieve platformen, maar bevat ook een analyse van functionaliteit en inhoud. Daarnaast is de historische ontwikkeling van de platformen in beeld gebracht.

d. Belang en betekenis van eigendom (Open brief/Essay)

Bij het ontwerp van online platformen denk je al snel aan vormgeving of gebruiksgemak; aan direct zichtbare kenmerken van de platformen. Dit hoofdstuk maakt aan de hand van een voorbeeld (Nextdoor) duidelijk dat ontwerpen niet alleen over de inhoud gaat, maar nog meer over processen en misschien bovenal over eigendom. De stelling van dit essay is dat het publieke belang is gediend bij platformen die van de gebruikers zelf zijn.

e. Online buurtplatformen als oplossing (Model en definitie)

In dit hoofdstuk presenteer ik een model voor de elementaire overeenkomsten en verschillen tussen online buurtplatformen en andere typen online platformen. Ik eindig met een definitie van online buurtplatformen. Mijn conclusie is dat online buurtplatformen een sleutelrol kunnen vervullen bij maatschappelijke en democratische vernieuwing.

f. Onze online platformen (Samenvatting en conclusies)

In dit hoofdstuk neem ik de lezer mee in wat ik de afgelopen twee jaar heb geleerd over online platformen in relatie tot maatschappelijke en democratische vernieuwing. Ik combineer daarbij eigen kwantitatief onderzoek en eigen ervaringen uit de praktijk van (online georganiseerde) bottom-up-netwerken in Amsterdam met een kritische analyse van het opereren van online platformen in het algemeen. Het hoofdstuk eindigt met adviezen, met name gericht aan lokale bestuurders.

g. Bijlage: Coöperatie Gebiedonline

HallolJburg.nl is een bekend online buurtplatform in Amsterdam Oost. Vanaf 2016 is de techniek in een coöperatie ondergebracht en voor andere gebieden beschikbaar gemaakt. Eind 2016 maken zo'n twintig buurtnetwerken in Amersfoort, Amsterdam en Gouda hiervan gebruik. Alle netwerken hebben zich als lid bij de coöperatie aangesloten. Dit naslagwerk bevat informatie over allerlei kwesties die in dit proces aan de orde kwamen.

BIJLAGE: COÖPERATIE GEBIEDONLINE

HalloIJburg heeft zich sinds de oprichting in 2010, met inmiddels ruim vierenhalf duizend gebruikers, ontwikkeld tot een succesvol en lokaal steeds bekender online buurtplatform. Dit prikkelde de nieuwsgierigheid van pioniers van andere buurtnetwerken. Ze klopten steeds vaker aan met de vraag of het platform ook in hun buurt ingezet zou kunnen worden. Uit zorg dat de hobby hem boven het hoofd zou groeien hield HalloIJburg-oprichter en ontwikkelaar Michel Vogler lange tijd de boot af. Toen ik met mijn onderzoek was begonnen zagen we een mooie kans de handen ineen te slaan. We besloten de technologie onder HalloIJburg algemeen beschikbaar te maken en het eigenaarschap van dit nieuwe platform in een coöperatie onder te brengen.

Als mede-initiatiefnemer en later voorzitter van coöperatie Gebiedonline was ik intensief bij de voorbereidingen, oprichting en allerlei experimenten betrokken. Ik heb tijdens dit proces een dagboek bijgehouden en Michel en andere eerdere betrokkenen geïnterviewd over de fase voor mijn komst. Dit hoofdstuk is een samenvatting van het dagboek, dat ik graag toevoeg voor de geïnteresseerde lezer. Mijn bevindingen kunnen mensen helpen die geïnteresseerd zijn in specifieke kwesties waar je bij de ontwikkeling van een online platform en het oprichten en runnen van een coöperatie tegenaan kunt lopen.

Inhoud

g. Bijlage: Coöperatie Gebiedonline	155
Ontstaan en ontwikkeling van HalloIJburg (vanaf 2010)	158
Samenwerking in de buurt (vanaf begin 2010)	158
De start: IJburgDroomt-IJburgDoet (IJDIJD)	158
De start van HalloIJburg (vanaf eind 2010)	159
Start HalloIJburg en resultaten	159
Wat biedt HalloIJburg?	159
De ontwikkeling van Hallo IJburg	164
Peer-to-peer, platte pannenkoek	164
Experiment Kompas op IJburg (2014)	164
Achtergrond van het experiment	164
Fasering en informatie vooraf	164
Online inventarisatie wensen	165
Kompas op IJburg: Themasesies	165
Resultaten Kompas op IJburg	165
Opvolging Kompas op IJburg	165
Op zoek naar vervollexperimenten (eind 2014 – voorjaar 2015)	166
Experiment Right to Challenge	166
Inzet van data: Smart Citizens (in plaats van Smart Cities)	170
Conceptpresentatie Buurtinzicht	170
Oprichting coöperatie Gebiedonline (januari 2016)	174
Vorbereiding oprichting coöperatie Gebiedonline (2015)	174
Vraag naar het platform uit andere buurten	174
Het idee Coöperatie Gebiedonline	174
Startbijeenkomst: 15 juni 2015	174
Advies prof. dr. ir. Gert van Dijk	175
Startdocument van de Coöperatie	176
Principes	176
De technologie achter HalloIJburg en Gebiedonline	176
Geen open source, wel andere grote voor- delen	177
Netwerken van leden aansluiten	177
BuurtBalie haakt bij coöperatie aan	
Gewicht toekennen aan bijdrage en stem	178
Formele oprichting en lancering (januari 2016)	179
Laatste open eindjes, notaris	179

Over statuten en reglementen		179
Vorbereiding officiële lancering		179
Kick-off meeting in Pakhuis de Zwijger		179
Terugblik op het eerste jaar (2016)	180	
Aanwas nieuwe leden		180
We zoeken actieve leden, geen klanten		180
Veelgestelde vragen (FAQ)		180
FAQ 1: Vragen over de coöperatie		180
FAQ 2: Vragen over lid worden en kosten		181
FAQ 3: Vragen over gebruik van het platform		183
Leden per begin 2017		183
Ontwerpen en experimenteren	184	
Doorlopend ontwerpen en leren		184
Experiment met Gebiedsplannen		185
Experiment met Buurtinzicht		186
13 Inzichten		187
Gebiedonline en democratische vernieuwing		188
Vooruitblik en conclusies (begin 2017)	189	
Vooruitblik		189
Professionaliseren		189
Speerpunten benoemen		189
(Financiële) onafhankelijkheid		189
Ontwerpend onderzoek		190
Conclusies	190	
Gedeelde drijfveren		190
Cultuurkenmerken		190
Professionaliteit		190
Flexibele technologie		191
Samen ontwerpen		191
Democratische vernieuwing		191

ONTSTAAN EN ONTWIKKELING VAN HALLOIJBURG (VANAF 2010)

Samenwerking in de buurt (vanaf begin 2010)

De start: IJburgDroomt- IJburgDoet (IJDID)

IJburg is een wijk gebouwd op aangelegde eilanden in het IJmeer, aan de oostkant van Amsterdam. Vanaf 2004 verwelkomt IJburg de eerste bewoners. De nieuwe start in een nieuwe wijk – met het karakter van een eiland – lijkt veel bewoners het gevoel te geven dat ze er samen iets van moeten maken. In 2010 leidt dit tot de oprichting van IJburgDroomt (in 2011 hernoemd tot IJburgDroomt-IJburgDoet – IJDID), door bewoners Paul Engel, Linda Vosjan en marktmeester Stef Spigt. Een marktmeester is op dat moment iemand die speciaal is aangesteld om bruggen te slaan tussen overheid, woningcorporaties, ondernemers, maatschappelijke instellingen en bewoners.

De aanleiding voor de oprichting van IJDID is gedoe in het woonblok van Paul. Er zijn spanningen tussen diverse bewoners met verschillende leefstijlen. Paul start een dialoog die goed uitpakt en realiseert zich dat deze aanpak op meer plekken in IJburg zinvol kan zijn. Daar blijkt inderdaad be-

hoefte aan. Centraal in deze aanpak staat het concept ‘durf te vragen’. Vragen leiden namelijk tot gesprekken, uit gesprekken komen ideeën, ideeën worden plannen en plannen zorgen voor actie en doelgerichte resultaten.

IJDID beschrijft zichzelf als een organisch vlechtwerk van personen die actief zijn in de Amsterdamse nieuwbouwwijk IJburg: ‘Het zijn bewoners, ondernemers en vertegenwoordigers van stadsdeel en maatschappelijke organisaties. Elk levert op eigen wijze een bijdrage aan het gedeelde doel, de doorontwikkeling van IJburg. Iedereen die interesse heeft om bij te dragen, is welkom’. In 2010 organiseert IJDID vier bijeenkomsten.



Kinderboerderij op IJburg; initiatief van IJDIJD

De start van HalloIJburg (vanaf eind 2010)

Start HalloIJburg en resultaten

Bij de vierde bijeenkomst van IJDIJD haakt Michel Vogler aan. Michel is bewoner van IJburg en mede-eigenaar van automatiseringsbedrijf CrossmarX¹, dat een applicatie-engine heeft ontwikkeld waarmee mensen – ook zonder veel IT-kennis – snel en makkelijk zelf software kunnen bouwen. Tijdens deze bijeenkomst wordt de behoefte aan een online platform uitgesproken.

Als vrijwilliger begint Michel vervolgens het platform te bouwen dat uitgroeit tot HalloIJburg. De activiteiten van IJDIJD leiden – ondersteund door HalloIJburg – tot een veelheid aan concrete projecten en resultaten, zoals de oprichting van de Bootbloembakken, jongerencommunity What's Up IJburg, de Flexbieb (een bibliotheek met zeventuizend boeken gedoneerd door bewoners), buurtmoestuinen, Parents house, Stadsdeel voor dummies, de jaarlijkse sin-

terklaasintocht en In de Buurt van Geluk (een project dat bewoners uit woonblokken met gemengde culturele achtergrond en leefstijlen met elkaar verbindt)².

In 2016 is een kerngroep van zes mensen actief in IJDIJD: Paul Engel, Jeroen van Kemenade, Linda Vosjan, Marinus Knulst, Ellen Weers en Michel Vogler.

Wat biedt HalloIJburg?

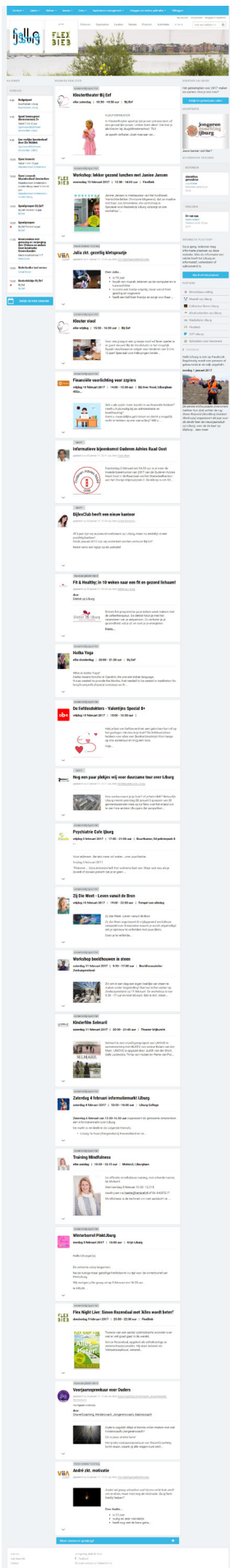
HalloIJburg is in wezen een website die gebruikers de mogelijkheid biedt om een profiel aan te maken, als persoon of als organisatie. Met een profiel kunnen bewoners en ondernemers activiteiten in een agenda plaatsen en nieuwsberichten online zetten. Van de nieuwsberichten wordt iedere vrijdagmiddag een e-mailnieuwsbrief gegenereerd, die naar zo'n tweeduizend mensen op IJburg wordt verstuurd. In de sectie Vraag & Aanbod kunnen mensen allerlei diensten en producten uitwisselen.

Het platform biedt ook de mogelijkheid om bepaalde inhoud te koppelen aan een locatie op een kaart van IJburg.

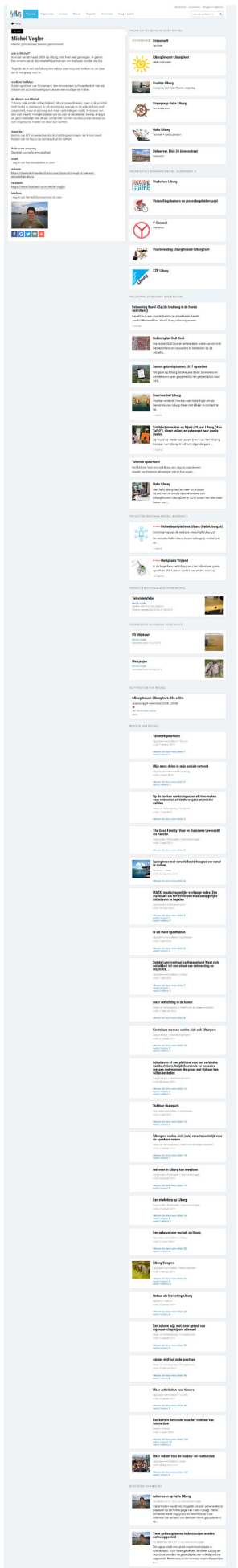
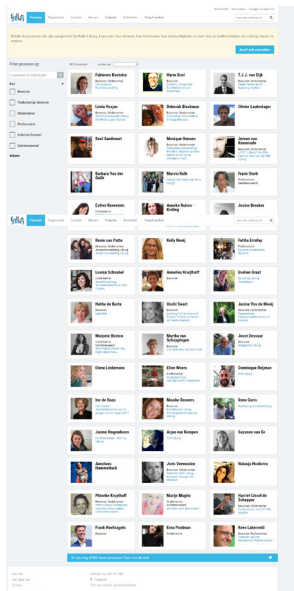
HalloIJburg is een vrij toegankelijke website: www.halloijburg.nl. De beste manier om je een beeld te vormen is het online platform zelf te bezoeken en daar 'rond te klikken'. De pagina's hierna geven een overzicht van de verschillende typen inhoud.

¹ De website van CrossmarX: www.crossmarx.nl.

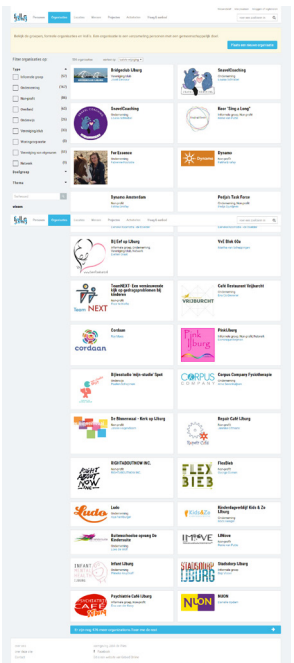
² De Facebook pagina van IJDIJD: <https://www.facebook.com/ijburgdroomt/>.



