

Actieplan Cultuurbereik

Ondersteuning, deskundigheidsbevordering en communicatie

Amsterdam, 8 januari 2001

Rento Zoutman
Hans van Helden

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
1.1	Vraagstelling	4
1.2	Werkwijze onderzoek	4
1.3	Opbouw rapportage	5
2	Stand van zaken Actieprogramma's Cultuurbereik	6
3	Ondersteuning: uitwisseling van ervaringen en deskundigheidsbevordering	9
3.1	Thema's voor uitwisseling/deskundigheidsbevordering	9
3.2	Vormen van uitwisseling en deskundigheidsbevordering	13
4	Communicatie	16
4.1	Uitgangspunten	16
4.1	Knelpunten	16
4.3	Doelgroepen en communicatiedoelen	17
4.4	Communicatiemiddelen	18
5	Advies	22
5.1	Algemeen	22
5.2	Thema's	22
5.3	Vorm	22
5.4	Voorstel voor een programma voor uitwisseling en deskundigheidsbevordering in 2001 en daarna	23
5.5	Communicatie	23
5.6	Organisatie van ondersteuning en communicatie	24
	Bijlagen	
Bijlage 1	Lijst van geïnterviewde personen	26
Bijlage 2	Enquête	27
Bijlage 3	Vergelijking met andere projecten waarin de beleidsontwikkeling bij gemeenten / provincies wordt gestimuleerd.	31
Bijlage 4	Communicatie-aanpak 2001	33

1 Inleiding

In de cultuurnota 2001-2004 'Cultuur als confrontatie' is een belangrijke plek toegekend aan het bevorderen van het cultuurbereik. Het streven is om zowel te zorgen voor een kwaliteitsimpuls voor het culturele aanbod als een impuls te geven aan het bereiken van een nieuw en diverser publiek. Daartoe wordt een belangrijk nieuw beleidsinstrument opgevoerd: de Stedelijke en Provinciale programma's Cultuurbereik.

Gemeenten en provincies delen in belangrijke mate de door het rijk gepresenteerde prioriteiten. En juist in die steden en provincies is het mogelijk om cultureel aanbod en de verschillende publieksgroepen bij elkaar te brengen. De staatssecretaris heeft 30 grote gemeenten en de 12 provincies uitgenodigd om de komende cultuurnotaperiode met stedelijke en provinciale programma's het cultuurbereik te vergroten. Gezamenlijke doelstellingen daarbij zijn:

- 1 versterking van de culturele programmering van verschillende soorten accommodaties, van theater en poppodium tot galerie, bibliotheek, museum of buurthuis;
- 2 ruim baan maken voor culturele diversiteit;
- 3 investeren in jeugd en jonge kunstenaars;
- 4 beter zichtbaar en bereikbaar maken van cultureel vermogen;
- 5 culturele planologie op de agenda zetten.

Alle 42 genodigde gemeenten en provincies hebben inmiddels deze doelstellingen onderschreven en de intentie uitgesproken om mee te doen en daarbij de inzet van het Rijk met eenzelfde bedrag te matchen. Ze hebben daartoe plannen van aanpak opgesteld, die zich niet per se conformeren aan de conventies in de cultuursector. In deze plannen worden lokale accenten gelegd. 'De eigen culturele dynamiek van een stad of provincie is het uitgangspunt' (Cultuurnota, p.39).

De gemeenten en provincies hebben de handschoen opgepakt die hen door het Rijk is toegeworpen en zijn druk doende om hun programma's te ontwikkelen. Deze moesten vóór 15 december 2000 bij het ministerie van OCenW zijn ingeleverd.

Het maken van de programma's cultuurbereik markeert een nieuwe manier van samenwerken tussen de overheden. In de programma's cultuurbereik zoekt men naar nieuwe methoden om een breed en ander publiek te interesseren voor cultuur. Daarmee is geenszins gezegd dat het streven naar vergroten van cultuurbereik voor gemeenten en provincies iets nieuws zou zijn. In de afgelopen jaren is door culturele instellingen, maar ook door de lagere overheden vaak al met veel energie gezocht naar nieuwe wegen. Er zijn in een aantal gemeenten cultuurmakelaars aangesteld, er wordt nagedacht over cultuuraanbod in wijken en buurten waar de interesse in culturele activiteiten over het algemeen laag is.

Het Actieplan Cultuurbereik geeft, met name door de financiële bijdrage die het levert, wel een nieuwe impuls aan de zoektocht naar een breder publiek. Men is zich gaandeweg gaan realiseren dat voor het vergroten van het cultuurbereik naar andere wegen gezocht moet worden dan voorheen werden bewandeld.

Het Actieplan Cultuurbereik is in het werken met programma's vergelijkbaar met de aanpak die wordt gevolgd in het Grote Steden Beleid (GSB). Deze aanpak laat ruimte om op lokaal niveau, in samenwerking met uiteenlopende partners tot een concrete invulling te komen.

Ter ondersteuning van de realisatie van de programma's wil het ministerie van OCenW energie steken in de ondersteuning van gemeenten, provincies en culturele instellingen en wil men een communicatieplan maken. In september 2000 heeft het ministerie aan Van Dijk, van Soomer en Partners (DSP) gevraagd om voor beide onderdelen voorstellen te doen. Enerzijds gaat het om een onderzoek naar de behoeften aan ondersteuning (uitwisseling van ervaringen, deskundigheidsbevordering), anderzijds gaat het om het maken van een beknopt communicatieplan, dat inspeelt op de te verwachten problemen en vragen bij het realiseren van het Actieplan. Eerder heeft DSP reeds in opdracht van het ministerie twee werkconferenties en georganiseerd voor de ambtenaren en projectleiders die betrokken zijn bij het Actieplan. In dit onderzoek wordt samengewerkt met het bureau Van Helden & Partners, dat het onderdeel over communicatie verzorgt.

1.1 Vraagstelling

Het ministerie van OCenW heeft voor het onderzoek naar uitwisseling en deskundigheidsbevordering enkele uitgangspunten geformuleerd:

- vraaggerichte aanpak: uitwisseling en deskundigheidsbevordering dienen goed aan te sluiten bij de doelgroep, de projectleiders en ambtenaren die betrokken zijn bij de programma's cultuurbereik;
- de inhoud staat centraal: na een periode waarin veel aandacht is geweest voor de procedure moet de aandacht uitgaan naar de inhoud;
- kleinschalige, informele uitwisseling op basis van eigen initiatief heeft de voorkeur;
- er moet aandacht zijn voor innovatie: uitwisseling moet ook voor de 'voorlopers' interessant zijn.

Ook in het communicatieplan moet rekening worden gehouden met deze uitgangspunten. De communicatie is in de eerste plaats gericht op de bestuurders, de ambtenaren cultuur en projectleiders van de betrokken gemeenten en provincies. De secundaire doelgroep bestaat uit gemeentelijke voorlichters, culturele instellingen en organisaties van allochtonen en jongeren.

Het ministerie van OCenW wil in de communicatie niet te veel op de voorgrond treden. Gemeenten en provincies dragen zelf de verantwoordelijkheid voor de invulling en uitvoering van de programma's in hun gebied. In het communicatieplan moet een beargumenteerde keuze gemaakt worden uit een veelheid aan mogelijke middelen.

1.2 Werkwijze onderzoek

De probleemstelling van het onderzoek is vertaald in een aantal onderzoeksvragen:

- a Hoe moet een beknopt communicatieplan ingevuld worden? Hoe denkt de doelgroep over de te kiezen media als een website of bulletin?
- b Zou er een netwerk opgezet kunnen worden waarin men elkaar op basis van eigen interesse gaat opzoeken? Hoe moet dit georganiseerd worden?
- c Welke vormen van uitwisseling vindt men interessant?
- d Welke inhoudelijke thema's lenen zich voor uitwisseling?

