

De uitwerkingn van de gemeenschapsbrievenbus

EINDVERSLAG



Projectteam: team Frimvi

**Opdrachtgever: D. Schmidt, afdeling
innovatie Gemeente Amsterdam**

Begeleidende docent: H. de Zwart

Licentie: CC BY-NC-SA 4.0

Datum: 09-12-2026

Managementsamenvatting

De afdeling Innovatie van de gemeente Amsterdam staat voor de uitdaging om een decentraal digitaal platform te ontwikkelen dat publieke communicatie en dienstverlening op een transparante, betrouwbare en waarden-gedreven manier ondersteunt. De centrale vraag luidt hoe een dergelijk platform kan worden vormgegeven met respect voor de publieke waarden van Amsterdamse bewoners, terwijl het tegelijkertijd de autonomie van de gemeente versterkt en afhankelijkheid van Big Tech vermindert.

Het project richtte zich op vier kernopdrachten. Ten eerste is een uitgebreide contextanalyse uitgevoerd van de huidige sociale mediastrategie van de afdeling Innovatie. Deze analyse bracht de communicatiebehoeften van medewerkers, de beperkingen van bestaande sociale mediaplatforms en de belangrijkste interne en externe stakeholders in kaart.

Ten tweede is een implementatieplan ontwikkeld voor het beter benutten van de bestaande Mastodon-server van de gemeente. Dit plan behandelt zeven cruciale aspecten: contentstrategie, tone-of-voice, governance en moderatie, integratie met bestaande communicatiekanalen, technische doorontwikkeling, bijdrage aan het ActivityPub-protocol en borging van publieke waarden.

Ten derde is onderzocht welke bredere mogelijkheden het ActivityPub-protocol biedt voor de publieke sector. Dit resulteerde in een adviesrapport en een conceptvoorstel voor innovatieve toepassingen die aansluiten bij gemeentelijke behoeften, zoals transparantie, datacontrole en burgerparticipatie.

En ten vierde zijn nog de Key Succes Indicators vastgesteld op basis van de Mastodon API waaraan de gemeenschapsbrievenbus gemeten kan worden.

Het doel van het project was om een basis te leggen voor een sociaal mediaplatform dat past bij de waarden en beleidskaders van de gemeente Amsterdam. Het platform moet bewoners controle geven over hun data, inzicht bieden in de werking van het systeem en de gemeente in staat stellen om onafhankelijker te opereren.

Het project resulteerde in een prototype van de gemeenschapsbrievenbus: een toepassing waarin Amsterdammers, na inloggen via Mastodon, evenementen kunnen bekijken en indienen, en kunnen deelnemen aan wijkdiscussies. Dit prototype toont hoe een decentraal platform publieke communicatie en dienstverlening kan versterken en tegelijkertijd de publieke waarden van de stad kan waarborgen.

Inhoudsopgave

Managementsamenvatting.....	1
Inleiding.....	3
Contextanalyse	4
<i>Interne Factoren</i>	<i>6</i>
<i>Externe Factoren.....</i>	<i>6</i>
Stakeholders analyse	10
Huidige sociale mediastrategie	16
Advies sociale mediastrategie.....	23
Het idee	24
Implementatieplan.....	25
<i>Contentstrategie</i>	<i>26</i>
<i>Ethische overwegingen</i>	<i>27</i>
<i>Tone-of-voice</i>	<i>28</i>
<i>Governance</i>	<i>29</i>
<i>Moderation beleid</i>	<i>30</i>
<i>Integratie met bestaande communicatiekanalen</i>	<i>31</i>
<i>Bijdrage aan de code en de ontwikkeling van het protocol</i>	<i>32</i>
Proof of Concept	33
<i>Validatie proof of concept</i>	<i>34</i>
Gemeenschapsbrievenbus	36
<i>Algemene uitleg prototype</i>	<i>37</i>
<i>Uitleg specifieke features</i>	<i>37</i>
<i>Technische haalbaarheid van een Mastodon kaart</i>	<i>40</i>
<i>Proof of Concept beperkingen</i>	<i>42</i>
<i>Tests en onderzoeken</i>	<i>43</i>
Bredere toepassingen ActivityPub	44
Key succes indicators	46
Bibliografie.....	47

Bijlagen.....	48
<i>Deskresearch</i>	<i>49</i>
<i>Overige</i>	<i>56</i>

Inleiding

Sociale media is stuk. Verslavende algoritmes bepalen wat we te zien krijgen en met de opkomst van AI weet je nooit meer zeker welke informatie waar is of niet.

Brainrot en commercie overheersen sociale media. Voor publieke organisaties zoals Gemeente Amsterdam (hierna 'de gemeente'). Wordt het steeds lastiger om door deze ruis heen met haar bewoners te communiceren.

Opkomende gedecentraliseerde alternatieven zijn pogingen om een beter alternatief te bouwen. Deze platforms bieden publieke organisaties meer autonomie, datasoevereiniteit en controle over hun communicatie.

De afdeling Innovatie van de gemeente heeft team Frimvi gevraagd om onderzoek te doen naar haar communicatiebehoefte en een mogelijke rol van Mastodon hierin. In dit verslag vindt u de resultaten van dit onderzoek. Ook bevat het een toelichting op ons brievenbuskaart idee. Dit met relevantie, technische, onderbouwing middels een PoC en prototype.

Om die reden is als prototype de gemeenschapsbrievenbus uitgewerkt in Figma.

Contextanalyse

Eerst zal de achtergrond van het probleem worden opgesomd, samen met de huidige situatie, wat er goed gaat en wat er onvoldoende werkt. Hier wordt er een interne en externe analyse gemaakt van de omgeving waarin het project zich afspeelt. De omgeving waarin het project zich afspeelt zit verwerkt in de probleemstelling: 'Hoe kan de afdeling innovatie van de gemeente Amsterdam als collectief een decentraal platform maken dat rekening houdt met de publieke waarden van de Amsterdamse burger dat zorgt voor integratie van publieke communicatie en dienstverlening?'

Achtergrond van het probleem

Al bij de project debrief is naar voren gekomen dat de afdeling innovatie van de Gemeente Amsterdam de opdracht heeft aangeboden. Het onderzoekt de invloed van technologie op de stad Amsterdam, samen met bewoners, bezoekers, bedrijven en overheid. De afdeling innovatie staat voor verantwoord innoveren, het onderzoekt hoe technologie verbeterd of makkelijker gemaakt kan worden voor. En worden hiermee nieuwe producten en diensten ontwikkeld voor de BOB in Amsterdam (bewoners, onderzoekers en bezoekers) (Gemeente Amsterdam, z.d.).

Hierbij wordt geïnnoveerd in een brede welvaart, circulaire economie, democratisering, digitale stad, digitale veiligheid, duurzame energie, gezondheid, mobiliteit, sport en vertrouwen (Gemeente Amsterdam, z.d.).

De gemeente Amsterdam is vanuit de agenda van de digitale stad aan het kijken hoe de stad mee kan doen aan de digitalisering. De ontwikkelingen gaan zo snel dat ze hieraan wel mee willen doen. Het wil een oplossing voor een social media kanaal bedenken die goed is voor de publieke dienstverlening en die over tien jaar nog steeds relevant is (Gemeente Amsterdam, z.d.).

Wat is de huidige situatie?

De volgende alinea's zijn uit het intakegesprek met de opdrachtgever gebleken. De gemeente Amsterdam heeft een eigen Mastodon instance, 'social.amsterdam.nl'. Deze heeft drie gebruikers: de innovatie afdeling, de gemeente (algemeen) en stadsdeel zuidoost. Alle accounts worden gebruikt en hebben meerdere volgers. De innovatie afdeling gaf in de opdracht aan dat ze voornamelijk LinkedIn gebruiken.

Wat gaat er goed?

Een redelijke hoeveelheid volgers (op het algemene account best veel) en een eigen Mastodon instance.

Wat werkt er onvoldoende

Geen duidelijke strategie en geen lang termijnplan. Op de Mastodon pagina van de Innovatie afdeling wordt er niet regelmatig genoeg gepost, namelijk eens per maand in sommige gevallen. Op LinkedIn is dat eens per twee dagen ongeveer.

Interne Factoren

Missie en Beleid

Sterkte: De afdeling Innovatie heeft een duidelijke missie, Een stad die klaar is voor de toekomst. Hier werken we aan, samen met bewoners, bezoekers, bedrijven en overheid. Verschillende specialisten onderzoeken de invloed van technologie op Amsterdam. Verder hanteren ze zich aan duidelijke publieke waarden zoals privacy, toegankelijkheid en helderheid.

Zwakte: De huidige socialmedia-strategie van afdeling Innovatie is gebrekkig op het vlak van bewoners bereiken die hulp nodig hebben of vragen hebben, en ook op het vlak van kennis succesvol delen met de bewoners.

Middelen

Sterkte: De gemeente Amsterdam heeft al een Mastodon pagina en genoeg werknemers en capaciteiten om over een eigen pagina te beheren.

Zwakte: Gebrek aan een concreet plan over het optimaal inzetten van het bestaande Mastodon pagina, daarom weten ze niet zo goed wat ze kunnen doen met mastodon en is ons deze opdracht gegeven.

Cultuur

Zwakte: Bij de gemeente is er sprake van een "zend" cultuur in plaats van een dialoogcultuur waar de afdeling innovatie juist zo naar snakken.

Kans: Duidelijke wil om te experimenteren met nieuwe vormen van open communicatie waar ze niet genooddaakt zijn alleen te kunnen zenden maar ook ontvangen.

Externe Factoren

Maatschappij

Bedreiging: Commerciële platformen maken allemaal gebruik van een algoritme dat de “saaie” berichten van de gemeente onderdrukken wat het moeilijker maakt voor de gemeente om hun volk te bereiken.

Bedreiging: Social media wordt als stuk gezien, vanwege de commercialisering en opkomst van AI. Dit kan de gemeente problemen opleveren wanneer ze hun bewoners willen bereiken.