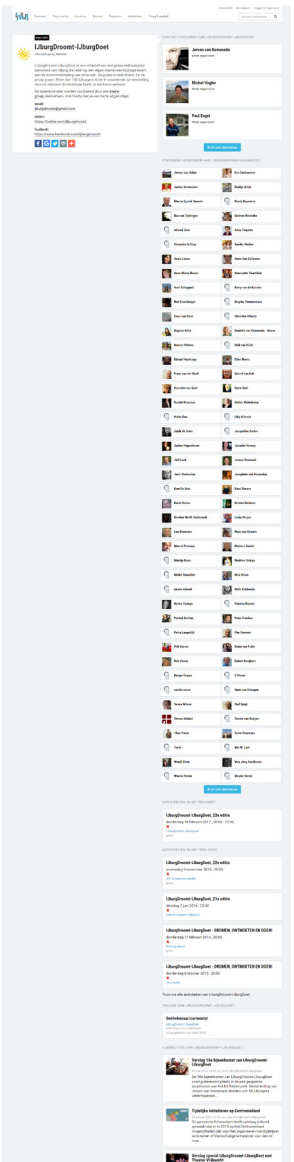
Persoon overzicht



Persoon

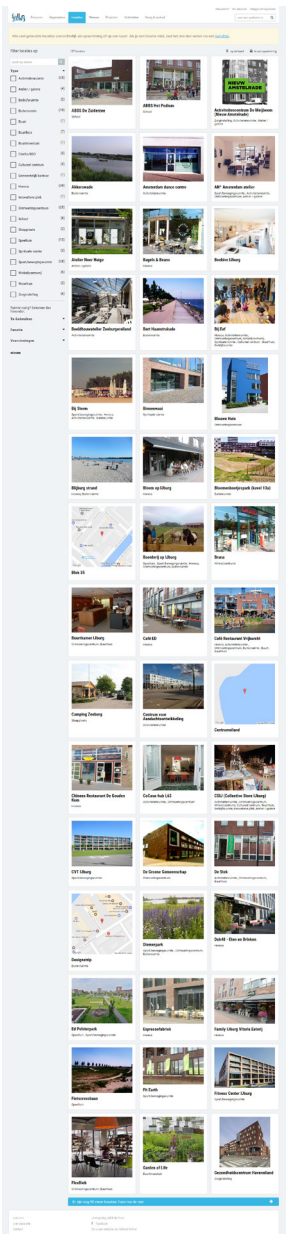


Organisaties overzicht

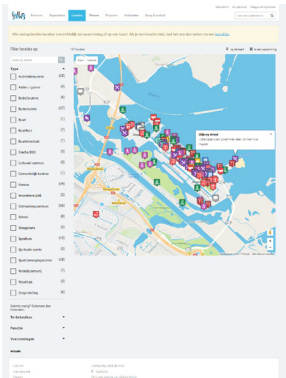


Organisatie

Homepage



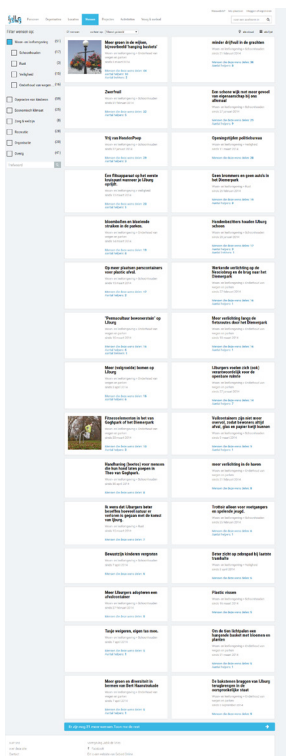
Locaties overzicht - lijst



Locaties overzicht - kaart

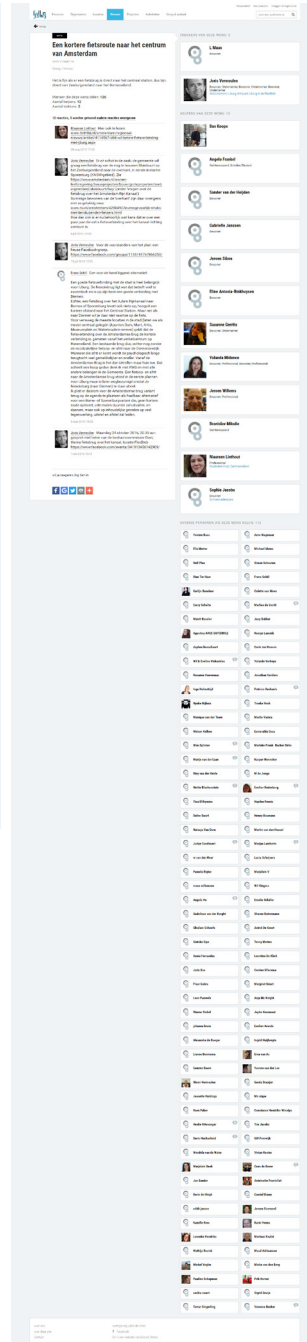
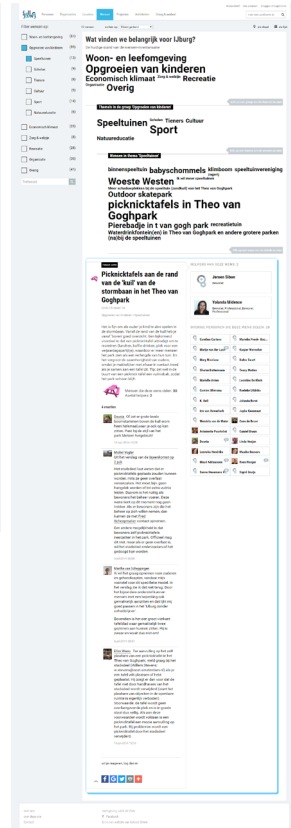


Locatie



Wensen cloud

Wensen overzicht



Wens

Projecten overzicht

Projecten overzicht

Project

Projecten overzicht

Activiteiten overzicht - lijst

Activiteiten overzicht - kaart

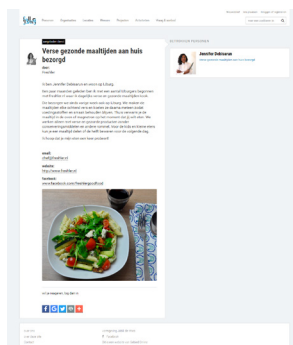
Activiteiten overzicht - kaart

Activiteit

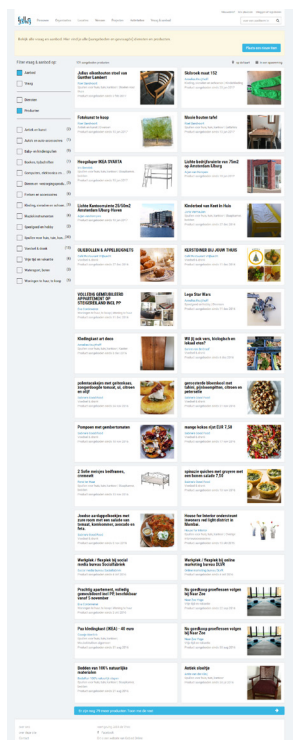
Activiteit

Aanbod diensten

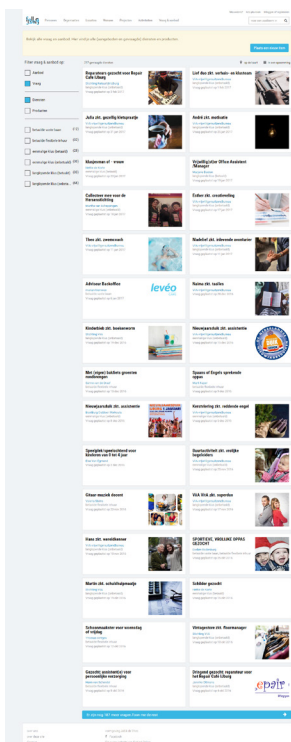
Aanbod diensten



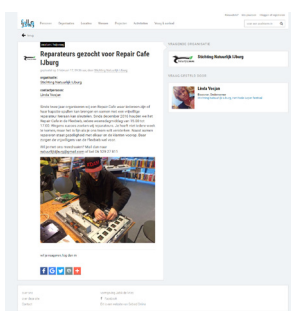
Aanbod dienst



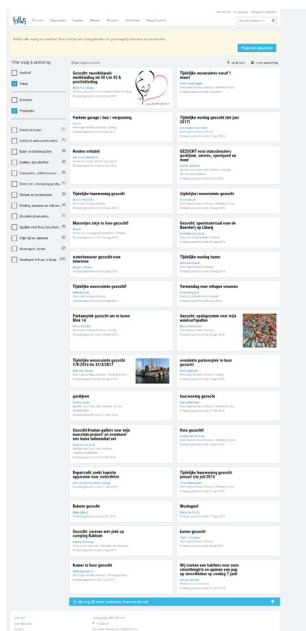
Aanbod producten



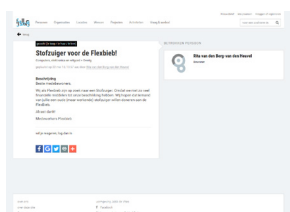
Vraag diensten



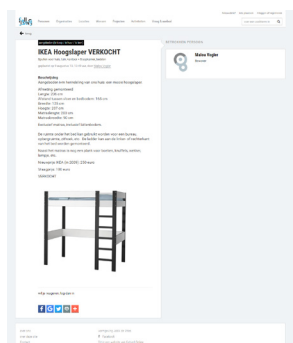
Vraag dienst



Vraag producten



Vraag product



Aanbod product

De ontwikkeling van Hallo IJburg

Centraal in Michels aanpak voor de ontwikkeling van HalloIJburg staat dat hij snel bouwt en beschikbaar stelt waaraan in het netwerk behoefte is. Vervolgens gaat hij met mensen in gesprek over wat hij heeft ontworpen ervaren, en past dan eventueel weer dingen in de contentstructuur, de functionaliteit, de naamgeving van labels, of het interface aan. Hij houdt daarbij als rechtgeaarde bèta goed in de gaten dat de structuur van het platform elegant blijft.

Veel mensen werken aan HalloIJburg mee. Het meest intensief betrokken zijn Anne Marie Rosen (communicatie), Jabik de Vries (vormgeving), Linda Vosjan (partnerrelaties) en Renie van Putte (aanspreekpunt jeugd). Ook mensen vanuit IJburg College, stadsdeel Oost en de Coalitie IJburg helpen mee. Naast meedenken en helpen levert stadsdeel Oost ook ad hoc financiële ondersteuning, bijvoorbeeld voor de vormgeving van het platform. Ellen Weers, nu actief betrokken als gebiedsmakelaar vanuit het stadsdeel, is een van de mensen die er vanaf de vroege meetings van IJDIJD bij is.

Peer-to-peer, platte pannenkoek

Bijzonder aan HalloIJburg is dat het platform volkomen peer-to-peer functioneert. Dat wil zeggen dat er geen enkele centrale redactie of sturing plaatsvindt. Content plaatsen en op content reageren vindt allemaal plaats volgens 'het principe van de platte pannenkoek', zoals Michel dat noemt. Er is één interventie die Michel zich ten aanzien van de content permiteert: mensen die een logo op hun persoonlijke profiel plaatsen, vraagt hij vriendelijk deze te vervangen door een foto van zichzelf. Op de profielen van organisaties mogen naar hartenlust logo's worden geplaatst en dat gebeurt dan ook volop – er staan halverwege 2016 zo'n 360 organisaties met hun logo op het platform.

Experiment Kompas op IJburg (2014)

Achtergrond van het experiment

Begin 2014 neemt IJDIJD vanuit behoefte aan meer participatie en democratie initiatief tot 'Kompas op IJburg'. Het idee is alle gebruikers van IJburg te betrekken bij een experiment waarin op een gestructureerde manier, goed geïnformeerd en volledig online ondersteund, wensen worden geïnventariseerd en vertaald naar projecten. Voor de initiatiefnemers is dit experiment een manier om een bijdrage te leveren aan een aantal in hun ogen positieve trends, zoals het zelfvoorzienender maken van stadsdelen, het meer zelf laten regelen door bewoners en ondernemers, het activeren van meer lokale creativiteit, het verminderen van de bemoeienis van de overheid, meer maatschappelijk aanbesteden en (uiteindelijk) het stimuleren van directe democratie. Het doel hiervan is uitvinden hoeveel betrokkenheid, energie en concrete activiteiten het experiment oplevert.

Fasering en informatie vooraf

Het experiment bestaat uit een voorbereidende fase, een fase met drie bijeenkomsten (themasessies) en een fase waarin de wensen en projecten online verder worden uitgewerkt. Een belangrijk onderdeel van de voorbereiding is het verzamelen van allerlei informatie om mensen te helpen goed geïnformeerd mee te kunnen doen. Niet alleen de plannen van het stadsdeel worden gedeeld (zulke plannen worden 'opgaven' genoemd), maar ook de buurtbegroting, de verkiezingsprogramma's van de vier grootste partijen en het bestuursakkoord van de bestuurscommissie. Mensen die zich met activiteiten op jongeren richten, presenteren zich in film-

pjes³. Ze delen in die filmpjes ook ideeën over hoe de buurt bij die activiteiten kan worden betrokken. Een inventarisatie van wensen uit een online ideeënbus die in 2010 operationeel was, wordt ook beschikbaar gesteld.

Online inventarisatie wensen

Berichten op HalloIJburg attenderen mensen op Kompas op IJburg en nodigen hen uit om wensen op het platform te delen. Ze kunnen de beschikbare informatie bekijken en hun wensen koppelen aan zes vooraf geïdentificeerde thema's: woon- en leefomgeving, opgroeien van kinderen, economisch klimaat, zorg en welzijn, recreatie, organisatie en overig. De wensen worden online overzichtelijk gepresenteerd: je kan duidelijk zien wat al goed gevonden wordt op IJburg, wat verbeterd mag worden en welke problemen als eerste moeten worden aangepakt. Dit online overzicht blijft de rode draad van het experiment, zodat alle geïnteresseerden (bewoners, gemeente, stadsdeel, corporaties, bedrijven en maatschappelijke organisaties) doorlopend overzicht kunnen blijven houden van de prioriteiten van de deelnemers.

Kompas op IJburg: Themasesies

In de periode van april tot en met juni 2014 zijn er drie sessies, waar in totaal zo'n tachtig mensen aan deelnemen. Het doel van de initiatiefnemers is mensen aan elkaar te koppelen rond specifieke wensen en gezamenlijk de voorstellen te verbeteren en concretiseren. De sessies worden georganiseerd rond de zes thema's. Zoveel

mogelijk personen en partijen die met een thema van doen hebben worden door de initiatiefnemers en betrokkenen vanuit de gemeente bij elkaar gehaald en specifiek geïnformeerd: over relevante personen en partijen, alle lopende of geplande projecten rond het thema, middelen (budget, kennis, ervaring, netwerken, vastgoed, et cetera) inzetbaar bij de realisatie van nieuwe voorstellen, de wensen van alle betrokkenen (resultaat van de eerste stap) en alle voorstellen die ooit gedaan zijn om de situatie te verbeteren. Een notulist deelt het verslag direct online.

