

Het plein van de vrijheid

Op de homepage van D66 (www.d66.nl) staan alle sociale netwerksites prominent in een kader: van Facebook tot en met LinkedIn en van Flickr tot YouTube. Plein66 is het kenniscafé van de partij. D66 lijkt dus iets te hebben met web 2.0.

Erik Bouwer

Foto's: Daniëlle van der Schans

Het Kenniscentrum D66 is wat bij andere partijen het wetenschappelijk bureau is. Het statutair onafhankelijke kenniscentrum heeft als taak het gedachtegoed van de partij te vernieuwen en te onderbouwen. Er wordt niet met eigen onderzoekers gewerkt, het centrum heeft de rol van kennismakelaar door vragen te koppelen aan kennis en expertise die in en om de partij bestaat. Het Kenniscentrum D66 ziet het dan ook niet als haar taak om vooral nog meer kennis te produceren, maar te synthetiseren door ondersteuning te bieden bij de totstandkoming van het verkiezingsprogramma, een partijblad, trainingen, congressen en seminars.

Organiseren van kennis en kunde

De klassieke kennismanagers richten zich op het kennis- en informatievraagstuk en geven daarbij vorm aan zowel inhoud als organisatie. Ze implementeren tools en methoden, maar hebben vaak ook een actieve rol als kennismakelaar. Frank van Mil is als hoofd Kenniscentrum relatief weinig actief op het vlak van kennisdelingsmethoden. “*Het kennisvraagstuk bestaat niet binnen de partij. Misschien moeten we de naam van het kenniscentrum veranderen.*” Voor een partijorganisatie is het een grote uitdaging om alle kennis en kunde rondom de partij te mobiliseren. Veel mensen zijn bereid tot het verlenen van diensten waarvoor ze in andere situaties veel geld zouden vragen. De vraag is natuurlijk hoe je deze personen op het spoor komt. Een van de eerste opdrachten die Van Mil bij zijn start als hoofd van het kenniscentrum kreeg, was het maken van een kennis- en kundebestand. “De ideeën over zo'n bestand waren op dat moment – voorjaar 2006 – nogal conventioneel: we inventariseren welke kennis aanwezig is onder de 10.000 leden (op dat moment), we stoppen het in een bestand en we zetten er een moderator op om het bij te houden.” Die moderator zou ook vraag en aanbod bijeen moeten brengen.

Van Mil was voor zijn baan bij D66 werkzaam als voorlich-

ter voor de ICT-opleidingen van de UvA. “Ik ben zelf een enorme alfa, ik hield mij onder andere bezig met wetenschapscommunicatie, maar ik dacht bij het databasemodel: dat kan slimmer.” Van Mil is gaan praten met de club van hoogleraar Rik Maes om ideeën te verzamelen. Zo kwam hij ook bij René Jansen (Winkwaves) terecht. “Op dat moment was Jansen nog sterk gefocust op social bookmarking. Op mijn zoektocht kwam ik er achter dat er meerdere soorten informatievragen leefden. Het landelijk bestuur had een ander idee over een kennis- en kundebestand dan de Tweede Kamerfractie. Het bestuur wil bijvoorbeeld uit een bestand kunnen putten als er nieuwe gespecialiseerde wethouders nodig zijn. De fractie redeneert: ik heb nu een vraag en ik heb direct een expert nodig die ik in het volste vertrouwen aan het werk kan zetten. Voor de honderden lokale actieve leden stonden weer andere vragen voorop. Het oorspronkelijke idee was die verschillende behoeften te bundelen in één oplossing.” De behoefte van de fractie en het landelijk bestuur, het netwerken, is in te vullen met mensenwerk. Je kunt systemen gebruiken om dat netwerken te faciliteren, maar het komt uiteindelijk toch neer op relaties en dat kun je niet aan een moderator of een systeem overlaten, aldus Van Mil. “Maar het ene actieve lid in contact brengen met het andere actieve lid, daarvoor is social software uitstekend geschikt, zo werd ons duidelijk.”

