



Panteia

Research to Progress

Research voor Beleid | EIM | NEA | IOO | Stratus | IPM



Marktonderzoek Digitaal Hulpplein

Rapportage

Panteia, Herman Bolle, Henri Faun, Michiel Linssen en Natasha Stroeker

Zoetermeer, 27 juni 2016

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. De verantwoordelijkheid voor de inhoud van het onderzoek berust bij de auteurs. De inhoud is niet per definitie een weergave van het standpunt van de Minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties.

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij Panteia. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Panteia aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

Inhoudsopgave

Samenvatting	4
1 Inleiding	6
1.1 Aanleiding	6
1.2 Doel en onderzoeksvragen	7
1.3 Aanpak	8
1.4 Leeswijzer	9
2 Digitaal hulpplein	10
2.1 Ontstaansgeschiedenis	10
2.2 Betrokkenheid organisaties bij digivaardigheid van de burger	11
2.3 Beeld van de niet-digivaardige burger	13
2.4 Beeld en functie Digitaal Hulpplein	14
2.5 Toekomstige partijen Digitaal Hulpplein	16
2.6 Eigen rol organisaties	20
2.7 Proposities	21
2.8 Verdienmodel	23
2.9 Tips/adviezen van organisaties	24
3 Conclusies	25
Bijlage 1: Gesprekspartners	27
Bijlage 2: Checklist Digitaal Hulpplein	28
Bijlage 3: Vragen netwerk Hoofdzaken	32



Samenvatting

De directie Burgerschap en Informatiebeleid van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) heeft Panteia gevraagd onderzoek te doen naar de mogelijkheid om het Digitaal Hulpplein op een andere manier te exploiteren. Dit heeft geresulteerd in een marktonderzoek waarbij de volgende drie hoofdvragen centraal stonden. Dit onderzoek heeft gelijktijdig plaatsgevonden met een evaluatie van het Digitaal Hulpplein door Decisio / DSP, waarover afzonderlijk is gerapporteerd.

De hoofdvragen van dit marktonderzoek zijn:

- Welke (commerciële dan wel andere) partijen zouden geïnteresseerd kunnen zijn in de overname van het Digitaal Hulpplein?
- Onder welke voorwaarden zouden zij geïnteresseerd zijn?
- Is er concreet een bedrijf of organisatie aan te wijzen die een overname zou overwegen, op grond van bevindingen uit het onderzoek?

Het onderzoek heeft plaatsgevonden in de periode maart t/m juni 2016. In deze periode zijn relevante gegevens en stukken bestudeerd. Tevens zijn diepte-interviews afgenomen met de direct betrokken partijen en is met 17 partijen gesproken om de beantwoording van bovenstaande vragen in kaart te brengen.

De uitkomsten van het marktonderzoek laten zien dat het Digitaal Hulpplein niet als een op zich staand initiatief wordt gezien. De beperkte digivaardigheid van een deel van de bevolking en het toenemende belang van de Nederlandse bevolking om te beschikken over voldoende digitale vaardigheden betreft een complexe problematiek die je niet oplost met het aanbieden van cursussen. Veel (maatschappelijke) organisaties zien de problematiek in een veel breder kader dan alleen het digivaardig maken van burgers. Dat pleit ook voor het inbedden van het Digitaal Hulpplein in een bredere oplossing c.q. het plaatsen van het Digitaal Hulpplein **in grotere samenhang** (gelinkt aan projecten zoals de pilot van KING, projecten van de Belastingdienst en de Koninklijke bibliotheek en projecten waarmee Stichting Lezen en Schrijven bezig is). Deze bredere oplossing c.q. grotere samenhang sluit aan bij de gemeenschappelijke verantwoordelijkheid die ook wordt aangegeven door veel partijen (Deltaplan).

De rode draad uit die **gemeenschappelijke verantwoordelijkheid** is dat verwacht wordt dat de (rijks)overheid de trekker en financier is van het Digitaal Hulpplein (hierbij worden de ministeries van BZK, SZW, VWS Regelhulp en in veel mindere mate het ministerie van OCW en EZ genoemd). Ook uitvoeringsorganisaties als UWV, Belastingdienst of een partij als de Koninklijke Bibliotheek worden genoemd als belangrijke partijen die in de lead moeten zijn. In de uitvoering en de vertaling naar het lokale niveau moeten partijen als Stichting Lezen en Schrijven, de VNG / KING (gemeenten) en lokale partijen (buurthuizen, wijkteams, maatschappelijke en welzijnsorganisaties) een belangrijke rol spelen. Een partij als ECP wordt vaak genoemd als coördinerende partij. Ook zijn er partijen die wat verder van het Digitaal Hulpplein en de doelgroep afstaan maar wel een bijdrage willen leveren in de vorm van het bevorderen van de bekendheid van het Digitaal Hulpplein en/of het betalen van een contributie.

Partijen die echt zelf aangegeven hebben een belangrijke rol te kunnen of willen vervullen als **trekker** (of zichzelf als meest aangewezen partij zien) zijn de Koninklijke



Bibliotheek, Stichting Lezen en Schrijven en ook VWS (Regelhulp), UWV en de Belastingdienst zien zichzelf als partner van het Digitaal Hulpplein.

Voorwaarden waaronder partijen geïnteresseerd zijn, zijn zaken als het aantonen van het feit dat het Digitaal Hulpplein bestaansrecht heeft c.q. dat er een goed plan ligt dat hieraan en aan andere zaken gewerkt wordt (o.a. bekendheid, eenduidigheid doelgroep) en dat er een gezamenlijke verantwoordelijkheid is tussen de diverse partijen met de rijksoverheid als trekker en financier. Andere voorwaarden hebben o.a. te maken met de visie op het Digitaal Hulpplein en de verdere verbetering, ontwikkeling en invulling van het Digitaal Hulpplein (zie ook het evaluatieonderzoek van Decisio/DSP).



1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De directie Burgerschap en Informatiebeleid van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) heeft behoefte aan informatie over de mogelijkheid om het Digitaal Hulpplein op een andere manier te exploiteren. Daartoe heeft Panteia in opdracht van het ministerie van BZK dit marktonderzoek naar het Digitaal Hulpplein uitgevoerd.

Doelgroep

Het Digitaal Hulpplein is een platform voor het zoeken naar cursussen voor mensen die niet of nauwelijks digitaal vaardig zijn. Het Digitaal Hulpplein maakt deel uit van de keten van ondersteuningsmogelijkheden voor mensen die moeite hebben met digitaal zakendoen, maar wel 'leerbaar' zijn. In een recent onderzoek van Dialogic (2013)¹ wordt een schatting gemaakt van de omvang van de doelgroep: de totale groep is tussen de 10% en 15% van de mensen tussen de 12 en 75 jaar, waarvan 5% onredzaam is en dus waarschijnlijk niet leerbaar. Op basis van cijfers van het CBS² (1^e kwartaal 2016) blijkt dat er 12,7 miljoen personen zijn tussen de 15 en 75 jaar³. Uitgaande van een leerbare groep van 7,5% (12,5% minus 5% onredzaam) komt dit naar schatting uit op ongeveer 950.000 inwoners van Nederland (exclusief mensen die wonen in inrichtingen, instellingen en tehuizen). Onderzoek van de Raad voor het Openbaar Bestuur (2013) laat zien dat 6% van de Nederlanders 'digibeet' is, dat wil zeggen dat deze mensen minimaal een jaar geen gebruik hebben gemaakt van internet⁴. Dat komt neer op ongeveer 1.000.000 inwoners van Nederland. Dit komt in grote lijnen overeen met de uitkomsten van het onderzoek van Dialogic.

Echter, het vaststellen van de omvang van de doelgroep van digitaal niet of onvoldoende vaardigen vindt altijd plaats op basis van aannames over wanneer iemand wel of niet digivaardig is (er zijn hierin namelijk verschillende niveaus te onderscheiden en hoe meer men moet kunnen om als digivaardig te worden bestempeld, des te groter is de doelgroep).

Een belangrijke doelgroep voor het Digitaal Hulpplein zijn de ouderen of doelgroepen van laaggeschoolden waar ook de laaggeletterdheid een probleem is⁵. Veel minder dan bij laaggeletterdheid zien we bij de doelgroep van het Digitaal Hulpplein de doelgroep allochtone Nederlanders terugkomen.

¹ De digitale (zelf)redzaamheid van de burger: ondersteuning bij de Digitale Overheid 2017. Rapport in opdracht van het Ministerie van BZK door Dialogic (september 2013).

Bron: [http://kennisopenbaarbestuur.nl/rapporten-publicaties/de-digitale-\(zelf\)redzaamheid-van-de-burger-methoden-ter-ondersteuning-op-weg-naar-de-e-overheid-2017/](http://kennisopenbaarbestuur.nl/rapporten-publicaties/de-digitale-(zelf)redzaamheid-van-de-burger-methoden-ter-ondersteuning-op-weg-naar-de-e-overheid-2017/)

² Bron: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/arbeid-sociale-zekerheid/publicaties/barometer-beroepsbevolking/bevolking-15-tot-75-jaar.htm>

³ Overige cijfers van CBS Statline (mei 2016) over internettoegang en digitale middelen onder de bevolking van 12 jaar en ouder zijn hier te vinden, maar geven geen meer precies beeld van de doelgroep van het Digitaal Hulpplein. Deze moet zelf door aannames ingeschat worden.

<http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=83429ned&D1=0-69&D2=0,3-6&D3=0&D4=a&VW=T>

⁴ Ecbo en Stichting Lezen en Schrijven (2015). Laaggeletterden: Achterblijvers in de digitale wereld? Bron: <http://www.lezenenschrijven.nl/uploads/editor/ecbo.15-217-Laaggeletterden-achterblijvers-in-de-digitale-wereld-web.pdf>, pagina 9.

⁵ De doelgroep van laaggeletterden wordt door de Algemene Rekenkamer ingeschat op 2,5 miljoen mensen (bron:

http://www.rekenkamer.nl/Publicaties/Onderzoeksrapporten/Introducties/2016/04/Aanpak_van_laaggeletterdheid) en door Stichting Lezen en Schrijven ingeschat op 1,3 miljoen mensen (Bron: <http://www.lezenenschrijven.nl/feiten>).



Doel

In 2014 is het Digitaal Hulpplein opgericht. De website digitaalhulpplein.nl helpt bezoekers om een oefenlocatie, cursus of inloopspreekuur 'computer en internetvaardigheid' in de buurt te vinden. Mensen kunnen zelf zoeken naar een geschikte cursus ofwel daarbij worden geholpen door bijvoorbeeld professionals of vrijwilligers. Ook kan via het Digitaal Hulpplein de Digimeter ingevuld worden.

Aanvullend bestaat er ook een telefoonnummer waar 'niet-digivaardigen' naartoe kunnen bellen met vragen.

Betrokken partijen

Het Digitaal Hulpplein is een initiatief van een aantal partijen, waaronder de bibliotheken (Koninklijke Bibliotheek, Vereniging Openbare Bibliotheken (VOB)), de Stichting Digisterker, Seniorweb, Computerwijk, ECP (Digivaardig & Digiveilig), Digitale Stedenagenda en de Stichting Lezen en Schrijven. ECP, het Platform voor de i-Samenleving, beheert het Digitaal Hulpplein en doet de uitvoerende werkzaamheden (beheer website, coördinatie partijen, campagnes e.d.). Ook is er een telefoonnummer / helpdesk die wordt beheerd door Stichting Lezen en Schrijven. Seniorweb verzorgt een deel van de cursussen en de bibliotheken zorgen voor de locaties waar de cursussen gegeven kunnen worden. Volgens de bezoekersanalyses hebben er tussen 27 januari 2015 en 16 maart 2016 totaal 11.616 afzonderlijke gebruikers de webpagina bezocht, dat is 1% van de doelgroep. Het Digitaal Hulpplein wordt gesubsidieerd, nu voor de tweede periode op rij, door de ministeries van BZK en SZW. Eén van de voorwaarden van de subsidie is dat er wordt gekeken naar alternatieve financiering voor het Digitaal Hulpplein.