Resultaten Kompas op IJburg

In totaal formuleren 486 deelnemers tijdens het experiment 246 wensen. Hoe vaker mensen een wens delen, hoe hoger de 'ranking' van de wens. In totaal worden er 3794 wensen gedeeld, gaan 43 mensen aan de slag als pionier voor een specifieke wens, en geven mensen 315 keer aan dat ze als helper op willen treden. De meest gedeelde wens is een kortere fietsroute naar het centrum van Amsterdam – veel mensen vinden het moeilijk te verteren dat de route met de auto (die hebben een tunnel) zoveel korter is dan met de fiets. De top vijf bestaat verder uit: 'IJburg heeft een eigen zwembad', 'NUON-weg openhouden', 'markt terug op IJburg', en 'vul de leegte op' (een voorstel om leegstand tegen te gaan met pop-up winkels en andere constructies).

De online conversaties over de wensen bestaan uit twee delen. De eerste bevat de toelichtingen van mensen die de wens delen en de tweede gaat over de realisatie van de wens. Met name in het tweede deel worden interessante feiten gedeeld, bijvoorbeeld hoeveel kilometer het met

de auto naar het centrum korter is en wat de complicaties bij de bouw van een fietsbrug zouden zijn. Er wordt op een gegeven moment ook blij gemeld dat D66 een fietsbrug in haar verkiezingsprogramma heeft gezet. Onduidelijk is of de partij zich door Kompas op IJburg heeft laten voeden.

Opvolging Kompas op IJburg

Hoewel dus nog geen vijfhonderd van de twintigduizend mensen uit IJburg met het experiment meedoen (2,5%), is het moeilijk niet enthousiast te worden als je ziet wat Kompas op IJburg online allemaal heeft losgemaakt. De opvolging is echter onduidelijk. Er zijn wensen die mensen misschien zelf tot ander gedrag aan hebben gezet, zoals het opruimen van zwerfvuil of geen tasjes meer accepteren bij boodschappen doen, en er zijn concrete zaken opgepakt door de gemeente, zoals het plaatsen van picknicktafels en banken in het Theo van Goghpark. Je kan je ook goed voorstellen dat de samenwerking binnen het experiment heeft bijgedragen aan nieuwe kennismakingen en sociale cohesie. De trots van Ivar Manuel (voorzitter bestuurscommissie) is ook een goed resultaat: 'IJburg loopt met Kompas op IJburg wat betreft bewonersparticipatie voorop in Amsterdam-Oost'.

3 Filmpjes voor jongeren: <http://www.kompasopijburg.nl/videos>.

Op zoek naar vervolg experimenten (eind 2014 – voorjaar 2015)

Experiment Right to Challenge

Bij de Amsterdamse gemeenteraadsverkiezingen in 2014 zegt de SP – die achter D66 als tweede winnaar uit de bus komt – de Buurtwet toe, om besluitvorming op lokaal niveau te organiseren. In februari biedt een grote vertegenwoordiging van de Amsterdamse bottom-up-beweging⁴ aan mee te helpen bij de ontwikkeling van die Buurtwet, en doet daar een concreet voorstel voor⁵. De SP komt niet over de brug en daarom komen de initiatiefnemers vanaf mei in het kader van het programma MaakdeBuurt samen in Pakhuis de Zwijger, om zelf aan de slag te gaan. Dit mondt onder andere uit in een initiatief van Josien Pieterse van Netwerk Democratie en Joachim Meerkerk van Pakhuis de Zwijger. Ze besluiten een demo en een voorstel te maken voor een online platform voor Right to Challenge.

Right to challenge is een concept uit Engeland en maakt daar deel uit van de Localism Act⁶. Bewoners en/of wijkondernemers hebben daar het recht om voor bestaande plannen zelf betere voor te stellen. Ze moeten daar dan wel argumenten voor kunnen aanvoeren die duidelijk ma-

ken waarom hun alternatief bijvoorbeeld efficiënter en goedkoper en/of kwalitatief beter is.

Rond het initiatief vormt zich een groepje, met Bert Mulder, Frank Alsema, Yvette Jeurken, Jabik de Vries en ook Michel en mijzelf. We ontwerpen een online Right to Challenge-platform met behulp van een visuele user journey, waarin de fictieve fietsenmaker Redouan centraal staat. Met behulp van het platform lukt het de fietsenmaker om buurtgenoten en ook de gemeenteraad te overtuigen dat de nieuwe parkeergarage beter van een nieuwe wijkonderneming kan zijn dan van Q-Park. Het lukt niet de demo gerealiseerd te krijgen, maar hij wordt wel vaak gebruikt ter inspiratie en een aantal ontwerp oplossingen keert later terug in het vervolg van Kompas op IJburg.

4 Dit is een aantal lokale initiatieven, communities en wijkondernemingen (oa Tugela85 en Coöperatieve Vereniging Buurtmaatschap ua Oost), de stedelijke platforms Lokale Democratie en Lokale Lente (community van wijkondernemers Amsterdam) en de landelijke clubs Stichting Agora Europa, Netwerk Democratie, Movisie en Pakhuis de Zwijger.

5 http://www.agora-europa.nl/share/files/91_299968/MAAK-DE-BUURT-WET-bijlage-bij-uitnodiging-voor-kick-off.pdf

6 De localism-act heeft een goede introductie op Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Localism_Act_2011.

Schema's MaakdeBuurt presentatie



Kansen
in de stad



Iedereen
doet mee



Keuze
uit plannen



Gedeelde
criteria



Online
centraal



1. Benoem
wens



2. Check
draagvlak



3. Verken
oplossing



4. Neem
initiatief



5. Bepaal
criteria



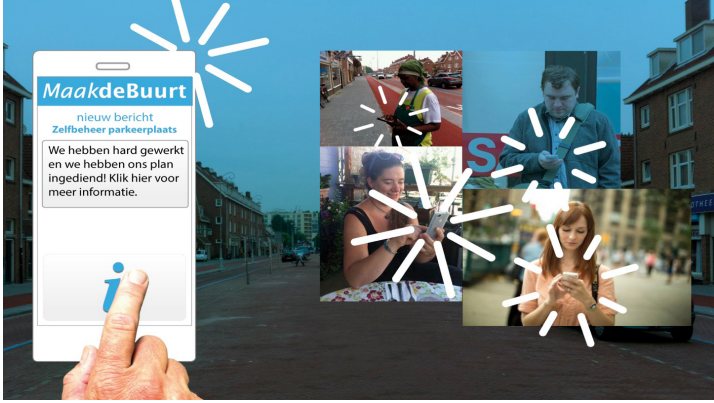
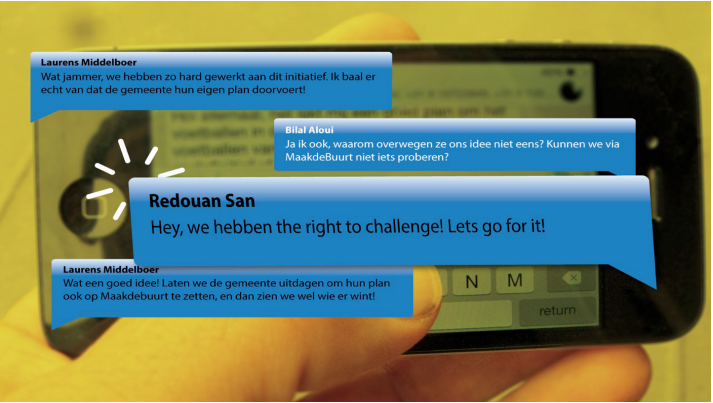
6. Presenteer
opties

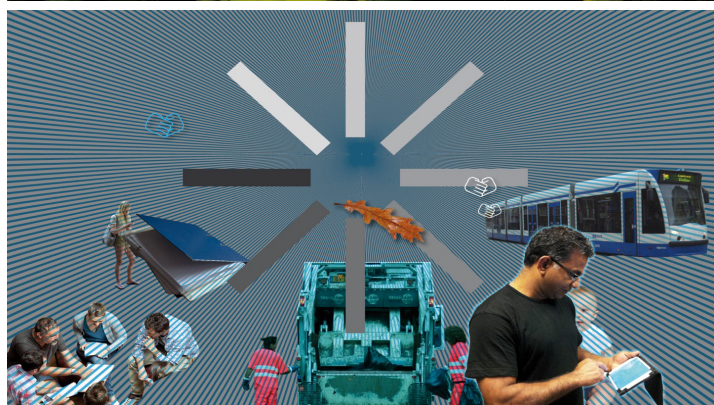


7. Waardeer
resultaten

Kookboek en informatiesysteem

Afbeeldingen MaakdeBuurt presentatie





Inzet van data: Smart Citizens (in plaats van Smart Cities)

In het voorjaar van 2015 speelt een tweede initiatief dat later zijn plaats zal vinden in een vervolg van Kompas op IJburg: Buurtinzicht. Zoals aangegeven doe ik mijn onderzoek vanuit het Citizen Data Lab, dat onderdeel is van het Amsterdam Creative Industries Network. Een focus op platformen en hun gebruikers impliceert dat mijn onderzoek zich ook richt op data. Amsterdam is zoals veel steden al jaren enigszins in de ban van de belofte van de smart city. Het idee hiervoor is ontstaan uit het inzicht dat in steeds meer dingen (*internet of things*), maar ook in mensen en dieren (*internet of everything*), digitale chips, sensoren en zenders terechtkomen en dat die een almaar aanzwellende datastroom genereren. Deze ontwikkeling gaat zo snel als gevolg van de wet van Moore, die al zo'n dertig jaar blijkt te werken en in de kern stelt dat digitale technologie (met name processoren) exponentieel kleiner en sneller wordt.

De smart city is van oorsprong een technocratisch top-down-concept, dat als doel heeft data te combineren en te gebruiken om steden efficiënter te laten functioneren. De afgelopen jaren neemt de kritiek op het smart city-concept toe. Ten eerste omdat er van de grote beloftes – zeker in de beleving van de gemiddelde stedeling – nog weinig terechtkomt, maar ook omdat de ambassadeurs van de smart city mogelijk negatieve effecten, zoals een top-down gecontroleerde stedelijke bevolking, weinig serieus lijken te nemen.

Vanuit het thema *Citizen Empowerment* van het Citizen Data Lab, is het interessant te onderzoeken hoe al die data kunnen bijdragen aan het versterken van de lokale netwerken. Welke data zijn relevant en betekenisvol voor lokaal georiënteerde stedelingen? Wanneer geeft een datapresentatie hen inzicht, en wanneer leidt zo'n inzicht ook tot ander gedrag? Maar ook: hoe kunnen stedelingen bewust worden van de kansen en bedreigingen van leven in een data-maatschappij, en daar ook concreet hun gedrag op aanpassen?

Met mijn collega's in het Citizen Data Lab bedenken we dat we met deze vragen aan de slag kunnen door het presenteren, gebruiken en leren van data in de buurtplatforms te integreren en door de lokale netwerken zoveel mogelijk eigenaar van de data te maken. Het idee Buurtinzicht is geboren.

Conceptpresentatie Buurtinzicht

Buurtinzicht is de naam achter het idee om een data-dashboard te ontwikkelen dat lokale netwerken in hun eigen online platform kunnen integreren. Het doel is de lokale netwerken te ondersteunen bij het maken van betere keuzes door ze van relevante informatie te voorzien. We weten nog niet welke informatie voor deze netwerken relevant is. Daarom willen we kunnen experimenteren met zeer uiteenlopende datasets en -representaties. Denk aan gemeentelijke open data, sociale media analyses en participatieve data. Het lijkt ons daarnaast interessant om combinaties te maken, zoals die tussen open data

over de veiligheid in een buurt en sociale media analyses; het via Twitter te meten sentiment over veiligheid in een buurt. Wat betekent het voor mensen als ze grote verschillen tussen het sentiment en de feiten in hun buurt gaan zien? Participatieve data zijn data die door mensen zelf worden verzameld, bijvoorbeeld via speciale apps. Denk aan mensen die foto's maken van rommel, schades, of juist fijne plekken in een buurt. De inzet van participatieve data is direct gerelateerd aan de achterliggende visie van Buurtinzicht, namelijk dat de mensen in de lokale netwerken op een gegeven moment – vanuit groeiend begrip over de betekenis van data – mee ontwerpen aan steeds betere informatie en dashboards.

Met een klein team werken we het concept Buurtinzicht uit tot een presentatie. Het hart van de presentatie wordt gevormd door drie elementaire processen die we in experimenten zullen moeten ondersteunen.

De eerste is directe actie, de binnenste cirkel: informatie uit databronnen vertelt bijvoorbeeld dat het aantal inbraken in de wijk toeneemt. Burgers gaan als gevolg beter hun huis afsluiten en later zien ze in hetzelfde dashboard dat dit effect heeft gesorteerd, want het aantal inbraken neemt weer af.

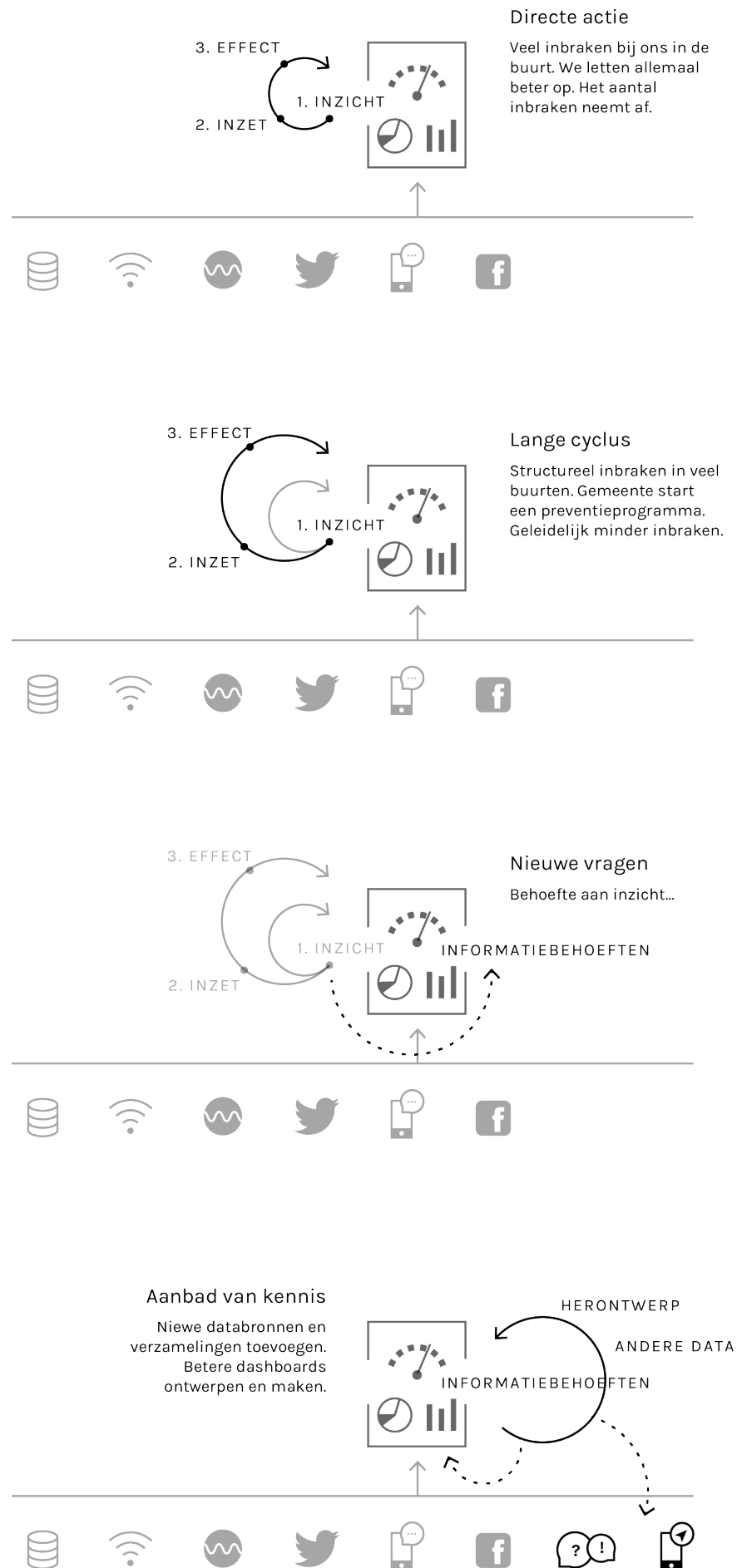
De tweede, grotere cirkel doet hetzelfde op een hoger aggregatieniveau: ambtenaren (maar dat kunnen natuurlijk net zo goed burgers zijn) herkennen een patroon rond inbraken in meerdere wijken, ontwikkelen beleid of een programma en kunnen de effecten daarvan zien.

