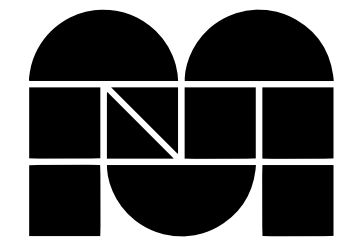


Landelijke communicatierichtlijn overheidssensoren in de openbare ruimte 1.0*

*Na pilots volgt de definitieve versie



Inhoudsopgave

Introductie

- 5 Introductie**
 - › Doel communicatierichtlijn
 - › Wat zijn sensoren?
 - › Ontwikkeling (landelijk)
sensorenregister
 - › Consortium partners:
- 6 Gelaagdheid van
communiceren**
 - › Wat houdt het in?
 - › Waaruit bestaat de richtlijn?
 - › Wat wordt gecommuniceerd?
- 7 Context en communicatie**
 - › Wel informeren, geen verrommeling
 - › AVG
 - › Welke communicatie-uiting?
- 8 Overzicht**

Noodzakelijk

- 10 Communiceren met kleuren en
iconen**
 - › Uitgangspunt communicatierichtlijn
- 11 Sticker**
 - › Waar komen de stickers?
 - › In 3 seconden wordt gecommuniceerd:
 - › In 30 seconden wordt gecommuniceerd:
 - › Nuance in de details
 - › QR-code
- 13 Gebiedsbord**
 - › Waar komt het?
 - › Wat communiceert het?
 - › In 3 seconden wordt gecommuniceerd:
 - › In 30 seconden wordt gecommuniceerd:

16 Tijdelijk bord

- › Waar komt het?
- › Wat communiceert het?
- › In 3 seconden wordt gecommuniceerd:
- › In 30 seconden wordt gecommuniceerd:

17 Bewonersbrief

- › Wat is het?
- › Wat communiceert het?
- › Waarom een postcard?
- › Wanneer doe je dit?
- › In 3 seconden wordt gecommuniceerd:
- › In 30 seconden wordt gecommuniceerd:

18 Informatie online

- › Wat is het?
- › Hoe werkt het?
- › Forum
- › Informatie over de doelen
- › Privacyverklaring
- › Sensorenregister
- › Aanvullende informatie
- › Burgerparticipatie
- › Eigen sensorregister of (landelijk)

sensorenregister?

Aanvullend

23 Aanvullende concepten

- › Wat is het?
- › Wat kan je hiermee?

24 De sensorloop

- › Wat doet het?
- › Wat is het doel?
- › Wat is de hoofdboodschap?
- › Wat is de link tussen dit concept en
de communicatierichtlijn?
- › Welke doelgroep (op basis van
houding) spreekt het aan?

26 Interactieve tentoonstelling

- › Wat doet het?
- › Wat is het doel?
- › Wat is de hoofdboodschap?

- › Wat is de link tussen dit concept en de communicatierichtlijn?
- › Welke doelgroep (op basis van houding) spreekt het aan?

28 Thema buurtavond

- › Wat doet het?
- › Wat is de hoofdboodschap?
- › Wat is de link tussen dit concept en de communicatierichtlijn?
- › Welke doelgroep (op basis van houding) spreekt het aan?

30 Workshop kinderen

- › Wat doet het?
- › Wat is het doel?
- › Wat is de hoofdboodschap?
- › Wat is de link tussen dit concept en de communicatierichtlijn?
- › Welke doelgroep (op basis van houding) spreekt het aan?

32 Ludieke campagne

- › Wat doet het?
- › Wat is het doel?
- › Wat is de hoofdboodschap?
- › Wat is de link tussen dit concept en de communicatierichtlijn?
- › Welke doelgroep (op basis van houding) spreekt het aan?

33 Bemand loket op locatie

- › Wat doet het?
- › Wat is het doel?
- › Wat is de hoofdboodschap?
- › Wat is de link tussen dit concept en de communicatierichtlijn?
- › Welke doelgroep (op basis van houding) spreekt het aan?

Onderbouwing

36 Onderbouwing communicatierichtlijn

- › Hoe is deze communicatierichtlijn ontstaan?

37 Validatie communicatierichtlijn

- › Hoe is deze communicatierichtlijn gevalideerd?

Introductie

Introductie

Opdracht voor richtlijn

“Omdat we geloven dat bewustzijn en verantwoordelijkheid essentieel zijn voor een goed functionerende democratie, werken we - in samenwerking met een groep partners door het hele land - aan een effectieve en inclusieve communicatieaanpak over sensoren in de openbare ruimte en de systemen waartoe ze behoren. Dit waarborgt democratische waarden zoals privacy, transparantie en verantwoordingsplicht, en stimuleert tegelijkertijd interactie en participatie.”

- Responsible Sensing Lab

Doel communicatierichtlijn

Het doel van deze richtlijn is het bevorderen van uniformiteit in Nederland op het gebied van communicatie over sensoren in de openbare ruimte. Op dit moment wordt op iedere locatie anders gecommuniceerd over deze sensoren. Deze richtlijn biedt een helder kader dat de transparantie vergroot

en de betrokkenheid van inwoners rondom sensoren aanmoedigt.

Binnen de interactie met sensoren hebben we te maken met verschillende doelgroepen, waaronder inwoners, passanten en recreanten. Iedereen vervult per context een andere rol. Hierbij is het belangrijk dat iedereen, ongeacht de context, dezelfde boodschap krijgt doormiddel van deze uniforme richtlijn.

Wat zijn sensoren?

Een sensor is de kunstmatige variant van een zintuig. Het neemt de omgeving waar en kan hieruit informatie verzamelen. Het gaat binnen de communicatierichtlijn om overheidssensoren in de openbare ruimte. Naarmate de technologie verder ontwikkelt, zal ook het aantal en de complexiteit van de sensoren en systemen groeien.

Ontwikkeling (landelijk) sensorenregister

Er wordt momenteel gewerkt aan een landelijk sensorenregister, maar het is nog niet duidelijk wanneer het gereed zal zijn en welke vorm het krijgt. Deze richtlijn kan worden gekoppeld aan dit sensorenregister, maar er wordt ook uitgelegd hoe het functioneert zonder.

Consortium partners:

- › Amsterdam Institute for Advanced; Metropolitan Solutions;
- › Gemeente Utrecht;
- › Vereniging van Nederlandse Gemeenten;
- › Gemeente Amsterdam;
- › Technische Universiteit Delft;
- › Gemeente Den Haag;
- › Gemeente Rotterdam;
- › Provincie Noord-Brabant;

De communicatierichtlijn is ontworpen door:

- › Muzus



Gelaagdheid van communiceren

Wat houdt het in?

De communicatiegelaagdheid begint met de manier waarop inwoners met de overheid kunnen communiceren. Hierbij maken we onderscheid tussen eenzijdige en tweezijdige communicatie, waarbij tweezijdige communicatie altijd beschikbaar moet zijn. Maar de gelaagdheid gaat verder. Het niveau van informatie hangt af van de context en de doelgroep. Moet de inwoner of passant informatie krijgen over wat een sensor doet, waarom het iets doet of over de achterliggende systemen en de bijbehorende rechten?

Waaruit bestaat de richtlijn?

Deze communicatierichtlijn introduceert twee communicatieniveaus, elk met hun eigen kenmerken. Ze zijn verdeeld in 'Noodzakelijk' en 'Aanvullend'. 'Noodzakelijk' omvat de essentiële taken en aspecten en vormt het vertrekpunt voor communicatie. 'Aanvullend' richt zich op verdere diepgang in de kennisoverdracht en is optioneel.

NOODZAKELIJK

Wat wordt gecommuniceerd?

- › Het doel waarvoor de sensor wordt ingezet;
- › Wat een sensor doet;
- › De eigenaar van een sensor;
- › Contactgegevens van eigenaar;
- › Of er persoonsgegevens worden verzameld;
- › Doorverwijzing naar meer informatie over de sensor.

AANVULLEND

Wat wordt gecommuniceerd?

- › Interactieve manieren van bewustwording over wat een sensor wel en niet kan (laat mensen bijvoorbeeld sensoren beleven);
- › Laagdrempelige manier van herkenning van de sensoren;
- › Kennisvergroting van sensoren vanaf jongs af aan door middel van workshops;
- › Bewustwordingscampagne die breed uitgedragen kan worden;
- › Een verzamelpunt van al de beschikbare informatie op een fysiek punt in de wijk;
- › Een avond specifiek gericht op inwoners van een wijk, om ze mee te nemen in de processen rondom het implementeren van sensoren.

Context en communicatie

Wel informeren, geen verrommeling

Met de toenemende invloed van en hoeveelheid sensoren is het belangrijk om transparant te zijn over hun toepassing en tegelijkertijd verrommeling te voorkomen. We willen inwoners informeren, zodat ze actief kunnen deelnemen aan democratische discussies over sensoren, vragen kunnen stellen over de toepassing ervan en hun rechten kunnen beschermen, zonder onnodige cognitieve belasting.

Daarom is er behoefte aan een gevalideerde en uniforme landelijke communicatierichtlijn, voor alle verschillende contexten. Als bewoner ben je meer betrokken en gemotiveerd om te verdiepen in de toepassing van sensoren in de omgeving. Hierdoor worden de uitingen van de richtlijn eerder op een andere plek herkent (bijv als passant) en hoeft deze minder op te vallen.

AVG

Vanuit de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) is er wel een

wettelijke eis om cameratoezicht kenbaar te maken, maar er is geen wettelijke eis voor de manier waarop dit moet gebeuren.

Welke communicatie-uiting?

Er zijn veel sensoren op verschillende locaties met uiteenlopende doelen. Om effectief te kunnen communiceren, moeten we rekening houden met deze contextuele factoren. De keuze om voor een bepaalde uiting te gaan, is afhankelijk van de context, de omgeving en de doelgroep die je voor ogen hebt. Daarom is de communicatierichtlijn flexibel in te zetten.

Hiernaast zijn vier contexten omschreven die we onderscheiden, met de daaraan gekoppelde communicatiemiddelen. Communicatie tussen deze niveaus en contexten is het duidelijkst wanneer deze wordt ondersteund door consistente elementen, zoals kleuren en iconen.

CONTEXT

Sensor in openbare ruimte

- › Op een beplakbare en zichtbare plek.

NOODZAKELIJK

- › Plaats een sticker bij de sensor

AANVULLEND

- › Organiseer bijvoorbeeld een sensorenloop
- › [...]

CONTEXT

Sensor in openbare ruimte

- › Zonder sticker-mogelijkheid.

NOODZAKELIJK

- › Plaats een gebiedsbord

AANVULLEND

- › Organiseer een tentoonstelling over sensoren
- › [...]

CONTEXT

Sensor in woonwijk

- › Communicatie gericht aan bewoners.

NOODZAKELIJK

- › Plaats een sticker bij de sensor
- › Stuur een bewonerskaart

AANVULLEND

- › Organiseer een thema buurtavond over sensoren
- › [...]

CONTEXT

Sensor bij evenement

- › Die tijdelijk wordt ingezet.

NOODZAKELIJK

- › Plaats een bord bij de ingang van het evenement

AANVULLEND

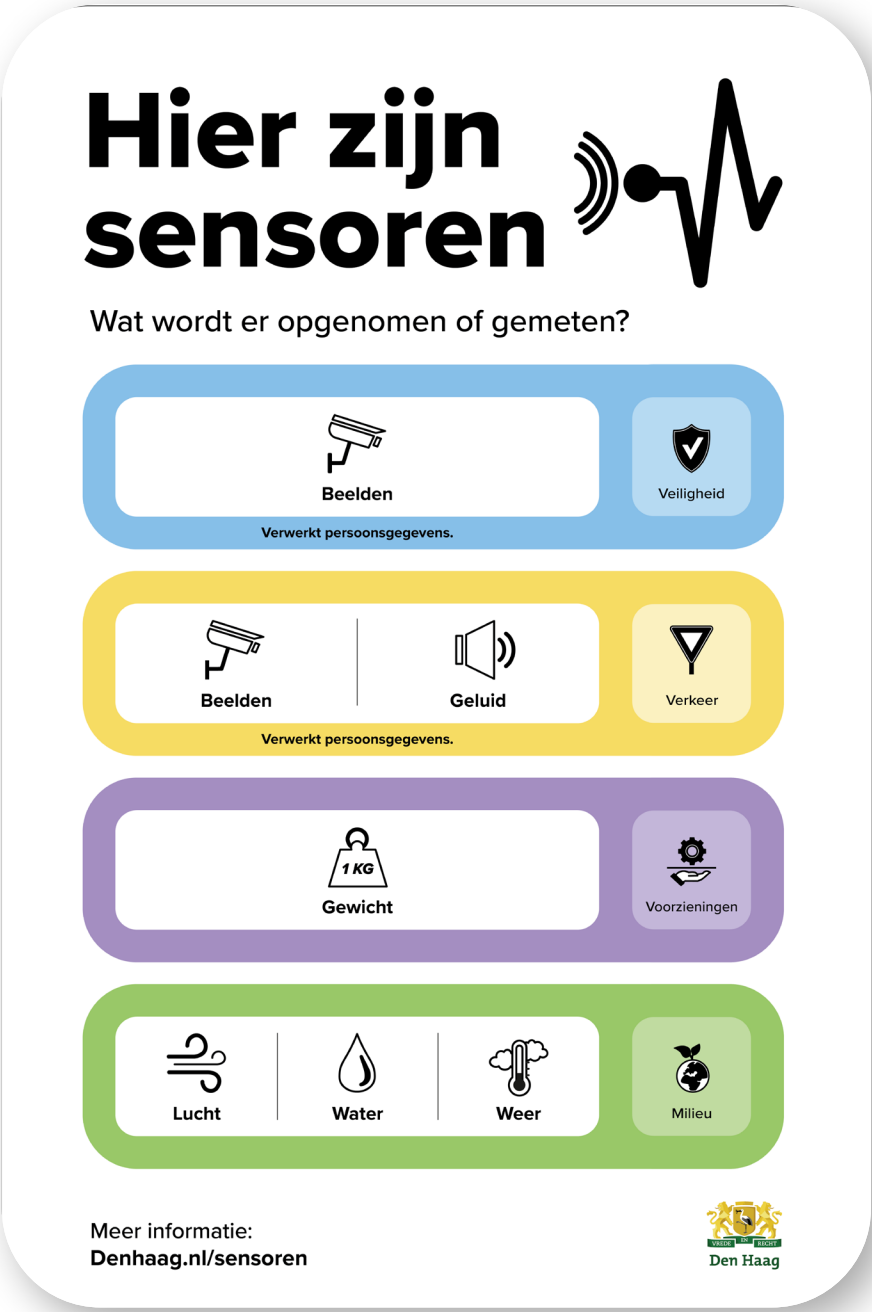
- › Organiseer een kinder workshop over sensoren
- › [...]

