



Activiteitenplan

initiatief Uitvoeringsagenda Faro

Dit model voor een activiteitenplan hoort bij de Subsidieregeling Uitvoeringsagenda Faro. Uw activiteitenplan met bijhorende begroting dienen ter beoordeling van uw initiatief. Hiertoe plaatst u enerzijds uw activiteitenplan op <https://faro.cultureelerfgoed.nl> (het Faro platform). Deelnemers van het platform kunnen op deze manier een reactie geven op uw initiatief. Anderzijds legt u zowel het(zelfde) activiteitenplan als ook de begroting voor door dit toe te sturen aan faro@cultureelerfgoed.nl. Op het Faro platform vindt u meer informatie over de procedure en criteria.

Onderstaande gegevens worden ingevuld door de organisatie/persoon die uiteindelijk ook de formele subsidieaanvraag zal indienen en tevens de subsidie op diens rekening ontvangt.

Naam organisatie: Federatie Instandhouding Monumenten

Contactpersoon: [REDACTED]

E-mailadres: [REDACTED]

Telefoonnummer: [REDACTED]

Naam initiatief: Burgerberaad: burgerperspectief bij visie- en beleidsvorming

Totale kosten: 144.100,-

Gevraagde subsidiebijdrage: 51.500,-

Bedrag cofinanciering door derden: 82.500,-

Bedrag eigen bijdrage: 10.500,-

Inzet vrijwilligers in uren: 4.844 (inclusief de uren van studenten a 3.360)

Activiteitenplan

1. Met welke vorm(en) van cultureel erfgoed heeft uw initiatief van doen?

(u kunt meerdere vakjes aankruisen)

- Integrale benadering van cultureel erfgoed
- Archeologie
- Gebouwd en aangelegd (groen) erfgoed
- Cultuurlandschap
- Roerend erfgoed
- Mobiel erfgoed
- Immaterieel erfgoed
- Oral History
- Archieven
- Digital born erfgoed
- Andere vorm, te weten Klik of tik om tekst in te voeren.

2. Geef een korte omschrijving (maximaal 400 woorden) van het initiatief, waarin u beknopt de aanleiding, de hoofdactiviteit en het doel formuleert.

Waarom de FIM en haar achterban denkt dat een Burgerberaad Erfgoed nodig is?

De FIM (Federatie Instandhouding Monumenten) is de onafhankelijke collectieve belangenorganisatie namens de particuliere erfgoedorganisaties in Nederland.

FIM komt op voor de belangen van gebouwd, archeologisch, groen en mobiel erfgoed.

“Erfgoed is een cadeau uit het verleden dat waarde toevoegt aan ons dagelijks leven!” stelt ons erfgoedpamflet. (www.erfgoedpamflet.nl)

De FIM informeert actief over urgentie kwesties en brengt (ongevraagd) advies uit over lange termijn ontwikkelingen in de erfgoedsector.

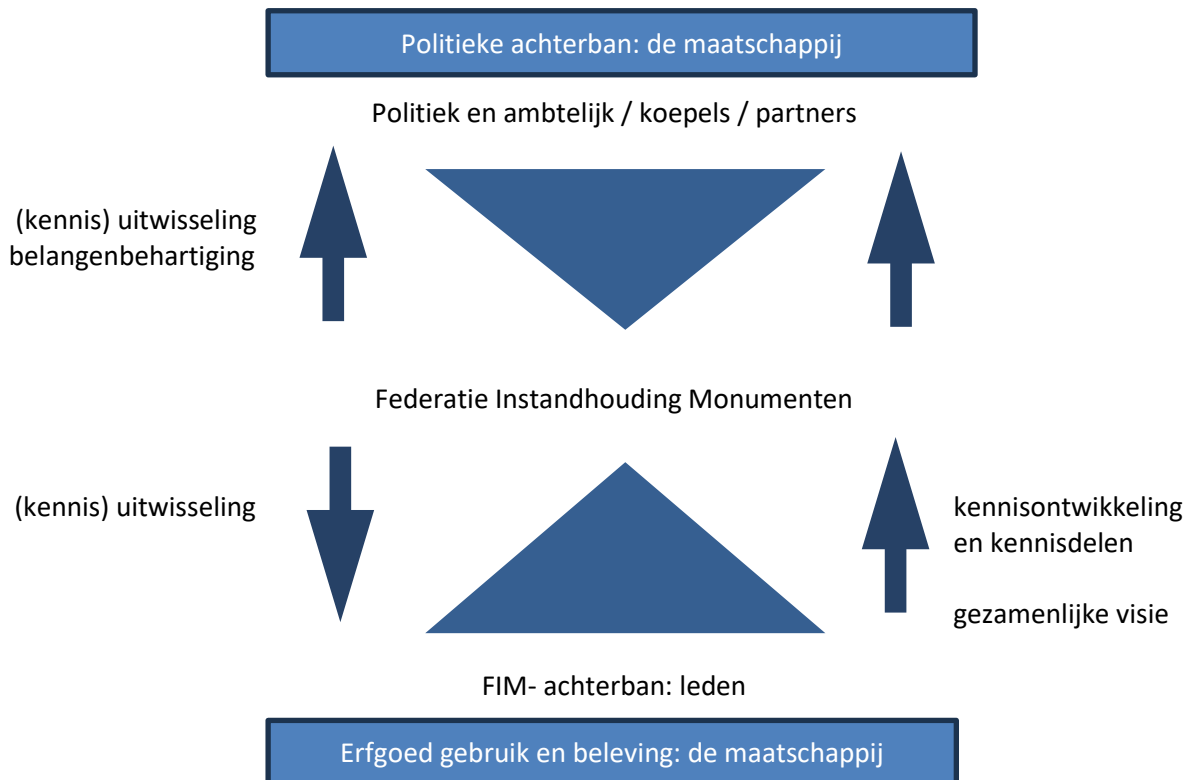
Onze leden vervullen hierin een cruciale rol: zij zijn het die knelpunten signaleren, geconfronteerd worden met de praktische uitvoerbaarheid van wet- en regelgeving.

De FIM -achterban (leden) is divers: van belangenorganisaties die leunen op vrijwilligers, tot platformorganisaties en beheerorganisaties draaiend op een team van professionals.

Je kunt dus zeggen dat onze achterban een selecte groep is van onze maatschappij: met meer kennis en ervaring over het onderwerp ‘erfgoed’ en dus ook een duidelijk beeld van hoe we met erfgoed om kunnen gaan.

Ook in onze belangenbehartiging richting nationale en provinciale overheden komen we dit tegen: de ambtenaren met wie wij contacten onderhouden, houden zich dagelijks bezig met erfgoed en de bestuurders die we spreken, beheren ofwel het dossier erfgoed (binnen cultuur, groene groei, binnenlandse zaken of ruimtelijke ordening) ofwel hebben een persoonlijke interesse in erfgoed.

Dus ook hier kun je stellen: een selecte groep die met elkaar in gesprek gaat. Iets wat zichzelf in stand houdt door ook steeds weer dezelfde groep uit te nodigen en te treffen.



Echter: onze maatschappij is veel breder dan deze selecte groep. Tenslotte zetten we ons niet dagelijks in om erfgoed te behouden voor deze selecte groep, maar om de waarden van onze leefomgeving, taal en tradities te behouden. Iets wat 'iedereen' raakt.

Wat vinden zij nou echt? Al dan niet onbewust?

Dit zouden wij graag meetbaar maken: de maatschappij vragen waar zij waarde aan toekennen in relatie tot actuele (en soms ook urgente) opgaven.

Wat is ons initiatief? → Een burgerberaad!