De derde, grootste cirkel betreft het ontwerp: gebruikers van de dashboards kunnen ervaren dat informatie niet bij hun behoefte aansluit of dat de bediening van het dashboard (als onderdeel van het platform) niet optimaal is. Vervolgens gaan ze daarmee aan de slag (nieuwe databronnen worden aangeboden, de interface wordt verbeterd), waarna ze een volgende versie van het dashboard in hun online platform gebruiken, naar grotere tevredenheid. Het idee is de stedelijke netwerken via deze weg zo intensief bij het verzamelen en het gebruiken van data te betrekken, dat de bewustwording en de nieuwsgierigheid naar kansen en bedreigingen toeneemt.

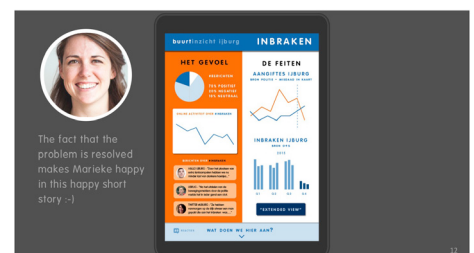
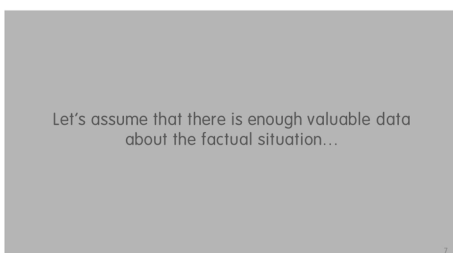
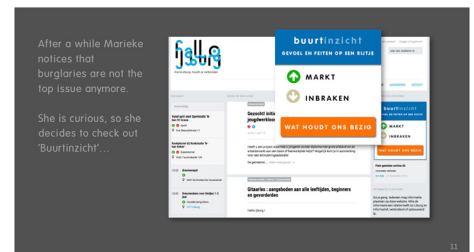
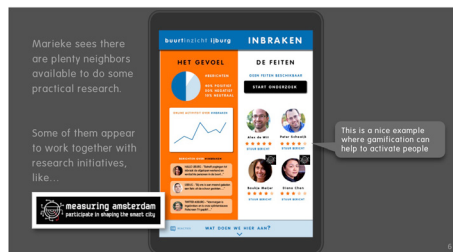
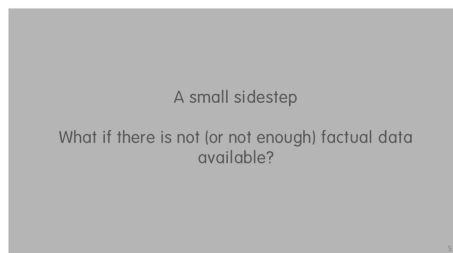
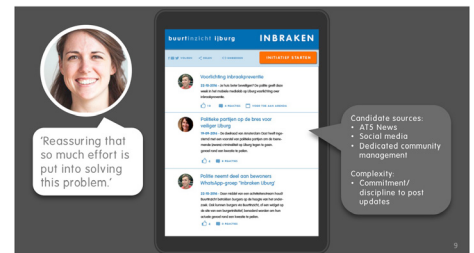
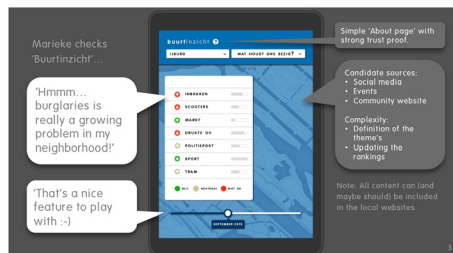
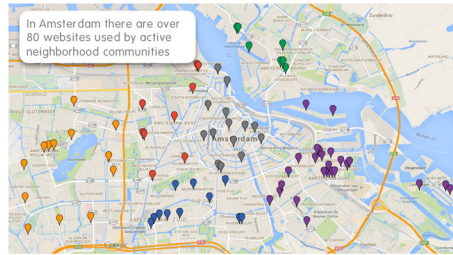
We werken deze drie elementaire processen uit tot een aantal eenvoudige visuele verhalen (*user journeys*) en realistisch uitgewerkte schermvoorbeelden. Deze presentatie helpt om het idee te verkopen. Met Sabine Niederer en Berent Daan (van het OIS DataLab⁷ van de Gemeente Amsterdam) schrijven we een projectaanvraag bij COMMIT⁸, die wordt gehonoreerd. Dit leidt ertoe dat we in 2016 een prototype van een data-dashboard voor in een buurtplatform maken.

7 OIS is de afdeling Onderzoek, Informatie en Statistiek van de gemeente Amsterdam. Het DataLab is een werkplaats, kenniscentrum en partner voor de gemeente op het gebied van datavraagstukken.

8 COMMIT is het grootste Nederlandse publiek-private onderzoeksprogramma in de ICT. Zie www.commit.nl.



Illustratie 4.6:
Afbeeldingen Buurtinzicht schermontwerpen



So how about the others?...



Marieke
habitant



Jos
civil servant



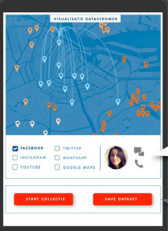
Latifa
researcher



Mike
start-up



So Latifa, who is an expert Researcher on urban mobility-issues, is active in the same space.

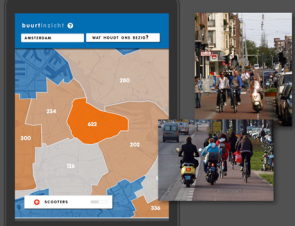


'New calculation models will be available next week...'

Anyone can instantly start new data collections and save datasets locally



Civil servant Jos has complex issues to deal with. Like the pressing problem of scooters on cycle paths.



There is another nice feature for researchers like Latifa...

Jos zooms in on the city center where the problem seems to be the most pressing.

'Okay, lets dive into this scooter issue...'



Remember the little grey bars next to the 'issue ranking table'?

They indicate to what extent relevant research is available.

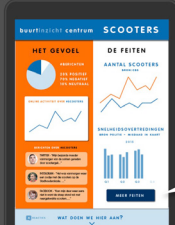
The bars essentially define an urban research agenda.



High demand for insight

Excellent insight available

Jos is eager to understand exactly what is going on and why?...



'I am ready for a deep dive.'

(Open for everybody)



What's in all of this for hipster-start-up-Mike?

Jos now enters a rich information space where he is able to drill down, compare, analyze, project, et cetera.

He is in direct contact with the research community.



Mikes start-up develops the award winning Anti-theft App 'Sgurk'.





'Buurtinzicht is my ultimate free market-research tool.'

OPRICHTING COÖPERATIE GEBIEDONLINE (JANUARI 2016)

Vorbereiding oprichting coöperatie Gebiedonline (2015)

Vraag naar het platform uit andere buurten

Dat HalloIJburg een interessant platform is begint ondertussen ook buiten IJburg op te vallen. In Pakhuis de Zwijger zijn veel sessies over de lokale bottom-up-beweging en over de rol van creativiteit en ICT. Michel krijgt enkele keren de vraag of hij daar kan vertellen over HalloIJburg en hoe hij te werk gaat. Een van de gevolgen is dat steeds meer mensen uit andere buurten vragen of ze ook van de technologie gebruik mogen maken. De meest vasthoudende is Jules Pollaert, een jonge innovatieadviseur – die in die periode de gemeente Amersfoort adviseert over diensteninnovaties op het terrein van maatschappelijke innovatie en ICT. Hij zoekt een platform voor de wijk Nieuwland¹ en heeft op basis van vergelijkend onderzoek geconcludeerd dat HalloIJburg het best bij de lokale behoeften aansluit.

Het idee coöperatie Gebiedonline

Michel houdt lang af. Hij heeft HalloIJburg gebouwd op basis van zijn overtuiging dat de maatschappij gebaat is bij platte netwerken, zonder dominante centrale macht. Hij noemt dat de pannenkoek versus de piramide. Daarnaast heeft hij HalloIJburg gemaakt als vrijwilliger. Hoe kan hij ervoor zorgen dat zijn principes niet verwateren? Hoe kan het eigenaarschap goed belegd worden? En: hoe kan het werk hem niet boven het hoofd groeien? Als mede-eigenaar van CrossmarX heeft hij immers ook nog een bedrijf te runnen. Ik zie zelf veel kansen voor onderzoek als HalloIJburg zich verder zou ontwikkelen als platform voor meerdere buurten.

Na een aantal gesprekken hakken we in het voorjaar van 2015 de knoop door. Michel zal de technologie generiek bruikbaar maken

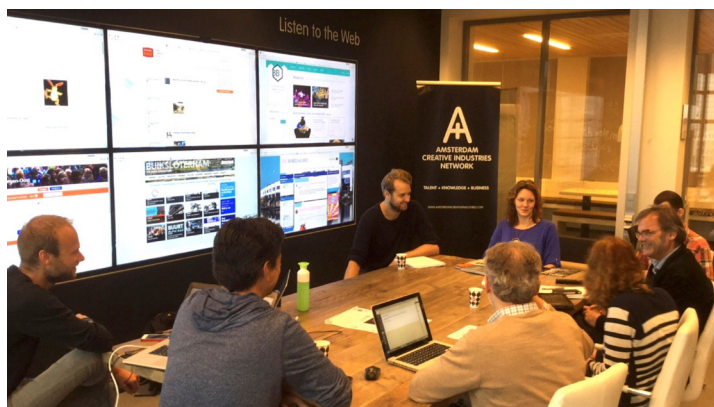
en we gaan een coöperatie oprichten om het eigenaarschap blijvend bij de gebruikers onder te brengen. We gaan op zoek naar een naam die het lokale karakter uitdrukt en tegelijkertijd aangeeft dat het om een online platform gaat. Daarnaast moet het webadres vrij zijn. Zo komen we al vrij snel op Gebiedonline.nl uit. Een gebied vinden we een mooie generieke plaatsaanduiding. Het geeft de mogelijkheid om zowel netwerken rond een specifiek pleintje als een complete stad te kunnen bedienen.

Startbijeenkomst: 15 juni 2015

Op 15 juni hebben we de eerste bijeenkomst. Zoals in de meeste ledenvergaderingen (deels in de vorm van ontwerpessies voor het te ontwikkelen online platform) die zullen volgen vindt deze plaats in een vergaderzaal van het Citizen Data Lab, waar zes grote schermen aan de wand hangen. Een fraaie ruimte, die ook praktisch blijkt omdat we er platformen van de verschillende netwerken naast elkaar kunnen zien. Aanwezig zijn Jules Pollaert (IrisinNieuwland Amersfoort), Frank Alsema (Buiksloterham Amsterdam), Peterpaul Kloosterman en Heleen van Praag (Gouda-Bruist Gouda), en Maarten Terpstra (Knowledge Mile Amsterdam). In de maanden voor de bijeenkomst zijn de netwerken die door deze kandidaat-leden worden vertegenwoordigd, op GoudaBruist na, allemaal al met het nieuwe platform begonnen.

We formuleren enkele vragen ter voorbereiding. Wat zijn je concrete behoeften de komende periode? Waarom zoek je gezamenlijk eigendom, c.q. een coöperatie? Onder welke condities en randvoorwaarden wil je meedoen? Welke rol zou je kunnen en willen spelen? We nodigen ook ervaringsdeskundige Gerbrand Bas uit. Hij raadt aan een startdocument op te stellen waarin we vastleggen wat we met elkaar belangrijk vinden, een voorzitter te kiezen die een goede procesmanager is en verder advies in te winnen bij prof. dr. ir. Gert van Dijk, een voorname Nederlandse deskundige

1 Het platform heet inmiddels irisinnieuwland.nl.



Vergadering Gebiedonline (in BrandLive)

op het gebied van coöperaties.

In de bijeenkomst doen we een eerste rondje langs de antwoorden op de vragen en blijken al behoorlijk goed op één lijn te zitten. Michel geeft direct aan dat het hem verstandig lijkt ons volledig te richten op de opbouw van waarde in het technologische platform. Later kunnen we altijd nog sub-groepjes over andere onderwerpen starten. Het gaat in de netwerken immers al snel over van alles en nog wat, en we willen geen praatclub worden. Hij raakt de goede snaar. De sfeer is energiek en optimistisch. We hebben er allemaal zin in. Desgevraagd accepteer ik de rol van kwartiermaker (formeel: voorzitter a.i.).

Advies prof. dr. ir. Gert van Dijk

Het telefonisch adviesgesprek met Gert van Dijk dat al snel volgt kent een kantelpunt halverwege. In de basis blijkt een coöperatie U.A. een vrij eenvoudige constructie die snel en goedkoop op te zetten is. U.A. staat voor uitgesloten aansprakelijkheid, wat betekent dat de leden niet aansprakelijk gesteld kunnen worden. Het bestuur wel, maar dat kan verzekerd worden. Het gesprek wordt al snel ingewikkeld vanwege de relatie met Michels bedrijf CrossmarX, onze leverancier. We bespreken wat er allemaal mis kan gaan: ruzie met CrossmarX, CrossmarX gaat failliet, CrossmarX gaat aan concurrenten leveren en ga zo maar door. Ook over wat er tussen de leden mis kan gaan volgen allerlei rampscenario's en vervolgens uitermate ingewikkelde en ook vaak experimentele constructies om dan weer de één en dan weer de ander voor de ergste consequenties te behoeden. Voor de energie echt weg is stel ik voor de coöperatie als een pilot te zien waar we allemaal erg veel van leren, om het platform dan na een paar jaar in principe op te heffen.