Er zijn in totaal negen interviews gehouden met betrokken vertegenwoordigers van gemeenten en provincies. De gesprekspartners zijn gekozen aan de hand van geografische spreiding, omvang van de gemeente en de mate waarin men in het cultuurbeleid al actief aan het werk is gegaan met cultuur-

bereik. Daarnaast is gesproken met leden van het projectteam Cultuur en School en met leden van het Actieplanteam, op het ministerie van OCenW . In interviews met vertegenwoordigers van de VNG projecten jeugdbeleid en ouderenbeleid is gesproken over de werkwijze die men daar hanteert. Deze projecten richten zich op ondersteuning van gemeenten bij het ontwikkelen en implementeren van beleid op deze terreinen. Voorts is informatie verzameld over de campagne jeugdparticipatie binnen het project Jeugd in Beweging (JIB).

In bijlage 1 is een lijst met alle geïnterviewde personen opgenomen.

In de interviews is gevraagd naar de stand van zaken in het ontwikkelen van de programma's cultuurbereik en de knelpunten die zich daarbij voordoen.

Tevens is de geïnterviewden gevraagd welk belang zij hechten aan uitwisseling van ervaringen en welke thema's en werkvormen daarbij voor hen aantrekkelijk zijn. Tot slot is nagegaan hoe zij verschillende communicatiemiddelen waarderen die bij het Actieplan ingezet kunnen worden.

Met behulp van het materiaal dat in de interviewronde is verzameld, is vervolgens een beknopte enquête gehouden over deze onderwerpen onder de projectleiders en ambtenaren die betrokken zijn bij het Actieplan (zie bijlage 2). De enquête is zowel via e-mail als over de post verspreid. De respons op deze enquête was goed: van de 48 aangeschreven personen hebben er 26 geantwoord.

Een groot aantal van hen heeft bovendien de moeite genomen om, alhoewel daar niet naar is gevraagd, nog aanvullende opmerkingen op het formulier te vermelden.

1.3 Opbouw rapportage

Hierna gaan wij eerst kort in op de stand van zaken in het ontwikkelen van de programma's (hoofdstuk 2). Daarna komen aan de orde: de behoeften die er leven t.a.v. ondersteuning en deskundigheidsbevordering, zowel wat betreft de inhoudelijke thema's als de vorm waarin dit zou kunnen gebeuren (3). In hoofdstuk 4 wordt geschetst hoe de communicatie rond het Actieplan opgezet kan worden. In hoofdstuk 5 sluiten wij het rapport af met een advies over ondersteuning (uitwisseling / deskundigheidsbevordering) en de communicatie. Daarbij wordt een concreet voorstel gedaan voor mogelijke activiteiten in 2001 en wordt voorgesteld hoe ook in de jaren daarna zinvolle ondersteuning en communicatie tot stand kunnen komen.

2 Stand van zaken Actieprogramma's Cultuurbereik

In de interviews is gevraagd naar de vorderingen van de programma's cultuurbereik in de gemeenten en provincies. Dit hebben wij gedaan vanuit het besef dat het denken over het faciliteren van deze programma's moet wortelen in de praktijk van de projectleiders, ambtenaren en instellingen die ermee bezig zijn en de knelpunten die zij daarbij ervaren.

Als eerste reactie op de vraag naar de voortgang gaven enkele geïnterviewden aan de door het ministerie gesteld deadline van 15 december niet te zullen halen. Sommigen hebben bij het ministerie om uitstel verzocht en dat ook gekregen.

Een aantal zaken valt op:

Er zijn behoorlijke *verschillen in de ontwikkeling van de programma's*.

De gemeente Groningen is, doordat zij een van de zeven pilotgemeenten was, reeds gestart met de uitvoering van activiteiten. Het programma is daar een logisch vervolg op hetgeen in de pilot reeds is ontwikkeld. Anderen staan nog aan het begin: de invulling van de programma's in communicatie met het veld moet daar nog volledig gestalte krijgen. De gemeente Rotterdam heeft rond drie thema's (marktwerking, nieuwe locaties en nieuw aanbod voor nieuwe groepen) clusters van instellingen gevormd, die elke een programma uitwerken.

Het realiseren van de programma's is volgens de geïnterviewden een ingewikkeld proces, waarin vele (potentiële) partners, ook van buiten de cultuursector, een rol spelen. Sommige gemeenten en provincies reduceren deze complexiteit door enkele grotere projecten te organiseren en de verantwoordelijkheid daarvoor bij bepaalde instellingen neer te leggen (Haarlem). Ook komt het voor dat men een subsidieregeling instelt, waarop gereageerd kan worden (Haarlem) of waarop reeds vele voorstellen zijn ingediend (Zwolle).

Gemeenten en provincies *zoeken naar goede 'trekkers'* voor het Actieplan en daartoe moeten de culturele instellingen in hun gebied geprikkeld en soms geïnspireerd worden tot activiteit. Dat vergt tijd. In de communicatie met 'het veld' over doel en opzet van het Actieplan moet veel geïnvesteerd worden. De vraag hoe je die communicatie met het culturele veld, maar ook met onderwijs en welzijn moet aanpakken kwam in de interviews regelmatig terug. Een van de geïnterviewden: 'Hoe krijg je het programma 'aan de praat'?

Enkele vertegenwoordigers van de provincies geven aan dat de totstandkoming van de programma's moeizaam verloopt. Er zijn vragen over de wijze waarop de provincie de samenwerking met de gemeenten en het culturele veld het best aanpakt.

Bovendien ligt er de uitdaging om vooral buiten de culturele instellingen ook anderen te betrekken: welzijnsinstellingen, migrantenorganisaties, scholen, buurtverenigingen en dergelijke.

De geïnterviewden bij gemeenten gaven aan dat het hier tot nu toe om gescheiden circuits gaat. Meestal communiceert de gemeentelijke of provinciale afdeling cultuur over het Actieplan Cultuurbereik met de grote culturele instellingen, waar toch al contact mee is. Daarbuiten moet, wanneer men dat wil, een nieuwe slag gemaakt worden. In 2001 zal men vooral nog bezig zijn om dit proces op de rails te krijgen. Overigens verschilt men sterk in de ambities om het aantal betrokkenen groter te maken dan alleen de grote culturele instellingen. In een aantal gemeenten wordt dit aan die instellingen zelf overgelaten. In enkele gemeenten, zoals Utrecht, is samenwerking met instellingen

gen in de wijken een criterium dat bij de beoordeling van voorstellen gebruikt wordt.

Wanneer het Actieplan alleen wordt uitgezet onder de culturele instellingen, dan loopt men het risico, zoals een van de geïnterviewden meldde, dat initiatieven 'in eigen kring blijven hangen'. Daarmee wordt bedoeld dat deze activiteiten een te beperkte scope zouden hebben en dat daadwerkelijke pogingen om het cultuurbereik te verbreden stranden op een repertoire dat vooral 'meer van hetzelfde' bevat. Enkele geïnterviewden wijzen erop dat het vooral belangrijk is om een relatie tussen kleinere initiatieven en grotere instellingen te leggen. Een dergelijke samenwerking zou wederzijds bevruchtend kunnen werken.

'Naarmate de gemeenten kleiner worden ontbreekt het hen aan tijd en energie om mee te werken', aldus een van de geïnterviewden van de provincies. Onze indruk is dat de provincies, gezien de schaal waarop zij moeten werken en het grote aantal betrokken gemeenten en instellingen, grotere moeite hebben met het 'managen van het proces' dan de direct betrokken gemeenten. In Limburg heeft men de provincie opgedeeld in vijf regio's, die ieder een eigen regionaal programma maken, met daarin ook concrete projecten. Er komt een programmamanagement op provinciaal niveau, dat het tot stand komen van de regioprogramma's stimuleert en faciliteert (format, voorlichting, communicatie).