Een burgerberaad, en de input die we daaruit ophalen, helpt ons niet alleen belangen beter (en beter onderbouwd) te behartigen. Deze input helpt ook het verhaal beter te vertellen.

Het is tijd voor verandering:

Losbreken uit onze eigen sector en ons te verbinden met eenieder die erfgoed gebruikt en beleeft.

3. Omschrijf wat het beoogde eindresultaat is.

Democratische vernieuwing: bredere meningen ophalen. Een burgerberaad!

Een burgerberaad is een (voor ons land) relatief nieuwe democratische vorm om het gesprek aan te gaan en daadwerkelijke meningen en zelfs behoeften op te halen. Zelfs bruikbaar voor deliberatieve besluitvorming: burgerberaden maken het makkelijker om moeilijke beslissingen te nemen.

Bijvoorbeeld op het gebied van grote ruimtelijke opgaven zoals stikstofreductie, energietransitie of grootschalige woningbouw.

Middels een burgerberaad worden bouwstenen verkregen voor visie op, strategie over en beleid voor onderwerpen en vraagstukken waar de maatschappij het over heeft.

Een burgerberaad past daarom ook in lijn met de nieuwe Omgevingswet en Participatiewet, die van alles eisen van gemeenten en initiatiefnemers op het gebied van participatie en dialoog, maar ook alles vormvrij houden. Het FIM Burgerberaad zal dan ook concreet helpen om die participatie of het Uitdaagrecht verder te brengen dan alleen een papieren tijger. Om de dialoog tussen overheid en samenleving, maar vooral ook in de samenleving onderling vooruit te brengen.

Een beetje meer inzet aan de voorkant om op te halen en het gesprek te arrangeren, levert aan de achterkant versnelling op: snellere besluitvorming, beter beleid voor de lange termijn, passend beleid gericht op de daadwerkelijke behoefte en dus meer vertrouwen in de democratie van burgers.

Echter, het is wel van belang dit op de juiste manier in te richten. De OESO (Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling) heeft hiervoor een aantal basisprincipes benoemd:

- 1) Stel een goede vraag (open, specifiek en begrijpelijk)
- 2) Zorg voor een duidelijk mandaat (om teleurstelling te voorkomen)
- 3) Werk met gewogen loting (iedereen evenveel kans om mee te doen)
- 4) Neem barrières voor deelname weg (simpel, laagdrempelig, weinig tijdsbesteding en bij meer tijdsbesteding: een vergoeding geven)
- 5) Zorg voor gebalanceerde informatie en wees transparant (niet volproppen met informatie en geen voorkennis verwachten)
- 6) Zet in op een gelijkwaardig overleg (uitwisselen is belangrijker dan overtuigen)
- 7) Betrek de hele samenleving ((zowel voor, tijdens als na afloop van het proces)
- 8) Vertrouw inwoners (deelnemers zijn prima in staat voorbij hun eigen belangen te kijken)
- 9) Neem de tijd (proces ontwerpen, goede loting uitvoeren, expert en ervaringsdeskundigen verzamelen, een goede digitale omgeving opzetten, leren en delibereren)
- 10) Doe het vaker (een burgerberaad maakt nog geen nieuwe democratie)

**Het zou mooi zijn om juist erfgoed, onze niche binnen heel veel andere sectoren,
– wat iedereen raakt –,
in zetten als inspiratie en uitgangspunt om middels burgerberaad lastige opgaven te kraken.**

In dit activiteitenplan beschrijven wij het proces op te komen tot een burgerberaad als vorm voor het bespreken van erfgoedkwesties in relatie tot grote maatschappelijke opgaven met een brede delegatie uit de gehele samenleving. Hierin zetten we in op het inrichten van dit proces, het ontwikkelen van een mediaplatform om dit uit te voeren en het organiseren van het daadwerkelijke open gesprek middels een drietal bijeenkomsten. Dit gekoppeld aan een duidelijke en specifiek vraag behorend bij misschien wel de grootste ruimtelijke opgave van dit moment: de woningbouwopgave.

4. Neem hieronder puntsgewijs op welke deelactiviteiten of processtappen worden uitgevoerd. Ga

daarbij uit van maximaal 8 activiteiten/processtappen. Omschrijf per activiteit/processtap:
- de aard, omvang, duur en wijze van uitvoering van de activiteit;
- de doelstelling, resultaten of producten.
Indien gewenst kunt u dit ook als aparte bijlage bijvoegen.

Ons plan

“Stel de mens en de samenleving en hún relatie met erfgoed centraal.”

Zoals de OESO stelt is een burgerberaad opzetten een goede en belangrijke manier om brede consultatie uit te voeren, problemen op te lossen, besluitvorming te organiseren en het juiste te doen ook voor de langere termijn.

Actuele en ingrijpende opgaven raken ons erfgoed: denk aan de grote woningbouwopgave (*‘overal een straatje bij’*), energietransitie (als zonnepanelen op monumentale gebouwen) en het verlies van voorzieningen in de (kleinere) historische kernen in de regio’s met leegstand tot gevolg.

Als wij willen weten of erfgoed hierin een (doorslaggevende) rol speelt (al dan niet onbewust) bij burgers, dan zullen wij hen moeten consulteren: open, met oprechte interesse en vanuit vertrouwen.

Stap 1: formuleren onderzoeksvraag (doel) / ideevorming digitale omgeving (middel)

Ons plan is allereerst (als een pilot) een heldere afgebakende onderzoeksvraag te formuleren in relatie tot een urgente en actuele opgave: in dit geval kiezen we voor de woningbouwopgave (*‘overal een straatje bij?’*) en de wijze waarop erfgoed hierin een rol speelt. Vanwege de urgentie en actualiteit van deze opgaven en het feit dat dit een veel besproken onderwerp is: het raakt ons allemaal, al dan niet onze kinderen, al dan niet onze ouders.

Het is van belang een helder afgebakende en concrete onderzoeksvraag te formuleren. Tenslotte is de eerste van de basisprincipes voor een eerlijk en open beraad: ‘stel een goede vraag’.

Doel is een vraag te formuleren die geschikt is neer te leggen bij een brede gevarieerde groep burgers. Een vraag in simpele taal, niet te groot en zonder te combineren. Dit kan betekenen dat een aantal ‘beraden’ nodig zijn om deelthema’s te behandelen of een knip te creëren in de wijze waarop wordt uitgevraagd.

In deze fase van het formuleren van een goede onderzoeksvraag willen we ook alvast starten om een kernteam te verzamelen en formeren van experts en ervaringsdeskundigen. In deze dus nog altijd ‘de usual suspects’, maar niet altijd per se vanuit onze eigen sector of daaraan gelieerde sectoren. We denken ook bijvoorbeeld aan de schrijfster van de oproep tot echte democratie ‘nu is het aan ons’. En natuurlijk onze partners, zoals benoemd onder 12 in dit activiteitenplan.

Gelijktijdig starten we met het vormgeven van een nieuwe digitale omgeving waarmee we een brede groep op een laagdrempelige manier kunnen bevragen. De vorm van deze omgeving gaan we ontwikkelen met studenten van de Hanze in Groningen. Hierin trekken we als FIM gezamenlijk op met hun Erfgoedlab Hanze van het Kenniscentrum NoorderRuimte waar we samen als opdrachtgever studenten benaderen en begeleiden. Op deze manier kunnen we actuele maatschappelijke opgave in

het onderwijs inbrengen en kunnen jonge mensen nieuwe ideeën ontwikkelen voor het project. Studenten van verschillende schools kunnen worden benaderd: Communicatie en Multimedia Design (SCMI), Future Environments (SOFE) of Academie voor Sociale Studies. Via het Erfgoedlab Hanze worden ook focus group discussies, debatten en kennissessies georganiseerd om kennis te genereren en uit te wisselen om groepen te identificeren en kennis over deze groepen (hun inhoudelijke belangen, ideeën en ook hun voorkeuren over het Burgerberaad).

