



Bureau Verkenningen en  
Onderzoek

**Contactpersoon**  
Boudewijn Steur

T (070) 426 7258

**Datum**  
16 november 2012

# memo

Werkdocument "De (r)evolutie van de (i)Samenleving"

Voor u ligt het werkdocument "De (r)evolutie van de (i)Samenleving". Dit document is tot stand gekomen in het kader van de verkenning van de directie B&I, ministerie van BZK, naar de betekenis van ontwikkelingen en trends in de samenleving voor de iOverheid. In deze verkenning staat de vraag centraal of de iOverheid klaar is voor de iSamenleving. Deze vraag is gesteld naar aanleiding van het WRR-advies "iOverheid".

De opdracht tot het opstellen van het onderliggende werkdocument werd mei 2012 gegeven aan de heer Klaus van den Berg, marktonderzoeker, strateeg en trend editor. Hij heeft in dit werkdocument een inventarisatie gemaakt van relevante trends en ontwikkelingen in de samenleving en daar tevens een duiding aan proberen te geven. Deze duiding is boeiend en prikkelt tot verder nadenken, maar tegelijkertijd wel de persoonlijke interpretatie en opvatting van de heer Van den Berg en vertegenwoordigt daarmee niet het standpunt van het ministerie van BZK.

Dit document zal als achtergrond worden gebruikt binnen en buiten het ministerie van BZK om de discussie met elkaar te voeren over de betekenis van deze ontwikkelingen voor de vormgeving van de iOverheid. Dit is voor nu en voor de (nabije) toekomst een belangwekkend thema om de discussie met elkaar over aan te gaan. Graag willen wij u dan ook uitnodigen hieraan deel te nemen.

# ***De (r)evolutie van de (i)Samenleving***

Werkdocument

Trends & ontwikkelingen (i)Samenleving

Desk research & stakeholder-interviews

7 november 2012

In opdracht van

drs. Jan Andries Wolthuis

Afdelingshoofd interactie

Directie Burgerschap & Informatiebeleid (B&I)

DG Bestuur en Koninkrijksrelaties

Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties

jan-andries.wolthuis@minbzk.nl

Auteur

drs. Klaus van den Berg

DGA

Klaus van den Berg BV

klaus@klausvandenbergh.com

www.klausvandenbergh.com

06-29449978

## **Inhoudsopgave**

Hoofdstuk 1: Inleiding & achtergrond	Pagina 6
1.1 De (r)evolutie van de (i)Samenleving	Pagina 7
1.2 Korte beschrijving van het werkproces	Pagina 8
1.3 Percepties over de (i)Samenleving	Pagina 10
1.3.1 De perceptie van Nederland als een online (i)Samenleving	Pagina 10
1.3.2 De perceptie van ‘Big Data’ en ‘Small Data’ versus privacy in de (i)Samenleving	Pagina 11
1.3.3 De perceptie van de ingeslagen route van de (i)Samenleving: van Web 1.0 naar Web 2.0	Pagina 13
1.3.4 De perceptie van drie (be)leefwerelden met drie identiteiten in de (i)Samenleving	Pagina 14
1.3.5 De toekomstdroom van de (i)Samenleving: ICT als oplossing, gratis social media & Open Data	Pagina 14
1.3.6 De (i)Samenleving is wereldwijd en veranderlijk: Wat is de rol van de (i)Overheid in Nederland?	Pagina 15
1.4 Zes megatrends van TNO als een analysemodel van de (i)Samenleving	Pagina 17
Hoofdstuk 2: De zes megatrends van TNO	Pagina 19
2.1 Vergrijzing & fragmentatie	Pagina 23
2.1.1 Korte beschrijving van de megatrend vergrijzing & fragmentatie door TNO	Pagina 23
2.1.2 Megatrend van vergrijzing & fragmentatie in de (i)Samenleving in Nederland	Pagina 24

2.1.3	De impact van vergrijzing & fragmentatie in de (i)Samenleving voor de (i)Overheid	Pagina 29
2.2	Vervagende grenzen	Pagina 32
2.2.1	Korte beschrijving van de megatrend van vervagende grenzen door TNO	Pagina 32
2.2.2	Megatrend van vervagende grenzen in de (i)Samenleving in Nederland	Pagina 33
2.2.3	De impact van vervagende grenzen in de (i)Samenleving voor de (i)Overheid	Pagina 39
2.3	Houdbaarheid van de leefomgeving	Pagina 41
2.3.1	Korte beschrijving van de megatrend van de houdbaarheid van de leefomgeving door TNO	Pagina 41
2.3.2	Megatrend van de houdbaarheid van de leefomgeving in de (i)Samenleving in Nederland	Pagina 42
2.3.3	De impact van de houdbaarheid van de leefomgeving in de (i)Samenleving voor de (i)Overheid	Pagina 44
2.4	Risico's & veiligheid	Pagina 47
2.4.1	Korte beschrijving van de megatrend van risico's & veiligheid door TNO	Pagina 47
2.4.2	Megatrend van veiligheid & risico's in de (i)Samenleving in Nederland	Pagina 47
2.4.3	De impact van risico's & veiligheid in de (i)Samenleving voor de (i)Overheid	Pagina 50
2.5	Netwerk Samenleving	Pagina 51
2.5.1	Korte beschrijving van de megatrend van de Netwerk Samenleving door TNO	Pagina 51

2.5.2	Megatrend van de Netwerk Samenleving in de (i)Samenleving in Nederland	Pagina 53
2.5.3	De impact van de Netwerk Samenleving in de (i)Samenleving voor de (i)Overheid	Pagina 55
2.6	Het Intelligente Tijdperk	Pagina 57
2.6.1	Korte beschrijving van de megatrend van Het Intelligente Tijdperk door TNO	Pagina 57
2.6.2	Megatrend van Het Intelligente Tijdperk in de (i)Samenleving In Nederland	Pagina 58
2.6.3	De impact van Het Intelligente Tijdperk in de (i)Samenleving in Nederland	Pagina 59
<u>Hoofdstuk 3: Doelgroepen (i)Samenleving &amp; (i)Overheid</u>		<u>Pagina 61</u>
<u>Samenvatting &amp; conclusies</u>		<u>Pagina 65</u>
<u>Aanbevelingen</u>		<u>Pagina 74</u>
Bijlage 1: Reacties op 5 ICT-trends uit ‘Vernieuwing Rijksdienst’ (2010)		Pagina 79
Bijlage 2: Vragenlijst t.b.v. exploratief-kwalitatieve stakeholder-interviews		Pagina 82
Bijlage 3: Kwalitatieve steekproef n=37 deelnemers aan de stakeholder-interviews		Pagina 93
Bijlage 4: Bronvermelding		Pagina 95
Bijlage 5: Achtergrond van de onderzoeker		Pagina 115

# Hoofdstuk 1

## Inleiding & achtergrond

- 1.1 De (r)evolutie van de (i)Samenleving
- 1.2 Korte beschrijving werkproces
- 1.3 Percepties over de (i)Samenleving
- 1.4 Zes megatrends van TNO als een analysemodel van de (i)Samenleving

## 1.1 De (r)evolutie van de (i)Samenleving

De centrale onderzoeksvraag van de ondernomen desk research en stakeholder-interviews is:

*Wat zijn de relevante trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving? En wat betekent dit voor de (i)Overheid?*

Na de desk research en de stakeholder-interviews heb ik gekozen voor de titel van dit rapport, ‘De (r)evolutie van de (i)Samenleving’. Enerzijds is er sprake van een langzame evolutie van de (i)Samenleving door het massale gebruik van internet in de afgelopen twintig jaar. Anderzijds is er sprake van een snelle revolutie van de (i)Samenleving door het massale gebruik van mobiel internet en sociale media in recente jaren.

De term ‘revolutie’ wordt ook gebruikt in de zojuist verschenen trendrede 2013 van twaalf bekende Nederlandse trendwatchers die sinds 2010 hun jaarlijkse trendrede formuleren en uitspreken:

*“Deze tijd vraagt om nieuwe taal, die momentum geeft aan de revolutie die in de lucht hangt. Wat zeggen populaire termen als ‘meten is weten’ of ‘over je schaduw heenstappen’ over de richting die we inslaan met onze samenleving? Willen we echt alleen weten wat we kunnen meten? Als we over onze schaduw heenstappen, staan we dan weer in de zon? Wat betekenen woorden als vrijheid, individualisme, solidariteit, gemeenschap of duurzaamheid nog in deze tijd? Waar liggen de grenzen van wat wij Nederland noemen, nu blijkt dat we aan de ene kant afhankelijk zijn van de landen om ons heen en aan de andere kant van de grenzeloze macht van Google, Facebook en Apple, die in hun eentje de economie van een middelgroot land overstijgen?”*

Het dit jaar verschenen boek ‘De onstuitbare opmars van de digitale wereld’ van Willem Vermeend en Bert Brussen opent met het eerste hoofdstuk ‘Welkom in de revolutie’.

*“We leven in revolutionaire tijden. Eeuwenlang was communicatie eenrichtingsverkeer.(...) De gewone burger is zijn kennisachterstand op allerlei gebied kwijt. (...) Samen met grote broer Informatie Technologie (IT) heeft internet een maatschappelijke omwenteling veroorzaakt van ongekende proporties. (...) Voor het eerst in de geschiedenis is een grootschalige infrastructuur ontwikkeld zonder tussenkomst van een autoriteit. Het net is anarchistisch, zelfsturend en – in het westen – ongecensureerde, rauwe informatie. (...) Er is een geheel andere manier van communiceren ontstaan. Dat zegt de gerenommeerde onderzoeker Manuel Castells, hoogleraar sociologie van communicatie. Volgens hem leven we in het tijdperk van de zelf-communicatie.”*



## 1.2 Korte beschrijving van het werkproces

De desk research en de stakeholder-interviews zijn uitgevoerd van juni tot en met augustus 2012. De onderzoeksperiode van drie maanden is kort geweest voor een veelomvattend en aan verandering onderhevig onderwerp als de (i)Samenleving. Dit rapport pretendeert dan ook niet een volledige of representatieve weergave van de perceptie omtrent de trends en ontwikkelingen van de Nederlandse (i)Samenleving te zijn. Dit rapport kan worden beschouwd als een startpunt voor het verder denken over en het formuleren van beleid over de (i)Samenleving en de (i)Overheid in Nederland door de opdrachtgevers bij BZK.

De desk research is zowel online als telefonisch uitgevoerd. In totaal zijn 240 Nederlandse informatiebronnen ten behoeve van de desk research bestudeerd.

De 37 deelnemers aan de stakeholder-interviews zijn Nederlandse burgers van 18-70 jaar.

- De 25 'professionals' in deze selecte steekproef zijn Nederlanders van 24-65 jaar die werkzaam zijn binnen en buiten de Rijksdienst, geworven door de onderzoeker. Tijdens de werving is er sprake van een groot enthousiasme tot deelname. De 12 'burgers' in deze steekproef zijn niet-werkende Nederlanders, 4 deelnemers van 18-24 jaar en 8 deelnemers van 60-75 jaar, geworven door een extern respondentenselectiebureau.
- De deelnemers zijn gesproken in interviews met 1 persoon en interviews met 2, 3, 4 of 8 personen. De interviews zijn face-to-face uitgevoerd bij het Ministerie van Binnenlandse Zaken en op of vlakbij de werkplek van de deelnemers. Enkele individuele interviews zijn telefonisch uitgevoerd en 1 duo-interview is online uitgevoerd via het teleconference-systeem van de Belastingdienst. De individuele interviews duren 1,5 uur en de interviews met meerdere deelnemers 2 tot 3 uur.

Een belangrijk onderzoeksresultaat is de voorspoedig verlopen zoektocht naar informatiebronnen voor de desk research en deelnemers voor de stakeholder-interviews. De (i)Samenleving is een actueel onderwerp voor de meeste mensen die hierover zijn benaderd. Als de onderzoeker in opdracht van BZK via een persoonlijke benadering oproept tot vrijwillige en onbezoldigde hulp en deelname aan dit onderzoek, dan zijn de reacties overwegend positief. De onderzoeker kent deze enthousiaste reacties en hulpvaardigheid alleen van vergelijkbare onderzoeken voor bekende en positief gewaarde goede doelen in Nederland. Uit naam van BZK kan blijkbaar goed de vrijwillige hulp van de samenleving worden gevraagd over de trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving. De meeste gecontacteerde personen stellen het op prijs dat BZK hen actief betreft bij het onderzoek naar de (i)Samenleving. De meesten van hen hebben aangegeven dat zij graag op de hoogte willen worden gehouden over de resultaten van dit onderzoek. Ook kunnen zij in de toekomst weer gecontacteerd worden door of in opdracht van BZK.

Tijdens de desk research en de werving van deelnemers aan de interviews is gebleken dat een aantal belangrijke spelers in de (i)Samenleving niet makkelijk te benaderen zijn. Diverse experts en professionals hebben gewezen op de moeilijke bereikbaarheid van medewerkers van de bekende internetbedrijven. Ook in dit onderzoek is gebleken dat de meest bekende internetmerken van de (i)Samenleving, zoals Google, Facebook, Apple en LinkedIn, moeilijk of niet voor deelname zijn te enthousiasmeren. Voor de volgende fasen luidt het advies om deze bekende internetbedrijven alsnog te betrekken via andere wegen van BZK.

### 1.3 Percepties over de (i)Samenleving

De desk research en de stakeholder-interviews hebben een rijke bron aan informatie uit Nederland opgeleverd. De (i)Samenleving wordt op vele verschillende manieren gedefinieerd en geïnterpreteerd. Opvallend tijdens de desk research is dat veel bronnen een bepaalde invalshoek kiezen op de (i)Samenleving, zoals bijvoorbeeld technologieën, ICT, het internet, social media, gemeenten of generaties. De Nederlandse (i)Samenleving is in wording en delen ervan worden in kaart gebracht. De meeste deelnemers kunnen goed uit de voeten met het woord (i)Samenleving, omdat het duidelijk de verandering van onze samenleving in de richting van een informatiesamenleving aangeeft. Enkele deelnemers merken echter op dat er in feite geen scheiding meer is tussen de samenleving en de (i)Samenleving. Zij pleiten dan ook voor het gebruik van het woord 'samenleving'.

#### 1.3.1 De perceptie van Nederland als een online (i)Samenleving

Tijdens de desk research is duidelijk geworden dat Nederland in de afgelopen jaren een steeds meer online land is geworden. Nederland heeft jarenlang de positie gehad van het meest online land ter wereld, zojuist voorbijgestreefd door Noorwegen. In verschillende bronnen wordt de beschikbaarheid van en de toegang tot het internet van Nederlanders tussen 85-95% vastgesteld. Ook in de stakeholder-interviews worden deze percentages genoemd. Deze percentages worden vastgesteld op basis van de toegang tot internet, dat wil zeggen de beschikbaarheid van apparaten waarmee een online-verbinding tot stand kan worden gebracht. Deze apparaten kan men zelf in bezit hebben. Maar ook kan het hierbij gaan om toegang tot apparaten van andere mensen (buren, vrienden, kennissen, familie) of apparaten bij organisaties (zoals de werkgever of bibliotheken). De toegang tot het internet is niet hetzelfde als het gebruik van internet. De meeste mensen die toegang hebben tot het internet, gebruiken het internet ook. Echter, er zijn ook mensen die wel toegang hebben tot het internet, maar het internet nog nooit hebben gebruikt of niet meer gebruiken na hun eerste ervaringen. De toegang tot het internet zegt niets over de mate van gebruik en het soort gebruik van het internet.

Het Electronic Commerce Platform Nederland (ECP), platform voor de informatiesamenleving, wijst in het jaarverslag 2011-2012 op het door de Universiteit van Twente ondernomen onderzoek 'Trendrapport Computer- en Internetgebruik'. In deze jaarlijkse rapporten worden op wetenschappelijke wijze de digivaardigheid en het digibewustzijn van Nederland in kaart gebracht. In Nederland zijn ongeveer 3 miljoen mensen die niet of nauwelijks van computers of internet gebruik maken. Deze 'offliners' worden zowel in de informatiebronnen als in de interviews meestal als oudere Nederlanders opgevat en mensen die niet goed kunnen lezen en schrijven door allerlei redenen. Veel experts, professionals en burgers stellen vast dat jongere generaties meer online zijn dan oudere generaties. Hoe jonger de Nederlander, hoe meer hij of zij online (be)leeft.

Zowel de informatiebronnen als de interviews geven aan dat Nederlanders verwachten dat ons land in de nabije en verre toekomst steeds meer een online land zal worden. Vooral mobiele ICT-apparatuur, het mobiele internet en breedband/glasvezel worden gezien als de versnellers van online Nederland

richting de informatiesamenleving. Het woord 'informatiesamenleving' en de afkorting (i)Samenleving worden positief geassocieerd met internet, ideeën, iedereen, individueel en het Engelse 'I', zoals gebruikt in de producten van Apple (iPhone, iPod, iPad) en de slagzin 'I amsterdam'. De (i)Samenleving wordt vooral opgevat als een positieve ontwikkeling in Nederland. De informatiesamenleving wordt positief gewaardeerd vanwege de snelheid, de efficiëntie, het gemak, de vrijheid, het democratische karakter (internet is van en voor iedereen) en de lage kosten ervan.

### 1.3.2 De perceptie van 'Big Data' en 'Small Data' versus privacy in de (i)Samenleving

Experts en professionals gebruiken de laatste jaren de term 'Big Data' voor de grote hoeveelheid van datasets en gegevensverzamelingen waaruit steeds meer informatie kan worden gehaald over burgers en consumenten. Big Data is een term uit de IT die steeds populairder wordt, ook buiten het vakgebied. Er zijn verschillende definities van het begrip in omloop. De kern van het begrip Big Data is dat er steeds meer data kunnen worden verzameld, opgeslagen, gezocht, gedeeld, geanalyseerd en gevisualiseerd op een wijze die voorheen onmogelijk was. Vooral het vaststellen van nieuwe correlaties tussen verschillende soorten van beschikbare data om te komen tot nieuwe inzichten spelen hierbij een grote rol. Het gebied van Big Data is in ontwikkeling en de dimensies ervan kunnen nu nog niet worden overzien. Big Data is een trend die steeds meer op de voorgrond treedt in de (i)Samenleving.

Sander Duivestein, publicist bij Frankwatching, noemt in zijn artikel 'Privacy-waarschuwing: Ons brein is te hacken!' van 29 augustus jl. de term 'Small Data', waarmee hij refereert aan data en persoonsgegevens die steeds dichterbij, steeds meer op de huid of zelfs in de nabijheid van het lichaam kunnen worden gegenereerd. Denk hierbij aan mobiele smartphones, iPads en navigatiesystemen die mensen steeds meer online met zich mee dragen waardoor locatiegebaseerde data over een individu worden verkregen. Maar ook aan gekoppelde gegevens uit databases, van het internet en in sociale media die leiden tot fijnmazige 'profiling' van een individu. Een ander voorbeeld is de opkomst van sensor-apparaten die op het lichaam worden gedragen om bijvoorbeeld de hartslag, bloeddruk of sportprestatie te meten en die worden doorgegeven aan een centrale database. Deze data brengen niet alleen het gedrag van mensen in kaart, als doelgroep en als individu: als verrijkte data kunnen ook voorspellingen worden gedaan over het toekomstige gedrag van groepen en individuen. In deze opvatting worden kwalitatieve 'Small Data' de logische opvolger van kwantitatieve 'Big Data'. Deze ontwikkelingen worden versneld door 'Cloud computing', het opslaan van data niet meer in een computerapparaat, maar in een online cloud, waardoor steeds meer geanonimiseerde en persoonlijke data kunnen worden gecombineerd.

Zowel in de literatuur als tijdens de interviews wordt over deze trends en ontwikkelingen uitgebreid nagedacht door Nederlanders. Voor experts en de meeste professionals is het duidelijk dat persoonsgegevens in het bezit zijn van de vastleggers van de data, zoals bedrijven en overheden. Echter, sommige professionals en burgers geven aan dat zij denken dat hun eigen persoonsgegevens ook hun eigendom zijn, of eigenlijk zouden moeten zijn.

*Quote van een professional: “Er komt een tegentrend op Big Data. Wie zijn dat aan het verzamelen? Wat gaan regeringen daarmee doen? Er wordt heel veel verzameld. Alle data zijn er al, bij Google. Maar dat wordt tegengehouden. Het publiek is er nog niet aan toe, ook vanwege privacy-overwegingen. Wie is de eigenaar van deze data? Ik? Google? (De onderzoeker vraagt wie alle instellingen in social media hebben bekeken: 3 van de 5 zeggen geheel of gedeeltelijk). Het wordt ‘Minority Report’, de film. Dit is een bom: my identity is gone, terwijl daar aan de andere kant tegenover staat dat je er wel heel veel voor terug krijgt. Het recht is er nog niet aan toe.”*

In de desk research en de interviews klinkt een pleidooi voor meer inzicht in de eigen persoonsgegevens. Wie heeft die data in bezit, wat wordt ermee gedaan en hoe kunnen eventuele fouten worden gecorrigeerd? Hierbij is er vaak sprake van een oproep tot het openbaren van de persoonsgegevens aan de persoon in kwestie, zodat hij of zij weet welke persoonlijke data door welke partijen zijn opgeslagen en worden verwerkt en/of gekoppeld. In het ideale geval wordt expliciete toestemming (*‘informed consent’*) gevraagd voor de aanmaak, opslag, verwerking en koppeling van persoonsgegevens aan de persoon in kwestie. ‘Privacy by design’ is een veel aangetroffen oplossing, ofwel het garanderen en ‘inbouwen’ van een goede bescherming van de persoonsgegevens tijdens de ontwikkeling van ICT-systemen, databases en applicaties, voordat deze worden geïmplementeerd.

Over de veranderende definities en implicaties van persoonsgegevens en privacy worden momenteel meer vragen gesteld dan antwoorden gegeven door experts, professionals en burgers. Zolang er niets misgaat en de betrokken personen er geen persoonlijk nadeel van ondervinden, geldt het adagium: ‘Ik heb niets te verbergen’. Als dat wel het geval is of kan worden, dan gaat er een ander motto gelden: ‘Ik heb niets te verbergen, maar wel iets te vrezen’. De persoon in kwestie wil dan weten en kunnen beoordelen wat zijn of haar voor- en nadelen zijn en daar zelf een beslissing over willen kunnen nemen. Zodoende zijn persoonsgegevens en privacy op dit moment de centrale vraagtekens die in de percepties over de ontwikkelingen en trends in de (i)Samenleving steeds weer opduiken tijdens dit onderzoek.

Uit de literatuur van de afgelopen jaren en de interviews blijkt dat Nederlanders zich steeds meer bewust worden van de mogelijk negatieve, vergaande en (on)beheersbare implicaties van de (i)Samenleving. Het centrale punt van aandacht en zorg is de veranderende definitie en de neerwaarts glijdende schaal van privacy. Zowel experts, professionals als burgers zijn zich aan het (her)bezinnen over de voor- en nadelen van de (i)Samenleving, waarbij de afname of zelfs het gehele verlies van privacy centraal staan. Door de opslag van digitale persoonsgegevens in vele databases die steeds meer online worden opgeslagen en aan elkaar (zouden kunnen gaan) worden gekoppeld, staan zowel de offline als de online identiteit en de bescherming van persoonsgegevens ter discussie. De bekende trendwatcher Adjiedj Bakas schreef er een boek over, ‘Het einde van de privacy’, 2012.

### 1.3.3 De perceptie van de ingeslagen route van de (i)Samenleving: van Web 1.0 naar Web 2.0

Nadat Nederlanders eenmaal de beslissing hebben gemaakt om 'online' te gaan, proberen zij de voor hen interessante online-mogelijkheden uit om ermee te experimenteren en ervaring mee op te doen. Na de aanvankelijke voordelen van de vele nieuwe mogelijkheden van alle online producten, diensten, netwerken en applicaties te hebben genoten, is op dit moment de aanvankelijke, welhaast naïeve, blijdschap over de bekende internet-hypes van de afgelopen jaren voorbij. Experts, professionals en burgers krijgen steeds meer oog voor ook de negatieve consequenties van hun online leven. Wat gebeurt er eigenlijk met al die digitale data van en over mij die steeds meer online worden opgeslagen? Hoe is de verantwoordelijkheid daarvoor en een correcte omgang daarmee geregeld? En wat is de status van alle persoonlijke gegevens die ik zelf online plaats via sociale media? Het Rathenau Instituut onderzoekt deze vragen in diverse publicaties. In het boek 'Voorgeprogrammeerd – Hoe Internet ons leven leidt' uit 2012 laat het instituut onderzoekers, burgers en hackers deze vraagtekens evalueren.

Met deze bewustwording en vragen van Nederlanders zijn wij in Nederland niet alleen digitaal, maar ook mentaal geland op het Web 2.0, het participatieve web. Web 1.0 was het web van de zenders van online informatie. Web 2.0 is het web van de zenders en de ontvangers van online informatie, waarin beide partijen direct op elkaar kunnen reageren en samen de inhoud van het web produceren. Opvallend hierbij is dat zowel uit de literatuur als de interviews blijkt dat de meeste Nederlanders de voorwaarden van de bekende internetmerken, zoals Google, Facebook, Microsoft en Apple, nota bene de eigenaren van hun online persoonsgegevens, niet of slechts gedeeltelijk hebben gelezen vanwege de enorme omvang van deze schriftelijke voorwaarden. Dit is een interessant gegeven, vooral omdat steeds meer Nederlanders met hun eigen naam en profielfoto's bekend zijn bij deze bedrijven. Voorheen was er meer sprake van anonieme profielnamen, maar nu gaan Nederlanders steeds meer onder eigen naam het web op, ook omdat social media zoals Facebook dat steeds meer bewerkstelligen en eigenlijk (ver)eisen vanwege de betere vindbaarheid van het profiel onder de eigen naam. In de literatuur is hier en daar al sprake van web 3.0, het semantische web dat online informatie begrijpt en kan duiden. Maar zover is het in de beleving van experts, professionals en burgers op dit moment in Nederland nog niet.

In zowel de literatuur als in de interviews is een centrale toekomstperceptie aangetroffen over de beleving van het internet als een online wereld die steeds groter wordt naast de offline wereld. Sommige experts en stakeholders wijzen op het feit dat de scheiding tussen de offline en de online wereld steeds kleiner wordt en dat delen ervan steeds meer gaan overlappen. De Stichting Toekomstbeeld der Techniek publiceerde het boek 'Samen Slimmer – hoe de 'Wisdom of the crowds' onze samenleving zal veranderen', 2012. Andere experts wijzen erop dat de (i)Samenleving volledig online zal gaan worden in de komende jaren, waardoor het verschil tussen offline en online zal verdwijnen. Willem Vermeend en Bert Brussen wijzen in hun boek 'De onstuitbare opmars van de digitale wereld. Het nieuwe leren, werken, ondernemen en geld verdienen', 2012, erop dat Nederland niet moet gaan achterlopen, maar juist het voortouw moet gaan nemen als een (i)Samenleving met een voorbeeldfunctie naar de rest van de wereld.

#### 1.3.4 De perceptie van drie (be)leefwerelden met drie identiteiten in de (i)Samenleving

Op dit moment is er sprake van drie (be)leefwerelden met bijbehorende identiteiten van Nederlanders. Op basis van de bronnen en de interviews vat ik deze drie mentale werelden en identiteiten als volgt kort samen:

- 1) Samenleving in Nederland, mijn (be)leven in de samenleving, mijn privé-ik met duidelijke normen, waarden, regels en omgangsvormen, dit is een oud en bekend terrein voor mij, ik doe mijn best (identiteit: ik woon in Nederland)
- 2) Samenwerking in Nederland, mijn (be)leven in mijn werk, mijn professionele ik met bepaalde normen, waarden, regels en omgangsvormen, dit is een oud en bekend terrein voor mij, ik werk hard (identiteit: ik werk in Nederland)
- 3) Samenleving en samenwerking in gemeenschappen en ‘communities’ in Nederland en/of met mogelijk de hele wereld op het internet, mijn digitale ik met onduidelijke normen, waarden, regels en omgangsvormen, dit is relatief nieuw en onbekend terrein voor mij, de hele wereld is mijn huidige en toekomstige speelterrein (identiteit: ik ben een online wereldburger die (be)leeft en werkt op het internet vanuit het ‘moederschap’ Nederland).

Deze drie (be)leefwerelden en identiteiten van Nederlanders raken elkaar op sommige punten en vloeien steeds meer op hybride wijze in elkaar. Hoe jonger de generatie, hoe meer deze (be)leefwerelden en identiteiten elkaar raken en in elkaar overvloeien. Het is opvallend dat als er wordt gesproken over de informatiesamenleving, de meeste bronnen en deelnemers aan de interviews direct verwijzen naar de derde, online (be)leefwereld waarin Nederlanders steeds meer (be)leven. Op basis van dit onderzoek kan over de huidige perceptie van de (i)Samenleving worden geconcludeerd dat Nederland zich steeds meer, verder en dieper online ontwikkelt en zal blijven ontwikkelen. De oudere generaties maken in de interviews duidelijk dat deze drie werelden en identiteiten gescheiden zijn, en ook dienen te blijven. De jongere generaties in de interviews geven juist aan dat deze werelden en identiteiten niet (meer) gescheiden kunnen en zouden moeten worden, omdat dit de realiteit van het heden en de toekomst van de (i)Samenleving is.

#### 1.3.5 De toekomstdroom van de (i)Samenleving: ICT als oplossing, gratis social media & Open Data

De online wereld is zodoende een belangrijk gepercipieerd onderdeel van de (i)Samenleving, maar niet het enige. Zowel in de literatuur als in de interviews focust de meeste aandacht zich toch op de relatief nieuwe, en dus interessante en spannende, online wereld in wording. En de ontwikkelingen in de online wereld gaan snel, en in de laatste jaren steeds sneller, zo blijkt uit de desk research en de interviews. Veel experts, professionals en burgers wijzen op de uitdaging c.q. het probleem om deze online (be)leefwereld in kaart te brengen, bij te houden en/of ‘bij te benen’. In de beleving van de meeste experts, professionals en burgers is de verbouwing van Nederland in de richting van een

informatiesamenleving in volle gang. De (i)Samenleving is geen fictie, maar een feit. ‘The time is now’.

De online digitalisering van de (i)Samenleving staat centraal in de perceptie daaromtrent in de bronnen en de interviews, voor nu en in de komende jaren. Andere trends en ontwikkelingen worden vaak verklaard of gerelateerd aan deze online wereld, waarin ICT-mogelijkheden wordt besproken als leuke en handige technologische voordelen van het moderne leven en werken, die tijd en geld besparen. Tevens is er de verwachting dat de problemen van de (i)Samenleving door ICT kunnen worden opgelost. Maar de huidige en toekomstige ICT-mogelijkheden gaan ook nadelen met zich mee brengen. Het zich ontwikkelende business-model van het internet wordt steeds duidelijker voor experts, professionals en burgers. Voor de gratis internetdiensten wordt de prijs niet in de vorm van een financiële transactie betaald, maar in de vorm van ruilhandel door het zelf (on)bewust bekend maken, ‘uploaden’ en actualiseren van persoonlijke data binnen het gekozen online platform. De ‘blackbox’ van de (i)Samenleving is wat er met die persoonsgegevens wordt gedaan door het gekozen platform om met die persoonlijke data geld te kunnen verdienen, bijvoorbeeld aan adverteerders.

De online, digitale (be)leefwereld is de hoop en de toekomstbelofte in de huidige perceptie van de (i)Samenleving in Nederland, zonder dat precies kan worden ingeschat wat daarvan de consequenties (zullen) zijn, hetgeen vragen, kritiek, angstbeelden en gevoelens van onveiligheid oproept. Het is niet verwonderlijk dat experts, professionals en burgers de wens en de noodzaak duidelijk maken van meer data-transparantie door meer ‘Open Data’, zodat het gebruik van de eigen persoonsgegevens inzichtelijk, controleerbaar en corrigeerbaar wordt, ook om fraude en criminaliteit op dat gebied zelf te kunnen helpen voorkomen of tegengaan. Hiervoor zien zij duidelijk een (pro)actieve en regulerende rol van de (i)Overheid die past bij de trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving. Uiteraard dient de (i)Overheid ook haar eigen digitale, online zaken goed in de praktijk te hebben geregeld en in wetgeving vastgelegd. Dat is geen wens, maar een minimale eis in de (i)Samenleving zoals die momenteel wordt gepercipieerd in Nederland, maar die nog niet altijd wordt ingelost volgens sommige bronnen en deelnemers aan de interviews.

*Quote van een professional binnen de Rijksdienst: “Ik heb een suggestie over de digitalisering van diensten, zowel voor de overheid als commercieel. Het digitaliseren van formulieren en gegevens van oude formulieren automatiseren. Dat zou mijn een hoop werk schelen iedere keer. Ik moet nu steeds alles opnieuw invullen.”*

### 1.3.6 De (i)Samenleving is wereldwijd en veranderlijk: Wat is de rol van de (i)Overheid in Nederland?

Door deze focus met veel vraagtekens over de relatief nieuwe online wereld waar steeds meer Nederlanders gaan werken en (be)leven, zijn er op dit moment nog weinig onderzoeken in Nederland die de trends en ontwikkelingen in de gehele (i)Samenleving in kaart brengen, met elkaar in verband brengen en volledig overzien. Vaak wordt een bepaald digitaal, online onderwerp van de (i)Samenleving geïsoleerd onderzocht, waarbij niet zelden wordt opgemerkt dat de onderzoeksdata snel verouderen door de snelle ontwikkelingen van de (i)Samenleving die worden bestudeerd. Opvallend in de literatuur



van voor 2010 is dat bijvoorbeeld de maatschappelijke impact van Facebook nauwelijks wordt onderzocht, maar veel aandacht uitgaat naar bijvoorbeeld SecondLife, Myspace en Hyves en andere online fora die op dit moment nauwelijks of niet meer voorkomen in de perceptie van experts, professionals en burgers over de (i)Samenleving. Een goed voorbeeld is dat Facebook tijdens de onderzoeksperiode het aantal van 1 miljard leden heeft bereikt, een maatschappelijk fenomeen dat zich nog nooit eerder heeft voorgedaan in de geschiedenis, offline noch online. Het is in dit onderzoek belangrijk gebleken om vooral ook actuele informatie te betrekken voor het kunnen begrijpen en duiden van de trends en ontwikkelingen van de (i)Samenleving.

Uit de desk research en de interviews blijkt dat bekende zakelijke spelers in de (i)Samenleving uit Nederland, zoals KPN, Hyves en Tomtom, momenteel een moeilijke tijd doormaken. Het ziet ernaar uit dat door het eigenaarschap van de meest rijke 'Big Data' de internetbedrijven Google, Facebook, Microsoft en Apple wereldwijd de belangrijkste zakelijke spelers gaan worden. Omdat deze partijen ook in Nederland een grote rol spelen en zodoende ook Nederlandse 'Big Data' in handen hebben, zijn dit de grote nieuwkomers als invloedrijke maatschappelijke (f)actoren in de Nederlandse (i)Samenleving, waarmee ook de (i)Overheid rekening dient te houden. Immers, zij bepalen en veranderen zelf met enige regelmaat hun eigen regels in hun online-werelden die steeds meer als toegangsportalen tot het gehele internet worden uitgebreid, ook voor Nederlanders. Daardoor worden steeds meer persoonlijke data van ook Nederlanders daarbinnen gegenereerd en vastgelegd, waarbij de relatie tot de Nederlandse wetgeving onduidelijk is, zowel in de literatuur als in de interviews.