Technologie

Kans: Het ActivityPub biedt meer controle, autonomie, en datasoevereiniteit, want de data en macht ligt in eigen handen in plaats van bij big tech die je wil manipuleren

Bedreiging: De afhankelijkheid van Big Tech brengt risico's zoals beleidsveranderingen of plotselinge overnames dat allemaal in het nadeel van de gemeente werkt.

Politiek

Sterkte: De waarden van de gemeente en die van het gefedereerde web komen overeen in deze situatie als het gaat om publieke waarden en open standaarden. Dit geeft het project hoop om te slagen.

De gemeente Amsterdam is vanuit de agenda van de digitale stad aan het kijken hoe de stad mee kan doen aan de digitalisering. De ontwikkelingen gaan zo snel dat ze hieraan wel mee willen doen. Het wil een oplossing voor een social media kanaal bedenken die goed is voor de publieke dienstverlening en die over tien jaar nog steeds relevant is (Gemeente Amsterdam, z.d.).

Welke processen, tools, gewoontes of infrastructuur spelen er mee

- Processen: communicatiestrategie en afdeling
- Tools: Mastodon
- Infrastructuur: eigen server en Big Tech servers

Welke relevante ontwikkelingen zijn nu gaande?

Ontwikkeling van een nieuw decentraal sociale mediaprotocol (dat leert van de fouten van ActivityPub) (ATProtocol, 2025).

- Amsterdam heeft beleid op digitale autonomie (agconnect, 2025)
- Mastodon instance van de Rijksoverheid 'social.overheid.nl' hier zitten ook veel gemeentes op (social.overheid.nl, 2025).

Waar liggen de grootste uitdagingen voor het project?

De techniek is er. De grootste uitdaging is om mensen te overtuigen van het nut van onafhankelijke sociale media.

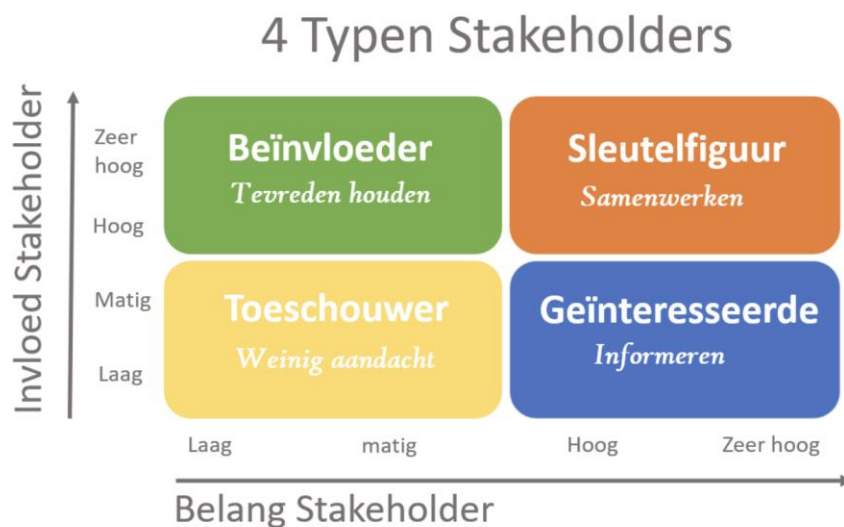
Het hosten van een eigen instance kost geld. Dit levert ons digitale soevereiniteit op. Maar als mensen zich niet voldoende bewust zijn van de noodzaak hiervoor wordt het lastig om budgetten goed gekeurd te laten worden. De gemeente heeft een voorbeeldrol, en zal juist daarom het voortouw moeten nemen bij dergelijke Big Tech alternatieven. De grootste uitdaging is dan ook om een overtuigend plan op te stellen, wat zelfs de sceptici (die Big Tech vertrouwen) meekrijgt.

Wat zijn belangrijke inzichten voor het project?

- Het overtuigen van mensen is lastiger dan de techniek Mastodon heeft technische beperkingen die het gebruiksgemak verminderen, andere decentrale protocollen moeten overwogen worden.
- Het veranderen van het platform gaat niet spontaan de interactie vergroten. Wel kan het ervoor zorgen dat de algoritmes belangrijke posts niet meer begraven.
- Eigen sociale media zorgen ervoor dat data altijd beschikbaar is, en dus niet achter een betaalmuur of inlog zit weggestopt.
- Om goede controle te houden over wie wat ziet is het noodzakelijk om alle type sociale media content ook - altijd - op Mastodon te zetten.
- Mastodon moet niet gevuld zijn met content die maar op 1 sociale media platform wordt gezet. Bijvoorbeeld Instagram en Facebook posts moeten er ook te vinden.
- ActivityPub kan voor meer dan alleen microblogging worden gebruikt. De gemeente kan PeerTube gaan gebruiken voor video's. a w e

Stakeholders analyse

In het kwadrant van de stakeholdersanalyse staan vier groepen centraal de beïnvloeder, linksboven in het kwadrant. De toeschouwer, linksonder in het kwadrant. Geïnteresseerde, rechtsonder in het kwadrant. En sleutelfiguur rechtsboven in het kwadrant. Het kwadrant is gebaseerd op de afbeelding hieronder van House of Commons (House of Control, 2010 - 2025).



Op deze bron is gebaseerd wat de belangen, doelen, pijnpunten en verwachtingen van stakeholders zijn (Redactie, 2025).

Belangen zijn algemeen wat is het belang van deze doelgroep los van het project. En het doel is wat is het uiteindelijke doel van deze stakeholder op lange termijn. Pijnpunten, de pijnpunten van deze stakeholder tijdens het project. Verwachtingen zijn op korte termijn, wat verwacht deze stakeholder als het project is opgeleverd.

Kwadrant in stakeholdersanalyse: beïnvloeder

Groep: Gebruikers (proefpersonen afdeling innovatie)

Het algemeen belang is dat de oplossing die geboden wordt over tien jaar nog steeds bruikbaar is voor de Amsterdamse burgers.

Het doel is dat het opgeleverde Proof of Concept te gebruiken is door een Amsterdamse burger die nog geen voorkennis heeft over dit platform.

Het pijnpunt is dat het prototype niet aan zal sluiten op de wensen van de Amsterdamse burger. Want volgens een gedane analyse van de huidige sociale media strategie van de Gemeente Amsterdam blijkt dat de burgers de gemeente Amsterdam via sociale media niet gehoord voelen.

De verwachting is dat het prototype van een creatieve implementatie van het Activity Pub Protocol bruikbaar zal zijn voor de gebruikers op het moment van oplevering.

Groep: Andere afdelingen binnen de Gemeente Amsterdam

Het belang voor alle andere afdelingen buiten de afdeling innovatie van de gemeente Amsterdam is dat ze het beleid dat wordt opgelegd vanuit de Rijksoverheid uitgevoerd wordt naar de Amsterdamse burgers.

Het doel is dat de afdeling innovatie goed werk levert voor de Amsterdamse burger.

Het pijnpunt is dat de Amsterdamse burger ontevreden is met het beleid wat de gemeente Amsterdam uitvoert.

De verwachting is dat de afdeling innovatie een goed project oplevert die later hergebruikt kan worden voor Amsterdamse burgers.

Kwadrant in stakeholdersanalyse: toeschouwer

Groep: Niet Amsterdamse burgers

Het belang is dat er door alle gemeentes wordt geluisterd naar de burgers in Nederland.

Het doel is dat niet Amsterdamse burgers volgens het beleid van gemeenten kunnen leven in Nederland.

Het pijnpunt is dat als er een social media platform wordt ontwikkeld het te veel gericht is op Amsterdamse burgers.

De verwachting is dat de Amsterdamse burger net zo goed op de hoogte is en dezelfde waarden bezit als de niet Amsterdamse burger.

Andere publieke organisaties (andere gemeentes)

Het belang is dat de burgers die onder hun gemeente vallen worden gehoord en te woord worden gestaan.

Het doel is dat de verwachtingen die burgers hebben van de gemeente worden nagestreefd.

Het pijnpunt is dat de burgers ontevreden zijn over de communicatie van de gemeente met de burger.

De verwachting is dat bijvoorbeeld de afdeling innovatie van de gemeente Amsterdam na dit project een voorbeeld is voor andere gemeenten.

Kwadrant in stakeholdersanalyse: Geïnteresseerde

Belanghebbende: Mastodon community

Het belang is dat de publieke waarden van de leden van de Mastodon community worden gerespecteerd.

Het doel van Mastodon en de Mastodon community is dat de publieke waarden die ieder mens zou moeten hebben worden nagestreefd binnen het Fediverse.

Het pijnpunt is dat de instance van de gemeente Amsterdam standaard is ingericht. Het heeft geen engagement factor met de gebruiker. Waardoor ze betrokken blijven bij het platform en ze kunnen moeilijk met elkaar discussiëren. geen centrale zoekfunctie voor alle posts, beperkte ontdekking van nieuwe accounts, minder gestroomlijnde DM-functionaliteit, geen standaard notificatie- of content-algoritmes heeft.

De verwachting is dat de uitgangspunten van het Fediverse worden gewaarborgd binnen de instance van de Gemeente Amsterdam. Decentralisatie, het Fediverse bestaat uit onafhankelijke servers. Interoperabiliteit, er kan via platform x op platform y informatie gedeeld worden. Bijvoorbeeld informatie over een bepaalde instance op Mastodon is hetzelfde op PeerTube. Diversiteit aan platforms, er bestaan verschillende instances binnen het Fediverse. Privacy en controle, gebruikers kunnen hun eigen server aanmaken met eigen regels en eigen data. Dit leidt tot meer privacy en autonomie (Mohsen, 2024).

Belanghebbende: Amsterdamse burgers

Het belang is dat de Amsterdamse burgers op gelijke hoogte staan aan de belangen van de gemeente Amsterdam.

