Projectvoorstel inzet digitale tool prijsvraag naamgeving Centrum Nieuw-West [concept]

7 februari 2019, Amsterdam

Gegevens

(ambtelijk) Opdrachtgever: ? [aanvullen]
Projectteam:

Team OpenStad:

Opdracht

OpenStad ontwerpt en ontwikkelt (voornamelijk) digitale tools voor participatieprojecten binnen de Gemeente Amsterdam. Dit doen wij altijd op basis van de behoeften van alle eindgebruikers van onze tools. Om deze behoeften in kaart te brengen organiseren en faciliteren wij regelmatig kwalitatieve onderzoekssessies met Amsterdammers en andere betrokkenen. Vervolgens gaat ons team van ontwerpers en developers aan de slag om de online tools te bouwen.

Via is OpenStad gevraagd een voorstel te maken voor de inzet van een digitale tool rondom een **prijsvraag/wedstrijd** voor de naamgeving van het gebied Centrum Nieuw-West (ook wel bekend als 'Osdorpplein').

Het projectgebied, dat het Osdorpplein beslaat en een paar straten eromheen, wordt getransformeerd tot een stadscentrum voor Nieuw-West en daarbuiten, met veel nieuwe woningen, winkels en voorzieningen. De benaming die nu intern gehanteerd wordt "Centrum Nieuw-West" is niet perse een aansprekende naam voor bewoners en overige bezoekers, en deze naam zegt veel bewoners weinig. Bij deze transformatie hoort daarom een aansprekende, nieuwe naam waar bewoners zich in herkennen.

Vanuit het projectteam is besloten bewoners te betrekken bij de nieuwe naamgeving van het gebied in de vorm van een prijsvraag. In het gebied wonen veel **jongeren**. Wellicht is het interessant hier extra aandacht aan te besteden. Ook is het wellicht goed om de **ondernemers** in het gebied hierbij te betrekken.

Voorgesteld proces

OpenStad heeft eerder een digitale tool ontwikkeld voor het crowdsourcen van ontwerpen en het stemmen hierop voor de afscheidsboodschap van Eberhard van der Laan (zie http://zorggoedvooronzestad.amsterdam.nl). In de eerste fase konden ontwerpen voor de tekst 'Zorg goed voor onze stad en voor elkaar' worden geupload, hierna werd tussendoor gekeken door het stadsdeel of alle ontwerpen door konden naar de volgende fase, en in de laatste fase konden bewoners stemmen welk ontwerp zou worden uitgevoerd. ***Ons voorstel is dat de tool voor de prijsvraag Centrum Nieuw-West op bovenstaande tool gebaseerd wordt.***

Projectfases:

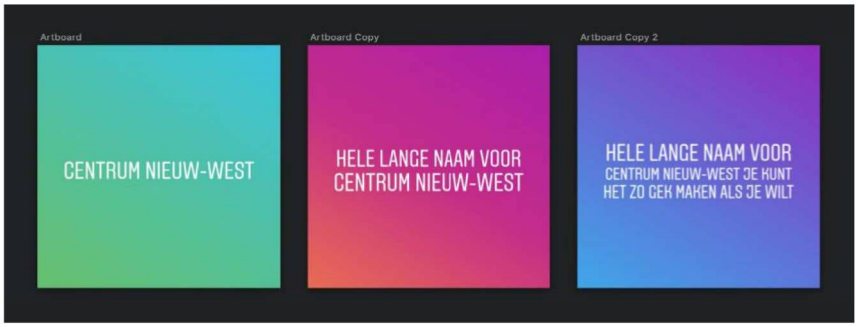
- **Voorbereiding:** PR/campagne om bewoners te prikkelen een naam in te sturen
- **Fase 1 (site):** Bewoners sturen voorstellen in voor nieuwe naam Centrum Nieuw-West
- **Selectiefase:** Onafhankelijke selectiecommissie maakt definitieve selectie namen waarop gestemd kan worden
- **PR/campagne:** bewoners/gebruikers oproepen te gaan stemmen
- **Fase 2 (site):** Bewoners stemmen voor beste naam Centrum Nieuw-West
- **Uitslag + vervolg:** Winnende naam wordt in gebruik genomen (hoe?), winnaar krijgt een (geld)prijs en de gekozen naam wordt fysiek zichtbaar gemaakt ergens in de openbare ruimte. Vervolg?