Het mooie aan het inzetten van studenten is de frisse blik op de opgave en de moderne innovatieve digitale technieken voor transmediastorytelling. Daarbij: als we de jeugd willen betrekken in een middel als burgerberaad voor bouwstenen voor visie en beleid, dan zullen we ook jongeren aan de voorkant mee moeten nemen om daarvoor de meest passende digitale vorm te ontwerpen.

Doel van deze digitale omgeving is dat het niet alleen ontwikkeld wordt voor deze ene vraag in deze pilot voor het inzetten van een burgerberaad, maar dat deze omgeving herbruikbaar wordt om andere vragen te stellen aan een brede groep van burgers.

Stap 2: productdefinitie (ontwerp 'media-ecosysteem' en marketingstrategie)

De studenten komen tot een eerste concept voor een digitaal media-ecosysteem om in te zetten. Dit bestaat uit twee verschillende lagen: om op te halen en om terug te leggen.

We zullen hen inspireren onder andere met de participatieleidraad: welke bestaande methodieken zijn beschikbaar om participatiefonderzoek uit te voeren? En hoe kunnen we daar een innovatieve digitale mediaomgeving aan koppelen?

Denk aan een app waarin je tussen verschillende beelden kunt kiezen door het voor jou minst aansprekende beeld weg te swipen. Of een nieuw digitaal platform te ontsluiten middels de website van de FIM (vandaar dat in deze fase ook al partner campagnebureau Overhaus wordt ingeschakeld).

Wellicht een plaatje van wonen met zicht op een kerk en daarnaast een plaatje van een nieuwe woonwijk aan de rand van het dorp. Of een plaatje waarin duidelijk wordt dat je in een paar minuten lopen bij voorzieningen bent met een plaatje waaruit blijft dat je 15 minuten moet autorijden om bij voorzieningen te komen. Ook kunnen we denken aan een plaatje van een molen aan de rand van een dorp of een molen met een grote flat ernaast. In ieder geval afbeeldingen die een emotie oproepen en ons iets vertellen over hoe mensen de omgeving waarderen. De vorm wordt dan dus een 'preferendum' (voorkeuren aangeven en daaruit aanbevelingen destilleren).

De meest passende vorm hiervoor kiezen en ontwerpen wordt mede aan de creativiteit van de studenten overgelaten. Het zou ook een meerkeuzereferendum kunnen worden: meer dan twee antwoordmogelijkheden.

Stap 3: groep selecteren ('gewogen loting')

Nu de vraagstelling helder is geworden in stap 1 en de studenten zijn gestart met hun onderzoek naar de vorm van de multimediaomgeving, gaan wij in stap 3 de samenwerking aan met een zeer ervaren en maatschappelijk betrokken onderzoeksbureau: CMO STAMM. Samen met hen zullen wij

het proces op gaan starten om het burgerberaad in te richten en te benutten als participatief-onderzoek.

CMO STAMM gaat verzamelen, selecteren en uitzetten ('gewogen loting') in twee rondes: een eerste ronde waarin een volstrekt willekeurige loting plaatsvindt van 10.000 mensen die een uitnodiging krijgen, digitaal (of per brief) (in ieder geval B1 niveau) om mee te doen met het onderzoek.

Hierbij moeten we ook overwegen dat niet iedereen even digitaal bedreven is en niet iedereen brieven opent van onbekende afzender. Wij vragen CMO STAMM vanuit hun ervaring deze 'vermarketing' voor groter publieksbereik uit te zetten.

Nb. Daarbij wel de kanttekening dat het mediasysteem dan de studenten ontwikkelen een digitaal product zal zijn: we zullen ons dus moeten richten op een groep die bij machte is dit te doen of hierbij hulp kan krijgen. We zullen ons richten op een B1 niveau van communiceren.

De tweede ronde volgt in stap 5.

Stap 4: prototype testen

Als de vraagstelling helder is, de groep is geselecteerd en het ontwerp voor de mediaomgeving staat klaar om dit uit te voeren, dan zal een prototype getest gaan worden.

Hiermee wordt niet alleen de mediaomgeving getest, maar ook de vraagstelling (is deze duidelijk genoeg en levert dit de input op waar we ook wat mee kunnen).

We denken eraan om op straat een aantal mensen te benaderen met een iPad in de hand om de omgeving te testen. Maar de daadwerkelijke vorm van deze test zullen we ook aan de creativiteit van de studenten over laten, dus dit kan anders worden.

Nb. De studenten richten zich op specifiek op het ontwerpen van de digitale mediaomgeving: voor de testronde maken wij gebruik van de ervaring en kennis van onderzoeksbureau CMO STAMM.

Stap 5: marktconsultatie > preferendum

Wanneer vraag en mediasysteem getest zijn wordt het zaak om de groep te benaderen (publiekscampagne). Dit is tevens ronde twee van de loting: daarin wordt een weging toegepast op: leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, geografische spreiding, etc.

We verwachten dat we na de tweede loting nog circa de helft van de groep zullen overhouden: 5000 respondenten.

Vervolgens kunnen we ons preferendum houden en deze groep consulteren in de ontwikkelde mediaomgeving. Hierbij rekenen we met tweemaal een panel uitvraag: een nulmeting en een vergelijking na afloop.

Nb. Hierbij houden we er rekening mee dat de studenten niet verder komen dan het prototype en de test, we zullen een ICT- of website- ontwikkelaar moeten inschakelen om de daadwerkelijke

mediaomgeving te bouwen. Belang is dus de studenten iets te laten ontwikkelen wat goed en praktisch te bouwen is, makkelijk onderhouden kan worden en ook bruikbaar blijft.

Het kernteam van experts en FIM als onafhankelijke aanjager van dit burgerberaad zullen zorgen voor gebalanceerde informatie naar de groep toe (informatiepakket). Ook dit informatiepakket kan via de nieuwe mediaomgeving worden verstrekt: informatie over het project, waarom en hoe van participatie en een burgerberaad, presentaties van experts met diverse perspectieven (voors en tegens). CMO STAMM helpt bij het samenstellen van het basisprogramma, zodat het wetenschappelijk onderbouwd en de verschillende kanten van het onderwerp belicht worden.

Stap 6: de analyse

Wat halen we nu uit deze wijze van consulteren? Wat leren we hiervan?

De onderzoeksdata wordt geanalyseerd en in een publiek deelbaar resultaat omgezet (facts en rapportage).

Stap 7: het burgerberaad lanceren

Nu is het doel om deze onderzoeksresultaten opgehaald uit de grote groep bespreekbaar te maken in een kleinere groep: om deze groep te bevragen en met elkaar te komen tot oplossingen.

Drie bijeenkomsten worden georganiseerd waarin alle deelnemers evenveel inbreng hebben (gelijkwaardig overleg). Een onafhankelijk gespreksleider zorgt ervoor dat alle sprekers evenveel tijd hebben om hun verhaal te doen. Wij zetten in op een opkomst van 1 tot 3% van de brede groep, dus ongeveer 100 mensen. Veel meer maakt een open gesprek moeilijker, veel minder is niet representatief voor de samenleving.

In bijeenkomst 1 worden de eerder opgehaalde facts getoetst en besproken. Ook worden nieuwe meningen toegevoegd en daarmee de context geschetst.

