

## DDS - 10 jaar anders

In 2004 viert DDS een jaar lang haar tienjarig jubileum. Op 15 januari 1994 opende De Digitale Stad (DDS) haar poorten. Een aardig moment om eens terug te kijken naar de razendsnelle ontwikkeling van het internet in het afgelopen decennium.



Terugblikken op een periode van 10 jaar is nooit eenvoudig. Zeker niet als die periode haast revolutionaire trekken heeft. Niet alleen ambities, organisatie en financiering maar ook technologische randvoorwaarden en maatschappelijke context vertonen in deze periode allemaal een extreme dynamiek.



Over iedere revolutionaire ontwikkeling vallen altijd vele verhalen te vertellen vanuit veel verschillende gezichtspunten door tal van mensen die 'er bij waren'. Als directeur van DDS kan ik niet voor al die mensen spreken maar ik heb in ieder geval de volle 10 jaar meegemaakt. Ik ben vanaf het eerste uur betrokken bij DDS, ben directeur sinds 1995 en ben sinds 2000 aandeelhouder. In dit stuk wil ik terugkijken op de bewogen historie van DDS zonder de pretentie een volledige geschiedenis te willen schrijven. In dit verhaal gaat het er slechts om enkele doorkijkjes te verschaffen naar het verleden en een ander te plaatsen in de context van de tijd.

## Korte chronologie

Als een organisatie langer bestaat doorloopt zij vrijwel automatisch verschillende fases. Immers 'de tijd staat niet stil' en die uitspraak is zeker ook geldig voor de eerst 10 jaar van de internet revolutie. DDS moet zich in 10 jaar tijd zeker vijf keer wezenlijk aanpassen aan de zich voortdurend wijzigende omstandigheden.



- 1994: DDS is een tijdelijk pioniersproject met eenmalige subsidie
- 1995 t/m 1997: DDS is succesvol aan het pionieren en financiert dit met eigen inkomsten
- 1998, 1999: DDS continueert haar rol als pionier maar wordt op veel terreinen ingehaald, uitgehold en beconcurrereerd in de internetexplosie
- 2000, 2001: DDS maakt een fase door van herstructurering, sanering en herstel in de context van het einde van de hype
- 2002, 2003: DDS is een internet serviceprovider die zich met innovatieve diensten richt op particulieren



## Geschiedenis van doelstellingen en ambities

Onder druk van de voortdurende dynamiek moeten doelstellingen en ambities voortdurend worden aangepast. En zo hoort het ook. DDS is thans een heel andere organisatie dan in 1994. Gelukkig maar. Wie zelf ongewijzigd uit een maatschappelijke omwenteling denkt te kunnen komen plaatst zichzelf buiten de geschiedenis.



Als voorlopers in Nederland zijn we in 1994 de eerste schelpen die op het strand aanspoelen tengevolge van een veranderingsgolf die in korte tijd globaal de wereld overspoelt. In die zin zijn (de oprichters van) organisaties als DDS en Xs4all niet uniek of briljant maar het zou evenzeer bespottelijk zijn om te zeggen dat deze organisaties hun ambities niet gerealiseerd hebben omdat zij thans andere organisaties zijn. DDS heeft zeer veel van haar ambities gerealiseerd; zelfs zoveel dat er voortdurend nieuwe ambities toegevoegd konden worden.

## Toegang tot internet voor particulieren

Een belangrijke doelstelling van DDS bij aanvang in 1994 is *'mensen kennis laten maken met het internet'*.



In januari 1994 waren er slechts driehonderd particulieren in Nederland die buiten de universiteit toegang hadden tot het internet. Dat liep via de in mei 1993 opgerichte

stichting Hacktic Netwerk. Bedrijven als de PTT en NLnet verwachtten dat er helemaal geen vraag zou zijn bij particulieren naar toegang tot het internet. Dat was de situatie toen DDS begon.

DDS is in 1994 van mening dat een brede groep particulieren (en niet alleen hackers), zodra zij eenmaal kennis zouden kunnen nemen van de mogelijkheden van internet, graag toegang zouden willen. DDS verschafte daartoe een inbelvoorziening op een telefoonnummer in Amsterdam. Het was de eerste gratis inbelvoorziening waar je zonder abonnementskosten toegang kon krijgen tot internet. Mensen belden daarvoor vanuit heel Nederland tegen interlokale telefoonkosten naar het DDS nummer. Er was sprake van 'filevorming' voor De Digitale Stad, modems waren na enig tijd uitverkocht en de eerste publicatie van DDS 'Handleiding voor toegang tot De Digitale Stad, Xs4all en internet' (januari 1994) stond wekenlang in de toptien van non-fictie bij boekhandel Scheltema. De belangrijkste ambitie van DDS, het aantonen dat particulieren toegang willen tot deze nieuwe infrastructuur en dat deze toegang niet mag worden verhinderd door gevestigde belangen, was daarmee binnen tien weken gerealiseerd.