Het doel is dat de Amsterdamse burgers door de Gemeente Amsterdam gehoord worden op het Mastodon platform. Nu reageert de gemeente Amsterdam niet op Mastodon namelijk.

Het pijnpunt is dat de gemeente Amsterdam niet via social media is te benaderen bij reacties onder post van de gemeente Amsterdam, vragen of klachten.

De verwachting is dat de gemeente Amsterdam een luisterend oor biedt via de sociale mediakanalen.

Kwadrant in stakeholdersanalyse: Sleutelfiguur

Belanghebbende: Team Frimvi

Het belang is dat de minor inclusief het project met een voldoende afgerond wordt en de inhoud van de minor begrepen wordt.

Het doel is dat er begrepen wordt wat de opdrachtgever wil gedurende dit project in lijn met de minor.

Het pijnpunt is dat het project dat wordt opgeleverd niet in lijn is met de verwachtingen van de opdrachtgever.

De verwachting is dat de opgeleverde deliverable bijdraagt aan wat de afdeling innovatie voor belang heeft.

Opdrachtgever afdeling innovatie (Douwe Schmidt)

Het belang is dat de afdeling innovatie innovatieve ideeën ontwikkelt voor de Amsterdamse burger.

Het doel is dat de gemeente Amsterdam actief gebruik kan maken van de innovatieve ideeën die de afdeling innovatie ontwikkeld.

Het pijnpunt is dat het uiteindelijke Proof of Concept dat wordt opgeleverd bij het project niet bruikbaar is.

De verwachting is dat het opgeleverde Proof of Concept van team Frimvi in lijn is met de verwachtingen van de afdeling innovatie van de gemeente Amsterdam.

Huidige sociale mediastrategie

De huidige socialmedia-strategie van de gemeente Amsterdam is in kaart gebracht met een lijst van vragen tijdens het intakegesprek met de opdrachtgever en overige interviews met medewerkers van de afdeling Innovatie.

Strategische Positionering van het Account

De gemeente Amsterdam gebruikt social media primair voor informeren, educatie, identiteitsbouw en humanisering van de organisatie. De afdeling Innovatie beweegt hierin mee met creatieve en visueel sterke content.

Sterk punt: sterke storytelling en city-branding.

Zwak punt: strategie is vooral zendergericht en interactie blijft laag.

Analyse van Gemeentelijke Posts

Post 1 – Damloop



- Doel: informeren
- Toon: open, feitelijk
- Interactie: laag (170 likes, 44 shares, 1 comment)
- Analyse: informatieve posts zonder emotionele invalshoek scoren lager.

Post 2 – 750 jaar Amsterdam



- Doel: vieren, bedanken
- Toon: feestelijk
- Interactie: hoog
- Analyse: content die inspeelt op trots en identiteit werkt goed.

Post 3 – Geschiedenis Chinese Amsterdammers



- Doel: educeren, verbinden
- Toon: trots, informatief
- Interactie: hoog (440 likes)
- Analyse: verhalende content werkt sterk.

Patroon gemeentelijke posts

- Afwisseling tussen medewerkersverhalen, actuele mededelingen en historische content.
- Interactie vooral bij emotionele of identiteitsgebonden posts.
- Weinig hulpvragen in comments.

Analyse van Bewonersposts

Post 1 – Klachten & Info groep

**André Mol**
30 augustus · 🌐

Wie maakt de straten schoon in b.v. Floradorp ?? Antwoord : "niemand !"

😂😮 2 7

 Vind ik leuk  Opmerking plaatsen  Delen

Meer antwoorden weergeven

**Danny Jacobs**
Ben je wel eens om 6 uur op het centraal station geweest ?
Daar moeten al die schoonmaaksters heen tegenwoordig om het nog een beetje toonbaar te maken !
10 w

 Danny Jacobs heeft geantwoord · 1 antwoord

**Elly Winter**
Dat is overal een drama. Zowel bewoners die hun stoepje niet schoonhouden als wel de gemeente die geen moer doet... 🤔
10 w 

 Joss Love heeft geantwoord · 2 antwoorden

- Toon: aanvallend
- Gemeente reageert niet
- Analyse: gemeente reageert niet op haatdragende posts, wat afstandelijkheid kan creëren.

Post 2 – Kritiek van medewerker



- Toon bewoner: aanvallend
- Interactie: 903 likes
- Analyse: negatieve posts krijgen veel tractie; geen reactie laat ruimte voor beeldvorming.

Post 3 – Betaald parkeren

**Gemeente Amsterdam**

28 March 2024 · 🌐

P We gaan betaald parkeren invoeren en uitbreiden in Nieuw-West, Noord, Sloterdijk en Zuidoost. We hebben onze plannen op basis van de inspraakreacties aangepast.

Lees hier de belangrijkste veranderingen. ↗

AMSTERDAM.NL

Uitbreiding betaald parkeren in Amsterdam: hoe staan we ervoor?
We gaan betaald parkeren invoeren en uitbreiden in Nieuw-West, Noord, Sloterdijk en Zuidoos...

 585

629 comments 96 shares

 Like

 Comment

- Toon: respectvol
- Gemeente reageert uitgebreid en behulpzaam met een link naar een website voor meer uitleg
- Analyse: toon bepaalt of gemeente reageert.

Overkoepelende Patronen

Sterktes: creatieve content, sterke storytelling, bereidheid tot helpen bij nette vragen.

Zwaktes: inconsistentie in interactie, afhankelijkheid van toon, weinig dialoog.

Kansen: eigen platform, meer participatieformats, community-aanpak.

Bedreigingen: negatieve beeldvorming, algoritmes, agressieve groepen.

Publieke Waarden in het Gedrang

- Respect: haat zorgt voor terugtrekking.
- Gelijke behandeling: alleen nette vragen krijgen antwoord.
- Participatie: beperkte ruimte voor dialoog.
- Dienstbaarheid: niet reageren voelt afstandelijk.
- Transparantie: geen reactie op kritiek kan ontwijkend lijken.

Voor hoe de gemeente reageert, wat de communicatiebehoete is van de doelgroep wordt er naar de analyse verwezen.

Advies sociale mediastrategie

Uit de analyse van de huidige sociale mediastrategie van de Gemeente Amsterdam blijkt dat de huidige aanpak vooral zendgericht is, met een lage interactie tussen de gemeente en de burger. Terwijl storytelling en "city-branding" sterke punten zijn, voelen burgers zich op sociale media vaak niet gehoord, mede doordat de gemeente inconsistent reageert op vragen of klachten. Daarnaast vormen commerciële algoritmes een bedreiging, omdat zij de inhoud van publieke organisaties vaak onderdrukken.

Om deze "zendcultuur" te doorbreken en een echte dialoogcultuur te creëren, adviseren wij de gemeente om in te zetten op digitale autonomie en publieke waarden via het Fediverse. In plaats van afhankelijk te zijn van Big Tech, moet de gemeente een actieve rol aannemen op haar eigen Mastodon-instance om de betrouwbaarheid en toegankelijkheid van informatie te garanderen.

Het idee

Om te gemoed te komen aan de vraag voor een bredere toepassing van Mastodon en een herziening van de huidige communicatiestrategie hebben wij de ‘interactieve ideeënbusje kaart’ bedacht.

Op deze kaart kunnen bewoners hun ideeën plaatsen, verenigen evenementen aankondigen en kan de gemeente participatie trajecten voorbereiden. Alle 'brieven' die in de 'brievenbus' worden gedaan worden gecategoriseerd met hashtags. Iedere 'brief' is locatie gebonden. Op iedere brief in de brievenbus kunnen andere reacties plaatsen.

Om de kaart overzichtelijk te houden kunnen ideeën en evenementen gefilterd worden op leeftijd. Ook wordt er met behulp van kleurencodes aangegeven hoe oud een evenement is.

Hiernaast biedt de kaart de mogelijkheid om verschillende lagen te activeren, zo kan je bijvoorbeeld de metro kaart gebruiken om je route te plannen naar een evenement.

Implementatieplan

Contentstrategie

Alle content die geplaatst wordt op de gemeenschapsbrievenbus is voor de BOB (burger, ondernemer en bezoeker). De BOB is de overkoepelende term om alle bewoners, ondernemers en bezoekers aan te duiden in Amsterdam. Wat de behoeften zijn van de BOB, wordt samengevat in user stories:

Als de BOB van Amsterdam, wil ik al mijn ideeën rondom events kunnen plaatsen op een interactieve kaart, zodat ik een beter beeld krijg van wat er in de stad gebeurt.

Als burger van de gemeente, wil ik in een oogopslag kunnen zien wat de andere burgers van de gemeente voor events organiseren en hoe ik kan participeren in wijkdiscussies, zodat ik een weloverwogen keuze kan maken naar welk event.

Als ondernemer van de gemeente, wil ik met iedereen binnen de stad kunnen communiceren over mijn geposte evenement, zodat ik inspiratie kan opdoen over hoe ik mijn evenement het beste kan organiseren.

Als bezoeker van de gemeente, wil ik zo gedetailleerd mogelijk zien wat er te doen is in de stad en hoe Amsterdam eruit ziet, zodat ik zo snel mogelijk wegwijs wordt in de voor mij onbekende stad.

Als de BOB, wil ik kunnen zien aan de hand van kleuren wanneer een evenement geplaatst is, zodat ik kan zien welk event verouderd is en welk event niet voor de overzichtelijkheid.

De user stories laten zien dat burgers, ondernemers en bezoekers van Amsterdam behoefte hebben aan één centrale, interactieve kaart waarop alle evenementen in de stad zichtbaar, begrijpelijk en actueel zijn. Deze kaart moet niet alleen een plek zijn om evenementen te plaatsen, maar ook om ze te ontdekken, te vergelijken en erover te communiceren. Gebruikers willen snel inzicht krijgen in wat er speelt in de stad, hoe recent informatie is, en hoe zij kunnen deelnemen aan activiteiten of gesprekken in hun wijk. Ondernemers zoeken daarnaast inspiratie en interactie rondom hun eigen evenementen. Door middel van visuele elementen zoals kleurcodering moet de kaart overzicht bieden en verouderde informatie onderscheiden van actuele activiteiten. Kortom: de interactieve kaart moet een toegankelijk, informatief en participatief platform zijn dat alle doelgroepen helpt om beter verbonden te zijn met wat er in Amsterdam gebeurt.