Op de site van het Digitaal Hulpplein wordt een groot aantal sponsors genoemd, die partner zijn van ECP en als zodanig het Digitaal Hulpplein mogelijk maken, zoals IBM, KPN, Stichting CAICT, Betaalvereniging Nederland, T-Mobile, UWV, Vodafone, Ziggo en de Bibliotheek Gids.

Ook is een groot aantal doorverwijzers betrokken bij dit initiatief, zoals de Belastingdienst, het UWV, allerlei regionale welzijnsorganisaties en gemeenten.

1.2 Doel en onderzoeksvragen

Het onderzoek moet antwoord geven op de vraag of het Digitaal Hulpplein op een andere manier geëxploiteerd kan worden en onder welke voorwaarden. Dit doel is hieronder uitgewerkt in drie hoofdvragen.

De hoofdvragen van dit onderzoek zijn:

- Welke (commerciële dan wel andere) partijen zouden geïnteresseerd kunnen zijn in de overname van het Digitaal Hulpplein?
- Onder welke voorwaarden zouden zij geïnteresseerd zijn?
- Is er concreet een bedrijf of organisatie aan te wijzen die een overname zou overwegen, op grond van bevindingen uit het onderzoek?

Voor zover in het onderzoek ter sprake komt, zal het onderzoek ook bijdragen aan het inzicht of de informatie aan de doelgroep zodanig is georganiseerd dat zij de informatie kunnen vinden die ze nodig hebben om vaardiger te worden / hulp te krijgen bij



het digitaal zakendoen met de overheid. Voor dit onderdeel zal geen ondervraging van de doelgroep plaatsvinden, maar het kan zo zijn dat uit diverse gesprekken hierover informatie naar voren komt. In dat geval zijn deze uitkomsten meegenomen in de rapportage.

Afbakening en delen relevante informatie

Dit onderzoek van Panteia heeft tegelijk plaatsgevonden met een evaluatieonderzoek van het Digitaal Hulpplein uitgevoerd door Decisio en DSP. Tijdens het onderzoeksproces heeft uitwisseling tussen Panteia en Decisio/DSP plaatsgevonden over de gevonden informatie en informatie uit interviews en ook afstemming over de uitkomsten.

Onderzoek Panteia: toekomstige organisatie en financiering Digitaal Hulpplein

Dit betreft een oriënterend onderzoek onder deskundigen en beslissers bij bedrijven en niet-commerciële instellingen naar hun visie op en belangstelling voor het Digitale Hulpplein. Het gaat daarbij om vragen zoals:

- Welke functie ziet u voor het Digitale Hulpplein?
- Welke kansen en mogelijkheden ziet u voor dit platform?
- Door welke organisaties en/of bedrijven zou dit platform kunnen worden gedragen/gefinancierd?
- Wat zou het platform voor een organisatie zoals die van u kunnen betekenen? Etc.

Onderzoek Decisio/DSP: evaluatie Digitaal Hulpplein

Minister Plasterk heeft aan de Tweede Kamer beloofd om in 2016 te evalueren of de huidige structuur voldoet en of eventueel aanvullende maatregelen nodig zijn. Decisio/DSP heeft deze evaluatie uitgevoerd. De evaluatie moet antwoord geven op de hoofdvragen:

- Is de hulp voor mensen die niet zo vaardig zijn - met het Digitaal Hulpplein en andere mogelijkheden - nu zo georganiseerd, dat mensen de goede hulp ook kunnen vinden?
- Voldoet het Digitaal Hulpplein aan de verwachting dat het mensen gemakkelijker maakt om cursussen te vinden?
- Hoe verhoudt het Digitaal Hulpplein zich tot andere kanalen en instrumenten?
- Hoe ervaren initiatiefnemers, subsidiegevers, uitvoerders, intermediairs, cursusaanbieders en de doelgroep het Digitaal Hulpplein?

1.3 Aanpak

De aanpak van het (markt)onderzoek bestaat uit het verzamelen en bestuderen van relevante gegevens en documenten en het voeren van diepte-interviews met direct betrokken partijen en niet-betrokken partijen. Onder de betrokken partijen verstaan we zowel initiatiefnemers van het Digitaal Hulpplein als sponsors, alhoewel in de praktijk blijkt dat de betrokkenheid van de sponsors vaak niet zo ver gaat. Daarnaast hebben we ook gesprekken gevoerd met partijen die op geen enkele manier betrokken zijn en vaak ook niet op de hoogte zijn van het bestaan van het Digitaal Hulpplein.

In de voorbereidende ronde hebben we drie oriënterende interviews gevoerd met direct betrokken partijen (ECP, Koninklijke bibliotheek en het ministerie van SZW). Daarna is een groslijst gemaakt van mogelijk interessante gesprekspartner om te spreken voor de verdiepende fase van het onderzoek. Hiervoor is in eerste instantie een lijst van ongeveer 40 interessante gesprekspartners opgesteld. Daaruit is in overleg met de opdrachtgever een selectie gemaakt van 26 partijen om te benaderen voor



een interview. Daarbij is gebruik gemaakt van een semi-gestructureerde vragenlijst waarbij belangrijke elementen waren:

- Uitleg van het Digitaal Hulpplein (met name voor partijen die hiermee onbekend zijn)
- Digitale vaardigheid van de burger / consument
- Bekendheid met en beeld van het Digitaal Hulpplein
- Reacties op benefits van enkele proposities
- Betrokkenheid partijen, inclusief eigen organisatie, bij het Digitaal Hulpplein

De uitwerking van deze elementen in gesprekspunten en de beschrijving van het concept Digitaal Hulpplein en de proposities die zijn voorgelegd, zijn opgenomen in bijlage 2.

Uiteindelijk heeft dit geresulteerd in 17 gesprekken, waardoor dus in totaal met 20 partijen gesproken is. De namen van de partijen die wij hebben gesproken zijn opgenomen in bijlage 1. Vanwege privacyredenen zijn alleen de namen van de organisaties vermeld en niet van de gesprekspartners. Deze gesprekken zijn overwegend face-to-face afgenomen, enkele gesprekken hebben telefonisch plaatsgevonden.

Om deze gesprekken te realiseren hebben wij met een groter aantal partijen contact gehad, namelijk met een kleine 30. Er zijn partijen die simpelweg naar meerdere pogingen niet naar ons terug gereageerd hebben en er zijn ook partijen die ons hebben laten weten dat zij geen medewerking wilden verlenen aan het onderzoek. De commerciële partijen zoals Wehkamp, Fonq, Thuisbezorgd, Bol.com hebben wij na telefonisch contact (lastig om de juiste persoon te pakken te krijgen), trachten te bereiken via het sturen van een Twitter bericht met oproep tot deelname aan het onderzoek. Dit heeft er toe geleid dat Thuisbezorgd.nl heeft gereageerd om deel te nemen. De andere partijen hebben niet gereageerd of wilden niet deelnemen. Partijen die uitdrukkelijk hebben laten weten niet deel te willen nemen zijn o.a. CAICT, Coolblue, Thuiswinkel.org en Ticketmaster.

In het gesprek met het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), die de site Regelhulp subsidieert, is ons aangeboden om enkele vragen voor te leggen aan zzp'ers (netwerk Hoofdzaken), om hen te vragen wat ze van het Digitaal Hulpplein vinden. Dit is gebeurd (zie vragen in bijlage 3) en de uitkomsten zijn opgenomen in paragraaf 2.5.

1.4 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 bevat de uitkomsten van het marktonderzoek Digitaal Hulpplein. Hierin komt de ontstaansgeschiedenis aan bod, evenals de betrokkenheid van de gesproken organisaties bij digivaardige burgers. Ook het beeld van de niet-digivaardige burger en het Digitaal Hulpplein zijn in dit hoofdstuk belangrijke onderwerpen. De toekomstige partijen die betrokken zouden kunnen zijn bij het Digitaal Hulpplein worden besproken alsook de eigen rol van de organisaties die we hebben gesproken. Aan hen zijn ook een viertal proposities ten aanzien van het Digitaal Hulpplein voorgelegd, waarvan de reacties worden geschetst. Het verdienmodel komt ter sprake evenals tips en adviezen.

In hoofdstuk 3 volgen de conclusies, waarin ook de beantwoording van de onderzoeksvragen aan bod komt.



2 Digitaal hulpplein

2.1 Ontstaansgeschiedenis

Het Digitaal Hulpplein is voortgekomen uit een onderzoek naar de digitale zelfredzaamheid van burgers⁶. Dit onderzoek is gepresenteerd op het jaarcongres van ECP in november 2013. In deze sessie is de vraag gesteld wat er gedaan zou moeten worden om mensen digivaardiger te maken met het oog op de Digitale Overheid 2017 en de bijbehorende doelen. Omdat er al veel aanbod op dit vlak is, veel websites en veel cursussen, was het idee om geen nieuw aanbod te ontwikkelen maar om beter te ontsluiten wat er al is (het is immers een moeilijk te bereiken doelgroep, net als de laaggeletterden. Kortom, uitgangspunt was om gebruik te maken van de bestaande diensten en infrastructuur. De partijen die toen om de tafel zaten, de initiatiefnemers van het Digitaal Hulpplein (zie paragraaf 1.1), hebben de handen ineen geslagen en een voorstel tot oprichting van het Digitaal Hulpplein uitgewerkt, om het aanbod bij elkaar te brengen en een website te bouwen. Omdat een website niet het meest geëigende instrument is voor de doelgroep is direct afgesproken om ook een telefonische helpdesk in het leven te roepen (de doelgroep betreft immers digibeten). Met inbreng van alle initiatiefnemers heeft ECP als coördinator en penvoerder een voorstel ingediend waarvoor subsidie is verkregen om het Digitaal Hulpplein op te richten (toegekend voor 2 jaar, in het eerste jaar 100% gefinancierd door het ministerie van BZK en in het tweede jaar voor 50% gefinancierd vanuit het ministerie van BZK en voor 50% vanuit het ministerie van SZW).

De doelstellingen van het Digitaal Hulpplein zijn door de projectpartners vertaald naar Key Performance Indicators (KPI's). Op basis van wat realistisch en aannemelijk geacht werd, zijn de volgende doelen gesteld:

- Er moet een goed functionerende website beschikbaar zijn;
- Er moet een goed gemanagede telefoonlijn zijn;
- Er moet een landelijk dekkend netwerk van cursuslocaties zijn.

Het was van het begin af aan per definitie niet een concept van alleen BZK. Het was de bedoeling dat het aan de marktpartijen (die er belang bij hebben) overgelaten kon worden.

Het ministerie van BZK vindt het bevorderen van digitale vaardigheden van belang in het kader van Digitaal 2017. Om die reden heeft het ministerie het initiatief ondersteund om een Digitaal Hulpplein in te richten. Parallel daaraan liep een traject van het ministerie van SZW om (samen met UWV) de digivaardigheid van werkzoekenden te bevorderen: meer digivaardigheden betekent namelijk meer kans op (het vinden van) een baan. Het ministerie was hier al sinds 2010 mee bezig, ook in het kader van de maatschappelijke digistage. Onderdeel hiervan was "Maak werk van IT", scholieren konden dan bij UWV's en bibliotheken digivaardigheidstrainingen geven als maatschappelijke stage. In dit traject van SZW zat ook de Digimeter.