### **Lokaal inbellen**

Na het succesvol realiseren van deze eerste ambitie wijzigde de maatschappelijke ambitie zich als vanzelf in 'toegang voor particulieren vanuit heel Nederland *tegen lokale telefoonkosten*'. Er moest een *landelijk dekkende infrastructuur* komen daar deze nog volledig ontbrak.

Vanwege de forse investeringen was er zonder steun van de overheid geen mogelijkheid voor DDS (als non-profit organisatie) om deze doelstelling te realiseren. De overheid wilde het over laten aan de markt en zag niets in voorstellen van DDS voor gesubsidieerde aanleg. Achteraf volkomen terecht.

DDS had eind 1994 zelf een commerciële onderneming kunnen starten maar dit viel vrijwel volledig buiten de perceptie. DDS leunde zwaar op de cultuursector en beschikte in feite op dat moment over te weinig ondernemersvaardigheden in eigen kring om eind 1994 internettoegang als een commerciële activiteit op te zetten. Daarmee zou DDS bovendien in directe concurrentie treden met medeoprichter Xs4all. Een dergelijke concurrentie was ondenkbaar omdat DDS technologisch afhankelijk was van de hackers bij Xs4all.



Voor de hand lag vanuit cultureel perspectief meer een alliantie tussen deze partijen maar de enige echte ondernemer in het groepje van het eerste uur – Felipe Rodriques - zag niets in een samengaan tussen Xs4all (toegang) en DDS (content). Felipe pleit voor stopzetting van DDS na die tien weken omdat het project in zijn ogen alle ambities heeft waargemaakt en het internet dankzij DDS veel bekender is geworden.

DDS werd benaderd door snelle ondernemers, waaronder Michiel Frackers die later Planet internet zou opzetten, maar de meeste ondernemers ambiëren allemaal maar één ding: geld verdienen. Terwijl het ons om meer dan dat ging.

En zo werd DDS zelf geen marktspeler met betrekking tot internettoegang. Het publieke succes van DDS maakte het marktpartijen makkelijker investeringsbeslissingen te nemen en in de jaren daarna werd het in heel Nederland mogelijk om tegen lokale kosten internettoegang te krijgen.



Het initiatief van DDS om gratis toegang te verschaffen werd gecontinueerd en in een beperkt aantal steden overgenomen. Door de doorontwikkeling van landelijke infrastructuur, regulering van de overheid en de opkomst van nieuwe businessmodellen ontstonden ook nieuwe mogelijkheden. Eind jaren negentig werd gratis toegang van een ideëel model ineens een commercieel model met een aantal nieuwe zakelijke spelers op de markt met vele tientallen miljoenen in kas om ‘marktaandeel’ te veroveren.

## Publieke terminals

Omdat in 1994 niet iedereen thuis over een computer kan beschikken poneert DDS de stelling dat toegang tot de nieuwe infrastructuur ook gerealiseerd moet worden middels het plaatsen van 'publieke terminals' die toegang geven tot De Digitale Stad en Internet.



In dat kader worden in 1994 door DDS een vijftal terminals geplaatst in Amsterdam. De terminals worden enthousiast gebruikt en voorzien in een behoefte. Het zal nog geruime tijd duren voordat overheden en bibliotheken onderkennen dat hier een taak voor de overheid ligt. DDS heeft daarin samen met de Openbare bibliotheek Amsterdam en de gemeente Amsterdam een belangrijke voortrekkersrol vervuld. Zo worden in het kader van de internet wereldtentoonstelling tientallen terminals in de openbare bibliotheek geplaatst. Een aantal jaren daarna zal Minister Van Boxtel het initiatief overnemen met het concept 'digitale trapveldjes'. Daarnaast zijn er allerlei commerciële initiatieven ontstaan zoals internet cafés.

## Een middel voor communicatie

Het is bijna niet meer voorstelbaar maar in 1994 was het niet vanzelfsprekend dat het internet gebruikt zou gaan worden voor ‘communicatie’. DDS benadrukte daarom het belang van ‘communicatie’ naast het vanzelfsprekende ‘informatie’.



Om het belang van communicatie te onderstrepen kon iedereen in 1994 via DDS een *gratis postbus* krijgen voor het ontvangen en versturen van e-mail. Het verstrekken van deze voorziening was dus niet zomaar een aardigheidje maar was onderdeel van een verovering van een onontgonnen terrein en de definiëring van het gebruik van dat domein. Communicatie werd gedefinieerd als een recht en in 1994 was dat recht niet vanzelfsprekend. Tien jaar later is het ondenkbaar dat een politicus of technocraat zou voorstellen dit recht weer van mensen af te pakken. Met het verstrekken van postbussen is DDS vanaf de eerste dag ook een dienstverlener aan particulieren.