Overzicht

1. Fysieke elementen van communicatie



Stickers communiceren bij de sensoren wat ze doen. De hoofdboodschap omschrijft het middel. Daarnaast wordt het doel gecommuniceerd. Dit wordt gedaan aan de hand van kleur, tekst en icoon.

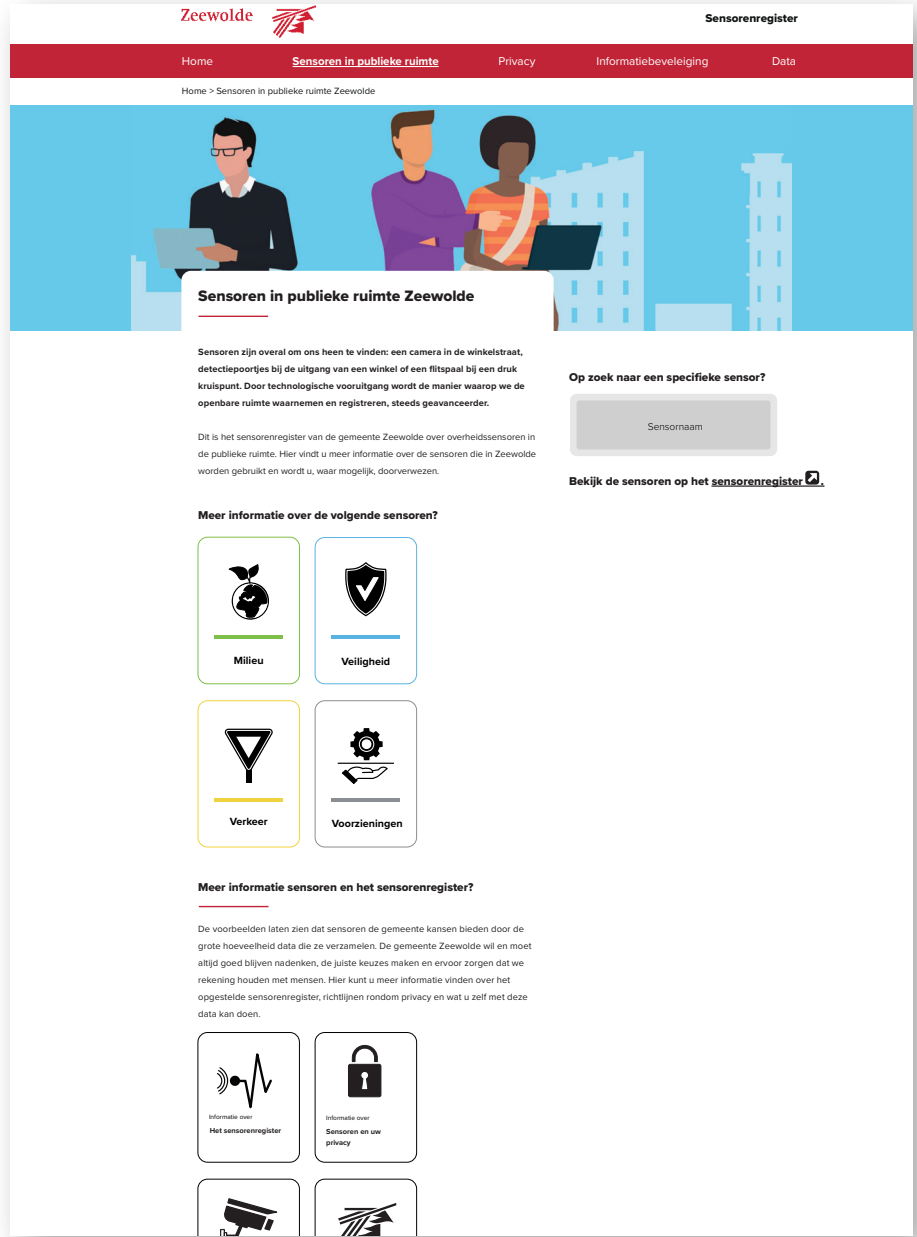


Gebiedsborden communiceren welke sensoren er worden ingezet in een bepaald gebied. Zowel op thema niveau (wat is het doel van de sensor), als op sensortype (welke sensoren worden er ingezet). Het laat ook samenwerkingen in eigenaarschap zien.



Een brief communiceert voor inwoners wat er in hun buurt gaan veranderen. Dit moet laagdrempelig en lokaal gecommuniceerd worden (met foto). Het moet geen brief zijn die mensen nog moeten openen.

2. Landingspagina sensoren



Wanneer mensen meer informatie op willen zoeken, worden ze altijd doorverwezen naar de landingspagina voor het sensoren register van diens gemeente. Hier komen de iconen en de kleuren van de sensoren terug. Zo wordt een duidelijke doorverwijzing gefaciliteerd.

3. Iconen, categorieën, kleur

Alle sensoren zijn ingedeeld op de onderstaande categorieën. Iedere categorie heeft een icoon en een kleur. Per sensortype zijn er ook iconen.

Sensordoelen



Sensortype



Noodzakelijk

Communiceren met kleuren en iconen

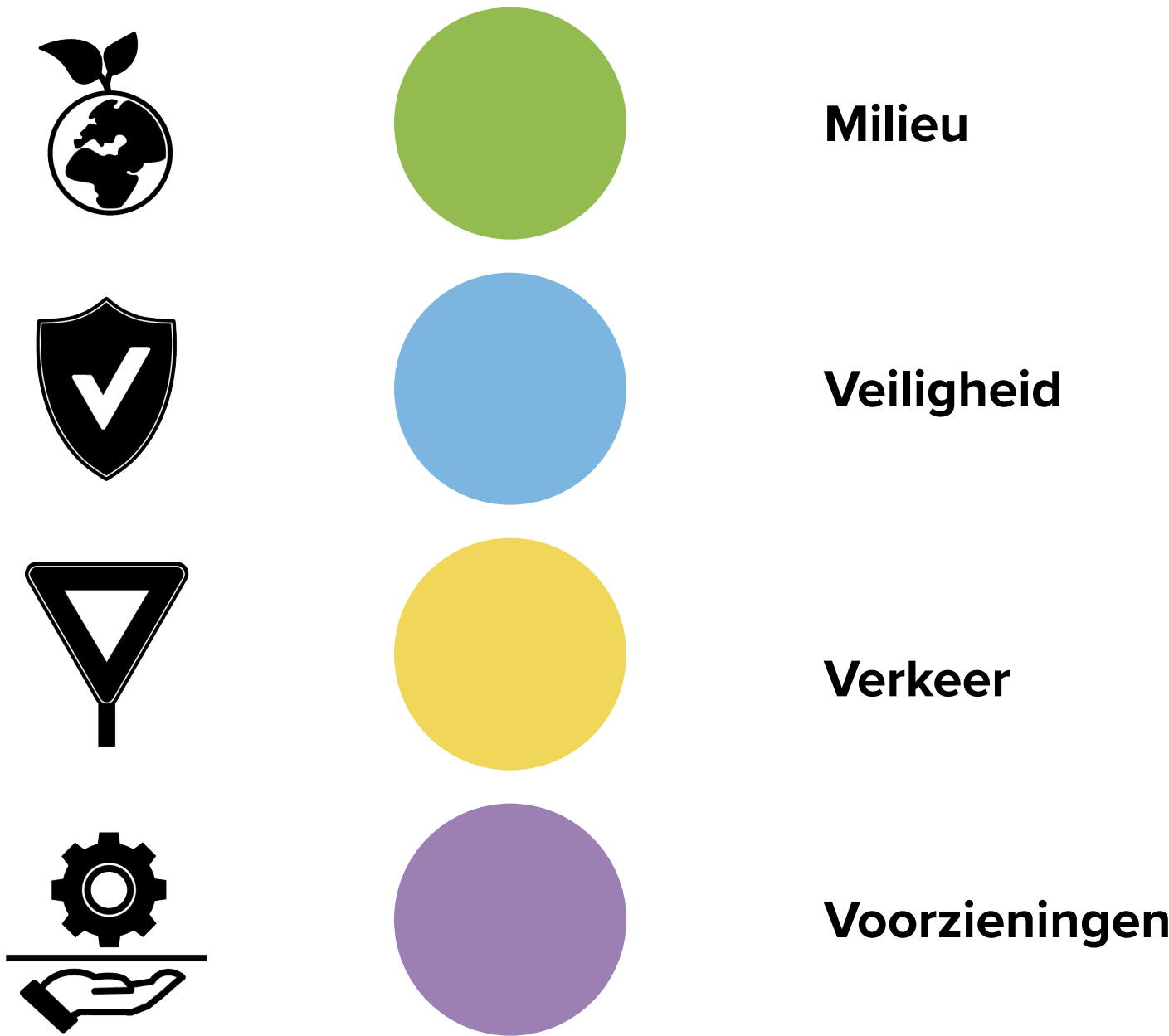
Uitgangspunt communicatierichtlijn

Het uitgangspunt van deze communicatierichtlijn is de begrijpelijkheid voor burgers. Het is gebaseerd op het uitgebreid kwalitatief onderzoek van Muzus en het consortium naar het communiceren over sensoren.

Deze communicatierichtlijn bevat kleuren en iconen die zijn toegewezen aan specifieke doelen voor het gebruik van sensoren. De doelen zijn zo geformuleerd dat ze begrijpelijk zijn voor mensen op straat. De kleuren zijn zorgvuldig gekozen en zijn ook goed zichtbaar voor mensen met kleurenblindheid. Bovendien worden ze ingezet in combinatie met iconen.

Om begrijpelijk te communiceren, is het belangrijk om mensen stap voor stap mee te nemen. Duidelijke aanwijzingen in elke stap kunnen de betrokkenen op een herkenbare manier begeleiden. Concreet betekent dat deze kleuren en iconen op elk niveau terug komen.

In deze communicatierichtlijn pleiten we voor een landelijk kleurenschema voor de sensoren in de openbare ruimte. Een toekomstige landelijke sensorenregister biedt een uitstekende kans om deze uniforme richtlijn nationaal toe te passen.