Elementen uit deze twee trajecten zijn uiteindelijk (samen met de digitale hulplijn) samengevoegd in het Digitaal Hulpplein (DH). Er was interdepartementaal overleg en

⁶ De digitale (zelf)redzaamheid van de burger: ondersteuning bij de Digitale Overheid 2017. Rapport in opdracht van het Ministerie van BZK door Dialogic (september 2013).
Bron: [http://kennisopenbaarbestuur.nl/rapporten-publicaties/de-digitale-\(zelf\)redzaamheid-van-de-burger-methoden-ter-ondersteuning-op-weg-naar-de-e-overheid-2017/](http://kennisopenbaarbestuur.nl/rapporten-publicaties/de-digitale-(zelf)redzaamheid-van-de-burger-methoden-ter-ondersteuning-op-weg-naar-de-e-overheid-2017/)



daaruit bleek dat de doelstellingen van de twee trajecten in feite overeen kwamen: de burgers meer digivaardig maken.

ECP fungeert als coördinator en trekker en verzorgt alle communicatie eromheen. Ook doet ECP acquisitie voor nieuwe partners, zodat er (financiële) bijdragen komen voor het onderhoud van de website. De Koninklijke bibliotheek beheert en onderhoudt de Gids. De Gids is de achterkant van het Digitaal Hulpplein, de database waar het aanbod van alle bibliotheken en andere partijen in zit. Twee keer per jaar stuurt de KB alle betrokken partijen een verzoek voor een update van het aanbod. Als deze hier 2x niet op reageren, worden ze uit de Gids gehaald. Stichting Lezen en Schrijven beheert de hulplijn.

In 2014 is het projectplan rondgekomen en na de zomer van 2014 is gestart met het Digitaal Hulpplein met een looptijd van 2 jaar (zomer 2014 – zomer 2016). In het begin is door de initiatiefnemers samen opgetrokken om het projectplan te schrijven. Ook is in de beginfase veel werk verzet door diverse partijen om al het aanbod compleet te krijgen (zo zit bijvoorbeeld ook al het aanbod van Seniorweb en Digisterker erin zonder overlap). Een belangrijk onderdeel daarvan was om bibliotheken aan te schrijven om hun aanbod goed in de Gids te zetten. Ze hadden er soms al aanbod in staan, maar niet compleet. Ook was een doel om alle partners (bibliotheken en andere partijen) een intentieverklaring te laten tekenen. Van de in totaal 150 basisbibliotheken (met 800 vestigingen) zijn er meer bibliotheken die hun aanbod in de Gids hebben opgenomen dan het aantal bibliotheken dat een intentieverklaring heeft getekend (meer dan de helft, ongeveer 60%, van de bibliotheken heeft het aanbod o.g.v. digivaardigheden opgenomen in het Digitaal Hulpplein). De intentieverklaring houdt in dat men daarmee toezegt het aanbod dat vermeld is in de Gids up-to-date te houden. Daar verandert vaak veel in.

Daarna is de intensiviteit van de samenwerking afgenomen. ECP houdt alle partijen via de mail regelmatig op de hoogte, bijvoorbeeld over de huis-aan-huis campagnes die regelmatig gedaan worden.

2.2 Betrokkenheid organisaties bij digivaardigheid van de burger

Alle bij het onderzoek betrokken organisaties onderschrijven het maatschappelijk belang van de digivaardige burger, waaronder wordt verstaan dat zowel de burger zelf, de overheid als bedrijven hier baat bij hebben. Men ziet dan ook het belang in van het probleem dat mensen die niet of minder goed mee kunnen komen in de digitale wereld een handje geholpen zouden moeten worden (“we moeten voorkomen dat er een grote groep paria’s ontstaat in de samenleving”). Dit uit zich ook in de betrokkenheid van organisaties bij het bezig zijn en het oplossen van deze problematiek, zij het dat de oplossingen vaak zijn gedefinieerd vanuit het eigen, wat meer specifieke belang. Dit is bij uitvoeringsinstellingen en bedrijven veelal het geval. Al spelen doelstellingen of een zeker verantwoordelijkheidsgevoel op het niveau van WMO hier ook vaak wel een rol, of zoals het ook wel wordt gezegd: hier zit een algemeen maatschappelijke kant en een bedrijfsdoel aan: “een win-win situatie”.

Velen wijzen ook op de doelen die de overheid heeft gesteld: in 2017 zou digitale communicatie dé norm moeten zijn, wat betekent dat alle burgers ‘digitaal’ zouden moeten zijn. Naar deze doelstelling wordt vaak verwezen als het gaat om wie verantwoordelijk is voor het er bij trekken van de ‘achterblijvers’ en wie daarbij (dus) het voortouw zou moeten nemen: de overheid.

De betrokkenheid van veel organisaties en bedrijven bij de digivaardigheid van de burger is niet zo zeer geënt op de maatschappelijke betekenis hiervan als wel op de



processen van de organisaties of de concurrentiekracht van de bedrijven zelf: digitalisering betekent een efficiëntere workflow, waarbij minder mensen nodig zijn (de noodzaak tot bezuinigen is hierbij een belangrijke driver) of men kan putten uit voldoende hoog gekwalificeerd personeel. Ook vergroting van de markt kan een doel zijn, zoals bij providers en ICT-bedrijven het geval is.

Naar type organisatie onderscheiden deze zich als volgt als het gaat om de betrokkenheid bij digivaardigheid en de oplossingen die men bij de problematiek daaromtrent heeft:

- **Maatschappelijke- en overheidsorganisaties** (zoals Regelhulp, Digisterker, Seniorweb, Stichting Lezen en Schrijven, bibliotheken, KING) hebben meestal meer het maatschappelijk belang of dat van (achtergestelde) doelgroepen voor ogen. Digivaardigheid kan daarbij een hoofddoel zijn, maar vaak blijken de problematieken van de doelgroepen waar men zich op richt op een breder niveau te liggen en is digivaardigheid daar een onderdeel van⁷. 'Laaggeletterdheid' is vaak de meer algemene noemer: men heeft moeite mee te komen op het gebied van taal en rekenen en daarmee ook met digivaardigheid. Terwijl dit laatste wel de ingang kan zijn voor de aanpak van de meer algemene problematiek (men spreekt hier wel van een 'camouflageprogramma': 'digitaal' is dan de binnenkomer om daarna door te pakken met taal en rekenen). Overigens wordt er wel voor gewaarschuwd digibetisme al te sterk te koppelen aan taalvaardigheid of laaggeletterdheid. Met name autochtone Nederlanders zouden zich hierdoor niet aangesproken kunnen voelen.
- **Uitvoeringsorganisaties** (zoals Belastingdienst en UWV) zijn vaak reeds lang bezig met de problematiek gegeven de digitalisering van hun processen. Zij hebben behalve met meer inhoudelijke vragen veel te maken met vragen van 'klanten' die onvoldoende digivaardig zijn om bijvoorbeeld formulieren in te vullen. Om de directe vragen te kunnen beantwoorden (klanten willen graag direct een antwoord of hulp) heeft men helpdesks ingericht die er op gericht zijn om klanten door de processen heen te helpen. Als achtervang heeft men nog altijd wel de fysieke oplossingen bij de hand (loketten, schriftelijk materiaal, etc.), zij het dat deze (onder invloed van bezuinigingen) steeds meer worden beperkt. Blijkt de problematiek (naar inschatting van medewerkers van deze organisaties) van meer algemene aard te zijn, dan wordt doorverwezen naar instanties die hierbij kunnen helpen. Dit kunnen lokale oplossingen zijn (VWS Regelhulp, bibliotheken, Digisterker) of het Digitaal Hulpplein.
Een digitale burger is van groot belang voor dergelijke organisaties, omdat het zo mogelijk is om sneller, makkelijker, veiliger en zeker niet in de laatste plaats: goedkoper (met minder personeel en op minder locaties) te kunnen werken.
- Ook **bedrijven** in sectoren zoals media, ICT, financiën (banken, verzekeringsmaatschappijen), profiteren van de digitale burger. Voor providers zoals Ziggo betekent hoe meer gebruikers van internet, des te groter de markt. Zij richten zich dan ook in de eerste plaats op uitbreiding van de infrastructuur en het bereiken van groepen die om financiële of situationele redenen nu nog niet zijn 'aangesloten' op de digitale weg. ICT-bedrijven, maar ook een instituut zoals Kennisnet of Ziggo investeren (vooral) in het onderwijs en permanente educatie. Het gaat hier meer om digivaardigheid 'plus'. Gericht op hoog gekwalificeerde werknemers (employability) en gebruikers (in de toekomst). Voor banken geldt dat de processen relatief eenvoudig zijn en de behoefte aan een digitaalvaardige burger wat minder. Voor hen

⁷ Van de genoemde organisaties richt alleen Seniorweb zich uitsluitend op het digivaardiger maken van hun doelgroep, zonder dit in een bredere context te plaatsen.



ligt het accent vooral op internetveiligheid (burgers beschermen tegen phishing en dergelijke).

Ongeacht de wat meer specifieke doelen en belangen van de verschillende organisaties participeert men wel in (veel) organisaties die betrokken zijn bij de digitalisering van de burger. En vaak subsidiëren of sponsoren zij deze ook. ECP wordt in dit kader veel genoemd, maar ook andere organisaties zoals Digisterker en bepaalde samenwerkingsprojecten (zoals nu opgestart door KING in samenwerking met SVB, UWV, DUO, pilot-gemeenten, etc.).

2.3 Beeld van de niet-digivaardige burger

Er kan een onderscheid gemaakt worden tussen mensen die als het gaat om digitalisering niet mee kunnen komen en niet mee willen komen.

Met name de uitvoeringsorganisaties (UWV, Belastingdienst) lopen tegen het probleem aan dat er een bepaalde groep burgers is die niet wil. Hier zijn allerlei redenen voor, zoals gevoel van onveiligheid, geen zelfvertrouwen, er geen geld voor (over) hebben (voor de aanschaf van een internetverbinding, een PC of tablet, etc.), weerstand tegen gevoelde dwang, afwijzing van digitalisering, er geen belangstelling voor hebben, etc. Deze groep probeert men wel zetjes in de goede richting te geven ("dit vergt maatwerk"). Zij zijn echter niet per definitie niet-digivaardig. Niet-digivaardigen zijn vooral de mensen die wel willen maar om allerlei redenen niet kunnen meekomen. Gebrek aan taalvaardigheid wordt vaak gezien als (belangrijkste) oorzaak. In dit kader wordt ook wel gesproken van een zeer complexe problematiek:

"niet digitaal vaardig zijn is vaak een niet op zichzelf staand probleem, er is nogal eens een samenhang met andere problematiek zoals taalvaardigheid, schulden hebben, mate van ontwikkeling/opleiding, leeftijd (ouderdom), gebrek aan vertrouwen, etc. Dit maakt de definitie van digitaal vaardig zijn en de problematiek die daarbij speelt ook heel complex, c.q. er is vaak sprake van een meervoudige problematiek, dat op een breder maatschappelijk niveau dient te worden gedefinieerd".

Kortom: niet-digivaardigheid staat vaak niet op zichzelf. Oplossingen worden door met name de maatschappelijke organisaties niet (alleen) gezien in het geven van cursussen op het gebied van digitale vaardigheid, maar ook op andere terreinen (zoals taal en rekenen). In dit verband wordt ook vaak gewezen op het belang van gemeenten en het kennen van de sociale kaart. Lokale invulling en begeleiding is erg belangrijk om inzichtelijk te hebben wat er speelt op individueel niveau en wat voor oplossingen hier voor zijn. En nog sterker: een gerichte verwijzing en/of persoonlijke begeleiding wordt wel genoemd als voorwaarde voor herkenning van niet-digivaardig zijn en het nemen van de stap om dit op te lossen. In dit verband wordt door een respondent de oplossing gezien in de vorm van de 'digitale mantelzorger': mensen die de niet-digivaardigen op basis van persoonlijke 'zorg' op weg helpen en hen begeleiden. Een dergelijke oplossing wordt vaak door maatschappelijke organisaties als de ideale situatie gezien, zeker als het gaat om ouderen en mensen die sowieso van zorg gebruik maken.