Tegen mijn verwachting in veert Gert hoorbaar op. 'Ja, een coöperatie i.o.², waarbij i.o. staat voor in ontwikkeling!', zegt hij opgetogen. In zo'n aanpak zet je het gedeelde belang centraal, in combinatie met vertrouwen in het gezamenlijk vermogen problemen op te lossen als ze zich voordoen. De statuten kunnen dan vrij elementair zijn, met de eventueel benodigde aanvullingen in het (huishoudelijk) reglement. En dit reglement kunnen we dan zelf, als het nodig blijkt, zonder notaris aanpassen. Gert maakt verder duidelijk dat we gezien de diversiteit aan leden typisch een multistakeholder-coöperatie zijn. De leden zijn namelijk vertegenwoordigers van zeer uiteenlopende netwerken en mogelijk ook sponsors of vrijwilligers. Ik ben inmiddels bang dat het weer te ingewikkeld wordt. Gert weet het echter weer eenvoudig te maken. In een multistakeholder-coöperatie moet de voorzitter gewoonweg focussen op het nemen van besluiten die voldoende draagvlak hebben. Hij moet daarom heel goed voeling houden met (de belangen van) alle individuele leden.

Daar kan ik iets mee. We ronden het gesprek af. Ik ben Gert erg dankbaar en moet denken aan *The Speed of Trust*³, een geweldig boek over hoe vertrouwen snelheid verhoogt en kosten verlaagt. Een boek waar ik veel aan had in de tijd dat ik bedrijven over digitalisering adviseerde.

² I.o. staat officieel voor 'in oprichting'.

³ *The Speed of Trust. The one thing that changes everything.* Stephen Covey. Pocket Books, 2008.

Startdocument van de Coöperatie

Na twee sessies hebben we op 3 september 2015 een startdocument. Onze missie is dat zoveel mogelijk mensen in lokale netwerken samen waarde creëren met behulp van en in hun eigen online platform. We delen drie overtuigingen: 1) Lokale netwerken zijn een motor van noodzakelijke maatschappelijke en democratische vernieuwing; 2) Online platformen zijn (in potentie) een cruciale hefboom bij het versterken van lokale netwerken; en 3) Als lokale netwerken samen leren en creëren leidt dat tot betere platformen tegen lagere kosten.

We definiëren Gebiedonline als een online platform in coöperatief eigendom waarmee mensen samen de leefbaarheid van hun straat, buurt of stad verbeteren. Als mentaliteit kiezen we voor een coöperatie i.o. (in ontwikkeling). Formeel kiezen we voor de rechtsvorm coöperatie U.A. (uitgesloten aansprakelijkheid) omdat die vorm het best bij onze drijfveer en doelen past en omdat we daarmee makkelijk nieuwe leden kunnen aansluiten. De coöperatie bouwt waarde op in Gebiedonline; daar moet een zo groot mogelijk deel van de aandacht en energie naar toe. Een lid dat uit de coöperatie stapt zal in het beste geval blij zijn dat hij of zij bij heeft kunnen dragen aan het platform en kan geen enkele aanspraak maken op de in de coöperatie opgebouwde waarde. Nieuwe leden zijn welkom en kunnen toetreden als zij akkoord gaan met de uitgangspunten zoals hiervoor beschreven.

Principes

We realiseren ons dat we als coöperatie i.o. nog met veel ingewikkelde keuzes geconfronteerd zullen worden. Daarom formuleren we een aantal principes die ons bij die ons wellicht bij nu nog onbekende keuzes kunnen helpen. We nemen ons voor de principes periodiek te bespreken om te bepalen of we ze aan kunnen schermen. Later zullen we deze principes in het reglement opnemen.

De zeven principes van coöperatie Gebiedonline:

1. **Gezamenlijk belang.** De coöperatie is een ideële organisatie. We bouwen samen aan iets groots en dat gedeelde belang staat altijd centraal.
2. **Onderneming.** De coöperatie is een onderneming. Hiermee bedoelen we dat alle leden bereid zijn risico's te nemen. We zijn opbouwend kritisch en zien vooral mogelijkheden.
3. **Focus op maken.** We zijn een maakclub, geen praatclub. Minimaal 80% van de energie die we in de coöperatie stoppen keert terug in het Gebiedonline-platform.
4. **Diversiteit omarmen.** We koesteren de verschillen tussen leden. Leden brengen unieke kennis en kansen in. De optelsom van mensen creëert de coöperatie.
5. **Flexibiliteit.** We zoeken naar herbruikbare patronen én naar relevante verschillen tussen netwerken. Verschillen faciliteren we via modules, variabelen en stylesheets.
6. **Eenvoud en elegantie.** De leden kennen de valkuil van complexiteit. Te veel denken in uitzonderingen creëert onnodige complexiteit, met als gevolg vertraging.
7. **Directe en open communicatie.** We praten met elkaar, niet over elkaar. Als iets bij iemand niet goed gaat of voelt kun je erop vertrouwen dat je dat weet.

De technologie achter HallolJburg en Gebiedonline

De coöperatie bouwt in economische zin waarde op in een softwareplatform. Daarom is belangrijk te weten wat dat platform is en kan, en wat precies wel en niet van de coöperatie is. Het belangrijkste onderscheid betreft de *application engine* en de applicatie die daarmee gebouwd is. De engine is en blijft van CrossmarX en de applicatie gaat naar de coöperatie. CrossmarX heeft die ontwikkeld vanuit haar overtuiging dat automatisering eenvoudig zou moeten zijn: applicaties moeten doen wat je ervan verwacht, ze moeten mee kunnen bewegen met veranderende omstandigheden en wensen, en de kosten moeten opwegen tegen de voordelen. De claim van de engine is dat die automatise-

ren leuk, razendsnel en makkelijk maakt en het drie keer winnen van de RAD Race⁴ is wat dat betreft geen slecht bewijs.

Geen open source, wel andere grote voordelen

De application engine is in Java gebouwd, heeft een open architectuur en maakt gebruik van open standaarden, maar het is geen open source-software. De engine is door CrossmarX gepatenteerd en vertegenwoordigt het bedrijfskapitaal. Wat Michel aan de coöperatie ter beschikking heeft gesteld is de met behulp van de engine gebouwde applicatie Gebiedonline. Dit maakt de voordelen en de beperking van de samenwerking duidelijk. In de applicatie Gebiedonline is de ervaring met HallolJburg verwerkt. Daarnaast is de applicatie ook modulair en instelbaar opgebouwd, en – met behulp van de engine – makkelijk en snel aanpasbaar, ook voor een IT-leek. Voor de start-up die we eigenlijk gewoon zijn voelt dat alsof we zonder te hebben gecasht, toch in een Ferrari mogen rijden. De beperking is dat we van de application engine van CrossmarX afhankelijk zijn en blijven. Daar staat tegenover dat de coöperatie ook waarde opbouwt in de data en het ontwerp van het gebruikersinterface; onderdelen die in het slechtste geval naar een ander technologieplatform zijn over te hevelen. Alles bij elkaar zijn de leden zijn het erover eens dat de condities uitstekend zijn. Ze willen hun aandacht dan ook vooral richten op de kansen die de technologie hun lokale netwerk biedt.

Netwerken van leden aansluiten

De periode die volgt staat in het teken van het inrichten van de platformen van leden zoals de Knowledge Mile en Buiksloterham en het migreren van Gouda Bruist, vanuit het bestaande platform naar Gebiedonline. De bestaansredenen van deze platformen lopen sterk uiteen. De eerste twee zijn netwerken die grotendeels

nog moeten ontstaan.

De Knowledge Mile is de strook Wibautstraat tot en met Weesperstraat, en is een initiatief van het Amsterdam Creative Industries Network om met studenten en andere stakeholders de slimste straat van Nederland te creëren. Maarten Terpstra is lid van de coöperatie vanuit zijn rol als community manager van de Knowledge Mile.

Buiksloterham is een oud havengebied in Amsterdam Noord dat wordt getransformeerd naar een duurzaam gebied voor wonen en werken. Er is veel ruimte voor zelfbouw en Frank Alsema, zelf verwoed zelfbouwer, is kwartiermaker van project circulair Buiksloterham. In Buiksloterham wonen nog maar weinig mensen. Franks idee is de groei van het aantal bewoners en andere gebruikers, het netwerk, gelijk op te laten gaan met de ontwikkeling van het platform.

Gouda Bruist is een netwerk met zo'n 1400 actieve leden en vijftig deels afgeronde en deels lopende projecten. Het netwerk is in 2007 begonnen vanuit een groepje actieve Gouwenaars. In 2010 ontstaat uit dit groepje en met steun de gemeente Gouda en woningbouwcorporaties Gouda Bruist. Heleen van Praag is de belangrijkste trekker en de bedenker van een bruis-methode⁵, die bedoeld is om bewoners te verbinden en te mobiliseren rond projecten. Er worden tweemaandelijks 'bruispunten' georganiseerd, er zijn regelmatig ideeënbroewerijen en medio 2013 heeft Gouda Bruist via crowdfunding een eigen locatie gerealiseerd, de Bruisplaats. Gouda Bruist heeft al een online platform, maar loopt tegen allerlei beperkingen aan en wil graag op Gebiedonline overstappen.

IrisinNieuwland was in april 2015 de eerste die met behulp van de techniek van Gebiedonline live ging, als platform voor de wijk Nieuwland in Amersfoort. Jules Pollaert en Korné Boekholt zijn de door Amersfoort ingehuurd initiatiefnemers. Later nemen bewoners Peter Rook en Wim de Haan de rol van pioniers van IrisinNieuwland over. Peter zal het netwerk dan in de coöperatie gaan vertegenwoordigen.

4 De RAD Race is een jaarlijkse prijs voor rapid application development. Zie: <http://www.crossmarx.nl/engine?app=cx&service=classmanager:1666&cmd=open&id=69>.

5 Bruisen, brouwen en binden. Handboek voor lokale community builders. Heleen van Praag. Uitgeverij Gouden initiatieven, 2016.

BuurtBalie haakt bij coöperatie aan

In september meldt Annemarie van Veen van de BuurtBalie in de Indische Buurt zich aan. Het inzicht in de Indische Buurt was ooit dat veel initiatieven, organisaties en bewoners zich daar voor de buurt inzetten maar dat daarvan geen handig, centraal overzicht bestaat. Dat leidde in 2014 tot de oprichting van het buurtplatform, dat zich met name richt op het ontsluiten van wie er allemaal actief zijn en van de activiteiten zelf. Ik stem zoals ik me had voorgenomen met alle individuele leden af en merk dat iedereen blij is met het toetreden van Annemarie, die duidelijk ervaring, professionaliteit en positieve energie inbrengt. Net als in het geval van GoudaBruist loopt Annemarie tegen de grenzen van de technologie van haar bestaande platform aan. De BuurtBalie ontvangt subsidie vanuit stadsdeel Oost en Annemarie legt de betreffende ambtenaren daarom een aantal alternatieve groeiscenario's uit. Uiteindelijk valt de keuze op migratie naar Gebiedonline, waarmee de laatste drempel om tot de coöperatie i.o. toe te treden wordt weggenomen.

Gewicht toekennen aan bijdrage en stem

In het najaar van 2015 volgt de uitwerking van de constructie van de coöperatie. De belangrijkste en ook moeilijkste vragen blijken over de stemverhoudingen en de sleutel voor de financiële bijdragen te gaan. In de eenvoudige oplossing heeft ieder lid één stem en betalen alle leden ook dezelfde jaarlijkse contributie. We hebben moeite om voor die oplossing te kiezen omdat de netwerken zo sterk uiteenlopen. Het voelt logischer en zuiverder om zowel stem als bijdrage te koppelen aan het aantal gebruikers van een netwerk (of eigenlijk aan gebruik, maar dat lijkt nog te ingewikkeld om te definiëren), anders heeft iemand met een beginnend netwerk met tien gebruikers een even grote stem als iemand met vierduizend gebruikers en zou hij of zij ook evenveel moeten bijdragen. De keerzijde van differentiëren op basis van aantallen gebruikers is dat de verschillen zo groot worden dat bepaalde leden een erg grote stem krijgen. Dat is oplosbaar door limieten in te stellen. Leden mogen dan bijvoorbeeld nooit meer dan twintig procent van de stemmen krijgen.

We beginnen te rekenen in een spreadsheet, aan de hand van drie groeiscenario's en we besteden twee bijeenkomsten aan het onderwerp. We komen er niet uit. Het wordt te ingewikkeld en we krijgen allemaal het idee dat we snelheid aan het verliezen zijn. De oplossing waar we toe besluiten is te beginnen met de aan netwerken (in plaats van aan gebruikers) gekoppelde verhouding. Alle leden krijgen één stem en we besluiten tot een bijdrage van 2000 euro per netwerk per jaar, voor iedereen die in 2016 instapt. In de loop van dat jaar kunnen we het model desgewenst aanpassen. In combinatie met de 15.000 euro die ik vanuit a.s.r., een sponsor van mijn onderzoek, inbreng, moet dat ons in het eerste jaar voldoende op weg helpen. Het voelt voor iedereen goed en conform 'coöperatie in ontwikkeling', dus we kunnen verder.

Formele oprichting en lancering (januari 2016)

Laatste open eindjes, notaris

Terug naar de formele oprichting van de coöperatie. Begin december hebben we het eerste gesprek met Kenneth van Loon van notariskantoor Eveline Schot in Amsterdam Noord. Er komt gelukkig weinig nieuws of ingewikkelds naar boven. In één opzicht blijken we wel anders dan de gemiddelde coöperatie. Gangbaar is dat er twee soorten vergaderingen zijn. De ene gaat over meta-zaken over de coöperatie, zoals nieuwe leden en aanpassingen van statuten. Daarbij zijn alle leden intensief betrokken. Daarnaast zijn er de vergaderingen rond de 'primaire business' van de coöperatie; die worden normaal gesproken aan het bestuur gedelegeerd. In ons geval is dat tweede deel juist iets wat de leden met elkaar willen doen. Het bepalen waar we onze ontwikkel-inspanningen op richten, onze primaire business, willen we juist niet delegeren. Dit blijkt eenvoudig op te lossen door in het reglement vastleggen dat het bestuur deze taak aan de leden teruggeeft.

Over statuten en reglementen

De richtlijn die we in de gaten moeten houden is dat wat in de statuten is vastgelegd moet passen binnen de wet en dat wat in het reglement wordt vastgelegd moet passen binnen de statuten. Als we op basis van standaardstatuten aan de slag gaan valt me op hoe primitief die zijn, in die zin dat niet uit de structuur of de vorm blijkt waar iets wettelijk zo moet versus waar iets een keuze is, laat staan dat bij keuzes duidelijk is wat de opties zijn en wat de argumenten of contextuele factoren voor en tegen de verschillende opties kunnen zijn.