Sticker

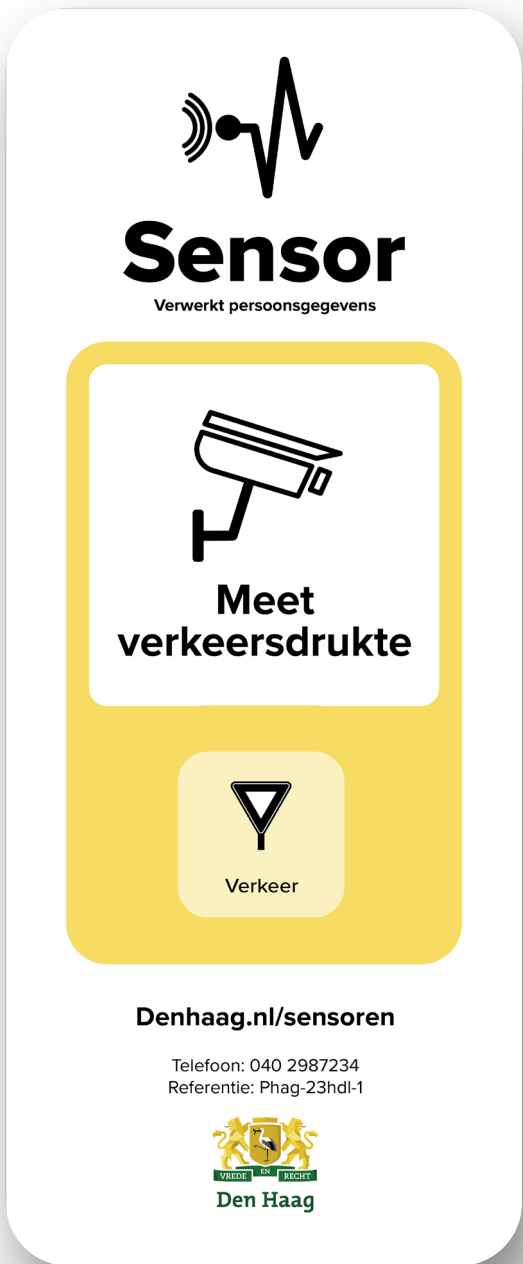
Waar komen de stickers?

De stickers worden zo dicht mogelijk bij de sensor gehangen (duidelijke connectie sticker en sensor). Wanneer de sticker niet meer leesbaar is, wordt de sticker iets boven ooghoogte gehangen. Ze kunnen direct op een paal worden geplakt of op een bordje bij de sensor. We raden aan om in het geval van bordjes ook stickers te gebruiken, zodat ze herbruikbaar zijn.

Wat communiceert een sticker?

De sticker vertelt op een duidelijke manier wat een sensor doet, zoals het tellen van mensen of het waarnemen van geluid. Het geeft ook het doel van de sensor weer. De afzender van de sensor wordt gecommuniceerd door het logo van de betreffende gemeente waar de sensor zich bevindt.

Belangrijk: houd de sticker eenvoudig, maar zorg ervoor dat alle nodige informatie wordt verstrekt. Het doel is om duidelijk te communiceren. De sticker is niet bedoeld voor juridische dekking. Meer informatie kan worden verstrekt via de doorverwijzing op de sticker.



In 3 seconden wordt gecommuniceerd:

- › Wat de sensor doet, met korte duidelijke zin.
- › Het type sensor.
- › Of de sensor persoonsgegevens verwerkt.

In 30 seconden wordt gecommuniceerd:

- › Doel van de sensor, met kleur, categorie en icoon.
- › De eigenaar, met gemeente- of provincielogo.
- › Doorverwijzing met link naar gemeentelijke pagina waar meer informatie over de sensor te vinden is.
- › Contactgegevens en technische gegevens sensor.

Nuance in de details

Stickers kunnen verder gespecificeerd worden. Er kan bijvoorbeeld een QR-code worden toegevoegd, een telefoonnummer of een unieke sensornaam. Het uitgangspunt in deze communicatierichtlijn is om het middel te communiceren. Dit is het uitgangspunt omdat het middel niet multi-interpretabel is. Soms kan het doel omschrijven helderheid bieden, maar het kan ook juist vragen oproepen. Wanneer het maatschappelijke doel is om veiligheid te bieden, kunnen burgers zich afvragen hoe dat gedaan wordt. Hiervoor is het middel van belang.

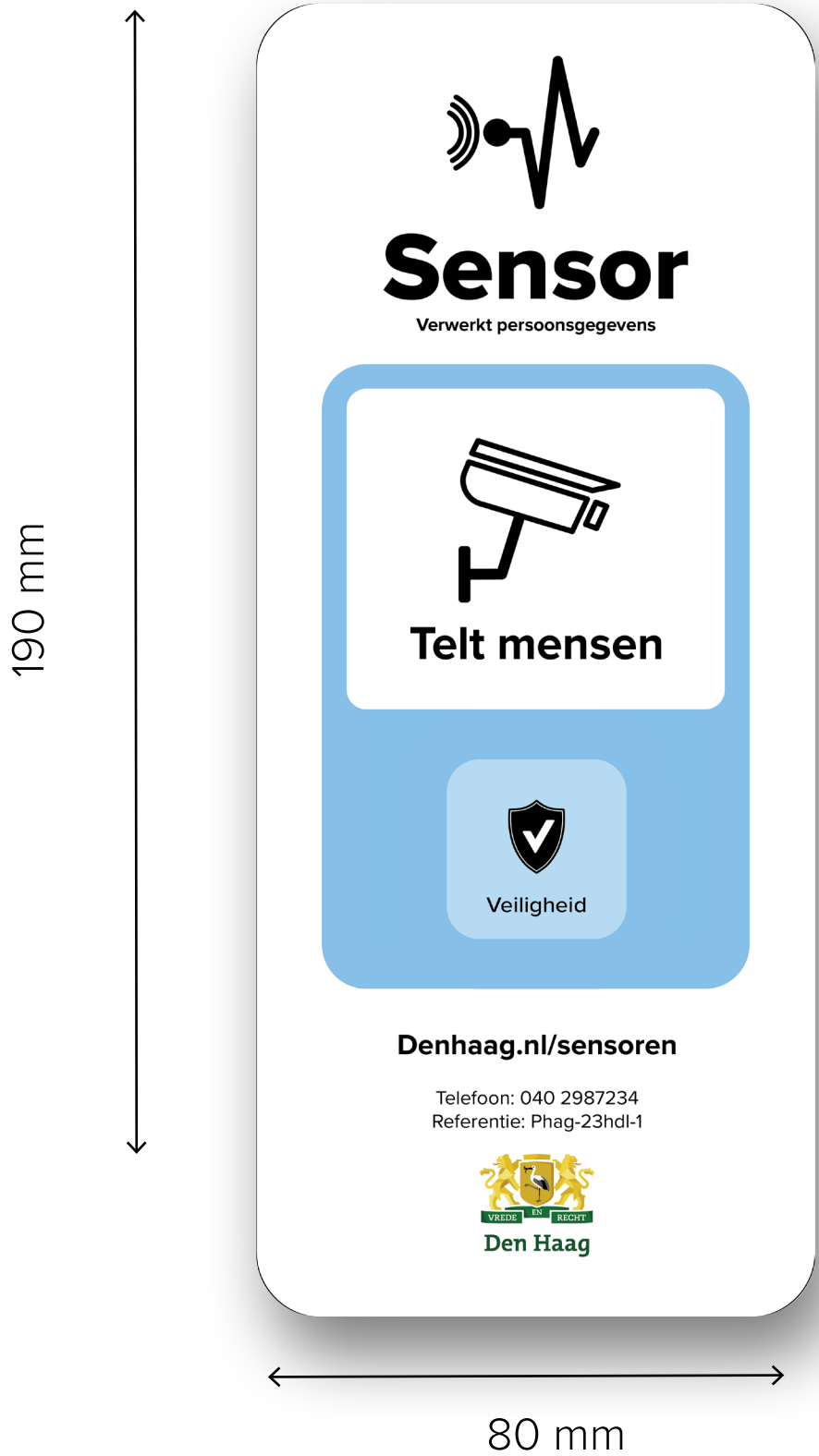
Hoe groot zijn de stickers?

We gaan ervan uit dat de meeste stickers geplaatst worden op lantaarnpalen, omdat hier de meeste sensoren hangen. De stickers zijn 80 mm breed. Er zijn twee hoogtes: de kleinste variant is 190 mm hoog.

QR-code

Bij het opstellen van deze richtlijn is gesproken over het gebruik van QR-codes. Hoewel QR-codes in bepaalde situaties handig kunnen

zijn voor slechtzienden, zijn er ook zorgen over de veiligheid ervan. Burgers ervaren minder drempels om een QR-code te scannen dan een link over te typen. Het is aan de uitvoerder om een keuze te maken tussen de twee varianten.



Gebiedsbord

Waar komt het?

Het gebiedsbord komt op een toegankelijke plek als een sticker bij een sensor niet kan of niet effectief is. Toegankelijke plekken zijn bijvoorbeeld de ingang van een straat, een centrale plek in een natuurgebied of op een plein. Het bord moet opvallen en wordt bij voorkeur gecombineerd met andere gebiedsborden. De grootte van het bord is afhankelijk van de context en de hoeveelheid sensoren waarover gecommuniceerd wordt.

Wat communiceert het?

Het bord communiceert onder welke doelen er sensoren worden ingezet. Verschillende sensoren kunnen ingezet worden per doel. Op een gebiedsbord worden ook de sensortypen gecommuniceerd. De leesvolgorde is afgestemd op de relevantie voor burgers. Wat betrekking heeft op hun leefwereld, wordt als eerste gecommuniceerd. Zijn er meerdere partijen eigenaar over de sensoren? Dan communiceert het gebiedsbord deze samenwerkingen aan de hand van logo's.

Onderaan staat de doorverwijzing naar de pagina van de gemeente waar meer informatie over de sensoren te vinden is.

Hier zijn sensoren



Wat wordt er opgenomen of gemeten?

Beelden

Veiligheid

Verwerkt persoonsgegevens.

Beelden

Geluid

Verkeer

Verwerkt persoonsgegevens.

Gewicht

Voorzieningen

Lucht

Water

Weer

Milieu

Meer informatie:
[Den Haag.nl/sensoren](https://denhaag.nl/sensoren)



In 3 seconden wordt gecommuniceerd:

- > Indicatie dat er in dit gebied sensoren worden gebruikt.
- > Waar de sensoren voor worden gebruikt, bijvoorbeeld veiligheid en milieu.
- > Welke sensoren persoonsgegevens verzamelen.

In 30 seconden wordt gecommuniceerd:

- > Welk type sensoren er worden ingezet binnen welk thema.
- > Doorverwijzing, bijvoorbeeld naar het (landelijke) sensorenregister.
- > De eigenaar van de sensoren.

Hier zijn sensoren



Wat wordt er opgenomen of gemeten?



Beelden

Verwerkt persoonsgegevens.



Veiligheid



Beelden



Geluid



Verkeer

Verwerkt persoonsgegevens.



Gewicht



Voorzieningen



Lucht



Water



Weer



Milieu

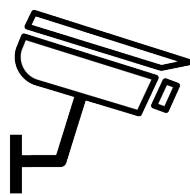
Meer informatie:
[Denhaag.nl/sensoren](https://denhaag.nl/sensoren)



Iconen voor sensortype

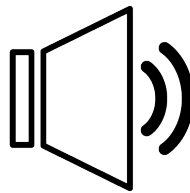
De sensoren die in de openbare ruimte worden gebruikt, worden momenteel door verschillende instanties op verschillende manieren onderverdeeld. Voor deze communicatierichtlijn hebben we ervoor gekozen om de sensoren onder te verdelen in de thema’s zoals eerder aangegeven. Voor de specifiekere sensoren, hebben we de onderverdeling van het CROW als basis genomen en deze vervolgens gegroepeerd in thema’s die voor mensen op straat goed te begrijpen zijn.

Deze iconen krijgen een plaats op de gebiedsborden en de tijdelijke borden bij evenementen. Daarnaast krijgen staan ze op de voorportalen, zoals voorgesteld in deze communicatierichtlijn. Het doel is om dit ook als basis te nemen voor het alle sensorenregisters.



Beelden

- > Camera
- > Lichtsensor
- > Warmtecamera
- > Zichtmeter



Geluid

- > Geluidssensor
- > Referentiemicrofoon
- > Sirene
- > Luidspreker



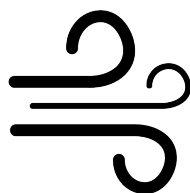
Beweging

- > Bewegingssensor
- > Detector
- > Parkeerbeheersensor
- > Verkeersteller
- > Wildsignalering
- > Drukknop



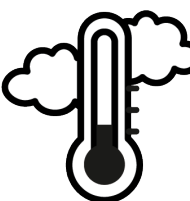
Gewicht

- > Afvalsensor
- > Weegpunt



Lucht

- > Fijnstofsensor
- > Luchtkwaliteitssensor



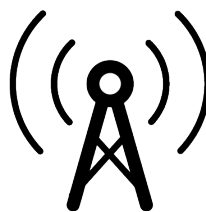
Weer

- > Weerstation
- > Meetstation



Water

- > Drukmeter
- > Kwaliteitssensor
- > Waterkwaliteitssensor
- > Vochtmeter
- > Debietmeter
- > Meetbuis
- > Overstortmeter
- > Peilbuis
- > Waterniveaumeter



Radiogolven

- > 5G-antenne
- > GSM-sensor
- > Radar
- > Wifi-antenne

Tijdelijk bord

Waar komt het?

Het tijdelijke bord wordt geplaatst op een centrale plek tijdens evenementen. Bijvoorbeeld bij de ingang van het evenement. Het bord moet opvallen en wordt bij voorkeur gecombineerd met andere evenementenborden. De grootte van het bord is afhankelijk van de context en de hoeveelheid sensoren

Wat communiceert het?