Bookmarking en netwerking

D66 begon in mei 2006 met een pilot voor een online platform in de vorm van een kenniscafé met een bookmarkfunctionaliteit. De interface was anders dan hij nu is, er bestond geen functionaliteit voor het opzetten van groepen. Van Mil: “Er was wel een mogelijkheid om te reageren op bookmarks, maar het was veel minder dynamisch dan nu het geval is. Ook bij Winkwaves heeft op een bepaald moment een *paradigma shift* plaatsgevonden. In het laagdrempelig maken en aanzuigen van nieuwe gebruikers is het netwerkgedeelte van Plein66 onmisbaar. Het ontwikkelt





zich. Omgekeerd gebruikt Winkwaves ook weer tips van onze gebruikers om de moederversie aan te passen.”

Inmiddels telt Plein66 circa 2.000 profielen, een aantal dat nog steeds groeit. Binnen deze groep zijn 300 tot 400 actieve gebruikers die veel informatie toevoegen. Plein66 biedt nu een combinatie van social networking en social bookmarking. Beide functies worden gescheiden gebruikt: sommige gebruikers komen bijvoorbeeld hoofdzakelijk voor discussie en interactie. Er zijn ook open en gesloten groepen aan te maken voor lokale afdelingen of rondom thema's. Zo bestaat er een groep van raadsleden die succesvolle lokaal ingediende moties plaatst en voorziet van context over de besluitvorming, zodat andere raadsleden hier hun voordeel mee kunnen doen. In veel gevallen is de informatie over lokale problemen ook voor anderen van belang – voor kleine afdelingen is het vinden van relevante informatie immers vaak lastig.

“Social bookmarking zorgt op deze manier voor een enorme schaalvergroting voor de lokale politiek”, legt Van Mil uit. “Een lokale raadsmedewerker werkt niet langer alleen maar geïsoleerd voor zijn eigen afdeling, maar kan ook beschikken over informatie afkomstig van een raadslid uit een grote stad. Lokale programmacommissies, die relatief veel autonomie hebben, kunnen zo profiteren van de kennis van anderen om hun verkiezingsprogramma op te stellen. Wij-

zelf leveren bijvoorbeeld ook factsheets aan met objectieve informatie of laten zien hoe je vanuit de verschillende D66-richtingaanwijzers naar een dossier kunt kijken. ‘Vertrouw op de eigen kracht van mensen’ levert andere facetten op als het gaat om ruimtelijke ordening dan ‘streef naar een harmonieuze samenleving’. Dit soort bespiegelingen en handvatten staan ook op Plein66 – lokale programmacommissies kunnen hier inspiratie uit halen.”

Niet modereren

Drie jaar geleden was social networking nog iets voor de early adopters: geen serieuze tool, maar eerder een gimmick. Het principe van bookmarking en netwerken moest dan ook ‘verkoch’ worden aan de achterban: mondjesmaat en met de inzet van ambassadeurs die gevraagd werd een actieve rol te spelen.

In een eerder stadium is op basis van argumenten budget gevraagd en gekregen bij het hoofdbestuur. “Een van de doorslaggevende argumenten om middelen toe te kennen is dat deze oplossing geen moderator nodig heeft, maar zichzelf organiseert. In het begin was er angst voor de mogelijkheid dat het niveau van de bijdragen zou dalen. Af en toe heb je een querulant, daar kun je niets aan doen. Maar deze wordt wel gecorrigeerd door de omgeving”, vertelt Van Mil.

Ook al zijn er veel gelijkgestemden op Plein66, het platform is voor iedereen beschikbaar, dus ook voor niet-leden. Ook op het vlak van toegang wordt niet gemodereerd. “Je kunt nooit groter worden als je alleen maar voor de eigen leden gaat. Er is wel ooit overwogen om het te koppelen aan het lidmaatschap van de partij. Maar dat zou technisch te veel gedoe opleveren; de ledenadministratie is complex en in de tijd van de lancering zat er veel dynamiek in. Daarnaast bestaat er voor het harde verenigingswerk – denk aan interne verkiezingen, reglementen en statuten – een beveiligd intranet. Met het open platform van Plein66 is het politieke debat laagdrempelig en losgekoppeld van de verenigingsstructuur.”