Overigens richten veel maatschappelijke organisaties zich op de groep mensen die al een stap(je) hebben genomen: enigszins bewust zijn van hun problemen, een computer en internetaansluiting hebben en met concrete vragen zitten/niet verder komen. Er is echter ook een groep waar geen zicht op is en die dus niet in kaart is gebracht. Men vindt het dan ook vaak moeilijk om aan te geven welk percentage van de Nederlandse bevolking als niet-digivaardig moet worden beschouwd. In sommige gevallen gaat



men ervan uit dat het in ieder geval om 10% van de bevolking gaat, maar dit betreft dan bijvoorbeeld alleen het beeld op basis van de cliënten die men heeft. In totaal zou dit percentage veel hoger kunnen zijn, zeker als je ouderen, laaggeletterden en mensen in langdurige zorgsituaties hier ook nog bij op zou tellen (zie ook onderdeel doelgroep in paragraaf 1.1).

Het vraagstuk van 'wie is de doelgroep?' en de omvang hiervan wordt van groot belang gevonden om te kunnen bepalen wat het potentieel is van het Digitaal Hulpplein, waarbij ook wel wordt opgemerkt dat een segmentering van de doelgroep van belang is om goed door te kunnen verwijzen. Het kennen van de omvang en de aard van de doelgroep is voor een aantal partijen zelfs essentieel om te kunnen bepalen in hoeverre deze interessant zou zijn om hierin te investeren of beleid op te baseren. Enkele respondenten verwachten dat de doelgroep die werkelijk bereid is om iets te doen aan hun niet-digivaardigheid slechts beperkt van omvang zal zijn en/of moeilijk bereikbaar, waarbij onder andere de inschatting wordt gegeven dat slechts 1 op de 10 niet-digivaardigen geïnteresseerd zou zijn. Ook wordt wel gesteld dat het plafond misschien nu al bereikt is.

Samenvattend: er bestaat geen duidelijk en gedeeld beeld van de niet-digivaardige burger en daarmee ook niet van de doelgroep van het Digitaal Hulpplein. Onzekerheden over de omvang, bereikbaarheid en interesse van de 'digibeten' (het potentieel) vormen een belangrijke drempel voor de adoptie van het Digitaal Hulpplein; "dat wil je eerst wel weten".

2.4 Beeld en functie Digitaal Hulpplein

Het Digitaal Hulpplein blijkt, buiten de partijen die aan de wieg hebben gestaan bij de instelling hiervan, slechts zeer beperkt bekend. Met name de respondenten uit het bedrijfsleven weten vaak weinig of niets van het Digitaal Hulpplein. Dit ondanks hun contacten met ECP. Dit vormt voor hen al een belangrijke drempel om adoptie te overwegen (overigens is aan respondenten die het Digitaal Hulpplein niet of nauwelijks kennen wel kort uitgelegd wat dit inhoudt, zie de beschrijving van het concept Digitaal Hulpplein aan het eind van bijlage 2).

Cruciaal is ook de vraag in hoeverre het Digitaal Hulpplein bekend is bij de doelgroep, de niet-digivaardigen en/of de hulpverleners van deze niet-digivaardigen. Vaak is het al niet duidelijk op welke van deze twee groepen het Digitaal Hulpplein zich richt of zou moeten richten. Dit heeft sterke consequenties voor de positionering van het Digitaal Hulpplein, welke kennelijk dan ook onduidelijk is. Indien het Digitaal Hulpplein zich zou richten op 'ondersteuners' dan zou dat wat anders betekenen dan als deze zich direct richt op de doelgroep, de 'digibeten'. In dit kader komen de volgende kwesties naar voren:

- Een website gericht op 'digibeten' klinkt onlogisch of wordt zelfs 'paradoxaal' gevonden. Men vraagt zich nogal eens af of een website de juiste vorm is om de doelgroep (in eerste instantie) te bereiken; "men gaat hier niet zelfstandig naar toe". Bovendien vraagt men zich af of men de website binnen het aanbod op het internet wel weet te vinden.
- Men baseert zich bij het voorgaande punt in enkele gevallen op de 'teleurstellend' lage bezoekcijfers of lage 'traffic' van de website (de meeste respondenten hebben deze informatie niet, maar zien dit wel als een eventuele maat voor succes en aspect dat sterk mee zou spelen bij de beslissing voor de -verdere- ondersteuning van het initiatief)



- Dat het Digitaal Hulpplein ook via de telefoon bereikbaar is en dat je via de telefoon geholpen kan worden vinden enkele respondenten een essentiële voorwaarde om de doelgroep niet-digivaardigen tegemoet te komen en hulp te kunnen bieden. Dit kenmerk van het Digitaal Hulpplein wordt door de meesten echter niet aangehaald. De naam suggereert toch in eerste instantie dat het om een website zal gaan.
- Enkele partijen geven aan dat een fysieke component ontbreekt, zodat je op veel plekken in de gemeenten hiervoor aandacht kunt vragen.
- De naam wordt verder door sommigen 'verwarrend' gevonden omdat deze suggereert dat men direct hulp krijgt bij vragen, of dat deze je op weg helpt, terwijl de website (slechts) een tussenschakel is. Deze functie vindt men soms te beperkt. Je zou de 'klant' ook verder op weg kunnen helpen.
- Voor het welslagen van het Digitaal Hulpplein is het verwijzen naar deze site door professionals (die werken bij uitvoeringsorganisaties, maatschappelijke instellingen, banken, overheden, etc.) essentieel (soms wordt zelfs geopperd dat de verwijzing naar het Digitaal Hulpplein 'verplicht' zou moeten worden gesteld). In de praktijk lijkt hier (nog) weinig sprake van ("de doorverwijsstructuur is nog niet van de grond gekomen"). Onbekendheid van het Digitaal Hulpplein bij hulpverleners, balie-medewerkers, etc. lijkt hier voor een belangrijk deel debet aan, maar zoals ook wel naar voren komt: men weet bij organisaties vragen zelf wel te beantwoorden. Vaak zijn de vragen zeer specifiek op bijvoorbeeld het invullen van formulieren van toepassing en kunnen deze voldoende worden beantwoord. Verwijzen naar het Digitaal Hulpplein blijft dan achterwege.
- Soms wordt verwacht dat mensen die niet-digivaardig zijn in eerste instantie hulp zoeken in hun directe sociale omgeving. En ook wordt wel gesteld dat professionals veel 'afvangen' als men er als digibeet niet uitkomt. Deze hypothese veronderstelt dat je je als Digitaal Hulpplein meer zou moeten richten, c.q. positioneren als website waar je ondersteuning kan vinden om met de hulpvraag van niet-digivaardigen om te gaan.

Als oorzaken voor de onbekendheid en het geringe bereik van het Digitale Hulpplein worden genoemd:

- Weinig reclame, promotie, niet duidelijk wat het is (positionering), "niet uitgekristalliseerd", "niet af", "functionaliteit kan verbeterd worden"; marketingplan ontbreekt. Dit zijn punten die vrij algemeen door respondenten worden genoemd; de overige punten vooral door insiders; degenen die sterk betrokken zijn geweest bij het initiatief.
- Moet concurreren met veel andere initiatieven
- Niet gelukt om via de VNG bij de gemeenten binnen te komen, de VNG lijkt niet geïnteresseerd (dit terwijl uitrol via de gemeenten vaak wel als de weg wordt gezien om de burger op lokaal niveau goed van dienst te kunnen zijn), of gemeenten zijn er nog onvoldoende mee bekend (overigens wordt ook wel gesteld dat sommige gemeenten zelf initiatieven hebben genomen en op de goede weg zijn)
- Geen prioriteit bij ECP; "er is nieuw elan nodig"; "je moet er veel effort in steken"
- Sluit onvoldoende aan bij de behoeften van de burger/consument (een kwestie van positionering; zie ook tips die men in dit verband heeft).

Op inhoudelijk niveau hebben sommigen (insiders) het beeld dat het Digitaal Hulpplein een goede database heeft waaruit men kan putten voor lokale oplossingen. Soms heeft men echter ook het idee dat de invulling nog onvoldoende dekkend is, niet volledig of soms niet up-to-date en dat dit beter zou kunnen. Het zou handig zijn als de



database ook informatie zou bevatten van aanbieders waar men terecht kan voor het online invullen van bijvoorbeeld formulieren (dus meer toepassingsgericht).

Een aantal respondenten vindt de Digimeter een zwak punt van de site (soms heeft men deze speciaal als voorbereiding van dit onderzoek opgezocht en ingevuld). Men vindt dat de burger zelf niet in staat is op basis van zelfevaluatie een goede inschatting te kunnen maken van waar hij staat. Daar zijn objectieve instrumenten beter toe in staat. Stichting Lezen en Schrijven is momenteel bezig met de ontwikkeling van een eigen Digimeter, die wel een meer objectieve uitslag geeft, omdat er echt digivaardigheden in de praktijk worden getest. Overigens wordt deze onder begeleiding afgenomen, zodat er een nog beter inzicht is in de problemen van de niet-digivaardige.

2.5 Toekomstige partijen Digitaal Hulpplein

2.5.1 Waar zou het Digitaal Hulpplein moeten worden belegd?

Het probleem van niet digivaardig zijn van burgers wordt vrijwel unaniem gezien als een 'overheidsbreed probleem', waarbij de 'overheid' ook als primaire verantwoordelijke wordt gezien voor de oplossing hiervan en hierin de regie zou moeten voeren. Hiervoor voert men verschillende redenen aan:

- De overheid heeft zelf het doel gesteld dat alle zaken met de overheid in 2017 digitaal afgehandeld kunnen worden en dat daarmee in 2017 zoveel mogelijk burgers digitaal moeten zijn.
- De overheid profiteert hier ook (het meest) van in de vorm van efficiëntere processen bij uitvoeringsinstanties (UWV, Belastingdienst), gemeenten en het gebruik van DigiD, MijnOverheid, etc.
- Het gaat om een doelgroep met een vaak wat complexere problematiek zoals laaggeletterden, ouderen en mensen die zorg afnemen; kortom mensen die sowieso al vaak in overheidstrajecten zitten. Bovendien gaat het om een groep die wat minder makkelijk meekomt in de maatschappij en zelf ook niet draagkrachtig is. In dit kader wordt wel gesproken van de 'morele' plicht die de overheid zou moeten vervullen.
- Men ziet andere partijen deze taak niet oppakken, omdat men dit niet kan/wil financieren, of omdat dit niet behoort tot de focus van instellingen en bedrijven (enkele uitzonderingen daargelaten).

Onder welk ministerie het Digitaal Hulpplein zou moeten ressorteren daar verschillen de meningen over. Gegeven de sterke relatie met sociale problematiek en uitkeringen wordt relatief vaak gedacht aan SZW en VWS Regelhulp als de belangrijke belanghebbenden, maar ook BZK wordt vaak genoemd, waarbij de relatie met gemeenten weer een heel belangrijke is. Bovendien zijn projecten zoals DigiD ook bij BZK belegd.

Overigens wordt ECP ook vaak genoemd als instantie die de uitvoering op zich zou kunnen nemen/voort zou kunnen zetten. Het ECP heeft als voordeel dat verschillende belanghebbenden partijen, ook buiten de overheid, met elkaar kunnen samenwerken. In het algemeen tonen de bevrageden een hoge bereidheid om samen te werken of een bijdrage te leveren als het gaat om de bestrijding van digibetisme.

Vanwege het belang van een lokale uitrol wordt ook de VNG wel als trekker genoemd (enkele respondenten maken wel de opmerking dat het tot dusver niet is gelukt om de VNG voor het Digitaal Hulpplein te interesseren, terwijl zij juist wel een cruciale rol zou hebben). EZ wordt soms ook genoemd in het kader van de positieve effecten van digivaardigheid op de arbeidsmarkt.