## Burger en bestuur

Onderdeel van de vele ambities van DDS is om het nieuwe medium internet te gebruiken om burger en bestuur dichterbij elkaar te brengen. De Digitale Stad ontsluit in 1994 informatiebestanden van de gemeente Amsterdam en maakt deze via internet doorzoekbaar. Het stadhuis wordt verbonden met DDS en internet. Discussies in het kader van lokale verkiezingen worden wel gevoerd in DDS fora maar politici houden zich in 1994 nog afwezig.





Daarna volgen vele projecten waarvan ik er slechts enkele noem. In 1995 zorgt DDS voor de begeleiding en moderatie van online discussies met het ministerie van Binnenlandse Zaken. Informatie over eerste en tweede kamer wordt dat jaar door DDS ontsloten via het 'Loket Parlement' in samenwerking met het Parlementair Documentatie Centrum (PDC). In 1996 opent DDS het 'Europaplein' in samenwerking met diverse partners.



In 1998 is het grootste en meest spraakmakende project van DDS het 'Verkiezingsplein' geweest. Voor *elke gemeente in Nederland* is een website gemaakt, waarin lokale partijen en afdelingen van landelijke partijen informatie over de partij, de kandidaten en de standpunten konden aanbieden. In totaal hebben 486 afdelingen van landelijke partijen en lokale partijen hun informatie - zoals verkiezingsprogramma's - op de site geplaatst. Met name 'lokale issues' zoals het Amsterdamse parkeerbeleid, het Rijn ziekenhuis in Alphen a/d Rijn en de UCP busbaan in Utrecht leidden tot levendige discussies.



DDS werkt rondom de landelijke verkiezingen in 1998 samen met ondermeer het Instituut voor Publiek en Politiek (IPP). Zij komen met het initiatief 'stemwijzer'. Contacten tussen DDS en IPP leiden tot kennisuitwisseling rondom het elektronisch debatteren en de politieke en bestuurlijke mogelijkheden van het internet. In de jaren



daarop zal het (gesubsidieerde) IPP vooral de maatschappelijke en ideële aspecten doorontwikkelen als organisatieactiviteit terwijl DDS aan overheidsorganisaties professionele diensten levert. Zo wordt door DDS het elektronisch spreekuur van minister van Boxtel begeleid en gefaciliteerd waarbij een combinatie van middelen worden ingezet zoals chat en livevideo.



Inzet van het internet door politiek en bestuur is thans algemeen geaccepteerd. Naast overheidssites zijn er diverse gespecialiseerde sites rondom deze thematiek. Of de kloof tussen burgers en politiek er kleiner van wordt is vooral aan de burgers. DDS is zelf geen politieke organisatie.

## Publiek domein

In bijna ieder geschrift over De Digitale Stad in de afgelopen 10 jaar valt de term 'publiek domein'. En iedere keer heeft het een andere betekenis. Dit is een resultaat van behaalde successen. Naarmate er door het publiek een groter deel van het domein veroverd wordt worden de grenzen elke keer opnieuw verlegd.

Eerst gaat het om toegang tot het domein. Daarna om toegang tegen lokale kosten. Gevolgd door toegang voor achterblijvers en armlastigen.



Eerst gaat het om het recht om te communiceren. Daarna om te communiceren met behoud van privacy vastgelegd in een netiquette. Gevolgd door juridische regulering van ieders privacy. DDS weigert persoonsgegevens af te staan en procedeert daarover.

Eerst gaat het om de mogelijkheid om zelf te publiceren op internet. DDS biedt als eerste de mogelijkheid om een eigen homepage te maken. Daarna gaat het om het recht om te publiceren wat je denkt. DDS verwijdert geen controversiële informatie of meningen.

In eerste instantie wordt met de term ‘publiek domein’ tot uitdrukking gebracht dat het publiek het recht heeft om het internet mee vorm te geven. Thans heeft deze term meer de veel smallere betekenis van een aan de overheid toebedachte taak om datgene tot stand te (doen) brengen waar het bedrijfsleven niet voor zorgt. Of het grote publiek zelf daar nog een boodschap aan heeft is de vraag. Er is immers vrijwel niets meer wat de burger niet kan in het nieuwe domein. De term publiek domein heeft haar betekenis in relatie tot internet vrijwel volledig verloren en dat is uitkomst van een fenomenaal succes.

## Community

Een nieuwe wereld trekt allerlei mensen aan die deze wereld gaan verkennen en bewonen. Het nieuwe wordt tegemoet getreden met angst, verlangens en hoop. De onontgonnen toekomst is een vergaarbak van projecties en altijd zullen er mensen zijn die in de nieuwe wereld een betere wereld projecteren. Een belangrijke projectie is het verlangen naar een ‘gemeenschap’ die gemist wordt in de reële wereld.