Het bord communiceert het tijdelijke karakter van de sensoren, en indiceert de start en einddatum van de inzet van de sensoren.

Het bord communiceert onder welke thema's er sensoren worden ingezet. Onder de thema's vallen bijvoorbeeld de veiligheid, mobiliteit of milieu. Omdat verschillende sensoren ingezet worden per thema, wordt het icoon van de verschillende sensoren ook aangegeven.

Onderaan staat de doorverwijzing naar meer informatie. Bezoekers worden doorverwezen naar de pagina van de gemeente waar meer informatie over de sensoren staat en naar het sensorenregister.

Hier zijn sensoren



Van [dd/mm/jjjj] tot [dd/mm/jjjj]. Wat wordt er opgenomen of gemeten?


Beelden


Veiligheid

Verwerkt persoonsgegevens.


Beelden


Geluid


Verkeer

Verwerkt persoonsgegevens.


Gewicht


Voorzieningen


Lucht


Water


Weer


Milieu

Meer informatie:
[Denhaag.nl/sensoren](https://denhaag.nl/sensoren)



In 3 seconden wordt gecommuniceerd:

- > Indicatie dat er in dit gebied sensoren worden gebruikt.
- > De start en eind datum van de inzet van de sensoren.
- > Waar de sensoren voor worden gebruikt, bijvoorbeeld veiligheid.
- > Welke sensoren persoonsgegevens verzamelen.

In 30 seconden wordt gecommuniceerd:

- > Welk type sensoren er worden ingezet binnen welk thema.
- > Doorverwijzing, naar website van de gemeente of het (landelijke) sensorenregister.
- > De eigenaar van de sensoren.

Bewonersbrief

Wat is het?

Deze bewonersbrief brengt bewoners vroegtijdig op de hoogte van plannen rondom sensoren, bij voorkeur in een stadium waarin ze nog ideeën kunnen inbrengen. Bewoners hebben een sterkere band met hun eigen wijk, waardoor sensorplaatsing gevoelig kan liggen.

Wat communiceert het?

De brief laat zien waar de sensoren worden geplaatst, wat ze doen en welke voordelen ze bieden aan de bewoners. Het doel is om de meerwaarde van de sensoren in de wijk te communiceren.

Waarom een postcard?

Dichte enveloppen belanden vaak ongelezen op een stapel. Daarom kiezen we voor laagdrempelige postcards. Denk goed na wanneer je een postkaart gebruikt. Overmatig gebruik vermindert het effect.

De postcard biedt de mogelijkheid om door te verwijzen, bijvoorbeeld naar de website van de gemeente of het (landelijke) sensorenregister, waar bezoekers meer informatie kunnen vinden.



Wanneer doe je dit?

Het is het beste om regelmatig een update te sturen en in gesprek te gaan wanneer er veranderingen in de wijk plaatsvinden, zoals het plaatsen van sensoren. De mate van invasiviteit van een sensor speelt hierbij een cruciale rol. Als je verwacht dat de sensor een aanzienlijke impact zal hebben op het leven van de inwoners, is het belangrijk om over deze

implementatie te communiceren. Als de impact naar verwachting laag zal zijn, is periodieke communicatie voldoende.

Beste bewoner,

Deze brief sturen wij om u te informeren dat de gemeente sensoren gaat plaatsen in de containers in uw wijk.

Deze sensoren meten alleen het gewicht van het afval, zodat de containers tijdig geleegd kunnen worden.

Bij vragen kunt u altijd het [Denhaag.nl](https://denhaag.nl)/sensoren bezoeken.



Deze sticker geeft aan waar de sensor zit.

In 3 seconden wordt gecommuniceerd:

- > Dat er een sensor in de wijk wordt geplaatst.
- > Een voorbeeld van het bord dat of de sticker die wordt geplaatst.
- > De eigenaar van de sensor.

In 30 seconden wordt gecommuniceerd:

- > Reden voor het gebruik van de sensor.
- > Meerwaarde van de sensor voor de inwoner.
- > Doorverwijzing, bijvoorbeeld naar de website van de gemeente of (landelijke) sensorenregister.

Informatie online

Wat is het?

Wij stellen voor een voorportaal te ontwikkelen als gids naar meer informatie. Een (toekomstig, landelijk) sensorenregister moet zo’n voorportaal hebben. Wanneer het (landelijke) sensorenregister gereed is en in welke vorm, is nog niet duidelijk. In de tussentijd kunnen overheden volgens deze richtlijn een pagina op hun eigen website inrichten. De richtlijn biedt verschillende elementen in een informatiedeling online. Wij pleiten ervoor zo veel mogelijk toe te passen in eigen context. Maar het is per context afhankelijk wat mogelijk is. Het is essentieel om een schakel te hebben tussen de borden, stickers en verdere informatie in de openbare ruimte. Kleurenthema’s en iconen vergroten de vindbaarheid van informatie en maken het toegankelijk.

Hoe werkt het?

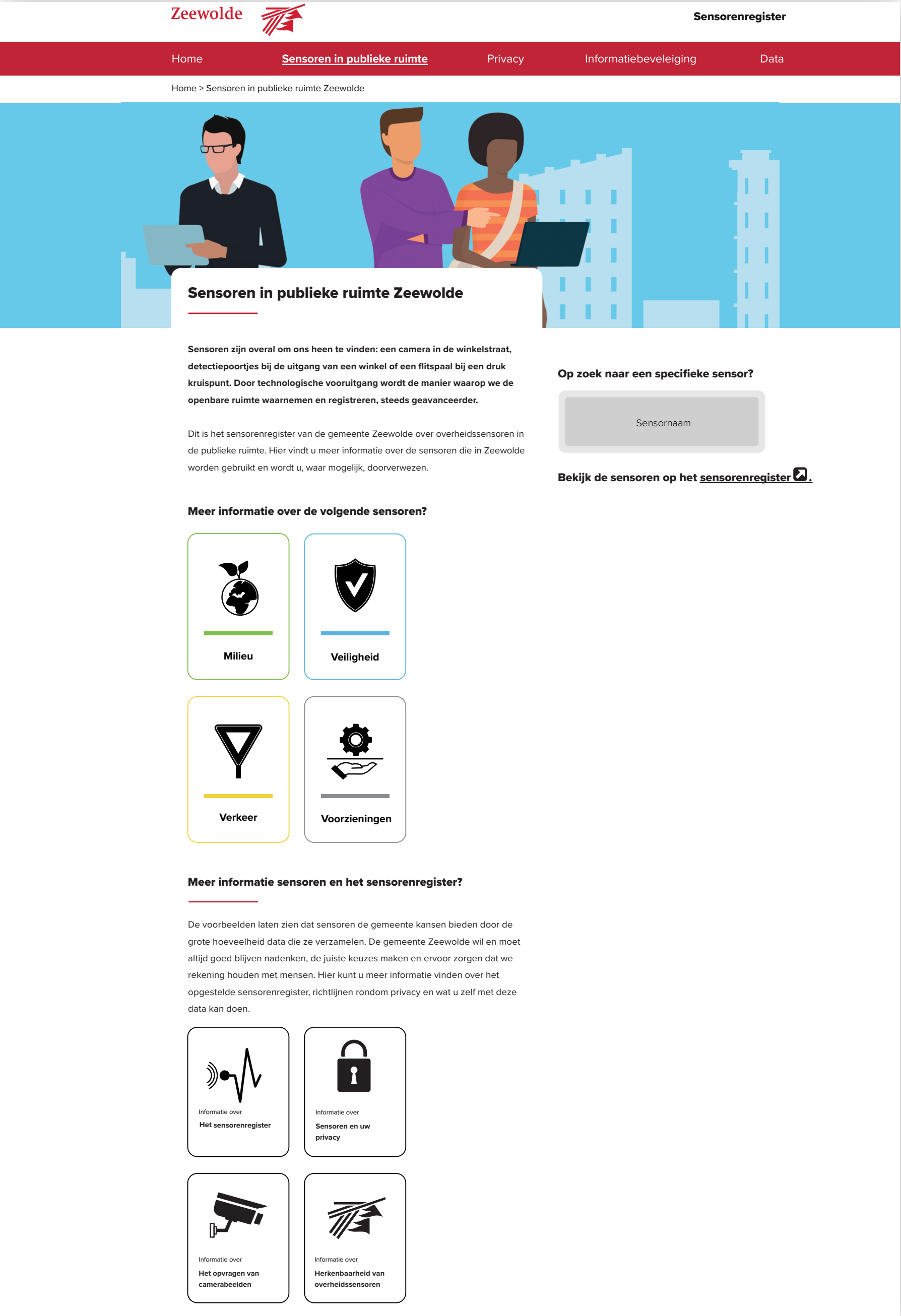
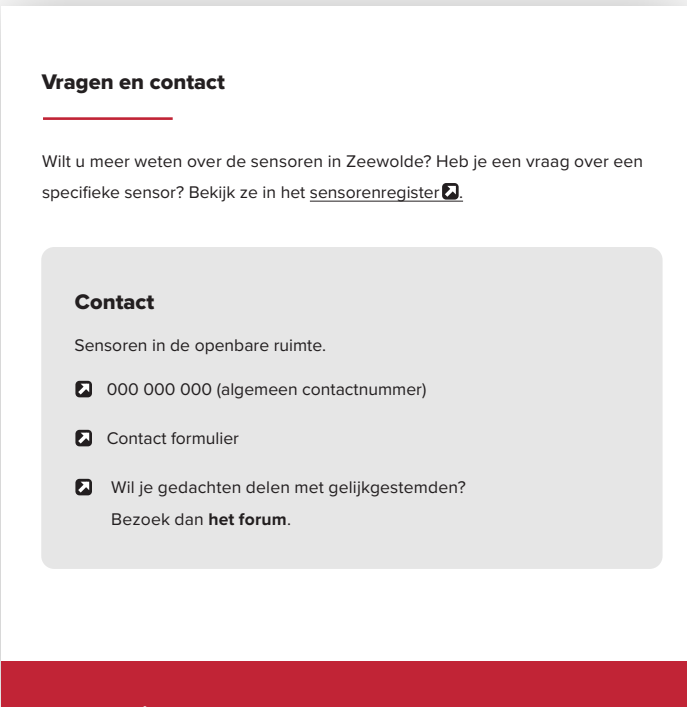
Het voorportaal leidt bezoekers via verschillende pagina’s naar de juiste informatie.

Bezoekers kunnen zich richten op een specifiek gebied, een bepaalde sensor, of algemene informatie.

Rechts zie je een voorbeeld van hoe het voorportaal eruitziet. Gemeenten hebben hun eigen voorportaal in eigen huisstijl, specifiek gericht op hun situatie.

Forum

Voor bezoekers die niet direct naar de gemeente willen, is er een forum om ideeën uit te wisselen met medebewoners uit de gemeente. Een forum heeft een facilitator nodig, deze rol moet iemand van de gemeente actief vervullen.



