

# PLAN VAN AANPAK

**Namen: Vincent van Loon, Freek de  
Kruijff, Imran Aoulad Yahya**

**Opdrachtgever: D.Schmidt**

**Docent: H. de Swart**

**Datum: 23-11-2025**

# Inhoud

1	Debrief .....	2
2	Contextanalyse .....	7
	Interne analyse .....	7
	Externe analyse .....	7
3	Stakeholdersanalyse .....	12
4	Doelgroep als users .....	16
5	Planning.....	16
	Co-creatie met stakeholders .....	17
	Co-creatie binnen het team .....	18
6	Taakverdeling .....	18
7	Bibliografie .....	19

# 1 Debrief

## 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 deze debrief leest u meer over opdracht, doel- & probleemstelling en de succesindicatoren.

## Opdracht

De opdrachtgever heeft gevraagd een om een concreet plan voor de Mastodon server van de gemeente te ontwikkelen. Onderzoek hiervoor hoe de communicatie behoefte van de innovatie afdeling van de gemeente, voor zowel 'zenden' als 'ontvangen' door middel van een analyse. Verken hiernaast andere mogelijkheden die het ActivityPub protocol biedt voor de publieke sector. Daarnaast moet de afdeling innovatie goed kunnen werken met de methode van het Proof of Concept. Daarmee zijn er vier deliverables die dit project opgeleverd zullen worden.

- Deliverable 1 is dat er een rapport volgt waarin de huidige sociale media strategie van de afdeling Innovatie is geanalyseerd in de vorm van een contextanalyse. In de vorm van communicatiebehoeften van medewerkers, uitdagingen in vergelijking met de huidige sociale media platforms en de gewenste doelgroepen in de vorm van een stakeholdersanalyse.
- Deliverable 2 is dat er een implementatieplan volgt hoe de afdeling innovatie meer kan doen met de bestaande Mastodon server. En in die ideeën voor de mogelijke implementatie wordt er gelet op de volgende zeven punten. De contentstrategie en de tone-of-voice van de afdeling, governance en moderation beleid, integratie met bestaande communicatiekanalen en bijdrage aan de code en ontwikkeling van het protocol.
- Deliverable 3 is dat er een advies volgt waarin de mogelijkheden van het ActivityPub protocol worden onderzocht binnen de publieke sector. Ut dit advies komt vervolgens een conceptvoorstel voor een innovatieve toepassing.

- Deliverable 4 is dat er meetbare doelen en KPI's worden opgesteld die de publieke waarden meten in het nieuwe sociale media platform in plaats van de bestaande commerciële metrics.

### **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?

## **Doelstelling**

De gemeente Amsterdam heeft het volgende probleem:

Het gebrek aan een adequaat sociale media platform voor de gemeente Amsterdam dat rekening houdt met het beleid van de gemeente Amsterdam, normen en waarden van de bewoner respecteert, de bewoners weer controle geeft over zijn eigen data en transparantie gedurende het proces en dat de gemeente Amsterdam autonomie geeft over zijn eigen data.

Ook wil de gemeente Amsterdam gedurende het proces weten wat er gebeurt op de achtergrond, in het bijzonder rond de informatieverwerking van ActivityPub/Mastodon.

De opdrachtgever en de stakeholders willen bereiken met het project dat de publieke communicatie en dienstverlening voor de Amsterdamse burger gemakkelijker maken. Ook wil de opdrachtgever onafhankelijker worden van Big Tech bedrijven om de mogelijkheden van een gedecentraliseerd social media platform.

Als projectteam hopen wij het volgende te bereiken met het project:

*Imran*

De balans vinden in wat school wil en wat de opdrachtgever wil qua eindproduct.

*Vincent*

Alle belangen behartigen en balanceren van de projectgroep, school, de opdrachtgever en de stakeholders.

*Freek*

Wanneer we een bruikbaar antwoord hebben gevonden op de vraag hoe de gemeente Mastodon kan inzetten en hierbij de HvA en de opdrachtgever tevreden stel.

## Succesindicatoren

Het project is voor de opdrachtgever geslaagd als:

- De communicatiebehoeften van de innovatie afdeling van de gemeente zijn in kaart gebracht.
  - Er is een duidelijk beeld van de verwachtingen en behoefte van de afdeling op het gebied van communicatie. Dit door middel van interviews.
  - Er is een duidelijk beeld van de huidige werkmethode rond communicatie van de afdeling. Dit door middel van interviews of aangeleverde documentatie.
- Er is een concreet plan voor de bestaande Mastodon server van de gemeente.
  - Er is een duidelijk puntsgewijs plan met aanbevelingen hoe de gemeente meer kan doen met hun Mastodon server.
  - De bevindingen uit het onderzoek in de communicatiebehoeften zijn terug te vinden in dit plan.
  - Indien relevant wordt er expliciet aandacht besteed aan governance.
- Twee duidelijk gedefinieerde mogelijkheden die het ActivityPub biedt voor de publieke sector.