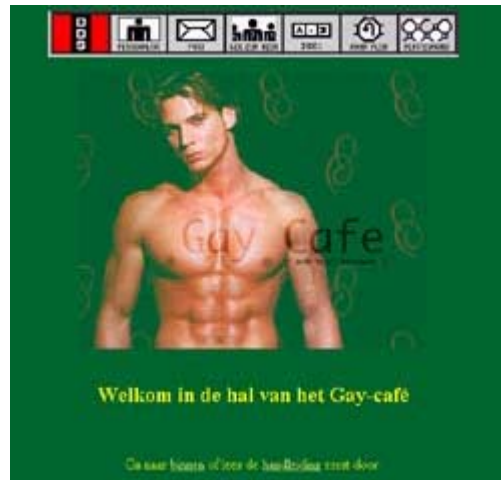


Het predikaat community sluit daarbij tevens aan bij de specifiek Amerikaanse situatie. Het verlangen om in het elektronische domein (lokale) gemeenschappen te vormen die in de gewone publieke ruimte van Amerika ontbreken of gemist worden.



Zakenlieden zijn in 1994 niet geïnteresseerd in zoiets vaags als community. Het zegt hen helemaal niets. Een paar jaar later is de situatie volledig gewijzigd. Het woord

community is in 1998/1999 bijna een synoniem geworden voor de dollar. Community is van de ene op de andere dag een soort Heilige Graal van het kapitalisme.



DDS was noch in de ene noch in de ander zin een (lokale) community maar op zijn best een veelheid van gemeenschappjes, belangen en verlangens. Mensen hebben zich tijdelijk als groep verenigd gevoeld en zijn uit elkaar gegaan naarmate de relevantie van de gemeenschappelijkheid minder werd. Deze teloorgang aan gemeenschappelijkheid is de uitkomst van de emancipatie van het internet en haar gebruikers. Toch zullen er altijd mensen zijn die terugverlangen naar de begintijd van het internet 'toen alles beter was'. Het is treurig maar waarschijnlijk onvermijdelijk dat de schuld van dit verloren paradijs door hen bij anderen gelegd wordt.

## Cultuur

Het tot stand brengen van kunst en cultuurprojecten is typisch een voorbeeld van de *beschermende rol* die aan de smalle betekenis van de term publiek domein wordt gekoppeld.



In het begin is DDS een proeftuin voor allen. Zij vervult een beschermende rol *voor iedereen* om te kunnen experimenteren. Allerlei organisaties, instellingen en bedrijven profiteren daarvan zoals het NRC Handelsblad, de belastingdienst, boekenwinkels,

reisbureaus, overheden, onderwijsorganisaties en kunstenaars. Steeds zijn deze experimenten in de proeftuin waardevol. Organisaties trekken vroeger of later de logische conclusie om het professioneel te gaan aanpakken en de activiteiten op internet te integreren met de staande activiteiten. In de loop der jaren ontstaat een open markt en organisaties zijn niet gebonden aan De Digitale Stad. Kunst- en cultuurorganisaties maken dezelfde cyclus door. Men experimenteert en wordt zelfstandig.



De kosten van informatie en communicatiemogelijkheden op internet zijn na 10 jaar zo laag dat de vraag gesteld mag worden wie of wat er eigenlijk nog bescherming behoeft. De productie van kunst en cultuur misschien maar DDS is zelf geen gesubsidieerde kunstenaar.

**Software ontwikkeling en open source projecten**

In 1994 bestaat er niet zoiets als Linux om het DDS platform op te draaien. Allerlei handige opensource applicaties die nu voorhanden zijn ontbreken. Zelfs de Freeport software voor de tekstinterface waarmee DDS begint moet gekocht worden.



In de loop der jaren zal DDS opgedane ervaringen en conceptuele ideeën omzetten in tal van projecten om software te schrijven en te verbeteren. DDS maakt een eigen content managementsysteem, een eigen discussiesysteem, een eigen autorisatie- en groepsysteem, een eigen chatsysteem, een eigen stamsysteem enzovoorts. Alles moet uitgevonden worden. DDS bouwt eigen oplossingen die ingezet worden voor allerlei projecten zowel commercieel als niet commercieel. In de begintijd pure noodzaak maar op termijn volstrekt niet vol te houden. Als pionierorganisatie verbrandt DDS hierin een

ongelofelijk aantal uren. Niet alles is even bruikbaar, te hergebruiken en/of te onderhouden. Maar leuk was het wel.

Met veel van deze oplossingen is DDS zijn tijd vooruit maar zakelijk gezien wordt dat later ook een flinke handicap. Nieuwe bedrijven kunnen met uitgewerkte concepten en grote programmeurteams fris beginnen. Nieuwe code kan gestructureerd en modulair worden opgezet. Nog een paar jaar later wordt veel van dit programmeerwerk in het buitenland gedaan tegen veel lagere uurlonen.

De laatste jaren zijn voor tal van applicaties, vaak meerdere goede opensource oplossingen gekomen. DDS draagt hieraan zelf ook weer bij onder meer via het opensource maken van het content management systeem Mmbase van de VPRO.