In bijeenkomst 2 zullen de oplossingsrichtingen worden besproken. Hierbij is het gewenst resultaat dat er een uitspraak komt over twee zaken: hoe erfgoed in te zetten in de woningbouwopgave (herbestemming wellicht?), maar daarnaast ook: hoe erfgoed te behouden in de grote woningbouwopgave. Dit betekent dat er randvoorwaarden worden geschetst die ruimte bieden aan de woningbouwbehoefte (want dat er woningen bij moeten, is een gegeven) op een wijze dat 'de waarde van ons erfgoed hierin kan aanjagen en mogelijk zelfs versterkt kan worden'.

In bijeenkomst 3 worden de uitkomsten, resultaten en het vervolg teruggelegd ter bespreking, eventuele wijziging en bevestiging.

Denk erom: de deelnemers hoeven het niet eens te worden! Doel is ze te laten onderzoeken waar ze elkaar wel kunnen vinden en op basis daarvan oplossingen bedenken.

De bijeenkomsten zullen op inspirerende locaties worden georganiseerd.

Natuurlijk zullen wij de participanten van het burgerberaad in enige vorm bedanken voor hun inzet.

Een livestream van deze bijeenkomsten kan via de nieuwe mediaomgeving worden gedeeld om zo ook de niet -geselecteerden op de hoogte te houden.

Stap 8: opvolging geven

Na afloop is het van belang helder te communiceren over de uitkomsten en de wijze waarop onder andere de FIM dit gaat inzetten in de (politieke) belangenbehartiging.

1 burgerberaad maakt nog geen nieuwe democratie: dus zodra het proces is ingericht en getest vanuit dit eerste pilotproject, zullen we ook daarna deze vorm blijven gebruiken.

We kunnen de digitale mediaomgeving blijven gebruiken om ook andere vragen te stellen (op kwesties waar onze samenleving over praat en waar erfgoed een rol in kan spelen) en we zullen het digitale platform alsmede onze ervaringen met het live burgerberaad delen met andere erfgoedorganisaties, zodat we met elkaar het burgerberaad levend kunnen houden en een stevige positie te geven in onze (geïstitutionaliseerde) erfgoedwereld.

Echte invloed van samenleving op politiek, en vertrouwen, volgt tenslotte pas als het burgerberaad vaker wordt gebruikt en als input wordt gebruikt voor lobby en open gesprek.

Als bouwstenen voor een erfgoedvisie en erfgoedbeleid.

In bijlage:

- Gespecificeerde activiteitenraming en -planning waarin ook de resultaten en producten worden benoemd.

5. Planning: geef aan hoe de deelactiviteiten/processtappen in de tijd worden uitgevoerd.

Indien gewenst kunt u dit ook als aparte bijlage bijvoegen.

Een gespecificeerde projectplanning per stap met beschreven activiteiten is als bijlage toegevoegd.

Nb. Hierbij gaan we ervanuit dat dergelijke processen tijd kosten: niet alleen het ontwikkelen van de mediaomgeving, zeker ook de consultatiefase en het open gesprek (burgerberaad) alsmede het gewogen en transparant terugleggen van de uitkomsten. We kunnen niet voorzien of er mogelijk vertraging op zal lopen, maar hebben in deze planning wel alvast wat lucht en ruimte genomen om onvoorziene hobbels op de weg te overkomen.

In de Uitvoeringsagenda Faro – deel I is door het erfgoedveld opgetekend wat de betekenis is van het Verdrag van Faro voor de Nederlandse erfgoedzorg en hoe het daar invulling aan wil geven. Om in aanmerking te komen voor een financiële bijdrage moet uw initiatief bijdragen aan de implementatie van het Verdrag van Faro in het functioneren van de Nederlandse erfgoedzorg. De mate waarin uw initiatief hieraan voldoet wordt meegenomen in de beoordeling. Daarover gaan de volgende vijf vragen.

6. Aan welke Faro-kernwaarde(n) zoals opgenomen in de Faro Uitvoeringsagenda – deel I voldoet het initiatief?

- Participatie in de volle breedte
- Open houding voor andere erfgoedopvattingen
- Erfgoed midden in de samenleving

7. Omschrijf op welke wijze het initiatief voldoet aan de geselecteerde Faro-kernwaarde(n).

Een burgerberaad sluit aan bij:

‘Participatie in de volle breedte’

Meedoen aan erfgoed kan gezien worden als actief participeren: professioneel of vrijwillig. Zoals de achterban van de FIM beschreven onder vraag 2.

Meedoen aan erfgoed is ook letterlijk te interpreteren: beleven van erfgoed, deelnemen aan bijeenkomsten, bezoeken.

Maar: in ons voorstel gaan we toe naar meedoen in de vorm van meebepalen: deelhebben in plaats van deelnemen. Gehoord worden, invloed kunnen uitoefenen en teruggekoppeld krijgen.

‘Open houding voor andere erfgoedopvattingen’

Iedereen heeft een eigen verhaal te vertellen. Dit doet ons denken aan een sessie met wethouders in de provincie Groningen. Daarbij kregen zij een kaart van de stad Groningen voorgeschoteld (gevaarlijk, met wethouders uit de ‘ommelanden’, maar wel herkenbaar) en zowel groene als rode stickertjes.

Groene stickers mochten zij plakken op plekken die bij hen een warme emotie oproepen: dertig mensen plakten groene stickers op dertig verschillende plekken. Van de snoepwinkel waar ze met hun grootouders heengingen, tot het academiegebouw vanwege de mooie studententijd en de brug over de Aa en het zicht op de pakhuizen.

De rode stickers belanden op slechts vijf plekken: dertig mensen vonden dat die vijf plekken eigenlijk maar per direct gesloopt moesten worden.

Erfgoed is dus iets wat bij jezelf moet blijven: het waar jouw waarde aan toekent. Maar plekken met weinig kwaliteit wordt door het merendeel van de mensen herkend.

Wij willen met een burgerberaad de ruimte geven om het eigen verhaal te vertellen. Deze brede waarden te horen, te wegen en mee te laten spelen in de wijze waarop we de politiek willen beïnvloeden. Om zo tot behoeftegericht en passende visies, beleid en regelingen te komen.

‘Erfgoed midden in de samenleving’

Een burgerberaad draagt bij aan een betere verstandhouding tussen overheid en samenleving. Een burgerberaad helpt om cultureel erfgoed te verbinden aan sociaalmaatschappelijke doelen; een kerndoel van Faro.

Het burgerberaad werkt twee kanten op: een burgerberaad haalt meningen, behoeften en oplossingsrichtingen op. Een burgerberaad kan ook gebruikt worden om de uitwerking van de oplossingsrichtingen (als visie, strategie en beleid) terug te leggen.

Erfgoed inspireert tenslotte: staat midden in de samenleving als bron van identiteit en zelfbewustzijn, maar wordt dat ook erkend? Vertellen wij het verhaal wel op de juiste manier?

Een burgerberaad haalt niet alleen op: het informeert en inspireert ook.

8. Aan welke thema's en de daarbij door het erfgoedveld geformuleerde doelen (inzet) in de Uitvoeringsagenda Faro – deel I draagt uw initiatief substantieel bij? Er zijn in principe meerdere thema's mogelijk. Raadpleeg voor de beantwoording van deze vraag de uitwerking van de thema's in de Uitvoeringsagenda Faro – deel I.

