

Communicatieplan

Videocameratoezicht Amsterdam-Centrum

OMSCHRIJVING PROJECT

Projectnaam: Videocameratoezicht stadsdeel Amsterdam-Centrum

Opdracht: communicatieplan

Adviseur:

Datum: augustus 2002

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	1
1.1	Inleiding.....	1
1.2	Doelstellingen van Cameraproject.....	1
1.3	Algemene afspraken communicatie Cameraproject.....	1
2.	Projectorganisatie Cameraproject en werkgroep Communicatie.....	3
2.1	Projectorganisatie Cameraproject en werkgroep Communicatie.....	3
2.2	Taak werkgroep Communicatie en Implementatie.....	3
2.3	Probleemstelling.....	4
2.4	Communicatiedoelen en doelstellingen.....	4
3.	Doelgroepen in beeld.....	6
3.1	Doelgroepen in beeld.....	6
3.2	Externe doelgroepen	6
3.3	Interne doelgroepen.....	7
4.	Communicatie boodschap	9
4.1	Communicatie boodschap	9
4.2	Boodschappen doelgroep algemeen.....	9
4.3	Boodschap doelgroepen specifiek.....	10
5.	Middelen	11
5.1	Middelen.....	11
5.2	Free Publicity.....	11
5.3	Payed Publicity.....	12
5.4	Verplichte publiciteit.....	12
5.5	Interne communicatiemiddelen	12
6.	Communicatiematrix Extern en Intern.....	13
6.1	Communicatiematrix Extern en Intern	13
6.2	Communicatiebudget.....	13
6.3	Evaluatie	13

1. Inleiding

1.1 Inleiding

De afdeling communicatie van het stadsdeel Amsterdam-Centrum heeft opdracht gekregen een communicatieplan te maken bij het uitvoeringstraject van het Cameraproject. Het College van Burgemeester en Wethouders heeft het plan voor cameratoezicht in de binnenstad vastgesteld. Het stadsdeel neemt de uitvoering op zich. Het plaatsen van de camera's in het Nieuwendijkkwartier en op de Wallen is een experiment. Het experiment heeft een termijn van 2 jaar. Hierna zal bekeken worden of deze maatregel effectief is en voortgezet zal worden.

Dit communicatieplan moet gezien worden in combinatie met het stuk over de uitvoering (DB/commissie, dd ??), zodat deze nota geen herhaling hoeft te bevatten.

1.2 Doelstellingen van Cameraproject

Doel van het experiment is tweeledig:

1. het verhogen van de subjectieve veiligheidsgevoelens;
2. het verhogen van de objectieve veiligheid.

Deze doelen kunnen worden bereikt door:

- de preventieve werking van de camera's;
- pro-actieve en actieve inzet van politie bij dreigende verstoring of verstoring van de openbare orde;
- de opsporing en aanhouding van personen die zich schuldig maken aan misdrijven en overtredingen.

Het gebruik van cameratoezicht moet in de betreffende gebieden de volgende resultaten opleveren:

- een toename van het veiligheidsgevoel van het uitgaanspubliek, ondernemers en de bewoners;
- terugdringen van overlast door o.a. verslaafden;
- verhoging van het oplossingspercentage misdrijven.

1.3 Algemene afspraken communicatie Cameraproject

Het Cameraproject is een samenwerkingsverband tussen politie en gemeente. Het is een door de gemeente getrokken project waarin de gemeente Amsterdam is betrokken als eindverantwoordelijke voor de openbare orde en veiligheid. Vanuit het projecttrekkerschap is afgesproken dat het stadsdeel, i.o.m. de politie en de Centrale Stad de gehele communicatie voor haar rekening neemt voor de uitvoering van de experimentele fase van het project.

De communicatie extern geschiedt zoals beschreven in dit communicatieplan. In de aanloop fase zal geen sprake zijn van actieve communicatie. In deze periode zal alleen gereageerd worden op algemene vragen door de afdeling communicatie van de Centrale Stad en het stadsdeel. Vragen betreffende het Cameraproject kunnen worden doorverwezen naar deze afdelingen.

Beantwoording van vragen van bewoners en ondernemers gebeurt door de projectleider J. Gerrits van het stadsdeel.