Doelen:

- **Doel bewonersparticipatie:**
  - Denkkracht en creativiteit van bewoners en gebruikers aanboren bij de naamgeving van het gebied en hun directe invloed geven
  - Zo veel mogelijk mensen van de doelgroep betrekken bij het indienen van mogelijke nieuwe namen / laten stemmen op hun voorkeursnaam, waardoor zij zich meer betrokken voelen bij de ontwikkeling van het gebied
- **Doelgroep:**
  - Wie mogen er meedoen? Bewoners Centrum Nieuw-West, gebruikers, ondernemers?, extra aandacht voor de jongeren die gebruik maken van het gebied?
- **Inclusiviteit & laagdrempeligheid:**
  - Wij vinden het belangrijk om extra aandacht te geven aan inclusiviteit en laagdrempeligheid. Zo veel mogelijk bewoners betrekken bij de ontwikkelingen in hun buurt. Dat betekent dat er ook extra aandacht moet zijn voor het **offline (stem)proces**;
    - Bewoners proberen te bereiken die niet online actief zijn. Dit kan bijvoorbeeld door de zichtbaarheid van het project in de wijk te vergroten, door de wedstrijd aan te kondigen via bijvoorbeeld banners, vlaggen, posters, flyers, etc. op plekken waar de doelgroep aanwezig is
    - Door naar bewoners toe te gaan door offline stem-momenten te organiseren (op een plein, buurthuis, winkelcentrum, buurthuis, etc. waar de doelgroep aanwezig is).
- **Incentive bewoners om mee te doen:** Het moet duidelijk zijn voor bewoners wat die nieuwe naam betekent. Wie gebruikt die naam? Hoe/wanneer gebruik je die naam? Waar zie je de naam? 'Jouw naam wordt op manier xxx in gebruik genomen, je wint een prijs en het wordt ergens in de openbare ruimte zichtbaar → inclusief naam bedenker'. Dit vooraf vastleggen in de spelregels en heel duidelijk communiceren.

Fase 1: Insturen nieuwe naam Centrum Nieuw-West

- **Namen verzamelen:** Bewoners kunnen hun idee voor een naam uploaden (naam + korte uitleg waarom dit bij het gebied past) en de naam wordt visueel te zien op de site. Hiervoor zijn er 2 opties mogelijk:
  a. De tekst wordt visueel weergegeven in een 'platte' afbeelding met tekst, zoals vaak op facebook en instagram te zien is:



b. De tekst wordt weergegeven in een preview van hoe de naam van het gebied dit er mogelijk in de fysieke ruimte uit kan gaan zien. Bijvoorbeeld in een 'render' van een naambord, vlaggen of ? bij de ingang of centraal in het gebied. Voorbeeld: Inzendingen voor het ontwerp bij Zorg goed voor onze stad hebben we in de fysieke ruimte afgebeeld op de zuil:



Hugo Mulder DHM
27 stemmen



Boaz S. Blom @byboaz
52 stemmen



Mark Lupker
257 stemmen

Let op: Voorwaarde voor deze optie is dat er van tevoren wordt vastgelegd in de spelregels op welke manier er fysiek uiting gegeven zal worden aan de nieuwe naam. Los van of er voor deze optie gekozen wordt, lijkt het ons sowieso een heel goed idee om dat van tevoren vast te leggen! Dat geeft bewoners namelijk een heel **directe incentive** om mee te doen ("mijn naam wordt zichtbaar op plek x").

- **Draagvlak:** willen we dat andere bezoekers van de site voor of tegen kunnen stemmen op de ingestuurde namen en/of argumenten/reacties bij de namen kunnen plaatsen?

Selectiefase: Definitieve selectie namen maken:

- **Selectie van namen voor de stemfase:** Er wordt een definitieve selectie van x namen gemaakt door een onafhankelijke selectiecommissie, op basis van vooraf vastgestelde, goed uit te leggen richtlijnen:
  a. **Er moet wat te kiezen zijn.** Dat wil zeggen: de definitieve selectie namen moet de verschillen in de wijk weerspiegelen, zorgen voor ieder wat wils, en er moet genoeg keuze zijn (kiezen tussen 3 opties geeft bewoners niet heel veel keuze).
  b. **Grootte selectie:** van tevoren bepalen hoe groot de definitieve selectie wordt of alle namen die door de 'keuring' komen terugplaatsen? → We hebben bij West Begroot gezien dat bewoners het niet prettig vinden dat de selectie door het stadsdeel is teruggebracht van 94 naar 30 plannen. Dit kwam niet alleen omdat de selectiecriteria niet duidelijk gecommuniceerd waren, maar ook omdat zij het gevoel hadden dat de uiteindelijke selectie niet representatief was voor de verscheidenheid aan ingezonden voorstellen. **Hier moet dus van tevoren over worden nagedacht, en selectiecriteria worden vastgelegd in de spelregels.**
     i. **Overleggen:** In plaats van een "selectie van x namen" terug te plaatsen in de stemfase, alle namen terugplaatsen die voldoen aan de selectiecriteria en waarvan de selectiecommissie (waar ook vertegenwoordigers uit het stadsdeel in moeten zitten) zegt dat elk van de teruggeplaatste namen gekozen mag worden ("winnende naam is ons om het even, omdat ze allemaal passend zijn").
  c. **Transparantie en terugkoppeling:** onze ervaring leert dat het belangrijk is om om indieners van voorstellen die niet 'gekozen' zijn (niet bij de definitieve selectie horen) goede terugkoppeling te geven over waarom hun voorstel niet gekozen is. Het beste is om indieners hier niet alleen persoonlijk over te mailen, maar dit ook online te laten zien.
  d. De namen moeten niet beledigend of uitsluitend zijn op welke wijze dan ook.

