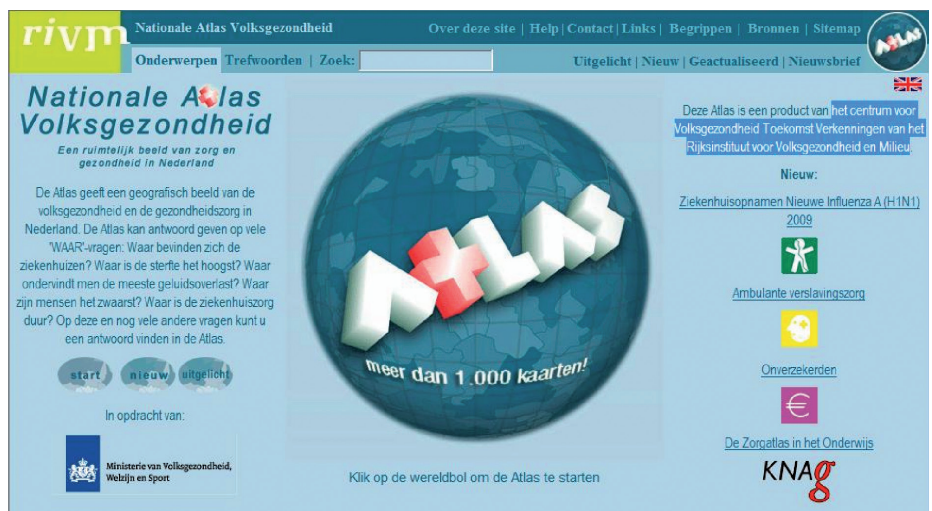


Verslag

'10-jarig bestaan van de Zorgatlas'

Op donderdagmiddag 1 oktober 2009 werd er in de Muzenzaal van het Ministerie van Volksgezondheid in Den Haag een bijeenkomst belegd ter gelegenheid van het 10-jarig bestaan van de Zorgatlas, officieel de Nationale Atlas Volksgezondheid. Het is een webatlas geproduceerd door het centrum voor Volksgezondheid Toekomst Verkenningen (cVTV) van het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM). Deze webatlas (www.zorgatlas.nl) toont een ruimtelijk beeld van gezondheid en sterfte van de Nederlanders, van de preventie, de zorg, beïnvloedende factoren en bijkomende thema's zoals wachtlijsten, arbeidsmarkt, jeugd, grote steden en zorgverzekeringen. Deze atlas heeft een bijzonder gebruikersvriendelijke interface, duidelijke kaarten, mist verhullend taalgebruik, en is heel goed gedocumenteerd met meta-informatie. Geen wonder dus, dat hij bijzonder vaak wordt geraadpleegd en ook in het buitenland wordt aangehaald als voorbeeld van hoe men overheidsvoorlichting vorm zou moeten geven.

Door het ministerie van Volksgezondheid werden de drie sprekers ingeleid. Eerst André van der Veen, de kartograaf die bij het RIVM in 1999 het project voor deze atlas initieerde en het de eerste jaren leidde, voordat hij het overgaf aan Laurens Zwakhals die het vervolgens beheerde tot 2009. Vanaf dit jaar is kartograaf Henriëtte Giesbers projectleider Zorgatlas. Zij kwam als laatste aan het woord na Ferjan Ormeling, die de vormgeving evalueerde. André van der Veen had het over de organisatorische en technische hordes die aanvankelijk genomen moesten worden, en de geleidelijke groei van het besef dat er met deze webatlas veel meer mogelijk was dan alleen interne communicatie en informatieverstrekking. Daarna kwamen de optimale



structuur, de kleurcodering van de verschillende atlasthema's en de optimale toegankelijkheid aan de orde evenals de goede functionaliteit. De kaarten zijn klikbaar en bovenal, je kunt ze naast elkaar zetten en ze zo vergelijken. Er zit een grote variatie in de weergavemethoden (juist bij dit soort statistische kaarten is het moeilijk niet te vervallen in een saaie serie choropleetkaarten) waarbij ook speels met animaties en tijdseries wordt gedifferentieerd, en ten slotte is er ook de grote actualiteit van de atlas. Er worden voortdurend kaarten toegevoegd, zoals ook nu weer van de varkensgriep, waarvan elke week een nieuw kaartje van de ziekenhuisopnames wordt gebracht. Henriëtte Giesbers ging vooral in op 'het veld'. Dat wil zeggen, de vele instanties waar men de gegevens van binnenkrijgt, waarmee wordt samengewerkt bij de presentatie en waarop men ook voor de commentaren bij de kaarten een beroep doet (bij elke kaart hoort een tekst die het weergegeven thema beschrijft, evenals zijn spreiding of patroon verklaart en de manier waarop de gegevens gemeten zijn).

Een relevant aspect waar André van der Veen ook al op duidde was het belang van het verkrijgen van bekendheid, zowel intern als extern, voor de website en de Zorgatlas. Immers, zonder bekendheid geen aandacht, waardoor het verkrijgen van middelen en contacten en samenwerking weer minder goed verlopen. Bij de Zorgatlas is het besef van de noodzaak om de aandacht te trekken voortdurend in daden omgezet, van een pitch voor de minister tot het uitbrengen van ansichtkaarten van in het oog springende atlasthema's. Ter gelegenheid van deze verjaardag had het cVTV weer wat nieuws bedacht: er was ten behoeve van de gasten voor deze middag een speciaal kwartet uitgebracht dat bestond uit kaarten uit de zorgatlas. De gasten, die deze middag aanwezig waren, vertegenwoordigden de instanties waarmee het cVTV samenwerkt, zoals van het ministerie, gezondheidsorganisaties, het CBS, uitgeverij Noordhoff (die in zijn Bosatlas van Nederland ook materiaal uit de Zorgatlas overnam) en het KNAG dat in samenwerking met het cVTV een lespakket over de Zorgatlas heeft vervaardigd, waarmee aardrijkskundelaren ook het leren werken met thematische kaarten kunnen verbeteren aan de hand van aansprekende onderwerpen. Ook deze middag paste in de strategie en gaf alle aanwezigen de boodschap mee dat ze bij de vervaardiging van een voor de maatschappij relevant, informatief en goed vormgegeven product betrokken waren. 📍

Ferjan Ormeling