Open en zelfbewust

Discussiëren over politieke besluitvorming in zo'n open structuur maakt dat aanhangers van andere partijen wel kunnen grasduinen op Plein66 en zo kunnen volgen hoe visies, standpunten of strategieën worden uitgewisseld. Van Mil is zich daar van bewust – en met hem de meeste gebruikers. “Je gooit niet zo snel zaken op tafel die echt vertrouwelijk zijn. Op Plein66 wordt vooral gediscussieerd over de inhoud. Strategische afwegingen worden niet op het plein gedeeld.” Naast online interactie zijn er ook andere vormen van informatie- en kennisuitwisseling. Niet iedereen is online actief en mensen ontmoeten elkaar ook op andere plaatsen. Er zouden dan gaten kunnen ontstaan in dat proces en digibeten zouden het spoor bijster kunnen raken omdat ze de discussies die via het web zijn gevoerd, niet kennen. Maar Van Mil ziet daarin geen risico's. “Het zijn verschillende structuren in de partij, waarbij het goed is dat ze weten van elkaar waar ze mee bezig zijn, maar zij werken niet heel intensief samen. Ik geloof wel wat Rik Maes in een artikel in IK (nr.4-2009-red.) stelde: je moet het allemaal niet te veel proberen te regisseren. Tijdens de campagnes voor het Europees Parlement zagen we dat op de LinkedIn-groep van D66 – een spontaan initiatief – levendige politieke discussies werden gevoerd. Niet op Plein66. Het gaat er echter om dat de discussie ergens plaatsvindt. Er zullen altijd groepjes zijn die niet helemaal van elkaar weten wat er aan de hand is. Je moet er wel naar streven dat de grenzen tussen alle decentrale groepen zo goed mogelijk zijn te overbruggen. Een discussie die op LinkedIn begonnen is, is op Plein66 te vervolgen.”

Van Mil onderstreept dat hij geen problemen ziet in de versnippering. “De beide tools hebben elk hun eigen sterke kanten. Plein66 is bij uitstek geschikt voor social bookmarking, de netwerkfunctie van LinkedIn is op een bepaalde manier veel fijner.”

Meer interactie

Modereren of niet, ook het kenniscentrum neemt initiatie-

ven op Plein66. Bijvoorbeeld door een nieuwe groep te openen met een bepaalde toepassing, zoals het delen van bepaalde fact sheets. Over de beschikbaarheid daarvan worden de leden of secretarissen van afdelingen per e-mail geïnformeerd. Daarna kunnen de programmacommissies over het materiaal beschikken, het uitwisselen en erover praten.

Er zijn echter geen doelstellingen voor aantallen personen die naar het plein zouden moeten komen. De groei gaat vanzelf, al is er sinds november 2008 wel een flinke trendbreuk in positieve zin te zien als gevolg van de ledenaanwas. Ieder nieuw partijlid ontvangt een introductiebrief waarin staat waar hij of zij terecht kan voor informatie en interactie, waaronder Plein66. Op deze manier wordt dus wel wat reclame gemaakt om bezoekers te trekken. Van Mil gaat daarnaast regelmatig het land in om presentaties en workshops te geven. Bestaande leden worden via de digitale nieuwsbrief van de partij geïnformeerd aan de hand van de rubriek *Ondertussen op Plein66*.

Wel bestaan er ambities op kwalitatief vlak, legt Van Mil uit. “Tijdens de Europese campagne is Plein66 uitvoerig ingezet voor het vrijwilligersmanagement – onze campagneleider is hiervoor bij de campagne van Obama aanwezig geweest. Het heeft de organisatie van onze campagne, een geruchtmakende in Nederland, gemakkelijker gemaakt. Hoe krijg je de virtuele organisatie gemobiliseerd?”

Ook in dat opzicht houdt Van Mil de kwalitatieve doelen wel degelijk in het oog. Hij volgt wat de mate van activiteit is over de groepen heen. “Mijn ambitie is niet zozeer *meer* groepen, als wel *meer actieve* groepen. Aan de andere kant hoort het er een beetje bij: ondanks veel opgestarte groepen is er altijd maar een klein percentage met werkelijke activiteit.” Van Mil is evenmin geconfronteerd met de situatie dat informatie – verzameld via bookmarks of documenten op Plein66

Eigen werk voor derden ontsluiten

De archieffunctie van het kenniscafé van D66 vindt Frank van Mil een van de handigste toepassingen. Het gaat daarbij om social bookmarking, een tool die het hoofd van het Kenniscentrum D66 gebruikt om zijn eigen digitale werkwijze te structureren. Van Mil moest een artikel schrijven over hybride auto's. Met een paar dagen webresearch en het opslaan van stukken inclusief een beschrijvende toelichting (gegevens over het soort document), beschikte Van Mil over een informatiebank op kleine schaal. Met knippen, plakken en redigeren kwam Van Mil tot een artikel. De bronnen zijn als gedeeld (of juist privé) aan te merken. Met deze oefening is er een flinke hoeveelheid kennis ontsloten, die ook voor anderen gemakkelijk toegankelijk is. “Als iedereen zijn politieke werk voor D66 op deze manier archiveert, ontstaat er voor de partij een enorme database. Dat moet wel handig zijn.”