Nu de soort content is genoemd die geplaatst wordt en de user stories zijn benoemd waar de BOB behoefte aan heeft. Kan er kort ingegaan worden op de voordelen die de

user stories bieden ten opzichte van de content die geplaatst wordt. De user stories zijn opgesteld vanuit elk perspectief van een mogelijke eindgebruiker. Voor alle soorten type eindgebruikers wordt bepaald waar die persoon behoefte aan heeft binnen de gemeenschapsbrievenbus. En op basis van deze user stories en de contentstrategie zal er een prototype uitgewerkt worden met specifieke features die hierop aansluiten.

Ethische overwegingen

Privacy by default vs. privacy by design

Volgens Bits of Freedom hebben wij het principe van ontwerpers ‘Denk eens ondeugend’ toegepast op het Hi-Fi prototype. De vraag staat centraal: Wat zou een ‘bad actor’ met het Hi-Fi prototype kunnen doen (Zwart, z.d.). Namelijk het insturen van een ‘kwaadaardig’ post². Hierom worden reacties op evenementen niet automatisch weergegeven en dient de gebruiker eerst in te loggen met Mastodon. Wijkdiscussies worden zonder Mastodon inlog helemaal niet weergegeven omdat dit nog privacygevoeliger is dan events. Ook treden we op tegen kwaadaardige posts doormiddel van vaste regels en moderatoren.

Ook hebben we onze morele verbeeldingskracht getest door middel van de “Tarot Card of Tech”. Door de Tarot Cards of Tech op ons project toe te passen, ontdekten we dat onze technologie nooit neutraal is en dat we verder moeten kijken dan alleen de ideale werking van het systeem. De kaart 'The Forgotten' confronteerde ons met het feit dat een puur visueel platform mensen met een beperking uitsluit, wat ons leerde dat een tekstueel alternatief wellicht handig is voor echte digitale inclusie. Via 'The Scandal' zagen we dat transparantie een groot risico vormt als de gemeente niet op tijd reageert. Een kaart vol onbehandelde klachten tast het vertrouwen juist aan, waardoor we leerden dat openheid verbonden moet zijn met een harde gemeentelijke antwoordgarantie. De kaart 'The Backstabber' wees ons op privacyrisico's, omdat exacte locatiepins melders kwetsbaar kunnen maken of wijken kunnen stigmatiseren, wat leidde tot de keuze voor minder specifieke locatieweergaves om de veiligheid te waarborgen. Tot slot leerde 'The Siren' ons dat we moeten waken voor een populariteitswedstrijd die de stille maar complexe problemen in de stad overstemt. Al deze lessen hebben ons geleerd dat we geen simpele tool bouwen, maar een sociaal contract waarbij de bescherming en de stem van de burger altijd zwaarder wegen dan de techniek zelf.

In ons ontwerp staan ethische overwegingen centraal, waarbij we bewust afstand nemen van de werkwijze van Big Tech. Terwijl commerciële platforms vaak gericht zijn op winstmaximalisatie en het verzamelen van zoveel mogelijk data, kiest ons product voor de publieke waarden van de Gemeente Amsterdam, zoals transparantie en digitale soevereiniteit. Door gebruik te maken van Mastodon en de achterliggende ActivityPub-standaard, borgen we waarden als autonomie en decentralisatie: de gebruiker is weer de baas over de eigen data en de gemeente is niet afhankelijk van een gesloten 'black box'. Dit betekent dat we niet sturen op verslavende algoritmes, maar op een open en eerlijke dialoog in de wijk. Hierdoor verschuift de focus van data als handelswaar naar technologie als instrument voor democratie en inclusie, waardoor het platform een betrouwbaar verlengstuk wordt van de Amsterdamse publieke ruimte.

Tone-of-voice

Wat bijvoorbeeld niet wordt toegestaan in de tone of voice zal ook benoemd worden als regel bij het governance gedeelte. Maar in de basis wordt er geen grof taalgebruik toegestaan als een eindgebruiker participeert in het plaatsen van recensies over evenementen of deelneemt aan wijkdiscussies met andere eindgebruikers. Want voor ambtenaren is een regel dat er ook geen grof taalgebruik wordt getolereerd, dus de BOB mag dit ook niet doen binnen het platform en moet respectvol met anderen omgaan.

Ten tweede worden er zo min mogelijk emoji's gebruikt in de posts. Dit is informeel en er wordt geprobeerd om een formeel platform te behouden.

Aangezien de gemeente Amsterdam zich aan formele regels moet houden, omdat het ambtenaren zijn dienen de gebruikers van het platform dit ook te doen.

Probeer het zogenaamde jargon te vermijden en gebruik woorden die iedere Amsterdamse burger begrijpt. Bijvoorbeeld het woord 'conform' wordt 'geschikt'.

Qua zinsopbouw willen we in de posts zo kort mogelijke zinnen hebben. Zodat iedere Amsterdamse burger in staat is de post te begrijpen. Lange en ingewikkelde zinnen worden vermeden.

De gemeente is de organisatie die toezicht houdt over dit platform en ze waarschuwt als een van deze regels overtreden worden, maar tevens is elke gebruiker binnen het platform verantwoordelijk voor zijn eigen handelen.

Binnen het platform wordt zoveel mogelijk gesproken vanuit de 3e persoon. Dus niet aanspreken op 1 persoon. Maar bijvoorbeeld als er een evenement wordt geplaatst of een stadswijkdiscussie wordt opgestart niet de persoon aanspreken. Maar praten vanuit de 3e persoon en niet met de ik, jij, hij of wij vorm.

Een post binnen een evenement of wijkdiscussie moet zo min mogelijk emotioneel beladen zijn. Het moet zo neutraal mogelijk zijn om andere Amsterdamse burgers het platform prettig te laten gebruiken.

Samengevat, wordt er geprobeerd een neutrale, zakelijke en indirecte toon gebruikt.

Governance

Er moet niet alleen een implementatieplan worden opgeleverd, maar ook worden nagedacht over duurzaam beheer, training van medewerkers, moderatie, en hoe de afdeling een actieve community kan opbouwen en onderhouden. Dit gaat vooral over Governance. Om de interactieve kaart met alle ideeën en evenementen goed te laten werken, is het belangrijk dat de gemeente Amsterdam een actieve en ondersteunende rol aanneemt.

Het hoofddoel van dit advies is om de interactieve ideeënbuskaart op de Mastodon-server van de gemeente Amsterdam te beheren als een gezamenlijk bezit. Door gebruik te maken van DAO-principes (Decentralized Autonomous Organisation) kan het platform eerlijk groeien zonder dat er één centrale baas is die alle beslissingen neemt. De focus ligt op een open en democratische structuur waarin de gebruiker centraal staat en de macht eerlijk wordt verdeeld.

De gekozen governance-principes zorgen voor een veilige en transparante omgeving door duidelijke grenzen en gedragsregels af te spreken, wat misstanden zoals spam of grof taalgebruik voorkomt. De community krijgt direct invloed: regels kunnen veranderd worden via stemrondes, en de macht ligt bij meerdere beheerders die elkaar controleren. Ook is er ruimte voor wijken om hun eigen regels en subgroepen te beheren.

Tijdens het proces zijn er ook principes besproken die uiteindelijk niet zijn gekozen, zoals het expliciet belonen van gebruikers. Hoewel badges voor 'supergebruikers' nuttig leken om activiteit te stimuleren, waren we bang dat dit zou leiden tot scheve verhoudingen waarbij status belangrijker wordt dan de inhoud. Ook het losse principe voor het vragen van feedback is geschrapt; dit is volledig opgegaan in het democratische proces van regelwijziging, zodat feedback nooit vrijblijvend is maar altijd tot resultaat leidt.

Door deze structuur te volgen, bouwt de gemeente aan een duurzaam platform met minder conflicten. Het stimuleren van onderlinge hulp versterkt de sociale banden in de stad en zorgt ervoor dat de community zichzelf deels kan onderhouden, wat de druk op de officiële klantenservice verlaagt. De conclusie is dat een transparant stappenplan voor conflicten en ruimte voor lokale invloed samen zorgen voor een veilige en actieve digitale stad.

Moderation beleid

Tijdens de presentaties en feedback momenten is gebleken dat moderatie een essentieel onderdeel is voor de betrouwbaarheid van de interactieve kaart. Om een

veilige omgeving te garanderen zonder de openheid van het platform te verliezen, hanteren we een gelaagd en democratisch moderatiemodel.

Om de kwaliteit van de content te waarborgen, maken we gebruik van een verificatiesysteem dat is geïntegreerd in het prototype. Gebruikers die nieuw zijn, vallen onder een tijdelijke restrictie: hun bijdragen moeten eerst worden goedgekeurd door geverifieerde gebruikers of moderators. Zodra een gebruiker vaker positieve en relevante bijdragen heeft geleverd, krijgt het account automatisch de status 'verified'. Posts van deze gebruikers verschijnen direct op de kaart, wat de drempel voor actieve deelname verlaagt terwijl de kaart beschermd blijft tegen spam of ongewenste content.

De gemeente Amsterdam treedt op als facilitator, maar de dagelijkse moderatie wordt uitgevoerd door een netwerk van getrainde vrijwilligers, vergelijkbaar met het model van Wikipedia. Omdat de kaart ruimte biedt aan verschillende wijken, kunnen specifieke subgroepen hun eigen lokale regels opstellen. Deze subgroepen kunnen hun eigen moderatie regelen, zodat de controle altijd aansluit bij de specifieke behoeften van een buurt of thema. Hiermee voorkomen we een strikt centrale controle en stimuleren we het eigenaarschap van de community.