2. Projectorganisatie Cameraproject en werkgroep Communicatie

2.1 Projectorganisatie Cameraproject en werkgroep Communicatie

In het jaar 2002 staat er een projectorganisatie met een opdrachtgever projectleider, een projectgroepen een werkgroep communicatie.

Naam	Functie/vertegenwoordiging	Functie Cameraproject
(????? svp aanvullen)	projectleider SAC	Opdrachtgever Projectleider
Werkgroep Communicatie		
	projectleider SAC	Vz. WG Communicatie
	communicatieadviseur SAC	Lid WG Communicatie
	communicatieadviseur Politie	Lid WG Communicatie
	projectleider Centrale Stad	Lid WG Communicatie
	????	Lid WG Communicatie
		Lid WG Communicatie
		Lid WG Communicatie

2.2 Taak werkgroep Communicatie en Implementatie

De werkgroep communicatie heeft tot taak een communicatieplan op te stellen en uit te voeren. De implementatie richt zich op externe en interne doelgroepen.

Het communicatietraject valt uiteen in verschillende fases:

Fase 1.

Alle voorbereidende communicatie (vergaderingen, bilaterale gesprekken en conceptplannen) om te komen tot het projectplan.

Fase 2.

Dialogoog met de pandeigenaren en bewoners/ondernemers, van de panden waaraan de camera's bevestigd zouden moeten worden.

Fase 3.

De communicatie is gericht op het bekend maken van het Cameraproject bij alle sub-doelgroepen (intermediairs als beheergroepen, IBO e.d.)

Fase 4.

De fase voor, tijdens en na de start van het operationeel worden van het camerasysteem zal intensief gecommuniceerd moeten worden. Het operationeel

worden is een markant punt in het project. Veel aandacht in pers. Steeds de stand van zaken actueel houden.

Fase 5.

Communicatie van evaluatiegegevens en conclusies voor de toekomst. De resultaten en ervaringen door metingen, rapportages en evaluaties worden verzameld. Hierover dient regelmatig intern en extern gecommuniceerd te worden.

2.3 Probleemstelling

Er zijn veel doelgroepen betrokken bij het Cameraproject. Er zal op verschillende niveaus en met wisselende intensiteit gecommuniceerd moeten worden. De centrale vragen zijn:

- hoe kan kennis over het Cameraproject vergroot worden?
- hoe kan draagvlak voor het Cameraproject gecreëerd worden?

2.4 Communicatiedoelen en doelstellingen

Uit de projectdoelstellingen en de probleemstelling kunnen de communicatiedoelen ontleed worden. Via deze doelstellingen kan geëvalueerd worden of en in hoeverre de communicatieve inspanningen effect hebben gehad.

De communicatiedoelen zijn:

- bezoekers van het cameragebied informeren over de aanwezigheid van camera's, in welk gebied de camera's hangen en waarom hiervoor is gekozen.

meting: een jaar na de invoering van het videocameratoezicht meten hoeveel van de bezoekers van het cameragebied in de binnenstad van Amsterdam weten dat er met camera's toezicht wordt gehouden, in welk gebied camera's hangen en waarom er met camera's wordt gewerkt.
- bewoners en ondernemers in/om het cameragebied informeren over de aanwezigheid van camera's, in welk gebied de camera's hangen en waarom hiervoor is gekozen. Deze doelgroepen moeten draagvlak tonen bij de evaluatie van het project. Kennis, houding en gedrag moeten aansluiten bij het project.

meting: een jaar na invoering meten hoeveel % van deze doelgroepen weten dat er met camera's toezicht wordt gehouden, waar camera's hangen en waarom er met camera's wordt gewerkt (attitude van externe doelgroepen beschrijven en meetbaar maken)
- interne betrokkenen informeren over de aanwezigheid van camera's, in welk gebied er camera's hangen en waarom hiervoor is gekozen. Deze doelgroepen moeten draagvlak tonen bij de invoering en de evaluatie van het project. Kennis, werkhouding en gedrag moeten professioneel aansluiten bij het project.

meting: een jaar na invoering van het project meten hoeveel % van de interne doelgroepen weet dat er met camera's toezicht wordt gehouden, waar camera's hangen en waarom er met camera's wordt gewerkt (attitude van interne doelgroepen beschrijven en meetbaar maken)

De communicatiedoelstellingen zullen in overleg met de projectgroep vertaald moet worden naar een meetmethode. Er zal een methode worden ontwikkeld gericht op de doelstellingen van het communicatieplan.