Vorbereiding officiële lancering

Als ik Egbert Fransen, directeur van Pakhuis de Zwijger, in december bijpraat over de ontwikkelingen rond de coöperatie stelt hij voor een apart programma in Pakhuis de Zwijger te starten – Gebiedonline Updates – waarin we met geïnteresseerden ervaringen delen en gesprekken voeren over de ontwikkeling van de coöperatie. Ik ben daar blij mee. Egbert en zijn pakhuis zijn erg belangrijk voor veel mensen die bottom-up en vanuit creativiteit met maatschappelijke vernieuwing bezig zijn en ik ervaar die steun zelf ook sterk. De eerste bijeenkomst, de lancering, zal op 20 januari 2016 plaatsvinden. We hebben kort daarvoor alle formele zaken afgehandeld: de bestuursleden zijn benoemd (Annemarie is secretaris, Jules is penningmeester en ik ben voorzitter) documenten zijn getekend en we hebben een bankrekening geopend. En ook niet onbelangrijk: we hebben een beta-website (Gebiedonline.nl), die nog niet veel meer is dan een online brochure, maar

waar wel de belangrijkste informatie op staat en die ook toegang biedt tot de verschillende netwerken.

Kick-off meeting in Pakhuis de Zwijger

Op 20 januari 2016 hebben we de officiële lancering van Gebiedonline in Pakhuis de Zwijger: Gebiedonline Update#1: Van idee naar coöperatie. Het evenement is met tachtig mensen goed bezocht en het publiek is divers: er zijn mensen uit de al deelnemende netwerken, mensen van geïnteresseerde netwerken, er zijn lokaal actieve en anderszins geïnteresseerde ambtenaren, en verschillende onderzoekers en studenten. We geven een korte inleiding op Gebiedonline en vertellen over het proces tot dan toe. We verdelen het publiek vervolgens over acht groepen rond onderwerpen waar de verschillende leden van de coöperatie, die de tafels voorzitten, met name in geïnteresseerd zijn. Dit zijn: de sociale kaart en (in)formele zorg, de brug tussen bewoner en gemeente, user generated content versus redactie, van oud naar nieuw platform, de oprichting van een coöperatie, grootstedelijke vraagstukken, functionaliteit en techniek, en startend platform met ambitie.

Twee onderwerpen springen er in de plenaire discussie aan het einde van de avond uit: het belang van lokaal eigenaarschap van de platformen en de mogelijkheden die dit soort platformen bieden om de samenwerking tussen burgers en overheden anders te organiseren. De kritische vragen hebben betrekking op inclusie en representativiteit. Worden dit soort platformen niet vooral gebruikt door blanke en hoogopgeleide mensen? Worden dus niet vooral die netwerken en hun macht versterkt? Hoe representatief is een stem op zo'n platform? Het zijn vragen waar terecht zorgen achter schuilgaan, maar die ook verlamdend kunnen werken. Ik word bevestigd in mijn idee dat we van deze vragen hoe-vragen moeten maken. Hoe zorgen we dat deze platformen inclusie versterken? Wat is daar al over geleerd? En voor zover we het nog niet weten: hoe kunnen we ontwerp-experimenten uitvoeren om daar iets over te leren?

Juan-Carlos Goilo, een jongeman die binnen de gemeente Amsterdam een ambassadeur van bottom-up-netwerken is en eind 2014 al hielp bij het prelude-onderzoek, brengt tijdens de bijeenkomst de laatste vraag in: 'Wat zou wat jullie betreft over vijf jaar de situatie moeten zijn?' Ik ben hem dankbaar voor de vraag en ben zo vrij namens de coöperatie het woord te nemen. Ik zeg dat ik hoop dat de organisatiegraad en de impact van de van de lokale netwerken in Amsterdam dan substantieel toegenomen zal zijn en dat het mooi zou zijn als Gebiedonline daar aan heeft kunnen bijdragen – maar dat het ons daar uiteindelijk niet om te doen is. Het is het goede antwoord, al hoop ik natuurlijk diep in mijn hart dat Gebiedonline zelf ooit als betekenisvol initiatief zal worden herkend.

TERUGBLIK OP HET EERSTE JAAR (2016)

Aanwas nieuwe leden

We zoeken actieve leden, geen klanten

Na afloop van de lancering is er veel enthousiasme en dat zet zich daarna gedurende het jaar door. Via het centrale e-mailadres (info@gebiedonline.nl) klopt gemiddeld zeker eens per week een netwerk aan met vragen over toetreden tot de coöperatie. We leren hoe belangrijk het is geïnteresseerden direct mee te nemen in de overtuigingen en drijfveren achter de coöperatie. Zo vind je al snel uit of mensen de coöperatie per abuis als leverancier zien. De vragen die ze stellen gaan dan bijvoorbeeld over eisen ten aanzien van de service die ze verwachten; ze stellen zich op als mogelijke klant. Vaak hebben geïnteresseerden specifieke behoeften, die we nog niet hebben gemaakt, bijvoorbeeld een oplossing voor adverteerders, met een administratiemodule. De truc blijkt te zijn ze dan te laten weten dat als ze die functionaliteit graag willen ze zich daar als lid hard voor kunnen maken. We kunnen alles als leden, als er maar voldoende leden hetzelfde willen. Je hebt niet de afhankelijkheid die je als klant hebt, maar dus ook niet het comfort; je moet de dingen zelf en samen creëren.

Veelgestelde vragen (FAQ)

Om het werk hanteerbaar te houden verdelen Michel, Jules en ik de binnenkomende vragen. De drie belangrijkste documenten zetten we op de website: de statuten, het reglement en een lijst veel gestelde vragen met de antwoorden daarbij op de website. Het laatste document werken we regelmatig bij, zodat we zo min mogelijk tijd kwijt zijn aan het beantwoorden van vragen.

FAQ 1: Vragen over de coöperatie

1. Waarom ontwikkelt de coöperatie het online platform?

Vanuit de overtuiging dat maatschappelijke en democratische vernieuwing noodzakelijk is, dat lokale netwerken daar een sleutelrol bij kunnen vervullen en dat die netwerken effectiever worden als ze door een goed online platformen worden ondersteund. Het idee achter de coöperatie is dat het platform beter wordt door het gezamenlijk te ontwerpen. Daarnaast wordt het platform door het te delen per netwerk goedkoper.

2. Wat is de kernactiviteit van de coöperatie?

De leden creëren samen waarde in het online platform Gebiedonline. De kernactiviteit van de coöperatie is het gezamenlijk doorontwikkelen van het online platform Gebiedonline.

3. Wat voor soort coöperatie is Gebiedonline?

Gebiedonline is een ideële coöperatieve vereniging zonder winstoogmerk. Het is

een coöperatie U.A., wat staat voor Uitgesloten Aansprakelijkheid. De leden zijn niet aansprakelijk voor eventuele door het platform veroorzaakte schade. Het bestuur is dat wel, maar daar is een verzekering voor afgesloten.

4. Voor wie is Gebiedonline bedoeld?

Gebiedonline is er voor plat georganiseerde lokale netwerken. Gebiedonline kan worden ingezet door mensen die – als vertegenwoordigers van verschillende lokale stakeholders (denk aan bewoners, ondernemers en instituties) – als actief netwerk de kwaliteit van hun woon/leefomgeving verbeteren. Gebiedonline is dus niet bedoeld als top-down publicatieplatform voor instituties.

5. Wat is onderscheidend aan Gebiedonline?

Er zijn steeds meer aanbieders voor online buurtplatformen. Onderscheidend aan het platform van Gebiedonline is dat het een bewezen oplossing is, met zeer uitgebreide (instelbare) functionaliteit. Daarnaast is onderscheidend dat het platform van een ideële coöperatie is en dat de leden gezamenlijk de doorontwikkeling bepalen.

6. Hoe wordt er vergaderd?

Eén keer per maand is er een ledenvergadering (iedere tweede donderdag van de maand, van 19 tot 21 uur). Die helft van de tijd gaat over bestuurlijke zaken en de andere helft over de ontwikkelagenda. Over de ontwikkelagenda zijn we ook doorlopend online in gesprek. We handelen daar zoveel mogelijk direct af. Geselecteerde belangrijke en/of moeilijke kwesties promoveren naar de offline vergadering.

7. Hoe neemt de coöperatie besluiten?

Alle besluiten in de vergadering worden genomen op basis van consent (het basisprincipe binnen de sociocratie). Dit houdt in dat een besluit genomen is, wanneer geen van de leden beargumenteerd en overwegend bezwaar heeft tegen het nemen van het besluit. Consent verschilt van consensus in de zin dat degene die 'consent geeft' niet 'voor' het voorstel hoeft te zijn, alleen maar 'niet tegen'. Consent zorgt voor focus op gezamenlijkheid en voor besluitvaardigheid.

8. Wanneer wordt de inzet van het Gebiedonline platform een succes?

De verschillen tussen de gebieden en netwerken die meedoen zijn groot. Wat precies succes bepaalt weten we (nog) niet. De belangrijkste voorwaarden lijken te zijn dat ergens duidelijke gemeenschappelijke doelen of belangen bestaan (die ook echt leven onder de mensen) en dat er een actief netwerk van trekkers is, dat er alles aan doet mensen te betrekken en daartoe zowel offline als online ondersteuning biedt.

9. Wat is de rol van de Hogeschool van Amsterdam?

Vanuit het kenniscentrum (CreatIT) van de HvA wordt onderzoek gedaan rond het thema 'Citizen Empowerment'. Binnen dit thema doe ik (in mijn hoedanigheid van voorzitter van de coöperatie) onderzoek naar online platformen voor het versterken van lokale netwerken in steden. De ontwikkeling van coöperatie Gebiedonline is een onderwerp van het onderzoek (zoals je in dit document hebt kunnen lezen).

FAQ 2: Vragen over lid worden en kosten

10. Als we meedoen, worden we dan ook automatisch lid van de coöperatie?

Ja, een nieuw netwerk brengt één persoon in als lid van de coöperatie – en ook één persoon als eventuele vervanging. Dat lid heeft een stem in de ontwikkelagenda: in welke doorontwikkeling van het platform gaan we wel of niet in investeren? Een lid kan meerdere netwerken vertegenwoordigen, maar houdt dan één stem.

11. Wat brengt lid worden verder met zich mee?

Lid worden bij een coöperatie is iets anders dan klant worden van een leverancier. Alle leden hebben in de basis dezelfde rol en verantwoordelijkheid: ieder lid vertegenwoordigt één of meerdere netwerken, wordt zelf expert van het platform, mede-ontwerper en ambassadeur. Er hoort ook bij dat je meehelpt met het runnen van de coöperatie. Dat kunnen ook kleine ad-hoc taken zijn.

12. Wat kost lidmaatschap voor leden die in 2017 instappen?

Instapcontributie in 2017 bedraagt 2000 euro (alle bedragen in deze alinea zijn exclusief btw). Daarmee krijg je toegang tot volledig gebruik van het platform (HalloJBurg.nl is een goed voorbeeld). Uitgangspunt is dat je een url (domeinnaam) van Gebiedonline gebruikt: <naamvanjouwnetwerk>.gebiedonline.nl. Er wordt ook één keer per drie jaar een SSL-certificaat geïnstalleerd, voor het versleutelen van je data t.b.v. privacy. Let op: de aanschaf van het certificaat is niet inbegrepen (zie vraag 14).

13. Wat kost lidmaatschap voor bestaande leden in 2017?

In 2017 bepaalt ieder lid zelf of hij/zij 500, 1000 of 1500 euro betaalt. We gaan uit van vertrouwen en het verantwoordelijkheidsgevoel van de leden. 1000 euro is het uitgangspunt, wie dat kan betaalt 1500 euro of meer. Als een lid geen 1000 euro kan betalen mag er (schriftelijke gemotiveerd) 500 euro betaald worden. De bijdragen die de leden voorstellen worden door de andere leden geaccepteerd tenzij er bij één of meerdere leden zwaarwegend bezwaar bestaat. Voor de contributie krijg je hetzelfde als een nieuw lid (zie vraag 12).

14. Zijn er nog kosten buiten het lidmaatschap?

Als je een eigen url (domeinnaam) wil gebruiken kost dat ongeveer 100 euro (exclusief btw) jaar extra; rond de 20 euro voor de url en rond de 80 euro voor een SSL-certificaat waarmee de data versleuteld wordt ten behoeve van privacy. Het (eens per drie jaar) installeren van het certificaat is bij de contributie inbegrepen, je hoeft het dus alleen aan te schaffen. Het is ook mogelijk dat je bijzondere wensen hebt qua vormgeving of dat je de inhoud uit een bestaande site wil overhevelen. Dit soort maatwerk dient een lid zelf in te kopen en loopt dus niet via de coöperatie. Desgewenst kan de coöperatie hier wel in adviseren.

15. Hoe kan er worden betaald?

Ieder lid krijgt ieder jaar een factuur, die binnen drie weken betaald dient te worden. Je betaalt vanaf het moment dat je instapt (en dus niet per kalenderjaar). Die timing geldt ook voor de volgende jaren van lidmaatschap.

16. Hoe wordt de hoogte van de contributie bepaald?

Ieder jaar in december wordt in de ledenvergadering de contributie voor het volgende jaar vastgesteld. Zie ook de volgende vraag (17).

17. Is er ook een goedkopere of gratis versie?

Er is geen nog (nog) goedkopere of gratis versie. Het doel van de coöperatie is wel dat zoveel mogelijk lokale netwerken voor het realiseren van hun doelen een geavanceerd online platform kunnen gebruiken. Daarom willen we enerzijds het platform beter maken en anderzijds de drempel voor gebruik verlagen. De contributie is na het eerste jaar dan ook substantieel omlaag gegaan (grofweg met 50%). Het doel is de kosten telkens verder omlaag te brengen.

18. Kan ik tijdelijk een gratis demo gebruiken om te beoordelen of het bevalt?

Dit kan nu niet. We kunnen ons voorstellen dat dit in de toekomst wel mogelijk gaat zijn, maar de leden hebben er vooralsnog niet voor gekozen hier in te investeren. Als je de mogelijkheden wil zien kan je de websites van de verschillende netwerken bekijken; dat geeft een goed beeld. Als je serieus geïnteresseerd bent

is er altijd wel een lid die je een persoonlijke demo wil geven.

19. Hoe snel kun je starten als je lid bent geworden?

Een nieuw netwerk kan binnen vijf minuten live zijn, met een versie vergelijkbaar met Hallo IJburg, maar dan uiteraard helemaal leeg.

FAQ 3: Vragen over gebruik van het platform

20. Hoe groot moet een gebied zijn?

De focus van het platform is een 'gebied' en dat kan net zo goed een straat, buurt, stadsdeel, een complete stad of zelfs een regio zijn. Het gaat erom dat een bepaalde groep zich met een gebied (of een specifiek thema dat daarbinnen speelt) identificeert, daar iets voor elkaar wil krijgen en daarom als netwerk met elkaar aan de slag wil.

21. Kan het platform ook helpen inkomsten te genereren?

Er is een advertentiemodule beschikbaar waar nu mee wordt geëxperimenteerd. Functionaliteit voor crowdfunding en zichtbaarheid voor sponsors zijn in ontwikkeling. Het idee is dat eventuele inkomsten worden gebruikt om de lokale gemeenschap en economie te versterken en/of de kosten voor gebruik van het platform (deels) te dekken.