In lijn met de governance-principes is het moderatieproces volledig transparant en democratisch. Hoewel bepaalde gebruikers extra rechten krijgen als admin om de orde te handhaven, ligt de uiteindelijke macht bij de community. Gebruikers stemmen op wie deze admin-rechten krijgt. Bovendien kan elke gebruiker in beroep gaan tegen een moderatiebeslissing, waarna de volledige groep gebruikers via een digitale stemronde bepaalt of de beslissing terecht was. Dit zorgt voor een eerlijk systeem waarin iedereen inspraak heeft en willekeur wordt voorkomen.

Naast het verwijderen van content ligt de focus op het trainen van medewerkers en vrijwilligers om de dialoog aan te gaan. In plaats van enkel berichten te wissen, wordt er gestreefd naar een cultuur waarin door middel van hashtags en actieve deelname conflicten in de kiem worden gesmoord. Dit versterkt de sociale cohesie op de kaart en zorgt voor een duurzaam platform dat zichzelf grotendeels kan onderhouden.

Integratie met bestaande communicatiekanalen

De interactieve Mastodon kaart maakt gebruik van de huidige Mastodon installatie. Door een losse kaart module te bouwen blijven de 'verantwoordelijkheden' gescheiden. Daarnaast is het mogelijk om de ideeën van de kaart ook in een Mastodon tijdlijn te bekijken. Zo kan iedere gebruiker kiezen welke interface het beste bij hem of haar past.

Mastodon is een open platform, het is daarom ook mogelijk om vanaf andere platforms te 'linken' naar de interactieve kaart.

Bijdrage aan de code en de ontwikkeling van het protocol

De meeste benodigde functionaliteit voor de ontwikkeling van een de kaart zitten al standaard in Mastodon. Echter kunnen er wel een aantal cosmetische aanpassingen worden. Zo loop je met het meegeven van metadata al snel tegen beperkingen aan van Mastodon. De metadata (locatie en titel) wordt getoond in het bericht, lees hier meer over in het hoofdstuk over het Proof of Concept. Door de Mastodon instance aan te passen kan deze verborgen worden, of zelfs als speciaal metaveld worden meegegeven aan de postdata. Zie ook het hoofdstuk 'Technische haalbaarheid van een Mastodon kaart' om meer te weten te komen over de mogelijkheden van de huidige Mastodon instance.

Proof of Concept

Validatie proof of concept

We hebben verschillende Amsterdammers geïnterviewd om ons Proof of Concept te valideren: de interactieve kaart waarin het brievenbus-idee is verwerkt. De interviews richtten zich op de gewenste doelgroep. De zestien geïnterviewde personen vormen samen een representatieve afspiegeling van deze groep. Zij wonen in Amsterdam en vallen daarmee binnen de primaire doelgroep van het project. Interviews zijn gekozen als methode omdat we hiermee in korte tijd de relevante doelgroep kunnen bereiken. Deze resultaten zijn vervolgens uitgebreid besproken in het validatie verslag van het Proof of Concept.

Tijdens de interviews stelden we vragen die essentieel waren om het Proof of Concept te toetsen. Zo vroegen we onder meer of geïnterviewden een reactie van de gemeente belangrijker vinden dan interactie met medebewoners, en lieten we hen een A/B-vergelijking zien tussen de huidige Mastodon-omgeving van de gemeente en onze nieuwe kaartgebaseerde opzet. Op basis van hun feedback hebben we verschillende onderdelen van het concept aangescherpt, wat later terugkomt in de inzichten.

De interviews bevestigden bovendien dat het idee aanslaat bij de doelgroep: 75% van de geïnterviewden had een duidelijke voorkeur voor de interactieve kaart boven het huidige ontwerp van Mastodon. De gemiddelde beoordeling van de kaart (4,07) lag aanzienlijk hoger dan die van de huidige indeling (2,79). Dit geeft aan dat de gemeente Amsterdam met dit concept een waardevolle richting inslaat.

Waarden

De waarden toegankelijkheid, transparantie en inclusie vormen de kern van het Proof of Concept. De interactieve kaart maakt de informatievoorziening overzichtelijk, intuïtief en toegankelijker dan de huidige Mastodon-omgeving van de gemeente Amsterdam. Gebruikers kunnen eenvoudiger contact opnemen met de gemeente wanneer zij ideeën, meldingen of vragen hebben.

Transparantie komt terug in het feit dat de kaart in één oogopslag toont wat er in de stad speelt. Bijvoorbeeld vragen en klachten tot evenementen en initiatieven. Amsterdammers hoeven niet langer door een lineaire feed te scrollen, maar zien direct een visueel overzicht van alle activiteiten.

Inclusie speelt eveneens een centrale rol. De kaart is ontworpen voor alle Amsterdammers: burgers, ondernemers én bezoekers. Het platform maakt geen

onderscheid tussen gebruikersgroepen; iedereen kan deelnemen, reageren en input leveren.

Daarnaast biedt de kaart duidelijke meerwaarde ten opzichte van het huidige Mastodon-ontwerp. De visuele structuur sluit beter aan bij de behoefte aan een centrale, samenhangende plek waar Amsterdammers ideeën en gebeurtenissen in de stad kunnen volgen en delen.

Tot slot hechten Amsterdammers veel waarde aan een betrokken community en een gemeente die snel reageert op meldingen en initiatieven. Dit concept ondersteunt beide behoeften en creëert daardoor duidelijke waarde voor de gebruiker.

Botsingen van waarden

Tijdens het formuleren van het manifest kwamen verschillende botsingen tussen waarden aan het licht. Zo kan autonomie botsen met transparantie wanneer zelfstandige besluitvorming leidt tot het achterhouden van informatie. Transparantie staat soms op gespannen voet met soevereiniteit, omdat volledige openheid het gevoel van controle kan verminderen. Ook kan autonoom handelen inclusie in de weg staan, wanneer keuzes bepaalde groepen uitsluiten. Soevereiniteit kan toegankelijkheid beperken als de gemeentesystemen afsluit om controle te behouden. Daarnaast kan volledige transparantie juist inclusie onder druk zetten, bijvoorbeeld wanneer het openbaar maken van bepaalde data kwetsbare groepen benadeelt.

Voorkomen van botsingen tussen waarden

Om deze botsingen te voorkomen, is het van belang een balans te vinden waarbij transparantie niet wordt opgeofferd aan autonomie, en toegankelijkheid niet wordt beperkt door soevereiniteit. De gemeente heeft een publieke taak en dient daarom open te zijn over haar communicatie en deze voor iedereen bereikbaar te houden, ook al heeft zij eigen zeggenschap over de instance. Burgers moeten altijd toegang houden tot informatie die de gemeente publiceert, zodat zowel inclusie als vertrouwen in de digitale infrastructuur geborgd blijft.

Inzichten

De interviews hebben een aantal belangrijke inzichten opgeleverd:

- Gebruikers vinden het belangrijk dat *popular opinion* niet de overhand krijgt boven *public opinion*. Het concept met de kaart vangt dit goed op, wat door geïnterviewden werd gewaardeerd.

- De meningen onder Amsterdammers zijn deels verdeeld wanneer het gaat om het delen van ideeën over de stad; niet iedereen voelt zich geroepen om actief mee te denken.
- 75% van de geïnterviewden gaf de voorkeur aan de interactieve kaart boven de huidige Mastodon-pagina. De overige geïnterviewden waren neutraal of zagen een combinatie als beste optie—maar niemand koos voor het bestaande ontwerp.
- De meerderheid van de bewoners deelt momenteel geen mening of ideeën over de stad, en voelt ook niet altijd de behoefte dit te doen.
- Meer dan 75% heeft geen behoefte aan discussie met andere Amsterdammers, maar wél aan een gemeente die actief reageert op ingebrachte ideeën en meldingen.

Gemeenschapsbrievenbus

In dit hoofdstuk zal er langs de algemene features van de gemeenschapsbrievenbus worden gegaan. Dit prototype is gedurende dit project ontwikkeld.

Algemene uitleg prototype

Dit Hi-Fi prototype is een creatieve implementatie van het ActivityPub-protocol binnen Mastodon, ontwikkeld voor de Gemeente Amsterdam. Het prototype toont een interactieve kaart van Amsterdam waarop evenementen en wijkdiscussies zichtbaar zijn. De kaart fungeert als centraal interactiepunt voor inwoners, organisaties en de gemeente. Dit is de link naar het Hi-Fi prototype in Figma:

<https://www.figma.com/make/R7PbwmE43jAPR0Ulq0eDC/Hi-fi-prototype--deze-editen---Copy-?fullscreen=1&t=28IXWEJk3ehuTSUt-1>.

Uitleg specifieke features

Verificatie en betrouwbaarheid

In het informatievlak wordt de betrouwbaarheid van een evenement weergegeven met een verificatie-icoon:

- **Groen vinkje:** geverifieerd door de Gemeente Amsterdam
- **Oranje vinkje:** aanbieder is betrouwbaar, maar nog niet gemeentelijk geverifieerd
- **Rood vinkje:** niet geverifieerd

Dit systeem helpt misbruik en onbetrouwbare inzendingen te voorkomen.

Weergaveopties

Via de navigatiebalk kan de gebruiker verschillende kaartweergaven selecteren:

- **Standaardkaart:** schematische kaart van Amsterdam
- **Satellietweergave:** satellietfoto met evenementen
- **OV-kaart:** visualisatie van tram-, bus- en metrolijnen richting Centraal Station

Daarnaast is er een **eco-modus**, waarin externe content (zoals evenementdetails) niet automatisch wordt geladen. De gebruiker kan deze content handmatig activeren via de knop *Load remote content*.

Inloggen en community-interactie

Gebruikers kunnen inloggen met hun Mastodon-account. Pas na inloggen krijgen zij toegang tot wijkdiscussies en kunnen zij deelnemen aan gesprekken. Op de kaart verschijnen dan extra witte vlakken per wijk, die fungeren als een digitale ideeënbus. Elke discussie is gekoppeld aan een hashtag, bijvoorbeeld **#Haarlemmerbuurt**, zodat gesprekken ook binnen Mastodon terug te vinden zijn.