3. Doelgroepen in beeld

3.1 Doelgroepen in beeld

Hieronder volgt een overzicht van doelgroepen met een verdeling naar intern en extern. Verder is per doelgroep kort weergegeven welk belang (betrokkenheid) deze doelgroep bij het project heeft.

3.2 Externe doelgroepen

Bewoners binnen het cameragebied

- partner in dit traject;
- door plaatsing van camera's aan gevel
- door observatie in hun woongebied;
- willen weten waar en waarom camera's geplaatst worden;
- willen weten hoe het staat met hun privacy.

Bewoners rond het cameragebied

- camera's worden geplaatst in directe leef- en woonomgeving;
- willen weten waar en waarom camera's geplaatst worden;
- willen weten hoe het staat met privacy en integriteit.

(Horeca)ondernemers binnen cameragebied

- willen weten hoe het staat met privacy en integriteit;
- willen weten wat de mogelijke consequenties zijn voor hun bedrijfsvoering;
- kunnen input leveren voor het project.
- zijn bang voor omzetverlies door ophanging camera's.

(Horeca)ondernemers buiten cameragebied

- willen weten waarom zij niet in het VCT -gebied vallen.
- zijn bang voor omzetverlies door ophanging camera's.

Overlegstructuren die als intermediair kunnen fungeren

- zie bijlage.

Bezoekers centrumgebied (uit stad en regio en toeristen)

- moeten kunnen weten dat het Cameraproject in de binnenstad aanwezig is;
- moeten kunnen weten in welk gebied camera's hangen;
- willen weten waarom er in de binnenstad van Amsterdam toezicht gehouden wordt met camera's.

Slachtoffers van met camera geregistreerde misdrijven

- willen weten wie toegang heeft tot de beelden;
- willen weten hoe beelden tot bewijsmateriaal leiden.

Potentiële daders, criminelen en openbare ordeverstoorders

- willen weten waarom er cameratoezicht is in de binnenstad;
- willen weten wie toegang heeft beelden
- willen camera's frustreren of vernielen (strafmaat verminderen);
- willen weten hoe beelden leiden tot bewijsmateriaal.

Landelijke en intergemeentelijke contacten

- kennis halen en brengen;
- ministerie van BIZA i.v.m. convenant Veilig Uitgaan. (????)

3.3 Interne doelgroepen

Politie

- voortgang van communicatietraject.

Politie, voorlichting district, stad en regio

- voortgang en resultaten van cameratoezicht;
- voorbereid zijn op persvragen.

Politie, alle wijkagenten/wijkchefs/buurtregisseurs van rayon centrum

- nauw betrokken bij project want speelt zich af in hun verzorgingsgebied;
- communicatie naar de wijk;
- ambassadeurs van Cameraproject.

Politie, overige medewerkers van district

- betrokken bij project want speelt zich in hun district af;
- willen weten wat de invoering van camera's voor hun werkzaamheden betekent.

Politie, alle medewerkers overige districten stad Amsterdam

- benieuwd naar voortgang;
- benieuwd naar cijfers en resultaten.

Bureau Slachtofferhulp (????)

- moet op de hoogte zijn van procedure en regelgeving rondom VCT i.v.m. advisering slachtoffers (in pakket aangifte/moment inzage beelden).

Gemeente, burgemeester en wethouders, afdeling Algemene Zaken

- is verantwoordelijk voor het veiligheidsbeleid in de stad en partner.

Gemeente, de raad en de commissie

- wil als co-financier en beleidsmakers op de hoogte blijven van ontwikkeling, voortgang en resultaten van cameraproject

Stadsdeel, bestuur, medewerkers

- is verantwoordelijk voor het veiligheidsbeleid in de stad en partner.

Stadsdeel, de raad en de commissie

- wil als co-financier en beleidsmakers op de hoogte blijven van ontwikkeling, voortgang en resultaten van cameraproject

Stadstoezicht

- betrokken bij project want speelt zich ook in hun district af;
- willen weten wat de invoering van camera's voor hun werkzaamheden betekent.

Justitie (verder uitsplitsen) (?????)