Deze nieuwe spelers hebben persoonlijke data en persoonsgegevens van Nederlanders in handen die de Nederlandse overheid, organisaties, bedrijven en particulieren niet bezitten. De eerste voorbereidingen, testen en aankopen van innovatieve ICT die het genereren van 'Small Data', ofwel welhaast intiem gepersonaliseerde 'Big Data', mogelijk maken zijn al getroffen, zoals bijvoorbeeld gezichtsherkenningstechnologie door Facebook en Google Glass waarmee in een bril de blik van de gebruiker op zijn of haar offline en online wereld wordt gecombineerd en vastgelegd. Hierdoor zullen geheel nieuwe data van burgers en consumenten ontstaan die wij op dit moment nog niet kennen. Ook dit soort internationale kennis over de nabije toekomst van de (i)Samenleving is in Nederland aanwezig en zodoende relevant voor dit onderzoek. De belangrijkste vraag van de (i)Samenleving en voor de (i)Overheid is om inzicht en duidelijkheid te verschaffen over de betekenis en de impact van deze schuivende panelen tussen de offline en de online wereld waarin Nederlanders, zowel binnen als buiten de Rijksdienst, steeds meer (be)leven en steeds meer informatie over zichzelf afgeven.

Dit onderzoek leidt tot de conclusie dat de (i)Samenleving wereldwijd en veranderlijk is. Zodoende wordt veranderingmanagement de kernuitdaging van zowel de (i)Samenleving als de (i)Overheid, ofwel het omgaan met constante veranderingen in de maatschappij. De experts, bronnen en deelnemers aan de interviews in Nederland hebben fundamentele vragen over de trends en ontwikkelingen van de (i)Samenleving en de implicaties daarvan voor de (i)Overheid in Nederland. In de volgende paragraaf geef ik mijn zoektocht naar een analysemodel van de (i)Samenleving weer waarmee de Nederlandse (i)Overheid haar rol daarbinnen kan definiëren, legitimeren, bevestigen, zeker stellen en versterken, zowel binnen als buiten Nederland.

#### 1.4 Zes megatrends van TNO als een analysemodel van de (i)Samenleving

Naarmate het proces van dit onderzoek vorderde, ben ik actief op zoek gegaan naar informatie over de trends en ontwikkelingen in de gehele (i)Samenleving die breder is dan de aangetroffen focus op de aparte, veelal ICT-gedreven onderdelen van de (i)Samenleving. Na een groot deel van de desk research en de interviews te hebben afgerond, heb ik het TNO-rapport 'Megatrends: A broad outlook on innovation' uit december 2010 als uitgangspunt gekozen voor de weergave en beschrijving van de trends en ontwikkelingen in de Nederlandse (i)Samenleving. De reden hiervoor is dat ik veel feiten, meningen en visies uit de desk research en de interviews herken in dit rapport met zes duidelijk geordende megatrends. Ook op dit moment, in de herfst van 2012, is dit TNO-rapport zodoende actueel.

TNO heeft gekozen voor de formulering van brede, overkoepelende megatrends die de trends en ontwikkelingen op het gebied van innovatie vormen op de korte en lange termijn. In dit rapport wordt een praktisch denk- en werkkader met gebruik van de trends en ontwikkelingen van innovatie geschetst. Het verleden, het heden en de toekomst van innovatie wordt in een helder, logisch en herkenbaar perspectief gepresenteerd. De innovatie van de (i)Samenleving komt in dit rapport zodoende niet 'uit de lucht vallen'. Ook in de interviews is bij veel deelnemers een houding over de (i)Samenleving vastgesteld die zich het best laat omschrijven als twee vragen: En wat nu? Hoe nu verder? Het TNO-rapport levert gedegen en goed onderbouwde informatie over de trends en ontwikkelingen van de (i)Samenleving. Het rapport kijkt over de ICT-gedreven 'hypes' van deze maand, 'gadgets' van dit seizoen en smaakmakers van dit jaar heen en reikt verder richting de toekomst. Daarnaast worden de megatrends gekoppeld aan voor de opdrachtgevers belangrijke maatschappelijke en bestuurlijke thema's als duurzaamheid, zorg en veiligheid.

Tijdens het lezen van het TNO-rapport vielen alle losse puzzelstukjes en aparte onderdelen van de (i)Samenleving uit de desk research en de interviews voor mij in elkaar. In deze onderzoeksperiode is het rapport zodoende een 'eye opener' voor de werking, systematiek en richting van de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving voor mij geweest. De (i)Samenleving gaat over verandering en innovatie, en niet over behoud van de status quo en onveranderlijke 'business as usual', zo blijkt niet alleen uit de desk research en de interviews, maar ook uit de zoektocht en de bevindingen van TNO. Verandering en innovatie, en het management daarvan, zijn belangrijke uitgangspunten voor de (i)Samenleving en de (i)Overheid die daarop aansluit.

Het TNO-rapport biedt daartoe een bruikbaar analysemodel als een brede kapstok voor de trends en ontwikkelingen van de (i)Samenleving in Nederland, en ook daarbuiten. En dat is een belangrijk criterium voor de analyse van en strategie voor de (i)Samenleving en de (i)Overheid in Nederland. Europese samenwerking, globalisering en het internet zullen de koers van Nederland als open handelsnatie steeds meer gaan beïnvloeden. Bovendien zijn door deze focus op internationale megatrends overeenkomsten en verschillen met vergelijkbare samenlevingen, landen en overheden mogelijk. De (i)Samenleving is niet alleen in Nederland een feit.

De megatrends worden hierachter beschreven in de definities van TNO en in relatie gebracht met de uitkomsten van de desk research en de interviews. Opvallende overeenkomsten en verschillen zullen worden toegelicht. Tevens zal ik strategisch doordenken over de implicaties van deze trends en ontwikkelingen van de (i)Samenleving voor de (i)Overheid. Zowel de makers van het TNO-rapport als ik beschouwen ICT-trends als de belangrijke (f)actoren en drijfveren van de (i)Samenleving, maar niet als exclusief kernpunt, zoals in veel andere informatiebronnen wel is aangetroffen. Hiermee doe ik ook recht aan de uitkomsten van de interviews, waarbij opvallend vaak een pleidooi is gehoord voor het vooral niet vergeten of onderschatten van de mens in de vaak door ICT-gedreven trends, ontwikkelingen, veranderingen en innovaties van de (i)Samenleving. De actuele trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving geven aan dat ICT geen op zichzelf staande maatschappelijke macht is, maar dat de maatschappelijke kracht ervan juist afhangt van de mate waarmee mensen er wel of niet zelf mee aan de slag kunnen en willen gaan.

*Quote van een professional buiten de Rijksdienst: "De (i)Samenleving gaat over veranderende machtsverhoudingen. We gaan van een machts- naar een krachtmaatschappij. In een machtsmaatschappij zegt de macht: ik bepaal wat jullie doen. Dat is een soort baksteen. In een krachtmaatschappij zeggen de mensen: we doen het gewoon. Het gebeurt omdat het kan. Dat heeft meer de vorm van water, het is 'liquid', vloeiend. Hackers Anonymous bijvoorbeeld, die kennen geen vorm. Ze zijn georgansieerd op waarde. Je kunt er ook niet solliciteren. Kracht ontsnapt aan macht. Het is een moeilijke tijd, recessie, vergrijzing, er zijn minder kinderen dan verwacht."*

# Hoofdstuk 2

## De zes megatrends van TNO

- 2.1 Vergrijzing & fragmentatie
- 2.2 Vervagende grenzen
- 2.3 Houdbaarheid van de leefomgeving
- 2.4 Risico's & veiligheid
- 2.5 Netwerk Samenleving
- 2.6 Het Intelligente Tijdperk

## Hoofdstuk 2

## De zes megatrends van TNO

De centrale onderzoeksvraag is:

*Wat zijn de relevante trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving? En wat betekent dit voor de (i)Overheid?*

Na alle informatiebronnen voor de desk research te hebben bestudeerd en alle interviews te hebben afgenomen, neem ik het kader van de trends en ontwikkelingen zoals geformuleerd in het TNO rapport 'Megatrends. A broad outlook on innovation' uit december 2010 over als analysemodel voor de trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving.

Het rapport 'Megatrends: a broad outlook on innovation' is één van de belangrijkste resultaten van TNO's Innovation Outlook, dat ernaar streeft om systematisch en periodiek verschillende trends in innovatie te identificeren en te vergelijken om de mogelijke impact op onze maatschappij vast te stellen. Het rapport levert inzicht in de dynamiek van innovatie in Nederland.

De term 'Megatrend' is in 1982 geïntroduceerd door John Naisbitt (Naisbitt, 1982). Met deze term worden technologische ontwikkelingen en veranderingen in de samenleving aangeduid die zeer ingrijpend van aard zijn. In tegenstelling tot gewone trends zijn megatrends ontwikkelingen die over de hele wereld voelbaar zijn en vele tientallen jaren kunnen aanhouden. Een megatrend beantwoordt aan de volgende criteria:

- Tijdsbestek: een megatrend houdt normaal gesproken ten minste 15 jaar aan;
- Wereldwijd: bijna elk gebied op aarde wordt er door geraakt;
- Bereik: megatrends beïnvloeden de samenleving zowel op micro- als op macroniveau: politiek, economie, wetenschap en technologie, en zowel groepen van de samenleving als het individu;
- Impact: megatrends hebben een vergaande invloed op het menselijk leven en kunnen dat wezenlijk veranderen; zij houden wijzigingen in die niet of nauwelijks te ontkomen zijn.

Megatrends vormen een belangrijk referentiekader voor het analyseren en beoordelen van technologische ontwikkelingen en veranderingen in de samenleving. Op basis van megatrends kunnen strategische plannen worden verbeterd en zakelijke concepten en beleid worden aangepast aan toekomstige ontwikkelingen, behoeften en uitdagingen. Megatrends geven de context aan waarin technologische mogelijkheden plaatsvinden en waarin zich de sociale, politieke en economische voorwaarden voordoen die de richting bepalen waarin deze zich ontwikkelen en transformeren tot innovaties.

Het TNO-rapport presenteert de zes megatrends die de belangrijkste onderwerpen reflecteren die Westerse samenlevingen beïnvloeden. Deze trends representeren de huidige ontwikkelingen die moeilijk te stoppen of om te draaien zijn, in ieder geval in de komende 15 tot 20 jaar. De zes megatrends zijn gekozen om de meeste onderwerpen, trends, ontwikkelingen en veranderingen die wij kunnen verwachten in de toekomstige maatschappij en technologie te reflecteren. Veel aparte onderwerpen – die ook kunnen worden beschouwd als microtrends – mogen dan tegelijkertijd andere en vaak tegenstrijdige kleine richtingen lijken, maar feitelijk vallen zij binnen één van de zes megatrends. Ook tegentrends vallen onder een bepaalde megatrend als reactie daarop. De megatrend-analyse zoals gepresenteerd in dit rapport verschaft een theoretisch kader dat de verbondenheid, kansen en mogelijke conflicten tussen technologische mogelijkheden, dringende problemen en maatschappelijke ‘issues’ laat zien. Het rapport focust op innovaties in de zogenaamde ‘socio-technische netwerken’ (STN) die bestaan uit mensen, technologieën en operationele handelswijzen als duidelijk te onderscheiden eenheden om bepaalde goederen en diensten aan de maatschappij te leveren.

Socio-technologische netwerken scheppen het kader dat de technologische mogelijkheden vormt, maar ook de maatschappelijke, politieke en economische voorwaarden die de trajecten van hun ontwikkeling en transformatie tot innovaties beïnvloeden. De maatschappij en de technologie kunnen niet gezien worden als twee aparte zaken, maar moeten gezien worden als een verbonden onderdeel. Als wij kijken naar belangrijke gebieden van de maatschappij, zoals communicatie en informatie, transport, zorg, energieproductie en –distributie of defensie en beveiliging, dan wordt het duidelijk dat deze bestaan uit specifieke technologieën, mensen en operationele handelswijzen (regels, kennis) die samenwerken. Deze systemen worden gedefinieerd als ‘socio-technische netwerken’ (afgekort als STN).

De introductie van technologische, organisatie- en sociale innovaties in een STN heeft zeer waarschijnlijk een effect op het gehele systeem van de (i)Samenleving. Aangezien het doel van innovatie is gelegen in de optimalisering van het gehele systeem, is het belangrijk om het analytische perspectief van de STN-benadering te gebruiken in plaats van het slechts kijken naar de afzonderlijke delen van het systeem, of naar slechts de technologische of maatschappelijke kant ervan. In het TNO-rapport is gekozen om te focussen op de volgende tien ‘socio-technische netwerken’(STN):

1. Nutsbedrijven
2. Kapitaalmarkt
3. Leefomgeving
4. Kwaliteit van leven
5. Communicatie & informatie
6. Juridisch systeem
7. Transport

8. Onderzoek & onderwijs
9. Overheid
10. Defensie, veiligheid & beveiliging

In dit hoofdstuk beschrijf ik de 6 megatrends die de belangrijkste vraagstukken weergeven waar de samenleving zich in de komende 15 jaar voor gesteld gaat zien:

1. *Vergrijzing en fragmentatie* (versnippering) van traditionele sociale structuren: toenemende levensverwachting en pluralisatie van levensstijlen.
2. *Vervagende grenzen*: de opening van geografische en sociale grenzen en het wegvallen van fysieke en conceptuele barrières.
3. Beheersing van de *houdbaarheid van de leefomgeving*, ook wel duurzaamheid genoemd: de groeiende bewustwording voor milieuaspecten voedt innovatie.
4. Groeiende zorg over *risico's en veiligheid*: nieuwe risico's en de noodzaak van voorzorgsmaatregelen en vooruitzien in een complexe wereld.
5. De *Netwerksamenleving*: sociale netwerken, collectieve intelligentie, web 2.0 en 'The Internet of Things'.
6. *Het Intelligente Tijdperk*: het scheppen van intelligente artefacten, verbetering van de mens, convergerende (samenvallende) technologieën en de maakbaarheid van de natuur.

Anders dan in andere megatrend-analyses is het doel van TNO deze megatrends te presenteren als een praktisch hulpmiddel dat gebruikt kan worden voor het aangeven van toekomstverwachtingen, het identificeren van mogelijkheden voor innovatie en als beleidsinstrument. Om deze reden zijn de megatrends zo algemeen mogelijk gehouden, in de vorm van richtlijnen die tevens aangepast kunnen worden aan specifieke projecten en vraagstellingen.

## 2.1 Vergrijzing & fragmentatie

*De eerste TNO-megatrend is de maatschappelijke verandering in de richting van de vergrijzing en fragmentatie (versnippering) van traditionele sociale structuren: toenemende levensverwachting en pluralisatie van levensstijlen.*

### 2.1.1 Korte beschrijving van de megatrend vergrijzing & fragmentatie door TNO

Samenlevingen in West-Europa ondergaan, om verschillende redenen, verandering. De meest in het oog springende daarvan zijn demografische veranderingen als gevolg van de toenemende levensverwachting, lage geboortecijfers (laag vervangingsniveau) – met name in Europa en het Verre Oosten – en toenemende immigratie. Vanwege het lagere geboortecijfer neemt het aantal ouderen in de samenleving procentueel toe, terwijl dit hogere percentage ouderen, als gevolg van een hogere levensverwachting, ook nog eens langer blijft leven. Dit wordt gewoonlijk aangeduid als de ‘vergrijzing van de samenleving’. Omdat mensen langer leven, neemt ook het aantal mensen met chronische of degenererende ziektes toe.

Aan de andere kant verandert de opmaak van westerse samenlevingen, als gevolg van toenemende individualisering, de veranderende rol van traditionele gezinnen en een grotere verscheidenheid in normen en waarden. De toestroom van grote aantallen immigranten uit alle delen van de wereld heeft de afgelopen decennia geleid tot een grotere diversificatie van de bevolking. Dat heeft er ook voor gezorgd dat veel mensen in contact zijn gekomen met mensen met een andere culturele achtergrond, gewoontes, normen en waarden. Mensen vereenzelvigen zich steeds minder met één bepaalde sociale groep, maar voelen zich in plaats daarvan, afhankelijk van de context en hun bezigheden, verbonden met verschillende sociale groepen.

### Evolutie van de vergrijzing en fragmentatie van traditionele samenlevingsstructuren

De babyboomgeneratie (in Nederland geboren tussen 1945-1960, Beckers RUU) nadert de pensioengerechtigde leeftijd en zal vooral in welvaartstaten een steeds grotere wissel trekken op de gezondheidszorg en andere sociale dienstverlening. Naar verwachting zal het geboortecijfer in het westen lager blijven dan het vervangingsniveau, waardoor vrij eenvoudig zichtbaar kan worden gemaakt hoe westerse samenlevingen er in 2050 uit zullen zien.

De trend van veranderende levensstijlen en de fragmentatie van traditionele samenlevingsstructuren is minder duidelijk, maar waarschijnlijk zal er een groeiende verschuiving plaatsvinden van langdurige traditionele samenlevingsstructuren naar meer individualisatie en zelfkeuzes en tijdelijke lidmaatschappen van verschillende groepen. Deze verwachting wordt ook ondersteund door de mogelijkheden en functionaliteiten die het internet en andere communicatiemiddelen, zoals sociale media, bieden.



## Mogelijkheden voor innovatie

De vergrijzing en ontgroening van de samenleving heeft talloze gevolgen voor innovatie. Ten eerste kan de vergrijzing leiden tot een toename van langdurige behandelingen en ziektes die (nog) niet te genezen zijn. Het bestaande systeem van gezondheidszorg is niet in staat aan deze situatie afdoende het hoofd te bieden. Alleen radicaal nieuwe innovaties in de gezondheidszorg en/of geneeskunde kunnen het toekomstig tekort aan werknemers in de gezondheidszorg en de stijgende kosten van de gezondheidszorg opvangen. Er zijn al bepaalde ontwikkelingen gaande, zoals zorg op afstand en consumentenelektronica in de gezondheidszorg, waardoor de financiële en personele lasten kunnen worden verlaagd. Ouder wordende werknemers (die wellicht behoefte hebben aan flexibeler werktijden of andere taken), ouder wordende klanten (met andere voorkeuren) en gezondheidstoerisme (zowel voor ouderen als anderen) leggen alle de nadruk op verschillende soorten producten en diensten.

Ten tweede worden producten en diensten steeds meer toegesneden op het individu; de traditionele marktsegmenten van leeftijd, inkomen en sociale groepering zijn aan het verdwijnen. Mensen combineren verschillende 'lifestyle' producten uit verschillende marktsegmenten en verlangen meer op hun persoon afgestemde goederen en diensten om zich te onderscheiden van anderen. Concepten als op maat gemaakte massaproducten, massa-individualisatie, betrokkenheid van de gebruiker bij het ontwerpproces door gebruikmaking van 'co-creatie' en 'crowdsourcing', maken de betrokkenheid van de gebruiker en een meer op de gebruiker gerichte benadering in de innovatie mogelijk.

### 2.1.2 Megatrend van vergrijzing & fragmentatie in de (i)Samenleving in Nederland

#### Vergrijzing

Ook in de desk research en de interviews komen de megatrends vergrijzing en fragmentatie veel voor. De bevolkingspyramide van Nederland is zich aan het omkeren. Er zullen meer ouderen dan jongeren in Nederland leven. Zoals in de inleiding beschreven, wordt de (i)Samenleving positief geassocieerd met de technologische trends en ontwikkelingen die het leven makkelijker, sneller en leuker maken. Ook is gebleken dat jongeren meer online zijn dan ouderen. In voorgaande decennia werden vernieuwing, verandering en innovatie in de maatschappij vooral door de grote socio-demografische groepen van jongeren veroorzaakt. De twee grootste generationele groepen in Nederland zijn op dit moment de babyboomers (geboren tussen 1945-1960) en de generatie X (geboren tussen 1960-1975). Door de grote media-aandacht voor de babyboomgeneratie, de laatste jaren opnieuw aangewakkerd door hun pensionering die onlangs is ingezet en de discussies over de verhoging van de pensioengerechtigde leeftijd, kan de indruk ontstaan dat dit de grootste generatie van Nederland is. Echter, de generatie X die na hen is geboren, is net een fractie groter. Toch spelen de babyboomers een belangrijke rol in de vergrijzing, omdat dit een generatie is die wat betreft hun houdingen en attitudes afwijken van de andere generaties van Nederland. Het is een meer maatschappijkritische generatie die open staat voor andere opvattingen en alternatieve ideeën, meer zelfs dan de jongere generaties.

In de literatuur worden de babyboomers steeds meer als een aparte groep bestudeerd. Het CBS heeft een studie uitgebracht over de rol van babyboomers in onze maatschappij, 'Babyboomers voorbij de statistiek', 2012. Hierin wordt gewezen op de steeds grote groep van senioren consumenten in ons land. Over vijf jaar zijn er een half miljoen 65-plussers bijgekomen. Op de lange termijn zorgt de vergrijzde babyboom ervoor dat Nederland zo'n 4,6 miljoen senioren consumenten telt, ongeveer een kwart van de Nederlandse bevolking. Zodoende staan de grote groep van babyboomers aan de basis van nieuwe demografische trends in het verleden, het heden en de toekomst. De begonnen pensionering van de babyboomers staat in de literatuur in een negatief, want vooral financieel daglicht, mede door de economische crisis van de afgelopen jaren. De babyboomgeneratie die ons land zoveel heeft opgebracht, zowel materieel als immaterieel, gaat de komende jaren veel geld kosten op het gebied van AOW, pensioen en zorg.

Deze babyboom-trends in combinatie met het feit dat de ook de stille generatie (geboren 1930-1945) ouder wordt dan de generaties voor hen, zorgt ervoor dat ons land een steeds meer vergrijzende samenleving zal worden. Niet alleen vanwege de financiële noodzaak, maar ook vanwege het afwijkende karakter van babyboomers, zal de (i)Overheid tot nieuwe maatschappelijke arrangementen moeten komen die passen bij deze nieuwe, vergrijzde samenleving. In vergelijking tot het verleden zal er omgekeerd over innovatie van de (i)Samenleving moeten worden gaan nagedacht. Niet alleen meer de jongeren zullen immers zorgen voor innovatie, ook de ouderen zullen veranderingen wensen en afdwingen, al was het alleen al door hun grote electorale macht in aantallen. Er kan bijvoorbeeld niet meer worden gesproken over een homogene groep ouderen, omdat juist de babyboomers de eerste Nederlanders waren die zich massaal als groep, maar ook onderling, gingen onderscheiden door middel van verschillende lifestyle-oriëntaties. Er is zodoende sprake van verschillende doelgroepen van babyboomers. Bijvoorbeeld de media, retail, toerisme, vervoer, zorg en verpleging zullen zich aan de veranderende eisen van de ouder wordende babyboomers moeten aanpassen. Zo niet, dan zullen gezien hun karakter en hun ervaring de babyboomers zeker van zich laten horen, in de oude en nieuwe media, en bij de politiek en de overheid.

Er valt er ook veel maatschappelijke winst bij babyboomers te halen. Zij zouden langer willen blijven doorwerken en/of zich vrijwillig inzetten voor de maatschappij op een meer flexibele manier dan in een vaste 9-to-5 baan. Op de weg naar de (i)Samenleving kan het een belangrijke taak worden voor de (i)Overheid om te zorgen dat babyboomers betrokken bij de maatschappij blijven, ook na hun pensionering. Voor de (i)Samenleving en de (i)Overheid geldt dat het een uitdaging wordt om de babyboomers meer online te laten (be)leven en werken, en daar meer hun eigen stempel op te laten zetten. In de steeds meer digitaliserende (i)Samenleving bestaat er een risico dat de combinatie van een mindere vernieuwingsdrang op hogere leeftijd en een beduidend mindere online-oriëntatie dan de jongere generaties zou kunnen leiden tot bepaalde groepen van babyboomers die in de online-wereld niet goed of helemaal niet kunnen meekomen. Dit hoeft overigens niet samen te hangen met besteedbaar inkomen of opleidingsniveau, omdat er ook sprake kan zijn van een afwijzende houding tegen de steeds verder digitaliserende (i)Samenleving. In de interviews hebben sommige babyboomers kritiek op de verdergaande digitalisering en automatisering van onze maatschappij en benadrukken zij met klem, dat samenleven en samenwerken toch vooral over menselijke contacten gaan. Vooral voor de

(i)Overheid is dit een belangrijk aandachtspunt, omdat juist de zorg in de toekomst verder geautomatiseerd zal gaan worden vanwege de noodzakelijke kostenbeheersing ervan. En dan is het cruciaal om alle babyboomers aan boord te krijgen en ook te houden.

*Quote van een professional buiten de Rijksdienst: “Nederland heeft een goed uitgangspunt. Maar nu speelt de wet van de remmende voorsprong. Er zijn heel veel mogelijkheden, maar we moeten veranderen. Nu zitten we in een fase van ontkenning. Demografisch worden we niet geholpen, want ouderen zijn bang, en dat is een groot electoraat. Nederland heeft kracht nodig, leiderschap. Nu is alles bovengemiddeld, plus een compromis.”*

Ook de jongeren van Nederland zullen niet meer zijn wat zij in voorgaande tijden geweest zijn. De (over)macht in aantallen van de babyboomers en de Generatie X is er voor hen niet meer vanzelfsprekend. Zij zullen nieuwe manieren gaan vinden om hun stempel op de maatschappij te drukken en hun stem te laten horen, waar zij overigens al druk mee bezig zijn op het internet en in sociale media. Zij zijn langer thuis blijven wonen, financieel ondersteund door hun ouders met wie zij altijd op gelijke voet hebben onderhandeld. De aankoop van een eerste huis is voor hen niet meer zo eenvoudig, ook door de economische crisis en de strengere hypotheekvoorsprongen van banken. Zij arriveren met een andere waardenset in de maatschappij van volwassenen, omdat zij lang beschermd zijn opgevoed en een wereld zonder internet en mobiele apparaten nauwelijks hebben gekend.

In de onderzoeken naar jongeren bestaat een dubbel beeld over hen. Aan de ene kant pikken zij de digitale vernieuwingen het snelst en meest op als de ‘innovators’ van de (i)Samenleving, waardoor zij zich eerder - als ware zij al volwassen – ook in de volwassen maatschappij kunnen manifesteren. Hierbij is het belangrijk te signaleren dat het volwassen leven voor hen niet na hun 18<sup>de</sup> levensjaar begint, maar al tijdens de puberteit, waardoor zij volwassen kunnen ‘spelen’ met allerlei rechten, maar nog niet volwassen zijn op het gebied van plichten. Aan de andere kant is er een beeld van een conservatieve waardenset bij jongeren, gericht op een eigen huis, een vaste baan, een partner, kinderen, kortom, traditionele zekerheid.

Voor de (i)Overheid is het zaak dat de jongvolwassen generatie geen dubbele identiteit gaat ontwikkelen van een volwassen leven op het gratis internet met alleen maar mogelijkheden tegenover een onvoorbereid, naïef leven in de echte wereld met echte ervaringen die vervelend en beperkend, maar wel leerzaam en karaktervormend zijn. De hoge jeugdwerkloosheid, de afhoudende banken wat betreft krediet en de moeizame doorstroom op de woningmarkt kunnen ervoor zorgen dat de jongvolwassen generatie van ons land zich beter weet te handhaven in de online wereld dan in de offline, echte en volwassen wereld.

Belangrijk voor de (i)Overheid wordt voorts om te voorkomen dat er een jonge generatie ontstaat die de indruk heeft dat oudere generaties worden bevoordeeld in de bestaande maatschappelijke arrangementen van ons vergrijzende land. Tijdens de desk research en de interviews is er in de media veel bericht over het doorschuiven van toekomstige problemen naar de jongere generaties dat een demotiverend effect op hen kan hebben om een leven op te gaan bouwen in Nederland, simpelweg omdat een vergrijzend Nederland weinig nieuwe, uitdagende perspectieven biedt voor jonge starters. De

vier jongeren die zijn geïnterviewd roepen dan ook op tot verdergaande digitale innovatie van ons land, en vooral de (i)Overheid, waarbij zij in het geheel niet worden gehinderd door de privacy-overwegingen van de oudere generaties. Al hun vingerdrukken op hun paspoort en gezichtsherkenningstechnologieën zijn voor hen meer de normaalste zaak van de wereld dan een probleem.

Een bijzondere positie neemt de Generatie X (geboren 1960-1975) in tijdens de desk research en in de interviews. In de desk research is het weliswaar de grootste, maar ook de meest onzichtbare generatie van ons land. Het is de hardwerkende generatie, waar geen bijzonderheden aan worden toegekend, ook omdat deze generatie niet apart wordt bestudeerd. Zij zijn immers nog geen ouderen, maar ook geen jongeren meer. Wel is het duidelijk in alle cijfers en statistieken dat de Generatie X de tussengeneratie, de schakel is tussen de oudere en de jongere generaties van ons land. Door de pensionering van de babyboomers zal de generatie X hen in hun werk en verantwoordelijkheden opvolgen. Zowel voor de (i)Samenleving als de (i)Overheid geldt dat de Generatie X, de huidige eind-dertigers tot begin-vijftigers, de schakel vormt die kenmerken van zowel de oudere als de jongere generaties in zich verenigt. Opvallend is dat Generatie X hoger is opgeleid dan de oudere generaties.

Kortom, er zijn geen redenen om problemen voor of met de Generatie X in de (i)Samenleving en de (i)Overheid te verwachten, maar dit kan ook komen omdat er geen specifieke aandacht aan deze typische tussengeneratie wordt besteed in de literatuur. Hier en daar is er summiere aandacht voor de drukste generatie van Nederland die veel meer taken en verantwoordelijkheden heeft dan de jongere en de oudere generaties, waarbij soms een pleidooi klinkt voor een meer gelijkwaardige verdeling van deze drukte over alle volwassen generaties van Nederland. Sommige X-ers die zijn gesproken in de interviews geven wel aan dat zij hun vleugels meer naar het buitenland willen uitslaan, zowel zakelijk als privé, omdat dat nu eenmaal kan door de technologische communicatiemiddelen van nu en straks, en omdat de kinderen groter zijn of het huis uit zijn - of binnenkort gaan. Aangezien het de grootste generatie van ons land is, dient deze generatie niet uit het oog te worden verloren, en daardoor een 'verloren' generatie worden, zoals in de jaren negentig is voorspeld door de socioloog Becker (RUU).

Eén van de meest opvallende generationele onderzoeksresultaten is dat de oudere generaties zich meer zorgen maken over privacy en bescherming van persoonsgegevens dan de jongere generaties, terwijl de vragen over de gepercipieerde neerwaartse schaal daarvan zijn gehoord in de meeste interviews, dus van alle generaties. In de literatuur wordt dit feit ook gesignaleerd. Het advies van de onderzoeker is om diepgaander generationeel onderzoek naar de privacy-beleving van Nederlanders te doen, omdat dit een kritische succesfactor en mogelijke 'bottleneck' voor de digitaliserende (i)Overheid is.

Generationeel vergeleken levert het taalgebruik in de interviews het onderzoeksresultaat op dat naarmate de generatie ouder is, de (i)Samenleving meer vanuit het mensperspectief wordt besproken. En omgekeerd, naarmate de generatie jonger is, de (i)Samenleving meer vanuit het technologieperspectief wordt besproken. Zeer opvallend is dat een eind-twintiger de meningen over de (i)Samenleving van een veertiger constant bekritiseerde, alsof de veertiger de (i)Samenleving en de kaders ervan niet zou begrijpen en overzien, en omgekeerd ook.

## Fragmentatie

De megatrend van fragmentatie in Nederland verdient bijzondere aandacht en wellicht ook nader onderzoek. In de inleiding is al gesproken over drie (be)leefwerelden en identiteiten van Nederlanders, namelijk 1) leven in Nederland als privépersoon, 2) werken in Nederland als professional en 3) leven en werken als wereldburger in Nederland op het internet. Een nieuwe dimensie dient zich aan in de literatuur en de interviews. Er wordt gesproken over het einde van het individualisme, ook ingegeven door de economische crisis die duidelijk zou maken dat we als geïndividualiseerde samenleving niet op het goede pad zouden zijn en dat wij meer met elkaar, meer samen zouden moeten gaan leven. Anders dan vroeger kunnen mensen nu door veel meer sociale groepen (s)hoppert, vooral door de online-mogelijkheden die nieuwe gemeenschappen en ‘communities’ op het internet daartoe bieden. Deze nieuwe groepsvorming kan allerlei redenen hebben, maar wordt vooral geassocieerd met een betere wereld, te beginnen bij en voor jezelf.

Het meest opvallend is dat het einde van het ‘ik’-tijdperk door enkele deelnemers aan de interviews in alle generaties wordt gesignaleerd en verkondigd, zowel in letterlijke als figuurlijke bewoordingen. Het kan een reactie op de economische crisis zijn, omdat je in moeilijke tijden meer op anderen aangewezen bent. Maar er is ook een nieuwe toon van ‘Do-It-Yourself’ (DIY), maar dan samen met anderen, die ik ‘Do-It-Ourselves’ (DIO) zou willen noemen. De aangetroffen redentatie gaat als volgt: Als de grote partijen het in de samenleving op bepaalde punten jarenlang of meer recentelijk laten afweten, dan zit er niets anders op om de koe zelf bij de horens te pakken, op een positieve en constructieve ‘doe-manier’, en niet op een negatieve ‘protest-manier’. De opkomende ‘crowdsourcing’ is hier een goed voorbeeld van, het ophalen van geld voor een nieuw initiatief binnen online-gemeenschappen.

Deze nieuwe dimensie van maatschappelijke fragmentatie, in feite een omgekeerde fragmentatie, defragmentatie dus (denk hierbij aan het defragmenteren en herordenen van losse bestanden in een computer) is een interessante nieuwe ontwikkeling voor de (i)Samenleving en de (i)Overheid. Immers, niet voor niets hebben zoveel professionals vrijwillige medewerking verleend aan de desk research en de interviews voor dit onderzoek vanwege de maatschappelijke oproep daartoe in de digitale wervingsbrief. En een onverwachte ontwikkeling is het niet, want in het individualiseringsproces zijn individuen op een gegeven moment ‘uit-geïndividualiseerd’.

Om deze defragmentatie-trend goed in kaart te brengen, is het zaak voor de (i)Overheid om zelf actief te worden in een breed spectrum van online-gemeenschappen. Ambtenaren zouden hiertoe kunnen worden geënthousiasmeerd of verplicht. Externe ervaringsdeskundigen zouden hierbij kunnen worden betrokken. De (i)Overheid kan zich niet veroorloven om de nieuwe kans van deze online gemeenschapsvorming over het hoofd te zien of te negeren. Bepaalde beleidsterreinen zouden samen met nieuwe gemeenschappen kunnen worden opgepakt, of zelfs geheel aan deze online groepen worden overgelaten en uitbesteed. Omgekeerd kunnen ook nieuwe beleidsterreinen worden ontdekt, omdat nieuwe producten, diensten, regels en omgangsvormen in deze online gemeenschappen in wording zijn.

Als de (i)Overheid zich niet bij de online gemeenschappen en groepen in de Nederlandse (i)Samenleving gaat aansluiten, dan zou zij te maken kunnen krijgen met legitimiteitsproblemen in Nederland, waarvoor sommige bronnen in de desk research en enkele deelnemers aan de interviews waarschuwen. De juiste toon van de (i)Overheid in deze nieuwe online gemeenschappen is die van samenwerking, interactiviteit, collaboratie en co-creatie, kortom het zenden en ontvangen van boodschappen, aansluitend bij de nieuwe, gelijkwaardige communicatievormen van de online gemeenschappen zelf. In deze online gemeenschappen is geen ruimte en tolerantie voor top-down communicatie. En spelbrekers worden met één druk op een knop verwijderd uit deze online doelgroepen van de (i)Samenleving.

*Quote van een professional buiten de Rijksdienst: “De overheid ondertussen denkt nog helemaal individualistisch, maar de samenleving is al veel verder. De samenleving is al aan het samenwerken. Er zal een delegitimisering van de politiek volgen, plus de overheid. De autoriteit zal wegdrijven. De overheid houdt vast aan het oude, terwijl er een paradigma-shift aan de gang is, zowel economisch als sociaal, maatschappelijk. Nederland is xenofobisch, grijs en durft geen risico's te nemen. De politiek kijkt niet vanuit een global toekomstvisie. Degenen die dit niet willen, vluchten weg uit Nederland. Er komt sociale onrust. Omdat we in ons land geen digitale visie hebben over hoe we ons land zien over tien jaar.”*

### 2.1.3 De impact van vergrijzing & fragmentatie in de (i)Samenleving voor de (i)Overheid

Op basis van deze megatrend van vergrijzing en fragmentatie is het in de volgende fasen van de verkenning raadzaam dat de (i)Samenleving middels generationeel onderzoek co-creatief wordt betrokken bij de ontwikkeling van een verbindende intergenerationele strategie en positionering van de (i)Overheid. In de volgende fasen van de verkenning kunnen de Nederlandse generaties als opvolgende cohorten, zoals vastgesteld door Becker (RUU), worden onderzocht en betrokken.