Na inloggen kan de gebruiker:

- reageren op evenementen en wijkdiscussies
- deelnemen aan communitygesprekken
- zoeken naar specifieke evenementen of wijken (met visuele markering op de kaart)
- evenementen indienen via de toplegatie

Algemene interface-elementen

Rechtsboven op de kaart bevindt zich een vast informatiekader met algemene uitleg, een legenda en een zoekfunctie. Alle gebruikte symbolen zijn hierin terug te vinden. Rechtsonder kan de gebruiker in- en uitzoomen en de kaartweergave resetten.

Interactieve kaart

Op de kaart worden in plaats van drie kleuren bolletjes twee kleuren bolletjes gehanteerd voor de leeftijd van evenementen:

- **Groen:** recent evenement
- **Rood:** verouderd evenement

Vervaging rood

De rode bolletjes van verouderde evenementen zijn meer naar de achtergrond vervaagd.

Betere zichtbaarheid login knop met Mastodon

Aangezien het centrale onderdeel van dit project met Mastodon is, is deze knop beter zichtbaar op het prototype met een oranje kleur.

Kies locatie op kaart

Als er op de knop evenement indienen wordt gedrukt dan kan de gebruiker een locatie op de kaart kiezen om zijn event op te plaatsen.

Filters toegevoegd

Er zijn filters toegevoegd om op genre van een evenement te kunnen filteren en de twee kleuren te kunnen filteren.

Selectiemenu talen

Om alle gewenste doelgroepen binnen Amsterdam te kunnen bereiken is er een optie dat het platform weergegeven kan worden in het Nederlands en Engels. Deze optie staat in de top navigatie bar.

Knoppen governance-structuur en gemeenschapsbestuur'

Om het governance gedeelte binnen dit platform te waarborgen, de regels binnen dit platform. Zijn er twee knoppen toegevoegd die de gebruikers de regels van de governance-structuur en het gemeenschapsbestuur laten zien.

Taal wijzigen

Om alle nationaliteiten toegang te geven tot dit platform en het begrijpelijk te maken is er de mogelijkheid gegeven om te switchen tussen de talen Nederlands en Engels.

Technische haalbaarheid van een Mastodon kaart

Code (EUPL v1.2): <https://github.com/FreakyWizard/mastodon-map>

Demo website: <https://frimvi.hubelzwubelflubel.nl>

Video: zie bijlage 'mastodon-kaart.webm'

Om de technische haalbaarheid van ons prototype aan te tonen hebben we een kleine React applicatie ontwikkeld. De applicatie bestaat uit twee onderdelen, een interactieve kaart en een tool om gemakkelijk Mastodon posts te kunnen maken.

Met de tool kan een gebruiker eenvoudig de locatie gebonden metadata genereren die nodig is om de post op de interactieve kaart te tonen. Het aanmaken van een post gebeurt in een aantal stappen. Eerst geef je de benodigde data op zoals de titel, tekst en de account handle van het Mastodon kaart account. Vervolgens kies je met behulp van een interactieve kaart de locatie, het is ook mogelijk om handmatig coördinaten in te voeren.

Zodra je op de knop 'bericht genereren' drukt verschijnt er een preview van jouw post. Deze ziet er bijvoorbeeld als volgt uit:

`@hva_team_frimvi@amsterdam.nl Test bericht`

`[lat=52.378 lon=4.9 title=Hello%20World]`

Mastodon Map

Een simpel prototype dat Mastodon posts op een LeafletJS kaart toont. Maak een posts aan met de tool hieronder, post hem op Mastodon en zie hem daarna verschijnen op de kaart!

Post maken tool

Maak een post

Velden met een * zijn verplicht.

Mastodon kaart account handle*

Titel*

Bericht

Versleep de pin op de kaart of voer handmatig de coördinaten in.



Breedtegraad*

Langtegraad*

Bericht genereren

Je kan ervoor kiezen om de tekst te kopiëren en dit op Mastodon te posten. Om dit proces te versimpelen hebben we een 'intent toot' (web intents) functionaliteit toegevoegd, deze functionaliteit zit niet standaard in Mastodon. Dit omdat Mastodon bestaat uit vele verschillende onafhankelijke servers. Het is onmogelijk om te bepalen naar welke instance de 'intent' request moet. Zodoende was het noodzakelijk om een extra stap toe te voegen waar je de URL van jouw Mastodon instance opgeeft.

Zodra je jouw post op Mastodon hebt gezet is het mogelijk om deze te bekijken op de kaart. De kaart, gemaakt met LeafletJS (data OpenStreetMap), wordt gevuld met behulp van de Mastodon API. Iedere Mastodon instance heeft een API. Publieke data zoals 'statussen' van een gebruiker kunnen hiermee gemakkelijk worden opgehaald.

Iedere post die de juiste metadata bevat, zoals hierboven beschreven. Kan worden getoond op de Mastodon kaart. Net zoals bij de 'intent toot' moet je voor het gebruik van de kaart de instance opgeven waarop het kaart account zich bevindt. Dit omdat het domein in een Mastodon handle niet altijd overeenkomt met het werkelijke domein van server.

Zo hebben gebruikers op *social.amsterdam.nl* het *@amsterdam.nl* als achtervoegsel in hun handle. Op *waag.social* daarentegen is het domein van de instance gelijk aan die van de handels. Mastodon overbruggt dit verschil met behulp van het webfinger protocol, echter om het project begrijpelijk en eenvoudig te houden hebben we de invoer van het instance domein handmatig gehouden.

Op de Mastodon kaart worden pinnetjes getoond. Zodra deze worden aangeklikt opent een popup. Bovenaan komt de titel uit de metadata te staan, daaronder de tekst van de post (de mention naar het kaart account wordt hieruit gehaald).

Proof of Concept beperkingen

Het Proof of Concept heeft helaas een aantal beperkingen. Het is nu alleen mogelijk om je eigen account te gebruiken als Mastodon kaart. Bijvoorbeeld als ik *@freak@freakdk.nl* een post plaats en het kaarten Mastodon account (*@hva_team_frimvi@amsterdam.nl*) tag moet deze mijn post reposten. Dit kan bijvoorbeeld in de toekomst worden geautomatiseerd met een Mastodon bot (ook middels de API).

Echter ontstaat hierbij een tweede probleem, het test account *@hva_team_frimvi@amsterdam.nl* kan geen reposts publiek tonen. Dit betekent dat deze ook niet in de API resultaten verschijnen. Dit komt door de ingestelde regels van de instance van gemeente Amsterdam. Op *waag.social* werkt het bijvoorbeeld wel.

Tests en onderzoeken

Om ons prototype te testen hebben we een interview afgenomen voor en na het laten zien van het prototype en daaruit hebben we de volgende informatie verkregen.

Mensen vinden het momenteel redelijk moeilijk om erachter te komen waar en wanneer initiatieven of evenementen van de gemeente en medebewoners plaatsvinden. Echter vinden hen ons prototype een goede oplossing hiervoor. En hebben ze liever ons prototype dan het huidige alternatief.

Het prototype heeft een gemiddelde score van 4/5 sterren behaald, dit vertelt ons dat de bewoners dit een duidelijk platform vinden en hier zeker gebruik van willen maken.

Het concept van open klachten waar iedereen je klacht kan zien is niet al te warm ontvangen door de bewoners, ze raden een vorm van anonimiteit aan voor bepaalde problemen, alhoewel ze geïnteresseerd zijn in andermans hun klachten en ideeën.

Alle geïnterviewden zouden de kaart aanraden aan hun burens of lokale verenigingen.

Bredere toepassingen ActivityPub

Er zijn veel manieren om ActivityPub toe te passen. Het hierboven toegelichte idee, is een voorbeeld hiervan. Om de mogelijkheden van ActivityPub goed in kaart te brengen is het noodzakelijk om het protocol goed te begrijpen.

Het ActivityPub bestaat uit een inbox en een outbox. Om gebruikers te vinden maakt gebruik van protocollen zoals Webfinger.

Deze eenvoudige opzet maakt het mogelijk om het protocol in allerlei verschillende soorten systemen te implementeren. Voorbeelden hiervan zijn:

- Nieuwsberichten op de website
 - Voor Wordpress bestaan er zelfs standaard plugins. Echter is het niet erg ingewikkeld om het protocol handmatig te implementeren in andere CMS'en
- Interne overleg omgeving van de gemeente
 - Veel bedrijven hebben interne overleg omgevingen. Hier kan worden overlegd met collega's of ideeën worden gedeeld. Organisaties gebruiker hiervoor vaak MS Teams. Echter is het goed mogelijk om een privé Mastodon server hiervoor te gebruiken. Omdat Mastodon gebruikt maakt van ActivityPub kan het zelfs breder worden getrokken. Zo kan er een heus intra-fediversum worden gebouwd. Waar iedere afdelingen een eigen Mastodon server heeft. Berichten van deze servers worden vervolgens tussen de verschillende afdelingen worden gesynchroniseerd.

Het voordeel van deze modulaire aanpak is dat je veel controle hebt over welke berichten getoond worden. Niet ieder idee is namelijk voor elke afdeling even relevant.

- Het intern delen van bestanden
 - In grotere organisaties is er nog wel eens onenigheid tussen afdelingen over ICT-keuzes. Zo willen 'progressievere' afdelingen van Microsoftproducten af maar de 'conservatieven' weigeren dat. Met ActivityPub kan dit probleem worden opgelost. De ene afdeling kan hun bestanden dan bijvoorbeeld in Nederland hosten en de andere in de VS. Door het protocol is het nog steeds mogelijk om met elkaar bestanden uit te wisselen.
- OpenPub / OpenPDC (OpenWebConcept) websitedata uitwisselen volgens een gestandaardiseerd protocol.
 - Veel gemeentewebsites maken gebruik van zogenaamde OpenPub / OpenPDC systemen om de content en de website van elkaar te kunnen scheiden. Met ActivityPub zal het mogelijk zijn om deze data uit te wisselen tussen verschillende gemeentes. Heeft gemeente Amsterdam een goede pagina over afval, die ook van toepassing is op gemeente Utrecht? Waarom zal gemeente Utrecht dan die pagina dan niet direct mogen kunnen tonen op hun eigen website?