De opdracht is geslaagd voor 15 studiepunten wanneer het projectteam voldoende inzet heeft getoond en de opdracht naar tevredenheid van de opdrachtgever heeft afgerond.

De opdracht is voor het projectteam geslaagd als niet alleen 'de schoolopdracht' wordt afgerond, maar er ook werkelijk bruikbare inzichten hebben weten te bedenken waarmee de gemeente stappen vooruit kan zetten.

Wat we nog niet weten van de opdracht is vertaald in een lijst van vragen, die hieronder te zien is:

#### **Vragen naar aanleiding van de opdracht beeldverhaal**

- Is het waar dat jullie zoveel mogelijk het saaie element van de gemeente Amsterdam vermijden op social media?
- Wat leveren comments onder jullie posts voor voordelen op?
- Wat leveren comments onder jullie posts voor nadelen op?
- Waarom hebben jullie ervoor gekozen om in juli 2024 niet meer te reageren op posts van Amsterdamse burgers op X?
- Passen jullie deze strategie ook toe op andere sociale media platforms?
- Zien jullie voordelen in het feit dat er niet wordt gereageerd op posts van Amsterdamse burgers?
- Zien jullie nadelen in het feit dat er niet wordt gereageerd op posts van Amsterdamse burgers?
- Waarom geven jullie zo uitgebreid antwoord op vragen?
- Welke publieke waarden nemen jullie mee in het plaatsen van posts op sociale media?
- Welke publieke waarden worden nu niet volgens jullie meegenomen in het behandelen van klachten via social media?
- Welke publieke waarden zouden jullie mee willen nemen in het behandelen van klachten via social media?
- Welke publieke waarden worden nu niet volgens jullie meegenomen in het behandelen van vragen via social media?
- Welke publieke waarden zouden jullie mee willen nemen in het behandelen van vragen via social media?

#### **Verificatie Plan van Aanpak**

- Zijn jullie het eens met onze probleemstelling?
- Waarom hebben jullie een eigen mastodon instance en gebruiken jullie niet de van social.overheid.nl
- Hebben jullie ook andere decentrale sociale mediasystemen overwogen?
- Waarom hebben jullie een eigen mastodon instance en gebruiken jullie niet de van social.overheid.nl?
- Wat is het huidige beleid rond om moderatie op jullie Mastodon instance, en welke voordelen heeft dit ten opzichte van Big Tech sociale media?

## 2 Contextanalyse

Deze bron is gebruikt om de interne en externe analyse op te baseren (Gemeente Amsterdam, z.d.).

### Interne analyse

#### Missie en Beleid

**Sterkte:** De afdeling Innovatie heeft een duidelijke missie, namelijk dat ze hun publieke dienstverlening willen verbeteren door middel van social media. Verder hanteren ze zich aan duidelijke publieke waarden zoals privacy, toegankelijkheid en helderheid.

**Zwakte:** De huidige social media strategie van afdeling Innovatie (linked-in) is gebrekkig op het vlak van bewoners bereiken die hulp nodig hebben of vragen hebben, en ook op het vlak van kennis delen met de bewoners.

#### Middelen

**Sterkte:** De gemeente Amsterdam heeft al een mastodon pagina

**Zwakte:** Gebrek aan een concreet plan over het optimaal inzetten van het bestaande mastodon pagina

#### 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. Dit komt onder andere vanwege de afhankelijkheid van Big Tech en als gevolg daarvan ook hun beleid.

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

### Externe analyse

#### 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 recent 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.

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

## **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 paragrafen 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 langetermijnplan. Op de Mastodon pagina van de Innovatie afdeling is er vorige maand voor het laatst iets gepost. Op LinkedIn is dat een aantal dagen geleden.

## **Welke processen, tools, gewontes 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 media protocol (dat leert van de fouten van ActivityPub) (ATProtocol, 2025).

- Amsterdam heeft beleid op digitale autonomie (agconnect, 2025)
- Mastodon instance van de Rijks overheid '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.