Fase 2: Bewoners stemmen voor beste naam Centrum Nieuw-West

- **Bewoner stemmen (online/offline):** Bewoners mogen 1 stem uitbrengen; op de naam die zij het beste vinden. Het stemmen gebeurt online via de website of tijdens vooraf vastgelegde 'offline' momenten waarop er via ipads in de wijk gestemd kan worden. Het projectteam legt vooraf vast op welke momenten er in de wijk gestemd kan worden en communiceert dat.
    a. **Overleg 'offline stemmen':** Willen we dat bewoners/bezoekers van het gebied ook via een flyer/stembiljet op papier kunnen stemmen? (voordeel: groter bereik, laagdrempeliger. nadeel: offline stemmen invoeren kost tijd en je kunt minder goed controleren op dubbele stemmen).
    b. **Overleg identificatiemethode:** welke identificatiemethode hanteren we? Postcode + emailadres, en de stem per email bevestigen? Let op: dan kan het zo zijn dat er stemmen binnenkomen van buiten het gebied. Vinden we dat erg? Hoe hoger je de drempel maakt, hoe lastiger het wordt om de bewoners van het gebied te betrekken.
- **Indieners kunnen campagne voeren:** Indieners van een voorstel voelen zich eigenaar van hun inzending. Het zou goed zijn als we de indieners helpen met campagne voeren binnen hun eigen netwerk. Zo bereiken we waarschijnlijk veel meer mensen van onze doelgroep. Zij zorgen voor meer verkeer naar de site door hun voorstel onder de aandacht te brengen van hun netwerk.
    a. **Tussenstand:** we laten niet een 'live' stemmen tussenstand per naam zien, alleen hoeveel mensen er in totaal al gestemd hebben. Leerpunt bij 'Zorg goed voor onze stad' is dat live het aantal stemmen tonen ook demotiverend kan werken bij andere indieners als één inzending al snel erg voorop loopt in aantal stemmen.

Uitslag + vervolg

- **Uitslag:** De naam die de meeste stemmen heeft gekregen wordt in gebruik genomen. De uitslag wordt online gepubliceerd.
- **Prijs:** de inzender van de winnende naam krijgt een (geld)prijs (vooraf duidelijk welke prijs dat is).
- **Uitvoering:** de gekozen naam wordt fysiek zichtbaar gemaakt ergens in de openbare ruimte (bijv. op kaarten, naamborden, vlaggen?)
- **Vervolg?**: Wat wordt er vervolgens gedaan met de nieuwe naam? Wordt die gebruikt in de branding van het gebied? Zijn daar al plannen voor?

Vragen

- **Doelgroep:** Wie mogen er meedoen? (Wie mogen er namen insturen? Wie mogen er stemmen?)
- **Jongeren:** In het gebied wonen veel jongeren. Wellicht is het interessant hier extra focus op te leggen.
- **Ondernemers:** Wat vinden de ondernemers? Hoe worden zij bij het project betrokken?
- **Draagvlak:** willen we dat andere bezoekers van de site voor of tegen kunnen stemmen op de ingestuurde namen en/of argumenten/reacties bij de namen kunnen plaatsen? Dit kan de selectiecommissie wel helpen bij hun keuze, maar vraagt een aanpassing van de huidige site. Voorstel: alleen duim omhoog/omlaag (voor/tegen stem) toevoegen kost niet veel extra tijd.
- **PR/campagne:** Nadenken hoe je fase 1 (namen insturen) en fase 2 (stemmen) onder de aandacht brengt van de doelgroep
- **Selectiecommissie:** Wie gaat de selectie met namen maken waarop gestemd kan worden?
- **Richtlijnen/selectiecriteria:** Wat zijn de richtlijnen/selectiecriteria waarop geselecteerd gaat worden? Valt dit goed uit te leggen?
- **Grootte selectie stemfase: Willen we i**n plaats van een "selectie van x namen" terug te plaatsen in de stemfase, alle namen terugplaatsen die voldoen aan de selectiecriteria en waarvan de selectiecommissie (waar ook vertegenwoordigers uit het stadsdeel in moeten zitten) zegt dat elk van

de teruggeplaatste namen gekozen mag worden (“winnende naam is ons om het even, omdat ze allemaal passend zijn”).