Key succes indicators

In bijlage A deskresearch staat ook beschreven hoe de Application Programming Interface (API) van Mastodon werkt en waarom dit gebruikt wordt. Op basis van de API kunnen nu de Key succes indicators worden opgesteld waarop de gemeente Amsterdam kan beoordelen binnen de gemeenschapsbrievenbus hoeveel interactie er is op dit platform (Mastodon, z.d.), (mjankowski, z.d.). De belangrijkste key succes indicators die de gemeente Amsterdam terug wil zien moeten aansluiten bij de publieke waarden bereik, engagement, transparantie en toegankelijkheid.

- Hoeveel mensen er actief zijn **zonder** een **Mastodon account** op de gemeenschapsbrievenbus uitgesplitst over de weergaveopties *standaard*, *OV* en *satelliet*.
- Hoeveel mensen er actief zijn **met** een **Mastodon account** op de gemeenschapsbrievenbus uitgesplitst over de weergaveopties *standaard*, *OV* en *satelliet*.
- Hoe
- Het aantal **nieuw geplaatste events**, het aantal **events ouder dan** een maand en **verouderde events**.
- Het aantal opgestarte wijkdiscussie op de interactieve kaart
- Welke **hashtags** er actief zijn binnen de interactieve kaart, specifiek toegepast op wijkdiscussies.
- Welke **hashtags** meerdere keren **worden** hergebruikt, specifiek toegepast op wijkdiscussies.
- Hoeveel nieuwe volgers de gemeente Amsterdam instance heeft via de gemeenschapsbrievenbus.
- Hoeveel actieve deelnemers op de kaart dat daadwerkelijk een event, reactie op een event of reactie in een wijkdiscussie post.
- Gemiddeld aantal bijdragen in 30 dagen voor events en wijkdiscussies
- Percentage aantal gebruikers dat **doorklikt op een groen, oranje of rood** evenementenbolletje en vervolgens een reactie achterlaat na aanmelding.
- Gemiddelde **verwerkingstijd** tussen de plaatsing van een nieuw event en de verificatieprocedure
- Aantal **reacties per hashtag** van een wijkdiscussie.
- Het aantal sessies van gebruikers dat de kaart gebruikt zonder te inloggen met Mastodon en het aantal sessies van gebruikers dat de kaart gebruikt **met** inlog via **Mastodon**.
- Percentage gebruikers dat de **eco-modus** gebruikt en bewust de knop 'load remote content' of 'laad discussie-inhoud' gebruikt.
- Aantal **bugs** dat wordt opgelost na het invullen van het feedbackformulier wordt opgelost.

Bibliografie

- agconnect. (2025, 03 19). *Amsterdam presenteert plan voor digitale autonomie*.
Opgeroepen op 11 23, 2025, van agconnect.nl:
<https://www.agconnect.nl/maatschappij/overheid/amsterdam-presenteert-plan-voor-digitale-autonomie>
- ATProtocol. (2025). *Welcome to the Atmosphere*. Opgeroepen op 11 24, 2025, van
atproto.com: <https://atproto.com/>
- chrastecky.dev. (2025, 04 16). *ActivityPub: The Good, the Bad and the Ugly*. Opgeroepen
op 11 26, 2025, van chrastecky.dev: <https://chrastecky.dev/technology/activity-pub-the-good-the-bad-and-the-ugly>
- Demirkol, O. (2025, 08 03). *Everything you need to know about the Instagram Explore page*. Opgeroepen op 11 26, 2025, van reeditall.com:
<https://reditall.com/instagram-beginner-guides/instagram-explore-page/>
- Digitalisering, Innovatie en Informatie*. (z.d.). Opgeroepen op 12 15, 2025, van
openresearch.amsterdam:
<http://openresearch.amsterdam/nl/page/31573/digitalisering-innovatie-en-informatie>
- Dylan. (2022, 12 16). *De voordelen en nadelen van Instagram voor bedrijven*.
Opgeroepen op 11 26, 2025, van zeo.nl: <https://zeo.nl/instagram-voor-bedrijven/>
- en.wikipedia.org. (2025, 11 22). *Mastodon (social network)*. Opgeroepen op 11 26, 2025,
van en.wikipedia.org:
https://en.wikipedia.org/wiki/Mastodon_%28social_network%29
- Figma. (z.d.). *Figma*. Opgeroepen op 12 12, 2025, van figma.com:
<https://www.figma.com/>
- Gemeente Amsterdam. (z.d.). Opgeroepen op 12 15, 2025, van
<https://www.amsterdam.nl/innovatie/>
- Gemeente Amsterdam. (z.d.). *Innovatie*. Opgeroepen op 11 21, 2025, van amsterdam.nl:
<https://www.amsterdam.nl/innovatie/>
- House of Control. (2010 - 2025). *Stakeholderanalyse*. Opgeroepen op 11 18, 2025, van
House of control: <https://www.house-of-control.nl/stakeholder-analyse-management/>
- Librarian of Things. (z.d.). *How I use ActivityPub (and Why)*. Opgeroepen op 11 26, 2025,
van librarian.aedileworks.com:
<https://librarian.aedileworks.com/2025/10/13/how-i-use-activitypub-and-why/>

- Martinho, C., & Sauleau, S. (2023, 02 08). *Welcome to Wildebeest: the Fediverse on Cloudflare*. Opgeroepen op 11 26, 2025, van [blog.cloudflare.com](https://blog.cloudflare.com/welcome-to-wildebeest-the-fediverse-on-cloudflare/):
<https://blog.cloudflare.com/welcome-to-wildebeest-the-fediverse-on-cloudflare/>
- Mastodon. (z.d.). *measures API methods*. Opgeroepen op 12 17, 2025, van [docs.joinmastodon.org](https://docs.joinmastodon.org/docs.joinmastodon.org/methods/admin/measures/):
<https://docs.joinmastodon.org/methods/admin/measures/>
- mjankowski. (z.d.). *github.com*. Opgeroepen op 12 17, 2025, van [app/lib/admin/metrics/measure.rb](https://github.com/mastodon/mastodon/blob/main/app/lib/admin/metrics/measure.rb):
<https://github.com/mastodon/mastodon/blob/main/app/lib/admin/metrics/measure.rb>
- Mohsen. (2024, 09 28). *De Fediverse*. Opgeroepen op 11 20, 2025, van <https://nl.eerocket.com/the-fediverse/>
- Paulvanbuuren. (2025, 04 15). *WordPress en ActivityPub*. Opgeroepen op 11 26, 2025, van <https://paulvanbuuren.nl/wordpress-en-activitypub/>: 2024
- Pereira, N. (2025, 04 28). *Mastodon: wat het is, hoe het werkt en waarom dit hét Twitter-alternatief is dat je moet proberen*. Opgeroepen op 11 26, 2025, van [nl.androidguias.com](https://nl.androidguias.com/wat-is-mastodont-sociaal-netwerk/): <https://nl.androidguias.com/wat-is-mastodont-sociaal-netwerk/>
- Redactie. (2025, 03 10). *Het belang van stakeholder alignment & effectief stakeholdermanagement*. Opgeroepen op 11 21, 2025, van [managementplatform.nl](https://managementplatform.nl/het-belang-van-stakeholder-alignment-effectief-stakeholdermanagement/10/03/2025): <https://managementplatform.nl/het-belang-van-stakeholder-alignment-effectief-stakeholdermanagement/10/03/2025>
- social.overheid.nl. (2025). *social.overheid.nl*. Opgeroepen op 11 23, 2025, van [social.overheid.nl](https://social.overheid.nl/about): <https://social.overheid.nl/about>
- Sprinklr. (2025). *Owned Media*. Opgeroepen op 12 15, 2025, van [sprinklr.com](https://www.sprinklr.com/social-media-glossary/owned-media/):
<https://www.sprinklr.com/social-media-glossary/owned-media/>
- Wikipedia. (z.d.). *API*. Opgeroepen op 12 17, 2025, van [en.wikipedia.org](https://en.wikipedia.org/wiki/API):
<https://en.wikipedia.org/wiki/API>
- Zwart, H. d. (z.d.). *Design My Privacy: 8 principes voor ontwerpers*. Opgeroepen op 12 15, 2025, van [bitsoffreedom.nl](https://www.bitsoffreedom.nl/2016/05/02/design-my-privacy-8-principes-voor-ontwerpers/):
<https://www.bitsoffreedom.nl/2016/05/02/design-my-privacy-8-principes-voor-ontwerpers/>

Mastodon usernames different from the domain used for installation | masto.host. (2020, 5 december). Masto.host. Geraadpleegd op 15 december 2025, van <https://masto.host/mastodon-usernames-different-from-the-domain-used-for-installation/>

Playing with public data - Mastodon documentation. (z.d.). Geraadpleegd op 15 december 2025, van <https://docs.joinmastodon.org/client/public/>

Documentation - Leaflet - a JavaScript library for interactive maps. (z.d.). Geraadpleegd op 15 december 2025, van <https://leafletjs.com/reference.html#map-example>

Goldstein, D. (2022, 27 november). Getting Started with ActivityPub. DEV Community. Geraadpleegd op 15 december 2025, van <https://dev.to/thasmin/getting-started-with-activitypub-2mgm>

Wat is de Producten en Diensten Catalogus (OpenPDC)? (z.d.). Platform OWC. Geraadpleegd op 15 december 2025, van <https://openwebconcept.nl/blog/14-wat-is-de-producten-en-diensten-catalogus-openpdc>

Bijlagen

Deskresearch

Voordelen Mastodon

Mastodon is een gedecentraliseerd platform wat advertentievrij is (en.wikipedia.org, 2025). Verder gebruikt het een algoritme die chronologisch posts laat zien van de specifieke instance, er zit hier geen algoritme achter die specifieke posts eerder laat zien omdat het vaker bekeken wordt. Ook is er in Mastodon vanzelf een privacymechanisme ingebouwd. Doordat elk bericht door de instance gecontroleerd wordt heeft het bericht sterkere privacy in zich? De gemeenschap/community die Mastodon gebruikt is gericht op naleving van publieke waarden. Tot slot is het platform open source.