- Erfgoed als hulpbron en partner in het sociale domein
- Democratische vernieuwing
- Dynamische leefomgeving
- Waarderen van erfgoed
- Meerstemmigheid

- Oral History
- Digitaal erfgoed
- Archieven
- Archeologie
- Caribisch Nederland
- Internationaal
- Erfgoedbewustzijn en educatie
- Ondersteuning erfgoedparticipatie
- Opleidingen
- Werkwijzen en wegwijzen
- Financiering erfgoedinitiatieven

Geef (indien meerdere thema's aangekruist) aan wat naar uw mening het hoofdthema van uw initiatief is. Bij de beoordeling wordt vooral naar dit thema gekeken.

Democratische vernieuwing

9. Omschrijf voor het hoofdthema (en - indien relevant - maximaal 2 andere thema's) hoe uw initiatief aansluit bij de in de Uitvoeringsagenda Faro – deel I omschreven doelen en vraagstukken. Raadpleeg voor de beantwoording van deze vraag de uitwerking van de thema's in de Uitvoeringsagenda Faro – deel I.

Net als Faro wil ook de FIM middels een burgerberaad bijdragen aan een (meer) democratische samenleving waarin overheden en burgers samen zorgdragen voor erfgoed.

Door het burgerberaad worden burgers oprecht gehoord en betrokken. Betrokkenheid zorgt voor het gevoel van medeverantwoordelijk zijn en dus voor zorgdragen van hetgeen we aan de volgende generatie willen overdragen.

Zoals de OESO stelt, zorgt ook een burgerberaad voor enthousiasme bij de deelnemers (alhoewel er ook ruimte moet zijn om soms even flink te 'botsen'). Erfgoed als inspiratie.

Op het moment dat de mediaomgeving staat, kan deze vorm gekopieerd worden en opnieuw worden ingezet bij andere (urgente) (erfgoed)kwesities. Wij zullen dit dan ook beschikbaar stellen aan andere erfgoedinstellingen en -organisaties.

De mediaomgeving is daarnaast te gebruiken om informatie over te dragen en te inspireren.

Zo ontstaat wederkerigheid: herhaling, delen van kennis, elkaar iets gunnen, gelijkwaardige relaties.

Daarbij: een burgerberaad werkt pas bij herhaling. Samen ontwikkelen, uitproberen, vallen en opstaan. Met elkaar delen en inzetten als middel om goed te kunnen luisteren en terugleggen.

10. Omschrijf beknopt (maximaal 400 woorden) op welke wijze het initiatief een structurele verandering teweeg kan brengen ten opzichte van het huidige functioneren van de erfgoedzorg. *Denk bijvoorbeeld aan bewustwording van een veranderopgave, systeemaanpassing, schaalsprong, nieuwe coalities, verdieping op een thema, instrumentatie van een thema met werkwijzen of methodieken, of de verkenning van nieuwe mogelijkheden binnen een thema.*

Het is in het erfgoedveld (waarin wij allen een bijdrage leveren vanuit onze passie voor het erfgoed) ons eigen om gelijkgestemden te zoeken. Mensen die het ook 'snappen'. Dat scheelt een mogelijke informatie- en/of kennisachterstand en schakelt dus vaak sneller (of wordt als makkelijker ervaren) om iets te bereiken. Uitzonderingen natuurlijk daargelaten.

En ondanks dat we (lees: het erfgoedveld) steeds wel roepen hoe belangrijk erfgoed is en hoe het van ons allemaal is, zoeken we niet graag (en dus te weinig) andersdenkenden op of de bredere maatschappij die zich wellicht helemaal nog niet bewust is van hun ervaring en mening over erfgoed.

De eerste stappen richten andere vakgebieden en sectoren worden gezet: ruimtelijke ordening, cultuur, het sociaal domein, ... Echter: ook daar treffen we veelal professionals of mensen die vanuit eenzelfde passie zich voor een onderwerp inzetten.

Het is zaak om breder te gaan kijken: om ons te verbinden met iedere laag van de maatschappij. Pas als we structureel luisteren naar wat daar speelt en structureel in gesprek gaan, pas dan leren we elkaars taal te spreken.

Volgens ons is een burgerberaad de manier om deze verandering teweeg te brengen. Als het proces een keertje is doorlopen (en er ervaring mee is opgedaan) en als er een digitale mediaomgeving voor is ingericht waardoor het makkelijker wordt te herhalen, dan pas komt een systeemverandering is ons denken, vervolgens in ons doen en zullen we overgaan tot het sluiten van nieuwe coalities.

Een burgerberaad draagt daarom bij aan het plaatsen van erfgoed in de democratische vernieuwing, als ook het werken aan wederkerigheid en gelijkwaardige relaties.

Bij de beoordeling van uw initiatief wordt ook gekeken naar de aansluiting van uw initiatief bij de ambities van anderen en bij vraagstukken in de samenleving en de inzet van vrijwilligers. Daarover gaan de volgende drie vragen.

11. Omschrijf of, en zo ja op welke wijze het initiatief bijdraagt aan actuele (beleids)ontwikkelingen en maatschappelijke vraagstukken.

Te denken valt aan uitsluiting, dekolonisering en grote transities in de leefomgeving.

Al enige jaren geleden heeft de FIM actief geparticipeerd in het inrichten van een [themasite](#) over leefomgevingswaarden van erfgoed, om zo erfgoed meer bij de grote ruimtelijke opgaven op de agenda van de ruimtelijke professionals te krijgen.

Vervolgens de FIM een van de aanjagers en ondertekenaars van het inrichten van het programma Erfgoed Deal. Middels dit programma worden aansprekende projecten ondersteund waarin behoud en gebruik van erfgoed samengaat met de grote ruimtelijke opgaven van dit moment, zoals klimaatadaptatie, energietransitie, duurzame economie, natuur en landbouw, de woonopgave en mobiliteit.

Ook heeft de FIM actief geparticipeerd in het opzetten van het programma Faro vanwege het belang erfgoed te verbinden aan de maatschappij: deelname van de gehele samenleving.

In de tussentijd heeft de FIM allerlei coalities opgezet: bijvoorbeeld structurele samenwerking met Kunsten '92 en FRK (Federatie Ruimtelijke Kwaliteit) daar waar wij elkaar kunnen versterken in de belangenbehartiging. Maar ook gelegenheidscoalities met bijvoorbeeld LandschappenNL.

Het is nu tijd om onze daden uit het verleden te continueren en nog een stap verder te gaan: om de gehele samenleving te betrekken in onze belangenbehartiging en hen te horen over de maatschappelijke en verbindende waarde van erfgoed (al dan niet bewust) met de grote opgaven waar wij (en zeker ook de politiek) voor staan.

Zo dragen wij bij aan verbetering van de participatieve democratie en de relatie tussen overheid en samenleving.

Daarbij moeten we ons focussen: dat hoort bij een burgerberaad! Een gerichte en goede vraag stellen. Vandaar dat we ons voor nu focussen op de actuele ruimtelijke transitie. En dan specifiek de zin 'overal een straatje bij', wat zowel te vinden is in het verkiezingsprogramma van de PVV als in het hoofdlijnenakkoord van kabinet Schoof I.

12. Omschrijf de projectorganisatie en rolverdeling en geef aan of en zo ja op welke wijze er bij de uitvoering van het initiatief sprake is van samenwerking met of betrokkenheid van andere

belanghebbenden.