### Platform voor experimenten

DDS is een creatieve vrijplaats waar mogelijkheden gerealiseerd worden omdat het belangrijk is. Maar even zovaak omdat het gewoon leuk is.



DDS experimenteert met realaudio en later realvideo, DDS bouwt de Dam als 3D omgeving omdat de verwachting is dat VRML in 1997 vreselijk relevant wordt, DDS doet mee aan de eerste pilots met betaalvormen op internet via I-pay, DDS ontsluit informatie over de stedenbouwkundige toekomst van de regio Amsterdam via een interactief geografisch informatie systeem (in samenwerking met Arcam). We ondersteunen conferenties als 'The Next 5 Minutes' en 'Doors of Perception'.



DDS organiseert zelf congressen als de ‘conferentie digitale steden’ (1995) en later ‘de netwerksamenleving’ (1999). DDS zet projecten op zoals het multicultureelplein (in samenwerking met STOA), het drugsplein, een begraafplaats. De lijst lijkt vrijwel oneindig.



DDS ondersteunt ook tal van interessante initiatieven van ‘bewoners’ van De Digitale Stad zoals een website over dromen (droomtheater), een site over zelfmoord, een literatuursite (Ijcooster), een schaakserver, het ‘fietspad’, de Metro en vele projecten meer.



Als een platform waar geëxperimenteerd wordt door velen draagt DDS belangrijk bij aan het opdoen en overdragen van kennis.





## Stadsmetafoor

Een bijzonder onderdeel van De Digitale Stad is de gekozen metafoor van een stad. Deze metafoor dient in 1994 een tweeledig doel. De metafoor is enerzijds educatief doordat zij een technologische omgeving presenteert op een manier die gewone mensen kan aanspreken en inspireren. Anderzijds is de metafoor politiek omdat zij tot uitdrukking brengt dat de nieuwe infrastructuur publieke aspecten kent.



## Geen schone stad

Al voor de opening van de stad voegt Rop Gonggrijp van Hacktic Tijdschrift aan de tekstinterface een 'donkere steeg' toe met daarin ondermeer een optie 'sexshop' met pornografische teksten (beelden waren nog niet mogelijk). Daarmee wordt actief invulling gegeven aan concepten als publiek domein. De publieke ruimte is niet netjes aangeharkt maar kent ook smoezelige aspecten en duistere kanten.

Ook in discussiefora in De Digitale Stad meldden zich mensen met minder politiek correcte meningen. Antiracisme organisaties vragen aan ons om de stad 'schoon' te houden maar DDS weigert dat. DDS laat iedereen vanuit conceptuele overwegingen juist de vrije (publieke) ruimte en trotseert de verwijten zelf racistisch te zijn. Tien jaar later zal overigens een groot deel van Nederland dezelfde meningen uitdragen.



Enkele jaren na de start van DDS begint Maurice de Hond samen met Wegener het initiatief 'City Online'. Daar was de door Maurice van DDS afgekeken stadsmetafoor teruggebracht tot een aangeharkt winkelcentrum met een bankje als enige publieke ruimte. Het project zou volledig mislukken. Maurice zou het later nog ver brengen als internetgoeroe en als CEO van het beursfonds Newconomy.

## Stadsmetafoor en Democratie

Zoals iedere metafoor gaat ook de metafoor Digitale Stad een eigen leven leiden. Na de opening startten sommige bezoekers een debat over democratie in De Digitale Stad. Een verhit debat. Vanaf de eerste dag dat de stad haar poorten voor het publiek open zijn er 'burgers' die de initiatiefnemers voor rotte vis uitmaken. Een merkwaardige ervaring. Daarmee was vanaf dag één gegeven dat het medium een veilige afstand schept voor goede en kwade zaken. De nieuwe elektronische ruimte is geen utopische nieuwe wereld met betere mensen maar het is een voortzetting van de gewone wereld met al haar onvolkomenheden.

Naast een 'bedrijf' is De Digitale Stad in deze discussie door ons ook wel een 'kunstwerk' genoemd. Immers ook het proces van kunstschepping is primair een creatief en autoritair proces.



Vanuit Amerika kenden we in 1994 het voorbeeld van de Freenets die mede door een structuur van vrijwilligers en democratie voortdurend interne conflicten uitvochten, zonder bestuurders kwamen te zitten en in ernstige continuïteitsproblemen terecht kwamen. DDS kiest vanaf het begin voor een professionele structuur, loonarbeid en hiërarchie. Achteraf kunnen we constateren dat Freenets na enkele jaren al waren uitgespeeld.

Het maken van keuzes speelt in iedere fase van DDS. Zo wordt eind 1994 de overgang naar het grafische web als strategisch noodzakelijk en onvermijdelijk gezien. DDS implementeert als een van de eersten in Nederland deze totaal nieuwe presentatie methode thans algemeen bekend als het world wide web (WWW). DDS krijgt 'pleinen', zijwegen, huizenwijken en cafés. Je kunt het je nu niet voorstellen maar destijds was daar een substantiële groep mensen zeer verontwaardigd over. In de stadsmetafoor wordt het benoemd als 'oproer in telnetwijk'. DDS koestert de continuïteit met het verleden door ook de 'oude' tekstinterface te blijven bieden. Niet iedereen is in staat om de 'zware' grafische pagina's te raadplegen.