- wil een juist gebruik van de beelden;
- zijn als lid van de driehoek en wijkvierhoek medeverantwoordelijk voor het Cameraproject;
- dit punt kan verder worden uitgewerkt na vaststellen privacyreglement en procedures.

4. Communicatie boodschap

4.1 Communicatie boodschap

Vanuit de doelstelling van het Cameraproject, de kennis over het project, de communicatieve doelstellingen en de belangen van de betrokkenen bij het project is het mogelijk om de communicatieve boodschap te destilleren. Er zijn algemene boodschappen voor alle doelgroepen en specifieke boodschappen voor doelgroepen afzonderlijk.

4.2 Boodschappen doelgroep algemeen

- Het Cameraproject is een project passend in het integraal veiligheidsbeleid van de gemeente Amsterdam;
- Het Cameraproject is een aanvullend middel op reeds bestaande preventieve en repressieve maatregelen om te komen tot een veiliger gebied;
- Het project wordt betaald door gemeente en is een experiment van twee jaar;
- het camera-netwerk is een stand-alone netwerk en is technisch en procedureel beveiligd;
- alle camerabeelden worden alle dagen voortdurend digitaal geregistreerd, gedurende 3 x 24 uur bewaard en vervolgens automatisch vernietigd; (?????)
- opdag,dag- ennacht (van xx.00 - xx.00 uur) en waar nodig op andere momenten worden camerabeelden door de politie live uitgekeken; (?????)
- politiemedewerkers die de monitoren bekijken en beelden vastleggen zijn hiervoor opgeleid, geautoriseerd en werken volgens een vastgelegde en gereguleerde procedure;
- alle personen die zich in het cameragebied op de openbare weg begeven, zijn zichtbaar op de uitkijkmonitoren bij de politie;
- het cameragebied omvat de volgende gebieden: Nieuwendijkkwartier en de Wallen
- inzage in geregistreerd beeldmateriaal hebben politie en justitie;
- privacy van bewoners en bezoekers in het cameragebied is beschermd door een privacyreglement;

- de politie reageert direct op signalering door camera's van verdachte situaties volgens een vastgelegde procedure
- de voorgenomen datum van inwerkingtreding van het de camera's is (?????)

4.3 Boodschap doelgroepen specifiek

Naast de algemene boodschappen voor iedere doelgroep bestemd zijn er ook vragen en antwoorden voor specifieke doelgroepen.

Extern

bewoners cameragebied (al of niet met camera aan gevel)

- er wordt geen inbreuk gepleegd op de privacy in de woning. De camera's komen zo te hangen dat het niet mogelijk is in een woning of bedrijf te kijken;
- u kunt geen vergoeding krijgen voor de plaatsing van camera's op uw gevel; (????)
- bij schade aan woning naar aanleiding van vernieling kan een civiele procedure gestart worden (????????????).

winkeliers cameragebied

- door toezicht met camera's is het wel/niet mogelijk om daders van diefstal (winkeldiefstal, bedrijfsinbraken, overvallen enzovoort) op te sporen door het uitkijken van beelden;
- gebruik van cameratoezicht moet uitwijzen of criminaliteitscijfers dalen;
- cameratoezicht kan mogelijk bijdragen tot een verhoogt veiligheidsgevoel bij winkelen publiek;
- beelden worden tijdens de openingsuren van winkels niet live uitgekeken. Wel worden er opnamen gemaakt. (????????)

(horeca)ondernemers binnen het gebied

- dekkingsgebied van cameratoezicht;
- type camera's en mogelijkheden (observeren, signaleren, identificeren) ?????? wel/niet communiceren?????
- aanvullend op bestaande politie-inzet en niet ten koste van;
- snelheid in opvolging van meldingen verandert niet.

(horeca)ondernemers buiten het gebied

- keuze moeten maken op basis van cijfers en gegevens uit politiesystemen en de waarnemingen van wijkagenten. Daar vallen nu eenmaal bepaalde gelegenheden buiten omdat we beperkt budget en mogelijkheden hebben;
- politie-inzet blijft operationeel in de gehele binnenstad en meldingopvolging blijft gelijk.

Intern

politie (Eric ??????)

- regelgeving bij gebruik van beelden bij aangiftesituatie;
- regelgeving bij gebruik van beelden bij ...indien er geen aangifte beschikbaar is; regelgeving bij gebruik van beelden tijdens opsporing als bewijs of ondersteunend bewijs;
- werkafspraken tussen voetjes op straat en handjes aan de joystick.