Informatie over de doelen

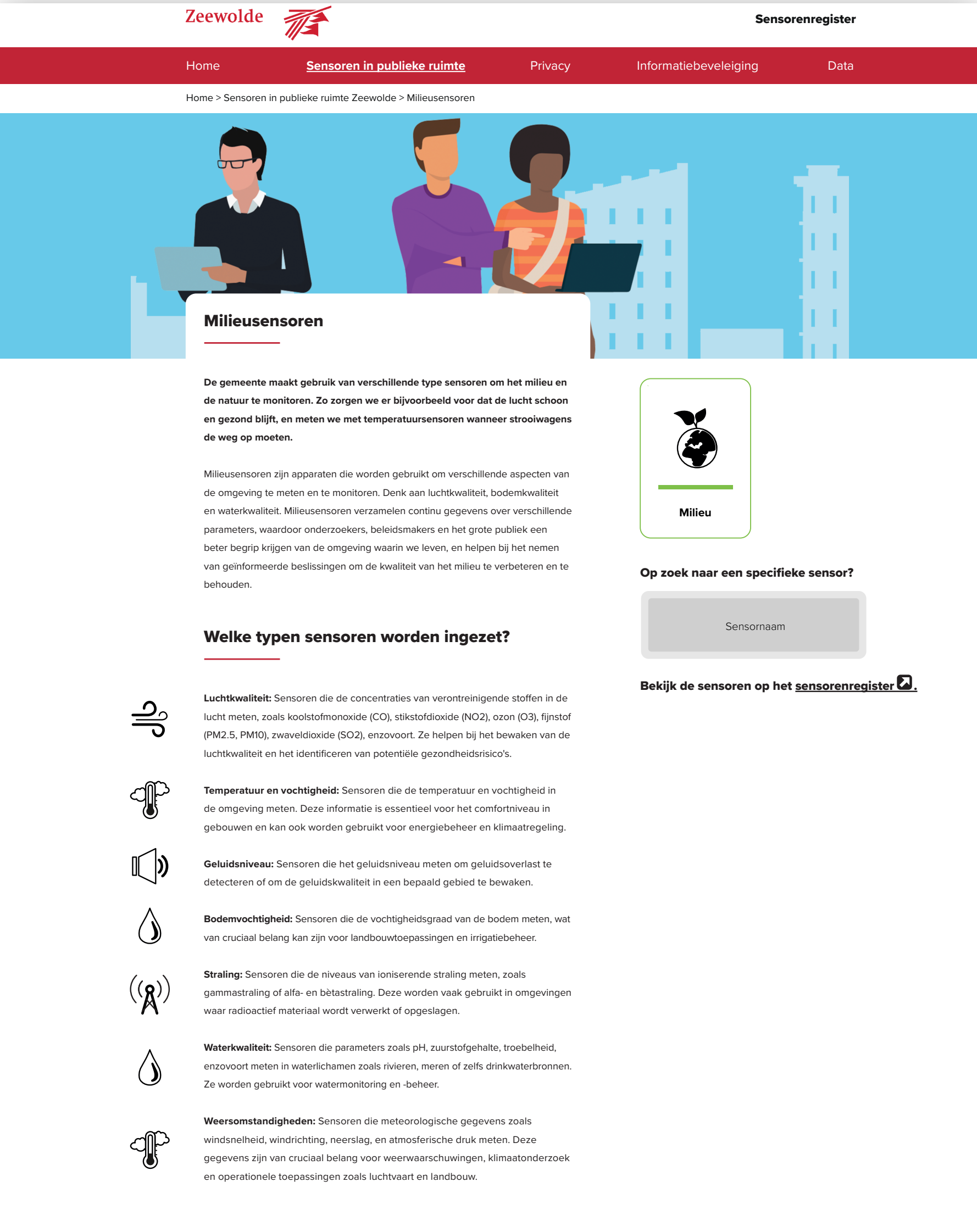
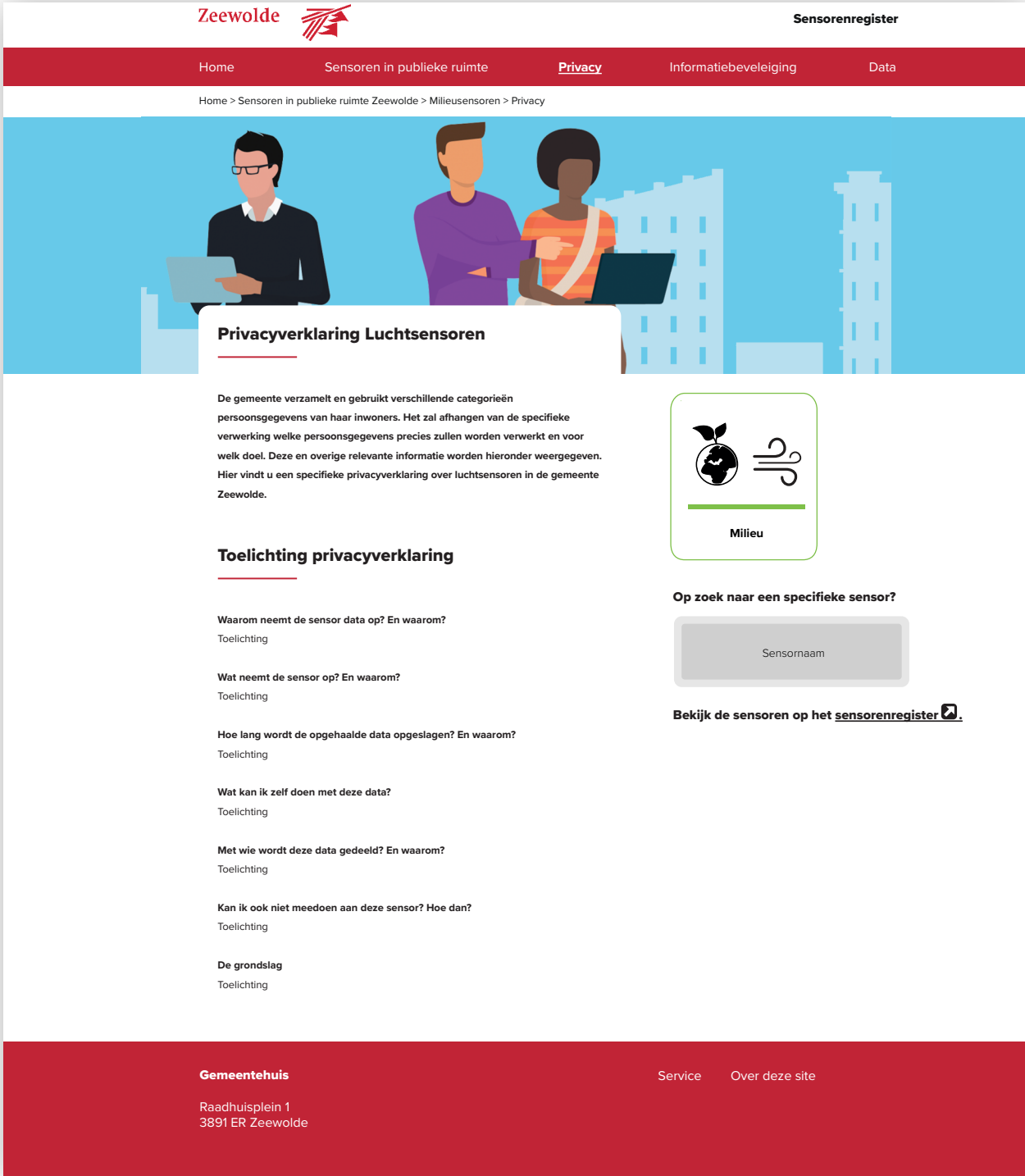
Bezoekers vinden per doel (rechts wordt een voorbeeld getoond voor milieusensoren) een overzicht van welke sensoren er ingezet worden. Dit wordt gedaan aan de hand van sensortypen. Ook wordt een uitleg gegeven over wat de sensor doet. Op deze manier wordt een beschrijvend overzicht getoond van de sensoren. Hier is ook ruimte voor concrete voorbeelden.

Privacyverklaring

Bezoekers moeten per sensor de privacyverklaring kunnen inzien. Verschillende elementen zijn hierbij belangrijk. Denk aan:

- Wat neemt de sensor op?
- Waarom verwerkt een sensor persoonsgegevens?
- Kan de bezoeker zelf iets met de data doen (eigenaarschap)?
- Hoe lang wordt opgehaalde data bewaard?
- Met wie wordt de data gedeeld?
- Kan ik ook niet meedoen aan deze sensor? Hoe?

Per sensor zal het afhangen welke elementen relevant zijn.



Sensorenregister

Op het sensorenregister vinden bezoekers een overzicht van alle sensoren geplot op een kaart. Bezoekers kunnen hier kiezen welke sensor hen interesseert, met de kleuren en het icoon die overeenkomen met de sticker in de openbare ruimte. Ook kunnen ze de zoekbalk gebruiken om direct te zoeken op locatie, gebied of sensornaam.

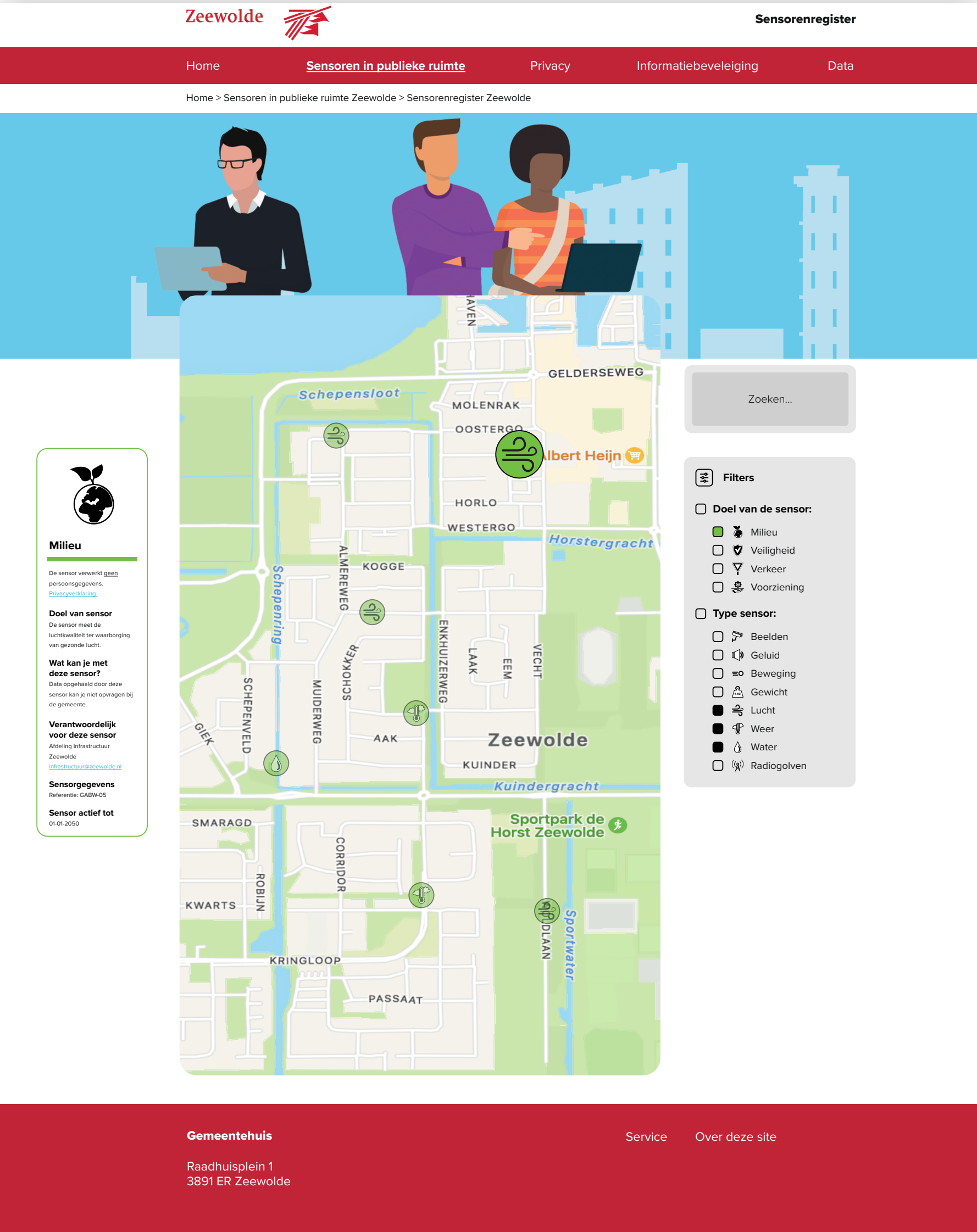
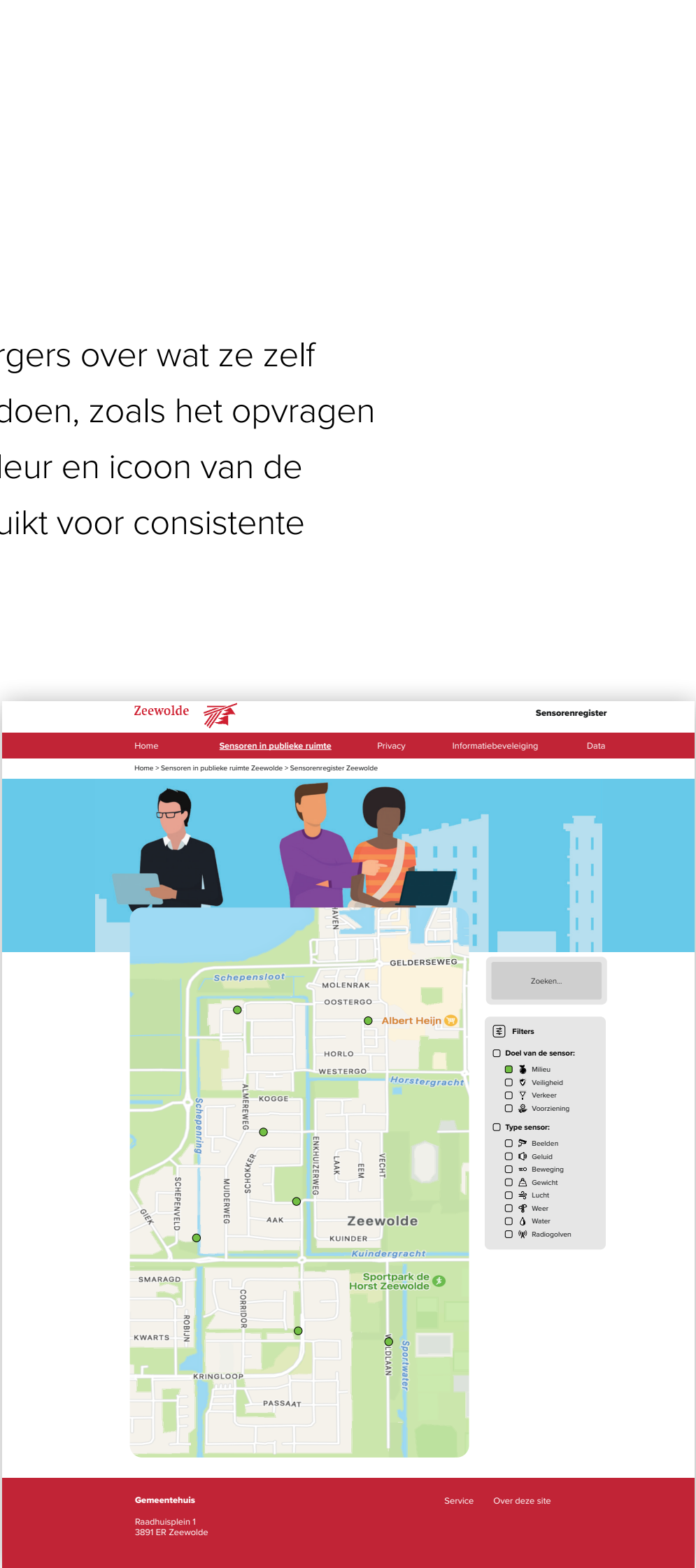
Aanvullende informatie

Wanneer een sensor op de kaart is geselecteerd, vind je aanvullende informatie over deze sensor en de inzet hiervan. Hier kunnen bezoekers informatie vinden over het doel van de sensor, of het persoonsgegevens verwerkt en wie verantwoordelijk is voor de sensor.