- Senioren, geboren tussen 1930-1945, omdat zij AOW en zorg ontvangen van de (i)Overheid, slecht online zijn en zich veel zorgen maken over privacy/persoonsgegevens in de (i)Samenleving
- Babyboomers, geboren tussen 1954-1960, omdat zij in de laatste fase van hun werkende leven zijn, afhankelijker gaan worden van de zorg van de (i)Overheid, redelijk online zijn en zich redelijk zorgen maken over privacy/persoonsgegevens in de (i)Samenleving
- Generatie X, geboren tussen 1960-1975, omdat zij in het drukke middelpunt van hun leven en werk zijn, goed online zijn en zich geen grote zorgen maken om privacy/persoonsgegevens in de (i)Samenleving
- Generatie Y, geboren tussen 1975-1990, omdat zij de starters en opbouwers zijn van hun leven en loopbaan, zowel binnen als buiten de (i)Overheid uitvoerende en ondersteunende posities innemen, zeer goed online zijn en zich nauwelijks tot geen zorgen maken over privacy/persoonsgegevens in de (i)Samenleving.

Volgens de literatuur en de interviews maakt de megatrend van vergrijzing en fragmentatie in de (i)Samenleving het voor de overheid noodzakelijk om te transformeren naar een (i)Overheid die alle generaties en groepen in ons land actief betreft bij beleidsontwikkeling. Hieronder geef ik een quote weer over deze gepercipieerde noodzaak van de (i)Overheid uit een groepsdiscussie met professionals, waarna een schema volgt over de impact van vergrijzing en fragmentatie voor de (i)Overheid.

*Quotes van een groep professionals binnen en buiten de Rijksdienst: “De (i)Overheid moet een visie ontwikkelen met wet- en regelgeving. Dat kan eerst in een cel, als een test voor een klein toekomstig overheidje. Ze moet toegankelijk worden. Een organisatie van en voor mensen, gericht op collaboratie. De (i)Overheid moet meer gaan luisteren en minder gaan zenden. Interactie met de burgers, goede communicatie met de burgers waar je trots op kan zijn. Maak het leuker, kleiner en makkelijker voor de burgers. Een soort van digitale buurtwerker. En mijn persoonlijke overheidsportal waar relevante ‘intelligence’ naar mij toe komt. Ga de burgers volgen. Waar gaat de burger naartoe? Soepeler ook. Meer voorlichting gaan geven over het digitale leven. De (i)Overheid is meer online, dus ze moet heel veel hackers aannemen. (...) Er een platte organisatie van maken lukt niet meer, daarvoor is het te laat. De (i)Overheid moet een service-instituut worden met dienstverlening. De (i)Overheid moet een Big Mother scenario ontwikkelen in plaats van een Big Brother scenario.”*

Impact megatrend vergrijzing & fragmentatie in (i)Samenleving	(i)Samenleving	(i)Overheid	Uitdagingen: Nieuwe rollen, identiteiten & positioneringen (i)Overheid
<b>Senioren, geboren tussen 1930-1945</b>	<p>Worden ouder dan generaties voor hen, ontvangen meer zorg &amp; langer AOW</p> <p>Zijn slecht online</p> <p>Maken zich grote zorgen om (hun) privacy</p>	<p>Zijn niet (meer) in Rijksdienst</p> <p>Laten hun stem horen tijdens de verkiezingen</p> <p>De (i)Overheid kan efficiënter/goedkoper worden door ICT, Vernieuwing Rijksdienst</p>	<p>Beleid ter verhoging van digibewustzijn/vaardigheden</p> <p>Offline &amp; online zorgbeleid</p> <p>Gepersonaliseerde e-health &amp; e-care, <b>participatie als burger &amp; consument</b></p>
<b>Babyboomers, geboren tussen 1945-1960</b>	<p>Einde loopbaan, (pre-) pensioen, worden ouder en gaan meer zorg en AOW ontvangen</p> <p>Willen/kunnen (deels) betrokken blijven bij de samenleving, betaald of vrijwillig</p> <p>Zijn redelijk online</p> <p>Maken zich redelijke zorgen om (hun) privacy</p>	<p>Zijn lang en nog een aantal jaren in Rijksdienst</p> <p>Laten hun stem horen op hun werk, ook eindbeslissers</p> <p>De (i)Overheid kan efficiënter/goedkoper worden door ICT, Vernieuwing Rijksdienst</p> <p>Benadrukken zelf de voor- en nadelen van ICT: de mens moet centraal (blijven) staan</p>	<p>Beleid ter verhoging van digibewustzijn/vaardigheden</p> <p>Waardevolle bijdrage van offline naar online beleid: de mens staat centraal &amp; privacy, ook als eindbeslissers</p> <p>E-governance en e-democracy, betaalde of vrijwillige bijdrage aan de maatschappij leveren, <b>participatie als burger &amp; ambtenaar</b></p>
<b>Generatie X, geboren tussen 1960-1975</b>	<p>Middelpunt van druk leven, zowel zakelijk als privé</p> <p>Gevestigde orde, druk, gaat goed, tijdmanagement</p> <p>Zijn goed online</p> <p>Maken zich geen grote zorgen om (hun) privacy</p>	<p>Lang in Rijksdienst en zijn of worden eindbeslissers</p> <p>De (i)Overheid kan efficiënter en goedkoper worden door ICT, Vernieuwing Rijksdienst</p> <p>Druk middelpunt in leven en werk: zij willen efficiëntie en snelheid</p>	<p>Meer tijd vrijmaken voor digibewustzijn/vaardigheden</p> <p>Managers &amp; beslissers van offline naar online beleid</p> <p>Gepersonaliseerd (i)Burger &amp; (i)Ambtenaar service concept als het nieuwe werken, nieuw belevingsmerk t.b.v. <b>participatie als professional</b></p>
<b>Generatie Y, geboren tussen 1975-1990</b>	<p>Starters en opbouwers</p> <p>Werk staat centraal (crisis)</p> <p>Zijn zeer goed online</p> <p>Maken zich geen zorgen om (hun)privacy</p>	<p>Kort of iets langer in Rijksdienst, uitvoerders</p> <p>De (i)Overheid kan efficiënter en goedkoper worden door ICT, Vernieuwing Rijksdienst 2010</p> <p>ICT: Gemak, snel, goedkoop &amp; fun, we gaan ervoor, doen</p>	<p>Trainingen maken &amp; geven digibewustzijn/vaardigheden (intern &amp; extern)</p> <p>Uitvoerders van offline naar online beleid</p> <p>Offline &amp; online netwerken (i)Burger &amp; (i)Ambtenaar, <b>participatie als ICT-ervaringsdeskundige</b></p>



## 2.2 Vervagende grenzen

*De tweede TNO-megatrend is de maatschappelijke verandering in de richting van vervagende grenzen; de opening van geografische en sociale grenzen en het wegvallen van fysieke en conceptuele barrières.*

### 2.2.1 Korte beschrijving van de megatrend van vervagende grenzen door TNO

Het proces van vervagende grenzen verwijst naar het afnemen en zelfs verdwijnen van geografische en conceptuele grenzen en de lager wordende barrières tussen en binnen samenlevingen. Dit heeft een grotere onderlinge afhankelijkheid tussen staten tot gevolg en een internationale orde die steeds complexer wordt. Zo trekt kapitaal zich bijvoorbeeld niets meer aan van grenzen. Dit heeft gigantische geopolitieke gevolgen, zowel voor nationale economieën als voor de wereldeconomie, met toenemende verscheidenheid en onzekerheid tot gevolg. Dit wordt verder gevoed door toenemende globalisatie, migratie en veranderende (economische en politieke) krachten. Deze vervaging van grenzen werkt door op elk niveau, zowel op micro- als op macroniveau.

Belangrijk kenmerk van deze megatrend is de versmelting van voorheen strikt gescheiden culturen en systemen. Aan de andere kant – welbeschouwd een tegentrend – kunnen culturen en systemen ook lijnrecht tegenover elkaar komen te staan, mede als gevolg van een angst voor verlies van identiteit. Dit kan leiden tot verscherping van verschillen en zelfs tot ernstige conflicten.

### Evolutie van vervagende grenzen

Het proces van vervagende grenzen, dat al enige decennia geleden is ingezet (zo niet eeuwen, soms wordt zelfs de Gouden Eeuw als beginpunt genoemd), heeft recentelijk een nieuwe fase bereikt. De toenemende globalisatie na de Tweede Wereldoorlog is voornamelijk het gevolg van technologische vernieuwingen, snelle verbindingen door moderne transportmiddelen, telecommunicatie en universele toegang tot informatie. Dergelijke innovaties hebben geleid tot kapitaalstromen in 'real-time', liberalisatie van de economie, groei van multinationals en strategische sectoren die in buitenlandse handen komen. Aan de andere kant kunnen zij er ook verantwoordelijk voor zijn dat problemen en crises zich snel over de wereld verspreiden, zoals de angst voor wereldwijde epidemieën (SARS, varkensgriep, etc.). Op veel gebieden lijken deze recentere ontwikkelingen zich nog in een relatief vroege fase te bevinden. Nieuwe technologieën zoals het toekomstige internet, het Web 3.0, zullen het tempo van de veranderingen alleen maar meer verhogen. Het is nog te bezien wat invloed daarvan zal zijn op economische en sociale ontwikkelingen. Nieuwe soorten 'waarschuwingssignalen' zijn te vinden in verschuivingen in arbeid die wereldwijd hebben geleid tot een onomkeerbare wijziging in sociale en economische structuren.

## Mogelijkheden voor innovatie

Het proces van vervagende grenzen maakt innovatie mogelijk omdat:

- Het kan leiden tot grotere internationale onderlinge afhankelijkheid, met (geleidelijke) overgangen in socio-technologische netwerken die vaak gepaard gaat met complexiteit en chaos. In deze omstandigheden doen zich vaak transformaties voor.
- Moderne organisaties creëren nieuwe manieren om waarde te scheppen voor hun klanten en nieuwe samenwerkingsmogelijkheden, zoals toename van zelfstandig ondernemerschap, nieuwe internationale business modellen, nieuwe soorten organisaties en de wijze waarop we ons werk en onze werkplek inrichten, zoals nieuwe vormen van publieke en private samenwerkingsverbanden en nieuwe manieren van samenwerking in 'vitale coalities' die deel uitmaken van de burgerlijke samenleving, of strategische allianties.
- De communicatiemarkt verandert snel, wat weer nieuwe mogelijkheden biedt (zie ook megatrend 5, De Netwerksamenleving).
- Innovatie kan worden aangemoedigd, gevoed door het idee dat diversificatie en vermindering van fragmentatie belangrijke indicators voor succes zijn.
- 'Fusion' en de ontwikkeling van hybride producten en geïntegreerde oplossingen erdoor zullen worden aanmoedigd.

Sommige belangrijke tegentrends zouden (het tempo van) het proces van vervagende grenzen tussen en binnen samenlevingen sterk kunnen gaan beïnvloeden op verschillende niveaus:

1. Sociaal-cultureel: Lokalisering en regionalisering kan worden genoemd als een belangrijke tegentrend voor globalisering. Omdat multiculturalisme de samenleving betreedt door migratie en trend-adaptaties uit de hele wereld, kunnen ook nationalisme, integratie, traditie en zelfs xenofobie, als ook de zoektocht en de importantie van de eigen culturele identiteit relevante onderwerpen worden.
2. Politiek/ideologisch: (Potentieel) groeiende risico's van een botsing van culturen, religies en ideologieën en/of politieke instabiliteit, en anti-globaliseringsbewegingen kunnen ook worden geobserveerd, en vertegenwoordigen een oppositie-element tegen vervagende grenzen (Huntington, 1996). Rond 2010 hebben nationalistische en conservatieve bewegingen en politieke partijen ook voet aan de grond gekregen in Europa.
3. Politiek/economisch: Protectionisme, zorgen om veiligheid en het behoud van handelsbelangen zijn barrières die de mobiliteit van mensen en goederen, concurrentie en/of toegang tot energiebronnen, de wens om samen te werken en het verminderen van de kloof tussen rijke en arme landen beperken. Maar ook binnen landen kan de economische situatie zelfs een sterkere verdelende factor dan cultuur worden.

## 2.2.2 Megatrend van vervagende grenzen in de (i)Samenleving in Nederland

De veranderende identiteit van Nederlanders, zowel offline als online, is een expliciet onderwerp dat is aangetroffen tijdens de desk research en de interviews. Identiteit en 'identity', identiteitsmanagement en 'identity management' zijn steeds weer terugkerende woorden waarover wordt gediscussieerd. De veranderlijke en beweeglijke onderwerpen identiteit, identificering en identificatie zijn actuele gespreks- en studieonderwerpen, waarvan op dit moment de voordelen en de nadelen tegen elkaar worden afgewogen. Zowel in de literatuur als in de interviews is men op zoek naar nieuwe 'houvast', vooral als het gaat om het in goede banen leiden van online identiteit(en), persoonsgegevens, persoonlijke data en privacy. Er zijn twee spelers in het veld van de vervagende grenzen van online identiteiten: de bezitters van online persoonlijke data (bedrijven en overheden) en de onderwerpen van online persoonlijke data (individueel, groepen, communities, netwerken). De vervagende grens is de discussie over persoonlijke data van/over een individu die in het bezit van bedrijven en overheden, en niet in het bezit zijn van het individu zelf. Experts, professionals en burgers gaan steeds meer vragen stellen over de reikwijdte en de impact hiervan op hun leven, zowel in de literatuur als in de interviews.

In het verlengde hiervan is er de algemene notie dat de grenzen tussen het offline leven en het online leven aan het vervagen zijn. Dit komt door het business model van online sociale media in de vorm van ruilhandel zonder financiële transactie: Zij bieden de gebruikers gratis deelname, maar in ruil daarvoor moeten zij wel – en steeds meer - hun persoonlijke gegevens afstaan. Bovendien is anonieme deelname onder pseudoniem er steeds minder bij, omdat de sociale media momenteel min of meer (ver)eisen van gebruikers dat zij als zichzelf, ofwel als bestaand persoon en niet onder pseudoniem, aan deze sociale media deelnemen. Overigens heeft Facebook onlangs toegegeven dat zo'n 10% van de 1 miljard Facebook-profielen, dus ongeveer 10 miljoen profielen, pseudoniemen zijn en geen bestaande mensen in de realiteit. Het is een relatief nieuw ruilmodel dat haaks staat op oudere offline business-modellen waar moet worden betaald voor een dienst of een product zonder dat persoonlijke gegevens hoeven te worden afgestaan. Op dit moment hebben alle betrokkenen hier meer vragen dan antwoorden op. Toch is het online business-model op zich duidelijk en wordt geaccepteerd, omdat het nu eenmaal niet anders kan en er geen alternatieven zijn. De kracht van het meedoen aan sociale media betekent het verlies van de macht over de eigen persoonlijke data die vrijwillig worden geplaatst en door 'updates' en berichten worden geactualiseerd door de gebruikers zelf.

Een andere belangrijke vervagende grens in de (i)Samenleving heeft ook een online reden, namelijk het mobiele internet. Doordat Nederlanders in rap tempo zijn overgestapt op 'smartphones', zoals Iphone, Blackberry en Android, dragen zij constant hun online-communicatiemiddelen bij zich, waardoor communicatie van persoonlijke en zakelijke aard door elkaar heen gaat lopen. Tijdens het werk kunnen berichten uit allerlei kanalen van vrienden en familie binnenkomen, zonder dat de telefoon hoeft te worden opgepakt, want er wordt door deze mogelijkheden steeds minder mobiel gebeld in Nederland. Mobiel bellen en SMS kosten geld, en email, WhatsApp en Facebook zijn gratis op een 'smartphone'. Omgekeerd komt hierdoor het werk steeds dichterbij het privé-leven, omdat de berichtenstroom over werk ook doorgaat na de officiële werktijden. De jongere generaties in de interviews doen er aan mee, omdat het niet anders kan en 'je wel mee moet doen'.

Ook bij deze megatrend van vervagende grenzen wijs ik op de drie identiteiten van Nederlands, te weten de privé-persoon (ik leef in Nederland), de professional (ik werk in Nederland) en de online wereldburger die steeds meer (be)leeft en werkt op het internet vanuit het 'moederschap' Nederland. Dit is de online kern van de gepercipieerde vervagende grenzen in Nederland die een algemene impact heeft op de vervagende identiteit(en) van haar inwoners. Belangrijk voor de (i)Overheid is te beseffen dat zowel experts, professionals als burgers het internet en online-communicatie percipiëren als een wereld tussen bedrijven en consumenten; de overheid speelt in de online (be)leefwereld nauwelijks tot geen rol. De overheid vertoont zich zelf wel op het internet, maar meer in de traditie van het Web 1.0, dat wil zeggen dat zij zichzelf presenteert als een zender van informatie over zichzelf met eigen websites. Maar in de perceptie van het Web 2.0, waarin bedrijven en consumenten met elkaar in contact treden en samen het internet maken, produceren en vormen, wordt de overheid gezien als de grote afwezige partij die zich dient te moderniseren als een (i)Overheid.

*Quotes van professionals in een groepsdiscussie binnen en buiten de Rijksdienst: "Ja, we gaan van Web 2.0 naar Web 3.0. (...) Ik mis de mensen, alles is vanuit de techniek geredeneerd. (...) 1-to-1 communicatie, overheden krijgen daar steeds minder grip op. Mensen gaan andere zaken verwachten van de overheid. In Finland bijvoorbeeld is internet als eerste levensbehoefte in de Grondwet vastgelegd. (...) Het gaat in feite om publiek-private samenwerking. (...) Ik mis het contact van de overheid met de burger. Het gaat over de legitimiteitskwestie tussen de overheid en de burger. (...) Dit is een paradigma-shift: Wat wil de burger? Er moet een discussie vooraf worden gevoerd over deze ICT-trends. (...) En wat wil je dan dat de (i)Overheid is? Daadwerkelijk interactief worden en aansluiten bij de behoeften van de samenleving. Hoe ga je burgers bedienen? (...) Er dan zijn er nog de zwakkeren in de samenleving. De samenleving loopt en ontwikkelt door. Mensen organiseren zich anders met behulp van ICT. (...) Dienstbaarheid, in dienst van de burger, nog dienstbaarder worden. De samenleving verandert. De overheid moet zich ook aanpassen aan deze veranderingen. De overheid moet de randvoorwaarden scheppen. Denk aan privacy. Maar ook aan de legitimering van het democratisch bestel. En zich voorspellend kunnen gaan opstellen met Open Data. (...) Betaalbaar en maakbaar, de positie van de overheid in de wereld. En ook lokaal. (...) Practice what you preach, neem de burger serieus."*

Er is sprake van een zeer kritische vervagende grens tussen de offline wereld met een overheid en een online wereld zonder een overheid. In de interviews wordt de overheid niet geassocieerd met social media en online gemeenschappen. Enerzijds geeft dit een vrijheidsgevoel aan gebruikers, omdat bedrijven en consumenten momenteel een nieuwe vorm van maatschappelijke communicatie met elkaar aan het ontwikkelen zijn, waarin de regels en wetten van de aanbieders van de diensten (bedrijven) en de gebruikers ervan (consumenten) gelden. Er is in de literatuur en de interviews een beeld aangetroffen van een nieuwe virtuele speeltuin waarin bedrijven en consumenten druk met elkaar aan het experimenteren zijn. Ook maatschappelijke onderwerpen en issues worden steeds meer door consumenten, met of zonder bedrijven, online georganiseerd in nieuwe virtuele gemeenschappen en 'communities' waar mensen die elkaar wel of niet kennen met elkaar communiceren.

Zowel experts, professionals als burgers in de desk research en de interviews signaleren deze afwezigheid van de overheid in de nieuwe, online (be)leefwerelden van consumenten en bedrijven. Wat de overheid precies moet gaan doen en hoe zij zich moet gaan presenteren is hierbij niet duidelijk, omdat men er niet of nauwelijks ervaring mee heeft opgedaan. Wel is het in de literatuur en de interviews duidelijk dat de (i)Overheid zich niet slechts op de als ouderwets gepercipieerde manier van het Web 1.0 moet gaan vertonen, dat wil zeggen dat zij boodschappen gaat zenden en niet gaat luisteren naar de gebruikers van online gemeenschappen. Immers, zowel het zenden als ontvangen van boodschappen, en op elkaars berichten reageren, is nu precies de nieuwe aantrekkingskracht en verleiding van social media en online gemeenschappen waar consumenten en bedrijven zich momenteel steeds meer aan het (ver)binden zijn. Het is voor bedrijven cruciaal om in de conversaties en dialoog van consumenten een plek te krijgen en houden, omdat ‘word of mouth’ zowel een positief als een negatief effect kan hebben op de merkbeleving en zodoende op de omzet.

*Quote van een professional buiten de Rijksdienst: “De overheid probeert meer grip te krijgen op het internet, met filters. Dat is internetregulatie. Het internet wordt volwassen. Het individu doet het omgekeerde daarvan. De overheid moet gaan voorlichten, optreden. Er is nu fragmentatie in de samenleving, maar de overheid denkt in overzichtelijke clusters en segmenten van mensen. De maakbaarheid, de overzichtelijkheid van de samenleving verdwijnt. Er ontgaat mij, ons veel. De overheid is heel conservatief hierin en niet in staat om de nieuwe stroom van mensen, burgers, te bedienen. Meetup bijvoorbeeld, allerlei mensen komen bij elkaar over van alles en nog wat. De overheid werkt nog met commissies, met mensen vanuit wijsheid. Er komen nieuwe werknemers en medewerkers. Nieuwe beroepen, ook gehandicapten kunnen weer in de arbeidsmarkt. Het online mediamodel doorbreekt het pyramidemodel, het machts-element van angst en controle. We gaan richting transparantie. Er zijn altijd wel gelijkgestemden te vinden voor een goed idee.”*

Experts, professionals en burgers beseffen echter wel hoe complex de online wereld van social media voor de (i)Overheid is, omdat de communicatie, conversatie en dialoog tussen de overheid en haar burgers van een andere orde is dan die tussen bedrijven en consumenten. Wel klinkt een oproep aan de (i)Overheid om met deze nieuwe vormen van online communicatie en gemeenschapsvorming mee te gaan doen. Als zij dit niet doet, dan ontstaat er een online wereld zonder overheid waarin zij geen legitimiteit meer heeft en het contact met de (i)Samenleving gedeeltelijk of geheel verliest. Een ander argument is dat de wetten en regels in de online wereld zich aan het vormen zijn en steeds weer veranderen, waarin er steeds meer zaken duidelijk worden, en daardoor juist ook steeds meer zaken ook onduidelijk. Privacy-overwegingen en bescherming van persoonsgegevens is een goede en ook gewenste ingang van de (i)Overheid om de online wereld van Nederlanders te betreden.

Het is niet zo dat alle bevroegde experts, professionals en burgers oproepen tot een (i)Overheid die ‘leuk’ mee moet gaan doen aan sociale media en zoveel mogelijk ‘likes’ moet gaan scoren, zoals momenteel het geval lijkt te zijn tussen bedrijven en consumenten. Zij voelen de complexiteit van de (i)Overheid in sociale media en online gemeenschappen precies aan, omdat er eventueel een traditionele grens kan gaan vervagen die ongewenst is, namelijk het verlies van autoriteit en gezag van een (i)Overheid die zich niet passend weet te gedragen en te handhaven in online werelden waar zij

weinig tot geen ervaring mee heeft. De jongste en meest online burgers en professionals, de twintigers, manen de (i)Overheid tot voorzichtigheid bij het betreden van social media en online gemeenschappen, omdat er ook veel fout kan gaan in sociale media en online gemeenschappen. Niet iedereen gedraagt zich daar zoals het hoort.

Een andere mogelijke ingang voor de (i)Overheid tot social media en online gemeenschappen is om daarin nieuwe maatschappelijke en individuele (on)zekerheden die zijn en zullen worden veroorzaakt door vervagende grenzen op dit gebied te begrijpen, te begeleiden en in de goede richting te sturen. Immers, als de (i)Overheid geen verantwoordelijkheid heeft en/of neemt voor de maatschappelijke (on)zekerheden in en vragen over social media en online gemeenschappen, wie of wat doet dat dan wel? De behoefte aan een zeker houvast, begeleiding, duiding en communicatie vanuit de (i)Overheid over de vervagende grenzen tussen offline en online Nederland is duidelijk vastgesteld. Niet iedere Nederlander kan even goed en makkelijk omgaan en meegaan met deze snelle en ingrijpende vervagende grenzen van de (i)Samenleving. Momenteel is er behoefte aan antwoorden op de vragen over de consequenties van social media en online gemeenschappen vanuit het perspectief van de bescherming van privacy en persoonsgegevens. De (i)Overheid zou die antwoorden kunnen gaan geven aan de (i)Samenleving.

Valt deze bescherming van online Nederlanders onder de verantwoordelijkheid van de Nederlandse overheid en het Nederlandse recht? Of onder bescherming van de bedrijven die deze diensten aanbieden? Of onder Europees of buitenlands recht? Experts, professionals en burgers praten of schrijven er veel over, maar duidelijk is het geldende wettelijke kader van de rechten en plichten voor Nederlanders op het internet niet. Zou dit ook de reden kunnen zijn waarom ouderen en andere Nederlanders minder of geen gebruik maken van het internet, omdat zij de vervagende grenzen van het fenomeen niet begrijpen en dus wantrouwen, is een vraag van de onderzoeker. Interessant zijn de grenzen aan de vervagende grenzen van het internet waarop het Rathenau instituut in samenwerking met onderzoekers, hackers en burgers stuit; een volledig begrip van social media en de bedrijven erachter is ook voor deze experts op dit online gebied in Nederland onmogelijk.

De laatste mogelijke ingang voor de (i)Overheid om in en tussen de vervagende grenzen van de online wereld van Nederlanders een relevante positie in te nemen is de economische nieuwe kans van Nederland als één van de meest online, overzichtelijke en stabiele landen in Europa en de wereld. Nederland heeft een fantastische startpositie om de beta-versie, het 'Living Lab' bij uitstek, te worden voor de (i)Samenleving en de virtuele kenniseconomie van de toekomst. De ontwikkeling hiervan, en de opgedane kennis en ervaring daarover, zouden een nieuw Nederlands exportproduct kunnen worden voor andere landen die van de Nederlandse praktijk zouden willen leren. Sommige informatiebronnen spreken zelfs over de noodzaak van een nieuwe online impuls aan Nederland.

Een nieuwe visie op Nederland voor de komende jaren is hiervoor nodig. Willem Vermeend & Bert Brussen schrijven hierover in hun boek 'De onstuitbare opmars van de digitale wereld – het nieuwe leren, werken, ondernemen en geld verdienen' uit 2012, maar ook andere bronnen noemen deze nieuwe, online kans voor Nederland in de virtuele economie waar steeds meer geld wordt verdiend, niet alleen in Nederland, maar nog meer daarbuiten. Een sterke impuls aan en investering in de virtuele economie in Nederland zou meer belastinginkomsten voor de (i)Overheid in de toekomst kunnen gaan

genereren. Deze positieve focus op en de nieuwsgierigheid naar de digitale toekomst van de (i)Samenleving is tevens opgevangen in de interviews. Ook de oudere deelnemers, die afstandelijker en kritischer staan ten opzichte van de voor- en nadelen van de (i)Samenleving dan de jongere generaties, geven aan dat zij benieuwd zijn naar de nieuwe digitale mogelijkheden in de nabije toekomst, die zij overigens als enige generatie beschouwen als een ‘aangename luxe’, en niet als een basisbehoefte. De vervagende grenzen tussen de offline en de online wereld kunnen een nieuwe, economisch gedreven, positieve impuls aan de (i)Samenleving en de (i)Overheid gaan geven.

Echter, andere bronnen problematiseren deze nieuwe uitdaging van de virtuele economie voor Nederland, omdat de maatschappelijke structuren en arrangementen in ons land zouden zijn vastgeroest en zich niet snel genoeg aanpassen aan de eisen van de megatrend van de vervagende grenzen. De vergrijzing, fragmentatie en vervagende grenzen zouden vanuit dit perspectief juist zorgen voor een maatschappelijke reactie van maatschappelijke starheid, exploderende zorgkosten en een afgewende blik naar de toekomst van de (i)Samenleving in Nederland (na mij de zondvloed). In de interviews is deze tegentrend bij enkele deelnemers aangetroffen. Maartje Somers zet deze uitdaging voor de toekomst op scherp door de vraag: ‘Singapore worden of toch maar polderen 3.0?’, NRC, 7 juli 2012. Aangetroffen voorbeelden van andere landen die onze (i)Samenleving voorbij zouden kunnen gaan streven in de nabije toekomst zijn de Scandinavische landen (Noorwegen is ons dit jaar daadwerkelijk voorbij gestreefd als meest online land ter wereld), China, Zuid-Korea, India en Brazilië, omdat deze landen worden gepercipieerd als landen met een duidelijke en ambitieuze toekomstvisie op de (i)Samenleving.

### 2.2.3 De impact van vervagende grenzen in de (i)Samenleving voor de (i)Overheid

De vervagende grenzen van de (i)Samenleving worden in de onderzoeksperiode vooral gezien in de versmelting van de offline en de online wereld in Nederland. Hierbij wordt de (i)Samenleving steeds meer online georiënteerd. De (i)Overheid wordt gezien als een achterloper op de (i)Samenleving, omdat zij zich niet tot nauwelijks manifesteert in de sociale media en de online gemeenschappen van het Web 2.0, waarin de grenzen tussen aanbieders en afnemers van diensten en producten, en tussen zenders en ontvangers van boodschappen, steeds meer vervagen. De consequenties van deze megatrend van de vervagende grenzen voor de (i)Samenleving en de (i)Overheid is in het onderstaande schema weergegeven.



Impact megatrend vervagende grenzen in (i)Samenleving	(i)Samenleving	(i)Overheid	Uitdagingen: Nieuwe rollen, identiteiten & positioneringen (i)Overheid
<b>Identiteit: ik ben een privé-persoon (ik leef in NL)</b>	<p>Online voordelen zijn duidelijk, en de ruilhandel van gratis social media voor afgeven persoonsgegevens ook</p> <p>Privacy: Vraagtekens, en geen antwoorden</p> <p>Meer mogelijkheden tot dialoog en conversatie met familie &amp; vrienden</p>	<p>Wie of wat is verantwoordelijk voor de online ruilhandel?</p> <p>Valt online privacy binnen Nederlands recht?</p> <p>Wat gebeurt er met mijn web data bij bedrijfsleven en overheid?</p>	<p>(i)Overheid als <b>expert, adviseur en raadgever</b> over de offline en online vervagende grenzen van social media en online gemeenschappen</p> <p>(i)Overheid eigent zich het domein van privacy-expert van web data toe als grensbewaker van vervagende grenzen</p>
<b>Identiteit: ik ben een professional (ik werk in NL)</b>	<p>Online mogelijkheden zijn duidelijk en bieden economische voordelen</p> <p>Meer mogelijkheden tot dialoog en conversatie met collega's, zakelijke contacten en klanten</p>	<p>(i)Overheid komt over als Web 1.0, zender van informatie met websites</p> <p>(i)Overheid moet dialoog en conversatie aangaan met de (i)Samenleving en niet de boot missen</p>	<p>(i)Overheid als <b>professionele Web 2.0 organisatie</b></p> <p>Zakelijke dialoog en conversatie met de (i)Samenleving</p> <p>(i)Overheid biedt mogelijkheden &amp; voordelen</p>
<b>Identiteit: ik ben een online wereldburger die (be)leeft en werkt in mogelijk de hele wereld vanuit het 'moederschap' Nederland</b>	<p>De online (be)leefwereld in wording is een speeltuin waarin wordt geëxperimenteerd met eigen regels, wetten &amp; omgangsvormen</p> <p>Web 2.0: Bedrijfsleven &amp; consumenten produceren gezamenlijke online content</p>	<p>(i)Overheid houdt zich afzijdig van nieuwe (be)leefwereld om begrijpelijke redenen, mogelijk verlies van gezag en autoriteit</p> <p>(i)Overheid produceert geen gezamenlijke online content</p>	<p>(i)Overheid ontwikkelt een <b>eigen online (be)leefwereld</b> met eigen regels, wetten &amp; omgangsvormen</p> <p>(i)Overheid dwingt online gezag en autoriteit af door het <b>gezamenlijk produceren van online content</b> met de (i)Samenleving</p>

## 2.3 Houdbaarheid van de leefomgeving

*De derde TNO-megatrend is de probleem-gedreven verandering in de richting van het management van de houdbaarheid van de leefomgeving, ook wel 'duurzaamheid' genoemd; de groeiende bewustwording voor milieuaspecten voedt innovatie.*

### 2.3.1 Korte beschrijving van de megatrend van de houdbaarheid van de leefomgeving door TNO

Vooral in de laatste jaren heeft het milieuaspect van duurzaamheid steeds meer aandacht gekregen. Volgens de Verenigde Naties is "duurzame ontwikkeling de ontwikkeling die tegemoet komt aan de behoeften van het heden zonder de mogelijkheid voor toekomstige generaties om in hun eigen behoeften te voorzien in gevaar te brengen" (VN 1987). De groeiende belangstelling voor het vervaardigen van milieuvriendelijker producten heeft veel bijgedragen tot de innovatie en ontwikkeling van nieuwe producten en productsoorten. Naast zorg over de toekomstige beschikbaarheid van natuurlijke grondstoffen zoals olie, leidt dit ook tot een besef ten aanzien van de toekomstige schaarste van onmisbare mineralen (die bijvoorbeeld noodzakelijk zijn voor toepassing in elektronische apparatuur). Het verlangen naar grotere duurzaamheid en het besef dat onmisbare grondstoffen schaarser zullen worden hebben geleid tot een nieuwe dimensie in de productontwikkeling en verwerkingsmethodes. De roep om zuiniger alternatieve energiebronnen en nieuwe materialen biedt nieuwe mogelijkheden voor innovatie en steun voor nieuwe technologieën.

#### Mogelijkheden voor innovatie

Op het gebied van innovatie en technologische mogelijkheden heeft de mensheid het punt bereikt waarop de ontwikkeling van duurzamere producten en productiemethodes niet langer ten koste hoeven te gaan van een goede algemene levensstandaard. Efficiënte hernieuwbare energiebronnen zijn in ontwikkeling evenals nieuwe methodes voor het ongedaan maken van de schade die al is aangericht aan het milieu en om onszelf tegen mogelijke risico's te beschermen.

Het groeiende besef voor milieuproblemen (inclusief energie) kan ook worden gezien als een kans om middelen en kennis te investeren in:

- Een efficiënter gebruik van hernieuwbare energiebronnen;
- Vergroten van energie-efficiëntie en nadenken over alternatieve concepten met betrekking tot energiedistributie (bijv. decentralisatie);
- Vervaardiging van minder schadelijke producten;
- Verbetering van productiemethodes;
- Verbetering van afvalbeheer en recycling.

Met name Europa is zeer innovatief op het gebied van milieuvriendelijk bouwen, transport, afvalbeheer en de voedsel- en drankindustrie (Europese Commissie 2008).