- **Gebruik nieuwe naam/incentive bewoners:** Het moet duidelijk zijn voor bewoners wat die nieuwe naam betekent. Wie gebruikt die naam? Hoe/wanneer gebruik je die naam? Waar en op welke manier zie je de naam terug in de wijk? ‘Jouw naam wordt op manier xxx in gebruik genomen, je wint een prijs en het wordt ergens in de openbare ruimte zichtbaar’. Dit vooraf vastleggen in de spelregels en heel duidelijk communiceren.
- **Offline stemmen met stembiljet:** Willen we dat bewoners/bezoekers van het gebied ook via een flyer/stembiljet op papier kunnen stemmen? (voordeel: groter bereik, laagdrempeliger. nadeel: offline stemmen invoeren kost tijd en je kunt minder goed controleren op dubbele stemmen).
- **Identificatiemethode stemmen:** welke identificatiemethode hanteren we? Postcode + emailadres, en de stem per email bevestigen? Let op: dan kan het zo zijn dat er stemmen binnenkomen van buiten het gebied. Vinden we dat erg? Hoe hoger je de drempel maakt, hoe lastiger het wordt om de bewoners van het gebied te betrekken.

Werkzaamheden en rolverdeling

Projectteam Centrum Nieuw-West:	**Team OpenStad:**
• Offerte goedkeuren	• Projectvoorstel en offerte
• Planning (gezamenlijk) • Proces ontwerpen (gezamenlijk)	
• Spelregels specificeren • URL aanvragen • Content aanleveren • Moderatie tool • PR / campagne • Analyse aangeleverde data • Terugkoppeling	• Spelregels basis • Ontwerpen/op maat maken tool (functioneel en visueel) • Ontwikkeling tool • Afstemming huisstijl, IV, ICT, PKI (beveiligingscertificaat) aanvraag, Pen&Hacktest (indien nodig) • (gedeeltelijke) Procesbegeleiding • Monitoring tijdens stemperiode • Aanleveren data na afloop

Planning

Wat	**Specifieke taken**	**Hoe lang nodig (globaal)**
Voorbereiding	- projectvoorstel en offerte goedkeuren	volgt
Functioneel- en Visueel ontwerp DEEL 1 → namen insturen	- Extra toevoegen aan ontwerp: uploadformulier + weergave ingezonden namen, voor/tegen kunnen stemmen op de ingezonden namen - Ontwerp Hoe Werkt Het iconen - Aanleveren content document - Ontwerp voorleggen aan communicatie en huisstijl	volgt

Technische ontwikkeling (Front- en back-end) DEEL 1 → namen insturen	- Grootste deel bruikbaar van code 'Zorg goed voor onze stad' - Ontwikkelen uploaden naam + visuele weergave naam	volgt
Tool vullen met content, testen & feedback verwerken DEEL 1 → namen insturen	- URL aanvragen (3 werkdagen) - PKI aanvragen (10 werkdagen) - Overleg met IV stadsdelen of Pen & Hacktest noodzakelijk is	volgt
Campagne (online & offline) DEEL 1 → namen insturen	- Start campagne tegelijk met tool live	volgt
TOOL LIVE DEEL 1 → namen insturen	- 4 maanden live (?): 1 maand namen insturen, 1 maand selectie maken, 1 maand stemmen, 1 maand afronding	volgt
Selectiefase	- Selectiecommissie toetst de ingezonden namen	volgt
Functioneel- en Visueel ontwerp DEEL 2 → stemmen	- Stemmodule aanpassen ahv gekozen identificatiemethode - Aanleveren content document	volgt
Technische ontwikkeling (Front- en back-end) DEEL 2 → stemmen		volgt
Tool vullen met content, testen & feedback verwerken DEEL 2 → stemmen		volgt
Campagne (online & offline) DEEL 2 → stemmen		volgt
TOOL LIVE MET STEMMODULE DEEL 2 → stemmen		volgt
Stemperiode definitief ontwerp		volgt

Kosten

De kosten voor de voorbereiding, ontwerp, ontwikkeling, ondersteuning, monitoring en afronding van de tool komen uit op:

€ 10.190,- ex btw

Zie losse offerte voor specificatie.