Dit initiatief wordt genomen vanuit de FIM en de FIM zal daarin haar achterban informeren en betrekken. (Kijk voor onze leden op: <https://fimnederland.nl/leden/>)

FIM zal in dit project een aantal verschillende (uitvoerende) partners inschakelen:

- **CMO STAMM:**
het kenniscentrum voor sociaal-maatschappelijke vraagstukken. Samen met partners creëren zij innovatieve oplossingen die bijdragen aan een krachtige samenleving. Een samenleving waarin iedereen meedoet.
FIM -bestuursleden hebben eerder met CMO STAMM samengewerkt in dergelijke onderzoeksprocessen en marktconsultaties en een groot vertrouwen in de wijze waarop zij de maatschappij weten te bereiken.
- **Erfgoedlab Hanze van Kenniscentrum NoorderRuimte bij de Hanze Groningen:**
het kenniscentrum doet praktijkgericht onderzoek naar de gebouwde omgeving. Hierbij richten zij zich op vier thema's: aardbevingen, duurzaamheid, gezondheid & welzijn en leefbaarheid. De onderzoekslijn Duurzaam Erfgoed valt binnen het lectoraat Duurzaam Gebouwde Omgeving en voert het Erfgoedlab Hanze uit.
Samen met Kenniscentrum Noorderruimte zal de FIM een aantal kennisbijeenkomsten en studentprojecten inzetten om tot een goed onderbouwde mediaomgeving te komen die kan worden ingezet als middel voor referendum of meerkeuzereferendum, alsmede om informatie te verstrekken en inspireren (verhalen te vertellen).
Eerder is met studenten gewerkt aan een 3D game voor het dorp Noorderlaren om inwoners over opvattingen voor duurzame energie te laten bespreken, via een 3D game voor kinderen bewustwording over erfgoed te vergoten (Staphorster boerderijen, WOII barak Hoogkerk) en een VR -bril beleving voor ouderen die zo toch de gewelven van de middeleeuwse Nicolaïkerk in Appingedam kunnen bezoeken.

Ook zijn multimediapartners nodig om het prototype van de studenten verder vorm te geven. Daarvoor is contact gezocht met **Smart Camels**, ervaren bij het organiseren van diverse bijeenkomsten en het inrichten van online (evenementen) platformen. En met **campagnebureau Overhaus**: ervaren in vormgeven en ontwikkelen van digitale mediaplatformen: noemenswaardig is dat hij in Amsterdam-Noord zijn studio heeft en daar werkt met kwetsbare jongeren (talentontwikkeling).

Beide partijen hebben wij eerder mee samengewerkt en we hebben alle vertrouwen een goede en creatieve wijze om de brede doelgroep zo laagdrempelig mogelijk te bereiken.

FIM zal als opdrachtgever optreden richting Smart Camels, Overhaus, CMO STAMM en de studenten.

Naast deze inzet richten wij een **kernteam in van experts en ervaringsdeskundigen** om het proces zo goed mogelijk vorm te geven: dit team bestaat onder andere uit afgevaardigden van erfgoedorganisaties, erfgoedbewoners, beleidsmakers (onder andere: OCW, RCE, PBL, CRa, RLi, ARbm, IPO en VNG), kenniswerkers (als onderzoekers bij en studenten van Kenniscentrum Noorderruimte en/of UU en VU) en ervaringsdeskundigen (als de schrijfster van het boek 'nu is het aan ons', Eva Rovers, maar ook natuurlijk CMO STAMM en bijvoorbeeld Bureau Burgerberaad) voor het inzetten van het burgerberaad als vernieuwende democratische vorm en participatieproces.

In de begroting is een post opgenomen voor het inschakelen van deze kennis- en uitvoeringspartners.

13. Omschrijf in welke mate en op welke wijze vrijwilligers worden ingezet voor de uitvoering van het initiatief.

Het FIM-bestuur voert hun activiteiten op vrijwillige basis uit, veelal naast hun baan in de erfgoedsector en/of naast andere vrijwillige bestuursfuncties.

Plan voor kennisontwikkeling en kennisdeling en de daarbij beoogde doelgroep(en)

14. De resultaten, inzichten en ervaringen die voortkomen uit uw initiatief moeten ten goede kunnen komen aan het hele erfgoedveld. De manier waarop u hier invulling aan geeft wordt meegewogen in de beoordeling.

Omschrijf hoe u de resultaten, ervaringen en bevindingen van uw initiatief actief deelt met het Faro-netwerk en andere relevante doelgroepen.

Een burgerberaad is een, zoals gezegd, voor Nederland relatief nieuwe vorm van bewonersconsultatie: namelijk niet alleen ophalen, ook het gesprek aan gaan en met elkaar komen tot definiëren van waarden en oplossingen op grote maatschappelijke opgaven.

Door dit proces in het erfgoed te doorlopen met als doel het gesprek tot koppelen aan deze grote maatschappelijke opgaven en tegelijkertijd een medium in te richten om dit als middel ook bij toekomstige vraagstukken te kunnen inzetten, dragen we bij aan een andere wijze van omgaan met burgerparticipatie. Iets wat pas goed werkt als het herbruikbaar is en vaker wordt toegepast.

Zowel de opgedane ervaring als de mediaomgeving zullen dan ook worden gedeeld met en beschikbaar gesteld voor het erfgoedveld.

Daarnaast zullen wij de opgedane ervaringen en resultaten voorleggen aan enkele hoogleraren Burgerparticipatie, zoals:

████████████████████, Universiteit voor Humanistiek in Utrecht – In haar onderzoeksrapport ‘Democratische Vernieuwing’ wijst zij op een hiaat: het gaat bij burgerparticipatie vaak wel over de input en de throughput, maar niet over de output, dus over de vraag wat er met de meerstemmigheid van de meningen wordt gedaan.

████████████████████ hoogleraar Rechtsstaat en Democratie aan Universiteit Utrecht – Ziet als advocaat kansen in burgerberaden en vindt dat burgerparticipatie juist niet schuurt met de representatieve democratie.

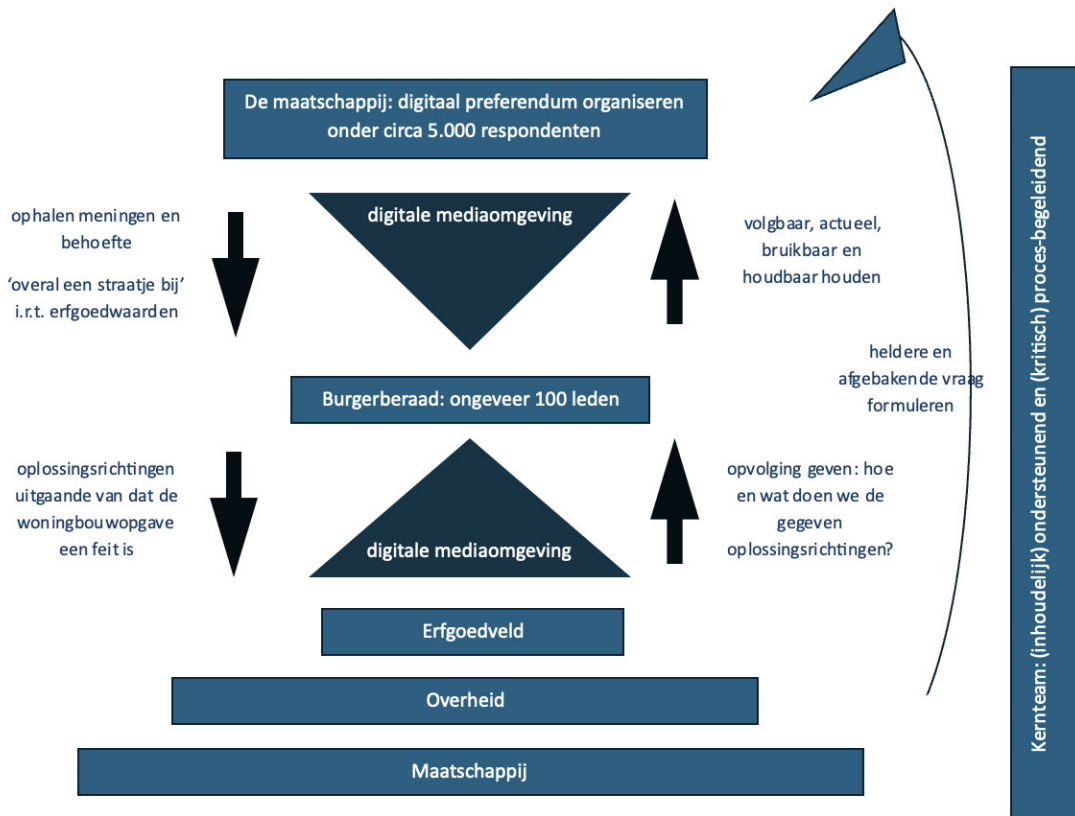
████████████████████ hoogleraar Diversiteit en Integratie aan de VU en kroonlid bij de SER – is alert op de participatieparadox en stelt de vraag: hoe bereik je de stille meerderheid en hoe zorg je dat je alle stemmen kunt horen.