De bescherming van de leefomgeving geniet een wijdverbreide populariteit bij de Europese bevolking en in toenemende mate ook in de Verenigde Staten en Azië. De notie van de klimaatverandering is door de meeste wetenschappers en politici geaccepteerd. Een groeiend aantal consumenten begint duurzaamheidsfactoren in hun consumptiekeuzes te integreren en veel beroemdheden presenteren zichzelf als LOHAS ('Lifestyles of Health and Sustainability') en fungeren als rolmodellen. Sinds de zeventiger jaren, binnen 30 jaar, heeft natuur- en milieubewustzijn zich gevestigd als een nieuwe manier van leven door verschillende culture facetten te integreren. Post-materiële idealen hebben zich gemengd met gezond leven, inclusief de eco-voeding beweging en de 'wellness'-trend, en op de natuur gebaseerde oriëntaties zoals Aziatische religies, Sjamanisme, de opvolgers van de New Age en afgodsdienst. De opgekomen LOHAS-consumentengroep staat er over het algemeen financieel goed voor, is goed opgeleid en geïnteresseerd in producten van hoge kwaliteit, die duurzaam zijn en de gezondheid verbeteren. Juist het LOHAS-consumentensegment kan worden beschouwd als een groeiende klasse van klanten voor milieuvriendelijke, duurzame en innovatieve producten met de nadruk op ecologische productie, duurzaamheid, natuurlijke materialen en eerlijke handel ('fair trade'). Deze 'lifestyle' zou kunnen uitgroeien tot een nieuwe megatrend. Tegenover de LOHAS en de zogenaamde 'Verlichte Groenen' ('Bright Greens') staan de zogenaamde LOVOS ('Lifestyles of Voluntary Simplicity') die aan de 'donkergroene' zijde van het spectrum staan en die meer in het algemeen sceptisch zijn consumptie, materialisme, industrialisatie en technologie.

### 2.3.2 Megatrend van de houdbaarheid van de leefomgeving in de (i)Samenleving in Nederland

Deze megatrend is in de literatuur en in de interviews van de afgelopen jaar aangetroffen, maar de aandacht ervoor lijkt in ons land te zijn verzwakt door de economische crisis. Opmerkelijk is ook dat deze megatrend nauwelijks expliciet als trend of ontwikkeling van de (i)Samenleving is genoemd in de interviews. Hieronder licht ik toe dat deze megatrend zich op een andere manier aan het manifesteren is in de (i)Samenleving dan voorheen.

Zowel in de jaarlijkse kwantitatieve Charibarometer als in kwalitatief onderzoek over goede doelen worden natuur en milieu als goede doelen minder populair. De reden hiervoor is dat natuur en milieu steeds minder een geïsoleerd maatschappelijk geefthema zijn geworden, en steeds meer een geïntegreerd onderwerp in het privé-leven en het zakelijke leven van Nederlanders. Zowel bedrijven als consumenten zijn zelf aan de slag gegaan met de houdbaarheid van de leefomgeving. De term 'duurzaamheid' is inmiddels opgenomen in het beleid van veel bedrijven in Nederland. Ook consumenten eigenen zich het onderwerp van de houdbaarheid van de leefomgeving steeds meer toe, ook omdat zij daar de mogelijkheden toe krijgen van de overheid en het bedrijfsleven. Denk hierbij aan de stijgende verkopen van energiezuinige auto's, de groei van bio-producten in het schap van de supermarkt, de populariteit van boerenmarkten en de toenemende interesse in gezonde voeding.

In de afgelopen jaren zijn het bedrijfsleven en de consument zelf steeds meer aan de houdbaarheid van de leefomgeving gaan werken, ieder voor eigen voordeel, maar tegelijkertijd ook ten gunste van de natuur, het milieu en de leefomgeving. Het management van de houdbaarheid van de leefomgeving is zich aan het internaliseren binnen de 'mind-set' van het bedrijfsleven en de consument. Hierdoor wordt de houdbaarheid van de leefomgeving meer een onderwerp voor en van de bedrijven en consumenten zelf, en minder een geabstraheerd onderwerp of een maatschappelijk probleem. Niet voor niets heeft bijvoorbeeld de Vereniging Natuurmonumenten sinds enkele jaren te maken met een gestage afname van het ledenaantal. Consumenten geven steeds meer om de directe houdbaarheid van de eigen leefomgeving en geven steeds minder aan indirecte goede doelen voor natuur en milieu. In feite is het management van de leefomgeving steeds meer in het microniveau van de consument geland.

Een interessante observatie is aangetroffen in het boek 'Generatie Z – ken ze, begrijp ze en inspireer ze voor een beter leven' van Dr. Jos Ahlers en René C.W. Boenders, 2011. Generatie Z is hun benaming voor de kinderen en jongeren van Nederland en zij richten zich op wat wij van hen kunnen verwachten in 2020. Maar ook over de huidige (i)Samenleving stellen zij een nieuw feit vast.

*“Doordat de samenleving steeds transparanter wordt, is men zich er steeds meer van bewust welke bedrijven niet duurzaam ondernemen of hun geld investeren in ‘foute’ goederen of projecten. Er zijn tal van keurmerken om eenvoudig vast te stellen wie wel en wie niet deugt. Ook het aantal sites waar bedrijven, producten en diensten worden beoordeeld zal nog verder toenemen. (...) Mogelijkerwijs gaat deze ontwikkeling nog een stap verder. Generatie Z zal niet alleen eisen dat bedrijven zich fatsoenlijk blijven gedragen, ze zullen zelfs gaan eisen dat bedrijven een actieve en positieve bijdrage leveren aan het welzijn van de wereld.”*

Kortom, het onderwerp van het management van de houdbaarheid van de leefomgeving is steeds meer een onderwerp geworden dat in allerlei gebieden van de consument, de burger, bedrijven en de (i)Samenleving wordt opgenomen en verweven met andere onderwerpen en thema's. De houdbaarheid van de (i)Samenleving wordt op deze wijze steeds meer een vast onderdeel in de gehele (i)Samenleving. De reden daarvoor is dat het onderwerp toegankelijk is gemaakt voor de massamarkt. Het wordt steeds minder een onderwerp van experts, 'insiders' of een bepaalde politieke of levensbeschouwelijke stroming. De houdbaarheid van de leefomgeving is aan het democratiseren en kan daardoor als succesvolle megatrend in Nederland worden beschouwd.

In de literatuur en de interviews zijn enkele onderwerpen gevonden die illustreren op welke wijze de huidige perceptie over de houdbaarheid van de leefomgeving naar concrete innovatieve trends en ontwikkelingen van de (i)Samenleving zouden kunnen worden vertaald:

- Het Nieuwe Werken, ofwel werken op kantoor op een vaste of flexibele werkplek en ook thuis of op een andere plek, ook wel telewerken genoemd, is regelmatig aangetroffen. Telewerken wordt geassocieerd met minder reizen en dat is goed voor de houdbaarheid van de leefomgeving.

- ICT wordt ook gepercipieerd als een goede zaak voor de houdbaarheid van de leefomgeving. ICT maakt het leven en werken sneller, efficiënter en gemakkelijker, waardoor bijvoorbeeld voor overleg of vergaderingen minder hoeft te worden gereisd en zodoende kosten en energie kunnen worden bespaard.
- Meer in het algemeen worden nieuwe technologieën gepercipieerd als beter voor de houdbaarheid van de leefomgeving. Nieuwe technologieën hebben het imago van betere oplossingen voor natuur, milieu en de mens vanwege de moderne technische, maar ook maatschappelijke eisen die eraan worden gesteld tijdens de ontwikkelingsfase, zoals de houdbaarheid van de leefomgeving.
- Er komen steeds meer online initiatieven die gaan over de eigen leefomgeving. Dit past in de gemeenschappelijke 'Do-It-Ourselves' trend die ik eerder in dit rapport signaleerde als opvolger van de meer individuele 'Do-It-Yourself'- trend binnen de megatrend van de vervagende grenzen. Als bedrijven en overheden niets doen aan een probleem in de eigen leefomgeving, dan worden er met alle online mogelijkheden nieuwe gemeenschappen gevormd die samen aan de oplossing gaan werken. Tijdens de onderzoeksperiode zijn verschillende nieuwe online gemeenschappen belicht in de media als opvallende nieuwsfeiten in Nederland. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het verhuren van de eigen auto als deze niet door de eigenaar wordt gebruikt. Ook in deze online groepen is de houdbaarheid van de (eigen) leefomgeving als het ware 'ingebakken' als één van de logische voorwaarden en voordelen.

### 2.3.3 De impact van de houdbaarheid van de leefomgeving in de (i)Samenleving voor de (i)Overheid

Bedrijven en consumenten houden zich steeds meer bezig met de houdbaarheid van de leefomgeving. De combinatie van het nieuwe werken, ICT, nieuwe technologieën en online gemeenschappen kunnen gaan zorgen voor een nieuw impuls aan het management van de houdbaarheid van de (i)Samenleving, nu en in de komende jaren.

Toch zijn er twee dimensies aan deze megatrend die niet uit het oog dienen te worden verloren, omdat het succes van de maatschappelijke vertalingen van de megatrend zowel positieve als negatieve effecten kan hebben op de aandacht ervoor in de (i)Samenleving:

- Is deze megatrend als op zichzelf staand maatschappelijk 'issue' tijdelijk of voorgoed op zijn retour in de aandacht van bedrijven, consumenten en media door bijvoorbeeld de economische recessie, 'information overload' of teveel commerciële media-exposure in de afgelopen jaren?
- En/of dienen zich inmiddels voorzichtig nieuwe vormen en/of benamingen aan voor de megatrend 'sustainability', zoals bijvoorbeeld de 'sharing economy' gebaseerd op de nieuwe, maatschappelijke online 'Do-It-Ourselves' gemeenschappen in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk? Of is er sprake van een opkomende nieuwe megatrend, zoals TNO

signaleert?

Een mogelijke nieuwe kans voor de houdbaarheid van de Nederlandse leefomgeving is een kleine en individuele, en geen grote en maatschappelijke, oproep tot positieve actie waar concreet voordeel en direct resultaat mee valt te bereiken. Dergelijke kleine, overzichtelijke burgerinitiatieven kunnen door de digitalisering van de samenleving 'bottom-up' uitgroeien tot een grote gemeenschap met goede bedoelingen. De weg lijkt online vrij te worden gemaakt voor eigen positieve actie van Nederlanders voor de houdbaarheid van de leefomgeving. Voor de (i)Overheid geldt in de omgang met deze megatrend: Hou het klein, en vooral fijn, positief, concreet en overzichtelijk voor de burger. De (i)Overheid kan deze kleine vormen van online-groepsvorming in kaart gaan brengen, faciliteren en stimuleren, en zo weinig mogelijk gaan regisseren. De literatuur wijst in de richting van het meer vertrouwen van burgers, en het minder wantrouwen ervan in de (i)Samenleving. Ook diverse uitspraken in de interviews wijzen op een gewenste, en meer passende, gelijkwaardige positie van de (i)Overheid in de (i)Samenleving. De voorheen alwetende overheid zal op dit terrein moeten gaan leren los te laten, omdat de burger vaak meer of andere expertise heeft over zijn of haar eigen woonomgeving en leefmilieu dan de overheid.

Op basis van de bronnen adviseer ik om enkele van deze duurzame 'burger-ondernemers' op het gebied van de houdbaarheid van de eigen, lokale leefomgeving als stakeholders te gaan betrekken bij het bouwen van de (i)Overheid. Op het gebied van het management van de houdbaarheid van de leefomgeving kunnen de (i)Samenleving en de (i)Overheid veel van elkaar gaan leren en gaan samenwerken. Het onderstaande schema geeft de impact weer van de megatrend van de houdbaarheid van de leefomgeving op de (i)Samenleving en de (i)Overheid.

Impact megatrend houdbaarheid van de leefomgeving in de (i)Samenleving	(i)Samenleving	(i)Overheid	Uitdagingen: Nieuwe rollen, identiteiten & positioneringen (i)Overheid
<b>Identiteit: ik ben een privé- persoon (ik leef in NL)</b>	Producten & diensten die 'goed' zijn voor de houdbaarheid van de leefomgeving zijn beschikbaar en te koop  Online informatie beschikbaar	Keurmerken voor consumenten ter bevordering van de transparantie om een 'goede' keuze te kunnen maken ter bevordering van de houdbaarheid van de leefomgeving	De (i)Overheid als een <b>persoonlijke coach en adviseur</b> voor burgers hoe zij 'goed' kunnen consumeren op vele terreinen van de (i)Samenleving  Hou het <b>klein, en vooral fijn</b>
<b>Identiteit: ik ben een professional (ik werk in NL)</b>	Bedrijven bieden producten, diensten en beleid die 'goed' zijn voor de houdbaarheid van de leefomgeving	Regels, procedures & wetten voor bedrijven ter bevordering van 'goede' producten, diensten en beleid	De (i)Overheid als een <b>zakelijke partner</b> die 'goede' bedrijven ondersteunt, helpt en adviseert (win/win)
<b>Identiteit: ik ben een online wereldburger die (be)leeft en werkt in mogelijk de hele wereld vanuit het 'moederschap' Nederland</b>	Houdbaarheid van de eigen leefomgeving is vaak als vanzelfsprekendheid 'ingebakken' in nieuwe initiatieven van online gemeenschappen	Online gemeenschappen passen bij het beleid van meer zelfredzaamheid van de burger en consument, mogelijk in samenwerking met het bedrijfsleven	De (i)Overheid brengt 'goede' online gemeenschappen in kaart, voor zichzelf, burgers en bedrijven en (onder)zoekt samenwerking als <b>promotor &amp; aanjager van 'goede' online (be)leefwerelden in NL</b>

## 2.4 Risico's & veiligheid

*De vierde TNO megatrend is de probleem-gedreven verandering in de richting van groeiende zorg over risico's en veiligheid: nieuwe risico's en de noodzaak van voorzorgsmaatregelen en vooruitzien in een complexe wereld.*

### 2.4.1 Korte beschrijving van de megatrend van risico's & veiligheid door TNO

De afgelopen decennia worden denkbeelden ten aanzien van risico's steeds meer gekoppeld aan de negatieve gevolgen die menselijke, technologische en economische activiteiten hebben voor de gezondheid, veiligheid en het milieu. De zorg die momenteel bestaat over risico's hebben niet langer alleen betrekking op directe levensbedreigingen (zoals auto-ongelukken, gebrekkige bouwconstructies of oorlog), maar ook op risico's die verafgelegen gebieden bedreigen, toekomstige generaties of de mensheid zelf. Dit heeft geleid tot een verandering van een reactieve houding tot proactieve voorzorgsmaatregelen, wat ook tot uiting komt in de beleidsvorming en technologiebeoordeling.

#### Mogelijkheden voor Innovatie

Het belang van zorg over risico's biedt aanknopingspunten voor de ontwikkeling van verbeterde oplossingen voor oude en minder optimale (d.w.z. vervuilende, inefficiënte of onveilige) praktijken en leidt in zijn algemeen tot ontwikkelingen die meer op preventie zijn gericht. Deze tendens kan in bijna alle industrieën worden waargenomen.

Aangezien innovaties per definitie nieuwe producten opleveren met praktische toepassingen waarnaar nog geen uitgebreid empirisch onderzoek is gedaan, kunnen zorgen over de risico's die deze nieuwe technologieën en processen met zich meebrengen de succesvolle uitvoering van innovatieve ideeën in de weg staan. De uitdaging voor de toekomst is het vinden van een gezond evenwicht tussen risicopreventie en de moed om te innoveren en iets nieuws te proberen.

### 2.4.2 Megatrend van veiligheid & risico's in de (i)Samenleving in Nederland

Ook deze megatrend is in het merendeel van de informatiebronnen van de desk research en de interviews vastgesteld. Opvallend in zowel de literatuur als de interviews over de Nederlandse (i)Samenleving is dat de beleving en de discussie over de groeiende zorg over risico's en veiligheid zich steeds meer verplaatst van offline naar online risico's en veiligheid.

*Quote van een professional binnen de Rijksdienst: "Wij zijn er allemaal eigenlijk net mee begonnen, met deze ICT-trends. We moeten het nog een plek geven. Omdat we er middenin zitten, is onze blik vertroebeld. Pfishing en oplichterij, internet-oplichterij wordt moeilijker. Gegevens stelen ook. Eigenlijk zou er een internet-divisie bij Defensie moeten komen."*



In de literatuur is sprake van het onheilspellende maatschappelijke beeld van 'Big Brother 3.0' versus de nieuwste, verleidelijke business-trend van 'Big Data', waarbij alle in online databases opgeslagen data en persoonsgegevens van consumenten worden gecombineerd met online data en persoonsgegevens op het internet, en vooral in social media, om te komen tot zeer nauwkeurige online 'profiling' van groepen en individuen. Deze denkrichting is ook aangetroffen in de interviews.

Eenzijds heeft dit volgens de voorstanders in de literatuur het voordeel van op het individu (c.q. op zijn of haar IP-adres, computers en mobiele apparaten) gerichte communicatie, reclame en aanbiedingen. Het voordeel hiervan is het einde van de irritaties van de op de massa gerichte uitingen waar je als consument niet altijd wat aan hebt. Anderzijds heeft dit volgens de tegenstanders in de literatuur het nadeel dat deze fijnmazige 'profiling' wel erg dichtbij in de offline en/of online persoonlijke leefsfeer komt. Hierdoor ontstaan er vragen, discussies en bedenkingen over het veranderende begrip van privacy op dit moment en in de komende jaren. Deze negatieve denkrichting is ook aangetroffen in de interviews.

*Quote van een professional buiten de Rijksdienst: "De Derde Wereldoorlog zal gaan over het milieu en data. De tegentrend wordt: JIJ bent de eigenaar van je eigen data. Er zal een diaspora komen. Het grote probleem van het internet is: I agree....en weg zijn je data. Er gaat iets gebeuren....dit alles gaat tegen het principe van het internet. Ik ben daarom ook tegen de Cloud."*

Belangrijk is om in dit kader ook rekening te houden met de overweging van experts, professionals en burgers dat het beleidsargument van risico's en veiligheid niet in alle gevallen kan en mag worden gebruikt om mensen, media, middelen en technologieën in te gaan zetten om de bewegingen van de bevolking vast te stellen en te controleren ter preventie van bedreigingen en risico's en ter bevordering van veiligheid. Er is een ethische privacy-grens die niet duidelijk wordt omschreven in de literatuur en de interviews, maar die wel wordt 'gevoeld'. Onnodige maatregelen ter bescherming tegen risico's en voor meer veiligheid zijn ongewenst. In het risico- en veiligheidsbeleid van de (i)Overheid staan de experts, professionals en burgers op dit moment meer open voor de nodige maatregelen ter bescherming van hun online-privacy dan voor lijfelijke bescherming in de offline wereld. Een grote zorg om offline risico's en veiligheid is in de literatuur en de interviews in de onderzoeksperiode niet aangetroffen.

Daarentegen is de zorg om online risico's en veiligheid is op dit moment een actueel thema in de (i)Samenleving door het massale gebruik van mobiel internet en social media, omdat er zoveel onduidelijkheden en vragen over zijn. Online risico's en veiligheid zijn urgente thema's in de (i)Samenleving die binnen een paar jaar massaal aan het experimenteren is gegaan met de nieuwe mogelijkheden van mobiel internet, social media en apps, zonder de implicaties daarvan op het gebied van online risico's en veiligheid goed te kunnen (maar wel te willen) overzien.

Voor de (i)Overheid is het zaak om de discussie over de veranderende opvattingen van privacy onder alle stakeholders van de (i)Samenleving goed te gaan en blijven volgen. Hierbij is het vooral belangrijk om continu te blijven vaststellen wat de betrokken partijen van bedrijven en consumenten feitelijk hebben gedaan en (gaan) doen op basis van hun veranderende opvattingen over de glijdende definitieschaal van privacy. Privacybeschermende technologieën kunnen in Nederland leiden tot een succesvolle introductie

en positionering van de (i)Overheid, omdat privacybescherming een duidelijke vraag van de (i)Samenleving aan de (i)Overheid is, en zodoende aan een belangrijke maatschappelijke behoefte en vraag kan gaan voldoen.

Niet alleen aan de kant van de actoren van dataomgevingen (de verwerkers en eigenaren van persoonsgegevens, zoals bedrijven, overheden, NGO's en goede doelen) valt een schat aan bruikbare informatie hieromtrent te halen voor de (i)Overheid. Ook aan de kant van de omringende factoren van dataomgevingen (Consumentenbond, Ombudsman, brancheverenigingen en consumenten) zal de (i)Overheid steeds meer te rade moeten gaan om de perceptie over toenemende digitale risico's en online veiligheid in kaart te brengen en zonodig, in goede banen te leiden. De (i)Overheid zal zich moeten gaan voorbereiden om de expert, vraagbaak, adviseur en manager te worden op deze nieuwe, online terreinen van risico's en veiligheid van en voor bedrijven en consumenten.

De (i)Overheid zal moeten gaan overwegen of specifieke online regel- en wetgeving mogelijk, nodig, acceptabel en te handhaven is. Deze overwegingen over specifieke online wet- en regelgeving gelden ook voor de inrichting, onderhoud en gebruik van de eigen databases van de (i)Overheid. Zowel in de literatuur als in de interviews wordt de (i)Overheid als een in principe betrouwbare partij in deze gezien, maar er zijn toch ook vraagtekens en bedenkingen over de risico's en veiligheid van het datamanagement binnen de (i)Overheid. De (i)Overheid zal dan zelf ook opener en transparanter moeten worden over de data die zij zelf in bezit heeft in de (i)Samenleving.

*Quote van een professional binnen de Rijksdienst: "De definitie van privacy gaat op zijn kant. Fraude, liegen en daar voordelen van krijgen, daar zal men steeds intoleranter voor worden. Waarom zou je je nog als een struikrover gedragen? Echter, in deze definities schuilt het gevaar van uniformiteitsdenken.(...) Ik mis eigenlijk 3.0. Dat is de chaos waarin we leven, behalve de filter die wij daarop aanbrengen. We moeten leren vertrouwen en dat is niet waar we vandaan komen. Dat gaan we niet leren van grijze mensen, maar van onze kinderen. Dat is een radicaal andere beweging. Dit is een net zo grote verandering als het vuur kunnen maken en de industriële revolutie.(...) ICT kan ons mensen gaan verbinden en dat is de toegevoegde waarde ervan, maar we denken dat het onze eigen waarde is, omdat het mensen kan verheffen, en zelfs de wereld. Dat geldt voor Networking en The Internet of People. Maar The Internet of Things, Ubiquitous Computing en grootschalige registraties in sectoren zijn griezelig, dat gaat over instituties en het grootkapitaal. En dus over ongelijke machtsverhoudingen. Er zit zodoende erg veel potentieel in voor een betere wereld, maar ook voor een slechtere wereld. Facebook en Google zijn de grootste energieverlinders. Al die heerlijke wireless heeft ook risico's, kanker komt veel voor in mijn omgeving. Maar het overwinnen van fysieke beperkingen, dat is dan weer wel goed eraan. Menselijk lijden is een gegeven, maar deze ontwikkelingen roepen ook op dat je alles krijgt wat je wilt en dat je kunt oproepen wie je bent. Het is niet voor niets dat we allemaal naar yoga gaan. (...) Cybermisdaad, kinderporno. Daar zijn we nog helemaal niet op voorbereid. Als samenleving loop je altijd achter op de criminelen die het geld hebben. Maar deze ontwikkelingen hebben ook de Arabische lente veroorzaakt, en dat is positief. Gedeeltelijke anonimiteit is dan de kans. Uiteindelijk gaat het over transparantie."*

### 2.4.3 De impact van risico's & veiligheid in de (i)Samenleving voor de (i)Overheid in Nederland

In de desk research en de interviews is voornamelijk de groeiende zorg om de nieuwe, online risico's en veiligheid aangetroffen. Experts, professionals en burgers maken zich op dit moment zorgen over de technologische en menselijke kant van online risico's en veiligheid in de (i)Samenleving. De groeiende zorg om online privacy staat centraal in het denken over de risico's en veiligheid van de (i)Samenleving in de literatuur en de interviews. Privacybeschermende technologieën kunnen mogelijk rekenen op een warm welkom in de (i)Samenleving. Op het gebied van online privacybescherming ligt een nieuwe uitdaging en taak voor de (i)Overheid, die zich met dit actuele maatschappelijke thema succesvol zou kunnen gaan introduceren en voorstellen, zowel extern aan het Nederlandse publiek als intern aan de eigen medewerkers.

Impact megatrend risico's & veiligheid in de (i)Samenleving	(i)Samenleving	(i)Overheid	Uitdagingen: Nieuwe rollen, identiteiten & positioneringen (i)Overheid
<b>Identiteit: ik ben een privé-persoon (ik leef in NL)</b>	Ik ben en beweeg mij vrij op basis van wetten, regels en omgangsvormen in Nederland	Wetten en regels in Nederland  Grondwet, privacywetgeving & Wet Bescherming Persoonsgegevens (Wpb)	<b>Wetgever &amp; voorlichter</b> over het offline en/of online geldingsgebied van wetten en regels in Nederland voor burgers
<b>Identiteit: ik ben een professional (ik werk in NL)</b>	Ik ben en beweeg mij vrij op basis van wetten, regels en omgangsvormen in Nederland	Wetten en regels in Nederland  Grondwet, privacywetgeving & Wet Bescherming Persoonsgegevens (Wpb)	<b>Wetgever &amp; voorlichter</b> over het offline en/of online geldingsgebied van wetten en regels in Nederland voor bedrijven en professionals
<b>Identiteit: ik ben een online wereldburger die (be)leeft en werkt in mogelijk de hele wereld vanuit het 'moederschap' Nederland</b>	Ik ben en beweeg mij vrij op het in internet  Welke wetten, regels, omgangsvormen, risico's en veiligheid gelden er op het internet (if any)?  Wat betekenen (mobiel) internet, social media en apps voor mijn online privacy (if any)?	Nederlanders zijn en bewegen zich vrij op het internet  Welke wetten, regels, omgangsvormen, risico's veiligheid gelden er op het internet?  Wat betekenen (mobiel) internet, social media en apps voor online privacy?	<b>Wetgever &amp; voorlichter</b> over het offline en/of online geldingsgebied van wetten en regels in Nederland voor burgers, bedrijven en professionals  <b>Online (be)leefwereld</b> voor de inwoners van Nederland met richtlijnen en gedragsregels op het internet, Do's & Dont's, FAQs

## 2.5 Netwerk Samenleving

*De vijfde TNO megatrend is de technologie-gedreven verandering in de richting van de Netwerk Samenleving: sociale netwerken, collectieve intelligentie, web 2.0 en 'The Internet of Things'.*

### 2.5.1 Korte beschrijving van de megatrend van de Netwerk Samenleving door TNO

De Netwerk Samenleving kenmerkt zich door het snelle gebruik van netwerken om kennis te vergaren, uit te wisselen en exploiteren. De impact die het gebruik van informatie en communicatienetwerken heeft op alle terreinen binnen de samenleving en economie is gigantisch. Kennis – in al zijn vormen – wordt (of is al) de belangrijkste productiefactor. De exploitatie van kennis – oftewel innovatie – zal een cruciale 'asset' worden die een enorme invloed zal hebben op vaardigheden, leercapaciteiten en sociale structuren.

Het begin van de Netwerk Samenleving kan vrij nauwkeurig worden geplaatst aan het begin van de jaren zeventig, toen de revolutie in de informatietechnologie begon met de automatisering van kantoren en productieprocessen, gevolgd door de opkomst van het internet in de jaren negentig. De Netwerk Samenleving megatrend zal naar verwachting nog decennia voortduren; de Informatie- en Communicatietechnologie (ICT) heeft ongetwijfeld zijn volledige potentieel nog niet bereikt en zal nog jarenlang een impact hebben op bestaande sociale structuren en instituten. De toekomstige stadia in de Netwerk Samenleving zullen leiden tot een steeds verdergaande integratie van fysieke en virtuele werelden, met als gevolg de opkomst van 'ambient' en 'augmented' omgevingen. De ontwikkeling van intelligente mobiele draadloze infrastructuur zal ertoe leiden dat het internet alom en altijd aanwezig zal zijn.

Vanuit een technologisch perspectief zou de Netwerk Samenleving beschouwd kunnen worden als onomkeerbaar. Van deze ontwikkeling wordt verwacht dat deze voornamelijk wordt aangedreven door de toepassingsnelheid van toekomstige innovaties die gerelateerd zijn aan het Web 3.0 en verder.

#### Mogelijkheden voor innovatie

De Netwerk Samenleving maakt de ontwikkeling mogelijk van nieuwe innovatieve diensten en business-modellen. De Netwerk Samenleving megatrend zal ook leiden tot een verandering in de wijze waarop innovatie zelf tot stand komt en in de manier van zakendoen, productieprocessen, dienstverlening (waaronder door de overheid en de publieke sector), samenwerkingsverbanden, onderwijs en sociale interactie. Gebruikers zullen een steeds belangrijkere rol gaan spelen in het ontwerp en de productie van innovatieve diensten. Verder is de Netwerk Samenleving een belangrijke drijfveer voor open innovatiemodellen, waarbij samenwerking (in plaats van concurrentie) tussen ondernemingen van wezenlijk belang zal worden geacht om kennis te vergaren en te exploiteren, die vervolgens over verschillende netwerken wordt verspreid, teneinde te innoveren.

Belangrijke krachten die snelheid van de ontwikkeling van de Netwerk Samenleving zouden kunnen beïnvloeden zijn:

1. Vanuit een sociaal/cultureel perspectief: het verlies van vertrouwen en een algemene angst voor het verlies van privacy, identiteit, (persoonlijke) data etc. veroorzaakt door grootschalig (crimineel) misbruik of incident(en), waardoor internetgebruikers terug worden gedreven naar de offline, fysieke wereld.
2. Vanuit een politiek perspectief: beschadiging van vitale infrastructuren ('digitale verlamming') door ofwel natuurlijke oorzaken of opzettelijke oorzaken (zoals cyber-oorlog, cyber-terrorisme)
3. Vanuit een technologisch perspectief: de kunstmatige creatie van virtuele grenzen binnen het internet om ongelimiteerde toegang te beperken (bijvoorbeeld het gebruik van IP-nummers als identificatie om toegang te geven tot multimedia).

### 2.5.2 Megatrend van de Netwerk Samenleving in de (i)Samenleving in Nederland

Netwerken, of Networking, is één van de vijf ICT-trends voor de (i)Overheid zoals gedefinieerd in het rapport 'Vernieuwing Rijksdienst' in 2010 en onderwerp van dit onderzoek geweest. Bovendien is deze megatrend in het merendeel van de informatiebronnen van de desk research en de interviews vastgesteld, waarbij de experts, professionals en burgers zich heel duidelijk focussen op deze trend. Volgens hen is deze trend op dit moment in volle gang, en tegelijkertijd de toekomstmuziek van de (i)Samenleving.

Deze trend is actueel en relevant in Nederland voor het heden en de komende vijf jaar, omdat deze ontwikkeling niet alleen over steeds snellere technische ICT-innovaties gaat. Volgens de literatuur en de experts, professionals en burgers veranderen Nederlanders steeds meer van passieve consumenten en burgers naar actieve producenten met veranderlijke, bewegelijke, flexibele en onafhankelijke netwerkposities in de (i)Samenleving. Voor de klassieke op de grote massa gerichte overheid kan dit als een bedreiging overkomen, zo waarschuwen experts, professionals en burgers. Maar voor de op deze nieuwe online individuen en gemeenschappen gerichte (i)Overheid is dit een unieke kans om te innoveren, volgens zowel de literatuur als de deelnemers aan de interviews.

De huidige ICT maakt het mogelijk dat mensen zelf aan de slag gaan met ICT en de verdere ontwikkeling daarvan mede daardoor beïnvloeden, waardoor de enorme groei en populariteit van sociale media van de laatste paar jaar is te verklaren. Mensen zijn vooral online aan het 'doen'; zij experimenteren met de nieuwe media en middelen van de Netwerk Samenleving. Maar wat zij nu precies aan het 'doen' zijn of gaan 'doen', en wat voor implicaties dit voor henzelf, hun omgeving en de (i)Samenleving, dat is het grote punt van de huidige discussie. In de literatuur wordt gesuggereerd dat mensen, en vooral jongeren en ouderen in Nederland, niet altijd even goed zouden weten en beseffen wat zij nu precies online aan het 'doen' en experimenteren zijn in de Netwerk Samenleving. En wat hiervan de gevolgen zijn, op dit moment, de komende jaren en voor de rest van hun leven. Het feit dat al hun online activiteiten en experimenten wel of juist niet voor altijd worden opgeslagen door beheerders en verwerkers van persoonlijke gegevens, is onderwerp van stevige, en soms zelfs heftige discussie in zowel de literatuur als de interviews. Het recht om vergeten te worden is een voorbeeld van deze discussie binnen de (i)Samenleving.

De persoonlijke gegevens van de gemiddelde Nederlander zouden in 500-1000 databases zijn opgeslagen volgens de literatuur. Niet alleen de genoemde praktische overwegingen over privacy, registratie en keuze(on)vrijheid komen hier om de hoek kijken: wat moet je wel of juist niet doen op het internet, zo klinkt de algemene vraag. Maar ook juridische, ethische en (levens)beschouwelijke opvattingen hieromtrent zijn onderwerp van het maatschappelijke discours dat lijkt te wijzen in de richting van een (her)bezinning op de gang, vaart, snelheid en toekomstrichting van de Netwerk Samenleving in Nederland. Waar komen we vandaan, waar staan we nu en waar gaan we naartoe met de Netwerk Samenleving, en onze data, persoonsgegevens en privacy daarbinnen?

Naast alle overpeinzingen, vragen en eventuele bezwaren op het gebied van de bescherming van web data, persoonsgegevens en privacy, draagt het heden en de toekomst van de Netwerk Samenleving ook een grote, positieve belofte in zich. De Netwerk Samenleving wordt gepercipieerd als een vrije en gelijke online-gedreven wereld waarin alle betrokken partijen op gelijke voet komen te staan. De gepercipieerde maatschappelijke gelijkwaardigheid wordt vooral geassocieerd met de toegang tot en de gedeelde productie van wereldwijde online-informatie. In de literatuur en in de interviews wordt het oude maatschappelijke beeld van de macht over informatie omgeruild voor het nieuwe wereldbeeld van de Netwerk Samenleving met ongekende mogelijkheden die nog nooit tevoren in de geschiedenis zijn voorgekomen.

Voor de (i)Overheid is de perceptie van de Netwerk Samenleving een goede en veelbelovende kans om een positief maatschappijbeeld en een optimistische toekomstverwachting over een nieuwe, betere wereld in Nederland te ondersteunen en te laten bloeien. Opvallend in de literatuur en de interviews is dat alle generaties zeggen de voordelen van de Netwerk Samenleving te genieten en benieuwd te zijn naar wat ons allemaal staat te wachten in de komende jaren. Ouderen die minder online zijn zeggen ook nieuwsgierig te zijn naar de ICT-innovaties die eraan komen. De (i)Samenleving lijkt de blik verwachtingsvol naar de toekomst te richten in deze onderzoeksperiode, waarbij de netwerken van en tussen mensen en technologieën een positieve centrale rol spelen in de (h)erkenning van het concept van de Netwerk Samenleving. Nederlanders kunnen en willen zich identificeren met de Netwerk Samenleving. Menselijke en technologische netwerken worden gezien als makkelijk, handig, snel, efficiënt en leuk.

*Quote van een professional binnen de Rijksdienst: “Je zou de (i)Overheid eigenlijk voor de consument moeten positioneren, als een verlengstuk van de mobiele mogelijkheden op de markt. Ik zou wel willen werken bij de (i)Overheid. Transparantie, ‘free riders’ gedrag en diversiteit.”*

In dit positieve beeld van de Netwerk Samenleving is in de literatuur en de interviews nauwelijks plaats voor ‘offliners’, de mensen die niet online mee kunnen of willen doen. De belangrijkste groepen die gezien worden als ‘offliners’ zijn ouderen en mensen die niet goed kunnen lezen en schrijven om diverse redenen. Ook bij doorvragen door de onderzoeker blijkt dat de experts, professionals en burgers dit geen interessant of ‘leuk’ onderwerp vinden om over te praten. De indruk ontstaat bij de onderzoeker dat de ‘offliners’ van de (i)Samenleving geen rol spelen – of krijgen toebedeeld – en daardoor bij voorbaat worden buitengesloten, buiten de Netwerk Samenleving. De toon over offliners is niet positief of neutraal, maar eerder negatief: “Offliners, mensen die niet online zijn, bestaat die nog?” Maar de grootte van deze groep achterblijvers in de Netwerk Samenleving is niet te onderschatten, zo’n 3 miljoen mensen in Nederland maken weinig tot geen gebruik van het internet volgens het jaarverslag 2011-2012 van het ECP, platform voor de informatiesamenleving. 1 op de 5 Nederlanders doet niet mee aan de Netwerk Samenleving, voornamelijk ouderen. Gezien de technologische innovaties die nodig zijn om de vergrijzing van de (i)Samenleving ook in de toekomst te kunnen blijven bekostigen en beheersen, is het zaak om de oudere ‘offliners’ van Nederland zo snel mogelijk aan en bij ‘Netwerk Nederland’ te laten gaan aansluiten.