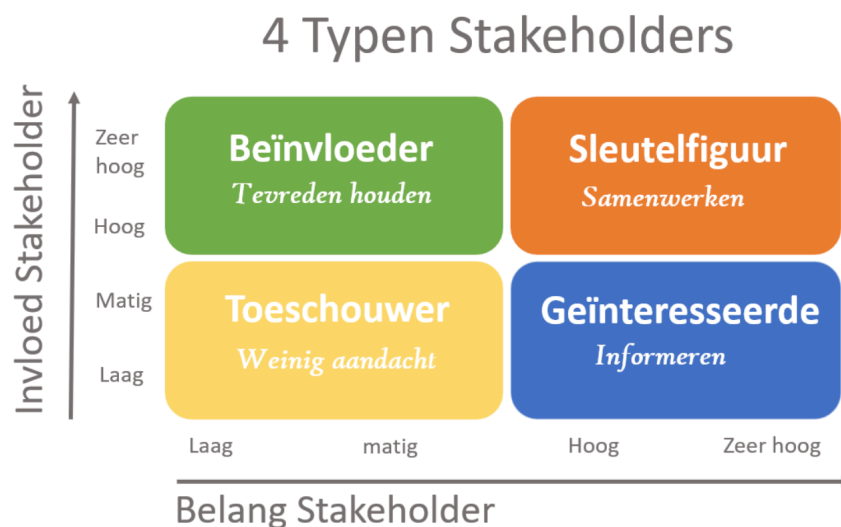
Het hosten van een eigen instance kost geld. Dit levert ons digitale soevereiniteit op. Maar als mensen zich niet voldoende bewust zijn van de noodzaak hiervoor wordt het lastig om budgetten goed gekeurd te laten worden. De gemeente heeft een voorbeeld rol, en zal juist daarom het voortouw moeten nemen 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) mee krijgt.

### **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 er voor zorgen dat de algoritmes belangrijke posts niet meer begraven.
- Eigen sociale media zorgt er voor dat data altijd beschikbaar is, en dus niet achter een betaalmuur of inlog zit weg gestopt.
- 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 normaal op Twitter wordt gezet. Instagram en facebook posts moeten er ook te vinden zijn.
- ActivityPub kan voor meer dan alleen microblogging worden gebruikt. De gemeente kan PeerTube gaan gebruiken voor video's.

### 3 Stakeholdersanalyse

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.

### **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 Proof of Concept niet aansluit op de wensen van de Amsterdamse burger.

De verwachting is dat het communicatiekanaal dat als Proof of Concept opgeleverd zal worden is bruikbaar op het moment van oplevering.

### **Andere afdelingen binnen de Gemeente Amsterdam**

Het belang is dat er conform beleid is voor 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 herbruikt kan worden voor Amsterdamse burgers.

Toeschouwer

### **Niet Amsterdamse burgers**

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

Het doel is dat ze volgens conform beleid kunnen leven in Nederland

Het pijnpunt is dat Als er beleid wordt opgeleverd die niet in lijn is met hun verwachtingen hoe de Nederlandse rechtsstaat moet functioneren.

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 goed worden gediend.

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.

Geïnteresseerde

### **Mastodon community**

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

Het doel is dat er meer mensen het Fediverse dan de Mastodon community gebruiken en groter zijn. Dat is het uiteindelijke doel van de Mastodon community.

Het pijnpunt is dat de instance die de Gemeente Amsterdam op Mastodon bezit geen beheerregels, 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).

### **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 niet ondervertegenwoordigd zijn in Nederland.

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 is via de sociale mediakanalen.

Sleutelfiguur

#### **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 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 Bouke 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.



## 4 Doelgroep als users

Er zal een Mastodon instance voor de gemeente Amsterdam worden ingericht.

De innovatie afdeling van Amsterdam gebruikt nu LinkedIn als communicatiemiddel. Hun communicatie is dus duidelijk gericht op een professionele doelgroep.

De Amsterdamse burgers moeten bij het designproces betrokken zijn

De gebruikers van de afdeling innovatie die het platform zullen testen.

## 5 Planning

Er zijn in totaal 5 weken om het project uit te voeren. In de eerste week zal er ideation toegepast worden, er zullen drie ideeën uitkomen voor een nieuwe manier voor de afdeling innovatie van de gemeente Amsterdam om publieke dienstverlening en dienstverlening via social media in te vullen. In de tweede week zal er een concept van het onderzoek komen en zal er een Proof of Concept komen van het Social Media platform komen voor de gemeente Amsterdam. In de derde week zal er een prototype van het Proof of Concept worden opgesteld. In de vierde week zal er begonnen worden met het testen van het prototype voor de gemeente Amsterdam, er zal een testplan komen en de resultaten van de test zullen komen. En in de laatste week zal het eindproduct van het project gepresenteerd worden aan de Hogeschool van Amsterdam. Daarnaast zal er een product en procesbespreking komen. Ook zullen de vier deliverables van het project met de opdrachtgever gedeeld worden.