22. Op welke server komt de website te staan?

Op een server van Gebiedonline. CrossmarX regelt alle hosting en techniek.

23. Hoe vaak gebeurt het dat er racistische/discriminerende taal wordt geuit?

Kun je dat makkelijk corrigeren/weghalen? Dit is nog nooit ergens gebeurd. En als het gebeurt is het makkelijk te corrigeren of weg te halen.

24. Is het ook mogelijk om anoniem te reageren?

Dat kan nu niet, maar het is bespreekbaar. De vraag is of het wenselijk is, want juist het feit dat iedereen bekend is, draagt bij aan de positieve taal op het platform.

25. Waar staan de data en wie heeft daar toegang toe?

De data staan op de gebiedonline-server bij een beveiligde hosting-partij in de randstad. Alleen CrossmarX heeft daar toegang toe. Elk netwerk blijft eigenaar van zijn eigen gegevens (en kan exports krijgen). De coöperatie bepaalt of er eventueel externe partijen (bijvoorbeeld gemeenten) iets met de data mogen doen.

26. Hoe goed is de beveiliging? Hebben jullie al wel eens door een hacker laten testen?

De beveiliging is goed. Er worden jaarlijks security-audits gedaan.

Leden per begin 2017

Michel, Jules en ik verdelen de binnenkomende vragen en gaan, regelmatig verwijzend naar de FAQ, met de geïnteresseerden in gesprek. Dit resulteert een jaar na oprichting in onderstaand overzicht van <aantal> leden/netwerken. In totaal zijn er ruim tienduizend gebruikers.

1. **Amersfoort Zuid** (amersfoortzuid.nl), Amersfoort, Amersfoort Zuid
2. **Amsterdam Oud-Oost** (onsgebied.nl), Amsterdam, Oud-Oost
3. **Hallo Badhoevedorp** (hallobadhoevedorp.nl), Badhoevedorp
4. **Buiksloterham** (buiksloterham.nl), Amsterdam, Buiksloterham
5. **Buurtbalie Oostelijk Havengebied** (buurtbalie-ohg.nl), Amsterdam, Oostelijk Havengebied
6. **Buurtbalie Transvaal** (buurtbalietransvaal.nl), Amsterdam, Transvaal
7. **Dapperbuurt Balie** (onder constructie), Amsterdam, Oost

8. **Gouda Bruist** (goudabruist.nl) Gouda
9. **Hallo de Pijp** (hallodepijp.nl), Amsterdam, De Pijp
10. **HalloIJburg** (halloijburg.nl), Amsterdam, IJburg
11. **Huis van de wijk** (huisvandewijk.halloijburg.nl), Amsterdam, IJburg **Indische Buurtbalie** (indischebuurtbalie.nl) Amsterdam, Indische buurt
12. **Iris in Nieuwland** (irisinnieuwland.nl) Amersfoort, Nieuwland
13. **Jongerennetwerk Nieuw West**, Amsterdam, Nieuw West
14. **Knowledge Mile** (knowledgemile.org), Amsterdam, Wibaut- en Weesperstraat
15. **Kruiskamp Onderneemt** (onder constructie), Amersfoort, Kruiskamp
16. **Lisserbroek Online** (onder constructie), Lisserbroek
17. **NewNRG** (onder constructie), Amsterdam, Zuid
18. **Plaatsmakerij** (onder constructie), Amsterdam, West
19. **We love Zuidoost** (welovezuidoost.nl), Amsterdam, Zuidoost
20. **WeteringVerbetering** (weteringverbetering.nl), Amsterdam, Weteringbuurt
21. **Wij Zijn Nieuw West** (wijzijnnieuwwest.nl), Amsterdam, Nieuw West

Ontwerpen en experimenteren

Doorlopend ontwerpen en leren

Zoals in de tweede ‘veelgestelde vraag’ staat creëren de leden samen waarde in het online platform Gebiedonline. Dit betekent dat ze het platform doorlopend verder ontwikkelen, met als doel het beter te laten aansluiten bij de behoeften van de gebruikers in de netwerken die ze vertegenwoordigen. Om dit efficiënt te laten verlopen vindt deze samenwerking tussen de leden voor een groot deel online plaats. Op het platform geven de leden aan aan welke nieuwe of aangepaste functionaliteit ze behoefte hebben. De ‘issues’ die de leden gezamenlijk een hoge prioriteit toebedelen worden – binnen afgesproken sprints (gekoppeld aan budgetten) – direct geïmplementeerd. Wensen die om een of andere reden niet online afgehandeld kunnen worden escaleren naar de ledenvergadering en worden daar tot een besluit gebracht.

De leden brengen dus namens hun netwerken ontwerp vragen in, maar er is ook een gezamenlijk belang: het totale platform moet helder en voldoende eenvoudig blijven. Uiteenlopende behoeften van netwerken kunnen voor een deel door de modulaire opbouw, de instellingen en op het niveau van content en vormgeving worden gefaciliteerd, maar dat heeft grenzen. Anders dijt het platform almaar verder uit, verliest het haar elegantie en wordt het steeds moeilijker te beheren. Terugblikkend is dit de rode draad in het doorontwikkelen van het platform: gezamenlijk vanuit begrip van belangen van individuele netwerken en het gedeelde belang de juiste balans vinden tussen wat we vastzetten en wat variabel kan zijn.

Een eenvoudig voorbeeld betreft de items in het hoofdmenu (personen, organisaties, et cetera). Doordat de profielen van gebruikers in één database zijn opgeslagen, omdat Gebiedonline groeit en omdat gebieden kunnen overlappen, is het te verwachten dat gebruikers steeds vaker meerdere platformen gaan gebruiken. Dan is het prettig als de titels van de items in het hoofdmenu in alle platformen overeenkomen. Dat vraagt wel flexibiliteit van de individuele netwerken. Die hanteren immers vaak een bepaalde taal, die in het betreffende netwerk al langer wordt gebezigd. Vraag & aanbod wordt dan bijvoorbeeld Markt genoemd. In Gebiedonline is dit opgelost doordat iedereen zich conformeert aan een vaste oplossing voor de titels van de menu-items. Daaronder is een veld geplaatst waar ieder netwerk in de eigen taal een korte – vaak wervende – toelichting

kan plaatsen. Zo'n gebalanceerd co-creatieproces werkt alleen als betrokkenen zich zowel voor het individuele als het gezamenlijke verantwoordelijk voelen.

In het eerste jaar hebben de leden ruim honderd⁶ ontwerpkeuzes gemaakt en laten implementeren. Daar zaten grote bij, zoals het consistent geschikt maken van alle schermen voor 'touch-bediening' en veel kleine, zoals berichten aan locaties kunnen koppelen of ook statische pagina's kunnen doorzoeken. De leden realiseren zich dat gebruikerservaring van Gebiedonline nog veel beter kan en hebben daar veel ideeën over. In het eerste jaar moest een gezamenlijke werkwijze worden ontwikkeld. Nu dat werkt kan er steeds meer aandacht naar het verbeteren van de gebruikerservaring.

Experiment met Gebiedsplannen

In 2016 vinden twee specifieke experimenten plaats rond democratische vernieuwing: Gebiedsplannen en Buurtinzicht. In Amsterdam wordt via de Gebiedscyclus⁷ invulling gegeven aan het betrekken van bewoners en ondernemers bij lokaal beleid. Centraal in zo'n Gebiedscyclus staan Gebiedsplannen. In dat plan staat wat het komende jaar in een gebied prioriteit heeft en welke projecten daartoe worden uitgevoerd. Het blijkt moeilijk om de stedelingen daadwerkelijk bij deze plannen te betrekken; laat staan dat ze zich er mede-eigenaar van voelen. Vanuit die achtergrond en geïnspireerd door het Kompas op IJburg-experiment besluit de coöperatie samen met vertegenwoordigers van Stadsdeel Oost te onderzoeken hoe het online platform van Gebiedonline hierbij kan helpen.

Stadsdeel Oost kiest ervoor zowel in IJburg als Oud-Oost een experiment uit te voeren. Oud-Oost heeft nog geen platform, dus dat wordt aangemaakt: OnsGebiedsplan.nl/oudoost. Op beide platformen komt het complete gebiedsplan van 2016 te staan. In essentie betreft dat een verzameling projecten, gekoppeld aan de belangrijkste prioriteiten (de agenda). Bij ieder project staat wat het behelst, wie binnen de gemeente de initiatiefnemer is, wie het uitvoert en wat het budget is. De bewoners kunnen op het platform aangeven of ze vinden dat met dit project volgend jaar verder moet worden zijn of haar keuze beargumenteren. Bewoners kunnen er ook voor kiezen zelf een alternatief project voor te stellen. Een elementaire keuze is dat de bewoners geen stem krijgen, maar hun waardering uitspreken en de plannen als het goed is gaan verbeteren, verrijken en aanvullen. Uiteindelijk is het in november aan de bestuurscommissie van het stadsdeel om keuzes te maken. De afspraak is dat zij veel informatie krijgen, direct vanuit de bewoners, maar dat zij dan wel beargumenteren waarom ze uiteindelijk tot een bepaald besluit komen. Ze moeten het uit kunnen leggen.

Het experiment krijgt uiteindelijk in het najaar de vorm van een bescheiden *proof of concept* – een proef om de realiseerbaarheid te testen. Het heeft namelijk veel voeten in aarde om alle informatie – die bij aanlevering nog niet in een database staat – consistent vormgegeven online te zetten. Desalniettemin is het mooi te zien dat er gebruikers zijn die ook zonder er nadrukkelijk op te zijn geattendeerd met de projecten aan de slag gaan, ze beoordelen en bespreken en in sommige gevallen zelfs alternatieven voorstellen. In technische zin heeft het allemaal gewerkt. Wat we er vooral van hebben geleerd is dat voor de gemiddelde gebruiker snel te ingewikkeld wordt. Al die plannen, al die beschrijvingen en alle mogelijke reacties – het is allemaal wat veel. In een vervolg zullen we niet alleen goed over de bekendheid en het activeren na moeten denken, maar ook de gebruiksvriendelijkheid substantieel moeten verbeteren.

6 Geadmistreerd zijn alle 'issues' waar minimaal 1 uur aan is besteed.

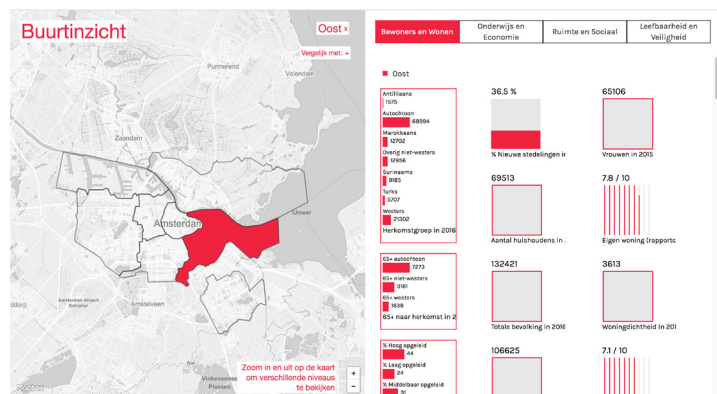
7 Op de website van de gemeente Amsterdam staat: 'Als bewoner, ondernemer of (maatschappelijke) organisatie weet u goed wat er leeft in uw straat of buurt. En u wilt misschien best veel zelf doen om de stad te verbeteren. De gemeente Amsterdam speelt daar graag op in. Samen doen wat de stad nodig heeft. Dat noemen we gebiedsgericht werken.' (www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/volg-beleid/gebiedsgericht/).

Experiment met Buurtinzicht

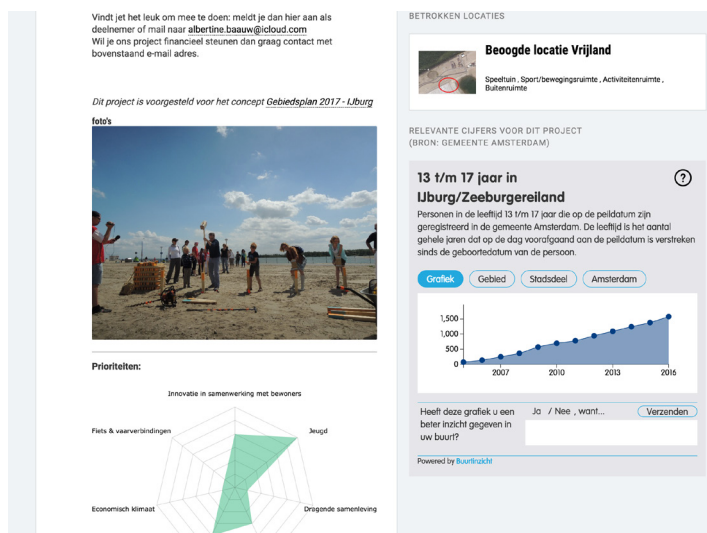
Buurtinzicht is al eerder in dit verslag geïntroduceerd. Het doel van Buurtinzicht is de lokale netwerken ondersteunen bij het maken van betere keuzes, door ze van relevante informatie te voorzien – in hun eigen online buurtplatform. Centraal staat de gedachte dat de mensen in de lokale netwerken – vanuit groeiend begrip over de betekenis van data – mee ontwerpen aan steeds betere informatie en dashboards. Smart citizens in plaats van smart city dus.

Ook hier kiezen we ervoor met een proof of concept te beginnen. HvA-student Informatica Guido Jansen gaat ermee aan de slag, begeleid door Citizen Data Lab-onderzoekers Wouter Meys en Maarten Groen. In samenwerking met het DataLab van de afdeling OIS (Onderzoek, Informatie en Statistiek) van de gemeente Amsterdam maakt Guido een prototype waarbij het belangrijkste open data-bestand van de gemeente Amsterdam, de BBGA (Basis Bestand Gebieden Amsterdam) wordt ontsloten in een nieuw online platform onder de naam Buurtinzicht.nl. Dit online platform/data-dashboard, maakt het mogelijk allerlei open-databestanden van de gemeente te combineren en alle uiteenlopende schaalniveaus te bekijken en vergelijken: stad, stadsdeel, gebied, wijk, buurt. In het kader van de proof of concept ontwikkelen we ook een widget (een klein schermje in een scherm), waarmee bepaalde data-representaties binnen online buurtplatformen kunnen worden gepresenteerd. We plaatsen deze widgets in Hallo IJburg, bij projecten in het Gebiedsplan experiment. Vanaf het begin realiseren we ons dat de kans niet zo groot is dat de beschikbare data direct betekenisvol zijn voor buurtbewoners. De data zijn immers niet verzameld met de informatiebehoeften van buurtbewoners in gedachten. Ons idee is deze mismatch aan het licht te brengen en buurtbewoners op termijn stap voor stap te gaan betrekken in een co-creatieproces waarbij zij niet alleen zelf gaan meepraten en denken over welke data zij zouden willen kunnen gebruiken, maar ook betrokken raken in het co-creatieproces van hun eigen data, datavisualisaties en data dashboard. We verwachten dat vragen die we belangrijk vinden, over bijvoorbeeld eigenaarschap van data, ethiek en privacy, tijdens zo'n proces in vruchtbare aarde zullen vallen. Deze proof of concept is een eerste stap, om te onderzoeken of we het technisch werkend kunnen krijgen, en dat is gelukt.