Als spin-off van deze pilot om het burgerberaad in te zetten voor erfgoedkwesties, zien wij mogelijkheden om door studenten onderzoek te laten doen naar de bredere (en structurele) uitrol van het burgerberaad als middel om verdieping en meerstemmigheid zichtbaar te maken daar waar cultureel erfgoed verbonden kan worden aan sociaalmaatschappelijke doelen.

Werk een plan uit voor kennisontwikkeling en -deling, inclusief de beoogde doelgroep(en) en omschrijf daarin hoe de resultaten van het initiatief worden gedeeld.

Denk ook aan type communicatiemiddelen, frequentie etc. De kosten hiervoor kunt u opvoeren in uw begroting.

In het opgenomen overzicht zal per stap worden aangegeven welke communicatiedoelen (ten behoeve van kennisontwikkeling en -deling) worden behaald, voor welke doelgroepen, met welke communicatiemiddelen, tegen welke frequentie en wat hier de beoogde resultaten van zullen zijn.



Stap 1	Onderzoeksvraag formuleren (doel) en ideevorming digitale omgeving (middel)
Doel	Heldere en afgebakende vraag formuleren en brainstormen over de wijze waarop de visie van de maatschappij wordt opgehaald.
Betrokkenen	Kernteam FIM- burgerberaad erfgoed (zie punt 12 uit het activiteitenplan) Hanze (kenniscentrum NoorderRuimte) waaronder onderzoekers en studenten, mede begeleid door het FIM -bestuur.
Activiteiten	Samenstellen kernteam en met elkaar komen tot afgebakende onderzoeksvraag, deelvragen en nadere uitwerking van de vorm (digitaal referendum) en middel (mediaomgeving).
Communicatiemiddelen	Inzet van schriftelijke en mondelinge communicatie: <ul style="list-style-type: none"> - uitnodigen en bij elkaar halen van het kernteam (in een tweetal bijeenkomsten) - mondelinge en schriftelijke begeleiding van de studenten Start met communicatie- en marketingstrategie via sociale media en overige digitale kanalen: uitleg over de start en het doel van een burgerberaad erfgoed.
Doelgroep	Experts, ervaringsdeskundigen en studenten (de nieuwe generatie vragen om creatief en innovatief naar onze vraagstelling te kijken).
Communicatiefrequentie	In deze opstartfase zetten wij in op een tweetal live gesprekken met het kernteam een mailing van minimaal driemaal om tot een concrete (en wetenschappelijk correcte) vraagstelling te komen. De studenten zullen eveneens een viertal gesprekken nodig hebben in deze brainstormfase (apart van de begeleiding van hun eigen interne docent).
Beoogd resultaat ten behoeve van kennisontwikkeling en deling	Afronding van deze stap is van cruciaal belang om de volgende stappen en dus het totale proces correct te doorlopen. Enkel een concrete vraag (resultaat 1) leidt tot het ophalen van bruikbare meningen (ten behoeve van het gesprek over oplossingsrichtingen in het burgerberaad). Daarnaast is het van belang dat de studenten in deze fase komen tot een idee voor een digitale omgeving die zowel breed bruikbaar (ruime doelgroep) als houdbaar (herbruikbaar en makkelijk te onderhouden) is (resultaat 2).
Planning en doorlooptijd	Zie bijgevoegde activiteitenplanning
Benodigd budget	Zie bijgevoegde begroting en dekkingsplan

Stap 2	Productdefinitie (ontwerp 'media-ecosysteem' en marketingstrategie)
Doel	Een digitale omgeving nader uitwerken en als prototype bouwen om te testen en vervolgens als medium in te zetten voor het referendum.
Betrokkenen	Kernteam FIM- burgerberaad erfgoed (zie punt 12 in het activiteitenplan) Hanze (kenniscentrum NoorderRuimte) waaronder onderzoekers en studenten, mede begeleid door het FIM -bestuur. Campagnebureau Overhaus
Activiteiten	Ontwerpen van een eerste concept voor een digitale mediaomgeving: om op te halen en om terug te leggen.
Communicatiemiddelen	Ontwikkelen van nieuw digitaal communicatieplatform met bijbehorend plan voor vermarkting van dit platform; dat gebruikt maakt van (audio)visuele input om een referendum uit te zetten en de opgehaalde input om te zetten in digitale visualisatie van de data (geschikt om middels hetzelfde platform publiek te delen).
Doelgroep	n.v.t. (= is de ontwerpfase)
Communicatiefrequentie	n.v.t. (= is de ontwerpfase)
Beoogd resultaat ten behoeve van kennisontwikkeling en deling	Ontwerp voor een multimedialplatform dat herbruikbaar en houdbaar is.
Planning en doorlooptijd	Zie bijgevoegde activiteitenplanning
Benodigd budget	Zie bijgevoegde begroting en dekkingsplan

Stap 3	Groep selecteren ('gewogen loting')
Doel	Verzamelen en selecteren van de groep voor het referendum (ronde 1 van de 'gewogen loting')
Betrokkenen	Kernteam FIM- burgerberaad erfgoed (zie punt 12 in het activiteitenplan) CMO STAMM
Activiteiten	Uitnodigen van 10.000 mensen om te participeren in het referendum (en mogelijk daarna in het burgerberaad).
Communicatiemiddelen	Digitale uitnodiging en inzet van de nieuwe mediaomgeving
Doelgroep	Volstrekt willekeurige groep van de maatschappij
Communicatiefrequentie	Eenmalige uitnodiging en een eenmalige digitale herinnering
Beoogd resultaat ten behoeve van kennisontwikkeling en deling	Een lijst van 10.000 mensen die zijn benaderd om te participeren in het referendum.
Planning en doorlooptijd	Zie bijgevoegde activiteitenplanning
Benodigd budget	Zie bijgevoegde begroting en dekkingsplan