Alhoewel geen democratie konden mensen in De Digitale Stad wel dingen bouwen en zelf beheren. Tal van mensen hebben gebruik gemaakt van deze participatie mogelijkheden. Ook door DDS betaalde werknemers hebben door de jaren heen relatief veel invloed hebben gehad op het initiëren en zelf vormgeven van projecten. Er was dus binnen een hiërarchische context relatief veel ruimte voor mensen die iets deden. Die handelingsspeelruimte geeft per definitie ook wel eens frictie.

Je aanpassen aan de eisen van de tijd betekent voor een organisatie keuzes maken. Soms zijn die keuzes vanzelfsprekend en relatief eenvoudig maar doorgaans zijn keuzes moeilijk mede omdat er altijd partijen, mensen, opinies en toekomstperspectieven buiten de boot vallen. Met alle menselijke aspecten die daar aan kleven waarvan ressentiment en wrok niet de minste zijn. DDS is echter ondanks de stadsmetafoor in haar naam nooit in de valkuil van de basisdemocratie en non-professionaliteit gestapt en daarin ligt een niet onbelangrijke reden waarom zij 10 jaar internet door ups en downs heeft kunnen overleven en zich als organisatie regelmatig heeft kunnen aanpassen.

### Stadsmetafoor en Amsterdam

De digitale stad is een poëtische term - niet gebonden aan een fysieke stad - maar als het initiatief navolging krijgt is DDS ineens De Digitale Stad Amsterdam. DDS wordt als The Digital City Amsterdam ook nog eens een keer wereldberoemd. Een leuke fase om in tal van buitenlandse steden tot in Washington aan toe lezingen en presentaties te geven. Op een bepaald moment vraagt zelfs de burgemeester van een grote Europese stad naar onze burgemeester. Pas halverwege het telefoongesprek blijkt het misverstand en wordt duidelijk dat de burgemeester van de digitale stad niet dezelfde is als de burgemeester van de stad Amsterdam. Tot op de dag van vandaag ontvangt DDS post van mensen die de gemeente of de Amsterdamse politie willen bereiken.



Eind 1994 kiest de gemeente Amsterdam er voor om DDS geen structurele subsidie te verstrekken. DDS kan dus stoppen of doorgaan maar moet dan uit het niets ineens geld zien te verdienen om 'haar eigen broek op te houden' wat voor de overheid begin jaren negentig voor alles de officiële beleidslijn is. Dat wil zeggen winst maken met internet vanaf begin 1995 om ideële pretenties te kunnen continueren. DDS kiest er begin 1995 voor om door te gaan en slaagt er wonder boven wonder ook nog in om zelffinancierend te worden. Daarmee wordt DDS ook onafhankelijk van de gemeente Amsterdam.

Amsterdam is trots op DDS, maakt er internationaal goede sier mee maar men subsidieert het niet en heeft er geen controle over. Jaren later zullen zowel landelijke als lokale overheid miljoenen steken in proefveldjes.



### De metafoor als interface

DDS lanceert al in 1995 het concept om informatie en communicatie geïntegreerd te ontsluiten via thematisch sites. In de stadsmetafoor ‘pleinen’. Later zou dit meer algemeen bekend worden als ‘portals’. Tot op de dag van vandaag kom je her en der op het internet de ‘pleinen’ metafoor tegen als afgeleide van de stadsmetafoor.

In de jaren 1998 en 1999 volgt een enorme slag om informatie te ontsluiten. Er ontstaat een commerciële run om bezoekers naar portals en zoekmachines te leiden waarvan Startpagina en Ilse in Nederland de bekendste worden maar er zijn duizenden anderen. Het is onmogelijk voor DDS om die ontsluitingsslag bij te houden.



Naarmate het internet groeit wordt de stadsmetafoor minder relevant. Zowel het educatieve aspect, het voor gewone mensen inzichtelijk maken van de mogelijkheden, als voor het politieke aspect, het internet als publiek domein, verliest de metafoor haar functie en lading.



Het resultaat is dat De Digitale Stad haar eigen metafoor langzaam als ballast met zich mee gaat slepen. Echt harde keuzes om functies te beëindigen worden moeilijk gemaakt. Ook de grafische interface kan niet zomaar aangepast. Een stad biedt het allemaal. DDS is de gevangene geworden van haar eigen succesvolle metafoor.

## Financiering

In een paar jaar tijd was DDS een bedrijf geworden met dertig tot veertig werknemers met alle complicaties van dien. De stichting moest haar idealen financieren maar diende tegelijk meer monden te voeden en rekening te houden met meer dan één ambitie.