Het *Actieplan Cultuurbereik* heeft zeer *uiteenlopende doelstellingen* en is daardoor erg 'breed'. Daar waar het project Cultuur en School is gericht op een redelijk overzichtelijke doelgroep van onderwijsinstellingen en culturele instellingen, spreekt het Actieplan een veel bredere groep aan. Een aantal van de geïnterviewde gemeenten en provincies heeft dit probleem opgelost door zelf enkele concrete terreinen te benoemen waar het Actieplan op gericht is. De gemeente Zwolle kiest voor festivalbeleid en een productiefonds voor theater en muziek (professioneel) en besteedt daarnaast aandacht aan beeldende kunst en Cultuur en School. Rotterdam benoemt uitgangspunten, doelgroepen en benoemt drie thema's: het bestaande aanbod toegankelijk maken voor de doelgroep (marketing), het bestaande aanbod aanbieden op niet-traditionele locaties en nieuw aanbod voor nieuwe groepen, aansluitend bij de smaakprofielen.

Een apart probleem is de *verhouding tussen het Actieplan en reeds lopende beleidstrajecten in de sector cultuur of daarbuiten*. Sommige gemeenten en provincies (Amersfoort, Noord-Holland) hebben reeds een interactief traject afgerond om tot een nieuwe invulling van cultuurbeleid te komen of zijn daarmee bezig. Men zoekt dan naar een effectieve aansluiting voor het Actieplan, waarbij men niet een reeds gevoerd overleg met betrokken instellingen nog eens over moet doen.

Een aantal gemeenten profiteert bij haar 'match' van Actieplan middelen van budgetten voor het Grote Steden Beleid (GSB, dit zijn bijvoorbeeld Eindhoven, Breda en Zwolle). Geïnterviewden melden dat dit een spanningsverhouding oplevert tussen (wijkgericht) achterstandsbeleid gericht op bepaalde bevolkingsgroepen en het cultuurbeleid, waarin de kwaliteit leidend is. Sommige geïnterviewden lossen dit pragmatisch op. Een citaat uit een van de interviews: 'Vanuit het oogpunt van de kunstinstellingen moet je in het Actieplan inleveren. Dat is echter vooral een taboe dat leeft bij ambtenaren en directies. Kunstenaars vinden het meestal leuk om met een concrete vraag van jongeren aan de slag te gaan, ze actief te krijgen'.

Anderen hebben meer moeite met het dichten van de kloof tussen 'het vereiste artistieke niveau en het bezig houden van de goede mensen'.

De meeste gemeenten en provincies hebben reeds een *adviescommissie*, ten behoeve van de beoordeling van de kwaliteit van de projectvoorstellen, of zijn bezig deze samen te stellen. Onze indruk uit de interviews en de beantwoording van de enquête is dat zich hierbij geen grote problemen voordoen.

Conclusies

Uit het voorgaande trekken wij enkele conclusies:

- De verschillen in fase van ontwikkeling van de programma's maken dat men iets van elkaar kan leren. Daar waar de ene gemeente of provincie bijvoorbeeld de communicatie met het veld al heeft opgezet, zijn anderen nog bezig dit te doen. Uitwisseling van ervaringen kan in dergelijke gevallen veel helpen bij de voortgang en efficiënte organisatie van de programma's.
- Een inperking van de doelstellingen van het Actieplan lijkt raadzaam ten einde de programma's werkbaar te maken. Dat betekent niet dat er doelstellingen af zouden vallen, maar wel dat er gefaseerd aan gewerkt zou moeten worden.
- Voor een aantal gemeenten is de verhouding tussen cultuurbeleid en een meer wijkgericht achterstandsbeleid een belangrijk onderwerp. Dit geldt in het bijzonder voor die gemeenten die hun match voor het Actieplan financieren vanuit GSB-middelen.

3 Ondersteuning: uitwisseling van ervaringen en deskundigheidsbevordering

Gemeenten en provincies kunnen op het terrein van cultuurbeleid veel van elkaar leren. Het faciliteren van uitwisseling van beleidsvisies, praktijkervaringen en -inzichten en projecten kan dan ook een nuttige steun in de rug zijn bij het realiseren van de programma's cultuurbereik. De waarde van een dergelijke facilitering blijkt onder meer uit projecten op andere beleidsterreinen, zoals jeugdbeleid, ouderenbeleid en het project Jeugd in Beweging (zie o.m. Programma aanbod 2000 van het project lokaal jeugdbeleid, VNG maart 2000). Ook in het project Cultuur en school heeft men ervaren dat het praten over aanpak en resultaten bijdraagt aan de kwaliteit van de activiteiten en aan gezamenlijke beleidsontwikkeling. Kortom: de gedachte is dat dit ook voor het Actieplan nuttig zou kunnen zijn.

Deze indruk wordt bevestigd door de geënquêteerde ambtenaren en projectleiders. Op de vraag of men uitwisseling van ervaringen nuttig vindt melden alle respondenten (26 van de 48 respondenten hebben de enquête ingevuld) het nut daarvan in te zien. De geïnterviewden geven aan dit nuttig te vinden, maar merken daarbij op dat uitwisseling pas echt op gang kan komen wanneer wat meer ervaring is opgedaan met de programma's. In de loop van 2002 en daarna komt er meer informatie over de praktijk beschikbaar: over het proces, en wellicht over de eerste resultaten van projecten. Volgens een aantal geïnterviewden ligt de kracht van het Actieplan vooral in vormgeven aan een nieuwe samenwerking tussen overheden en instellingen.

3.1 Thema's voor uitwisseling/deskundigheidsbevordering

In de enquête en de interviews is gevraagd naar de thema's die men aantrekkelijk vindt voor uitwisseling. Hierna volgt een overzicht van de resultaten, met een toelichting op de thema's, waarbij ook gebruik gemaakt wordt van hetgeen in de interviews is gezegd. In de enquête (zie bijlage 2) kon men eerst bij de open vraag 7 aangeven welke thema's men belangrijk vindt. Daarna kon men bij vraag 8 een score van op een schaal van 1 tot 5 geven (van heel onbelangrijk naar heel belangrijk) aan 12 thema's die naar voren zijn gekomen uit de werkconferenties in Amersfoort en de interviews.

In de volgende tabel worden de resultaten van vraag 8 weergegeven: het totaal aantal punten dat een bepaald onderwerp kreeg;

- het aantal respondenten dat het onderwerp (zeer) belangrijk vindt (score 4 of 5), het aantal respondenten dat het onderwerp niet belangrijk en niet onbelangrijk vindt (score 3) en het aantal personen dat het onderwerp (zeer) onbelangrijk vindt (score 1 of 2);
- de gemiddelde scores;
- (n = 25, één van de respondenten heeft deze vraag niet ingevuld).

thema	totaal aantal punten	(zeer) belangrijk (score 4-5)	niet belangrijk/ niet onbelangrijk (score 3)	(zeer) onbelangrijk (score 1-2)	gemiddelde waardering
a. het bewaken van de kwaliteit van de programma's cultuurbereik (o.m. de afweging van kwaliteit t.o.v. de lokale context)	92	17	4	4	3,7
b. de criteria die aangelegd moeten worden voor de kwalitatieve toetsing van projecten voor het Actieplan	90	15	6	4	3,6
c. het verkrijgen van draagvlak onder culturele instellingen en andere potentieel betrokken organisaties	88	16	4	5	3,5
d. het opzetten van een goede projectorganisatie voor het Actieplan	81	14	6	5	3,2
e. de rol van de afdeling cultuur tussen andere partijen	66	5	11	9	2,6
f. de wijze waarop advisering en besluitvorming plaatsvindt over de projectvoorstellen die voor het Actieplan gemaakt zijn	76	11	5	9	3,0
g. het betrekken van doelgroepen (onder meer jongeren en allochtonen) bij het bedenken en uitvoeren van de programma's	96	19	3	3	3,9
h. de invulling van het programma op het terrein van beeldende kunst	81	12	8	5	3,2
i. idem, podiumkunsten	86	18	5	2	3,4
j. idem, cultuur en school	87	15	7	3	3,5
k. het meten van de resultaten van het programma / de activiteiten	95	20	3	2	3,8
l. het organiseren en bewaken van het uitvoeringsproces van de programma's in de komende jaren	89	17	3	5	3,6

Uit de scores op deze vraag en een analyse van de spreiding valt op te maken welke thema's men het meest belangrijk vindt. Dit zijn de thema's met de hoogste gemiddelde score en het hoogste aantal positieve stemmen.