OCW wordt nauwelijks genoemd en ziet zichzelf ook niet als betrokkene of financier. Gegeven het belang van de lokale invulling en de korte afstand tot de burger ziet men veelal een belangrijke rol weggelegd voor de gemeenten, met de VNG als overkoepelende instantie. Onder andere wordt geopperd dat de gemeente voor het probleem een fysiek loket zou moeten hebben waar de niet-digivaardige burger terecht kan. In dit kader wordt door enkele bevrageden gewezen op een pilot project van KING, waarover wordt opgemerkt :

'Onlangs zijn er bij gemeenten / uitvoeringsorganisaties (o.a. SVB, BD, UWV) pilots gestart rondom de gemeentelijke dienstverlening bij mensen die digitaal vastlopen, om hier te kijken wat er aan de hand is (KING: 'Gezamenlijke persoonlijke dienstverlening'). Bij de pilotgemeenten kunnen niet digivaardigen aankloppen voor assistentie, zij krijgen extra ondersteuning en worden geholpen met DigiD en bijvoorbeeld met het invullen van het belastingformulier. Doel van het pilotproject is om het vangnet voor de burger te vergroten, temeer daar er steeds minder fysieke kantoren beschikbaar zijn voor de burger. Het opmerkelijke is dat in dit hele initiatief het Digitaal Hulpplein niet wordt genoemd. Via / bij de VNG / KING moet het Digitaal Hulpplein veel beter bekend worden gemaakt. Deze invulling die nu gegeven wordt bij de pilotgemeenten zou de fysieke component kunnen zijn van het Digitaal Hulpplein. De ambtenaren die deze mensen helpen kunnen dan ook doorverwijzen naar, of zelf gebruik maken van het Digitaal Hulpplein'.

Overigens loopt het pilotproject nog slechts kort en kunnen nog geen conclusies worden getrokken. Wel kan al worden geconstateerd dat het doorverwijzen van de burger extra aandacht behoeft: enerzijds laat de niet-digivaardige burger zich moeilijk doorverwijzen en anderzijds zit het doorverwijzen ook vaak nog niet op het netvlies van de professionals bij uitvoeringsorganisaties. Het is ook vaak moeilijk de problematiek bij mensen in te schatten en je moet goed weten welke mogelijkheden er in verschillende gemeenten zijn. Bij het pilotproject gaat het om persoonlijke dienstverlening; in dat kader zou het Digitaal Hulpplein geen essentieel onderdeel zijn.

Als het gaat om de concrete uitvoering van het Digitaal Hulpplein denkt men vooral aan de bibliotheken, waarvan men weet dat deze nu ook al vaak bij het geven van cursussen aan niet-digivaardigen zijn betrokken en die daarmee ook een uitgebreidere rol (en financiering) voor zich kunnen opeisen⁸. Bovendien beheert de Koninklijke Bibliotheek de Gids, de database achter het Digitaal Hulpplein.

Ook de Stichting Lezen en Schrijven zou een belangrijke rol kunnen vervullen, omdat deze reeds op lokaal niveau werkt en goed is ingevoerd in de problematiek van laaggeletterdheid. Zoals eerder gezegd wordt een sterk verband verondersteld (door met name maatschappelijke organisaties) tussen laaggeletterdheid en digibetisme (overlap in doelgroep). Soms worden ook VWS Regelhulp of Seniorweb genoemd als organisaties die dicht op de doelgroep zitten en vanuit hun invalshoek goed zouden kunnen bijdragen aan de uitvoeringskant van het Digitaal Hulpplein.

⁸ Op 22 juni 2016 is een pilot gestart tussen het ministerie van BZK en drie bibliotheken namelijk Bussum, Katwijk en Venlo (met ondersteuning van de KB en VOB) om niet-digivaardige mensen een fysiek aanspreekpunt te bieden voor hulp en trainingen. Tevens werd een Digitaalhuis geopend door de minister. Bron: <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2016/06/22/bibliotheken-helpen-bij-digitale-diensten-overheid>



Naast het noemen van specifieke organisaties wordt in meer algemene zin gesteld dat maatschappelijke organisaties een rol zouden moeten spelen bij het kanaliseren van de eventuele hulp richting het Digitaal Hulpplein. Er zijn veel organisaties die zich op een of andere manier richten op doelgroepen waar digibetisme veel voorkomt, dan wel kan worden gesignaleerd (ouderenbonden, wijkorganisaties, wijkteams, buurthuizen, vakbonden, etc.). Een belangrijke voorwaarde is dat dergelijke partijen met elkaar samenwerken en mensen naar het Digitaal Hulpplein verwijzen.

Aan denktank 'de Bovenkamer' is de vraag voorgelegd **wie de drijvende krachten achter het Digitaal Hulpplein zouden moeten zijn en wie een rol in de financiering zou kunnen/moeten spelen.** Opgemerkt moet worden dat deze vragen slechts aan een kleine groep zijn voorgelegd. Dit levert de volgende meningen op:

- 'Overheid samen met marktpartijen - zij hebben er beide belang bij. Met een stevige rol voor gebruikers en een partij die ervaring heeft met helder structureren en denken vanuit de doelgroep'.
- '(semi)Overheid: ministeries, gemeenten, ZBO's die diensten via internet leveren, etc. Eventueel ook commerciële partijen, waarbij een mogelijk nadeel kan zijn dat er dan andere belangen in het spel zijn / komen'.
- 'de Rijksoverheid zou moeten stimuleren en financieren. Organisatie en verspreiding moet lokaal georganiseerd worden, bijvoorbeeld via buurthuizen, wijkteams, branche- en mantelzorg-organisaties, sociale hulpverlening en ouderenbonden'.
- 'Gemeenten en uitvoeringsorganisaties als belastingdienst, UWV etc. Zij vragen burgers steeds meer digitaal af te handelen. Daar hoort een verantwoordelijkheid bij om niet-digivaardigen te helpen hiermee om te gaan'.
- 'Rol voor de overheid lijkt logisch. Maar inzicht in doelgroep en omvang van de doelgroep is het allerbelangrijkst om te bepalen welke kanalen worden ingezet en welk bedrag nodig is. Mensen digitaal vaardig maken die geen toegang hebben tot digitale voorzieningen en dit ook niet wensen heeft weinig zin'.

De Bovenkamer is een denktank van 20 professionals in de ketens werk & inkomen en zorg en ondersteuning, die zich bezig houden met informatievoorziening. Professionals werkzaam bij of voor de overheid en onafhankelijke adviseurs, die kunnen zien voor en bijdragen leveren aan de i-Samenleving.

Samenvattend, een rol voor de (rijks)overheid is de rode draad uit de uitkomsten. Daarnaast worden uitvoeringsorganisaties (UWV en Belastingdienst) genoemd, partijen als ECP, Stichting Lezen en Schrijven, de Koninklijke Bibliotheek en de VNG, diverse lokale partijen (buurthuizen, wijkteams, maatschappelijke en welzijnsorganisaties) en ook gebruikers voor wat betreft een rol in de organisatie en verspreiding. Marktpartijen worden soms wel genoemd en door anderen niet: hier kleven mogelijk ook weer nadelen aan.

Ter illustratie de rol van sociale wijkteams:

'T-Mobile start binnenkort met een pilot in een grote gemeente waarbij sociale wijkteams betrokken worden. T-Mobile gaat mensen uit de sociale wijkteams opleiden om vragen te beantwoorden die uit de wijk komen op het gebied van mobiele telefonie. Deze medewerkers van de sociale wijkteams kunnen deze vragen dan beantwoorden. Met die wijkteams creëer je ogen en oren in de wijk, zij kunnen ook doorverwijzen. Als je hen kunt overtuigen dat het Digitaal Hulpplein belangrijk is, kunnen zij het als een belangrijk onderdeel in hun toolkit meenemen en ernaar verwijzen'.



2.5.2 Waar zou het Digitaal Hulpplein niet moeten worden belegd?

Vrijwel unaniem zijn bevrageden van mening dat het Digitaal Hulpplein niet thuishoort bij een commerciële partij. Tenminste, niet als de trekker van dit platform. Bedrijven zouden wel kunnen bijdragen in financiële zin en door inbreng van hun expertise (zie paragraaf 2.6), terwijl zij ook kunnen profiteren van de digivaardige burger en/of dit kunnen koppelen aan hun MVO-beleid (zie paragraaf 2.7). De volgende redenen worden aangevoerd om het Digitaal Hulpplein niet bij een commerciële partij neer te leggen:

- Het zou een partij moeten zijn die onafhankelijk is en boven eventueel belanghebbende partijen staat. De partij zou in dienst moeten staan van de niet-digivaardige burger en niet de doelen van een specifieke organisatie voor ogen moeten hebben. Een commerciële partij zou niet handelen in het belang van de burger.
- Het maken van winst (een doelstelling die men toch per definitie koppelt aan bedrijven) kan men moeilijk rijmen met de doelgroep. Ten eerste verwacht men dat de doelgroep weinig of niet zal willen of kunnen betalen voor de diensten (zie ook: verdienmodel: paragraaf 2.8). Ten tweede vindt men dat ook moreel verwerpelijk: het is niet kies om winst te maken over de rug van deze toch vaak gedepriiveerde doelgroep ("daar wil je niet aan verdienen"). Vanuit commercieel perspectief valt er ook weinig bij de doelgroep te halen is in het algemeen de mening.
- Het zou drempelverhogend werken, staat verder van de burger af.
- De partij zou te bepalend worden als het gaat om het aanbod van cursussen en de inhoud ervan; ook niet in het belang van de burger.
- Commerciële partijen hebben weinig op met het publieke belang en weinig expertise op dit gebied. De bij het onderzoek betrokken commerciële partijen geven in dit verband ook aan dat hun focus zich vaak beperkt tot een specifiek marktgebied en een specifieke problematiek (zoals internetveiligheid bij ICT-bedrijven en banken), en dat zij weinig voeling hebben met de doelgroep van het Digitale Hulpplein in meer brede zin.
- Een commerciële partij gaat niet uit van duurzaamheid van het initiatief; als het niet loopt trekt men de stekker er snel weer uit. Het Digitaal Hulpplein is juist gebaat bij een duurzame ontwikkeling en verankering.

Men betwijfelt in sterke mate de levensvatbaarheid van het Digitale Hulpplein als hier commerciële doelstellingen aan worden verbonden. Het Digitaal Hulpplein vereist een breed gedragen maatschappelijk perspectief.

Men vreest verder dat het Digitaal Hulpplein ook nog niet klaar is om echt iets in de markt te betekenen. Sommigen stellen als voorwaarde dat het Digitaal Hulpplein zich bewezen moet hebben, "een succes is", bekend is en veel bezoekers trekt. Dan kan het interessant zijn om hier een verdienmodel aan te verbinden. Ook moet er een marketing- of businessplan kunnen worden gepresenteerd. Men heeft in het algemeen de indruk dat niet aan deze voorwaarden wordt voldaan.



In dit verband kan de volgende 'hartenkreet' van een deelnemer aan het onderzoek worden geciteerd:

Het lijkt onzinnig om je als overheid na 2 jaar te willen terugtrekken na 2 jaar financiering. Dat je een discussie wilt over de rolopvatting dat is wel voor te stellen. Als het idee bij de start van het Digitaal Hulpplein al zo was geweest dat je na twee jaar als rijksoverheid met de financiering wilt stoppen, dan was het verstandig geweest om bij de start al te beginnen met te zorgen voor verankering. Op deze manier, door daar nu mee te starten, lijkt de kans om het Digitaal Hulpplein duurzaam elders te beleggen niet groot [...] De manier waarop het Digitaal Hulpplein tot stand is gekomen zie je in de praktijk vaak: een korte termijn binding (althans zo komt het over) van partijen met als doel om geld en/of projectfinanciering binnen te halen bij de rijksoverheid. Subsidiegevers zouden zich meer rekenschap moeten geven van het feit dat zij direct zicht hebben op de duurzame verankering van hun initiatief. In die twee jaar had je de partijen die betrokken waren en samen het geld hebben binnengehaald door middel van het schrijven van het plan moeten dwingen om direct ook na te denken over de verankering en hiertoe hun commitment te geven. Het lijkt nu een ad hoc project met veel partijen, terwijl wat je wilt is een duurzaam project met een kleiner aantal partijen die er echt wat mee willen.