5. Middelen

5.1 Middelen

Hieronder volgt een opsomming van ter beschikking staande communicatiemiddelen. Er is een onderscheid gemaakt tussen gratis middelen, zgn. Free Publicity en betaalde middelen. Voor beiden geldt dat er wel kosten bestaan in de zin van voorbereiding van de communicatieboodschap.

5.2 Free Publicity

Te genereren d.m.v. persberichten, persconferenties, telefoonrondes e.d.

Televisie

- nationale t.v. NOS, SBS 6, RTL;
- teletekst;
- regionaal: AT5 en TVNH.

Radio

- regionaal, Radio NH e.d.;
- nationaal, vooral publieke omroep.

Dagbladen

- Parool;
- overige dagbladen
- persbericht en redactionele stukken.

Stadsblad/Weekmedia, Echo

- persbericht en artikelen.

Stadsdeel Nieuws

- persbericht en (zelfgeschreven) artikelen;

Nieuwsbrieven/verenigingsbladen/internetsites meeliften

- Kamer van Koophandel;
- ondernemersverenigingen;
- VAC;
- Kon.Horeca Afd. Amsterdam;
- MKB;
- ATB;
- overige wijkkrantjes;
- hotels
- taxi's
- culturele instellingen
- openbaar vervoer.

Gemeentelijke Internetpagina/stadsdeel Internetpagina

5.3 Payed Publicity

Introductiebrief naar betrokkenen in cameragebied

- (horeca)ondernemers;
- bewoners;
- bewoners en ondernemers met gevel waaraan camera kan komen.

Algemene flyer/folder over cameraproject

- met spelregels cameraproject;
- plattegrond met route en cameraposities
- uit te delen in winkels, wijkcentra, wijkveiligheidssteunpunt, voorlichtingscentrum, politiebureau, door agenten en stadstoezicht op straat etc.

Nieuwsbrief

- regulier h-a-h- verspreiden in ruim gebied met actuele stand van zaken.
- evt. naar mail-bestand

Posters

- op te hangen in etalages, wijkcentra, wijkveiligheidssteunpunt, voorlichtingscentrum, politiebureau etc.

Informatiebijeenkomsten

5.4 Verplichte publiciteit

Aanduidingsborden in cameragebied

(een wettelijk verplichte projectvoorwaarde)

5.5 Interne communicatiemiddelen

projectplan

Powerpoint- presentatie (?????)

Folder + poster

introductiebrief

Regionale korpskrant politie

Kennisnet politie regio Utrecht (Eric???????)

Politie website

Intranet Stadsdeel

Nieuwsbrief justitie parket Amsterdam (?????????)

6. Communicatiematrix Extern en Intern

6.1 Communicatiematrix Extern en Intern

Zie bijlage.

6.2 Communicatiebudget

In het projectplan is een communicatiebudget begroot van (??????).

Voorlopige indicatie kosten communicatie:

1.	Kosten kenbaarheidsborden	+/-
2.	Ontwerp en DTP-opmaak folder + poster	+/-
3.	Drukken ??????? folders A6 en ???? posters A1	+/-
4.	Kosten div. brieven	+/-
5.	Huur zaal en voorbereiding bijeenkomsten	+/-
6.	Nieuwsbrief	+/-
	Totaal	+/-

6.3 Evaluatie

Het staat hoe dan ook voorop dat VCT bij moet dragen aan de verhoging van het subjectieve en objectieve veiligheidsgevoel. Verder zijn er ook een aantal communicatie- doelstellingen geformuleerd die gemeten moeten worden.

Bijlage: Intermediairs, telefoonnummers

Ondernemers Nieuwendijk:

- straatmanager

Ondernemers Wallen:

- Zeedijk: Ond. vereniging: Buurtvereniging/Chin. ond: Integraal Burgwallen Overleg (via Bruno van Moerkerken)
- Ondernemers Zeedijk, via de NV Zeedijk, Integraal Burgwallen Overleg

Bewoners

- Wijkcentrum d'Oude Stadt + buurtgroeperingen
- beheergroep (sector openbare ruimte)
- Integraal Burgwallen Overleg

- beheersgroep (politie)