Dit zijn:

- het betrekken van doelgroepen bij het bedenken en uitvoeren van de programma's;
- het meten van de resultaten van het programma / de activiteiten;
- het bewaken van de kwaliteit van de programma's cultuurbereik (o.m. de afweging van kwaliteit t.o.v. de lokale context);
- de criteria die aangelegd moeten worden voor de kwalitatieve toetsing van projecten voor het Actieplan.

Een lage waardering werd gegeven aan de rol van de afdeling cultuur en de wijze waarop de advisering en besluitvorming plaatsvindt over de projectvoorstellen die voor het Actieplan zijn gemaakt.

Om tot een goede selectie te komen van thema's die door de respondenten interessant gevonden worden, is ook de beantwoording van de open vraag (vraag 7) naar thema's van belang. Bij de beantwoording daarvan viel op dat

de interesse vooral uitgaat naar de 'hoe' vragen: vragen naar de aanpak of werkwijze en informatie over het verloop van het proces. Daarnaast geeft men aan interesse te hebben in de inhoud, monitoring, de communicatie en de financieel - organisatorische aspecten van het Actieplan (binnen de gemeente of provincie).

Tot slot maakt een aantal respondenten nog opmerkingen over doelgroepen. Een kort overzicht uit de beantwoording van de enquête, waarbij we ook de antwoorden op dezelfde vraag uit de interviews gebruiken:

'Hoe vragen' ('het proces')

Hoe verloopt het opstarten van de programma's? Hoe verloopt het contact met de instellingen, met projectleiders etc? Hoe is de basisopzet van het programma geregeld? Hoe regelt men de kwaliteitstoetsing? Hoe ga je als provincie om met de niet-convenantgemeenten? In de interviews werd enige keren de vraag gesteld hoe je een zo breed mogelijk draagvlak creëert voor een goede invulling van het programma. Daarbij werd ook weer het betrekken van doelgroepen genoemd.

Het 'managen' van het proces om tot goede programma's te komen is een belangrijk punt, m.n. voor de provincies. In sommige provincies, zoals Groningen, heeft men al een regio-indeling die ook benut wordt voor het Actieplan. In Limburg wordt deze nu opgezet. Andere provincies zoeken nog naar een goede manier om netwerken te vormen (Zuid-Holland, Noord-Holland, Friesland).

De respondenten zijn nieuwsgierig naar de ervaringen van anderen op dit terrein.

Inhoud

Er is veel vraag naar voorbeeldprojecten ('best practices') en vooral naar de resultaten ervan. Daarnaast worden genoemd:

- versterking van de programmering en het tot stand brengen van cross-overs;
- de rol van accommodaties dan wel onorthodoxe plekken in het bereiken van nieuwe doelgroepen (in Rotterdam gaat men o.m. investeren in verschillende wijkaccommodaties teneinde deze geschikt te maken voor een meer professioneel cultuuraanbod);
- de ervaringen met het inzetten van verschillende intermediairen ten behoeve van het verbeteren van cultuurbereik: talentscouts en cultuurmakelaars in wijken en buurten en de cultureel ambassadeurs die functioneren bij verschillende instellingen (schouwburgen, musea). Een vergelijking van de ervaringen en enige reflectie hierop kan tot nieuwe inzichten leiden.

Monitoring / onderzoek

Hoe evalueer je de programma's? Hoe meet je de kwaliteit van projecten? Hoe beoordeel je of je in de komende vier jaar iets bereikt met het Actieplan? (Zwolle, Haarlem).

Ook vraagt men zich af wat realiseerbare doelstellingen zijn. Men zoekt in enkele gemeenten (o.m. Haarlem, Breda) naar de te stellen kwantitatieve criteria voor het vergroten van het publieksbereik. Een aantal gemeenten heeft inmiddels zelf een vorm van monitoring opgezet. Zo verscheen recent in Haarlem het rapport 'De Kunst en de Baat' (oktober 2000), dat men daar als een soort nul-meting voor het Actieplan beschouwt.

Communicatie

Hoe communiceer je het Actieplan naar het culturele veld en het onderwijs? In de interviews werd enkele keren genoemd dat de doelgroep van de communicatie niet alleen de directeuren van de kunstinstellingen zijn, maar ook de kleinere initiatieven binnen en buiten de culturele sector.

Financieel-organisatorische aspecten van het Actieplan

Een aantal respondenten wijst op de disproportionele tijdsinvestering die in het Actieplan gedaan moet worden in verhouding tot het reguliere werk. Daarbij noemt men de werkbelasting als een probleem. 'In middelgrote gemeenten komt alles immers bij die ene ambtenaar terecht. Deze ambtenaar is de spil in een veelomvattend communicatienetwerk met college, raad, veld, begeleidende instellingen, OCenW en provincie en soms ook met andere middelgrote gemeenten'. Naar aanleiding hiervan wordt de vraag gesteld of iedereen wel uitkomt met de berekende overheadkosten. De respondenten wijzen wat betreft de uitwisseling van informatie vooral op de noodzaak van een efficiënte aanpak.

Doelgroepen

Een van de vragen hierbij is: hoe bevorder je de kwaliteit van het cultuuraanbod door allochtonen en het bereik onder allochtonen? Eén van de geïnterviewden vroeg zich af in hoeverre het probleem van de cultuurparticipatie van allochtonen zich zelf in de loop der tijd oplost, gelijk oplopend met de stijging van het opleidingsniveau en de verbeterde positie op de arbeidsmarkt. Gaat het niet eerder om verschillen in lifestyle, opvoeding en opleiding in plaats van het onderscheid allochtoon/autochtoon?

Een andere geïnterviewde zou het nuttig vinden om over meer kennis te beschikken over het programma-aanbod voor allochtone groepen, m.n. om beter in discussie te kunnen gaan met de directeur van de schouwburg die stelt dat er 'op dat terrein geen goed aanbod is'.

Vanuit één provincie werd opgemerkt dat het lastig is om iets te doen aan culturele diversiteit, m.n. in die gemeenten waar slechts een beperkt aantal allochtonen zijn.

Conclusies

Wanneer we de resultaten van de enquête en de interviews over de thema's bijeenvoegen, dan concluderen we het volgende:

- Inhoudelijke uitwisseling van ervaringen kan pas werkelijk op gang komen wanneer het Actieplan meer 'op streek' is.
- Thema's die nu reeds de aandacht vragen van de betrokken ambtenaren en projectleiders zijn: het betrekken van doelgroepen, monitoring en resultaatmeting en het bewaken van de kwaliteit van de programma's (inclusief de criteria die men daarbij hanteert). Er is veel vraag naar voorbeeldprojecten en naar de waarde van bepaalde methodieken om het cultuurbereik te vergroten (talentscouts, cultuurmakelaars e.d.).
- De respondenten hebben vragen over de aanpak, de wijze waarop de programma's tot stand komen en uitgevoerd worden. Het 'managen' van dit proces is vooral voor de provincies een vraagstuk. Juist voor de provincies lijkt het aan te bevelen om op dit gebied specifieke ondersteuning te bieden, vooral vanwege de schaalproblemen die zich daar voordoen (het aantal gemeenten en instellingen waarmee men te maken heeft).
- Om de programma's op gang te helpen moet in 2001 veel energie gestoken worden in de communicatie: het Actieplan moet voor vele (potentieel) betrokkenen nog gaan leven. Het zwaartepunt in de communicatie lag tot nu toe tussen OCenW enerzijds en de provincies en gemeenten anderzijds. Dat moet nu verplaatst worden naar communicatie naar partijen in de regio's die een rol moeten gaan spelen in de programma's.