2.6 Eigen rol organisaties

Geen enkele organisatie toont zich enthousiast om de kar te gaan trekken. Dit wil niet zeggen dat er geen bereidheid bestaat om een bijdrage te leveren in de vorm van financiering of het inbrengen van expertise (ten aanzien van de doelgroep, het aanreiken van middelen, 'meedenken', etc.), maar men ziet zich niet als dé partij die het gaat doen. Vaak ziet men samenwerking tussen partijen als het model voor de toekomst. Er zijn wel enkele partijen die zich opwerpen als een belangrijke speler in het eventuele vervolg van het Digitaal Hulpplein. Het gaat daarbij met name om:

- Stichting Lezen en Schrijven ziet wel een rol voor zichzelf met name omdat zij regionaal al veel werk doen, de contacten hebben en er veel overlap is tussen de doelgroep van laaggeletterden, waar zij voor werken, en niet-digivaardigen. Bovendien wordt de opdracht binnen 'Tel mee met Taal' uitgebreid naar niet-digivaardigen⁹.
- De Koninklijke Bibliotheek (KB) staat er voor open om het Digitaal Hulpplein richting de bibliotheeksector te trekken aangezien de achterliggende database ook van de KB is. De KB moet dus toch betrokken blijven / worden.

In dit kader kan ook gewezen worden op het project met de Belastingdienst: "Het zou niet vreemd zijn om het Digitaal Hulpplein bij de Koninklijke Bibliotheek onder te brengen en het te koppelen aan het project met de Belastingdienst¹⁰. Het zou logisch zijn om het verder op te pakken en uit te rollen met SPN (Stichting Samenwerkende POI's (provinciaal ondersteunende instellingen) Nederland, <http://www.stichtingspn.nl/>). SPN zou in opdracht van de KB kunnen werken, waarbij de KB voor het beleid zorgt en SPN uitvoert en uitrolt".

⁹ Zie brief TK 5-2-2016 uitvoering moties laaggeletterdheid, waarbij ook over digitale laaggeletterdheid wordt gesproken. Bron: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2016/02/05/kamerbrief-over-uitvoering-moties-laaggeletterdheid>

¹⁰ Bron: <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2016/02/18/belastingdienst-en-bibliotheeken-bieden-digihulp>



Het project met de Belastingdienst houdt in dat bibliotheken:

- Faciliteren (computers neerzetten)
- Digivaardigheids cursussen aanbieden
- Belastingspreekuren organiseren in samenwerking met maatschappelijke dienstverlening
- Partijen die graag (kern)partner zouden willen zijn: VWS (Regelhulp), UWV en Belastingdienst. Ook Ziggo heeft hier wel belangstelling voor, maar koppelt dit aan een breder belang van providers: men zou in een breder verband gezamenlijk op moeten trekken, via een convenant tussen providers, bijvoorbeeld (providers hebben een belang bij de infrastructuur en internetabbonementen, dus hoe groter de markt, des te beter).
- Er zijn ook partijen die iets willen doen, maar wat meer op afstand bijvoorbeeld in de vorm van een contributie (bijvoorbeeld Digisterker) of het creëren van meer bekendheid voor het Digitaal Hulpplein (T-Mobile, zie illustratie hieronder).

'Leden van ECP, zoals T-Mobile, zouden zich kunnen inzetten om meer bekendheid te krijgen voor het Digitaal Hulpplein. Je zou bijvoorbeeld ECP leden kunnen vragen zich te committeren om bijvoorbeeld 3x per jaar het Digitaal Hulpplein te noemen in hun communicatie. Op deze manier zou je redelijk wat traffic moeten kunnen genereren voor de website. Dat lijkt nu in eerste instantie wat er nodig is, bekendheid van het Digitaal Hulpplein'.

2.7 Proposities

Aan respondenten zijn enkele proposities voorgelegd die kunnen worden verbonden aan de ondersteuning van het Digitaal Hulpplein en de effecten daarvan op de eigen organisatie.

Onderstaand per propositie een samenvatting van de reacties.

Propositie 1

Overheidsinstellingen, organisaties en bedrijven bieden hun producten en diensten steeds meer aan via digitale kanalen. Zij hebben dus baat bij een digitaal vaardige burger/consument. Hoe meer er hier van zijn, hoe beter! Het is voor hen dan ook van belang om initiatieven gericht op digitale redzaamheid van de burger/consument te ondersteunen.

Reacties:

- Voor vrijwel alle bevroagden een (zeer) relevante benefit of gaat het hier om de 'crux'; ook vaak reeds eerder spontaan genoemd, onder andere als reden om bij te willen dragen/ mee te denken, etc.
- De relevantie is breed: het Digitaal Hulpplein heeft zowel een economische als een maatschappelijke betekenis, maar volgens een aantal bevroagden profiteert de overheid hier het meest van. Sommigen noemen ook expliciet de uitvoeringsorganisaties (Belastingdienst en UWV). Met name maatschappelijke organisaties wijzen ook op het profijt voor het bedrijfsleven en dat zij het Digitale Hulpplein derhalve (mede) zouden moeten financieren.
- Voor enkele bedrijven is de propositie minder relevant, omdat men zich niet met de betreffende doelgroep bezig houdt, hier geen markt in ziet of de omvang van de groep te klein acht.



Propositie 2

Organisaties en bedrijven hebben een maatschappelijke functie. In de doelstellingen van bedrijven is dit vaak omschreven in het kader van wat zij doen aan MVO (Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen). Ondersteuning van het Digitale Hulpplein biedt een goede mogelijkheid voor de invulling van dergelijke doelstellingen. Mét gunstige effecten op het imago van organisatie of bedrijf.

Reacties:

- De meesten zien dit als een goede mogelijkheid, vooral om het bedrijfsleven te interesseren. Men denkt dan vooral aan financiering en/of sponsoring.
- Het kan ook een reden zijn om bedrijven die niet direct met de betreffende doelgroep te maken hebben te interesseren voor een bijdrage. Voorwaarde is wel dat er een goed onderbouwd plan aan ten grondslag ligt. Overigens wordt in dit verband ook wel minder positief gereageerd: het heeft alleen een positief effect (op het imago van een bedrijf/organisatie) als de doelgroep of activiteit tot de kernbusiness van de betreffende onderneming behoort.
- Soms vindt men dat het Digitaal Hulpplein helemaal niet gelinkt moet zijn aan een bedrijf, ook niet via MVO. Het roept de suggestie op dat het bedrijf hier een belang bij heeft.
- Overigens krijgen bedrijven nogal eens (of zelfs zeer vaak!) verzoeken tot sponsoring voor dergelijke activiteiten. De ervaring is dat verreweg de meeste (business)plannen weinig of niet onderbouwd zijn en slecht in elkaar zitten. Diverse bevrageden zeggen –door ervaring wijs- hier steeds kritischer naar te gaan kijken. Mede in dit kader wordt benadrukt dat het Digitaal Hulpplein ook niet zonder een goed plan (een eventueel aantoonbaar succes) kan, wil het bedrijven kunnen interesseren.

Propositie 3

Het Digitaal Hulpplein biedt een goede mogelijkheid voor participatie in een netwerk met interessante organisaties. Dit kan ook een opstap zijn voor het creëren van nieuwe diensten.

Reacties:

- De reacties op deze propositie zijn zeer verschillend. Men ziet een goede samenwerking als een belangrijke voorwaarde. Enerzijds gebeurt dit al via ECP, maar dat wordt ook wel eens niet voldoende gevonden (zoals het nu gaat; er zijn diverse participanten in ECP die hier zijn bevraged, maar waarbij het Digitaal Hulpplein nooit aan de orde is geweest).
- Nieuwe producten en diensten zouden ook door bedrijven moeten worden ontwikkeld, maar die houden de belangrijkste ideeën liever voor zichzelf. De benefit is daarmee minder geloofwaardig.
- Een ander kritiekpunt is dat hier het eigenlijke doel van het Digitaal Hulpplein uit het oog wordt verloren.
- Een positief voorbeeld dat in dit verband wordt genoemd is Mediawijzer.nl.

'Mediawijzer.net is mogelijk een interessant voorbeeld voor de wijze van organisatie van het Digitaal Hulpplein. Hierbij gaat het om vijf kernpartners en een netwerk van vele andere partners (een kleine 1.000, kleine bedrijven, zzp-ers etc). De vijf kernpartners zijn het Instituut Beeld & Geluid in Hilversum, ECP, VOB / KB (bibliotheek), de omroepen en Kennisnet. De subsidie hiervoor komt van het ministerie van OCW en de activiteiten betreffen o.a. kennisnetwerken en de week



van de mediawijsheid. Een dergelijke constructie zou een scenario kunnen zijn voor het toekomstige Digitaal Hulpplein. Een ministerie zou hierin betrokken moeten blijven en samen met 2 of 3 kernpartners dit mede moeten dragen. De kernpartners krijgen de mogelijkheid om andere partijen hieraan te verbinden. Belangrijk is ook het vormen van een tweede ring / schil om de kernpartijen heen. Dit alles vindt plaats zonder bijdrage van de deelnemers, maar met subsidie. Via vakbonden en VNO-NCW zou je kunnen zoeken naar mogelijkheden voor gedeelde verantwoordelijkheid. Zonder de rol van een ministerie wordt het een 'no go show'.

Propositie 4

Het platform biedt inzicht in de doelgroep van niet-digivaardigen, waar je als organisatie beter je productenaanbod op kunt afstemmen of op een andere manier rekening mee kunt houden.

Reacties:

Deze propositie wordt relatief vaak ongeloofwaardig gevonden. Men heeft niet het idee dat het Digitaal Hulpplein echt kan bijdragen aan inzicht in de doelgroep als geheel. Het is een beperkte en waarschijnlijk wat meer gemotiveerde doelgroep die hier gebruik van maakt. Je krijgt hiermee geen overzicht en de problematiek van de doelgroep is nogal complex;

- Bovendien is de propositie voor een aantal deelnemers niet relevant, omdat men zelf al een goed zicht denkt te hebben op de niet-digivaardige doelgroep; breder dan het Digitaal Hulpplein kan bieden.
- Voor sommige bedrijven is de propositie niet relevant omdat men zich niet richt op de betreffende doelgroep, dan wel deze niet interessant vindt als markt.

2.8 Verdienmodel

Uit het voorgaande kan reeds de conclusie worden getrokken dat een verdienmodel op commerciële leest geschoeid, noch haalbaar (geen commerciële exploitatie mogelijk) noch wenselijk is: dat past niet bij doelgroep en de problematiek. En de insteek zou het maatschappelijk belang moeten zijn.

Volgens enkelen zijn er wel verdiensten mogelijk, maar zullen deze (bij lange na) niet kostendekkend zijn. Men denkt dan aan:

- Aanbieders van cursussen betalen een fee en/of cursisten betalen een fee (eventueel via de organisatie die hen verwezen heeft naar het Digitaal Hulpplein); het contributie model. De vraag is echter gezien de doelgroep of het wenselijk is dat zij zelf een fee moeten betalen.
- Reclame op de site à la Google afgestemd op de doelgroep (alleen haalbaar bij voldoende traffic en dan spreekt men over aantallen met minimaal 5 nullen). Overigens wordt in dit verband als belangrijk nadeel genoemd, dat de meesten de site slechts 1 keer zullen bezoeken; wat de haalbaarheid van een commerciële optie als deze sterk zal belemmeren.