De leesvolgorde is aangepast op basis van wat impact heeft op de leefwereld van burgers. Dat is het belangrijkste om als eerste te weten. Ook moet het mogelijk zijn om direct door te linken naar andere pagina’s (zoals contact gegevens of de privacyverklaring).

Burgerparticipatie

De pagina informeert burgers over wat ze zelf met een sensor kunnen doen, zoals het opvragen van beelden. Dezelfde kleur en icoon van de sticker worden hier gebruikt voor consistente herkenning.



Eigen sensorregister of (landelijk) sensorenregister?

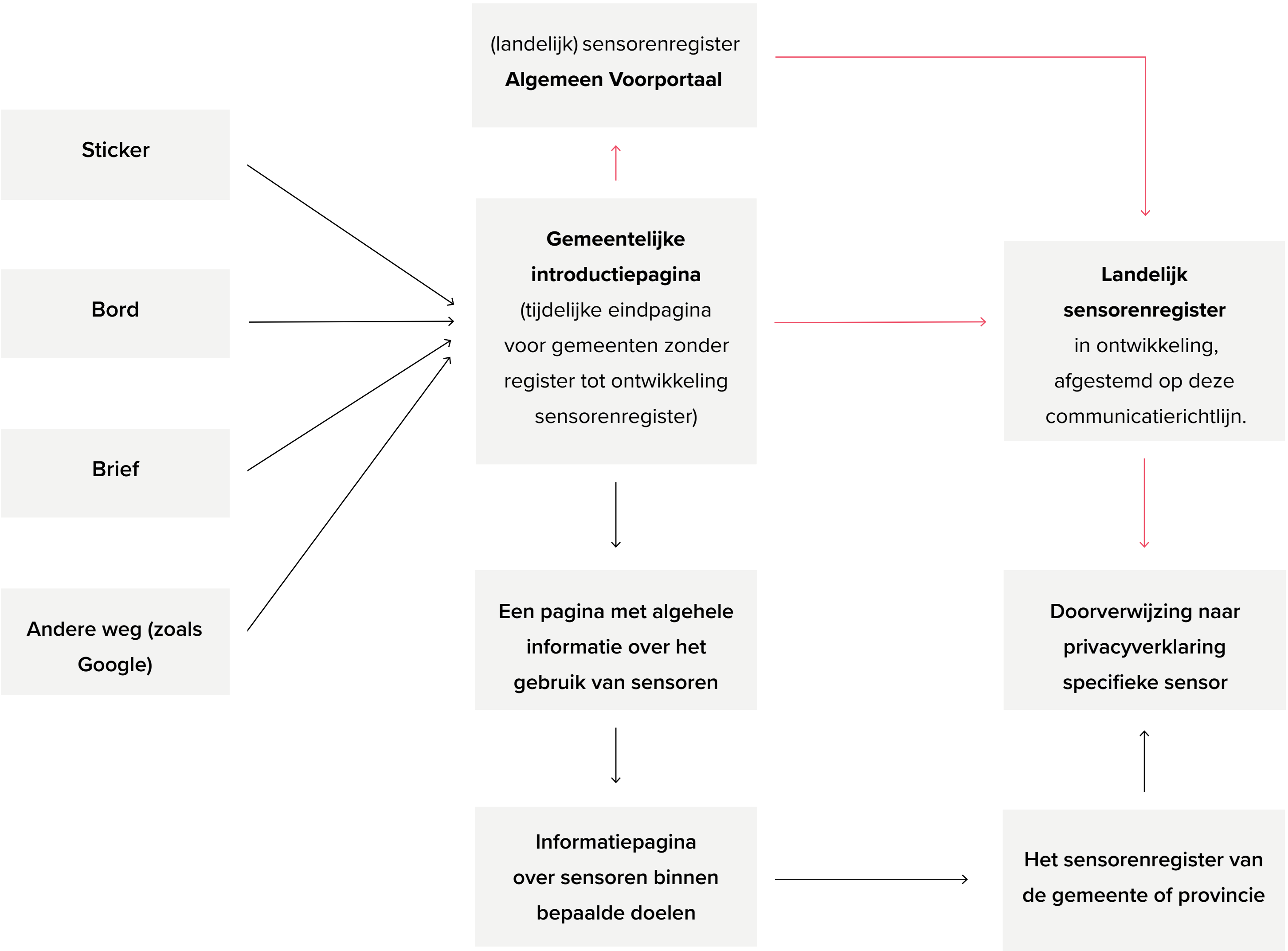
Op dit moment hebben gemeenten en provincies in Nederland verschillende manieren om informatie over hun sensoren te delen. Sommige hebben al een sensorenregister, anderen zijn bezig met de ontwikkeling ervan, en weer anderen hebben slechts een informatieve pagina. Er zijn ook gemeenten en provincies die nog niet zijn begonnen met het delen van sensorinformatie met hun burgers.

De meest ideale situatie is dat mensen via de voorgestelde stickers, borden of brieven in een bepaalde gemeente worden doorverwezen naar het sensorenregister-voorportaal van die gemeente, om vervolgens toegang te krijgen tot het sensorenregister. In dit scenario is de huisstijl van het sensorenregister hetzelfde als die van de gemeente of provincie.

Hoe mensen aan informatie komen, wordt rechts in de illustratie weergegeven. De zwarte lijn vertegenwoordigt de huidige situatie, terwijl de rode lijn het ideale (en toekomstige) pad aangeeft.

Dit betekent dat provincies en gemeenten op korte termijn moeten beslissen of ze hun eigen sensorregister willen opzetten (als het (landelijke) sensorenregister niet tot stand komt) of alleen

een informatieve pagina willen creëren in afwachting van het landelijke sensorenregister.



Aanvullend

Aanvullende concepten

Wat is het?

De aanvullende concepten zijn opgesteld op basis van de behoeften van burgers uit het kwalitatieve onderzoek. Ze zijn ontworpen met om verschillende doelgroepen aan te spreken in verschillende contexten.

Ze zijn ontwikkeld in co-creatie. Dat betekent dat ze samen met burgers, consortium partners, gedragsexperts en ontwerpers van Muzus zijn ontworpen. Deze zijn in verschillende iteraties tot stand gekomen.

In dit hoofdstuk worden de verschillende concepten toegelicht, samen met hun hoofdboodschap en de link naar de voorgaande communicatierichtlijn.

Wat kan je hiermee?

Deze concepten bieden inspiratie om op een creatieve manier te informeren, te leren en te communiceren over de sensoren in de openbare ruimte. Deze gaan verder dan een

op zichzelfstaande sticker of voorportaal, en zijn daarom geclassificeerd als aanvullend. Het is dus niet noodzakelijk om op deze manier te communiceren over sensoren, maar kan wel extra verdieping bieden aan burgers. Deze concepten behoeven meer aandacht, investering en tijd. Het is hierom belangrijk dat iedere gemeente of provincie zelf bepaalt in hoeverre de voorgestelde aanvullende concepten toe worden gepast.

De Sensorloop

- › De sensorenloop in de openbare ruimte stimuleert bewustwording en dialoog over sensorgebruik, met geplande en spontane ontmoetingen.

Interactieve Tentoonstelling

- › Een interactieve tentoonstelling laat mensen sensoren ervaren, begrijpen hun voordelen en beperkingen, en moedigt sensorbewustzijn aan.

Thema Buurtavond

- › Inwoners voelen sterker eigenaarschap, dus is hun betrokkenheid cruciaal bij wijkontwikkelingen.

De Kinderworkshop

- › Kennis over sensoren vergroot bewustzijn en voorkomt aannames; hierin leren kinderen (en ouders) over sensoren, het bevordert begrip.

Ludieke Campagne

- › Ludieke campagnes via internet, sociale media en tv vergroten sensorbewustzijn op publieke plekken.

Bemand Loket op Lokatie

- › Een lokaal bemand informatiepunt voor sensoren in een specifiek gebied biedt gedifferentieerde sensorinformatie en eigenaarscontact.

De sensorloop

Wat doet het?

De Sensorloop, net als de sensorenloop in Rotterdam en de sensorloop georganiseerd door de Waag in samenwerking met het AMS, leidt mensen en inwoners langs verschillende sensoren in de openbare ruimte. Op deze manier kan het gesprek geopend worden over welke sensoren er zijn, waarvoor ze gebruikt worden, en hoe je ze kan herkennen. Het kunnen incidentele wandelingen zijn, of het kunnen georganiseerde evenementen zijn, waarbij de eigenaar van de sensoren, zoals de gemeente, het voortouw neemt en dit periodiek organiseert. Op deze manier kunnen vragen van bewoners en geïnteresseerden gelijk beantwoord worden.

Wat is het doel?

Het laat mensen kennis maken met verschillende sensoren, wat ze doen en waar ze precies zitten. Het is voornamelijk bedoeld om te informeren, en de kennis over sensoren te vergoten.

Op een informele en actieve manier worden mensen aangemoedigd op zoek te gaan naar de sensoren in hun eigen wijk of in andere wijken. Om ze zo op een andere manier, met een ander perspectief naar een gebied te laten kijken, en heel bewust om te gaan met het gebied waar sensoren worden ingezet.

Wat is de hoofdboodschap?

De wandelingen kunnen worden aangepast aan de plekken waar de wandelingen plaats zullen vinden. Denk aan gebieden waar de sensoren worden ingezet om wild te spotten, of gebieden waar het voornamelijk om mobiliteit zal gaan. Op deze manier past de hoofdboodschap zich aan de context aan.

Er zijn verschillende momenten van informatie overdracht: bij de sensor zelf, via de uitleg van het thema van de wandeling, aan de hand van de vragen en in dialoog tussen de deelnemers.



Sensorenloop Rotterdam



Sensorenloop Amsterdam

Wat is de link tussen dit concept en de communicatierichtlijn?

De stickers en borden die gebruikt worden om de verschillende sensoren en hun doelen te duiden, kunnen gebruikt worden om herkenning tijdens de wandelingen te creëren. Op deze manier wordt duidelijk gemaakt wat de kleuren van de stickers betekenen, en kunnen mensen zich richten op de thema’s of doelen van sensoren die voor hen belangrijk zijn.

Er kan ook een connectie gemaakt worden met het (landelijke) sensorenregister, waarbij op de kaart wordt aangegeven welke routes er lopen door een bepaald gebied. Op deze manier wordt de connectie met de stickers, de wandelingen en het (landelijke) sensorenregister tastbaar.

Welke doelgroep (op basis van houding) spreekt het aan?

We maken onderscheid in de volgende doelgroepen:

- › Roze doelgroep: Positief, wil begrip, inspraak en informatie;

- › Gele doelgroep: Accepteert het nut maar wantrouwt de overheid, wil zelf controle en begrip;
- › Groene doelgroep: Weinig vertrouwen, ziet sensoren als controlerend, actief tegen;
- › Blauwe doelgroep: Hecht aan participatie en democratie, wil controle en betrokkenheid.

Gezien de basishouding ten opzichte van sensoren en hun vertrouwen in de overheid, spreekt dit concept voornamelijk twee doelgroepen aan. Voor de roze doelgroep, die de inzet accepteert en vertrouwt, is het een fijne extra om te zien waar de sensoren zich bevinden. Het kan ook de groene doelgroep aanspreken omdat het transparantie geeft over wat de sensor doet en wie hiervoor verantwoordelijk is.



Sensorenloop Scheveningen



Concept Muzus Sensorenloop

Interactieve tentoonstelling

Wat doet het?