Stap 4	Prototype testen
Doel	Prototype afronden en met een willekeurige doelgroep ('op straat') testen.
Betrokkenen	Studenten Hanze Hogeschool
Activiteiten	Testen mediaomgeving onder een brede doelgroep (verschillende leeftijdscategorieën en achtergronden).
Communicatiemiddelen	Digitale mediaomgeving
Doelgroep	Volstrekt willekeurige groep van de maatschappij
Communicatiefrequentie	Eenmalig testen van het prototype ('op straat')
Beoogd resultaat ten behoeve van kennisontwikkeling en deling	Deze digitale omgeving wordt de vorm waarop we zowel ophalen als terugleggen: iets wat ook in de toekomst bij andere vragen benut zou moeten kunnen worden. Met andere woorden een cruciaal onderdeel van ons project.
Planning en doorlooptijd	Zie bijgevoegde activiteitenplanning
Activiteiten	Terugbrengen van de 10.000 mensen tot circa 5.000 Door ontwikkelen van het prototype tot bruikbare mediaomgeving Het houden van een referendum onder deze groep
Communicatiemiddelen	Digitale uitnodiging voor het referendum (middels digitaal beschikbare (audio)visuele multimediaomgeving)
Doelgroep	Geselecteerde groep van de maatschappij die gezamenlijk een brede afspiegeling zijn
Communicatiefrequentie	Eenmalige uitnodiging en een eenmalige digitale herinnering
Beoogd resultaat ten behoeve van kennisontwikkeling en deling	Een lijst van 5.000 mensen die zijn benaderd om te participeren in het referendum.
Planning en doorlooptijd	Zie bijgevoegde activiteitenplanning
Benodigd budget	Zie bijgevoegde begroting en dekkingsplan

Stap 5	Marktconsultatie -> = het referendum
Doel	Analyseren en wegen van de groep voor het referendum (ronde 2 van de 'gewogen loting')
Betrokkenen	Kernteam FIM- burgerberaad erfgoed (zie punt 12 in het activiteitenplan) Campagnebureau Overhaus CMO STAMM
Activiteiten	Terugbrengen van de 10.000 mensen tot circa 5.000 Door ontwikkelen van het prototype tot bruikbare mediaomgeving Het houden van een referendum onder deze groep
Communicatiemiddelen	Digitale uitnodiging voor het referendum (middels digitaal beschikbare (audio)visuele multimediaomgeving)
Doelgroep	Geselecteerde groep van de maatschappij die gezamenlijk een brede afspiegeling zijn
Communicatiefrequentie	Eenmalige uitnodiging en een eenmalige digitale herinnering
Beoogd resultaat ten behoeve van kennisontwikkeling en deling	Een lijst van 5.000 mensen die zijn benaderd om te participeren in het referendum.
Planning en doorlooptijd	Zie bijgevoegde activiteitenplanning
Benodigd budget	Zie bijgevoegde begroting en dekkingsplan

Stap 6	De analyse
Doel	Analyseren van de onderzoeksdata en opzetten van een publiek deelbaar resultaat.
Betrokkenen	Kernteam FIM- burgerberaad erfgoed (zie punt 12 in het activiteitenplan) Campagnebureau Overhaus CMO STAMM
Activiteiten	Analyseren onderzoeksdata Factsheet ontwerpen
Communicatiemiddelen	Digitale mediaomgeving
Doelgroep	n.v.t. (= is de analysefase)
Communicatiefrequentie	n.v.t. (= is de analysefase)
Beoogd resultaat ten behoeve van kennisontwikkeling en deling	Factsheet van de onderzoeksdata opgehaald uit het referendum
Planning en doorlooptijd	Zie bijgevoegde activiteitenplanning
Benodigd budget	Zie bijgevoegde begroting en dekkingsplan

Stap 7	Het burgerberaad lanceren
Doel	Bespreken van de onderzoeksresultaten en samen komen tot oplossingen.
Betrokkenen	Kernteam FIM- burgerberaad erfgoed (zie punt 12 in het activiteitenplan) Campagnebureau Overhaus Evenementenbureau Smart Camels CMO STAMM
Activiteiten	Drie live bijeenkomsten organiseren
Communicatiemiddelen	Mondelinge communicatie middels een open en gelijkwaardig gesprek. Daarnaast livestream via de digitale mediaomgeving.
Doelgroep	Een selectie van de maatschappij van circa 100 mensen
Communicatiefrequentie	Driemaalige bijeenkomst
Beoogd resultaat ten behoeve van kennisontwikkeling en deling	<ul style="list-style-type: none"> ➤ oefenen met het proces voor het voeren van burgerberaad, zodat het daarna nogmaals bruikbaar is. ➤ concrete oplossingsrichtingen ten behoeve van het daadwerkelijke en concrete probleem (zoals gedefinieerd middels het referendum).
Planning en doorlooptijd	Zie bijgevoegde activiteitenplanning
Benodigd budget	Zie bijgevoegde begroting en dekkingsplan

Stap 8	Opvolging geven
Doel	Helder communiceren over de vervolgstappen op het burgerberaad. Evalueren van het proces: zo inrichten dat het herbruikbaar is bij nieuwe vraagstukken.
Betrokkenen	Kernteam FIM- burgerberaad erfgoed (zie punt 12 in het activiteitenplan) Campagnebureau Overhaus CMO STAMM Hoogleraren VU en UU en UvH + studenten
Activiteiten	Opleverdocument communiceren met de leden van het referendum en het burgerberaad. Als ook met de actuele politiek en overheden ambtelijk. Tevredenheidsenquête uitvoeren (als input voor de evaluatie). Evalueren van het doorlopen proces. Gesprekken voeren over spin-off -onderzoek door studenten naar structurele toepassingsmogelijkheden van een burgerberaad voor het verbinden van cultureel erfgoed aan onder andere ruimtelijke, economische en sociaalmaatschappelijke doelen, met als doel bouwstenen voor visie en beleid te genereren. Beschikbaar stellen van het proces burgerberaad en de digitale mediaomgeving aan het erfgoedveld.
Communicatiemiddelen	Digitale mediaomgeving, digitale mailing, sociale media.
Doelgroep	<ul style="list-style-type: none"> - participanten referendum en burgerberaad - overheden - erfgoedveld
Communicatiefrequentie	Eenmalige i.v.m. oplevering
Beoogd resultaat ten behoeve van kennisontwikkeling en deling	Een getest proces voor het inrichten van een erfgoedberaad en een doorontwikkelde mediaomgeving waarmee een referendum kan worden uitgevoerd alsmede worden teruggekoppeld / actief worden gecommuniceerd.
Planning en doorlooptijd	Zie bijgevoegde activiteitenplanning
Benodigd budget	Zie bijgevoegde begroting en dekkingsplan

Begroting

15. De gevraagde financiële bijdrage moet in verhouding staan tot de verwachte impact van het initiatief. Behalve een projectplan dient u ook een begroting toe te voegen (separate bijlage). Omschrijf hieronder op welke wijze u de mogelijkheden van cofinanciering (eigen bijdrage en bijdragen derden) heeft onderzocht en wat daarvan de uitkomst is geweest.

Een gespecificeerde activiteitenraming per stap met concept dekkingsplan is als bijlage toegevoegd.

Nb. de uren van de FIM -bestuursleden zijn vrijwillig. Deze uren (alsmede de uren van een aantal andere van de kernteamleden die hierin 'vrijwillig' participeren) zijn als 'eigen middelen' opgenomen.

Ook begeleiding van de studenten en inzet van de studenten worden niet als kosten in deze aanvraag opgevoerd: deze inzet wordt gezien als cofinanciering (vanuit het programma leefbaarheid en digitalisering in het Kenniscentrum Noordruimte van de Hanze Hogeschool).

Daar waar een projectleider wordt ingezet om dit project in goede banen te leiden: resultaten, planning en budget (ook voor wat betreft de verantwoording van de activiteiten voor de verkregen middelen) is wel inzet x tarief begroot.

Een aantal experts in het kernteam zullen wel een vergoeding voor hun inzet vragen: deze zijn op kosten gezet.

Ook de inhuur van CMO STAMM, campagnebureau Overhaus en evenementenbureau Smart Camels zijn opgenomen.

Voor wat betreft dekking (aanvullende financiering) is contact gezocht met het Cultuurfonds en het Bouwfonds gebiedsontwikkeling.

Ingevuld door: FIM Nederland, [REDACTED]
Datum: 6 september 2024