In het algemeen is men dan ook van mening dat het Digitaal Hulpplein sterk afhankelijk zal zijn (en blijven) van subsidies en sponsoring. Continuïteit, duurzaamheid en verankering zullen hierbij ook belangrijke aandachtspunten moeten zijn.



2.9 Tips/adviezen van organisaties

Aan het einde van de interviews is gevraagd naar tips en adviezen die men eventueel nog heeft voor de toekomst van het Digitaal Hulpplein. In de reacties op deze vraag wijst men in veel gevallen op een goede invulling van de voorwaarden (vaak een herhaling van wat men al eerder heeft opgemerkt). Het Digitaal Hulpplein moet aantonen dat zij bestaansrecht heeft, dan wel een goed plan kan overleggen dat hier aan wordt gewerkt. Men heeft de indruk dat het Digitaal Hulpplein "nog niet af" is, nog onvoldoende bekend, of zich nog onvoldoende heeft geprofileerd. Daarbij geeft men onder andere de volgende adviezen ten aanzien van de positionering en/of verdere ontwikkeling van het Digitaal Hulpplein:

- Meer specifiek richten op hulpverleners, de 'digitale mantelzorger', de portal voor de professional die digibeten op weg helpt.
- Meer dan alleen een 'database' willen zijn; ook eerste-lijnsfunctie vervullen; mensen met vragen ook direct op weg kunnen helpen ('het Digitaal Hulpplein is slechts een hulpmiddel op weg naar je echte doel, namelijk mensen digivaardig maken').
- Gemeenten erbij betrekken; lokale uitrol is essentieel (eventueel ook mede in de vorm van lokale aanspreekpunten en fysieke loketten)
- Opereren vanuit een samenwerkingsverband; het Digitaal Hulpplein inbedden in een bredere aanpak van digibetisme ("het is een stukje van de puzzel"); daarbij wordt door sommigen letterlijk gesproken van dat het Digitaal Hulpplein een onderdeel zou kunnen zijn van een "Deltaplan" om het digibetisme te bestrijden. In dit kader wordt ook wel gewezen op de overlap met de activiteiten van Seniorweb, Stichting Lezen & Schrijven, VWS Regelhulp, de huidige KING-pilot, platform 'Tel mee met taal', etc. Een versnippering die de transparantie in het aanbod niet ten goede komt. Er zal dan gestreefd moeten worden naar een bundeling van de platforms/integratie van activiteiten.

Voor het welslagen van het Digitaal Hulpplein als portal voor niet-digivaardigen is het verder van belang dat hier ook actief naar verwezen wordt, of zoals ook wel wordt gezegd: dat zou verplicht moeten zijn. Het is dan wel de vraag welke middelen er moeten worden ingezet om de digibeten zo ver te krijgen, immers: het internet vormt op zich al vaak een belangrijke drempel voor deze doelgroep.



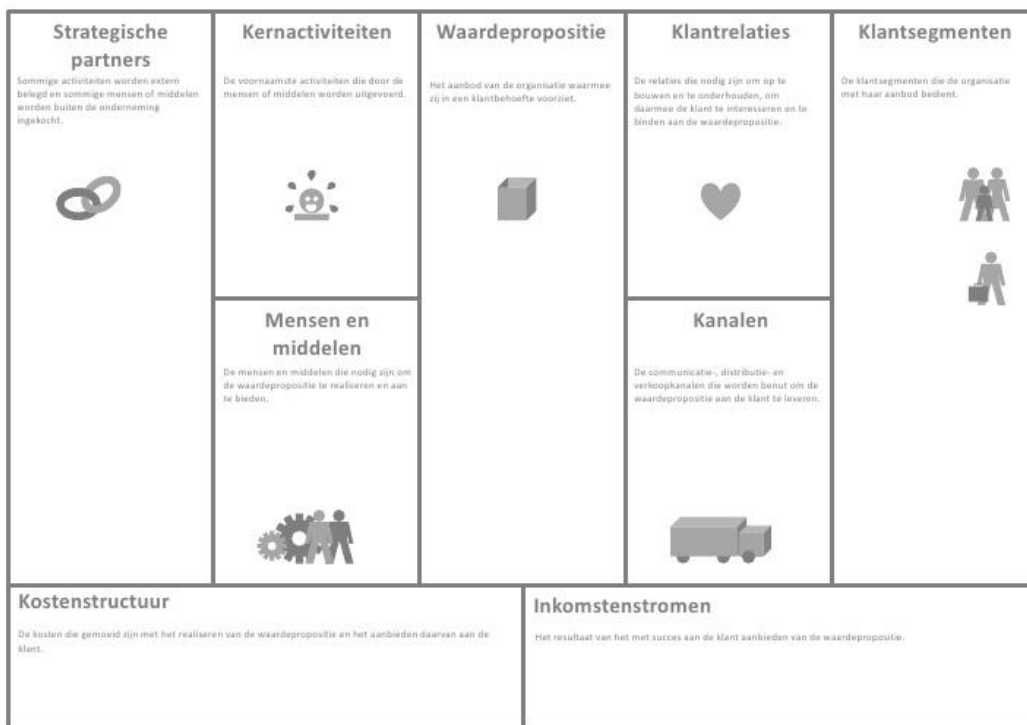
3 Conclusies

Voordat we de onderzoeksvragen van dit marktonderzoek kunnen beantwoorden, is het van belang om nader in te gaan op het Digitaal Hulpplein zelf. Onder de organisaties die wij gesproken hebben is geen twijfel over het maatschappelijk belang van de digivaardige burger, iedereen onderschrijft dit belang. Er bestaat echter geen duidelijk en gedeeld beeld van de niet-digivaardige burger en daarmee ook niet van de doelgroep van het Digitaal Hulpplein. Onzekerheden over de omvang, bereikbaarheid en interesse van de 'digibeten' (het potentieel) vormen een belangrijke drempel voor de adoptie van het Digitaal Hulpplein.

Het Digitaal Hulpplein is buiten de partijen die tot de initiatiefnemers mogen worden gerekend slechts zeer beperkt bekend. Dit is al een eerste drempel om adoptie van het Digitaal hulpplein te overwegen. Ook komt uit het onderzoek duidelijk naar voren dat het niet duidelijk is op welke groep(en) het Digitaal Hulpplein zich richt, de niet-digivaardigen en/of de hulpverleners van de niet-digivaardigen of beide? Dit maakt de positionering van het Digitaal Hulpplein onduidelijk. Daarnaast zijn er allerlei verbeterpunten genoemd ten aanzien van het Digitaal Hulpplein (zie paragraaf 2.4 en tevens het evaluatieonderzoek van Decisio/DSP dat hier verder op ingaat).

Wanneer we bovenstaande uitkomsten relateren aan het Business Model Canvas dan kunnen we concluderen dat het Digitaal Hulpplein nog geen Business Case is. Er ontbreekt nog te veel informatie omtrent de 9 bouwstenen uit het plaatje, zoals een duidelijke keuze rondom de doelgroepen (klantsegmenten) en een duidelijke visie op het Digitaal Hulpplein (waardepropositie). Ook omtrent kanalen zijn de nodige opmerkingen gemaakt, dat naast het digitale kanaal en de hulplijn een fysiek loket een goede aanvulling zou kunnen zijn etc. Kortom, is het Digitaal Hulpplein in de huidige vorm een goed instrument dat op zichzelf kan staan?

figuur 1 Business Model Canvas



Business Model Canvas developed by Alexander Osterwalder, www.businessmodelgeneration.com Adaptation by Onno Makin, www.creative-consultants.nl

De afbeeldingen en teksten op deze pagina zijn auteursrechtelijk beschermd. Het kopiëren, verspreiden of anderszins openbaar maken van deze afbeeldingen en teksten is strafbaar.



Beantwoording hoofdvragen onderzoek

Hieronder beantwoorden wij kort de drie onderzoeksvragen van het marktonderzoek:

- Welke partijen zouden geïnteresseerd kunnen zijn in de overname van het Digitaal Hulpplein?
- Onder welke voorwaarden zijn zij geïnteresseerd?
- Is er een concreet bedrijf of organisatie die een overname overweegt op grond van bevindingen uit het onderzoek?

De uitkomsten van het marktonderzoek laten zien dat het Digitaal Hulpplein niet als een op zich staand initiatief wordt gezien. De beperkte digivaardigheid van een deel van de bevolking en het toenemende belang van de Nederlandse bevolking om te beschikken over voldoende digitale vaardigheden betreft een complexe problematiek die je niet oplost met het aanbieden van cursussen. Veel (maatschappelijke) organisaties zien de problematiek in een veel breder kader dan alleen het digivaardig maken van burgers. Dat pleit ook voor het inbedden van het Digitaal Hulpplein in een bredere oplossing c.q. het plaatsen van het Digitaal Hulpplein in grotere samenhang (gelinkt aan projecten zoals de pilot van KING, projecten van de Belastingdienst en de Koninklijke bibliotheek en projecten waarmee Stichting Lezen en Schrijven bezig is). Deze bredere oplossing c.q. grotere samenhang sluit aan bij de gemeenschappelijke verantwoordelijkheid die ook wordt aangegeven door veel partijen (Deltaplan).

De rode draad uit die gemeenschappelijke verantwoordelijkheid is dat verwacht wordt dat de (rijks)overheid de trekker en financier is van het Digitaal Hulpplein (hierbij worden BZK, SZW, VWS Regelhulp en in veel mindere mate OCW / EZ genoemd). Ook uitvoeringsorganisaties als UWV, Belastingdienst of een partij als de Koninklijke Bibliotheek worden genoemd als belangrijke partijen die in de lead moeten zijn. In de uitvoering en de vertaling naar het lokale niveau moeten partijen als Stichting Lezen en Schrijven, de VNG / KING (gemeenten) en lokale partijen (buurthuizen, wijkteams, maatschappelijke en welzijnsorganisaties) een belangrijke rol spelen. Een partij als ECP wordt wel vaak genoemd als coördinerende partij. Ook zijn er partijen die wat verder van het Digitaal Hulpplein en de doelgroep afstaan maar wel een bijdrage willen leveren in de vorm van het bevorderen van de bekendheid van het Digitaal Hulpplein en/of het betalen van een contributie.

Partijen die echt zelf aangegeven hebben een belangrijke rol te kunnen of willen vervullen als trekker (of zichzelf als meest aangewezen partij zien) zijn de Koninklijke Bibliotheek, Stichting Lezen en Schrijven en ook VWS (Regelhulp), UWV en de Belastingdienst zien zichzelf als partner van het Digitaal Hulpplein.

Voorwaarden waaronder partijen geïnteresseerd zijn, zijn zaken die eerder genoemd zijn zoals een gezamenlijke verantwoordelijkheid met de rijksoverheid als trekker en financier. Andere voorwaarden hebben o.a. te maken met de visie op het Digitaal Hulpplein en de verdere verbetering, ontwikkeling en invulling van het Digitaal Hulpplein (zoals genoemd in het begin van deze paragraaf en zoals ook uit het evaluatieonderzoek van Decisio/DSP naar voren komt).



Bijlage 1: Gesprekspartners

Organisatie
<i>Vorbereidende fase</i>
ECP (voorbereiding)
Koninklijke Bibliotheek (voorbereiding)
Ministerie van SZW (voorbereiding)
<i>Verdiepende fase</i>
Belastingdienst
Digitsterker
Seniorweb
Ministerie VWS (Regelhulp)
Independer
Stichting Lezen en Schrijven
Ministerie van OCW (Tel mee met Taal)
Nederlandse Vereniging van Banken
Ziggo
UWV
IBM
Kennisnet
Nederland ICT
Betaalvereniging Nederland
KING
T-Mobile
Thuisbezorgd.nl



Bijlage 2: Checklist Digitaal Hulpplein

Doel van het onderzoek:

Het onderzoek moet antwoord geven op de vraag of het Digitaal Hulpplein op een andere manier geëxploiteerd kan worden en onder welke voorwaarden.