Een interactieve tentoonstelling, waarbij mensen kunnen ervaren wat sensoren kunnen en wat ze doen, stimuleert mensen om op een andere manier naar sensoren te kijken. Het maakt inzichtelijk wat de voordelen en beperkingen zijn van verschillende sensoren, door bezoekers deze eigenschappen te laten ervaren. Mensen weten bijvoorbeeld niet hoe ver een camera kan kijken, hoe (on)scherp een camera ziet en wat deze precies registreert. Of hoe een camera kan worden ingezet om tellingen uit te voeren. Of hoe een druksensor afval in de container meet.

Het concept van de interactieve tentoonstelling trekt de informatie overdracht los van de fysieke sensoren. Er wordt een holistische informatie overdracht gefaciliteerd; er worden verschillende sensoren toegelicht.

Daarnaast is het speels en laagdrempelig en spreekt het een grote doelgroep aan.

Wat is het doel?

Op een laagdrempelige manier worden er verschillende sensoren toegelicht tijdens deze interactieve tentoonstelling. Hierbij wordt aangegeven wat de mogelijkheden en beperkingen zijn. Door in de huid te kruipen van deze sensoren, komt transparantie over sensoren en hun doeleinden echt tot zijn recht. Het neveneffect is controle en regie over sensoren terug te geven aan de bezoeker. Nu ze weten wat de sensoren kunnen, hoe gaan mensen met deze kennis om in hun eigen omgeving?

Wat is de hoofdboodschap?

De transparantie zichtbaar maken is voor dit concept de hoofdboodschap. Het gaat om eerlijk aangeven wat een sensor wel en niet kan. Om dat duidelijk te maken, kruipen bezoekers in de huid van de sensoren, om vanuit hun perspectief de wereld om hen heen te bekijken. Deze tentoonstelling staat idealiter op een openbare plek, zoals in de bibliotheek.



AI-parade Muzus - interactieve tentoonstelling



Interactieve ervaring Scheveningen

Wat is de link tussen dit concept en de communicatierichtlijn?

De tentoonstelling wordt losgetrokken van de specifieke locaties van de sensoren. Hierom is een duidelijke connectie tussen wat er tentoongesteld wordt, en wat er in de daadwerkelijke buitenwereld gebeurt, van belang. De tentoonstelling kan bijvoorbeeld in worden gedeeld in de verschillende doelen (op basis van kleurgebruik) die we aanhouden voor de sensoren. Op deze manier kan het ook voorkomen dat een zelfde sensor bij verschillende doelen tentoongesteld staat, en deze ook op een andere manier kijkt naar de wereld.

Er moet op het voorportaal van het (landelijke) sensorenregister ook aandacht komen voor dit soort evenementen en tentoonstellingen, om mensen hierover te informeren.

Welke doelgroep (op basis van houding) spreekt het aan?

Dit concept zal ten eerste de doelgroep aanspreken die behoefte heeft aan controle. Het concept maakt inzichtelijk en tastbaar wat een sensor doet en kan, waardoor controle mogelijk is.

Het spreekt ook de doelgroep aan die behoefte heeft aan eigen regie over de sensoren. Dit komt omdat zij, door te zien wat een sensor ophaalt aan data, ook ervoor kunnen kiezen hier niet aan mee te doen.

Als laatste spreekt het ook de doelgroep aan, die behoefte heeft aan meer transparantie en vertrouwen. Door in de huid te kruipen van de sensor, snappen mensen beter wat een sensor doet.



Interactieve ervaring in Scheveningen



Al-parade Muzus - interactieve tentoonstelling

Thema buurtavond

Wat doet het?

Er zit een verschil tussen de connectie die mensen met een wijk hebben wanneer ze hier soms komen (bijvoorbeeld passanten) of heel vaak (denk aan inwoners van een wijk, of mensen die ergens komen voor werk). Mensen die vaak in een bepaald gebied komen hebben vaker een bepaalde connectie of gevoel van eigenaarschap over deze wijk. Zo vinden mensen bijvoorbeeld netheid in eigen wijk, of veiligheid voor hun kinderen juist extra belangrijk.

Om deze reden is het belangrijk dat deze mensen goed meegenomen worden wanneer er ontwikkelingen plaats zullen vinden in de wijk waar zij een connectie mee hebben. Thema avonden, waarbij mensen geïnformeerd worden over de ontwikkelingen, maar waar vooral ook vragen/twijfels/gedachten geuit kunnen worden, dragen bij aan het uiteindelijke eigenaarschap over deze sensoren.

Wat is het doel?

Het doel is om het nut van de sensoren over te brengen op degenen die er in het dagelijks leven veel mee te maken zullen hebben. Het is hierbij van extra belang om het nut en de meerwaarde van de sensoren te communiceren.

Het is een moment voor mensen en inwoners om te reflecteren op wat zij belangrijk vinden, en hoe sensoren hierbij een ondersteunende rol kunnen hebben.

Wat is de hoofdboodschap?

De hoofdboodschap die centraal staat, is het toelichten van het nut en het belang van de sensoren voor het leefgemak van de mensen. Op deze manier ervaren mensen eigenaarschap over de sensoren en creëer je begrip voor hun inzet.

Maar het gaat daarnaast ook over het vergroten van de betrokkenheid van burgers in de implementatie stappen rondom sensoren.



Burgerparticipatie rondom sensoren implementatie Utrecht



Burgerparticipatie rondom sensoren implementatie Utrecht

Wat is de link tussen dit concept en de communicatierichtlijn?

Deze thema avonden kunnen op verschillende momenten ingezet worden, waarbij ieder moment haar eigen voordelen en nadelen heeft. Wanneer je vóór een implementatie van sensoren communiceert over sensoren, kunnen mensen nog hun zegje doen over deze implementatie. Op deze manier creëer je eigenaarschap over de implementatie. Maar het kan nog een stap verder dan dat: wanneer je de keuze voorlegt aan de bewoner met de vraag op welke gebieden zij hun leefwereld willen verbeteren, hebben zij inspraak over welke sensoren er voor welk doel worden ingezet.

Een thema avond na implementatie kan ook, om transparant te zijn over de opgehaalde data, en of het hetgeen heeft gedaan om het doel van de sensor te behalen.

Er moet op het voorportaal van het (landelijke) sensorenregister ook aandacht komen voor dit

soort evenementen, om het bewustzijn hierover te vergroten.

Welke doelgroep (op basis van houding) spreekt het aan?

Omdat de buurtavond zich richt op alle inwoners van een wijk, zal er aandacht moeten zijn voor verschillende doelgroep daarbinnen. Mensen die participatie belangrijk vinden en daarom naar de buurtavond komen versus mensen die zich hier juist tegen af zetten en wellicht argwanend zijn op het gebied van sensoren. Mensen die sensoren prettig vinden omdat het hun leefgemak vergroot versus mensen die eigen regie en autonomie belangrijk vinden. Een thema avond voor de buurt vergroot het vertrouwen in het proces, het eigenaarschap over de keuzes en de implementatie van een sensor, de controle op het proces en de uitkomsten en de acceptatie van de implementatie.

Workshop kinderen

Wat doet het?

Een deel van het bewustzijn over sensoren zit hem in de kennis over deze sensoren en de systemen. Wanneer er weinig kennis over een bepaald thema is, is het bewustzijn vaak ook laag. Hierdoor zal men snel eigen aannames maken over het nut, doel en inzet van sensoren. Een workshop, om de sensoren letterlijk bloot te leggen, door en met kinderen en eventueel hun ouders, zal deze kennis en het bewustzijn vergroten.

In de workshop leren kinderen verschillende sensoren in en uit elkaar halen. Dit zal gedaan worden onder leiding van een expert (bijvoorbeeld de eigenaar van sensoren binnen een bepaalde gemeente). Er worden ook vragen gesteld en beantwoord.

Wat is het doel?

Aan de ene kant maak je de technologie van de ontastbare systemen begrijpbaar door de systemen bloot te leggen. Aan de andere kant

laat je zien wat sensoren allemaal wel en niet kunnen. Je kan bijvoorbeeld laten zien welk type lens er in een camera gebruikt wordt, en hierbij aangeven wat deze lens allemaal wel en niet kan.

Je geeft kennis aan de kinderen en eventueel hun ouders, door ze hands-on aan de slag te laten gaan. Leuk en leerzaam!

Wat is de hoofdboodschap?

De hoofdboodschap hier is om kinderen een kennis te laten maken met sensoren. Op deze manier maken ze al vroeg kennis met het nut en de noodzaak van sensoren in de openbare ruimte.



Rondleiding Scheveningen



Kinderworkshop Muzus - Rotterdam

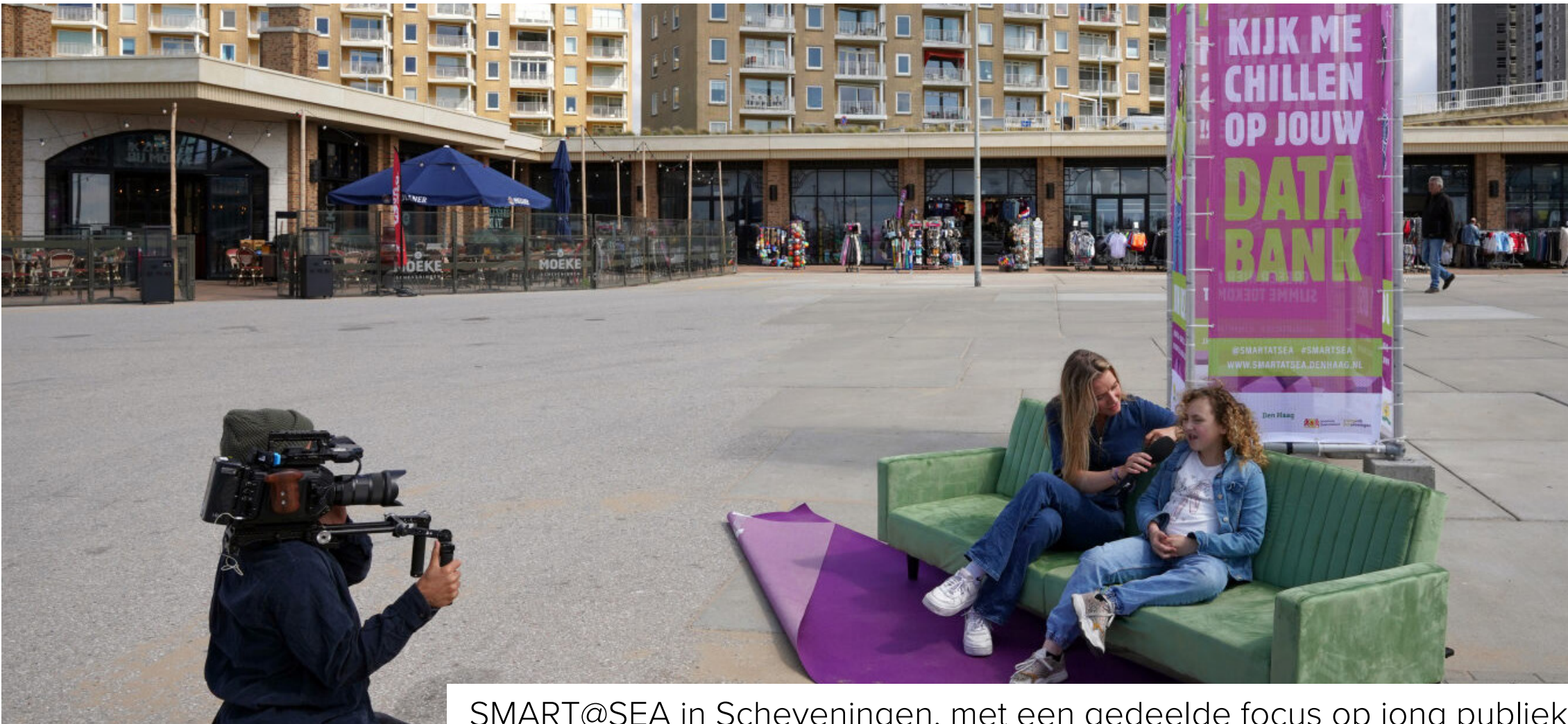
Wat is de link tussen dit concept en de communicatierichtlijn?

De workshop is nu ingericht op kinderen en eventueel hun ouders, om van jongs af aan het bewustzijn te vergroten op een speelse manier. Wanneer ouders niet tijdens de workshop aanwezig (kunnen) zijn of het is bijvoorbeeld onder schooltijd, dan is het waardevol om ouders/verzorgers op een andere manier te betrekken. De kinderen kunnen een (digitale) flyer meekrijgen om thuis te laten zien. Deze flyer bevat bijvoorbeeld een foto waar het kind mee bezig is geweest en geeft uitleg over de doelen van sensoren (denk weer aan de kleuren die we hebben gekoppeld aan de doelen van sensoren). Op deze manier wordt de boodschap ook overgebracht naar het netwerk van het kind.

Een workshop kan goed aansluiten op de landelijke bewustzijnsweken zoals de DATA week.

Welke doelgroep (op basis van houding) spreekt het aan?