DDS financierde haar activiteiten met opbrengsten uit het bouwen en hosten van websites en consultancyprojecten. Op het moment dat de resultaten onder druk kwamen te staan door toenemende concurrentie in de markt om klanten en personeel werd deze financieringsvorm een probleem.



## Tweeledigheid

Eerder is al gesteld dat met het bieden van e-mail en internettoegang door DDS principiële aspecten werden uitgevochten. Tegelijkertijd werd daarmee vanaf de allereerste dag dat DDS bestond een tweeledigheid geïntroduceerd. DDS was niet uitsluitend een verkenners van de toekomst zij leverde ook diensten aan particulieren.

Deze gratis dienstverlening zou zich in de loop der jaren ontpoppen als een soort koekoeksjong. De dienstverlening ging steeds meer resources vragen omdat DDS snel populair werd. Daarna moest het gecontinueerd worden temidden van nieuw opkomende spelers die gratis internet als businessmodel zagen. Nieuwe spelers die opbrengsten kregen via zogeheten kickback op gerealiseerde belminuten. DDS miste deze landelijke infrastructuur en miste daarmee ook de kickback.

De grootste financiële misser van de stichting DDS (en mijzelf) is, achteraf gezien, dat in 1998 niet het risico is aangegaan om van deze kickback te kunnen profiteren. In een tijd waarin in menig directiekamer nog slechts over 1 onderwerp gesproken werd namelijk 'kickback' miste ik volledig de boot.



## Veranderende omgeving

Vanaf 1998 is de omgeving waarbinnen DDS opereert zo drastisch gewijzigd dat het de vraag is of DDS wel op de oude voet door kan blijven gaan. Er wordt massief geïnvesteed door tal van partijen. Terwijl DDS nog dagelijks haar broek moet ophouden wordt het spel nu heel anders gespeeld door nieuwe spelers die praten over een 'burnrate' van zoveel miljoen per maand en waarin succes wordt afgemeten aan de verliezen die men heeft weten te realiseren. Zelfs de overheid die jarenlang de handen op de knip hield wil ineens een Venture Capitalist zijn (Twinning).



Om een lang verhaal kort te maken: op ieder willekeurig terrein waarop DDS actief is of overweegt actief te worden in 1999, zijn nieuwe partijen actief die veel sneller gaan dan DDS, veel meer kunnen investeren dan DDS, hogere lonen betalen dan DDS, en veel meer focus hebben dan DDS. Honderden nieuwe spelers willen geld verdienen door één ding goed te doen. Om dat te bereiken en marktaandeel te veroveren mogen zij forse verliezen maken. DDS daar tegenover is nog steeds een speler die allerlei richtingen onderzoekt, die tegelijkertijd nog gratis diensten verleent aan particulieren en die websites bouwt en host om die mengelmoes van doelstellingen te financieren. DDS heeft last van de wet van de remmende voorsprong en kan zich in deze nieuwe omgeving niet goed handhaven.

### Management buy-out en doorstart

Vanaf 1998 speelt daarom de vraag of DDS niet een andere juridische structuur moet krijgen. De non-profit structuur verhindert het aantrekken van risicodragend kapitaal. De paradox is dat DDS in omzet, aantal werknemers etc in de voorliggende jaren juist krankzinnig hard gegroeid is maar de vraag speelt of DDS in deze snelle omgeving niet veel te langzaam gaat.



Het bestuur van de stichting is een bestuur op afstand. Er is echter minder tijd dan bestuur en directie samen denken. Op een gegeven moment keert de wal het schip. Medio 1999 blijkt de financiële positie zo dramatisch gewijzigd dat een faillissement in 2000

onontkoombaar lijkt indien geen risicodragend kapitaal beschikbaar komt. Deze dramatische conclusie wordt getrokken tegen de achtergrond dat vrijwel iedere ambitie die DDS geformuleerd heeft met betrekking tot haar publieke functie in die periode 1994 tot en met 1999 gerealiseerd is.

In deze situatie van een dreigend faillissement enerzijds en gerealiseerde idealen anderzijds worden voor het stichtingsbestuur het bieden van zekerheid en continuïteit aan klanten en werknemers relevanter dan het zoeken naar weer nieuwe idealen in het publieke domein. Door het bestuur wordt de enige resterende conclusie getrokken: de organisatie bevrijden van zijn laatste publieke aspecten en een doorstart als BV mogelijk maken. Mede vanuit het oogpunt van continuïteit ook op het gebied van privacy is er een sterke voorkeur voor een management buy-out. Begin 2000 krijgt dit zijn beslag.