3.2 Vormen van uitwisseling en deskundigheidsbevordering

Zowel in de enquête als in de interviews is verkend welke vormen van uitwisseling en deskundigheidsbevordering men aantrekkelijk vindt.

In de interviews is gevraagd welke vorm van uitwisseling men het meest waardeert: digitaal (website, e-mail) of 'face to face' (in werkconferenties, workshops, werkbezoeken etc.).

De meeste geïnterviewden zien de voordelen van beide vormen in. Digitaal is sneller en oppervlakkiger, zo meent men. Elkaar spreken is nuttig om achterliggende informatie te krijgen. Via de website zou je bijvoorbeeld informatie kunnen krijgen over projecten en contactpersonen.

Een algemene opmerking die veel werd gemaakt is dat uitwisseling vooral efficiënt moet zijn en dat maatwerk gewenst is.

Een overzicht van de meningen over de verschillende vormen van uitwisseling (eerst de resultaten van de enquête, daarna die van de interviews).

Enquête Actieplan Cultuurbereik: welke vormen van uitwisseling vindt men aantrekkelijk? (n = 26)

vorm	wel aantrekkelijk	niet aantrekkelijk	geen antwoord
werkconferenties	19	4	
landelijke uitwisselingsplatforms	15	9	
workshops	22	3	
werkbezoeken	17	8	
expertmeetings	18	7	
consultatie	10	14	
elektronische consultatie	18	6	

In volgorde van aantrekkelijkheid scoren de workshops en de werkconferenties hoog. Daarna volgen de expertmeetings en elektronische consultatie. Hierna volgt een toelichting per onderdeel, gebruik makend van het materiaal uit de interviews en de enquêtes.

a. Werkconferenties (landelijk, voor de gehele groep van projectleiders en ambtenaren betrokken bij het Actieplan vergelijkbaar met de onlangs in Amersfoort gehouden conferenties)

Een aantal geïnterviewden vindt de conferenties informatief en breed van opzet, maar ook te oppervlakkig. De diepgang werd door sommigen vooral in de werkgroepen gemist. Toch vinden 19 van de 26 respondenten het een goede zaak om werkconferenties te blijven organiseren. In de interviews bleek dat men er voorstander van is om één of twee keer per jaar een landelijke werkconferentie te organiseren. De geïnterviewden omschrijven het nut ervan: landelijke informatie verstrekken, contact met collega's in werkgroepen en 'de wandelgangen'. Een suggestie die werd gedaan is om de werkconferentie jaarlijks aan een bepaald thema te wijden, aansluitend bij de behoeften.

b. Landelijke platforms voor uitwisseling over een door de deelnemers gekozen thema (frequentie: hangt af van de voorkeur van de deelnemers, kan bijv. enkele keren per jaar zijn)

De gemeente Rotterdam gaat zelf werkconferenties op stedelijk niveau organiseren rond de door hen gekozen drie thema's (zie hiervoor). Enkele geïnter-

viewden geven aan dat het potentieel aan belangstellenden voor landelijke platforms kleiner is dan bij de landelijke conferenties, omdat het hier slechts om één thema gaat. Bij de werkconferenties kunnen deelnemers kiezen uit meerdere thema's en dat vergroot voor sommigen de aantrekkelijkheid.

c. Workshops (eenmalige bijeenkomst met tien à vijftien deelnemers, waaronder ambtenaren en projectleiders, maar ook extern deskundigen, teneinde een specifiek thema diepgaand te bespreken).

Deze werkvorm scoorde van alle het hoogst. Maar liefst 22 van de 26 respondenten vinden dit de moeite waard. Ook uit de interviews blijkt dat deze vorm blijkbaar tegemoetkomt aan de behoefte aan meer diepgang: een workshop biedt de mogelijkheid om eens aan deskundige buitenstaanders een 'second opinion' te vragen, om tot een vergelijking van ervaringen en analyse te komen. Enkele geïnterviewden merkten op dat dit vooral voor mensen die in de praktijkwerken interessant is. Anderen vinden juist het contact tussen uitvoerders en beleidsmakers interessant.

Daarnaast werd opgemerkt dat workshops pas goed ingevuld kunnen worden wanneer je feitelijke ervaringen met de programma's en projecten (en de resultaten) kunt vergelijken (en dat zou pas in 2002 mogelijk worden).

d. Werkbezoeken aan interessante locaties in andere gemeenten of provincies
In de interviews werd door meerdere gesprekspartners opgemerkt dat werkbezoeken het best te organiseren zijn in het kader van een breder programma, bijvoorbeeld in een conferentie. Anderen vinden het alleen nuttig wanneer er echt iets bijzonders te zien is of wanneer het betreffende project zich leent voor 'import' naar de eigen gemeente of provincie. Een van de geïnterviewden vindt dat je een werkbezoek zelf wel kunt regelen.

e. Expertmeetings (een bijeenkomst met alleen deskundigen, rond een bepaald thema met als doel over dat thema specifieke kennis te verzamelen)
Uit de interviews blijkt dat men de expertmeting op één lijn zet met de workshop. Bij de expertmeeting gaat het naar onze mening veel meer dan in de workshop om een bijeenkomst van deskundigen, specialisten die over het onderwerp over een grote kennis beschikken. Expertmeetings kunnen volgens enkele geïnterviewden interessante kennis opleveren wanneer je ook gasten uit het buitenland zou uitnodigen. Ze kunnen een diversiteit aan ervaringen inbrengen, waardoor het denken 'in hokjes' doorbroken wordt, aldus een van de geïnterviewden.

In de enquête komen de expertmeetings na de workshops en de landelijke conferenties, samen met de elektronische consultatie, op de derde plaats.

f. Consultatie (periodieke ondersteuning bij het invullen en uitvoeren van de programma's cultuurbereik door een extern adviseur).

Deze mogelijkheid scoorde in de enquête het laagst en ook in de interviews werd er niet enthousiast op gereageerd. Een van de geïnterviewden merkt op dat de inzet van een consultant alleen nuttig is wanneer je met die persoon een meer structurele relatie kunt opbouwen. Ad hoc advisering werkt niet goed, de adviseur is dan onvoldoende op de hoogte van de lokale situatie. Voorts werd opgemerkt dat de inzet van een consultant nuttig kan zijn wanneer er onvoldoende (deskundige) beleidsmedewerkers zijn.

(In het VNG project jeugdbeleid biedt men consultatietrajecten aan waarin 10 dagen ondersteuning beschikbaar zijn, mits de gemeente daar zelf ook 10 dagen beschikbaar stelt. De deelname hieraan viel tot nu toe tegen omdat de gemeenten door tekort aan personeel zelf onvoldoende tijd beschikbaar hebben).

g. Elektronische consultatie (elkaar bevragen over ervaringen en tips via e-mail; coördinatie bij een landelijke redactie die de uitwisseling faciliteert). Deze vorm is na de workshop en de werkconferentie het meest populair: 18 van de 26 respondenten waarderen dit positief. Er zijn twee respondenten die voor hun werk niet over een e-mail aansluiting beschikken (het aantal interne-aansluitingen: 19 van de 26 respondenten beschikken daarover ten behoeve van het werk).