Het Buurtinzicht platform



Buurtinzicht widget in Gebiedonline (HalloIJburg)



13 Inzichten

Het online platform van Gebiedonline is ontstaan en gegroeid omdat mensen in buurten daar behoefte aan hadden; omdat ze er om vroegen. Dit is bij beide experimenten niet het geval. Zowel het Gebiedsplan- als het Buurtinzicht-experiment zijn overwegend door mensen buiten de buurten – als geïsoleerde projecten – bedacht en ontwikkeld. Dat moet de uitzondering zijn. In de evaluatie met betrokkenen vanuit de gemeente hebben we dit besproken en gezamenlijk bevestigd hoe belangrijk vraagsturing, lokaal eigenaarschap en een integrale benadering zijn. In het verslag van een van de gesprekken heb ik, in willekeurige volgorde, op een rijtje gezet welke voorwaarden voor succesvolle (online ondersteunde) buurtparticipatie we menen te herkennen.

1. Organiseer participatie daar waar die voor stedelingen primair relevant is: het blok, de straat, het plein of de buurt waar men woont en/of werkt.
2. Waak er voor dat afstandelijke en/of onbegrijpelijke keuzes of structuren uit hogere schaalniveaus de participatie op de kleine schaal niet frustreren.
3. Interpreteer het stimuleren van burgerparticipatie als de organisatie van een participatief proces waarbij de rol en bijdrage van alle betrokkenen duidelijk zijn.
4. Start geen ad-hoc projecten, maar laat duidelijk zien hoe deelprojecten samenhangen en bijdragen aan een visie, ambitie en lange termijn aanpak.
5. Organiseer de samenwerking als een kort-cyclisch en lerend proces, waardoor mensen samen successen kunnen boeken, die op iedereen afstralen, zodat vertrouwen wordt gebouwd.
6. Erken de wetmatigheid van de 90-9-1 regel: per kwestie stelt grofweg 1% van de mensen zich actief op, gedraagt 9% zich als volger en gedraagt de overige 90% zich als lurker (passieve volger).
7. Breng alle betrokkenen in het netwerk zoveel als mogelijk naar een gelijk en hoog informatieniveau. Maak de informatie goed toegankelijk en lees- en bruikbaar.
8. Onderken dat de bruikbaarheid van de online platformen een vitale succesfactor is en dat dit vraagt om een doordacht co-creatieproces en professionele design-expertise.
9. Wees bewust van het historisch perspectief en zoek aansluiting bij bestaande netwerken en initiatieven, zonder het eigenaarschap over te nemen.
10. Vergroot de mogelijke impact van de samenwerking door te sturen op de vorming van interdisciplinaire en multi-stakeholder teams.
11. Creëer ruimte voor samenwerkende netwerken/teams om met met creatieve en fundamenteel betere oplossingen te komen. Voorkom het dichttimmeren van oplossingsruimtes.
12. Ga met de netwerken op zoek naar de echt urgente kwesties. Zorg dat de 'what is in it for them?' voor alle netwerkpartners op de voorgrond staat en duidelijk is.
13. Zorg voor krachtige, aansprekende en intensieve communicatie van het verhaal over 'het waarom' en lever regelmatige updates vanuit en voor alle betrokkenen.

Gebiedonline en democratische vernieuwing

Voor bewoners is weinig vervelender dan door ambtenaren en/of onderzoekers in een experiment te worden betrokken dat op een gegeven moment klaar is, waarna alles stilvalt en volstrekt onduidelijk is of er een volgende fase is voorzien – wat doorgaans niet het geval is. Na een jaar komt dan een volgende blijde ambtenaar en/of onderzoeker met een enthousiast plan om onbetaald meewerken vragen. De cyclus van *from scratch* een experiment beginnen, daar allerlei burgers rond aan het werk zetten, en daarna in totale stilte vervallen, is misschien wel dé frustratie van burgers in hun samenwerking met gemeentelijke instituties.

Door de experimenten en gesprekken met de gemeente en representanten van lokale netwerken werden we ons er sterk bewust van dit mechanisme en dus van het belang te werken aan de hand van een lange termijn visie, plan en commitment, vanuit overheid en onderzoekswereld. Het leek ons ook belangrijk hier als coöperatie stelling in te nemen en een concrete bijdrage aan de ontwikkeling van een lange termijn visie op democratische vernieuwing te leveren.

Dit laatste leidde eind 2016 tot het starten van het document *Gebiedonline en democratische vernieuwing*, dat op de website van Gebiedonline te vinden is. Het document schetst een langetermijnvisie op de maatschappij in het algemeen en op democratie in het bijzonder. Het doel is zorgen dat losse experimenten rond democratische vernieuwing altijd aan de ontwikkeling van een expliciete visie worden gerelateerd. Met andere woorden: de experimenten dragen bij aan een verbeterde visie en de visie draagt bij aan betere experimenten. Tenslotte kan vanuit deze visie de huidige praktijk worden verbeterd, soms in kleine stapjes, soms via een fundamenteel herontwerp van onze democratische processen. We maken onderscheiden dus de huidige praktijk, een zich vanaf de start ontwikkelend ideaal-ontwerp (de visie) en experimenten.

Om duidelijkheid te bieden over haar intentie en rol is in het document onderstaande tekst opgenomen: 'Gebiedonline werkt graag samen met overheden en andere betrokken partijen om de maatschappij en de democratie te vernieuwen. Gebiedonline kan hierbij een flexibele innovatiepartner zijn, geworteld in bottom-up-netwerken (via de leden), verbonden aan de onderzoekswereld (het Citizen Data Lab van de Hogeschool van Amsterdam) en ondersteund door een solide automatiseringspartner die zonder winstoogmerk ondersteuning biedt (CrossmarX). Vanuit deze positie kan Gebiedonline de rol van aanjager, mee-ontwerper en testbed vervullen.'

VOORUITBLIK EN CONCLUSIES (BEGIN 2017)

Vooruitblik

Het tweede jaar van de coöperatie begint in januari 2017 met een heuse Nieuwjaarsborrel. We hebben nu zo'n twintig leden. Die zijn er niet allemaal, maar sommigen hebben dan weer gasten meegenomen. Het voelt echt als een bedrijfje, met een opvallend goede sfeer. In de vergaderingen die volgen is die sfeer er ook, maar het wordt wel duidelijk dat onze ambities met de groei die we doormaken steeds duidelijker weerklinken in wat we bespreken - en hoe we dat doen. Het wordt allemaal steeds serieuzer.

Professionaliseren

Op ledenvergaderingen zijn meestal rond de tien mensen aanwezig, grofweg de helft van de leden. We realiseren ons dat het bij verdere groei lastig wordt om als groep plenair te blijven vergaderen. Ook bij bescheiden groei - we streven in 2017 naar een groei van zo'n tien leden - zullen we het vergaderen waarschijnlijk anders moeten organiseren. Ook de werkdruk van het bestuur (dat nu 'om niet' werkt) vergt een andere opzet. Het jaar 2017 staat bestuurlijk deels in het teken van het opstellen van een financieel jaarverslag en een budget.

De pogingen om werkgroepen te activeren hebben nog onvoldoende effect. Het bestuur is daarom inmiddels aan de slag om voorstellen te doen voor verdere professionalisering. De coöperatie moet een volgende fase in. Dat is ook een moment om om ons heen te kijken en wellicht intensiever met andere netwerken te gaan samenwerken.

Speerpunten benoemen

Opvallend veel lokale netwerken zijn bezig met plannen voor democratische vernieuwing. Twee netwerken participeren in een Democratic Challenge⁸, er is een plan het buurtbegroting⁹ weer te gaan revitaliseren, er is in Amsterdam Centrum Zuid een lokaal experiment rond besluitvorming via consent¹⁰ gepland en in Amsterdam Oost zijn we met representanten van het stadsdeel in gesprek over vervollexperimenten in meerdere buurten. Nagenoeg alle netwerken die nog geen experimenten aan het plannen zijn hebben wel het voornemen dat te gaan doen. Om meer richting te geven aan de ontwikkeling van de coöperatie hebben de leden besloten om speerpunten te gaan bepalen. Naast democratische vernieuwing is ook de transitie naar duurzame energie (als onderdeel van circulaire economie) een veelbesproken kandidaat speerpunt.

(Financiële) onafhankelijkheid

De coöperatie Gebiedonline is voor een deel afhankelijk van van projectsubsidies. Het is prettig als de overheid deelneemt, maar binnen de coöperatie leeft wel het idee dat we onze eigen broek op willen kunnen houden en dat zou ook moeten kunnen. We dienen op zoek te gaan naar inkomstenbronnen zonder ons doel uit het

⁸ De Democratic Challenge is een experimenteer- en leerprogramma gericht op vernieuwing van de lokale democratie. Zie: <http://democraticchallenge.nl/>.

⁹ Het programma Buurtbegroting is ontwikkeld voor de gemeente Amsterdam om het gesprek tussen raadsleden, bestuurders, bewoners, ondernemers en ambtenaren te kunnen faciliteren. Zie: <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/volg-beleid/gebiedsgesprek/buurtbegroting>.

¹⁰ Consent is een concept uit de Sociocratische kringorganisatiemethode. Het betekent dat er een besluit wordt genomen indien geen van de aanwezige kringleden een overwegend beargumenteerd bezwaar heeft. Zie: https://nl.wikipedia.org/wiki/Sociocratische_kringorganisatiemethode.

oog te verliezen en wellicht met een maximalisering van de te behalen winst (bijvoorbeeld op 5%). We zijn voorzichtig begonnen met een commerciële module die online advertising toestaat. Nu nog vooral voor (lokale) adverteerders, maar crowdfunding wordt ook overwogen. Dit soort bespiegelingen raakt aan een nader te voeren gesprek, die over de rol van geld in ons systeem. Het fenomeen geld roept nogal heftige discussies op bij de leden. Circulaire economie valt juist weer goed. Hoe dan ook, we willen structureel financieel gezond en onafhankelijk zijn en blijven. Omdat we steeds meer gebruikers hebben moet dat kunnen. Hier moeten we planmatig mee aan de slag.

Ontwerpend onderzoek

Het onderzoek in relatie tot de coöperatie bestond tot nu toe vooral uit observeren, meedoen en een dagboek bijhouden – los van de twee genoemde specifieke experimenten. Inmiddels is de coöperatie uitgegroeid tot een stevig online onderzoeksplatform en -community. Ik denk dat het voor veel onderzoekers interessante mogelijkheden biedt om specifieke onderzoeksvragen los te laten op studenten, docenten, onderzoeker en andere stakeholders; om samen projecten te doen rond vaak complexe stedelijke uitdagingen ('wicked problems'). Om daar samen onderzoeken, ontwerpen en leren te combineren – in een concrete stedelijke context. Ik denk dat de online platformen van de coöperatie een online equivalent van de fysieke labs in de stad zijn, en daar ook samenwerking mee aan kunnen gaan. Een soort hybride onderzoeksomgevingen.

Conclusies

De oprichting van de coöperatie Gebiedonline heeft mij in staat gesteld om mijn onderzoeksonderwerp praktisch en permanent te toetsen aan de praktijk. Ik wilde en kon betrokken raken bij een groep netwerken die samen een platform ontwikkelt en gebruikt en daaruit learnings destilleren die ik in dit hoofdstuk heb gepresenteerd. Ik heb vooral veel kunnen leren rond mijn centrale onderzoeksvraag: hoe kunnen online platformen de stedelijke bottom-up beweging versterken? De specifieke vraag waarop ik de contouren van een antwoord kreeg door mijn actieve deelname aan het project, luidt: welke condities kunnen er bij platformen in coöperatief eigendom bestaan die gunstig zijn voor de ontwikkeling van steeds betere platformen – ten behoeve van stedelijke bottom-up netwerken? Ik ga daarbij niet in op specifieke verbeteringen in het Gebiedonline-platform of wat die precies hebben opgeleverd voor de lokale netwerken die het platform gebruikten, wat niet wegneemt dat deze vragen in vervolgonderzoek natuurlijk zeer relevant zijn. Hier volgen de condities.

Gedeelde drijfveren

De coöperatie bestaat uit mensen (de leden) die in lokale netwerken een belangrijke motor van noodzakelijke maatschappelijke en democratische vernieuwing zien. Ze zijn ook allemaal overtuigd van de unieke mogelijkheden die online platformen bieden om deze netwerken te versterken. Deze gedeelde overtuiging levert de energie achter alle verbeteringen die in het platform van Gebiedonline worden doorgevoerd.

Cultuurkenmerken

We hebben al bij de oprichting geleerd dat je je binnen een coöperatie makkelijk kunt verliezen in het bedenken van oplossingen voor problemen die eventueel zouden kunnen gaan ontstaan. Als we er niet voor hadden gekozen problemen voortaan pas te oplossen als ze zich echt voordoen, was er veel minder energie voor de ontwikkeling van het platform overgebleven. Het platform groeit dankzij een positieve en ondernemende cultuur.

Professionaliteit

Een coöperatie is een ondernemingsvorm. Er komt veel bij kijken om een onderneming te starten en te laten groeien. Het bestuur en de leden zijn overwegend mensen met ervaring als ondernemer of zzp'er. Ze brengen allemaal kennis over uiteenlopende aspecten van het runnen van een bedrijf in. Zo is voorzien in een basis van professionaliteit, die ervoor zorgt dat de aandacht op de ontwikkeling van het platform kan worden gericht.

Flexibele technologie

Over hoe online platformen stedelijke netwerken kunnen ondersteunen is nog weinig bekend. Er is nauwelijks historie en er zijn geen bewezen oplossingen. Daarom is snel en eenvoudig kunnen experimenteren met uiteenlopende oplossingen zo cruciaal. Dé voorwaarde daarbij is flexibele technologie. Dit betekent niet alleen dat het systeem modulair is en allerlei instellingen kent, maar ook dat er makkelijk en snel kan worden doorontwikkeld.

Samen ontwerpen

In zekere zin is het verbeteren van een online platform een doorlopend proces van kleine problemen oplossen. Weten en doorgronden wat de behoefte van de gebruiker is en daar de elegantste combinatie van functionaliteit, bediening en vormgeving bij realiseren, is waar alles om draait. De kwaliteit van het collectieve ontwerpproces is daarom misschien wel het meest bepalend voor de mate waarin een platform een lokaal netwerk versterkt.

Democratische vernieuwing

De leden van de coöperatie zijn gedreven door hun behoefte een bijdrage te leveren aan maatschappelijke en democratische vernieuwing. Deze twee vormen van vernieuwing staan niet los van elkaar. Door met maatschappelijke vernieuwing bezig te zijn krijgen de leden vanzelf met schaarste te maken en ervaren ze de noodzaak om gezamenlijk prioriteiten te stellen. Vanuit die achtergrond komt democratische vernieuwing vanzelf in beeld. Online buurtplatformen kunnen de lokale netwerken versterken door democratische (experimenten rond) vernieuwing te faciliteren.