Middels toots, wat berichten zijn van maximaal 500 tekens. Kunnen gebruikers interacteren met verschillende gebruikers. Hashtags volgen, pools maken en de zichtbaarheid van berichten aanpassen aan verschillende privacy niveaus. Het biedt interoperabiliteit met andere Fediverse netwerken (Pereira, 2025), (Brandt, 2025).

Nadelen Mastodon

De nadelen van Mastodon zijn is dat er op dit moment veel minder gebruikers actief zijn op dit platform dan andere sociale mediakanalen. De nadruk ligt hier meer op community gesprekken.

Verder is het gebruik van Mastodon complex voor beginners, want voordat Mastodon betreedt kan worden dient er een server gekozen te worden uit de honderden andere servers (Bitesizemarketing, z.d.). Deze worden instances genoemd. In Mastodon zit geen commercie ingebouwd, er is bijvoorbeeld geen sprake van het aanbieden van advertenties of shopping. Mastodon kan niet gebruikt worden voor een commercieel doel. In de basis is Mastodon gedecentraliseerd, ervaringen van gebruikers kunnen verschillen per instance. Hierbij is sprake van fragmentatie, elke server heeft zijn eigen regels (Brandt, 2025). Op de ene instance kan het juist chaotisch zijn en op de andere instance stil (Brandt, 2025). Tot slot is ook het nadeel van Mastodon dat het nog niet breed geïntegreerd is met andere apps en diensten, waardoor dagelijks gebruik minder aantrekkelijk is (Bekkema, 2022).

Voordelen Instagram en Facebook

De social media platforms waar nu de nadruk oplicht zijn van het bedrijf Meta en zijn Instagram en Facebook. Voor dit project zijn dit de Meta platforms en worden ze als sociale mediakanalen als 1 type dienst gezien.

Al deze platforms hebben visuele kracht. Deze platformen draaien om het delen van foto's en video's naast tekst. Dit zou Amsterdamse burgers meer uit om dit soort platformen te gebruiken. Verder hebben al deze platform een groot bereik door meer dan een miljard actieve gebruikers wereldwijd. Met 1 post kan het binnen no-time een groot publiek bereiken. Door middel van hastags, de functies Explore en Reels kunnen gebruikers nieuwe trends, stijlen en communities ontdekken buiten het kanaal wat zij volgen. Met een hashtag (#) kun je een verzameling posts van mensen wereldwijd bekijken die dezelfde hashtag gebruiken. Zo zijn er nieuwe trends, stijlen of communities voor een bepaald thema zichtbaar. En het zorgt bij de gebruiker voor engagement, vermaak (Niftrik, 2022).

Het Explore-tabblad is een aparte pagina op Instagram waar het algoritme jouw posts laat zien die passen bij jouw interesse. Zie het als een 'inspiratie-feed' (Demirkol, 2025).

Reels zijn korte en creatieve videos met dansjes, challenges, muziekfragmenten of andere creatieve stijlen die binnen no-time viraal gaan. Dus binnen een groot publiek populair worden (Treek, 2025).

Binnen dit platform is sprake van merkpromotie en marketing, deze platforms worden gebruik voor branding, advertenties en influencer-marketing. Het biedt promotie aan in Stories, Carrousels en Reels. Verder is de app laagdrempelig en intuïtief, beginnende

gebruikers kunnen snel beginnen met posten en interacteren met andere accounts. Tot slot zijn er wat creatieve formats in deze platformen te vinden zoals Stories, Reels, IGTV en Live-Video's in al deze formats binnen deze Meta platformen wordt de gebruiker actief aangesproken om video's en foto's tot zich te nemen in plaats van tekst van posts (Redaction Team, 2024), (Peter, 2023).

Nadelen Instagram en Facebook

Een nadeel van Instagram is dat een algoritme bepaalt wat je kan zien. Het algoritme bepaalt wat populaire posts zijn en zichtbaar mogen zijn. Instagram is eigendom van Meta, dit bedrijf staat bekend om dataverzameling op grote schaal en advertentietargeting. Verder zijn alle sociale media platforms van Meta commercieel ingericht met advertenties, merkpromotie en invloed van influencers (Dylan, 2022). Verder zijn al deze kanalen verslavingsgevoelig door het kunnen liken, notificaties instellen per post en eindeloze scrol mogelijkheden. Tot slot heeft de auteur van een post beperkte invloed over hoe deze post of data van deze personen worden verspreid of hoe dit wordt verzameld door Meta (Redaction Team, 2024), (Peter, 2023).

Voordelen Mastodon ten opzichte van Instagram

Mastodon biedt duidelijke voordelen ten opzichte van Instagram doordat het volledig gedecentraliseerd en advertentievrij is. Waar Instagram sterk leunt op algoritmes en commerciële druk, geeft Mastodon gebruikers een chronologische tijdlijn en meer controle over hun privacy. Bovendien draait Mastodon op open source software en wordt het gedragen door gemeenschappen in plaats van één groot bedrijf, waardoor de nadruk ligt op waarden en gelijkgestemde interacties in plaats van massale zichtbaarheid en marketing. Dit maakt Mastodon aantrekkelijk voor wie authenticiteit, onafhankelijkheid en gemeenschapsgevoel belangrijker vindt dan bereik en commerciële functies.

Creatieve toepassingen Activitypub protocol andere landen

Voorbeelden van toepassingen buiten Mastodon die de gemeente Amsterdam zou kunnen gebruiken zijn:

- **WordPress**

Met een ActivityPub-plugin kunnen WordPress-blogs rechtstreeks gevolgd worden vanuit Mastodon of andere Fediverse-apps. Nieuwe blogposts verschijnen dan in de tijdlijn van volgers alsof het sociale media-updates zijn (Paulvanbuuren, 2025).

- **PeerTube (Frankrijk)**

Een open-source alternatief voor YouTube dat ActivityPub gebruikt om video's te delen en te federeren. Gebruikers kunnen kanalen volgen en video's ontdekken via het Fediverse, zonder afhankelijk te zijn van één centrale host (chrastecky.dev, 2025).

- **PixelFed (internationaal)**

Een Instagram-achtig platform dat ActivityPub inzet om foto's te delen. Gebruikers kunnen accounts volgen en foto's liken vanuit Mastodon of andere apps, waardoor visuele communities ontstaan buiten commerciële netwerken (chrastecky.dev, 2025).

- **Bibliotheken en kennisinstellingen (Canada)**

1. Sommige bibliotheken en academische instellingen gebruiken ActivityPub om collecties en nieuwsberichten te verspreiden. Dit sluit aan bij open-access en publieke informatievoorziening (Librarian of Things, z.d.).
2. Dit doen landen om te zorgen van democratisering van informatie, niet jouw informatie in handen laten vallen van de Big tech bedrijven zoals Meta. Lokale controle instellen. Interoperabiliteit, alle video's, foto's en nieuws kunnen via ActivityPub gedeeld worden. En transparantie Activitypub is een open source protocol en wereldwijd toegankelijk zonder beperkingen.
3. Deze bron is gebruikt om de interne en externe analyse op te baseren (Gemeente Amsterdam, z.d.).

De Mastodon Application Programming Interface (API)

Op basis van de volgende bronnen is de volledige Application Programming Interface (API) van Mastodon geïnspecteerd (Mastodon, z.d.), (mjankowski, z.d.). Wat een API voor functie heeft is als je een externe applicatie voor een zelfde instance van Mastodon wil gebruiken. Het is als het ware een vertaler voor twee type software wat op computers draait (Wikipedia, z.d.). Dan kan je in de applicatie die je schrijft, in dit geval de gemeenschapsbrievenbus van Amsterdam, de Mastodon API verwerken. Dit is dan een stuk code die deze twee verschillende applicaties met elkaar communiceren. En in dit geval zorgt de API er onder andere voor dat een gebruiker met zijn Mastodon account kan inloggen binnen de applicatie en dat de posts van evenementen en wijkdiscussies onder een hashtag ook zichtbaar zijn op de Mastodon instance van de 'social.amsterdam.nl'.

Key succes indicators

De huidige key succes indicators zijn dan volgens de Mastodon API:

- Het aantal actieve users op jouw instance in de opgegeven tijdsperiode.
- Het aantal gebruikers die nieuw geregistreerd zijn binnen de instance in de opgegeven tijdsperiode.
- Het totale aantal interacties op lokale toots in een opgegeven tijdsperiode. Hoe vaak de post als favoriet is gemarkeerd, hoe vaak de post is geboost en hoe vaak er is gereageerd op de post.
- Hoe vaak een account een tag heeft gebruikt in een bericht.
- Hoeveel accounts zijn getagd in een bepaalde tijdsperiode.
- Hoeveel toots zijn getagd in een periode.
- Hoeveel servers zijn getagd in een bepaalde periode.

- Het totaal aantal accounts wat in de instance is ingeschreven.
- Hoeveel posts er van een extern domein komen ipv. van Mastodon.
- Hoeveel volgers er zijn van de instance vanaf het externe domein

Overige

Alle overige bijlagen zijn te vinden in de ‘bijlagen’ map. Denk aan presentaties, test resultaten, eerdere prototype versies en verslagen die tussendoor zijn opgeleverd. Alle bijlage zijn gepubliceerd onder dezelfde licentie als dit verslag.