Ook in de interviews is positief gereageerd op de elektronische consultatie: de gesprekspartners beschouwen het als een goede manier om snel informatie van collega's te krijgen. Het Gezelschap Beleidsambtenaren Cultuur(GBK), waarin cultuurambtenaren vertegenwoordigd zijn van 60.000 en meer inwoners, is bezig om zo'n vorm van elektronische consultatie op te zetten. Dat gaat dan niet alleen over Actieplan thema's.

Diegenen die druk bezet zijn en uitwisseling er liefst 'tussendoor doen' hebben een voorkeur voor digitaal. Vooral deze personen geven aan bij bijeenkomsten juist behoefte te hebben aan diepgang, in tegenstelling tot de meer oppervlakkige informatie die via een website of e-mail verkeer geboden kan worden. Er zijn ook geïnterviewden die weinig zien in de uitwisseling per e-mail. Zij vinden overleg op persoonlijk niveau prettiger en minder vrijblijvend. De meeste respondenten zien, zo blijkt uit de score, de voordelen van e-mail uitwisseling wel in, m.n. waar het om praktische vragen gaat.

Er zijn gunstige ervaringen opgedaan met een vergelijkbaar project, het Iglo project rond ouderenbeleid bij de VNG. Dit project heeft onder meer een zogenaamde elektronische consultatiecirkel, waarin wethouders, raadsleden en ambtenaren in de gelegenheid gesteld worden om per e-mail elkaar praktijkvragen te stellen.

Deze worden door een 'moderator' op de VNG bekeken, gerubriceerd en doorgezonden. De consultatiecirkel wordt ook benut voor het verspreiden van nieuwtjes, aanmelding voor bijeenkomsten en het versturen van enquêtes (zie bijlage 3 voor een toelichting op dit project).

Conclusie

De conclusie is dat er gevraagd wordt om een mix van uitwisseling van informatie met een praktische gehalte langs elektronische weg (elektronische consultatie, ook de website wordt als een goede mogelijkheid gezien) en naar verdieping van de uitwisseling op gekozen thema's in workshops, die de hoogste waardering kregen. Als nummer twee eindigde, ondanks de kritiek van 'oppervlakkigheid' de landelijke werkconferenties. Blijkbaar vindt men het een goed idee om toch één of twee keer per jaar landelijke de balans op te maken en elkaar te ontmoeten. Het informeel contact 'in de wandelgangen' wordt hierbij gewaardeerd.

Na de workshops en de landelijke werkconferenties werden ook de expert-meetings vrij hoog gewaardeerd.

4 Communicatie

4.1 Uitgangspunten

Zowel in de interviews als in de enquête is nadrukkelijk aandacht besteed aan de vraag of en zo ja op welke wijze communicatiemiddelen ontwikkeld moeten worden rond de stedelijke en provinciale programma's cultuurbereik. OCenW heeft in september j.l. besloten bij voorrang twee instrumenten te laten ontwikkelen: een algemene folder over Cultuurbereik en een website die deels een publieke functie heeft en deels bedoeld is om in een besloten omgeving met de direct betrokkenen te communiceren over de programma's, tools aan te reiken, etc.

In feite richtte ons onderzoek zich derhalve op twee verschillende soorten vragen (en dat is ook zo met opdrachtgever afgesproken):

- hoe denken de betrokkenen over de beide reeds ontwikkelde instrumenten (de folder en de website);
- aan welke andere communicatie (thema's en middelen) is in de komende tijd behoefte.

Gegeven de vraag van OCenW rapporteren wij de resultaten van dit bescheiden onderzoek onder de betrokkenen nogal actiegericht: het gaat immers om de vraag over welke onderwerpen men wil communiceren en welke middelen men daarbij adequaat acht.

Vooraf echter is het goed op te merken dat de doelgroepen en een aantal communicatiedoelstellingen door OCenW vooraf vastgesteld zijn.

Binnen dit afgesproken kader hebben wij onze vragen geformuleerd en zijn de antwoorden geïnterpreteerd.

Voor één van de uitgangspunten die OCenW geformuleerd heeft, namelijk dat het departement zelf niet al te nadrukkelijk de afzender moet zijn van allerlei communicatie-uitingen, hebben we in de gesprekken spontaan bevestiging gekregen: de geïnterviewden vinden het van belang dat (citaat) er geen OCenW-promotie plaats vindt. Elders in dit rapport is dan ook de suggestie gedaan de regie bij een tripartite werkgroep te leggen, waarin betrokkenen zelf nadrukkelijk een rol spelen. Dit advies moeten we ook bij de ontwikkeling van een communicatieaanpak benadrukken.

4.1 Knelpunten

Allereerst wijzen we op de breedte van het Actieplan Cultuurbereik, die het nodig maakt keuzes te maken: niet de gehele inhoud kan (tezelfdertijd) aan de orde gesteld worden in de communicatie, omdat we daarmee te veel hooi op de vork zouden nemen en de veelheid van communicatieboodschappen de helderheid ervan in de weg zou staan.

Als we de inhoud van de interviews als indicatie nemen, pleit er veel voor om in het eerste jaar de communicatie te richten op die aspecten die op dit moment de betrokkenen het meest bezig houden. In termen van de vijf doelstellingen van het Actieplan Cultuurbereik zijn dat:

- versterking van de programmering van culturele accommodaties, in de zin van 'ontwikkelen van nieuwe manieren van werken binnen culturele instellingen';
- ruim baan maken voor culturele diversiteit.

Wij hebben de betrokkenen gesproken in de periode dat de meesten volop geïnvolveerd waren in het afronden van het stedelijke of provinciale pro-

gramma, en we realiseren ons dat hun uitspraken daardoor beïnvloed zijn. Dat in aanmerking nemend, kunnen we ons voorstellen dat de beide genoemde doelstellingen in 2001 centraal staan, en met name de concrete vragen die daarbij bij betrokkenen gerezen zijn: hoe stimuleer ik de culturele instellingen om in de programmering in te spelen op het Actieplan Cultuurbereik, welke strategieën zijn inmiddels ontwikkeld om nieuwe doelgroepen te bereiken, etc.

Eind 2001 zou dan vastgesteld kunnen worden of er een basis is om in 2002 e.v. de andere doelstellingen van Cultuurbereik centraal te stellen in de communicatie, te weten:

- investeren in jeugd;
- beter zichtbaar maken van het cultureel vermogen;
- culturele planologie op de agenda zetten.

Uiteraard is dit geen pleidooi om in de aandacht voor de stedelijke en provinciale programma's een selectie van de doelstellingen te maken: we pleiten er slechts voor een fasering aan te brengen *in de communicatie met betrokkenen over* het Actieplan Cultuurbereik.

Een tweede knelpunt dat in ons onderzoek naar voren komt betreft de geringe aandacht voor de vraag hoe men anderen kan inspireren om met de doelstellingen van het Actieplan Cultuurbereik aan de slag te gaan. Het is nodig dat er een vonk over slaat (om één van de geïnterviewden te citeren), maar de vraag is hoe je dat doet. Die 'hoe-vraag' zou volgens verschillende geïnterviewden in de communicatie over het Actieplan Cultuurbereik centraal moeten staan.

4.3 Doelgroepen en communicatiedoelen

De primaire doelgroep voor deze campagne is:

- ambtenaren van de afdelingen cultuur van 30 steden en 12 provincies;
- projectleiders cultuurbereik;
- bestuurders.

Doelstelling is de attitude en het gedrag van deze doelgroep (realisering Actieplan!) in positieve zin te beïnvloeden.

De secundaire doelgroep voor deze campagne wordt gevormd door:

- gemeentelijke en provinciale voorlichters;
- de culturele instellingen;
- organisaties van allochtonen en jongeren.

Doelstelling is hen te informeren over het Actieplan en over de mogelijkheden.