### 2.5.3 De impact van de Netwerk Samenleving in de (i)Samenleving voor de (i)Overheid

Een duidelijk overzicht van en een visie op het verleden, heden en de toekomst van de Netwerk Samenleving kan een interessante maatschappelijke introductie, positionering en propositie van de (i)Overheid zijn in de Nederlandse (i)Samenleving. De (i)Overheid wordt dan de expert, adviseur, begeleider, coach en helpdesk voor het online leven en werken in 'Nederland Netwerkland'. Immers, bij welke andere bekende en betrouwbare organisatie in Nederland kan je daar als burger, professional of organisatie over aan de deur of het loket kloppen?

*Quotes van professionals buiten de Rijksdienst: "De overheid in sociale media komt onhandig over. Niet als vriend. De overheid is niet je vriend. Ik zou de overheid niet op mijn verjaardag uitnodigen, want dan wordt het niet gezellig. Het is meer een zakelijk relatie, een goede manager die je ondersteunt, maar dat je ook zelf dingen mag doen. De overheid zou een goede beta-omgeving moeten maken om nieuwe systemen te laten testen met burgers. De Overheid-Beta, [www.overheidbeta.nl](http://www.overheidbeta.nl). Dus niet zoals de OV-chipkaart, gewoon....BANG....in Rotterdam. En er moet ook een gezamenlijke identiteit aan worden gegeven. De (i)Overheid moet de burgers 'ownership' geven. Of zoals de Euro...BANG. De (i)Overheid moet meer bottom-up worden in plaats van top-down."*

Als eerste stap zou er een online testomgeving kunnen worden gebouwd van de (i)Overheid in de (i)Samenleving op weg naar een Netwerk Samenleving. De (i)Overheid zou in die online (be)leefwereld als een open netwerkorganisatie kunnen worden gebouwd, waarin de verbindingen van en tussen mensen en technologieën worden gelegd. De naam zou kunnen zijn 'Netwerk Nederland' bijvoorbeeld, of het 'Nederland Netwerk'. De basis wordt samen met betrokken organisaties en particulieren in Nederland gemaakt, waarna de rest van Nederland vrijwillig kan inloggen met een unieke persoonlijke code en verder mee kan bouwen aan het netwerk van Nederland in de cloud. Hier kan geëxperimenteerd worden met bijvoorbeeld 'Open Data', 'Big Data', 'The Wisdom of the Crowds', 'Co-creatie' en alle andere vormen van huidige en toekomstige online ICT die het netwerkgevoel tussen de (i)Samenleving en de (i)Overheid versterken. Er is immers behoefte aan een online netwerk dat wel duidelijk, open, transparant en betrouwbaar is, gezien de vragen die worden gesteld over bestaande social media. Bovendien zou het online netwerk van de (i)Overheid met de (i)Samenleving, en de persoonsgegevens daarbinnen, vallen onder het Nederlandse recht. In de Netwerk Samenleving is een (i)Overheid die op eigen bodem en grondgebied geen gebruik gaat maken van de online en technologische communicatiemogelijkheden met de (i)Samenleving een 'contradictio-in-terminis'. Het positieve beeld van de Netwerk Samenleving kan het gezag, de autoriteit en de beleving van de (i)Overheid een positieve en nieuwe impuls voor de komende jaren geven.



Impact megatrend Netwerk Samenleving in de (i)Samenleving	(i)Samenleving	(i)Overheid	Uitdagingen: Nieuwe rollen, identiteiten & positioneringen (i)Overheid
<b>Identiteit: ik ben een privé-persoon (ik leef in NL)</b>	Ik leef in een netwerk in NL	Ik leef op Nederlands grondgebied	Maker en handhaver van wetten en regels voor burgers, <b>netwerk-overheid voor burgers</b>
<b>Identiteit: ik ben een professional (ik werk in NL)</b>	Ik werk in een netwerk in NL	Ik werk op Nederlands grondgebied	Maker en handhaver van wetten en regels, <b>netwerk-overheid voor professionals</b>
<b>Identiteit: ik ben een online wereldburger die (be)leeft en werkt in mogelijk de hele wereld vanuit het 'moederschap' Nederland</b>	Ik (be)leef en werk in een netwerk in NL en de hele wereld	Nauwelijks tot geen online (be)leving van de (i)Overheid als netwerk op Nederlands grondgebied en in de wereld	<b>Maker en handhaver van nieuwe wetten, regels en richtlijnen in samenwerking met burgers en professionals</b>  Expert, adviseur, begeleider, coach en helpdesk in de online (be)leefwereld van de netwerk-overheid in de (i)Samenleving

## 2.6 Het Intelligente Tijdperk

*De zesde TNO megatrend is het Intelligente Tijdperk; het scheppen van intelligente artefacten, verbetering van de mens, convergerende (samenvallende) technologieën en de maakbaarheid van de natuur.*

### 2.6.1 Korte beschrijving van de megatrend van Het Intelligente Tijdperk door TNO

Intelligentietechnologie gaat een normaal en integraal deel uitmaken van ons leven. Technologische ontwikkelingen maken het mogelijk verbindingen aan te brengen tussen en met voorwerpen, gebouwen, apparaten en het menselijk lichaam. Als gevolg van geavanceerde ontwikkelingen in communicatienetwerken en infrastructures en technologieën als nanotechnologie en materialenkennis worden voorwerpen en apparaten steeds intelligenter. Hierdoor zijn ze in staat met elkaar en met mensen te communiceren en zelfstandig steeds moeilijker taken uit te voeren. Daarnaast komt ICT door technologische ontwikkelingen – letterlijk - steeds dichterbij en zelfs in onszelf terecht. Deze toekomstige technologieën zullen alomtegenwoordig zijn, verankerd in ons leven, bewust van de omgeving en zich op anticiperende wijze continu aanpassend.

#### Evolutie van Het Intelligente Tijdperk

Het einde van deze trend zal een – in elk opzicht hoogstwaarschijnlijk oneindig (en vanuit een puur technologisch oogpunt zelfs onontkoombaar) – continuüm zijn. Verzet uit de samenleving, gevoed door techno-sceptici en/of ethische controverses (bijvoorbeeld met betrekking tot genterapie of vergaande biomedische technologieën) kunnen deze ontwikkelingen vertragen of aan bepaalde trajecten de voorkeur gaan geven boven andere.

#### Mogelijkheden voor innovatie

Veel technologische innovaties zullen naar verwachting voortvloeien uit onderzoek en ontwikkeling in convergerende wetenschappelijke disciplines. Op veel gebieden van de wetenschap zal de groei afhankelijk zijn van de kracht van computers en communicatie-infrastructures. Materiaalkunde, moderne biotechnologie, neurowetenschap, computertechnologie en moderne nanotechnologie zijn voorbeelden van innovaties die nauw aan elkaar verwant en met elkaar verweven zijn.

Deze innovaties vertegenwoordigen ingrijpende nieuwe technologische ontwikkelingen die vergaande veranderingen tot gevolg kunnen hebben. Hoewel puur wetenschappelijk gezien en vanuit het oogpunt van maakbaarheid deze ontwikkelingen in toenemende mate realiseerbaar zijn, bestaat er nog veel verzet tegen vanuit sociaal, ethisch en juridisch oogpunt. Zelfs pleitbezorgers van deze technologieën, die de geweldige voordelen roemen voor het verbeteren van de kwaliteit van het menselijk leven, zijn zich bewust van de risico's die eraan verbonden zijn als zij op de verkeerde wijze worden toegepast, zonder oog te hebben voor de ethische en democratische aspecten.

## 2.6.2 Megatrend van Het Intelligente Tijdperk in de (i)Samenleving in Nederland

Deze megatrend is aangetroffen in recente Nederlandse informatiebronnen van Stichting Toekomstbeeld der Techniek (STT), het Rathenau Instituut en enkele overheidsdocumenten. De indruk ontstaat dat deze megatrend niet zozeer mentaal wordt gepositioneerd in het heden, als wel in wellicht de nabije, maar in ieder geval in de verre toekomst van de (i)Samenleving. Opvallend genoeg is deze megatrend alleen zijdelings ter sprake gekomen in enkele interviews. Sommige burgers en professionals zeggen wel geïnteresseerd te zijn alle ICT-ontwikkelingen in de toekomst, waarbij bijvoorbeeld het concept van ‘Smart Cities’ wordt genoemd door een jonge professional. Deze megatrend behoeft nader onderzoek in de volgende fasen van de verkenning, in het bijzonder onder burgers en professionals die geen expert op dit gebied zijn. Zoals ook vaak het geval is bij het concrete fenomeen van robots, wordt het Intelligente Tijdperk in de toekomst geplaatst, terwijl de concrete manifestaties ervan, zowel in de media als in de realiteit, in Nederland toenemen volgens de literatuur.

Zo zijn geavanceerde artificiële intelligentie en slimme ICT ondersteuningssystemen vaak aangetroffen in de literatuur. Ook thuisrobots voor thuisgebruik en zorg zijn regelmatig onderwerp in de literatuur. In het dit jaar verschenen boek van het Rathenau Instituut, ‘Overall robots – Automatisering van de liefde tot de dood’ worden zich nu en straks manifesterende trends en ontwikkelingen van het Intelligente Tijdperk uitvoerig beschreven. Ook in de overige literatuur, nieuwsmedia en uitingen van trendwatchers in Nederland is er regelmatig aandacht voor thuisrobots en robots voor de ouderenzorg. Thuisrobots hebben een populaire aantrekkingskracht op professionals die publiceren over toekomstige technologische ontwikkelingen. In de interviews worden soms spontaan de voor- en nadelen van robots kort besproken. Hierbij is sprake van twee scholen. De eerste richting is negatief, omdat robots het werk van mensen zouden gaan overnemen. De tweede richting is positief, omdat robots het vervelende en zware werk van mensen zoude gaan overnemen, waardoor zij ons in feite gaan ondersteunen om een beter en aangener leven te kunnen gaan leiden. Micro- en nanorobots zijn begrippen die ook regelmatig voor in de Nederlandse bronnen tijdens de onderzoeksperiode, maar zijn niet genoemd in de interviews.

Neurotechnologieën zijn in de meeste informatiebronnen aangetroffen. Het bekende boek van Swaab heeft hieraan bijgedragen, mede door de grote media-aandacht hiervoor. Brain Computer Interfaces (BCI) zijn ook regelmatig gevonden in de Nederlandse informatiebronnen. In de Nederlandse bronnen wordt gewezen op de noodzaak van tijdige publieksvoorlichting hierover. Levensverlengende strategieën zijn regelmatig aangetroffen in de geraadpleegde bronnen. Deze onderwerpen worden niet spontaan genoemd in de interviews.

Militaire robots en virtuele oorlogsvoering zijn regelmatig aangetroffen in de literatuur, nieuwsmedia, uitingen van trendwatchers, de Stichting toekomst der Techniek (STT) en in het hierboven genoemde boek van het Rathenau instituut. Het woord ‘drones’ is in dit kader regelmatig gevonden vanwege de actualiteit ervan. Volgens veelzeggende mediakoppen ‘zweven drones al boven Amsterdam’ zonder dat daar een maatschappelijke discussie over is of wordt gevoerd, bijvoorbeeld in de Volkskrant. In de literatuur wordt ook gewezen op het belang van tijdige publieksvoorlichting over militaire robots en

virtuele oorlogsvoering. In de interviews is niet spontaan gesproken over deze onderwerpen.

Minder vaak komen mensverbeteringstechnologieën voor in de literatuur. Hetzelfde geldt voor nootropics, ook naar gerefereerd als smart drugs, geheugenverbeteraars en cognitieve verbeteraars. Dit zijn drugs, supplementen, nutraceuticals en functionele voeding ter verbetering van mentale functies zoals cognitie, geheugen, intelligentie, motivatie, aandacht en concentratie. Ook deze onderwerpen zijn niet spontaan besproken in de interviews.

Geavanceerde 'prosthetics' en cybernetische implantaten zijn niet aangetroffen in de Nederlandse literatuur. Regeneratieve medicijnen en 'tissue engineering' komen nauwelijks voor in de Nederlandse literatuur, behalve in specifiek medische gedeelten van de bestudeerde literatuur. Self assembly technologies en synthetische organismen komen niet of nauwelijks voor in de Nederlandse bronnen. In de interviews is hier niet spontaan over gesproken door de deelnemers.

### 2.6.3 De impact van het Intelligente Tijdperk in de (i)Samenleving voor de (i)Overheid

Voor het Intelligente Tijdperk geldt dat de experts in de vakliteratuur veel meer op deze ontwikkelingen zijn georiënteerd dan de professionals en burgers in de interviews. De experts wijzen op de impact van deze megatrend op de volgende wijze: Het Intelligente Tijdperk wordt vaak gezien als 'science fiction', maar is op sommige gebieden al een feit. De term die hiervoor wordt gebruikt is 'science fiction', 'science fiction' die al bestaat. Opvallend is dat robots wel als onderwerp spontaan worden besproken door sommige professionals en burgers.

De (i)Overheid zou de taak op zich kunnen gaan nemen om de (i)Samenleving voor te gaan bereiden op het Intelligente Tijdperk, of dit kunnen gaan uitbesteden aan externe partijen met expertise op dit gebied, zoals TNO, De Stichting Toekomstbeeld der Techniek (STT) of het Rathenau Instituut. Immers, als (delen van) het Intelligente Tijdperk al waarheid zijn geworden in Nederland, dan dienen professionals en burgers van de voor- en nadelen ervan op de hoogte worden gesteld. Zonder goede en juiste voorlichting over het Intelligente Tijdperk kan er een maatschappelijke discussie ontstaan die minder is gebaseerd op feiten, maar meer op positieve of negatieve sentimenten, gevoelens en emoties die niet op de waarheid zijn gestoeld. Ik zou dit het risico op 'science friction' willen noemen.

Voor het beleid van het Intelligente Tijdperk zou een toegewijde toekomstafdeling kunnen worden geopend bij de (i)Overheid waar niet alleen technologische, maar ook juridische en ethische experts alle trends en ontwikkelingen op dit gebied blijven volgen. De (i)Overheid zou het onderwerp van de toekomst van het Intelligente Tijdperk kunnen claimen, omdat er in Nederland op dit moment een positieve interesse in toekomstige ICT-ontwikkelingen is, waar tegelijkertijd veel vragen over worden gesteld op het gebied van privacy, persoonsgegevens en data. Voor de communicatie over de impact van deze megatrend in Nederland kan de speelse vorm van een online computer-games en 'gaming' worden gebruikt, maar ook meer traditionele mediavormen zoals documentaires en films zijn hiervoor geschikt. Door proactieve communicatie over het Intelligente Tijdperk kan de (i)Overheid voorkomen dat de (i)Samenleving hier onverwacht mee wordt geconfronteerd als opzienbarend medianieuws en/of in het

leven en werken van alledag. De experts wijzen niet voor niets op het belang van vroegtijdige publieksvoorlichting over het Intelligente Tijdperk dat de (i)Samenleving en de (i)Overheid langzaam, maar gestaag nadert.

Impact megatrend Het Intelligente Tijdperk in de (i)Samenleving	(i)Samenleving	(i)Overheid	Uitdagingen: Nieuwe rollen, identiteiten & positioneringen (i)Overheid
<b>Identiteit: ik ben een privé-persoon (ik leef in NL)</b>	Robots worden door sommige burgers spontaan genoemd in de interviews	Welke wetten en regels zijn van toepassing op (onder)delen van Het Intelligente Tijdperk die al aanwezig zijn in het publieke domein in NL?	<b>Beschermer, behoeder en wetgever van privacy, persoonsgegevens en persoonlijke data</b> in het Intelligente Tijdperk
<b>Identiteit: ik ben een professional (ik werk in NL)</b>	Experts onderzoeken & ontwikkelen Het Intelligente Tijdperk in NL, en publiceren er ook over	Op welk moment moeten wetten en regels worden opgesteld voor Het Intelligente Tijdperk: vooraf aan, tijdens of na de innovatie?	<b>Beschermer, behoeder en wetgever van innovaties</b> in Het Intelligente Tijdperk
<b>Identiteit: ik ben een online wereldburger die (be)leeft en werkt in mogelijk de hele wereld vanuit het 'moederschap' Nederland</b>	Op het internet kan wereldwijde informatie worden gevonden over Het Intelligente Tijdperk, maar het is nauwelijks tot geen maatschappelijke discussie in NL	Experts in NL en daarbuiten wijzen - ook op het internet - op het belang van tijdige publieksvoorlichting & maatschappelijke discussie over Het Intelligente Tijdperk	<b>Voorlichter &amp; communicator</b> over Het Intelligente Tijdperk, maatschappelijke discussie, publieksvoorlichting in de (i)Samenleving  <b>Toekomstafdeling bij de (i)Overheid met technologische, juridische en ethische experts</b> op het gebied van Het Intelligente Tijdperk

## **Hoofdstuk 3**

# **Doelgroepen (i)Samenleving & (i)Overheid**

### **Hoofdstuk 3**

### **Doelgroepen van de (i)Samenleving & (i)Overheid**

Hieronder geef ik een overzicht van de gepercipieerde (doel)groepen van de (i)Samenleving in de literatuur. De aanleiding hiervoor zijn de megatrends van de vergrijzing en fragmentatie, de vervagende grenzen en de Netwerk Samenleving. In deze veranderende tijden kan het zinvol zijn om bestaande definities van (doel)groepen tegen het licht te houden en open te staan voor eventuele nieuwe definities van de (doel)groepen in de (i)Samenleving.

De meest voorkomende (doel)groepdefinitie in de literatuur is de generationele indeling. De reden hiervoor is enerzijds dat de vergrijzing één van de meest zichtbare en merkbare megatrends in de (i)Samenleving is. Anderzijds heeft de digitalisering van de (i)Samenleving een duidelijk generationeel effect. Hoe jonger de generatie, hoe meer online zij is. De volgende vijf generaties worden genoemd in de literatuur gebaseerd op de Nederlandse sociologische cohortindeling van Prof. dr. Becker (RUU) en zijn relevant voor de volgende fasen van de verkenning naar de (i)Samenleving en de (i)Overheid, zowel binnen als buiten de Rijksdienst:

- *Senioren*, geboren tussen 1930-1945
- *Babyboomers*, geboren 1945-1960
- *Generatie X*, geboren 1960-1975
- *Generatie Next*, of Generatie Y, geboren 1975-1990
- *Generatie Z*, geboren tussen 1990-2005 (uit het in 2011 verschenen gelijknamige boek van Dr. Jos Ahlers en René Boender).

Daarnaast is een interessante nieuwe blik op de (doel)groepen van de (i)Samenleving aangetroffen in het dit jaar verschenen boek 'Voorgeprogrammeerd – Hoe Internet ons leven leidt' van het Rathenau Instituut, en ook in andere publicaties van dit instituut. Deze (doel)groepen zijn gedefinieerd als gebruikerstypen: 'Als mensen veel internet gebruiken, hoeft dat nog niet te zeggen dat ze zich meer of minder laten voorprogrammeren.' De onderzoekers beschrijven de volgende vier digitale gebruikerstypen die zijn gebaseerd op twintig kwalitatieve interviews met Nederlanders met de volgende digitale doelgroepdefinities:

- *Enthousiastelingen*; Mensen met veel internetervaring die zich juist graag laten voorprogrammeren. Dit type gebruiker heeft in de regel veel schermen tegelijk openstaan, reageert snel op nieuwe toepassingen om die even uit te proberen en ziet internet als een middel om het leven efficiënter, aangenamer en makkelijker te maken, ook al is hij er uiteindelijk veel tijd mee kwijt. Zij hebben meerdere email-accounts om de spam die volgt bij het inschrijven van een nieuwe dienst ergens onder te brengen, de zogeheten 'troep-account'. Het begrip 'voorgeprogrammeerd' roept bij de enthousiastelingen vooral de associatie op dat 'het internet voor ons is voorgeprogrammeerd' en dat is handig.

- *Controleurs*; Veel gebruikers die zich liever niet laten voorprogrammeren, zijn ook wel nieuwsgierig naar nieuwe toepassingen, maar zoeken eerst uit hoe het werkt voor ze meedoen. Zij zijn in de regel ook veel bezig instellingen te wijzigen naar eigen behoeften, oftewel herprogrammeren. Zij hebben ook meerdere emailaccounts, maar meer uit privacy overwegingen: bewust sturen wie wat van hen te zien krijgt. De controleur heeft een meer negatieve associatie over ‘voorgeprogrammeerd’, in de zin van ‘zij proberen ons voor te programmeren’. De controleur heeft allerlei voorbeelden om dit te onderbouwen en heeft strategieën ontwikkeld om dat tegen te gaan.
- *Volgers*; Mensen met weinig internetervaring gaan meer uit van één mailaccount, van waaruit ze alle online diensten gebruiken. Laten zij zich voorprogrammeren, dan is dat niet zozeer een bewuste keuze, maar meer het gevoel dat het nu eenmaal zo hoort. Ze proberen mee te doen met sociale media, beginnen met surfen en eindigen ergens anders dan bedoeld en hebben het gevoel dat het internet hen overkomt. De volgers hadden wat minder associaties bij ‘voorgeprogrammeerd’ en keken de onderzoekers dan vragend aan: ‘Voorgeprogrammeerd, dat klinkt wel erg technisch...’
- *Afwijzers*; Mensen met weinig ervaring met het internet die zich niet laten voorprogrammeren, zijn afwijzend richting het internet: soms cynisch, dan weer angstig of gewoon negatief, terwijl ze die mening toch vooral baseren op meningen van anderen. De afwijzer heeft een meer negatieve associatie over ‘voorgeprogrammeerd’, in de zin van ‘zij proberen ons voor te programmeren’, terwijl hij zich meer baseert op verhalen die hij van anderen heeft gehoord.

Voor de volgende fasen van de verkenning is het raadzaam om de vijf generaties en de vier digitale gebruikerstypen exploratief-kwalitatief te duiden en zo nodig, representatief-kwantitatief vast te stellen, zowel binnen als buiten de Rijksdienst. Hierdoor kan inzicht worden verkregen in de (doel)groepen die de mate van succes van zowel de (i)Samenleving als de (i)Overheid in Nederland zullen beïnvloeden, zo niet bepalen:

Generaties & digitale gebruikerstypen in de (i)Samenleving & (i)Overheid	Senioren Geboren 1930-1945	Babyboomers Geboren 1945-1960	Generatie X Geboren 1960-1975	Generatie Y Geboren 1975-1990	Generatie Z Geboren 1990-2005
Enthousiastelingen					
Controleurs					
Volgers					
Afwijzers					



Hieronder geef ik een deel weer uit een discussie tussen professionals binnen de Rijksdienst die de percepties over de impact van de verschillende generaties en gebruikerstypen op de (i)Samenleving en de (i)Overheid goed illustreert:

*Quotes uit een groepsdiscussie met professionals binnen de Rijksdienst:*

*“Je moet mee. We lopen hier erg achter. De echte beleidsmakers zijn allemaal keurige mannen in pak. We hebben hier een Hoofd die tot 7 jaar geleden geen computer wilde. Mensen die nu aan de macht zijn, zijn allemaal 55+-ers. Weten die wel waar ze het over hebben? Maar ze moeten er wel over beslissen. Ze hebben niet genoeg durf en geduld. We lopen echt achter, hoor. Je kunt nog niet beeld bellen met de overheid. Wetten en procedures lopen achter. Skypen met oudere cliënten in Spanje zou kunnen, maar daar moet je wel de wet voor veranderen.(...)”*

*Er is nog geen visie. Wat willen we aanbieden? En voor wie? Dus gaat iedereen het maar voor zichzelf bouwen. Kijk naar de politie, de systemen communiceren niet met elkaar. We zitten nog in de ‘muts-fase’. Facebook en Skype zijn goede voorbeelden: leuk, laagdrempelig, je betreft mensen bij dingen, snel en interactief. (...)*

*Ik ben voor een Minister van Informatica. Of een SG bij EZ voor informatica. Dat die er niet is, toont al aan dat men het belang niet ziet om dat goed te gaan organiseren. Al die overheidsorganisaties kunnen niet met elkaar communiceren. Oracle vindt dat fantastisch, van de markt hoef je niets te verwachten. (...)*

*De (i)Overheid moet een professional, een motivator zijn, met echte info waar de klant of de burger op zit te wachten. Een helpdesk-medewerker eigenlijk meer. (...)*

*De (i)Samenleving loopt voor op de (i)Overheid. We volgen trends, we zetten ze niet. Dat zou ik wel leuk vinden, trouwens (glimlach). De overheid mist kansen om anders te werken. Waarom zitten we nog op kantoor? Dat hoeft niet. Kijk naar een andere manier van werken. Ik maak het allemaal nog wel mee. Ik zou teleurgesteld zijn als ik over 25 jaar nog naar kantoor moet. Kantoren willen controleren of je er bent, niet wat je doet. Management en spreadsheet-fundamentalisten, dat is leidinggeven vanaf een spreadsheet. (...)*

*Technologisch is de samenleving verder dan de overheid. Overheid, ga met je tijd mee. Vertrouw op je mensen. Maar je moet de (i)Overheid wel centraal gaan regelen om te voorkomen dat iedereen het eigen wiel gaat uitvinden en dubbel gaat werken. (...)*

# Samenvatting & conclusies

## **Samenvatting & conclusies**

De centrale onderzoeksvraag van de ondernomen desk research en stakeholder-interviews is:

*Wat zijn de relevante trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving? En wat betekent dit voor de (i)Overheid?*

De desk research en de stakeholder-interviews zijn uitgevoerd van juni tot en met augustus 2012. De onderzoeksperiode van drie maanden is kort geweest voor een veelomvattend en aan verandering onderhevig onderwerp als de (i)Samenleving. Dit rapport pretendeert dan ook niet een volledige of representatieve weergave van de perceptie omtrent de trends en ontwikkelingen van de Nederlandse (i)Samenleving te zijn. Dit rapport kan worden beschouwd als een startpunt voor het verder denken over en het formuleren van beleid over de (i)Samenleving en de (i)Overheid in Nederland door de opdrachtgevers bij BZK.

De (i)Samenleving is de informatiesamenleving. De (i)Overheid is de informatieoverheid. De afkorting (i) associëren de geraadpleegde experts, professionals en burgers positief met informatie, individueel, iedereen, internet en het Engelse 'I' (ik), zoals in de producten van Apple (Iphone, Ipod, Ipad, Itunes) en de slogan 'I amsterdam'.

Eenzijds is er sprake van een langzame evolutie van de (i)Samenleving die al enige decennia gaande is. Anderzijds is er in de actuele bronnen sprake van een snelle revolutie van de (i)Samenleving in de afgelopen jaren, versneld door breedband, glasvezel en het mobiele internet met de bijbehorende mobiele apparaten waardoor een groot deel van de Nederlanders constant is aangesloten op het internet. Het sterk toegenomen gebruik van sociale media en online gemeenschappen is daar een direct gevolg van. Zowel in de desk research als de interviews blijkt dat experts, professionals en burgers de trends en ontwikkelingen van de (i)Samenleving voornamelijk percipiëren als door ICT-aangedreven veranderingen van hun leven en werk. Daarom is er sprake van een (r)evolutie, een gelijktijdige evolutie en revolutie van de (i)Samenleving in Nederland.

Nederland was jarenlang het meest online land ter wereld, zojuist ingehaald door Noorwegen. Zowel de informatiebronnen als de deelnemers aan de interviews geven aan dat 85-95% van de Nederlanders toegang heeft tot het internet, afhankelijk van de gehanteerde criteria. In het jaarverslag 2012-2013 meldt het ECP, het platform voor de informatiesamenleving, dat 3 miljoen Nederlanders niet of nauwelijks van computers of internet gebruik maken. Deze 'offliners' worden in de literatuur en in de interviews beschouwd als ouderen en mensen die niet (goed) kunnen lezen en schrijven door diverse redenen. Dit beeld wordt door de statistieken bevestigd; hoe jonger de generatie, hoe meer online zij (be)leeft.

Tijdens de desk research is vastgesteld dat veel bronnen specifieke deelgebieden van de (i)Samenleving onderzoeken en/of erover publiceren, waardoor een volledig of overkoepelend beeld ervan ontbreekt. Aan het einde van de desk research is besloten het TNO-rapport 'Megatrends – A broad outlook on innovation' uit december 2010 als een analysemodel van de (i)Samenleving over te nemen. In dit rapport worden zes megatrends beschreven met een grote en langdurige impact op de innovatie van

samenlevingen. De zes megatrends worden hieronder beschreven en gekoppeld aan de resultaten van de desk research en de interviews ter beantwoording van de centrale onderzoeksvraag.

### 1. Vergrijzing en fragmentatie van traditionele sociale structuren: toenemende levensverwachting en pluralisatie van levensstijlen.

Op basis van de megatrend van vergrijzing en fragmentatie ontstaat het volgende beeld van verschillende generationele doelgroepen die relevant zijn voor de (i)Samenleving en de (i)Overheid. De rollen waarmee zij zich positief kunnen gaan identificeren met de (i)Overheid worden kort beschreven.

Senioren, geboren 1930-1945, worden ouder dan de hen voorgaande generaties en zullen meer zorg en AOW ontvangen in de komende jaren in de (i)Samenleving. Zij zijn slecht online en maken zich grote zorgen om (hun) privacy in de (i)Samenleving. De uitdagingen voor de (i)Overheid zijn 1) een ouderenbeleid ter verhoging van hun algemene digibewustzijn en digivaardigheden, 2) een zowel offline als online zorgbeleid en 3) gepersonaliseerde e-health & e-care waaraan de senioren kunnen participeren als burgers en consumenten die van hun welverdiende rust, vrijheid en zorg genieten in de (i)Samenleving met begeleiding en ondersteuning van de (i)Overheid.

Babyboomers, geboren 1945-1960, waarvan de pensionering is ingezet in de (i)Samenleving. Ook zij zullen meer zorg en AOW ontvangen in de komende jaren. Zij zijn redelijk online en maken zich redelijke zorgen om (hun) privacy in de (i)Samenleving. De uitdagingen voor de (i)Overheid zijn 1) een beleid ter verhoging van hun algemene digibewustzijn en professionele digivaardigheden en 2) een beleid van e-governance en e-democracy waarin de mens centraal staat (en belangrijk voor hen, niet de technologie) waaraan babyboomers voor en na hun pensionering kunnen participeren als ambtenaren en burgers, waardoor zij in flexibele vrijheid vrijwillig of betaald kunnen (blijven) bijdragen aan de (i)Samenleving en de (i)Overheid.

Generatie X, geboren tussen 1960-1975, heeft het druk in het middelpunt van hun leven en werk in de (i)Samenleving. Zij zijn goed online en maken zich geen grote zorgen om (hun) privacy in de (i)Samenleving. De uitdagingen voor de (i)Overheid zijn 1) een beleid ter verhoging van hun algemene digibewustzijn en professionele digivaardigheden en 2) een beleid in de vorm van een gepersonaliseerd (i)Burger & (i)Ambtenaar service concept gepositioneerd als ‘het nieuwe werken’, een belevingsmerk waaraan zij kunnen participeren als professionals binnen en buiten de Rijksdienst waarmee zij gemak, efficiëntie en tijd/gelbesparingen realiseren in de (i)Samenleving.

Generatie Y, geboren tussen 1975-1990, zijn de starters en opbouwers in de (i)Samenleving. Zij zijn zeer goed online en maken zich geen zorgen om (hun) privacy in de (i)Samenleving. De uitdagingen voor de (i)Overheid zijn 1) een beleid waarmee zij trainingen gaan verzorgen ter verhoging van het digibewustzijn en digivaardigheden binnen en buiten de Rijksdienst op basis van hun eigen ervaringen en 2) een beleid in de vorm (i)Burger & (i)Ambtenaar netwerken waaraan zij kunnen participeren als ICT-ervaringsdeskundigen binnen en buiten de Rijksdienst en waarmee zij verandering, innovatie, dialoog, conversatie en plezier (‘fun’) produceren en promoten voor de (i)Samenleving en de (i)Overheid.

## 2. Vervagende grenzen: de opening van geografische en sociale grenzen en het wegvallen van fysieke en conceptuele barrières.

De grenzen binnen en buiten de (i)Samenleving zijn aan het vervagen. De experts, professionals en burgers focussen zich voornamelijk op de vervaging van de grenzen tussen de offline en de onlinewereld in hun leven en werk, omdat zij hier actief mee aan de slag zijn gegaan in social media en online gemeenschappen. De offline wereld is de oude wereld waarvan zij de regels, wetten en omgangsvormen kennen. De online wereld is een nieuwe wereld waar zij steeds meer (be)leven en werken en waarin steeds nieuwe regels, wetten en omgangsvormen worden ontwikkeld. Het Web 1.0 wordt gepercipieerd als het web van de zenders van informatie. Op het Web 2.0 produceren organisaties en consumenten gezamenlijke online content, waarbij zij zowel zenders als ontvangers van informatie zijn. Dat is een nieuwe rol voor beide partijen.

Een gevolg hiervan is dat ook de identiteiten van Nederlanders aan het vervagen zijn. Hun identiteiten als privé-persoon en als werkend persoon in Nederland zijn aangevuld met een derde identiteit als een online wereldburger die (be)leeft en werkt in mogelijk de hele wereld vanuit het ‘moederschap’ Nederland. Zij zijn zich bewust van het nieuwe online business model van ruilhandel gebaseerd op de gratis voordelen van internet en social media in ruil voor het afgeven van hun persoonlijke gegevens zonder financiële transactie. De online (be)leefwereld waar zij zijn toegetreden is een speeltuin waarin geëxperimenteerd wordt met regels, wetten en omgangsvormen waar zij zich op dit moment over (her)bezinnen en veel vragen over hebben.

De antwoorden hopen zij te krijgen van de (i)Overheid. Maar daarvoor moet er veel veranderen bij de huidige overheid die overkomt als Web 1.0, als zender van informatie met websites. Volgens de experts, professionals en burgers moet de (i)Overheid de dialoog en de conversatie aangaan met de (i)Samenleving en over de grens van het Web 1.0 stappen om niet de boot van het Web 2.0 missen.

De (i)Overheid kan Nederlanders op hun identiteit als privé-persoon gaan aanspreken over hun online privacy en persoonsgegevens bij het bedrijfsleven en bij de (i)Overheid. De uitdaging voor de (i)Overheid is dat zij een expert, adviseur en raadgever wordt over de offline en online vervagende grenzen van zowel de voor- als de nadelen van social media en online gemeenschappen in de (i)Samenleving.

De (i)Overheid kan Nederlanders op hun identiteit als werkend persoon aanspreken over hoe om te gaan met online privacy en persoonsgegevens op het werk. De uitdaging voor de (i)Overheid is dat zij als professionele Web 2.0 organisatie de zakelijke dialoog en conversatie met de (i)Samenleving aangaat, waarin zij de nieuwe mogelijkheden, voordelen en de grenzen in de (i)Samenleving aangeeft.

Voor de identiteit van de online wereldburger die steeds meer op het internet leeft en werkt kan de (i)Overheid een eigen online (be)leefwereld met eigen regels, wetten en omgangsvormen lanceren. Dit is een nieuwe uitdaging waarmee de (i)Overheid nieuw, online gezag en autoriteit afdwingt door het gezamenlijk produceren van online content van, voor en door de (i)Samenleving.

### 3. Beheersing van de houdbaarheid van de leefomgeving: de groeiende bewustwording voor milieuaspecten voedt innovatie.