Deze speelse workshop speelt veel kinderen aan. Wanneer hun ouders/verzorgers ook betrokken worden, is het goed om te kijken naar hoe je de verschillende doelgroepen op basis van houding hierin kunt aanspreken. Door bijvoorbeeld sensoren uit elkaar te halen in de workshop, speel je in op de behoefte aan meer controle. Door het samen met mensen te doen, speel je in op de behoefte van participatie. Door de sensor te ‘hacken’ of voor een nieuwe toepassing te gebruiken, speel je in op eigen regie en autonomie. En door de toepassing te ervaren, speel je in op de behoefte om het leefgemak te vergroten.



SMART@SEA in Scheveningen, met een gedeelde focus op jong publiek

Ludieke campagne

Wat doet het?

Ludieke campagnes, verspreid over het internet, sociale media en in reclames op televisie, hebben het voordeel makkelijk en snel verspreid te kunnen worden over een breed scala aan doelgroepen. Het verspreiden van de Mensor, een concept waarbij een acteur verschillende sensoren belichaamt, zal het algeheel bewustzijn over sensoren vergroten.

Het maken van de campagne draagt ook bij aan het bewustzijn rondom sensoren, omdat deze opgenomen wordt in de openbare buitenruimte, met oprechte reacties van mensen op straat.

De Mensor schreeuwt over straat wat een sensor meet en doet met deze metingen [bv. ik hoor een meeuw; ongevaarlijk. ik hoor ruzie; analyseren op het level van gevaar]. Door het een menselijk karakter te geven, kunnen mensen zich veel beter inleven in wat een sensor is en doet. Deze boodschap kunnen we met deze campagne overbrengen.

Wat is het doel?

Het doel van deze campagne is om heel laagdrempelig, stapje voor stapje het bewustzijn van een breed publiek te vergroten. Het gaat hier niet om het overdragen van kennis, maar het gaat om het vergroten van het bewustzijn rondom sensoren in de openbare ruimte.

Het is ook de bedoeling dat de Mensor langs verschillende en uiteenlopende locaties in Nederland zal gaan, om ook verschillende doelgroepen en contexten mee te nemen in de communicatie.

Wat is de hoofdboodschap?

De hoofdboodschap van de Mensor is het makkelijk begrijpbaar maken van sensoren door het invoelbaar te maken. Door het antropomorfiseren van de sensoren, wordt de inzet, het gebruik en het doel van een sensor heel begrijpbaar gemaakt voor mensen.

Wat is de link tussen dit concept en de communicatierichtlijn?

Deze campagne is een interessante start voor informatie overdracht. Een aandachtstrekker. Het is bij dit concept extra van belang om een duidelijke link te maken naar plekken waar mensen meer informatie kunnen ophalen over sensoren en de systemen.

Welke doelgroep (op basis van houding) spreekt het aan?

De ludieke campagne communiceert vooral wat een sensor is en doet. Het is bedoeld als een campagne om op brede schaal het bewustzijn te vergroten over sensoren. Het is bedoeld om mensen nieuwsgierig te maken en na te laten denken over sensoren in de openbare ruimte. In principe spreekt het iedereen aan, omdat het een eerste aanleiding is om er eens over na te denken. Voor de doelgroepen die sensoren nog niet accepteren, is het belangrijk om een heldere doorverwijzing van dit concept naar andere niveau's van communicatie te faciliteren.

Bemand loket op locatie

Wat doet het?

Een bemand loket op locatie is een goede gelegenheid voor mensen om informatie op te halen afhankelijk van het niveau van diepgang waar zij behoefte aan hebben. Ze kunnen er terecht met een specifieke vraag, om veel informatie te lezen over de sensoren in een bepaald gebied, of om even snel een kijkje te nemen hoe sensoren worden ingezet.

Het bemande loket op locatie is altijd gekoppeld aan een bepaald gebied, om specifiek informatie te geven over hoe sensoren ingezet worden binnen dat gebied. Het is bemand door eigenaren van de sensoren, zodat mensen ook met vragen terecht kunnen op deze plekken. Het maakt de informatie overdracht van sensoren toegankelijk, laagdrempelig, analoog en menselijk.

Wat is het doel?

Het doel is om een fysieke plek aan te bieden waar mensen terecht kunnen met vragen over

het gebied waar ze iets over willen weten. Op deze manier kunnen mensen makkelijk ergens terecht, om op een menselijke manier het gesprek aan te gaan met de directe persoon die verantwoordelijk is voor de sensoren in dat gebied.

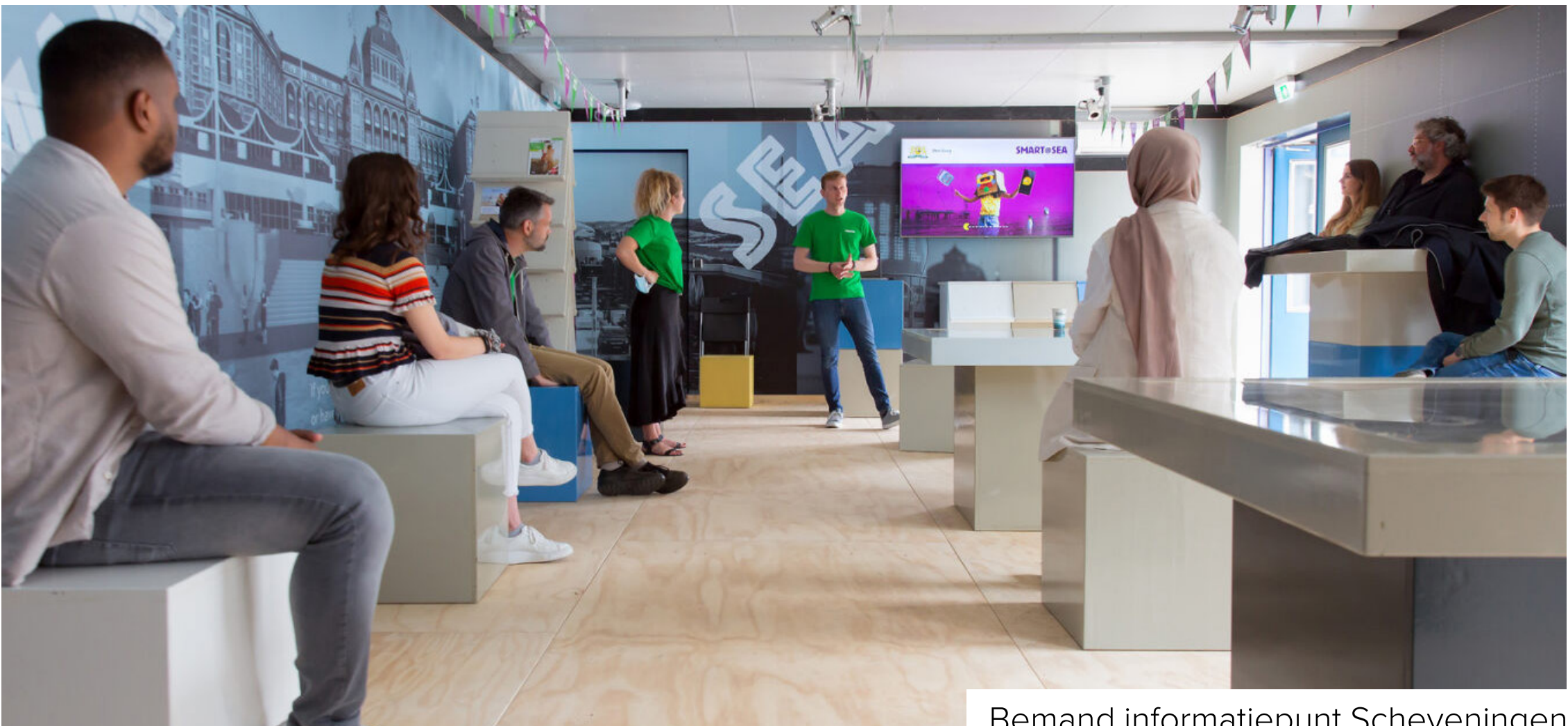
Wat is de hoofdboodschap?

De hoofdboodschap gaat over het toegankelijk maken van alle informatie die er te vinden is over sensoren in een bepaald gebied. Alles waar naartoe doorverwezen kan worden, en alle informatie die er is, is verzameld op een fysieke plek die mensen kunnen bezoeken.

Hierbij wordt het eigenaarschap van deze sensoren duidelijk, aangezien het loket bemand wordt door degene die eigenaarschap heeft over de sensoren en systemen.



Bemand informatiepunt Scheveningen



Bemand informatiepunt Scheveningen

Wat is de link tussen dit concept en de communicatierichtlijn?

Dit loket op locatie kan gezien worden als een fysieke vertaling van het voorportaal van het (landelijke) sensorenregister, maar dan specifiek gericht op een bepaald gebied. Het moet duidelijk maken wat borden, stickers, en andere evenementen in de wijk betekenen en inhouden. Op ieder level van kennis (van herkenning van sensoren tot systemen en rechten), moet inhoud te vinden zijn voor de bezoeker.

Welke doelgroep (op basis van houding) spreekt het aan?

Dit concept spreekt verschillende doelgroepen aan. Omdat dit een verzamelpunt is van alle kennis en informatie die er te vinden is, speelt het in op de vier behoeften (acceptatie, controle, eigenaarschap en vertrouwen) van de doelgroepen. Dit wordt daarnaast ook nog eens op een menselijke manier overgebracht, omdat de eigenaar van de sensor (gemeente of provincie) aanwezig is als contactpersoon.

Onderbouwing

Onderbouwing communicatierichtlijn

Hoe is deze communicatierichtlijn ontstaan?

De communicatierichtlijn is op een co-creatieve en iteratieve manier tot stand gekomen. Tijdens meerdere onderzoeks- en ontwerpfasen zijn verschillende perspectieven en stakeholders geraadpleegd.

Aan de hand van onderzoeksmethodes zoals Contextmapping en Research through Design zijn de behoeften, wensen en barrières rondom de communicatie van sensoren opgehaald. Zo is de communicatierichtlijn vormgegeven. De basis van deze communicatierichtlijn is dan ook de ervaring en behoeften van burgers, aangescherpt aan de hand van haalbaarheid op basis van gesprekken met verschillende gemeenten en op basis van de kennis van de consortium partners.

Verkenning van het speelveld met experts

- › Er is gesproken met 6 experts vanuit verschillende perspectieven. Onder andere vanuit privacy, en vanuit inclusieve communicatie.

Kwalitatief behoefte onderzoek met burgers

- › Drie onderzoeksdagen op verschillende locaties (Scheveningen, een natuurpark in Noord-Brabant, Delft);
- › Er zijn 26 mensen gesproken.

Co-creatief ontwerp met burgers

- › Twee ontwerpdagen op verschillende locaties (Rotterdam, Eindhoven);
- › Er zijn 20 mensen gesproken.

Validatie onderzoek met burgers

- › Tijdens de validatie van verschillende ontwerpen voor de communicatierichtlijn op vier verschillende locaties (Delft, Utrecht, Eindhoven, Amsterdam) zijn de ontwerpen gevalideerd;
- › Er zijn 37 mensen gesproken.

Validatie met consortiumpartners

- › De consortiumpartners, waaronder communicatieteams en welstandcommissie, zijn gesproken.

Validatie communicatierichtlijn

Hoe is deze communicatierichtlijn gevalideerd?

Validatie is gebeurd op drie manieren: contextueel, via panelgesprekken en online. Panelgesprekken betrokken meerdere deelnemers in interactieve sessies, waarbij elk element van de richtlijn werd behandeld en onderlinge relaties werden verkend. Contextuele gesprekken plaatsten de elementen in de openbare ruimte om reacties te peilen en discussies te stimuleren. Online, via MIRO, beoordeelde het Expert Panel van Gebruiker Centraal het sensorenregister kritisch, waarbij de doorverwijzing, gewenste informatie en gebruikerservaring werden geëvalueerd. Deze methoden boden inzicht en verbeterkansen voor zowel online als fysieke communicatie.

Panelgesprek en straatinterviews Amsterdam

- › Tijdens het onderzoek in Amsterdam zijn geïnteresseerde deelnemers op het panelgesprek afgekomen.
- › In totaal hebben we hier ongeveer 30 mensen gesproken.

Panelgesprek en straatinterviews Mierlo en Geldrop

- › In Mierlo en Geldrop zijn er panelgesprekken gevoerd in bibliotheken. In samenwerking met taal- en computer cursussen.
- › Er zijn ongeveer 40 mensen gesproken.

Validatie Gebruiker Centraal

- › Er hebben ongeveer 10 Gebruiker Centraal vrijwilligers kritisch gereflecteerd op de richtlijn.

Panelgesprek taalschool ROC Mondriaan

- › Bij het ROC Mondriaan zijn we aangesloten bij een Taalschool.
- › Er zijn 11 mensen gesproken.

Expertinterview Direct Duidelijk coach en adviseur Wayfinding

- › Tijdens twee expertinterviews hebben we specifiek ingezoomd op begrijpelijkheid van iconen en teksten.