Nauwkeuriger kijkend naar de behoeften van de betrokkenen -in feite zijn dat de ambtenaren en projectleiders die de kern van de primaire doelgroep vormen- valt op dat men kiest voor twee invalshoeken:

- men wil zelf optimaal inzicht hebben in de ontwikkeling van de stedelijke en provinciale programma's en in projecten cultuurbereik, om op basis daarvan in eigen omgeving beter te kunnen 'sturen';
- men wil instrumenten en methoden aangereikt krijgen om anderen (de culturele instellingen, maar ook nieuwe doelgroepen, organisaties van jongeren en allochtonen, etc.) bij het proces te betrekken.

We merken met betrekking tot deze tweede invalshoek op, dat er op verschillende plaatsen wel instrumenten ontwikkeld zijn (bijvoorbeeld cultuurmakelaars, cultuurambassadeurs), maar dat die bij gemeenten en provincies onvoldoende bekend zijn. De communicatie zou erop gericht kunnen zijn een grotere bekendheid aan inhoud en gebruik van dergelijke instrumenten te ge-

ven, bijvoorbeeld in samenwerking met koepelorganisaties van schouwburgdirecteuren en culturele instellingen.

De wens om de communicatie in de komende periode vanuit deze twee invalshoeken aan te pakken, is eenduidig, en wordt in meerdere of mindere mate door alle geïnterviewden gedeeld. Uiteraard worden door de betrokkenen wel verschillende accenten gelegd.

4.4 Communicatiemiddelen

De vraag op welke wijze we de communicatie vanuit de twee genoemde invalshoeken kunnen aanpakken (met behulp van welke communicatiemiddelen), laat zich beantwoorden op basis van twee soorten gegevens die we verzameld hebben:

- de opvattingen van de betrokkenen zelf (i.c. de resultaten van interviews en enquête);
- de ervaringen van de verantwoordelijken voor enkele andere campagnes, die we in dit verband als 'experts' aanduiden; in bijlage 3 wordt beschreven welke projecten we geraadpleegd hebben.

Opvatting van de direct betrokkenen

Bestaande communicatiemiddelen

De beide reeds ontwikkelde communicatiemiddelen kunnen rekenen op steun van de primaire doelgroep. In aanmerking nemend wat eerder gezegd is over het aantal interviews dat afgenomen is en over de respons op de enquête, is een ruime meerderheid van de betrokkenen content met het verschijnen van de folder en is vrijwel iedereen positief over de website www.cultuurbereik.nl. Overigens geeft ruim de helft aan de website daadwerkelijk één of meerder malen bezocht te hebben. Opgemerkt zij dat sommigen geen toegang konden krijgen in verband met opstartproblemen van de website.

Bereikbaarheid

Terzijde geven we ook enige cijfers over de 'elektronische bereikbaarheid' van de primaire doelgroep, omdat die relevant is voor het ontwikkelen van verdere plannen.

Via e-mail is vrijwel iedereen bereikbaar, maar een kwart van de betrokkenen beschikt niet over een internet-aansluiting op de eigen werkplek. Over een cd-rom voorziening op de werkplek beschikt slechts een kleine minderheid. We merken dit op, omdat in gesprekken met experts de cd-rom naar voren komt als een geschikte informatiedrager voor een aantal uitingen.

communicatiemiddelen in de komende periode

communicatiemiddel	totaal aantal punten	(zeer) belangrijk (score 4-5)	niet belangrijk niet onbelangrij (score 3)	(zeer) gemiddeld onbelangrijk waarden (score 1-2)	
a. folder waarin de kern van het Actieplan is weergegeven	78	6	1	7	3,
b. periodiek artikelen in vaktijdschriften voor ambtenaren en culturele instellingen	86	11	1	4	3,
c. een videofilm of cd-rom waarin 'good practices' op een rij gezet worden (band of cd-rom beschikbaar voor alle betrokkenen)	85	10	1	6	3,
d. werkbezoeken van de staatssecretaris	75	9		9	2,
e. werkbezoeken van ambtenaren van het Actieplan Cultuurbereik	79	12		8	3,
f. een mobiele (professionele) informatiestand die lokaal of provinciaal gebruikt kan worden bij manifestaties en dergelijke	78	10		10	3,
g. een (kwartaal)bulletin over het Actieplan Cultuurbereik	84	14		8	3,
h. verder uitbouwen van de website www.cultuurbereik.nl	96	17		2	3,

Uitbouw van de website vindt de grootste steun bij de primaire doelgroep: vrijwel iedereen vindt het van belang dat we hieraan werken. In de interviews en in de spontane reacties die gegeven worden bij invullen van de enquête, wordt duidelijk gemaakt aan welke inhoud men denkt.

Iedereen vindt het van belang dat de stedelijke en provinciale programma's op de site geplaatst worden, met een goed zoekstelsel om de informatie op meerdere manieren toegankelijk te maken. Zo zou er zowel regionaal gezocht moeten kunnen worden als op steekwoord ('waar vind ik informatie over buurtgerichte cultuurprojecten' etc.). Alle betrokkenen zijn bereid en in staat hieraan mee te werken door het eigen programma in elektronische vorm ter beschikking te stellen.

Bijna de helft van de betrokkenen ziet de website daarnaast vooral als informatiebron: nieuws, documenten, tools voor het ontwikkelen van lokale folders, lezingen e.d. worden dan genoemd als 'gewenste inhoud' van de site. Ruim de helft benadrukt het interactieve element, wenst via de site of langs andere weg contact met collega's over bepaalde problemen, wil vragen kunnen stellen en antwoorden krijgen, etc. Deze wijze van gebruik van de site ligt dicht bij de elektronische consultatie die elders in dit rapport beschreven wordt.

Opvallend eensgezind zijn de geïnterviewden over de noodzaak de aandacht te verleggen van de interactie tussen OCenW/VNG/IPO en de provincies en gemeenten naar de interactie die provinciaal of stedelijk op gang gebracht moet worden. Velen zijn bezorgd over het ontbreken van aandacht voor de kleinere instellingen in het culturele veld, en noemen zelfs de betrokkenheid van culturele instellingen bij het Actieplan Cultuurbereik onvoldoende. Communicatie moet aandacht besteden aan dat provinciale en lokale proces en de website zou daarvoor middelen moeten aanreiken. Informatie over projecten wordt daarbij wezenlijk geacht om anderen dan ambtenaren te interesseren voor initiatieven m.b.t. cultuurbereik. *Op gang brengen van dit proces is dus van belang, zeker in 2001.*

Van de overige communicatiemiddelen die genoemd zijn, geven we eveneens aan op welke ondersteuning deze kunnen rekenen.

Het periodiek doen verschijnen van artikelen in vakbladen vindt na de website de meeste ondersteuning: 22 van de 26 geënquêteerden is hiervan voorstander.

Het verzamelen van bondige informatie over projecten cultuurbereik (en het verspreiden hiervan via video, dvd, cd-rom en in beknopte vorm via de website) zien 20 van de 26 geënquêteerden als belangrijk, vooral omdat hiermee ook de brug naar de culturele instellingen geslagen kan worden.

18 van de 26 geënquêteerden ondersteunen het afleggen van werkbezoeken door ambtenaren van het Actieteam Cultuurbereik, om direct kennis te nemen van de vorderingen, om informatie te kunnen uitwisselen, etc. Communicatie vis-à-vis wordt derhalve op prijs gesteld. Een ruime meerderheid van de betrokkenen is er voorstander van de communicatie te verbreden via een werkbezoek van de staatssecretaris. In de interviews is meermalen opgemerkt dat een dergelijk bezoek beperkt moet worden tot momenten 'dat er een succes te vieren is'. Eén van de geïnterviewden: 'Werkbezoeken van de staatssecretaris zijn altijd een mooie gelegenheid voor bestuurders en voor lokale instellingen om te laten zien wat er leeft'. En een ander: 'Werkbezoeken van de staatssecretaris richten de schijnwerper weer eens op cultuur. Ze hebben een hoge attentiewaarde. Het zou ook goed zijn om tijdens de looptijd van het Actieplan werkbezoeken te organiseren van landelijke politici, teneinde hen te informeren over wat er allemaal gebeurt'.