– botst met informatie die op het officiële internet staat. Integratie en afstemming van systemen en content hebben geen prioriteit. “Wel hebben sommigen aangegeven dat ze secretaris zijn van een afdeling en de ledenlijst van hun afdeling vanuit het intranet wilden exporteren naar hun afdelingsgroep op Plein66. Dat mag wel, maar dat moet je zelf regelen.”

Van Plein66 naar partijcongres

Veel onderwerpen zijn nog niet afgedekt door Plein66. Zoek op ‘Irak’ of op ‘Auteurswet’ en er is (nog) niets over te vinden: geen expert, geen discussie, geen bookmarks. Wanneer je de groei op organische wijze laat verlopen, blijven er gaten bestaan in het informatieveld. “Plein66 is geen panacee”, stelt Van Mil. Het platform is niet de oplossing voor alle kennisvragen die binnen de partij leven. Systemen zullen altijd verouderd zijn. Van Mil streeft daar-

verening. Verder is helder gecommuniceerd dat officiële informatie op de website en op het intranet van de partij is te vinden. Op Plein66 worden ook geen standpunten van de partij weergegeven of gemaakt. Je moet afbakenen.”

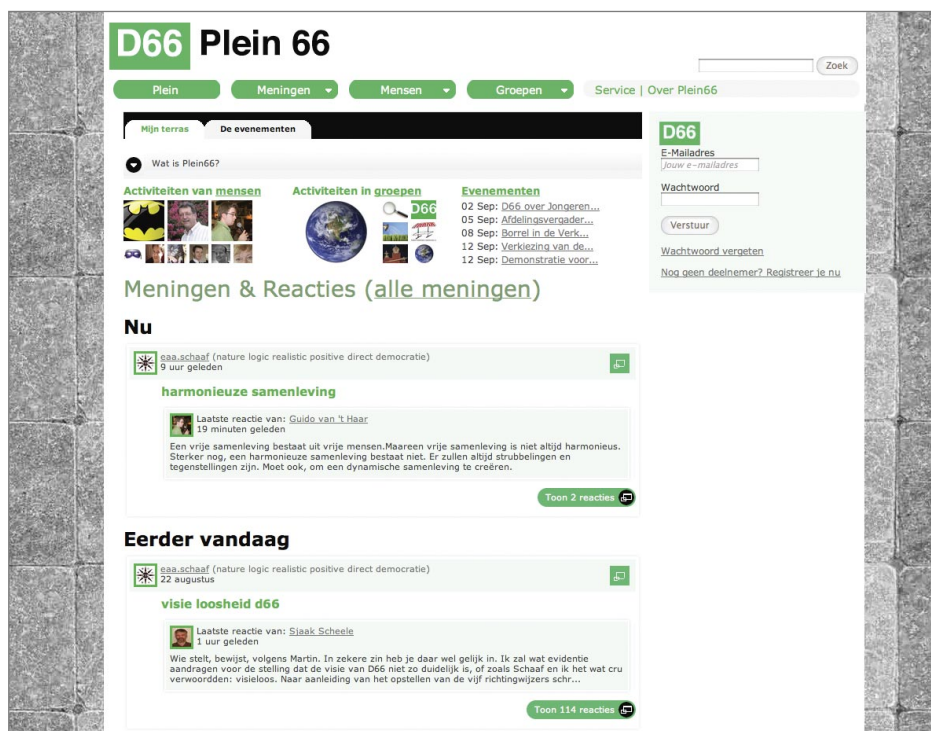
Zoveel sociale interactie kan de basis zijn tot vorming van standpunten, meningen en opvattingen, maar op het partijcongres worden standpunten bepaald. Hoewel de discussies op Plein66 daar wel invloed op hebben, weet Van Mil. “Ik ben ook benieuwd welke mensen die nu actief zijn in discussies op Plein66 straks tijdens het partijcongres achter de interruptiemicrofoon staan. Het zou leuk zijn om de argumenten die op Plein66 zijn geformuleerd of gevonden op het congres terug te horen.”