### **Crisis op de beurs**

Zo gaat DDS zijn volgende fase in als 'private onderneming'. Tal van aspecten worden met nieuw geld gecontinueerd zoals de stadsmetafoor, gratis e-mail, de redactie wordt zelfs versterkt. De opzet is om na een initiële eigen investering nieuw geld aan te trekken van andere investeerders. Enkele maanden later gaat de beurs onderuit. De dotcom crisis barst na de beursgang van World Online pas goed los en voor alle partijen gaat het nog maar om één ding: 'redden wat er te redden valt'. Het wordt onmogelijk om nog partijen te interesseren in financiële deelnames.

De laatste venture capitalist in een lange rij waar we mee spreken heeft in DDS geen vertrouwen maar stopt nog snel een paar miljoen in 'Magic Minds' (een zwart gat). Ook venture capitalists zijn net mensen. Ook in deze wereld van het grote geld draait het op de bottomline regelmatig niet om cash maar om uiterlijk vertoon en machismo met natuurlijk als interessant historisch hoogtepunt het groepsdenken rondom de UMTS licenties.

DDS ontkomt niet meer aan harde keuzes en saneringen. De 'redactie' moet worden ontslagen en slechts door het internet college te verkopen aan uitgeverij Malmberg en de hostingactiviteiten te verkopen aan Energis NV kan een totaal faillissement worden vermeden. Het bouwen van sites is verliesgevend geworden en zal medio 2001 worden afgebouwd. DDS slaagt er zo in haar problemen alsnog netjes op te lossen. Er gaat geen enkele DDS BV failliet en alle schuldeisers kunnen worden betaald.





## Van gratis naar betaald

Begin 2001 is er hierdoor echter geen financieringsstructuur meer waaruit gratis diensten aan particulieren en tal van experimenten en projecten en andere restanten van het publieke domein betaald kunnen worden.



DDS legt publiekelijk aan de gebruikers de problemen voor middels een enquête. Binnen enkele dagen vullen ruim 13.000 mensen de enquête in. Op basis van de resultaten wordt een vervolgenquête gemaakt die opnieuw in recordtijd massaal beantwoord wordt. Er staat ook voor de gebruikers veel op het spel. Op basis van deze twee enquêtes wordt de keuze gemaakt om te investeren in continuïteit van de ISP diensten, deze diensten betaald te maken en de laatste restanten van de publieke domein pretenties te beëindigen. Deze laatste werden door onze gebruikers aanzienlijk minder gewaardeerd dan de geboden ISP diensten. Daarmee is in overleg met gebruikers het in hun ogen belangrijkste en meest gewaardeerde aspect gecontinueerd.

Zo ontstaat er een gezonde internet service provider die na 10 jaar alsnog kan concurreren met andere grote aanbieders en die kan terugkijken op een bewogen geschiedenis.



## Klantgericht en innovatief

DDS is thans een middelgrote aanbieder op de internetmarkt en is na 10 jaar nog steeds volledig onafhankelijk van de grote internetspelers. DDS is de afgelopen jaren blijven werken aan innovatie en kwam als een van de eerste providers met spamfiltering. Standaard biedt DDS als enige professionele consumentenprovider een online harddisk met 'webdav' ondersteuning en mogelijkheden om bestanden te delen. DDS gebruikers kunnen deze online harddisk bovendien naar believen uitbreiden met extra diskruimte. DDS biedt nu ook ADSL en gaat in 2004 tegen voor particulieren aantrekkelijke tarieven eigen domeinnamen en PHP/MySQL bieden.



De vormgeving van DDS is rustiger en zakelijker geworden en is gebaseerd op heldere iconen voor de verschillende diensten van DDS. In de visie van DDS worden websites veelal gedomineerd door een overvloed aan informatie waardoor de bezoeker door de bomen het bos niet meer ziet. DDS wil zich hiervan onderscheiden met een site zonder reclame waar het accent op helderheid ligt onder het motto van DDS 'Internet, maar dan anders'.



Het feit dat DDS de hele geschiedenis van 10 jaar internet heeft meegemaakt en heeft overleefd maakt DDS uniek. Uniek in de zin dat we een unieke historie hebben. Bijzondere eigenschappen mogen we onszelf daarvoor misschien niet toedichten maar een bijzondere ervaring is het zeker. De ervaring ook dat beginnen makkelijker is dan overleven. Beginnen betekent bijzonder zijn en vrienden maken. Overleven betekent keuzes maken en je aanpassen. De opkomst van het internet is als een golfbeweging over de aardbol gegaan en dat zou ook gebeurd zijn zonder DDS. Toch was DDS er – ook internationaal gezien – vroeg bij. In die zin was DDS niet slechts uniek maar heeft zij ook

veel partijen de kans gegeven om zelf snel te beginnen binnen hun eigen vakgebied en daar een voorsprong te nemen.

Er zijn vele redenen om enthousiast terug te kijken op 10 jaar DDS en de enorme vlucht die het Internet heeft genomen. DDS is in haar kern – zeg maar de ‘genen’ – een organisatie die vooral kijkt naar de toekomst. Gebruikers centraal stellen en innoveren zijn waarden die ons ook vandaag nog drijven.

J. Flint  
Januari 2004