De hoofdvragen van dit onderzoek zijn:

- Welke (commerciële dan wel andere) partijen zouden geïnteresseerd kunnen zijn in de overname van het Digitaal Hulpplein?
- Onder welke voorwaarden zouden zij geïnteresseerd zijn?
- Is er concreet een bedrijf of organisatie aan te wijzen die een overname zou overwegen, op grond van bevindingen uit het onderzoek?

Omdat het Digitaal Hulpplein deel uitmaakt van het vangnet voor mensen die minder digivaardig zijn, is het onwenselijk dat mensen die cursussen op het Digitaal Hulpplein zoeken daarvoor zouden moeten betalen.

Voor zover in het onderzoek ter sprake komt, zal het onderzoek ook bijdragen aan het inzicht of de informatie aan de doelgroep zodanig is georganiseerd dat zij de informatie kunnen vinden die ze nodig hebben om vaardiger te worden / hulp te krijgen bij het digitaal zakendoen met de overheid. Voor dit onderdeel zal geen ondervraging van de doelgroep plaatsvinden, maar het kan zo zijn dat uit diverse gesprekken hierover informatie naar voren komt. In dat geval worden deze uitkomsten meegenomen in de rapportage.

Algemene uitgangspunten methodiek:

- Introductie onderwerpen mbv open vragen (spontane reacties geven weer wat echt leeft); doorvraagpunten worden gehanteerd voor zover deze niet spontaan 'vanzelf' naar voren worden gebracht en voor zover zij relevant zijn gezien het referentiekader van de respondent
- Punten in het gesprekspuntenschema worden niet per sé in de onderstaande volgorde gehanteerd; dit om een 'natuurlijk verloop' in het gesprek zo min mogelijk te belemmeren
- De interviewer is vrij in het formuleren van de vragen, zodat optimaal kan worden aangesloten bij het reactiepatroon van de respondent. Hierbij geldt uiteraard wel dat binnen de kaders van de doelstellingen van dit onderzoek wordt gebleven.

Algemeen uitgangspunt opbouw van het interview:

Alvorens in te gaan op de hoofdvragen van het onderzoek zal eerst nagegaan moeten worden hoe men denkt over de digitale vaardigheid van burgers en of men überhaupt iets ziet in het Digitaal Hulpplein, de doelstellingen, functie hiervan, etc.



Gesprekspunten

A. Introductie

- Introductie Panteia, uitleg van de procedure (anonimiteit als men dat wil, onafhankelijkheid bureau, et cetera)
- Toelichting onderzoek Panteia en het onderzoek van Decisio en de relatie daartussen
- *Onderwerp (zoals vermeld tijdens de uitnodiging): "Een gesprek over de digitale vaardigheid van de burger of consument en het Digitale Hulpplein."*

N.B. Onderdelen B, C en D kunnen enige overlap vertonen met het gesprek met Decisio. Voor zover mogelijk delen wij onderling deze informatie. Enige overlap in de gesprekken kunnen wij echter niet voorkomen. De doelen van beide onderzoeken zijn echter wel duidelijk anders.

B. Typering eigen organisatie/bedrijf en eigen rol/functie respondent

- Korte kennismaking/voorstellen respondent:
 - Aard en grootte van de organisatie,
 - Branche, type instelling
 - Functie,
 - Aandachtsgebieden en verantwoordelijkheden, in het bijzonder in het kader van de digitale interface organisatie / burger-consument
- Welk type werkzaamheden vinden er plaats in het bedrijf of de organisatie
- Typering van klanten/cliënten van de organisatie; algemeen en als het gaat om digitale vaardigheid.

C. Digitale vaardigheid van de burger/consument

- Wat verstaat men onder digitale vaardigheid; in hoeverre heeft men daar mee te maken
- Visie op het belang van digitale vaardigheid (algemeen en voor de organisatie specifiek)
- Behoeftte van de organisatie aan een digitaal vaardige burger of consument; betekenissen hiervan voor de organisatie
- In hoeverre is organisatie afhankelijk van de digitale vaardigheid van de burger of consument; redenen
- Is dit als probleem benoemd; typering van dit probleem; hoe gaat men hier mee om
- Staat dit bij de organisatie op de agenda? Zo ja, hoe
- Ontwikkelingen en verwachtingen wat dat betreft van de toekomst (groeiend probleem? Tweedeling in de maatschappij, etc.)
- Eventuele oplossingen voor de problematiek.

D. Bekendheid met en beeld van Digitaal Hulpplein

- In hoeverre bekend met Digitaal Hulpplein
- Op welke wijze kent men DH
(ITR: indien niet of onvoldoende bekend met DH, de concept beschrijving voorleggen of voorlezen- afhankelijk van de interviewsituatie)
- Spontane associaties, gedachten, indrukken bij DH (eventueel als reacties op het concept)
- Wat komt in positief opzicht naar boven
- En wat in negatief opzicht
- Waarom zou de burger/consument hier gebruik van maken (drivers)



- Waarom zou de burger/consument hier geen gebruik van maken (barriers)
- Betekenis(sen) van DH voor de eigen organisatie; in hoeverre zou men daarvan kunnen profiteren
- Beeld van wie nu betrokken zijn bij DH (instellingen, organisaties, bedrijven, etc.)

E. Reactie op benefits van de propositie

(ITR: dit onderdeel kan het best op een 'natuurlijke' manier binnen onderdeel F worden ingeweven. Bijvoorbeeld naar aanleiding van de kansen die men al dan niet ziet voor de eigen organisatie, dan wel als projectie op andere organisaties)

(ITR: leg de geformuleerde benefits 1 voor 1 voor en ga de reacties op elke benefit na; ga hierbij uit van wat meer in het algemeen zou kunnen gelden en wat meer specifiek voor de organisatie van de respondent een voordeel zou kunnen zijn)

- Per benefit:
 - Mate van aantrekkelijkheid
 - Relevantie
 - Geloofwaardig/overtuigend
 - Passen bij eigen organisatie

F. Betrokkenheid partijen, inclusief eigen organisatie

- Bij welke partij(en) hoort Digitaal Hulpplein thuis (spontaan)
- En bij welke niet
- Welke partijen (organisaties, instellingen, bedrijven) hebben baat bij DH; c.q. zouden dit initiatief moeten ondersteunen?); redenen(ITR: laat hier ook concrete namen noemen)

(ITR: vertel –indien nodig- dat DH nu wordt gefinancierd door BZK en SZW, ondersteund door een groot aantal sponsors, zowel uit de hoek van bedrijven als door maatschappelijke of welzijnsorganisaties. De uitvoering is als volgt georganiseerd:

- ECP, het platform voor de i-samenleving beheert het Digitaal Hulpplein
- Veel (overheids)instellingen verwijzen cliënten naar het Digitaal Hulpplein als daar een indicatie voor is
- Helpdesk wordt verzorgd door Stichting Lezen en Schrijven
- Cursussen worden verzorgd door o.a. Seniorweb, bibliotheken en ICT-organisaties
- Bibliotheken zorgen onder andere voor de faciliteiten waar de cursussen gegeven worden.)
- Stel dat een nieuwe organisatie DH zou willen overnemen welke organisaties zouden hierin het meest interesse hebben; redenen (en misschien tips?)
- In hoeverre past DH bij de eigen organisatie van de respondent; redenen wel/ niet; welke kansen ziet men
- Onder welke voorwaarden is organisatie van respondent geïnteresseerd in (deels) overname van het platform DH; voordelen voor de organisatie; nadelen;
- Aan welk 'verdienmodel' denkt men dan? (wat wil men terug voor de investering); (n.b.: het hoeft hier niet om fysiek terugverdienen te gaan, maar kan ook om meer indirecte zaken gaan, zoals imago, marktvergroting, kennis/ervaring opdoen, etc.)
- Hoe zou de propositie er dan uit moeten zien
- Kan men zich ook andere verdienmodellen voorstellen; welke? En om wat voor soort organisaties gaat het dan
- Eventuele tips (mogelijke organisaties die –ook- geïnteresseerd zouden kunnen zijn).



Conclusie: advies van de respondent aan het Digitaal Hulpplein: wat moeten ze doen, waar liggen de beste kansen.

Beschrijving concept Digitaal Hulpplein

Burgers die onvoldoende digitaal vaardig zijn kunnen sinds 2 jaar terecht op het Digitaal Hulpplein. Zij kunnen daar hun digitale vaardigheden testen, cursuslocaties vinden bij hen in de buurt en telefonisch hun vragen stellen.

Het Digitaal Hulpplein biedt een ingang voor mensen die over onvoldoende digitale vaardigheden beschikken om mee te kunnen doen in de digitaliserende samenleving. Het helpt hen bijvoorbeeld om zelfstandig gebruik te maken van elektronische dienstverlening van gemeenten, UWV en Belastingdienst, maar ook om meer kans te maken op de arbeidsmarkt en te profiteren van de sociale kanten van internet.

Het Digitaal Hulpplein is ontwikkeld door een zevental initiatiefnemers, waaronder ECP, de Vereniging en de ondersteuningsorganisatie voor bibliotheken, Seniorweb en de Stichting Digisterker. Het Hulpplein is mogelijk gemaakt door subsidies van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties en het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.

De uitvoering is in handen van de initiatiefnemers:

- ECP, het platform voor de i-samenleving beheert het Digitaal Hulpplein
- Veel (overheids)instellingen verwijzen cliënten naar het Digitaal Hulpplein als daar een indicatie voor is
- Helpdesk wordt verzorgd door Stichting Lezen en Schrijven
- Cursussen worden verzorgd door o.a. Seniorweb, bibliotheken en ICT-organisaties
- Bibliotheken zorgen onder andere voor de faciliteiten waar de cursussen gegeven worden.

Digitaal Hulpplein wordt verder ondersteund door een groot aantal sponsors, zowel uit de hoek van bedrijven als door maatschappelijke of welzijnsorganisaties.

Propositie: wat kan de overname van het Digitaal Hulpplein voor een organisatie of bedrijf betekenen:

1. Overheidsinstellingen, organisaties en bedrijven bieden hun producten en diensten steeds meer aan via digitale kanalen. Zij hebben dus baat bij een digitaal vaardige burger/consument. Hoe meer er hier van zijn, hoe beter! Het is voor hen dan ook van belang om initiatieven gericht op digitale redzaamheid van de burger/consument te ondersteunen.
2. Organisaties en bedrijven hebben een maatschappelijke functie. In de doelstellingen van bedrijven is dit vaak omschreven in het kader van wat zij doen aan MVO (Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen). Ondersteuning van het Digitale Hulpplein biedt een goede mogelijkheid voor de invulling van dergelijke doelstellingen. Mét gunstige effecten op het imago van organisatie of bedrijf.
3. Het Digitaal Hulpplein biedt een goede mogelijkheid voor participatie in een netwerk met interessante organisaties. Dit kan ook een opstap zijn voor het creëren van nieuwe diensten.
4. Het platform biedt inzicht in de doelgroep van niet-digivaardigen, waar je als organisatie beter je productenaanbod op kunt afstemmen of op een andere manier rekening mee kunt houden.



Bijlage 3: Vragen netwerk Hoofdzaken

Aan de leden van het netwerk *Hoofdzaken* zijn een aantal vragen voorgelegd, die hieronder zijn weergegeven.

1. Bent u bekend met het Digitaal Hulpplein, en zo ja, in welke hoedanigheid bent u hiermee bekend (dan wel erbij betrokken)?
2. Wat is uw visie op de behoefte voor ondersteuning aan niet-digivaardigen en hoe past het Digitaal Hulpplein hierin?
3. Wie zou(den) de drijvende kracht(en) achter het Digitaal Hulpplein moeten zijn en wie zou een rol in de financiering kunnen/moeten spelen?