De burgers en bedrijven van de (i)Samenleving internaliseren en integreren de houdbaarheid van de leefomgeving steeds meer in hun leven en werk. Duurzaamheid is steeds minder een abstract maatschappelijk fenomeen en bestaat steeds meer uit producten en diensten die 'goed' zijn voor de houdbaarheid van de leefomgeving. De houdbaarheid van de leefomgeving en duurzaamheid zijn niets nieuws, maar de online gemeenschappen die zich vormen voor praktische oplossingen die tegelijkertijd 'goed' zijn voor een betere eigen leefomgeving, en dus ook betere wereld, zijn dat wel. In deze online gemeenschappen ontstaat nieuwe samenwerking, als ruilhandel (ik kook voor jou en jij repareert mijn fiets) of als financiële transactie (het verhuren van je auto als je deze zelf niet gebruikt).

De (i)Overheid kan als een persoonlijke coach en adviseur burgers gaan voorlichten hoe zijn 'goed' kunnen consumeren op de vele terreinen en manieren in de (i)Samenleving. De (i)Overheid kan als zakelijke partner 'goede' bedrijven gaan ondersteunen, helpen en adviseren in een win/win-situatie. Hoe meer burgers 'goed' consumeren, hoe meer de doelen en belangen van de burgers, bedrijven en de (i)Overheid worden gehaald. De volgende stap is dat burgers als consumenten zelf in actie komen binnen online gemeenschappen. De (i)Overheid kan deze online gemeenschappen met goede, duurzame bedoelingen in kaart gaan brengen en deze kennis online delen met burgers en bedrijven. Tevens kan zij samenwerking (onder)zoeken met burgers, bedrijven en online-gemeenschappen als promotor en aanjager van 'goede', duurzame online (be)leefwerelden in Nederland die door middel van online maatschappelijke innovatie bijdragen aan de houdbaarheid van de leefomgeving in de (i)Samenleving.

### 4. Groeiende zorg over risico's en veiligheid: nieuwe risico's en de noodzaak van voorzorgsmaatregelen en vooruitzien in een complexe wereld.

In de desk research en interviews valt op dat experts, professionals en burgers zich steeds meer gaan focussen op de online risico's en veiligheid van de (i)Samenleving. Volgens hen zijn de offline risico's en veiligheid geregeld en duidelijk, waardoor zij steeds minder of helemaal niet meer spreken over gevaren in de echte, offline realiteit van alle dag. De nieuwe online beleefwereld heeft vele voordelen. Maar hoe meer duidelijkheid er ontstaat over de ontwikkeling, weg en richting ervan, hoe meer onduidelijkheid over de bescherming van privacy en persoonsgegevens er over blijft.

In de desk research en de interviews zijn percepties aangetroffen over privacy die ten einde zou zijn en persoonsgegevens die met één druk op de knop voorgoed verloren zouden zijn aan de eigenaren van die webdata, vooral de grote bekende internetbedrijven als Google, Facebook, Microsoft en Apple, en ook, maar in mindere mate aan overheden. Gelden de Nederlandse wetten, regels en bescherming op het internet, volledig, gedeeltelijk of helemaal niet? De (i)Overheid kan als wetgever en voorlichter de grens gaan trekken en verduidelijken over het offline en/of online geldingsgebied van wetten en regels voor Nederlandse burgers die wereldwijd surfen.

Deze online vervagende grens geldt niet alleen voor het internet, social media en online gemeenschappen, maar ook voor cybermisdaad, -terrorisme en -oorlog waar sommige experts, professionals en burgers ook voor vrezen. Hun vraag aan de (i)Overheid is wat er gebeurt met hun en 'onze' digitale data en persoonsgegevens als er buitenlandse mogendheid - of een aanvaller van een andersoortige online grootte - ons land aanvalt of 'binnenvalt', offline en/of online. Wat is preventieve digitale wijsheid en wat te doen bij een online alarm- of noodtoestand?

Gezien de vele vragen op het gebied van de online risico's en veiligheid van privacy en persoonsgegevens die zijn aangetroffen in de desk research en de interviews, kan de (i)Overheid in samenwerking met de burgers, professionals, bedrijven en andere organisaties in Nederland een online (be)leefwereld gaan bouwen over de richtlijnen, regels, wetten en omgangsvormen inzake risico's en veiligheid op het internet. Een andere optie is de introductie van privacybeschermende technologieën als een goede en acceptabele introductie van de (i)Overheid. Met deze beide beleidsopties kan de (i)Overheid de antwoorden gaan geven op de vragen van burgers, experts en professionals binnen en buiten de Rijksdienst omtrent hun groeiende zorg voor online risico's en veiligheid in de (i)Samenleving.

#### 5. De Netwerk Samenleving: sociale netwerken, collectieve intelligentie, web 2.0 en 'The Internet of Things'.

De megatrend van de Netwerk Samenleving kent de meest positieve beleving in de perceptie van de experts, professionals en burger die zijn geraadpleegd. De Netwerk Samenleving is in hun ogen een actualiteit, een feit en een veelbelovende toekomstverwachting. De Netwerk Samenleving is volgens hen een verbindend element en maatschappelijke kracht tussen netwerken van mensen en technologieën waarmee vrijheid, voordelen, snelheid en gemak worden gerealiseerd in de (i)Samenleving. Volgens hen maken online en mobiele apps het huidige, dagelijkse netwerkleven snel, makkelijk en leuk. En de toekomst van het internet belooft nog meer nieuws, al noemen slechts enkele experts, professionals en burgers dit al het *Web 3.0*, het semantische internet dat informatie kan begrijpen en duiden.

Opvallend in de literatuur en de interviews is dat er nauwelijks tot geen beleving is over de (i)Overheid als een online netwerk in de (i)Samenleving. Dat de (i)Overheid de maker en de handhaver van wetten en regels is, wordt geaccepteerd. Maar de manier waarop dat gebeurt en over gecommuniceerd wordt, daar ligt een grote, nieuwe kans voor de (i)Overheid. De (i)Overheid zou zich veel meer en duidelijker kunnen presenteren als een online netwerk-overheid in de (i)Samenleving.

Enkele experts, professionals en burgers waarschuwen dat als de (i)Overheid geen gebruik gaat maken van deze nieuwe ICT-netwerkmogelijkheden, haar autoriteit en gezag zou kunnen gaan afnemen of verdwijnen in de (i)Samenleving. In de Netwerk Samenleving wordt de (i)Overheid gezien als de afwezige partij. De online wereld zonder (i)Overheid is een bevrijdend, maar ook grimmig toekomstbeeld voor hen.

De (i)Overheid kan de maker en handhaver worden van nieuwe online wetten, regels en richtlijnen in de (i)Samenleving in samenwerking met burgers en professionals. Hiertoe kunnen nieuwe maatschappelijke fenomenen in de (i)Samenleving, zoals 'Big Data', 'co-creatie', 'crowdsourcing', 'crowdfunding' en 'the Wisdom of the crowd', worden ingezet. De (i)Overheid kan zich op deze manier introduceren en presenteren als een expert, adviseur, begeleider, coach en helpdesk in een online (be)leefwereld, een platform van de netwerk-overheid in de (i)Samenleving. Bovendien zou kunnen worden geëxperimenteerd met 'e-governance' en 'e-government' in kleine testomgevingen die bij succes kunnen worden uitgerold naar de gehele (i)Samenleving.

#### 6. Het Intelligente Tijdperk: het scheppen van intelligente artefacten, verbetering van de mens, convergerende (samenvallende) technologieën en de maakbaarheid van de natuur.

Het Intelligente tijdperk is vooral een onderwerp in de literatuur van experts, zoals TNO, de Stichting Toekomstbeeld der Techniek (STT) en het Rathenau instituut. Volgens de literatuur geldt voor Het Intelligente Tijdperk hetzelfde als voor robots; beiden zijn al realiteit, maar worden ten minste in de nabije, maar vooral in de verre toekomst mentaal gepositioneerd. Hier wordt de term 'Science Fiction' voor gebruikt; 'Science Fiction' die al realiteit en een feit is. Toch worden sommige fenomenen van Het Intelligente Tijdperk ook al door professionals en burgers in de interviews besproken, zoals thuisrobots die ook een populair onderwerp zijn van experts. Enerzijds zouden robots het werk van mensen kunnen gaan overnemen. Anderzijds is de perceptie aangetroffen dat robots het onaangename werk van mensen uit handen gaan nemen, en zodoende het leven en werken in de (i)Samenleving aangenamer gaan maken. Hoe dan ook, het Intelligente Tijdperk wordt gepercipieerd als een voorbode van wat de (i)Samenleving te wachten staat.

Net zoals de hiervoor besproken megatrends, heeft Het Intelligente Tijdperk ook gepercipieerde schaduwzijden. De innovaties tussen technologie en mens kunnen verstrekkende gevolgen hebben voor de (i)Samenleving waarbij maatschappelijke, juridische en ethische grenzen zullen worden gaan uitgedaagd. Enerzijds hebben de ongerealiseerde innovaties van Het Intelligente Tijdperk de vrijheid van onderzoeken en experimenteren nodig. Anderzijds vragen gerealiseerde innovaties om wetten en regels in het publieke domein van de (i)Samenleving. De vraag van experts is wanneer deze wetten en regels kunnen en moeten worden gemaakt, voor, tijdens en/of na het innovatieproces?

Het is opvallend dat er in de interviews nauwelijks expliciet wordt gesproken over Het Intelligente Tijdperk en de consequenties daarvan in de (i)Samenleving. Experts wijzen in de literatuur op het belang van maatschappelijke discussie over de ingrijpende veranderingen die Het Intelligente Tijdperk zal gaan veroorzaken in de (i)Samenleving. De (i)Overheid kan een voorschot op de toekomst nemen door zich te introduceren en te presenteren als beschermers, behoeder en wetgever van de privacy, persoonsgegevens en persoonlijke data van Het Intelligente Tijdperk. De (i)Overheid kan als voorlichter en communicator de (i)Samenleving gaan betrekken bij deze geheel nieuwe wereld door middel van proactieve publieksvoorlichting over de nabije en verre toekomst in ons land.



Op basis van juiste kennis over Het Intelligente Tijdperk kan voorkomen worden dat de maatschappelijke discussie over moeilijk te beheersen positieve of negatieve meningen, houdingen, sentimenten en gevoelens zal gaan. De resultaten van de desk research en de interviews maken duidelijk dat de experts, professionals en burgers nieuwsgierig zijn naar de positieve en de negatieve kanten van het leven en werken in de toekomst van de (i)Samenleving.

Omdat de enerzijds onzichtbare trends en ontwikkelingen van Het Intelligente Tijdperk zich ontwikkelen in de laboratoria en testomgevingen van wetenschappers, terwijl slechts delen ervan zichtbaar zijn in de literatuur en op het internet, adviseer ik de (i)Overheid om een toekomstafdeling in samenwerking met technologische, juridische en ethische experts te gaan bouwen ter voorbereiding op de grote veranderingen, uitdagingen en bedreigingen die de (i)Samenleving op dit gebied te wachten staan.

#### De gepercipieerde doelgroepen van de (i)Samenleving en de (i)Overheid

Op basis van de desk research en interviews adviseer ik de opdrachtgevers om de volgende doelgroepindeling voor de (i)Samenleving en de (i)Overheid te gaan hanteren:

- *Senioren*, geboren tussen 1930-1945
- *Babyboomers*, geboren 1945-1960
- *Generatie X*, geboren 1960-1975
- *Generatie Next*, of *Generatie Y*, geboren 1975-1990
- *Generatie Z*, geboren tussen 1990-2005 (uit het in 2011 verschenen gelijknamige boek van Dr. Jos Ahlers en René Boender).

Daarnaast is een relevante nieuwe blik op de doelgroepen van de (i)Samenleving aangetroffen in het dit jaar verschenen boek 'Voorgeprogrammeerd – Hoe Internet ons leven leidt' van het Rathenau Instituut, en ook in andere publicaties van dit instituut. De onderzoekers beschrijven de volgende vier digitale gebruikerstypen in de (i)Samenleving:

- Enthousiastelingen; Mensen met veel internetervaring die zich juist graag laten voorprogrammeren. Dit type gebruiker heeft in de regel veel schermen tegelijk openstaan, reageert snel op nieuwe toepassingen om die even uit te proberen en ziet internet als een middel om het leven efficiënter, aangenamer en makkelijker te maken, ook al is hij er uiteindelijk veel tijd mee kwijt. Zij hebben meerdere email-accounts om de spam die volgt bij het inschrijven van een nieuwe dienst ergens onder te brengen, de zogeheten 'troep-account'. Het begrip 'voorgeprogrammeerd' roept bij de enthousiastelingen vooral de associatie op dat 'het internet voor ons is voorgeprogrammeerd' en dat is handig.
- Controleurs; Veel gebruikers die zich liever niet laten voorprogrammeren, zijn ook wel nieuwsgierig naar nieuwe toepassingen, maar zoeken eerst uit hoe het werkt voor ze meedoen. Zij zijn in de regel ook veel bezig instellingen te wijzigen naar eigen behoeften, oftewel

herprogrammeren. Zij hebben ook meerdere emailaccounts, maar meer uit privacy overwegingen: bewust sturen wie wat van hen te zien krijgt. De controleur heeft een meer negatieve associatie over ‘voorgeprogrammeerd’, in de zin van ‘zij proberen ons voor te programmeren’. De controleur heeft allerlei voorbeelden om dit te onderbouwen en heeft strategieën ontwikkeld om dat tegen te gaan.

- Volgers; Mensen met weinig internetervaring gaan meer uit van één mailaccount, van waaruit ze alle online diensten gebruiken. Laten zij zich voorprogrammeren, dan is dat niet zozeer een bewuste keuze, maar meer het gevoel dat het nu eenmaal zo hoort. Ze proberen mee te doen met sociale media, beginnen met surfen en eindigen ergens anders dan bedoeld en hebben het gevoel dat het internet hen overkomt. De volgers hadden wat minder associaties bij ‘voorgeprogrammeerd’ en keken de onderzoekers dan vragend aan: ‘Voorgeprogrammeerd, dat klinkt wel erg technisch...’
- Afwijzers; Mensen met weinig ervaring met het internet die zich niet laten voorprogrammeren, zijn afwijzend richting het internet: soms cynisch, dan weer angstig of gewoon negatief, terwijl ze die mening toch vooral baseren op meningen van anderen. De afwijzer heeft een meer negatieve associatie over ‘voorgeprogrammeerd’, in de zin van ‘zij proberen ons voor te programmeren’, terwijl hij zich meer baseert op verhalen die hij van anderen heeft gehoord.

Voor de volgende fasen van de verkenning is het raadzaam om de vijf generaties en de vier digitale gebruikerstypen exploratief-kwalitatief diepgaand te duiden en zo nodig, representatief-kwantitatief vast te stellen, zowel binnen als buiten de Rijksdienst. Hierdoor kan inzicht worden verkregen in de doelgroepen die de mate van succes van zowel de (i)Samenleving als de (i)Overheid in Nederland zullen beïnvloeden en bepalen.

Generaties & digitale gebruikerstypen in de (i)Samenleving & (i)Overheid	Senioren Geboren 1930-1945	Babyboomers Geboren 1945-1960	Generatie X Geboren 1960-1975	Generatie Y Geboren 1975-1990	Generatie Z Geboren 1990-2005
Enthousiastelingen					
Controleurs					
Volgers					
Afwijzers					

# Aanbevelingen

## Aanbevelingen

De centrale onderzoeksvraag van de ondernomen desk research en stakeholder-interviews is:

*Wat zijn de relevante trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving? En wat betekent dit voor de (i)Overheid?*

De termen (i)Samenleving en (i)Overheid kunnen zowel intern als extern worden gebruikt vanwege de vastgestelde (h)erkenning en overwegend positieve associaties ervan bij experts, professionals en burgers. De termen geven aan dat zowel de samenleving als de overheid veranderen en zich aanpassen aan de nieuwe digitale tijd in Nederland en daarbuiten.

De combinatie van de langzame evolutie in de afgelopen twintig jaar en de snelle revolutie in de afgelopen recente jaren kan worden omschreven als de (r)evolutie van de (i)Samenleving. Mijn advies luidt dat de (i)Overheid meer aan dient te sluiten bij de trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving om haar gezag en autoriteit te waarborgen.

De (i)Overheid kan zich richten op de grote massa van Nederlanders die steeds meer online (be)leven en werken. Echter, de 3 miljoen 'offliners' in Nederland, bestaande uit ouderen en mensen die niet goed kunnen lezen en schrijven door diverse redenen, dienen daarbij niet uit het oog te worden verloren om te voorkomen dat zij worden 'afgesloten' van de (i)Overheid. Mijn advies luidt om de (i)Overheid in de komende jaren zowel online als offline te laten werken, en zeker niet volledig online te laten werken.

Ten behoeve van een volledig en overkoepelend beeld van de trends en ontwikkelingen in (i)Samenleving heb ik de zes megatrends uit het TNO-rapport 'Megatrends – A broad outlook on innovation' uit december 2010 als een analysemodel van de (i)Samenleving overgenomen. Ik adviseer om deze zes megatrends als toekomstgerichte toetsingscriteria van innovatie te gaan hanteren waar de (i)Overheid in haar huidige en toekomstige vorm, organisatie en beleid minimaal aan dient te voldoen.

- 1) De megatrend van de vergrijzing en fragmentatie van traditionele sociale structuren door de toenemende levensverwachting en pluralisatie van levensstijlen noopt tot een generationeel doelgroepbeleid met rollen waarmee de verschillende generaties van Nederland zich positief kunnen identificeren met de (i)Overheid. Hoe jonger de generatie is, hoe meer zij online (be)leeft en werkt. De senioren (geboren 1930-1945), de babyboomers (geboren 1945-1960), de Generatie X (geboren 1960-1975) en de Generatie Y (geboren 1975-1990) zijn de volwassen doelgroepen van de (i)Overheid op dit moment. Mijn advies voor de (i)Overheid is om een inter-generatieel doelgroepbeleid te ontwikkelen waardoor alle generaties zich persoonlijk door haar voelen aangesproken en bediend, zowel binnen als buiten de Rijksdienst, en zowel offline als online. Hiermee laat de (i)Overheid blijken oog te hebben voor het verleden (oudere generaties), heden (tussen-generaties) en de toekomst (jongere generaties) van de (i)Samenleving.

- 2) De megatrend van de vervagende grenzen door de opening van geografische en sociale grenzen en het wegvallen van fysieke en conceptuele barrières heeft tot gevolg dat experts, professionals en burgers zich mentaal voornamelijk focussen op de vervaging van de grenzen tussen de offline en de onlinewereld. Het Web 1.0 wordt gepercipieerd als het web van de zenders van informatie. Op het Web 2.0 produceren organisaties en consumenten gezamenlijke online content, waarbij zij zowel zenders als ontvangers van informatie zijn. Volgens de experts, professionals en burgers moet de (i)Overheid de dialoog en de conversatie hierover aangaan met de (i)Samenleving. De (i)Overheid moet over de grens van het Web 1.0 stappen om de boot van het Web 2.0 niet te missen. De (i)Overheid kan Nederlanders hierbij aanspreken op de drie identiteiten in de (i)Samenleving die zijn vastgesteld; als privé-persoon, als werkend persoon en als online wereldburger die (be)leeft en werkt op het wereldwijde web. Nieuwe wetten, regels en ‘grenzen’ van de (i)Overheid op dit nieuwe online-gebied kunnen worden opgesteld in samenwerking met de (i)Samenleving met behulp van de ICT-mogelijkheden die het Web 2.0 daartoe biedt. Mijn advies luidt om de communicatie van de (i)Overheid hieromtrent in te richten als een combinatie van ‘top-down’ en ‘bottom-up’ communicatie, als gelijkwaardig, interactief tweerichtingsverkeer tussen de (i)Overheid en de (i)Samenleving naar het voorbeeld van social media en online gemeenschappen op het Web 2.0. Hierdoor zal een nieuwe, moderne ‘community’-beleving van de (i)Overheid en de (i)Samenleving kunnen gaan ontstaan over het verleden (offline), heden (offline & online) en de toekomst (steeds meer online) van ons land.
- 3) De megatrend van de beheersing van de houdbaarheid van de leefomgeving door de groeiende bewustwording voor milieuaspecten die innovatie voedt is steeds meer aan het ‘landen’ in de (i)Samenleving. De (i)Overheid kan als een persoonlijke coach en adviseur burgers gaan voorlichten hoe zijn ‘goed’ kunnen consumeren op de vele terreinen en manieren in de (i)Samenleving. De (i)Overheid kan als zakelijke partner ‘goede’ bedrijven gaan ondersteunen, helpen en adviseren in een win/win-situatie. De (i)Overheid kan de nieuwe online gemeenschappen met goede, duurzame bedoelingen in kaart gaan brengen en deze kennis online delen met burgers en bedrijven. Tevens kan zij samenwerking (onder)zoeken met burgers, bedrijven en online-gemeenschappen als promotor en aanjager van ‘goede’, duurzame online (be)leefwerelden in Nederland die door middel van online maatschappelijke innovatie bijdragen aan de houdbaarheid van de leefomgeving in de (i)Samenleving. Mijn advies luidt om de houdbaarheid van de leefomgeving expliciet in alle beleidsterreinen van de (i)Overheid te integreren; duurzaamheid als een algemeen geldend, intrinsiek criterium waarmee de (i)Overheid en de (i)Samenleving steeds nauwer kunnen gaan samenwerken met een positief gemeenschappelijk doel vanuit het verleden (milieu), via het heden (duurzaamheid) richting de toekomst (online gemeenschappen met goede, duurzame bedoelingen).
- 4) De megatrend van de groeiende zorg over risico’s en veiligheid door nieuwe risico’s en de noodzaak van voorzorgsmaatregelen en vooruitzien in een complexe wereld leidt ertoe dat experts, professionals en burgers zich steeds meer gaan focussen op de online risico’s en veiligheid van de (i)Samenleving. De (i)Overheid kan als wetgever en voorlichter de grens gaan trekken en verduidelijken wat betreft het offline en/of online geldingsgebied van wetten en

regels voor Nederlandse burgers die online leven en werken. Meer duidelijkheid over de bescherming van privacy en persoonsgegevens is niet alleen gewenst op de gebieden van internet, social media en online gemeenschappen, maar ook over cybermisdaad, -terrorisme en -oorlog. De (i)Overheid kan in samenwerking met burgers, professionals, bedrijven en andere organisaties in Nederland een online (be)leefwereld gaan bouwen over de richtlijnen, regels, wetten en omgangsvormen inzake risico's en veiligheid op het internet. Een andere optie is de introductie van privacybeschermende technologieën als een goede en acceptabele introductie van de (i)Overheid. Mijn advies voor de (i)Overheid is om beide beleidsopties zo snel mogelijk in te gaan zetten om aan deze duidelijke, actuele vraag en behoefte van de (i)Samenleving te kunnen gaan voldoen.

- 5) De megatrend van de Netwerk Samenleving, bestaande uit sociale netwerken, collectieve intelligentie, web 2.0 en 'The Internet of Things' heeft de meest positieve beleving onder experts, professionals en burgers die zijn geraadpleegd. De Netwerk Samenleving is in hun ogen een actualiteit, een feit en een veelbelovende toekomstverwachting. De Netwerk Samenleving is volgens hen een verbindend element en maatschappelijke kracht tussen netwerken van mensen en technologieën waarmee vrijheid, voordelen, snelheid en gemak worden gerealiseerd in de (i)Samenleving. Opvallend in de literatuur en de interviews is dat er nauwelijks tot geen beleving is over de (i)Overheid als een online netwerk in de (i)Samenleving. De (i)Overheid kan zich veel meer en duidelijker presenteren als een online netwerk-overheid in de (i)Samenleving. Enkele experts, professionals en burgers waarschuwen dat als de (i)Overheid geen gebruik gaat maken van deze nieuwe ICT-netwerkmogelijkheden, haar autoriteit en gezag zou kunnen gaan afnemen of verdwijnen in de (i)Samenleving. De (i)Overheid kan de maker en handhaver worden van nieuwe wetten, regels en richtlijnen in de (i)Samenleving in samenwerking met burgers en professionals. Hiertoe kunnen nieuwe maatschappelijke fenomenen in de (i)Samenleving, zoals 'Big Data', 'co-creatie', 'crowdsourcing', 'crowdfunding' en 'the Wisdom of the crowd' worden ingezet. De (i)Overheid kan zich op deze manier introduceren en presenteren als een expert, adviseur, begeleider, coach en helpdesk in een online (be)leefwereld, een online platform van de netwerk-overheid in de (i)Samenleving. Bovendien zou daar kunnen worden geëxperimenteerd met 'e-governance' en 'e-government' in kleine testomgevingen die bij succes kunnen worden uitgerold naar de gehele (i)Samenleving. Mijn advies voor de (i)Overheid is om een netwerk-overheid te worden die aansluit bij de Netwerk Samenleving, omdat dit een unieke, positieve en verbindende nieuwe kans is voor zowel de (i)Overheid als de (i)Samenleving om meer met elkaar te gaan samenwerken als een netwerk waarin beide partijen elkaar en zichzelf (h)erkennen.
- 6) De megatrend van Het Intelligente Tijdperk, ofwel het scheppen van intelligente artefacten, verbetering van de mens, convergerende (samenvallende) technologieën en de maakbaarheid van de natuur is vooral een onderwerp in de literatuur van experts. Het Intelligente Tijdperk wordt gepercipieerd als een voorbode van wat de (i)Samenleving te wachten staat. Experts wijzen in de literatuur op het belang van maatschappelijke discussie over de ingrijpende veranderingen die Het Intelligente Tijdperk zal gaan veroorzaken in de (i)Samenleving. De (i)Overheid kan een voorschot op de toekomst nemen door zich te introduceren en te

presenteren als beschermer, behoeder en wetgever op het gebied van de privacy, persoonsgegevens en persoonlijke data in de nabije en verre toekomst. De (i)Overheid kan als voorlichter en communicator de (i)Samenleving gaan betrekken bij deze geheel nieuwe wereld door middel van proactieve publieksvoorlichting hierover. Omdat de enerzijds onzichtbare trends en ontwikkelingen van Het Intelligente Tijdperk zich ontwikkelen in de laboratoria en testomgevingen van wetenschappers, terwijl slechts delen ervan zichtbaar zijn in de literatuur en op het internet, adviseer ik de (i)Overheid om een toekomstafdeling op te richten met technologische, juridische en ethische experts ter voorbereiding op de grote door technologie aangedreven veranderingen, kansen en bedreigingen die de (i)Overheid en de (i)Samenleving in de komende jaren te wachten staan.

Tot slot adviseer ik de opdrachtgevers om de onderstaande doelgroepindeling voor de (i)Samenleving en de (i)Overheid te gaan hanteren. Voor de volgende fasen van de verkenning is het raadzaam om de vijf generaties en de vier digitale gebruikerstypen exploratief-kwalitatief diepgaand te duiden en zo nodig, representatief-kwantitatief vast te stellen, zowel binnen als buiten de Rijksdienst. Hierdoor kan inzicht worden verkregen in de doelgroepen die de mate van succes van zowel de (i)Samenleving als de (i)Overheid, en de hierboven geschetste toekomstgerichte toetsingscriteria van innovatie, zullen beïnvloeden en bepalen in Nederland.

Generaties & digitale gebruikerstypen in de (i)Samenleving & (i)Overheid	Senioren Geboren 1930-1945	Babyboomers Geboren 1945-1960	Generatie X Geboren 1960-1975	Generatie Y Geboren 1975-1990	Generatie Z Geboren 1990-2005
Enthousiastelingen					
Controleurs					
Volgers					
Afwijzers					

## **Bijlage 1**

## **Reacties op 5 ICT-trends uit ‘Vernieuwing Rijksdienst’ (2010)**

In de interviews met professionals binnen en buiten de Rijksdienst en burgers zijn de vijf ICT-trends uit het rapport ‘Vernieuwing Rijksdienst’ uit 2010 besproken. Ook enkele contactpersonen voor de informatiebronnen tijdens de desk research hebben op de definities van deze ICT-trends gereageerd. Hieronder geef ik de reacties en aanbevelingen van de experts, professionals en burgers kort weer. De meeste experts, professionals en burgers hebben de namen en definities van de ICT-trends gelezen, nadat na aanvang van het veldwerk is gebleken dat de namen en definities mondeling voorgelezen door de onderzoeker niet goed konden worden getest.

### 1. Networking

*“De allesoverheersende trend is dat ICT in toenemende mate in de vorm van netwerken tussen actoren en hun computermedia met informatiebestanden verschijnt. Dit is een fundamenteel verschil met de wereld van losstaande apparatuur en databases van het verleden.”*

Het woord ‘networking’ spreekt positief tot de verbeelding van experts, professionals en burgers, omdat het enerzijds refereert aan technologische netwerken, maar vooral wordt opgevat als netwerken tussen en van mensen. De aantrekkingskracht van de woorden ‘networking’ en ‘netwerken’ is goed te verklaren vanuit de hiervoor beschreven megatrend van de Netwerk Samenleving. Het woord ‘actoren’ wordt niet door alle professionals en burgers goed begrepen.

### 2. The Internet of People

*“Van Web 1.0, het internet als massamedium naar Web 2.0, user-generated content en voor de uitwisseling van de meest uiteenlopende boodschappen tussen gebruikers. Daarmee heeft de overheid nadrukkelijker dan ooit concurrentie gekregen van de samenleving als informatieverwerkend systeem.”*

Het woord ‘The Internet of People’ spreekt de meeste professionals en burgers aan, omdat het wordt geassocieerd met het internet van, voor en door mensen. Deze positieve waardering kan ook worden verklaard vanuit de megatrend van de Netwerk Samenleving met technologische en menselijke netwerken. Het woord ‘user-generated’ is voor sommige professionals en burgers niet duidelijk, terwijl dat de kern van het Web 2.0 is. De meeste professionals en burgers in de interviews hebben commentaar op het feit dat de overheid concurrentie zou hebben gekregen van de Samenleving, omdat de overheid volgens hen deel uitmaakt van de Samenleving.



### 3. The Internet of Things (mobiliteit, vervoer, infrastructuur)

*“Allerlei apparaten worden rechtstreeks op het Internet aangesloten en fungeren ofwel als sensoren dan wel als actoren. Deze sensornetwerken bevatten intelligentie doordat de regelsystemen met regelkringen direct reageren op veranderingen. Veranderingen die ingezet zijn door mensen en hun feitelijke gebruik/verbruik.”*

Het woord ‘The Internet of Things’ is voor de meeste professionals en burgers in de interviews onbekend, maar spreekt wel aan vanwege de associatie met nieuwe online apparaten die het leven makkelijker en aangenamer maken gebaseerd op menselijk gebruik/verbruik. De woorden ‘sensoren’, ‘actoren’, ‘sensornetwerken’, ‘regelsystemen’ en ‘regelkringen’ zijn voor sommige professionals en burgers niet duidelijk. Deze ICT-trend past bij de megatrends van de vervagende grenzen (tussen apparaten en het internet) en bij de groeiende zorg om risico’s en veiligheid, omdat er ook vragen over de bescherming van de privacy en de veiligheid van de technologie worden gesteld.

### 4. Ubiquitous computing en mobiele applicaties

*“De opkomst van ICT die in alle omgevingen van mensen verwerkt is door middel van netwerken en mobiele apparatuur. Men noemt dit ubiquitous computing of ambient intelligence. Een voorbeeld hiervan in Cloud computing.”*

Voor de meeste professionals en burgers in de interviews is het Engelse woord ‘ubiquitous’ onbekend en ook met de uitleg moeilijk te begrijpen. Hetzelfde geldt voor ‘ambient intelligence’. ‘Cloud computing’ is een bekender woord. Het feit dat geen vaste computer meer nodig is voor datagebruik en -opslag is, kan duidelijker worden uitgelegd. Deze ICT-trend past bij de megatrends van de vervagende grenzen (tussen apparaten en het internet) en de Netwerk Samenleving. Leven en werken worden er makkelijker en sneller door. Maar ook de megatrend van de groeiende zorg om risico’s en veiligheid speelt bij de ICT-trend, omdat aan de bescherming van de privacy door datalekken en zodoende aan de risico’s en veiligheid ervan wordt getwijfeld door veel professionals en burgers in de interviews.

### 5. Grootschalige real-time registraties in sectoren

*“ICT als middel om ketengericht (tussen organisaties) te kunnen gaan werken met grote controle-, beveiligings- en privacyproblemen versus kleinschaliger systemen.”*

Het Engelse woord ‘real-time’ is voor sommige professionals en burgers niet duidelijk. Ook vragen enkele deelnemers wat met ‘sectoren’ wordt bedoeld. Deze ICT-trend wordt geassocieerd met efficiëntie voor de organisaties en de gebruikers ervan. Deze ICT-trend raakt de megatrend van vervagende grenzen (tussen organisaties) en de Netwerk Samenleving. Maar de megatrend van de groeiende zorg om risico’s en veiligheid speelt bij deze ICT-trend de grootste rol, omdat datalekken, foutieve informatie en de bescherming van privacy en persoonsgegevens hierbij het meest in het geding komen volgens de meeste

professionals en burgers in de interviews.

In de desk research en de interviews is gebleken dat de definities van de vijf ICT-trends, zoals vastgesteld in het rapport 'Vernieuwing Rijksdienst' uit 2010, opnieuw dienen te worden geformuleerd voor intern en/of extern gebruik vanwege:

- Ingewikkeld taalgebruik zoals dat niet wordt gehanteerd door toegepaste onderzoekers, schrijvers, publicisten, journalisten en trendwatchers om de ICT-trends te signaleren, duiden, verhelderen en toe te lichten. De meeste professionals en burgers geven in de interviews de voorkeur aan simpel en helder taalgebruik over deze ICT-trends.
- Technisch ICT-woordgebruik dat in de informatiebronnen van de desk research deels wel, maar deels ook niet (meer) wordt gebruikt. De meeste professionals en burgers in de interviews begrijpen het technische ICT-woordgebruik niet goed, en soms helemaal niet.
- Stroef taalgebruik, waardoor de indruk ontstaat dat de definities intern taalgebruik zijn van ICT-ers of de overheid. Deze taalbarrière is ook vastgesteld tijdens enkele korte beoordelingen van de ICT-trends door sommige contactpersonen voor de informatiebronnen, waaronder enkele experts die werken in ICT-georiënteerde bedrijven en branche-verenigingen.
- Semantisch niet (meer) kloppende definities door de snelle ontwikkelingen in de ICT, waardoor sommige ICT-termen worden gezien als niet meer actueel.
- Deels goed, deels slecht, maar deels ook niet communicerende definities, omdat het menselijke aspect van, aan en in de ICT-trends op de achtergrond speelt of helemaal niet is opgenomen. Het advies van de onderzoeker is om van iedere ICT-trend het menselijke gebruiksaspect op te nemen in de definitie ervan, zodat gebruikers zich ermee kunnen identificeren.

Hieronder geef ik enkele quotes van professionals en burgers in de interviews weer die de houdingen en attitudes over de definities van de ICT-trends illustreren:

*Quote van een professional buiten de Rijksdienst: "Deze 5 trends zijn 'system-centric'. Wij denken meer 'human-centric'. Wij werken met 'gamification' en 'open source'. Deze trends zouden kunnen worden aangevuld met de Prosumer Culture, de maker-cultuur, de DIY-culturen van mensen."*

*Quote van een professional binnen de Rijksdienst: "Dit zijn allemaal technische ICT-trends. Maar wat gaan de mensen hiermee doen? Hebben sociologen en politicologen ook naar deze definities gekeken?"*

*Quote van een professional binnen de Rijksdienst: "Eigenlijk zou je moeten toevoegen aan welke standaarden een online-organisatie moet voldoen."*

## **Bijlage 2** **Vragenlijst t.b.v. exploratief-kwalitatieve stakeholder-interviews**

### **Vragenlijst Interviews Fase 1**

De centrale onderzoeksvraag is:

*Wat zijn de relevante trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving? En wat betekent dit voor de (i)Overheid?*

De centrale onderzoeksvraag wordt uitgesplitst in de volgende deelvragen:

*Wat is de gepercipieerde stand van zaken en de toekomstverwachting op het gebied van*

- *'Networking'*
- *'The Internet of People'*
- *'The Internet of Things'*
- *Ubiquitous computing en mobiele applicaties?*
- *Real-time registraties in sectoren*

Na de beantwoording van de bovenstaande vragen zal tevens de tweede onderzoeksvraag uit het memo 'Plan van aanpak toekomstgerichte B&I vraag 2012: Is de (i)Overheid klaar voor de (i)Samenleving?' kunnen worden beantwoord op basis van de voorgestelde desk research en de interviews, te weten:

*"Wat zijn in samenhang daarmee de belangrijkste dilemma's en paradoxen voor de (i)Overheid, kortweg (i)O en in het bijzonder voor B&I?"*

Ofwel, welke antwoorden kunnen worden gegeven op de digitale dilemma's voor de elektronische overheid anno 2010 uit de bijlage in de memo op basis van de desk research en de interviews?