	<b>Week 0</b>	<b>Week 1</b>	<b>Week 2</b>
<b>Fase</b>	Vooronderzoek	Ideation	Concept onderzoek
<b>Opdrachten</b>	Verkennen van opdracht, deskresearch document, Plan van Aanpak	Drie nieuwe manieren om communicatie vorm te geven.	Bevindingen uit de vorige week worden vertaald in een eerste concept en een proof of concept.
<b>Deliverables</b>	PvA + deskresearch appendix	Ideation document	Proof of concept
	<b>Week 3</b>	<b>Week 4</b>	<b>Week 5</b>
<b>Fase</b>	Prototype	Testen	Oplevering
<b>Opdrachten</b>	Ontwikkeling van een prototype op basis van het proof of concept	Testen en controleren van resultaten uit eerdere weken	Presenteren resultaten en opleveren onderzoek aan de opdrachtgever
<b>Deliverables</b>	Prototype, user-story	Test checklist	Presentatie

## Co-creatie met stakeholders

Om ervoor te zorgen dat ons product voldoet aan de verwachtingen van de stakeholders en opdrachtgever is het belangrijk om deze te betrekken in het onderzoeksproces. Dit doen we door in goed contact te onderhouden met de opdrachtgever. Andere minder dicht betrokken stakeholders benaderen we middels interviews en tests. Daarnaast maken we gebruik van eerder onderzoek wat gedaan is onder deze doelgroep.

## Co-creatie binnen het team

Voor ieder op te leveren product werkt het team samen. Iedereen heeft invloed op het eindresultaat. We verdelen iedere opdracht in verschillende taken. Ieder teamlid pakt een onderdeel op. Zodra dit onderdeel is afgerond wordt dit met de rest van het team besproken. Dit middels het communicatiekanaal Signal of face-to-face de feedback bespreken, de nodige aanpassingen die hieruit volgen zullen verwerkt worden. Zo behouden we een dialoog en realiseren we een 'common ground' voor alle op te leveren producten. Met common ground wordt er bedoeld dat er een eindproduct wordt opgeleverd, waarmee iedereen van de projectgroep tevreden is.

Het doel is om iedereen efficiënt te laten werken aan een onderdeel wat ze zelf hebben gekozen. Dit waarborgt ook het enthousiasme en daadkracht van de teamleden.

## 6 Taakverdeling

- Freek: debrief (inleiding, opdracht, succes indicatoren), planning, inclusief uitwerking co-creatie, deskresearch (appendix), vragen interview, eindcontrole en opmaak document
- Imran: debrief (probleemstelling, doelstelling, verwerken feedback op debrief), contextanalyse
- Vincent: debrief (probleemstelling, doelstelling), opzet document, stakeholdersanalyse, doelgroep als users, vragen interview, algemene aanvullingen en controle

## 7 Bibliografie

- House of Control. (2010 - 2025). *Stakeholderanalyse*. Geraadpleegd op 11 18, 2025, van House of control: <https://www.house-of-control.nl/stakeholder-analyse-management/>
- Mohsen. (2024, 09 28). *De Fediverse*. Geraadpleegd op 11 20, 2025, van <https://nl.eerocket.com/the-fediverse/>
- Gemeente Amsterdam. (z.d.). *Innovatie*. Geraadpleegd op 11 21, 2025, van [amsterdam.nl: https://www.amsterdam.nl/innovatie/](https://www.amsterdam.nl/innovatie/)
- Redactie. (2025, 03 10). *Het belang van stakeholder alignment & effectief stakeholdermanagement*. Geraadpleegd 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)
- ATProtocol. (2025). *Welcome to the Atmosphere*. Geraadpleegd op 11 24, 2025, van [atproto.com: https://atproto.com/](https://atproto.com/)
- agconnect. (2025, 03 19). *Amsterdam presenteert plan voor digitale autonomie*. Geraadpleegd op 11 23, 2025, van [agconnect.nl: https://www.agconnect.nl/maatschappij/overheid/amsterdam-presenteert-plan-voor-digitale-autonomie](https://www.agconnect.nl/maatschappij/overheid/amsterdam-presenteert-plan-voor-digitale-autonomie)
- social.overheid.nl. (2025). *social.overheid.nl*. Geraadpleegd op 11 23, 2025, van [social.overheid.nl: https://social.overheid.nl/about](https://social.overheid.nl/about)