Gebruik web 2.0 niet af te dwingen

Aan de andere kant zijn er nog steeds mensen die de meerwaarde van Plein66 niet inzien. Van Mil: “Je moet de ver-

wachtingen niet te groot maken, anders gaat het mis. Maar wij hebben het tij aan onze kant. De kracht van het systeem is voldoende om zichzelf te bewijzen. De succesverhalen gaan vanzelf rondzingen, ook op congressen: ‘Ik had dit probleem, maar ik vond deze oplossing’.”

Is er binnen D66 een serieuze web 2.0-cultuur ontstaan of is er nog sprake van een zekere *fun factor*? Van Mil: “Binnen de campagne is een bewuste keuze gemaakt om web 2.0 te omarmen en Plein66 als centraal onderdeel in de uitvoering te gebruiken. Maar een campagne is iets anders dan een verenigingsorganisatie. D66 is niet het type organisatie dat een beslissing neemt en topdown doorvoert zodat mensen het gaan



om liever naar een mix.

Dat leidt wel tot uitbreiding van het web 2.0-arsenaal waar leden mee aan de slag kunnen of moeten. Na de website, het intranet, de LinkedIn-groepen (op dit moment 34 stuks) is het plein een zoveelste platform, waarbinnen het aantal leden en groepen groeit. Leden en burgers hebben ook nog hun e-mail, sms, twitter, RSS-feeds, blogs, alerts, favorites en netwerksites.

Over het risico van information overload maakt Van Mil zich geen zorgen. “We houden de ontwikkeling van de tools zeker in de gaten met het oog op het functioneren van de

doen. We bieden dingen aan en promoten ze als we vinden dat het zinvol is. Maar het gebruik ervan kunnen we niet afdwingen. De groepen zijn wel een goede graadmeter. Er zijn zelfs groepen op stadsdeelniveau. Dus in delen van de partij kun je zeker spreken over een web 2.0-cultuur.” **IK**

Intellectueel Kapitaal

Digitale nieuwsbrief IK

Eén keer per week. Met nieuws over de kennis-economie, web 2.0-toepassingen, publicaties, evenementen en nog veel meer.

Gratis.

Abonneer u via www.ikmagazine.nl

Intellectueel Kapitaal

Bericht aan de abonnees

In 2010 verschijnen er zeven nummers van Intellectueel Kapitaal (IK); vier in het eerste halfjaar en drie in het tweede. Met ingang van die nieuwe jaargang zal IK niet meer gratis op de website te lezen zijn. Wel komt er naast het bestaande abonnement op de gedrukte versie ook een online abonnement. De prijs van een abonnement bedraagt €69 voor print (incl. online) en €39 voor alleen online. De prijs van een online abonnement via IP-adres/range is €196 bij 1-50 gebruikers (incl. twee gedrukte exemplaren), €490 bij 51-100 gebruikers (incl. vijf gedrukte exemplaren), en €980 bij 101 en meer gebruikers (incl. tien gedrukte exemplaren). Alle bedragen zijn excl. 6% btw.

Zie ook www.ikmagazine.nl

Doe de Essentials test

Ja Nee n.v.t.

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Schrijven is mijn hobby |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Communicatie is mijn vak |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Ik weet precies wie mijn klanten zijn |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Een CMS heeft geen geheimen voor mij |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Grafische vormgeving is één van mijn talenten |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Ik organiseer alles van kinderpartijtjes tot de Olympische Spelen |

Scoort u ten minste éénmaal een nee? Dan kunnen we wat voor elkaar betekenen. Want behalve dat uitgeverij Essentials in vakbladen, boeken, workshops en congressen 'doet', biedt zij onder de naam Essentials Projects haar diensten aan derden aan. Zo levert ze content voor websites, vaktijdschriften en opleidingsinstituten, organiseert ze ronde tafels, webinars en klantendagen, en geeft ze media- en communicatieadvies.

Bel ons - 010 2053479 - of mail ons - info@essentials-media.nl - en vraag naar Erik Bouwer of Henk Verbooy.