Deze concept-vragenlijst is opgesteld door de externe onderzoeker Klaus van den Berg in overleg met BZK. De definitieve vragenlijst is goedgekeurd door de opdrachtgever(s) bij BZK, voordat de interviews zijn afgenomen.

- **Welkom** door de onderzoeker. Dit jaar voert het Ministerie van Binnenlandse Zaken de Verkenning (i)Samenleving en (i)Overheid uit. Jaarlijks wordt er bij de directie Burgerschap en Informatiebeleid één toekomstgerichte vraag centraal gesteld. Voor 2012 is dat de vraag “Is de overheid klaar voor de (i)Samenleving?” In deze verkenning zullen burgers en professionals actief worden betrokken om hun ervaringen, meningen en toekomstverwachtingen ten aanzien van de relevante trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving te delen.
- Als onderzoeker ben ik **extern** ingehuurd, en zodoende objectief en onafhankelijk. Ik werk voor verschillende opdrachtgevers bij bedrijven, overheden, NGO's en goede doelen. Ik ben geïnteresseerd in het gedrag en de meningen van allerlei soorten mensen en groepen op velerlei gebied. Aangezien ik niet zelf betrokken ben bij de onderwerpen die we gaan bespreken, zal ik veel doorgevragen over de antwoorden die u geeft op mijn vragen.
- Alles kan en mag gezegd worden, zoals u dit met de onderzoeker wilt bespreken. Er is een vragenlijst als geheugensteuntje voor de onderzoeker. Maar uw spontane ideeën, gedachten en associaties zijn ook interessant om te bespreken. U wordt uitgenodigd om vooral veel **'hardop te denken'**, zodat de onderzoeker en de notulist uw gedachtes en overwegingen goed kunnen volgen.
- Vaak worden dit soort interviews 'live' bekeken door de opdrachtgevers via een camera. In dit onderzoek is dit niet het geval. Wel loopt er een **audio-tape** mee voor de schriftelijke vastlegging in de vorm van notulen waarop mijn analyse en de rapportage zullen worden gebaseerd. Mag ik hiervoor uw mondelinge toestemming?
- Deze audio-opnames blijven in het **bezit van de onderzoeker** en worden niet overhandigd aan de opdrachtgevers bij BZK, mits u daar schriftelijke toestemming voor hebt verleend aan de onderzoeker. Indien de opdrachtgevers bij BZK uw audio-opnames na dit interview willen beluisteren, dan zal ik u persoonlijk benaderen voor uw schriftelijke toestemming daarvoor. Gaat u daarmee akkoord?
- U heeft per email aangegeven **wel of niet anoniem** mee te willen doen aan dit onderzoek. Kunt u dit nogmaals mondeling bevestigen?
  - Anonieme deelname betekent dat uw persoonsgegevens, zoals uw naam, niet door mij bekend worden gemaakt aan mijn opdrachtgevers bij BZK. Ook eventuele illustratieve quotes uit dit interview zullen dan anoniem worden gerapporteerd. In dit geval start ik de audio-tape, nadat u uw naam heeft genoemd als u zich straks aan mij gaat voorstellen. Mag ik daarvoor uw mondelinge toestemming? Uiteraard mag u uw naam en andere persoonsgegevens ook helemaal niet noemen in dit interview.
  - Als u niet anoniem wilt meewerken aan dit onderzoek, dan kunt u zelf aangeven welke van uw persoonsgegevens ik mag doorgeven aan mijn opdrachtgevers bij BZK: uw voor-

en achternaam, uw functie, uw organisatie en/of uw contactgegevens? In dit geval start ik de audio-tape zo snel mogelijk, bij voorkeur nu. Mag ik daarvoor uw mondelinge toestemming? Als u wilt dat ik uw naam, functie, organisatie, geslacht en leeftijd bij eventuele illustratieve quotes gebaseerd op uw antwoorden in dit onderzoek vermeld in het eindrapport, dan kunt u dat nu aangeven.

## 2. Voorstellen van de respondent(en) & warming-up

- Kunt u zich **kort voorstellen**, zodat we een algemeen beeld krijgen van wie u bent? Gezinssituatie, leven, werk, vrije tijd, hobbies, passies etc, andere zaken die u belangrijk vindt te vermelden?
- Hoe ziet u **levensloop(baan)** er in het kort uit? Geboorte, school, studie, werk, gezin, andere 'life changing events' die u belangrijk vindt om te vermelden?
- We zullen in dit gesprek samen gaan **reizen door het verleden, het heden en de toekomst** van u zelf en onze samenleving in Nederland. Met de volgende vragen kunnen we alvast een beetje warm draaien voor onze reis door de tijd:
  - Hoe zou u uw persoonlijke verleden omschrijven in een paar kernwoorden? Wat is hetzelfde gebleven? En wat is er veranderd volgens u?
  - Hoe zou u uw persoonlijke heden omschrijven in een paar kernwoorden? Wat blijft hetzelfde? En wat verandert volgens u?
  - En hoe zou u uw persoonlijke toekomst omschrijven in paar kernwoorden? Waar zal hetzelfde blijven? En wat zal er gaan veranderen volgens u?
  - Onderzoeker checkt en notulist noteert of – en zo ja, welke - trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving en de (i)Overheid spontaan worden genoemd door de respondenten zelf, zonder hier al expliciet naar te zijn gevraagd.

### 3. Spontane perceptie trends en ontwikkelingen (i)Samenleving

- Dit onderzoek gaat over de **(i)Samenleving in Nederland**. Heeft u wel eens van deze term gehoord?
  - Zo ja, kunt u in uw eigen woorden beschrijven wat dat is?
  - Zo nee, kunt u in uw eigen woorden beschrijven wat dat zou kunnen zijn?
  - Wat voor beeld roept de (i)Samenleving bij u op? Wat ziet u als ik dat zeg?
  - Waar denkt u spontaan aan bij het woord (i)Samenleving?
  - Hoe klinkt dat woord, de (i)Samenleving, u in de oren? Positief, neutraal, negatief?
  
- Kort samengevat is de (i)Samenleving de moderne informatie-samenleving of de digitale samenleving. In hoeverre voelt u zich daarmee **verbonden**, een deel van uit maken?
  - In uw privé-leven? Zo ja, waarom wel? Zo nee, waarom niet?
  - In uw professionele of werkende leven? Zo ja, waarom wel? Zo nee, waarom niet?
  - In hoeverre vloeien door de (i)Samenleving uw privé-leven en uw werkende leven meer of minder in elkaar over? Kunt u dit toelichten? Wat is uw mening daarover?
  
- We reizen terug naar het **verleden**. Wanneer is de (i)Samenleving in Nederland begonnen?
  - Welke trends en ontwikkelingen kunt u zich daar nog van herinneren?
  - Zijn dit goede, neutrale en/of negatieve herinneringen voor u? Waarom?
  - Behoorde Nederland volgens u tot de voorhoede, de middenmoot of de achterblijvers in vergelijking met andere landen? Kunt u dit toelichten?
  - Wanneer bent u ongeveer begonnen met computers, internet, email, een mobiele telefoon, een smartphone, MSN, Skype, LinkedIn, Hyves, Facebook, Skype, een blog, games en/of virtuele werelden etc? Ben ik iets vergeten te noemen? Begon u op uw werk of in uw privé-leven hiermee?
  - Welke groepen Nederlanders behoorden in het verleden volgens u tot de voorhoede, middenmoot, achterblijvers en 'offliners' van de (i)Samenleving? Kende u dit soort mensen wel of niet persoonlijk?
  - En tot welke groep behoorde u zelf in het verleden? Volgens u zelf en uw omgeving?

- We stappen over naar het **heden**: Wat is de huidige stand van zaken van de (i)Samenleving in Nederland?
  - Welke nieuwe trends en ontwikkelingen ziet u momenteel om u heen?
  - Zijn dit goede, neutrale en/of negatieve trends en ontwikkelingen volgens u? Waarom?
  - Behoort Nederland volgens u momenteel tot de voorhoede, de middenmoot of de achterblijvers in vergelijking met andere landen? Kunt u dit toelichten?
  - Gebruikt u momenteel computers, internet, email, een mobiele telefoon, een smartphone, MSN, Skype, LinkedIn, Hyves, Facebook, Skype, een blog, games en/of virtuele werelden etc? Ben ik iets vergeten te noemen? Wat tijdens uw werk en/of wat in uw privé-leven? Hoeveel uur per dag bent u online, door-de-week en in het weekend?
  - Welke groepen Nederlanders behoren in het heden volgens u tot de voorhoede, middenmoot, achterblijvers en 'offliners' van de (i)Samenleving? Kent u dit soort mensen wel of niet persoonlijk?
  - En tot welke groep behoort u zelf in het heden? Volgens u zelf en uw omgeving?
  
- En we vervolgen onze reis richting de **toekomst**: Wat is uw verwachting over de (i)Samenleving in Nederland in de komende vijf jaar, van 2012 tot 2017?
  - Welke innovatieve trends en ontwikkelingen verwacht u in de komende vijf jaar?
  - Zijn dit goede, neutrale en/of negatieve trends en ontwikkelingen volgens u? Waarom?
  - Zal Nederland volgens u in de komende vijf jaar tot de voorhoede, de middenmoot of de achterblijvers gaan behoren in vergelijking met andere landen? Kunt u dit toelichten?
  - In hoeverre verwacht u over vijf jaar internet, email, een mobiele telefoon, een smartphone, MSN, Skype, LinkedIn, Hyves, Facebook, Skype, een blog, games en/of virtuele werelden etc te gebruiken? Ben ik iets vergeten te noemen? Wat tijdens uw werk en/of wat in uw privé-leven? Hoeveel uur per dag verwacht u over vijf jaar online te zijn, door- de-week en in het weekend?
  - Welke groepen Nederlanders zullen in de komende vijf jaar volgens u tot de voorhoede, middenmoot, achterblijvers en 'offliners' van de (i)Samenleving gaan behoren? Kent u dit soort mensen dan wel of niet persoonlijk?
  - En tot welke groep zult u zelf behoren in de toekomst? Volgens u zelf en uw omgeving?

#### 4. Geholpen perceptie trends en ontwikkelingen (i)Samenleving

De opdrachtgevers bij BZK en ik zelf hebben desk research en onderzoek uitgevoerd naar de belangrijkste trends en ontwikkelingen van de (i)Samenleving. Wij onderscheiden hierbij **vijf overkoepelende hoofdthema's voor de komende vijf jaar**, te weten:

- Networking
  - The Internet of People
  - The Internet of Things
  - Ubiquitous computing/mobiele applicaties
  - Grootschalige real-time registraties in sectoren.
- 
- In hoeverre heeft u wel eens eerder van deze woorden en begrippen gehoord?
  - Kunt u mij in uw eigen woorden uitleggen wat deze begrippen betekenen volgens u?
  - Zou u deze woorden ook zelf gebruiken? Of stelt u andere woorden voor, zoals u gebruikt om deze thema's te bespreken in dit gesprek? Waarom?
  - U mag zelf de bespreek-volgorde van de thema's bepalen. In welke volgorde wilt u deze thema's met mij bespreken en waarom? Wat zijn uw beoordelingscriteria voor deze volgorde?

De thema's worden besproken **in de door de respondent aangegeven volgorde**. De onderzoeker leest het thema en de definitie ervan voor. Over de vijf thema's worden dezelfde vragen gesteld door de onderzoeker.

##### *Networking*

De allesoverheersende trend is dat ICT in toenemende mate in de vorm van netwerken tussen actoren en hun computermedia met informatiebestanden verschijnt. Dit is een fundamenteel verschil met de wereld van losstaande apparatuur en databases van het verleden.

##### *The Internet of People*

Van Web 1.0, het internet als massamedium naar Web 2.0, user-generated content en voor de uitwisseling van de meest uiteenlopende boodschappen tussen gebruikers. Daarmee heeft de overheid nadrukkelijker dan ooit concurrentie, of juist hulp en ondersteuning, gekregen van de samenleving als informatieverwerkend systeem.

##### *The Internet of Things (mobiliteit, vervoer, infrastructuur)*

Allerlei apparaten worden rechtstreeks op het Internet aangesloten en fungeren ofwel als sensoren dan wel als actoren. Deze sensornetwerken bevatten intelligentie doordat de regelsystemen met regelkringen direct reageren op veranderingen. Veranderingen die ingezet zijn door mensen en hun feitelijke gebruik/verbruik.



### *Ubiquitous computing en mobiele applicaties*

De opkomst van ICT die in alle omgevingen van mensen verwerkt is door middel van netwerken en mobiele apparatuur. Men noemt dit ubiquitous computing of ambient intelligence. Een voorbeeld hiervan is Cloud computing.

### *Grootschalige real-time registraties in sectoren (met grote controle-, beveiligings- en privacyproblemen versus kleinschaliger systemen)*

ICT als middel om ketengericht (tussen organisaties) te kunnen gaan werken.

De **vragen** over deze thema's - en de definities ervan - zijn dezelfde, te weten:

- In hoeverre is het thema en de definitie ervan (on)duidelijk voor u?
- Wat komt er als eerste gedachte en/of beeld bij u op? En wat nog meer?
- Wat is volgens u de huidige stand van zaken op dit gebied?
  - Wat zijn volgens u de sterke kanten, zwakke kanten, kansen en bedreigingen ervan? (SWOT-analyse, eventuele maatschappelijke allergieën en no-go areas, zaken die uitgelegd moeten gaan worden)
- En wat is uw toekomstverwachting voor de komende 5 jaar?
  - Wat worden volgens u de sterke kanten, zwakke kanten, kansen en bedreigingen ervan? (SWOT-analyse, eventuele maatschappelijke allergieën en no-go areas, zaken die uitgelegd moeten gaan worden)
  - Neemt dit thema volgens u weer af, is het over het hoogtepunt heen? Voor welke (doel)groepen in Nederland? Waarom?
  - Of blijft het volgens u stabiel, is het voor u voldoende zoals het nu is? Voor welke (doel)groepen in Nederland? Waarom?
  - Of neemt het volgens u toe, staat het nog in de kinderschoenen? Voor welke (doel)groepen in Nederland? Waarom?

5.

**Spontane percepties (i)Overheid**

De onderzoeker maakt samen met de respondent(en) een **korte samenvatting** van de trends en ontwikkelingen van de (i)Samenleving, zoals met de respondent(en) besproken.

- Wat betekenen deze door u aangegeven trends en ontwikkelingen van de (i)Samenleving voor de **Nederlandse overheid op dit moment en in de komende jaren** volgens u?
- Op welke gebieden werkt de Nederlandse overheid al met deze trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving?
  - Wat is uw mening daarover, hoe gaat dat?
  - Kunt u een paar goede voorbeelden geven van wat goed gaat? En een paar slechte

voorbeelden van wat minder goed of slecht gaat?

- En op welke gebieden werkt de Nederlandse overheid (nog) niet met deze trends en ontwikkelingen in de (i)Samenleving?
  - Wat is uw mening daarover, moet dat wel of juist niet gaan gebeuren volgens u? Waarom (niet)?
  - Kunt u een paar goede voorbeelden binnen en buiten de overheid geven van hoe het idealiter zou moeten (gaan) worden? En een paar slechte voorbeelden binnen en buiten de overheid van hoe het absoluut niet zou moeten gaan worden?

De overheid in de (i)Samenleving wordt ook wel de **(i)Overheid** genoemd.

- Waar denkt u als eerste aan bij het woord (i)Overheid? En wat nog meer?
- Waar doet de term (i)Overheid u aan denken? En wat nog meer? Waarom?
- Klinkt deze benaming u positief, neutraal of negatief in de oren? Waarom?
- Wat is volgens u een woord of benaming die strekking van de (i)Overheid (ook) goed – of (nog) beter – communiceert? Waarom?
- Wat zijn volgens u de sterke kanten van de (i)Overheid?
- Wat zijn volgens u de kansen van de (i)Overheid?
- Wat zijn volgens u de zwakke kanten van de (i)Overheid?
- En wat zijn volgens u de bedreigingen van de (i)Overheid?

**Optimale positionering(en) voor de (i)Overheid:**

- In hoeverre zou u wel en niet betrokken willen zijn bij de (i)Overheid? Waarom (niet)?
- En zou u actief of passief betrokken willen zijn? Waarom?
- En op welke wijze(n), in welke rol(len)?
  - Als burger? Waarom (niet)?
  - Als consument? Waarom (niet)?
  - Als vrijwilliger? Waarom (niet)?
  - Als lid of vriend(in) van een netwerk, of een 'community'?
  - Als promotor? Waarom (niet)?
  - Als professional, vanuit uw huidige of voormalige werk en/of opleiding? Waarom (niet)?
  - Als toekomstige werknemer? Waarom (niet)? Zo ja, in wat voor soort functie?
  - Of op geheel andere wijze(n), in andere rol(len)? Waarom (niet)? Zo ja, welke?

6.

**Geholpen percepties (i)Overheid**

Het programma Vernieuwing rijksdienst (VRD) heeft in 2010 een verkenning uitgevoerd naar de digitale overheid voor de toekomst. VRD kwam op basis van interviews met stakeholders tot **22 dilemma's** en daarmee strategische issues voor de toekomst van de (rijks)overheid. De onderzoeker checkt of de dilemma's al genoemd zijn door de respondent(en). De onderzoeker leest de dilemma's voor en vraagt om een **korte reactie** van de respondent(en). Doel hiervan is om te onderzoeken in hoeverre burgers en professionals welke dilemma's begrijpen en kunnen beoordelen ten behoeve van de externe oriëntatie in Fase 2.

*Relatie overheid-burgers/bedrijven*

1. Is de communicatie tussen burger en overheid gericht op eenzijdige informatie-uitwisseling of ontstaat er tweerichtingscommunicatie? De overheid heeft al grote moeite om alle doelgroepen op maat van informatie te voorzien.
2. Moet de overheid de klant op afstand houden (selfservice/digitaal) of juist proberen de klant zo dichtbij mogelijk te brengen met behulp van allerlei vormen van communicatie?
3. Moet de overheid zich dienstverlenend of handhavend opstellen? In relatie tot ICT en de compacte overheid is de scheiding lastig.
4. Zal ICT de zelfregulering van mensen faciliteren of juist leiden tot meer centrale controle?
5. Moet de inrichting van de overheid (sdienstverlening) gericht zijn op klanttevredenheid of moet de eigen efficiëntie centraal staan? In de overheidspraktijk wint de efficiency het meestal.
6. Zal ICT traditionele kanalen gaan vervangen of zullen traditionele kanalen blijven bestaan?
7. Kiezen we een menselijke (emotionele) aanpak van de relatie met de burger of een rationele (zakelijke) die gebaseerd is op droge (juridische, feitelijke) informatie?
8. Moeten ambtenaren mee gaan doen aan discussies in Social Media en Internet fora om onjuiste informatie te corrigeren of zelfs mee te discussiëren of moet de eigen informatievoorziening op het Internet verbeterd worden?
9. Moet de overheid haar data ter beschikking stellen aan de burgers en de markt? Naast voordelen zijn er de nodige bedenkingen.

*Visie op dienstverlening*

10. Moet de overheid de klant proactief benaderen met allerlei diensten, of moet de burger-klant het initiatief nemen? Pro-activiteit vraagt het nodige van de backoffice en basisregistraties.
11. Moet de overheid zich richten op selfservice of een full service model (in stand) houden? Selfservice neemt toe maar brengt administratieve lasten en fouten.

*Visie op de organisatie van de overheid*

12. Moet de overheid automatisering blijven aanpakken met grote, alomvattende ICT projecten, of zijn meerdere kortdurende projecten beter beheersbaar?
13. Moet de overheid georganiseerd blijven in een verticale structuur, of moet zij kantelen naar meer horizontale verbanden (shared service centers, ketenbureaus, regie-, programma- en coördinatiegroepen die structuren doorsnijden)?
14. Moet de centrale overheid meer centrale regie voeren bij de ontwikkeling en implementatie van

ICT of moet dit aan het onderlinge overleg van de verantwoordelijke actoren overgelaten worden zodat zij zelf hun werkzaamheden op elkaar kunnen afstemmen?

15. Moet de overheid ICT projecten zelf uitvoeren of moeten ICT projecten steeds meer uitbesteed worden?
16. Wordt de overheid van ICT goedkoper? Kan ICT als instrument voor bezuiniging ingezet worden of kost de ontwikkeling hiervan op de korte termijn alleen maar meer?

#### *Visie op ICT / Technologie en beleid*

17. Beïnvloeden de technologische ontwikkelingen het beleid of moet het beleid de technologie sturen?
18. Moet je als overheid streven naar een (flexibele) 'altijd online' ICT infrastructuur (e.g. Cloud computing) of offline blijven?
19. Stelt de overheid zich afhankelijk van de technologie op, of moet de technologische onafhankelijkheid bewaakt worden?

#### *Kennis, vaardigheden en cultuur*

20. Moet de overheid de eAwareness van ambtenaren stimuleren of de aandacht liever vestigen op de bestuurlijke en organisatorische problemen van de overheid?
21. Moet de overheid de eVaardigheden van ambtenaren stimuleren of in de praktijk laten groeien?
22. Moet de heersende cultuur van ambtenarenorganisaties veranderen of onaangetast blijven? Werkwijzen en cultuur zijn vooral productgericht, terwijl ICT vaak procesgericht werken noodzakelijk maakt. Hebben medewerkers van de overheid straks nog de kwaliteit om de ingewikkelder wordende samenleving te bedienen?

## 7. Conclusie & advies

We hebben samen gereisd door het verleden, het heden en de **toekomst** van de (i)Samenleving en de (i)Overheid.

- Wat is uw conclusie over de (i)Samenleving?
- Wat is uw conclusie over de (i)Overheid?
- En wat is uw advies over de (i)Samenleving en de (i)Overheid aan het Ministerie van BZK?

Namens mijn opdrachtgevers bij het Ministerie van BZK dank ik hartelijk voor uw **deelname** aan dit onderzoek over de toekomst van de (i)Samenleving en de (i)Overheid van Nederland.

- Hoe heeft u dit gesprek ervaren? Positief, neutraal of negatief? Waarom?
- Bent u geïnteresseerd in het vervolg van de Verkenning (i)Samenleving en (i)Overheid van het Ministerie van BZK? Waarom (niet)?
- Voor niet anonieme deelnemers: Mag het Ministerie van BZK u weer contacteren voor het vervolg van de verkenning? Voor anonieme deelnemers: Mag de onderzoeker u weer contacteren voor het vervolg van de verkenning?

### **Bijlage 3                      Kwalitatieve steekproef n=37 deelnemers aan de stakeholder-interviews**

Ter beantwoording van deze centrale onderzoeksvraag zijn tevens 37 stakeholders van de (i)Samenleving en de (i)Overheid hierbij betrokken middels exploratief-kwalitatieve diepte-interviews. Deze stakeholder-interviews zijn afgenomen als single-interviews, duo-interviews, mini-groepsdiscussies met 3, 4 en 5 deelnemers en groepsdiscussies van 8 deelnemers. De gesprekken zijn zowel face-to-face, telefonisch en online uitgevoerd.

De deelnemers zijn merendeels geworven en geselecteerd door de uitvoerder van de desk research en de stakeholder-interviews. Van het netwerk van de opdrachtgevers is gebruik gemaakt door aanwezigheid van de uitvoerder tijdens het congres 'Prettig werken met de overheid' in de Beurs van Berlage te Amsterdam. In het begin is het eigen zakelijke netwerk van de uitvoerder benaderd voor zowel de desk research als de stakeholder-interviews. Daarna zijn via de sneeuwbal-methode en het contacteren van onbekende stakeholders nieuwe contacten gelegd en professionele netwerken geopend.

Tijdens deze voorbereidende werkzaamheden is het grote animo om mee te denken en te doen aan deze fase van de verkenning snel duidelijk geworden. De onderwerpen van de huidige stand van zaken en de toekomstverwachting van de (i)Samenleving en de (i)Overheid mogen rekenen op een grote inhoudelijke belangstelling, zowel zakelijk als privé. In de externe, formele brief van het Ministerie BZK geformuleerd over de desk research en de stakeholder-interviews is de *oproep 'Gezocht: Burgers en professionals met toekomstvisie m/v'* gebruikt met een goed resultaat. Na de eerste, directe toezeggingen voor de stakeholder-interviews is de werving van de professionals binnen en buiten de Rijksdienst dan ook snel afgerond met zelfs een lijst van mogelijke deelnemers aan de volgende fasen van de verkenning. Aangezien de leeftijd van de 25 geworven professionals gespreid tussen de 25 en 60 jaar is, heeft een professioneel extern wervings- en selectiebureau voor deelnemers aan kwalitatief marktonderzoek 12 burgers die niet fulltime werken van 18-24 jaar en 60-75 jaar verzorgd.

Hieronder bedank ik de deelnemende professionals bij naam en hun organisaties in een kort overzicht van deelnemers. Op basis van de Wet Bescherming Persoonsgegevens en de MOA/Esomar codes van marktonderzoek in Nederland is aan alle professionals expliciete toestemming gevraagd en verkregen om hun namen in dit rapport te noemen. Ook is aan hen de mogelijkheid aangeboden om anoniem bij te dragen. Alle professionals hebben uit hun eigen naam als privépersoon meegedaan en niet als spreker van hun organisatie. Vanwege de genoemde wet en de codes worden de burgers bij hun voornaam bedankt. Alle letterlijke quotes zijn geanonimiseerd weergegeven,.

De 25 professionals die mee hebben gedacht en gedaan in de stakeholder-interviews zijn:

- Alice van den Boogaard, Van den Boogaard advies, eigenaar en GaZetty, mede-oprichter
- Willem Bosveld, Gemeente Amsterdam, Onderzoek & Statistiek, MT lid en senior adviseur
- Marian van Dijk, Raad voor de Rechtsbijstand, projectmedewerker Rechtwijzer
- Mark Dijksman, ADG dienstengroep, directeur Iemand®
- Tom Doude van Troostwijk, VUConnected, directeur
- Maarten Drost, College voor Zorgverzekeringen (CVZ), voorzitter OR
- Stefan Grave, Belastingdienst Noord, klachtencoördinator
- Bart Götte, FutureFlock, oprichter
- Frank Harmsen, Ernst & Young, directeur IT transformation
- Gerrie ten Have, Raad voor de Rechtsbijstand, juridisch medewerker
- Alex Hazewijer, College voor zorgverzekeringen (CVZ), secretaris OR
- Nicolette van der Heijde, Raad voor de Rechtsbijstand, communicatiemedewerker
- Harm Hoogeveen, Gemeente Amsterdam, beleidsmedewerker & klachtencoördinator
- Caroline Keeman, AstraZeneca, communications & PR manager
- Carola Kruijswijk, Leefgetijden ritueelbegeleiding, eigenaar
- Frits Lammerts, Ziggo, directeur online
- Isabelle Larbi-Ostendorf, Ministerie van Buitenlandse Zaken, senior jurist
- Thomas Marzano, Philips Design, Digital Brand Design, creative director
- Jolanda Mastenbroek-Dobber, MetaMeets, online community manager virtual worlds
- Jaap Nab, Haven Amsterdam, beleidsmedewerker veiligheid
- Rogier Pieters, Ocom, online marketing
- Jenny Poelman, Belastingdienst Noord, klachtbehandelaar en coördinator Stella Team
- Judith van de Sande, Rechtbank Arnhem, Rechter Belastingteam
- Jelle van der Ster, Set Up, zakelijk leider
- Jelte Timmer, Set Up, programma-coördinator, tevens werkzaam bij Rathenau Instituut.

De 12 burgers die mee hebben gedacht en gedaan aan de stakeholder-interviews zijn in de volgorde van hun voornaam:

- Gepensioneerden 60-75 jaar: Cor, Farahnaz, Hans, Hans, Jeannette, Mary, Maurice en Sandra
- HBO-studenten 18-24 jaar: Anique, Justin, Shermain en Stella.

- Hans Achterhuis, Groene Amsterdammer, journalist, Dichters & Denkers
  - Artikel: Pleidooi voor de zakelijkheid, Max Weber, ‘Wetenschap als politiek’ en ‘Politiek als Beroep’ vertaald in NLs en de actualiteit daarvan, 16 aug 2012.
- Jos Ahlers & René Boenders
  - Generatie Z, 2011.
- Peter van Ammelrooij, Volkskrant, journalist, wetenschap
  - Daar komen de burgerdrones, 18 aug 2012.
- Lars Anderson, Volkskrant, columnist
  - Artikel: 'Let u op? Nog even, en er zweven drones boven Amsterdam', over het feit dat er geen maatschappelijke discussie is gevoerd over de aanschaf van 4 drone-achtige UAVs, een unmanned aerial vehicle. Kritiek en Moral Panic over (geen) infobeleid Defensie & (i)Overheid. Big Brother 3.0 wordt als term genoemd voor de (i)Overheid en 'schimmigheid troef'.
- M.B.A. van Asselt, A. Faas, F. van der Molen en S.A. Veenman, WRR
  - Uit zicht. Toekomstverkennen met Beleid, 2010.
- Jelle Attema, David de Nood, WRR
  - Over de rolverdeling tussen overheid en burger bij het beschermen van identiteit. WRR-webpublicatie nr. 47. Verkennende studie voor het WRR-Rapport iOverheid, 2010.
- Thomas Baekdal, New media entrepreneur & publicist,
  - What's Comes After Facebook? The Future of Social Media, gepost op LinkedIn pagina Ambtenaar 2.0, 7 august 2012, door Started by Marc van Daele, communicatie-beleidscoördinator at Gemeente Zwijndrecht.
- Adjiedj Bakas
  - Het einde van de privacy. Megatrends E-Business, Internetveiligheid en digitale identiteit, 2012.
- Davied van Berlo, Ambtenaar 2.0 en Pleio, Rijksambtenaar, spreker, schrijver
  - Bundel: Ambtenaar 2.0, Nieuwe ideeën en praktische tips om te werken in overheid 2.0 (2008) en Ambtenaar 2.0 beta (2009), Actiepunten om te werken aan een overheid 2.0.



- Marco Bevolo, Marco Bevolo Consulting B.V., design, futures, research, publicist, auteur, 10 jaar hoofd Philips Design geweest, doorverwijzingen naar personen, o.a. binnen Philips.
- Hidde Boersma, Volkskrant, journalist, wetenschap
  - Artikel, Harde schijf van straks is gemaakt van dna, 18 aug 2012.
- Vincent Böhre, WRR
  - Happy Landings? Het biometrische paspoort als zwarte doos. Webpublicatie nr. 46, Verkennende studie voor het rapport iOverheid, oktober 2010.
- Frans Boogaard, Parool, journalist
  - Interview met TomTom topman Harold Goddijn: Het moment van groei is niet ver meer, 25 juli 2012.
- Frits Bos en Coen Teulings, Centraal Plan Bureau
  - De toekomst volgens het CPB: wetenschap, glazen bol of praktisch beleidsinstrument? CPB achtergronddocument, artikel gepubliceerd in Liberaal Reveil, september 2011, themanummer Toekomstverkenningen, pagina 132-138), oktober 2011.
- Kim Bos, Vrij Nederland
  - De semigrant. Steeds meer mensen leven in 2 of meer landen tegelijkertijd, 25 aug 2012.
- Willem Bosveld Gemeente Amsterdam, Onderzoek & Statistiek (O&S), Dienst Advies & onderzoek, MT-lid O&S, Sr. Onderzoeks-adviseur Gemeente Amsterdam,
  - Inzet van sociale media door stadsdelen en diensten, november 2011
  - Monitor sociale media 2012, januari 2012.
- Leonie Breebaart, Trouw, journalist
  - Dwalen: Leve de omweg, over associatieve werking van het brein met referenties naar internet, surfen, zoeken, 28 juli 2012.
- David Bremmer, Parool, journalist
  - Artikel: Kaartjes verkoop je zelf, Eventbrite, hit in USA, komt naar NL, 18 aug 2012.
- Dennis Broeders, Colette (M.K.C.) Cuijpers & Corien (J.E.J.) Prins, WRR
  - De staat van informatie, 2011.

- Andries van den Broek, Ria Bronneman-Helmers, Vic Veldheer, Sociaal en Cultureel Planbureau
  - Wisseling van de wacht: generaties in Nederland, Sociaal en Cultureel Rapport 2010.
  - Inleiding over generaties goed, academische invalshoek incl. historische geschiedschrijving. Veel verouderde cijfers, 2005 etc. Conclusie is dat er nauwelijks generatieverschillen bestaan in NL. Wel generationele verschillen in de civil society, daling van 1. religieuze betrokkenheid, 2. Vrijwilligerswerk en verenigingsleven en 3. Politieke participatie en houdingen. Ook wordt gesproken van word-, beeld- en digitale generaties, ofwel het bestaan van mediageneraties. Ook de sociale scheidslijnen zijn groot.
  
- Frans Brom, Antoinette Thijssen, Gaston Dorren & Dieter Verhue, Rathenau Instituut
  - Beleving van technologie en wetenschap, Een segmentatieonderzoek, 2011.
  
- Peter van Brummelen, Parool
  - Facebook censureert bloot PSP-affiche uit 1971, 25 aug 2012.
  
- Marcel Bijlsma, Ruud Janssen, Nicole de Koning en James Schlechter, TNO, contactpersoon Merle Blok
  - Novay/TNO-rapport, Het Nieuwe Werken bij het Rijk, Ervaringen uit de praktijk, 2011.
  
- Eric van Cappelleveen, Twynstra Gudde
  - Telefoongesprek over de 5 ICT-trends uit rapport Vernieuwing Rijksdienst.
  
- CBS, auteurs niet vermeld
  - Rapport: ICT en economie, 2011.
  
- CDA
  - Verkiezingsprogramma: Iedereen, 2012.
  
- Christen Unie
  - Verkiezingsprogramma - Voor de verandering.
  
- Jos Dohmen, WRR
  - Vertrouwen in burgers, WRR rapport nr. 88, 22 mei 2012, hierin onderzoekt de WRR hoe beleidsmakers burgers meer kunnen betrekken bij het actief vormgeven van de samenleving
  - Publieke zaken in de marktsamenleving, 2012.

- College Bescherming Persoonsgegevens
  - Risk Consulting. An ethical investigation into cyber security across the Forbes 2000, Publish and be Damned, What does your online corporate profile reveal? Cyber Vulnerability Index 2012.
- Wilco Dekker, Volkskrant, journalist, Economie
  - Artikel: TMG kampt met tegenvallers, Hyves in de rode cijfers, 18 aug 2012.
- Peter van Deventer, Ben Ebbelaar, Sas Terpstra, Claire Zalm
  - Op Twynstra Gudde site, NSOB, master of public administration, In opdracht van het overleg van Secretarissen-Generaal (SGO), worsteling tussen lust en last, Over de benutting van social media door de rijksoverheid, mei 2010.
- Emiel van Dongen, Rathenau Instituut
  - Verslag, 'Ik heb toch niets te verbergen?', Een bijscholingsbijeenkomst voor journalisten toont de kwetsbaarheid van privacy in het digitale tijdperk. Experts pleiten voor goed identiteitsbeheer en een transparante overheid, die duidelijk is over haar bedoelingen, 2012.
- DPK
  - Verkiezingsprogramma 2012.
- Robert Dulmers, Groene Amsterdammer, journalist
  - Artikel: Ik kijk de crisis recht in de ogen – interview met Vaticaan-ideoloog Rino Fisichella, 16 aug 2012.
- Dutchcowboys.nl
  - Facedeals: Facebookcamera herkent je wanneer je een winkel binnenstapt, 15 aug 2012, <http://www.dutchcowboys.nl/facebook/25507>
  - De Federal Trade Commission gaat Facebook de komende twintig jaar goed in de gaten houden op het gebied van privacy, <http://www.dutchcowboys.nl/facebook/25501>.
- Mark Dijksman
  - <http://dijksman.wordpress.com/2009/11/29/geen-reden-meer-om-niet-op-internet-te-zijn/>.
- Huub Dijkstra, Paul den Hoed, Jan Willem Holtslag & Steven Schouten, WRR
  - Het gezicht van de publieke zaak, openbaar bestuur onder ogen, 2010.

- Sander Duivesteyn, Frankwatching, publicist
  - Privacy-waarschuwing: Ons brein is te hacken! Small data, 29 aug 2012.
- D66
  - Verkiezingsprogramma – En nu vooruit.
- Lidewij Edelkoort, trendwatcher, uit NL, werkt wereldwijd
  - Gast bij Zomergasten, lokalisering als reactie op globalisering, het nationale komt sterk op. Robots & handenarbeid, zelf doen en maken.
- Emerce
  - Artikel: Hij komt er – de winkelrobot, 24 augustus 2012.
- Endemol
  - Black Mirror, 3 afleveringen, drama, channel 4 UK, over de toekomstige (i)Samenleving, zeer bruikbaar als input voor interne en externe toekomstsessies, voor- en nadelen van de (i)Samenleving, de eerste aflevering gaat over de (i)Overheid van de nabije toekomst.
- Esomar, internationale vereniging van marktonderzoek
  - Nieuwsbrief, ook gericht aan alle leden in NL: Internet of Things revolution to be governed by EU? European Commission consults on new code for design of effective self-regulation. Europa-brede enquête uitgezet door EC, ook gericht aan Esomar, inclusief vragenlijst en de antwoorden van Esomar, 16 augustus 2012, op Esomar website en email.
  - Hannah McCausland, Public Affairs, regelde telefoongesprek met Director General Finn Raben and Director of International Standards and Government Affairs over de vijf ICT-trends uit rapport 'Vernieuwing Rijksdienst'.
- European Commission, Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, op TNO site, o.a. diverse Nederlandse auteurs
  - Statistical, Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: A Quantitative Overview, 2012.
- George Gelauff, Centraal Plan bureau
  - CPB scenario's door de tijden heen. Dit is de presentatie die door George Gelauff gebruikt is tijdens het symposium voorafgaand aan de oratie van Professor Henri L.F. de Groot. CPB Presentatie, 18-01-2012.
  - Gelukkig met geluksbeleid? SCP werkconferentie 'Sturen op geluk', 24 november 2011.

- Annelieke van der Giessen, Arjanna van der Plas, Sander van Oort, TNO, via A.M. (Annelieke) van der Giessen, researcher Strategies for the information society ontvangen
  - Marktrapportage Elektronische Communicatie, december 2011.
  - Marktrapportage Elektronische Communicatie, juni 2012, vrijgegeven op 24 augustus 2012.
  
- Michiel Gloudemans, Twynstra Gudde, Manager Projecten & Programma's
  - Invloed van social media op de rol van de rijksoverheid <http://goo.gl/TkY8w> 3.
  - <http://www.tg.nl/hetnieuwewerken> incl Whitepaper <http://goo.gl/OMSJa> 4.
  - Cloud computing <http://goo.gl/KTpPg> 5.
  - Zeven concrete toepassingen van social media <http://goo.gl/AHebq> 6.
  - Pps constructies <http://www.tg.nl/pps>.
  
- Bart Götte, FutureFlock, Founder
  - Het veranderende consumentengedrag za l het zorglandschap van morgen bepalen: De toekomst in eigen handen, <http://www.futureflock.nl/de-toekomst-van-diagnose-arts-buitenspel/>.
  
- Henk Griffioen, WRR
  - Privacy en vormen van 'intelligente' mobiliteit, de impact van ict-applicaties voor de weg en het spoor, 2011.
  
- Groen Links
  - Verkiezingsprogramma – Groene kansen voor Nederland, 2012.
  
- Ger Groot, Trouw
  - Begrijp de wereld van nu, lees de filosofen, 25 aug 2012.
  
- Paul Groothengel, Managementboek magazine, journalist
  - Experts over gamificatie, serious gaming, coachen, organisatiekunde, september 2012.
  
- Mirjam van Halderen, ANWB marketing & sales, MCC vakantie en vrije tijd, Marketeer lidmaatschap
  - Doorverwezen naar wetenschapper Mignon van Halderen, assistent Professor aan de Erasmus Universiteit. Zij heeft o.a. onderzoek gedaan naar social media en effect op corporate communicatie. Zij besprak haar conclusie dat er in Nederland geen goed wetenschappelijk onderzoek naar sociale media is in telefoongsprek.

- Frank Harmsen, Ernst & Young, Director IT Transformation
  - Sociale media bij de overheid – uitdagingen voor uw organisatie, E&Y 2012
  - <http://www.ey.com/NL/nl/Industries/Government---Public-Sector>
  - [http://www.ey.com/GL/en/Services/Advisory/Advisory\\_Services\\_Information-Security-Services](http://www.ey.com/GL/en/Services/Advisory/Advisory_Services_Information-Security-Services)
  - [http://www.ey.com/GL/en/Industries/Technology/Cloud-computing-issues---impacts-and-insights ---A-fundamental-shift-in-the-industry](http://www.ey.com/GL/en/Industries/Technology/Cloud-computing-issues---impacts-and-insights---A-fundamental-shift-in-the-industry)
  - [www.ictbarometer.nl](http://www.ictbarometer.nl)
  - <http://itunes.apple.com/nl/app/ey-insights/id444092994?mt=8>
  - <http://itunes.apple.com/nl/app/ey-ict-barometer/id505121923?mt=8>.
- Dr. ir. F.T.H. (Frank) den Hartog, TNO, Senior Innovator Network Technologies
  - A new evolvable Future Internet gateway-based architecture of residential networks
  - <http://www.ict-figaro.eu/content/about-figaro>
  - <http://www.ict-figaro.eu/content/public-deliverables>
  - <http://www.ict-figaro.eu/content/publications>
  - <http://www.ict-figaro.eu/content/standardization>.
- Youp van het Hek, NRC, columnist
  - Vergeten baby! Over het genot van niet bereikbaar zijn op je mobile, NRC Weekend, 28 juli 2012.
- Helsing-Purs, Tweede Kamer der Staten Generaal
  - Verslag van een schriftelijk overleg over verkenning en verwerking persoonsgegevens EC, 15 juni 2012.
- Chris van der Heijden, Groene Amsterdammer, columnist
  - Artikel: Spiegelzaal – wil je effect bereiken, dan gaat dat via het oog van de camera. Over zelf-enscenering van burgers met camera's in smart phones, ook bij protestacties, 9 augustus 2012.
- Reinout van der Heijden, Volkskrant, columnist, hoofdredacteur van de Geldgids
  - Artikel: Kopen op internet is wel erg gemakkelijk, 18 aug 2012.
- Yvonne Hofs, Volkskrant, journalist
  - Artikel 'Nooit meer een acceptgiro', 7 juli 2012.
- Arjen Holtzer (TNO) en Sander Klous (KPMG)
  - IPv6 barometer Nederlandse overheid & bedrijfsleven, 5 juni 2012. Artikel gepubliceerd op Frankwatching.com. Op 6 juni organiseert de Internet Society op initiatief van o.a. Google, Facebook en enkele grote internetproviders uit de VS de World IPv6 Launch

- Albert van der Horst, Leon Bettendorf, Nick Draper, Casper van Ewijk, Ruud de Mooij en Harry ter Rele, Centraal Planbureau
  - Rapport: Vergrijzing verdeelt - Toekomst van de Nederlandse Overheidsfinanciën, juni 2010.
  
- Maaïke van Houten, Trouw, verslaggever politiek & samenleving
  - Serie over de doe-economie op basis van WRR rapport 'Vertrouwen in de burger'.
  - Artikel: Zonder kennis kan de burger niets terugzeggen. Interview met Lex Slaghuis, internet-ondernemer en voorzitter van Hack de Overheid, 11 augustus 2011.
  - Artikel: Raadsleden moeten leren als burger mee te praten, interview met Geert Schmitz, strateeg Gemeente Peel en Maas, 18 aug 2012.
  
- Free Huizinga, Centraal Plan Bureau
  - CPB notitie: Actualiteit WLO scenario's, 8 mei 2012. In de studie Welvaart en Leefomgeving (WLO, 2006) verkennen het CPB en PBL de ontwikkeling van de fysieke omgeving voor de periode 2002-2040. De macro-economische ontwikkelingen in deze WLO scenario's zijn overgenomen uit de CPB studie Vier Vergezichten op Nederland (Huizinga en Smid, 2004). Conclusie: De scenario's hoeven niet te worden herzien door de financiële crisis vanaf 2008 noch door de Euro-crisis.
  
- Free Huizinga en Bert Smid, Centraal Plan Bureau
  - Vier vergezichten op Nederland: Productie, arbeid en sectorstructuur in vier scenario's tot 2040, november 2004. Wordt in 2012 nog gebruikt en gepresenteerd door CPB. 4 scenarios: Regional communities, Transatlantic Market, Strong Europe & Global Economy.
  
- Marc Hijink, NRC, redacteur
  - Artikel: Het nieuwe Facebook weet wat je wilt kopen, kader met Dirk Stoop, Nederlander werkzaam bij Facebook, 7 juli 2012.
  
- Mark Jansen, Google Nederland, Head of Corporate Communications and Public Affairs
  - Voicemail op tel nr in Amsterdam ingesproken en bericht via LinkedIn gestuurd, 15 aug 2012. Geen reactie ontvangen
  - Rogier Klimbie, Google Policy Manager is met ziekteverlof tot 1 november a.s. Contactpersoon is op dit moment Mark Jansen.
  
- Gerard Janssen, Vrij Nederland
  - Het Majorana-deeltje – Euforie in Station Q. Interview met NL natuurkundige Leo Kouwenhoven over de komende quantum-computer, 25 aug 2012.

- Jacqueline B. de Jong, Ira van Keulen, Jeannette Quast, Rathenau Instituut
  - Van vergeetpil tot robotpak. Human enhancement voor een veilige en rechtvaardige samenleving?, 2011.
- Ira van Keulen, Rathenau Instituut & Stichting toekomstbeeld der Techniek
  - Beelden van het Brein, vergezichten en toepassingen van de hersenwetenschappen binnen voeding, mens-machine interfaces, onderwijs en justitie, 2010.
- Tom Kniesmeijer, zelfstandig trendwatcher en strateeg
  - Aanspreekpunt voor de jaarlijkse trendrede van een aantal bekende Nederlandse trendwatchers en strategen, trendredes 2011 en 2012.
- J.A. Knottnerus, WRR
  - Evenwichtskunst. Over de verdeling van verantwoordelijkheid voor fysieke veiligheid. November 2011.
- David Kok, Gemeente Amsterdam, Adviseur Nieuwe Media bij het Amsterdams Bureau voor Communicatie, uitgebreid telefoongesprek
  - Rapport: Alleen aanwezig zijn op nieuwe media is niet genoeg. Een onderzoek naar gebruik van sociale media door gemeenten in Amsterdam, 2011. 291 gemeenten hebben meegedaan. Eindrapport, infographic en persbericht op de website, kunnen niet worden gedownload. Telefoongesprek op 30 juli 2012, geen interview maar informatie-uitwisseling. Rapport 2012 komt in oktober 2012 uit.
- Jacob van Kokswijk & Arno R. Lodder, Rathenau Instituut
  - Virtuele werelden en regulering, 2008.
- Linda Kool, Annemieke de Korte, Miriam Leis, Sander van der Molen, TNO
  - Megatrends: a broad outlook on innovation, 2010.
- dr J.E. Korteling, dr A.S. Helsdingen, drs R.R. Sluimer, dr M.L. van Emmerik, dr B. Kappé, TNO
  - Transfer of Gaming: Transfer of training in serious gaming, 2011.
- Martijn Kroonstuiver, Apple Benelux, PR manager
  - Email 5 september 2012: Bedankt voor je bericht en je interesse in Apple maar wij hebben geen woordvoerder beschikbaar en kunnen helaas niet aan het verzoek voldoen.
- Carola Kruijswijk, Leefgetijden ritueelbegeleiding, eigenaar
  - Mondige burgers, getemde professionals, Evelien Tonkens, 2008.



- Bas Kruiswijk en Rob Poels, Twynstra Gudde
  - Digitale architectuur, hoofdstuk 8 over trends en de toekomst van ICT, jaartal staat niet aangegeven.
- Marc Laan, Parool, journalist, Economie
  - Artikel: Succes WhatsApp kwam door dure KPN-sms'jes, 18 aug 2012.
  - Artikel: Bankklant spaart via mobieltje – Mobiel bankieren is vanaf aug 2012 groter dan bankieren via PC in NL, 25 aug 2012.
- Walter Langelaar, [www.npr.org](http://www.npr.org), <http://moddr.net>, <http://worm.org>
  - Makers van o.a. Web 2.0 SuicideMachine.org. Veel internationale exposure.
  - The site is the work of group of artists, designers and programmers based in the Netherlands who wanted to create a way to let people destroy their social networking accounts.
  - Telefoongesprek: Facebook, LinkedIn, Hyves en Google zijn zeer moeilijk te contacteren voor de Nederlandse situatie; deze organisaties kunnen hun gang gaan door onwetendheid en gebrek aan wetgeving. Institute for Network Cultures is de autoriteit op dit gebied in NL. Rob Groengrijp, een van de eerste hackers in NL. Afluisteren 2.0, openen van Twitter-accounts op verzoek van US government.
- LibDem
  - Verkiezingsprogramma 2012 - En sociaal en liberaal.
- Libertarische partij
  - Verkiezingsprogramma 2012– De overheid is het probleem, niet de oplossing.
- Arno Lubrun, Facebook, Country Manager Benelux
  - Bericht gestuurd via LinkedIn 15 aug 2012. Facebook schijnt een (leeg) kantoor te hebben in Nederland. Geen reactie ontvangen.
- Wouter Lueks, Maarten H. Everts, Jaap-Henk Hoepman, TNO
  - Revocable Privacy 2011 – use cases, 2012.
- George Maas, Jurgen van der Meer, Eric van Capelleveen, Rudy Kor
  - De visie van Twynstra Gudde op Het Nieuwe Werken, whitepaper, Het Nieuwe Werken, datum niet genoemd in white paper.
- Marketingtribune.nl
  - RTL verkiezingsdebat gedomineerd door social media en tweede scherm, 27 augustus 2012.

- Markforschungsdepesche.de
  - Nieuw woord 'shitstorms': Viele Unternehmen sind nur unzureichend auf massenhafte öffentliche Kritik, so genannte Shitstorms, in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter voorbereitet. Das hat eine Umfrage des Hightech-Verbands BITKOM unter Kommunikations-verantwortlichen aus 172 Unternehmen der IT-Branche ergeben. Nieuwsbrief 20 aug 2012.
  
- Justien Marseille, The Future Institute, oprichter
  - WYP –de participatie-democratie, J. Marseille, infographic, 2011
  - Studie en scenario proces naar de toekomst van ICT door EZ (Telecom)
  - [http://futureofict.com/future\\_of\\_ict\\_in\\_2020.html](http://futureofict.com/future_of_ict_in_2020.html)
  - <http://www.slideshare.net/thefutureinstitute/triple-pay-in-het-huis-van-thorbecke> (2007)
  - <http://netdem.nl/2511-digitale-democratie-2020/>.
  
- Reimar von Meding, Trouw, gastcolumnist, architect
  - Participatie te pas en te onpas, 28 juli 2012.
  
- Frank Meeuwsen, Lifehacking.nl
  - Big data wordt een belangrijkere innovatie dan social media, over oprichting Numrush.nl, de eerste Nederlandse blog over de toekomst van (big) data, 3 sept 2012.
  
- Femke Merckx, Rathenau Instituut
  - Samenwerken aan werkzame kennis, Methoden en technieken voor kenniscocreatie, 2012.
  
- F. van der Molen, WRR
  - Praktijken van beleidsgerichte toekomstverkenning. Een inventarisatie. Webpublicatie nr. 44, september 2010.
  
- Pierre Morin, Stichting Toekomstbeeld der Techniek, Directeur
  - Rapport Horizon scan, 2007, Wisdom of the Crowd, 2012
  - Converging Technologies, 2006
  - Samen Slimmer – Hoe Wisdom of crowds onze samenleving zal veranderen, 2012
  - Horizonscan, 2007
  - Quickscan toekomst fraude en ICT, 2011.
  
- Marcel Moring, Groene Amsterdammer, journalist, Technologica
  - Artikel: Notities – Simpele telefoons zijn voor bejaarden, 16 aug 2012.

- Evgeny Morozov, Stanford University, auteur van The Net Delusion: the dark side of internet freedom, gastdocent
  - Artikel , Nederlandse vertaling: 'En wat als Facebook u zomaar aangeeft?', NRC Weekend, 28 juli 2012.
- Tonie Mudde, Volkskrant
  - Wagenziek? Grijp naar de spelcomputer, 25 aug 2012.
- Geert Munnichs, Mirjam Schuijff & Michiel Besters (editors), Rathenau Instituut
  - Databases, The promises of ICT, the hunger for information, and digital autonomy, 2012.
- Maarten Naaijken, Hyves PR & Communicatie Manager
  - Email met reactie op de 5 ICT-trends uit rapport Vernieuwing Rijksdienst ontvangen.
- Nederland Lokaal
  - Verkiezingsprogramma 2012.
- Jan Nekkers, FutureConsult, Oprichter
  - Wijzer in de toekomst – werken met toekomstscenario's, 2006.
- Omar Niamut, TNO, innovator
  - Format-agnostic Approach for Production, Delivery and Rendering of Immersive Media, 2011.
  - Fascinate: Format Agnostic SScript-based, INterAcTive Experience, 2012.
  - <http://www.fascinate-project.eu/index.php/publications/public-deliverables/#Newsletters>.
- Otilie Nieuwenhuis, TNO
  - Call for proposals - Creatieve industrie, juni 2012.
- Wouter van Noort, Elsevier
  - Val Facebook besmettelijk, slecht beursnieuws voor pensioenfondsen NL, 25 aug 2012.
- NOS
  - Hoe vinden senioren hun weg in de wereld van de sociale media? Een cursus Facebook bij bibliotheken moet de wat oudere inwoners van New York leren hoe ze tegenwoordig ook online hun sociale leven kunnen bijhouden, NOS.nl, video, 14 aug 2012.

- NRC, opinie & debat special
  - Geluid van de jongste volwassen generatie in NL Nieuw 19 aug 2012, mail gestuurd. G500 – meer dan 1000 jonge mensen en hun initiatief om de NL politiek en de politieke partijen te verjongen en vernieuwen, en meer toekomstbestendig maken, ook voor hun generatie, veel actuele grafieken, meningen en visies op de (i)Samenleving & (i)Overheid, 18 aug 2012. Spilfiguur is Sywert van Lienden, [www.sywertvanlienden.nl](http://www.sywertvanlienden.nl)
- NRC Weekend, diverse auteurs, Nooit meer alleen, altijd online
  - Themanummer: 5 jaar mobiele revolutie, 12 mei 2012.
- Lena Olivier, Head of Hiring Solutions, LinkedIn BeNeLux, Kathrin Schallenberg, PR partner LinkedIn Nederland
  - Diverse emailreacties ontvangen over informatie die zou worden uitgezocht. Geen informatie ontvangen.
- Lex Olivier, MOA vakvereniging marktonderzoek NL, Directeur van MOA heeft laten weten dat er geen algemene oproep onder de leden kan worden geplaatst, voormalige Directeur Research International
  - Echte vrienden van Stine Jensen
  - An evaluation of methods used to assess the effectiveness of advertising on the internet, 2010. The power of 40 characters – the impact of Twitter on consumer behaviour, 2011. [http://www.ted.com/talks/sherry\\_turkle\\_alone\\_together.html](http://www.ted.com/talks/sherry_turkle_alone_together.html).
  - [http://www.quirks.com/articles/2012/20120709.aspx?goback=.gde\\_3393196\\_member\\_131321495](http://www.quirks.com/articles/2012/20120709.aspx?goback=.gde_3393196_member_131321495), <http://www.42bis.nl/down/twitteronderzoeksrapport.pdf>.
- Gijsbert Oonk, Erasmus Universiteit, Universitair hoofddocent in Geschiedenis van niet-westerse samenlevingen
  - Artikel gepubliceerd in Trouw, 13 augustus 2012: Demografisch drama dreigt voor Europa, inclusief pleidooi voor een hierop gebaseerde visie op vergrijzend Europa en Nederland ivm financiële crisis. Zo niet, economische teneergang van Europa en NL in de komende jaren.
- Ramon Pardo, Insites consulting, Online marktonderzoek, Managing Director The Netherlands, meest bekende online-only marktonderzoeks-bureau in Europa
  - Slideshare: Steven van Belleghem van Insites, Social Media around the world 2011.

- Parool, auteur onbekend
  - Artikel: Virussen vallen computers aan. Gemeenten, instellingen en bedrijven gaan plat, 10 augustus 2012. SP wil opheldering.
  - Artikel: Beelden laptopdief online, beelden van GVB online bij [www.depolitiezoekt.nl](http://www.depolitiezoekt.nl), 18 aug 2012
  - Artikel: Handel in lesboeken via web, groei (door)verkoop studieboeken door studenten, 18 aug 2012
  - Artikel: Apple aandeel stijgt naar recordhoogte, 18 aug 2012.
  - Meer aansluitingen op internet in Nederland, totaal nu 6,49 miljoen connecties, dat is 0,9 procent meer van einde vorig kwartaal, Telecompaper. Glasvezel-aansluiting FTTH/B is het sterkst in opkomst, 25 aug 2012.
  
- Carel Peeters, Vrij Nederland
  - De Pax Technologica, over de moderne ‘aandachtsspanne’, 25 aug 2012.
  
- Perquin, Groene Amsterdammer, journalist
  - Terug, column, 16 aug 2012.
  
- Platform open data
  - Oproep deelname enquête open data van Ministerie van Economische Zaken, definitie voor Open Data, zie ook de brief aan de Tweede Kamer over hergebruik en Open Data van 30 mei 2011.
  
- Bettine Pluut, WRR
  - Het landelijk EPD als blackbox, besluitvorming en opinies in kaart. Webpublicatie nr. 45, Verkennende studie voor het WRR-Rapport iOverheid, 2009.
  
- Paul Potters en Marije de Vreeze, WRR
  - Ecall Blackbox, Webpublicatie nr. 48, Verkennende studie voor het WRR-Rapport iOverheid, 2010.
  
- Irene de Pous, Volkskrant, journalist
  - Artikel: Twitter moet, zeker voor politici, 18 aug 2012.
  
- PVDA
  - Verkiezingsprogramma, NL sterker en socialer, 2012.
  
- Partij vd Dieren
  - Verkiezingsprogramma – Hou vast aan je idealen, laat ze niet wegcijferen.

- Partij voor Mens & Geest
  - Verkiezingsprogramma 2012 – Breng het hart naar de politiek.
- Partij vd Toekomst
  - Verkiezingsprogramma 2012.
- PVV
  - Verkiezingsprogramma: Hun Brussel. Ons Nederland, 2012.
- Piratenpartij Nederland
  - Verkiezingsprogramma 2012.
- Queromedia
  - Nissan laat Facebook fans zelf auto 'samenstellen', 10 aug 2012. Crowdsourcing opkomende trend in de auto-industrie, <http://www.zoekmachine-marketing-blog.com/20076/nissan-laat-facebook-fans-zelf-auto-%E2%80%98samenstellen%E2%80%99.html>
- Rathenau Instituut, Het bericht nr 5
  - Robotrevolutie vraagt om actie, 2012
  - Programma Kenniskamer Intelligente Robots, Feiten, Fabels & Fictie, 7 november 2011.
- Rathenau Instituut, XS4All, Universiteit Twente, EPN
  - Deelnemers Expertmeeting Virtuele Werelden, 28 maart 2007.
- Recordboete voor Google, privacy-schending, 18,3 miljoen Euro
  - Diverse NL websites en kranten, aug 2012.
- Evert Romeyn, Microsoft, Government Affairs Manager
  - Telefoongesprek, zou informatie sturen, geen reactie meer gehad.
- Ronde Tafel Vaste Commissie Min BZK, Rathenau Instituut
  - Een biometrische database – Een stap te ver? 20 april 2011.
- Jean Louis Roso, TNO, Business Line Manager - Future Internet Use (Informatie maatschappij)
  - Open overheid – internationale beleidsanalyse en aanbevelingen voor Nederlands beleid, 2011
  - Digitale rapportage- Het leren van de toekomst, 2010
  - Co-creatie bij de overheid - Experimenteer met beleid, 2011.

- Rijksoverheid
  - [www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl), Grondwet voor het Koninkrijk der Nederlanden 2006.
- Joost Schellevis, Tweakers.net
  - Neelie Kroes: beheer internet moet niet naar Verenigde Naties, 24 aug 2012.
  - Microsoft geeft zichzelf recht gebruikersdata breder toe te passen, 3 sept 2012 (net als Google, Netflix en Paypal).
- Bauke Schievink, Tweakers.net
  - Google krijgt patent op 'face unlock' voor meer dan één gebruiker, 5 september 2012.
- Marjon Schols, Marion Duimel, Jos de Haan, Sociaal en Cultureel Planbureau
  - Wijzen op snelle digitale veranderingen en de bijbehorende veroudering van onderzoeksdata in 'Hoe cultureel is de digitale generatie? Het internetgebruik voor culturele doeleinden onder schoolgaande tieners', maart 2012. Representatieve, kwantitatieve steekproef NL, gebaseerd op veldwerkdata uit 2008. Veel niet-culturele algemene cijfers zijn ook hierin opgenomen.
- SGP
  - Speerpuntenprogramma verkiezingen 2012.
- SIDN & PWC
  - Wat vindt Nederland van internet? De nationale internetenquete, november 2011.
- Roderick Simons
  - Crowdsourcen voor ambtenaren - Uitgangspunten voor de inzet van crowdsourcen bij de overheid, 2010.
- Lex Slaghuis, Hack de Overheid, oprichter
  - 13 aug 2012, telefoongesprek
  - 2 open data schema's ism Min BZK, Twitter n=1500, Facebook n=500.
- Marjan Slob en Jan Staman, Rathenau Instituut
  - Beleid en het bewijsbeest. Een verkenning van verwachtingen en praktijken rond evidence based policy, 2012.
- Wim van Slooten, MOA, Center for Information based decision making & Marketing Research NL, Directeur
  - Digital analytics kwaliteitsnormen conceptversie juni 2012 voor de branche in Nederland. Telefonisch gesproken op 20 augustus 2012 en de vijf ICT-trends uit rapport 'Vernieuwing Rijksdienst' besproken.

- Maartje Somers, NRC, journalist
  - Artikel: 'Singapore worden of toch maar polderen 3.0?', 7 juli 2012.
- SOPN
  - Verkiezingsprogramma – Samenhang, Openheid, Participatie, Natuurzuiver.
- SP
  - Verkiezingsprogramma: Nieuw vertrouwen, 2012.
- J.W.E. Spies, Min BZK
  - Kabinetsvisie WRR rapport Vertrouwen in Burgers, 22 juni 2012.
- Mieke van Stigt, Gerrit Kronjee en Jan Groeneveld, WRR
  - De tijd van ons leven, 2003.
- Strategieeraad Rijksbreed
  - Rijksbrede Kennisagenda, Fase 1, Trends & Ontwikkelingen, november 2010.
- Henk van Straten, Vrij Nederland
  - Klantgericht denken in de bieb – We doen nu ook aan social media enzo, 25 aug 2012.
- W.L. Tiemeijer, WRR
  - Hoe mensen keuzes maken. De psychologie van het beslissen, 2011.
- W.L. Tiemeijer, C.A. Thomas en H.M. Prast (red.), WRR
  - De menselijke beslisser. Over de psychologie van keuze en gedrag, 2009.
- Jelte Timmer, Set Up, Programma-coördinator, werkt ook bij Rathenau Instituut
  - <http://virtueelplatform.nl/activiteiten/nederland-labland/>
  - Overall robots, automatisering van de liefde tot de dood, Rathenau instituut, 2012
  - Voorgeprogrammeerd, hoe internet ons leven leidt, Rathenau Instituut, 2012
  - Serious gaming, vergezichten op de mogelijkheden, Rathenau instituut, 2011
  - Dutch Games go global, highlights of the Dutch game industry, 2012
  - Control, vakblad voor de games industrie, issue 31, juli/augustus 2012, issue 30, maart 2012.
- Bach Tran, Ministerie BZK, kennisadviseur
  - Lessen van de iOverheid -10 jaar ervaringen uit de praktijk
  - Kennisagenda 2012-2014, Naar nieuwe verantwoordelijkheden voor burgers en overheid
  - Onderzoeksprogramma 2012.



- Trouw, auteur onbekend
  - Nederlandse gedetineerden mogen niet emailen, 25 aug 2012.
- Universiteit Twente – Center for e-government studies
  - Trendrapport Computer- en Internetgebruik november 2011. Een Nederlands en Europees perspectief.
- G. van der Veen, CBS, Directeur-Generaal van de Statistiek
  - Rapport: Babyboomers - indrukken vanuit de statistiek, april 2012
  - Rapport: ICT, kennis en economie, 2012
  - Statistisch jaarboek, 2012.
- Willem Vermeend & Bert Brussen
  - De onstuitbare opmars van de digitale wereld – Het nieuwe leren, werken, ondernemen en geld verdienen, 2012.
- Lia Vieveen, Sanne van Let & Renata Verloop, Frankwatching
  - <http://www.frankwatching.com/downloads/whitepapers/whitepaper-status-mobiel-intranet.pdf>, Sander Duijvestein & Renata Verloop.
- Vlek, Groene Amsterdammer, Columnist Sciencepalooza
  - Artikel, De computer die terugpraat, 28 juni 2012.
- Chiem Vliegen, Gemeente Amsterdam, Webcoördinator concern, Directie Communicatie, Bestuursdienst, 30 juli 2012, informatief telefoongesprek
  - Er is geen overzicht over (i)overheid in Nederland, alleen op gemeentelijk niveau
  - Content plan [www.amsterdam.nl](http://www.amsterdam.nl)
  - Dienstverlening Amsterdam – Eén visie voor stad en stadsdelen.
- Ineke de Vries, Humanistisch Verbond, directeur
  - Inspireren en verbinden, meerjarenbeleidsprogramma 2012-2017.
- Marc de Vries, Hyves, directeur
  - Mevr. Meral Bakir, Community Management, Head of Community Management heeft per email gereageerd op de 5 ICT-trends uit het rapport Vernieuwing Rijksdienst.
- VVD
  - Niet doorschuiven maar aanpakken, verkiezingsprogramma 2012.

- 50Plus
  - Verkiezingsprogramma 2012, 50Plus punten.
- Geert-Jan Waasdorp, Intelligence Group, directeur
  - Maakt extra uitdraai met alle apps die worden gebruikt, naast de top 25 meest favoriete apps van weekend NL, kwantitatief onderzoek, 2012.
- Wel ingelichte kringen
  - Onstuitbaar? De afgang van Hyves en de opmars van Facebook in NL, grafiek van marketingfacts.nl, 14 aug 2012, <http://www.welingelichtekringen.nl/tech/55831/onstuitbaar-de-afgang-van-hyves-en-de-opmars-van-facebook.html>.
- Christiaan Weijts, Groene Amsterdammer, journalist
  - Leefbaarheid – Het is zo lekker om eikel te roepen, 28 juni 2012.
- Andrea Wiegman, Second Sight, Platform voor trends & trend forecasting, verkiezing trendwatcher of the year, oprichter
  - Website, oproep op website en doorverwijzingen naar trendwatchers.
- Bas de Wit, WRR
  - Van maakbaar naar betekenisvol bestuur. Een achtergrondstudie naar (keten) governance en (nieuw) publiek management en de gevolgen voor toezicht en evaluatie, webpublicatie nr. 63, april 2012.
- Jan Andries Wolthuis, Min BZK, Afdelingshoofd Interactie, Directie Burgerschap & Informatiebeleid
  - De zucht naar goed bestuur in de stad, lessen uit een weerbarstige werkelijkheid, Frank Hendriks en Gerard Drosterij, 2012
  - Intermediair, De werkelijkheid wordt een database, 29 juni 2012, ook genoemd tijdens interview met Set Up
  - Permanente innovatie, Ministerie Veiligheid en Justitie, 2012
  - Participeren met een compacte en nabije overheid, lbestuur, juli 2012
  - Privacy before design, Bart Schermer, nummer 3, 2012
  - Trends & ontwikkelingen, 21 juni, Min BZK.
- WRR, auteurs niet genoemd
  - iOverheid. 2011
  - Werkprogramma 2011 – 2012.

- [www.twitternederland.org](http://www.twitternederland.org)
  - Diverse top 20's van de meest populaire Twitteraars in Nederland.
- Xs4all, afdeling Public Affairs, diverse auteurs
  - Het glazen muiltje - 29 visies op internet, technologie en maatschappij, 2012.
- ZDF enterprises
  - De toekomst – De wereld over 50 jaar, 2007. 3 DVD-box met internationale wetenschappers die een blik in de toekomst werpen op basis van bestaand wetenschappelijk onderzoek, o.a. in NL, Universteit van Utrecht.

## **Bijlage 5**

## **Achtergrond van de onderzoeker**



Sinds 1998 is Klaus van den Berg werkzaam als marktonderzoeker, strateeg en trend editor voor (inter)nationale bedrijven, overheden, NGO's en goede doelen. Hij heeft gewerkt in projecten en interim-management functies in Nederland, Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland.

Opdrachtgevers: AstraZeneca, BAT, Bovag, Bristol-Myers Squibb, Casema, CliniClowns, Conclusion/ING Excellent, Cono, Danone/Nutricia, Direct Marketing Sales Organisatie (DMSA), 3VO verkeersorganisatie, Foster Parents Plan, Gemeente Amsterdam, Gemeente Den Haag, Greenpeace, Hazewinkel Pers, ID&T, KLM Holland Herald/Media Partners, Mexx, Ministerie van Algemene Zaken/DTC, Ministerie van Binnenlandse Zaken & Koninkrijksrelaties, Ministerie van Justitie, Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer & Visserij, Ministerie van Sociale Zaken & Werkgelegenheid, Monuta, Nationaal Epilepsie Fonds, Nationaal Park De Hoge Veluwe, Natuurmonumenten, Nederlandse Spoorwegen, Nederlandse stichting voor het gehandicapte kind (NSGK), New York Pizza, Nuon, OHRA, PvdA, Programma Politie & Wetenschap, Rabobank/De Lage Landen, Rothmans International, Sectorfonds Zorg & Welzijn, Stichting Doe Een Wens Nederland, Twynstra Gudde, VUconnected, Weibel Lift AG, Wereld Natuur Fonds (WNF), Wereldwinkels e.a.

Van 1995 tot 1998 was hij werkzaam als senior account manager kwalitatief marktonderzoek bij bureau Interview International te Amsterdam. Van 1992 tot 1995 werkte hij als freelance kwalitatief marktonderzoeker voor diverse marktonderzoeks- en reclamebureaus. Van 1991 tot 1992 was hij als junior kwalitatief marktonderzoeker in dienst bij het bureau Schreuder, Petrescu & Partners te Amsterdam. Anjo Schreuder was één van de eerste kwalitatieve marktonderzoekers in Nederland.

Van 1986 tot 1991 behaalde hij aan de Universiteit van Amsterdam, Faculteit der Politieke en Sociaal-Culturele Wetenschappen, zijn doctoraal Internationale Betrekkingen. Van 1980-1986 bezocht hij het Stedelijk Gymnasium te Arnhem.

Geschreven referenties kunt u vinden op [www.klausvandenbergh.com](http://www.klausvandenbergh.com)