Van de ondervraagden zijn 18 van de 26 geporteerd voor een kwartaalbulletin, waarin de belangrijkste informatie van de website ook op papier verspreid wordt. Men kent daarin (maken de interviews duidelijk) vooral een functie toe in het informeren van de secundaire doelgroep en de bestuurders. Ook geeft het de collega's-ambtenaren die niet direct onderdeel van de website-community zijn, gelegenheid zich gemakkelijk te informeren.

De laagste score op de lijst van mogelijke communicatiemiddelen behaalt een door OCenW uitgeruste mobiele informatiestand over cultuurbereik, die gebruikt kan worden bij lokale activiteiten.

Opvatting van experts

We hebben in de gesprekken met de experts uit andere projecten (waarvan in bijlage 3 een beschrijving wordt gegeven) een aantal do's en dont's opgetekend, die als volgt samengevat kunnen worden.

Met betrekking tot de website en e-mail

- zorg dat er veel aandacht is en blijft voor het 'marketen' van de website binnen de groep gebruikers; stuur regelmatig een 'attentiemail' aan alle betrokkenen, bel sleutelpersonen persoonlijk om te vragen om een bepaalde bijdrage, etc.;
- zorg ervoor dat de toegankelijkheid van de informatie alle aandacht krijgt: realiseer je dat beelden met ondertekening het best werken, maak grote hoeveelheden tekst via geavanceerde zoekmachines toegankelijk;
- bewaak de tweezijdigheid van de communicatie zowel door de selectie van informatie met vertegenwoordigers van de gebruikers te laten plaatsvinden als door veel informatie over plaatselijke projecten op te nemen;
- zorg voor een moderator die het e-mail verkeer regelt, vragen bundelt, waar mogelijk zorgt voor een snelle afhandeling etc.;
- laat je niet afschrikken doordat er in het begin van het project geen 100% dekking van de doelgroep via internet is; je zult al snel merken dat er van het bestaan van de gebruikersgroep een internet-gebruik-stimulerende werking uitgaat: de betrokken ambtenaar heeft een goed argument in handen om een internet-aansluiting op de werkplek te vragen;

- realiseer je dat het onderhouden van het verkeer via en e-mail weliswaar vergadertijd bespaart, maar dat het ook tijd kost, met name van de redactie en de moderator/beheerder.

Met betrekking tot folders

- realiseer je dat deze vooral een hulpmiddel voor ambtenaren zijn om anderen op lokaal niveau te informeren (de raad, de instellingen, belanghebbenden uit de bevolking); pas de taal en de voorbeelden aan deze wetenschap aan.

Met betrekking tot filmbeelden

- wordt in verschillende projecten het meest indringende middel genoemd om het project te concretiseren en de primaire doelgroep te inspireren;
 - filmbeelden hebben betrekking op good practice, maar ook op belemmeringen, het zoeken naar methodieken, etc.;
 - in een film kun je een probleem vanuit verschillende invalshoeken benaderen (ambtenaren, politiek, instellingen, publiek);
 - de meningen over de beste 'dragere' van de filmbeelden lopen uiteen, waarschijnlijk omdat er nogal wat spreiding is in de beschikbaarheid van video, . dvd, cd-rom op de werkplek, etc.; een nadeel is dat internet (nog) onvoldoende mogelijkheden biedt om 'snel' filmbeelden te verspreiden in verband met het veelal ontbreken van de noodzakelijke apparatuur voor Quick Time beelden en de lange laadtijden die ontstaan.
- Opgemerkt zij dat we dit enthousiasme voor gebruik van videobeelden niet bij alle betrokken ambtenaren uit de doelgroep aantreffen.

Voorstel communicatieaanpak 2001

In het schema in bijlage 4 hebben we de inhoudelijke suggesties uit de enquête en de interviews gekoppeld aan de opvattingen over communicatiemiddelen. Tezamen leveren ze een beeld op van het communicatietraject dat in 2001 mogelijk is. We hebben hierin tevens een aantal opmerkingen van experts verwerkt.

5 Advies

5.1 Algemeen

Uit het onderzoek blijkt dat de ambtenaren en projectleiders die werken aan de programma's cultuurbereik facilitering van hun werk waarderen. Het nut van uitwisseling van ervaringen, maar ook van kritische reflectie op de praktijk en het vergaren van kennis over nieuwe methoden om het publieksbereik te vergroten, wordt breed onderschreven.

Gezien de verschillende fasen waarin gemeenten en provincies zich bevinden in de ontwikkeling van hun programma's, zou men van elkaars ervaringen kunnen leren.

De programma's moeten nog inhoud krijgen en daartoe moeten allerlei lokale instellingen eraan meewerken. Met die instellingen is tot heden in de meeste gemeenten en provincies nog onvoldoende gecommuniceerd over de doelen van het Actieplan Cultuurbereik. Aan (het faciliteren van) die communicatie zou in de komende periode veel aandacht besteed moeten worden. In het communicatieplan gaan wij hierop nader in.

5.2 Thema's

De ambtenaren en projectleiders merken op dat uitwisseling van ervaringen en deskundigheidsbevordering pas goed op gang kunnen komen wanneer er wat resultaten van de programma's en projecten zichtbaar worden. Algemeen was het commentaar: 'we zitten nu alleen nog tegen papier aan te kijken'. Dit laatste geldt natuurlijk niet voor de pilotprojecten die al gestart waren.

Toch is men al op korte termijn geïnteresseerd in een aantal inhoudelijke onderwerpen. Het gaat dan om:

- het betrekken van doelgroepen (onder meer jongeren en allochtonen) bij het bedenken en uitvoeren van programma's;
- monitoring en resultaatmeting;
- het bewaken van de kwaliteit van de programma's cultuurbereik (onder meer: de afweging van kwaliteit ten opzichte van de lokale context) en de criteria die aangelegd worden voor die kwaliteit;
- het kritisch bekijken van enkele reeds gangbare methoden om cultuurbereik te verbeteren.

Verder is men geïnteresseerd in allerlei 'hoe vragen', vragen over de wijze waarop de programma's tot stand komen. Het managen van dit proces is vooral voor de provincies een vraagstuk, vanwege het grote aantal gemeenten en instellingen waarmee men te maken heeft.

5.3 Vorm

De doelgroep is geïnteresseerd in een mix van digitale informatie en uitwisseling (website, e-mail) en 'face to face' uitwisseling. Wat dit laatste betreft gaat de voorkeur uit naar vormen van uitwisseling die gelegenheid geven om specifieke onderwerpen eens meer diepgaand te behandelen: workshops krijgen de voorkeur. Alhoewel men kritisch is over de landelijke werkconferenties (te oppervlakkig) is het merendeel van de respondenten er toch voor deze één of twee keer per jaar te organiseren.

Uitwisseling van ervaringen moet vooral efficiënt en snel kunnen geschieden, zo vinden de meeste respondenten. Er is algemeen enthousiasme over (het

uitbouwen van) een goede website en over de mogelijkheden van onderlinge consultatie via e-mail. De ervaring uit andere projecten leert dat beide ook heel goed samen kunnen gaan: per e-mail kan men bijvoorbeeld geattendeerd worden op nieuws dat weer op de website te vinden is.

5.4 Voorstel voor een programma voor uitwisseling en deskundigheidsbevordering in 2001 en daarna

De kernelementen van het voorstel zijn:

- jaarlijks één of twee werkconferenties, waarin de balans wordt opgemaakt van het decentraal en centraal werken aan het verbeteren van cultuurbereik;
- jaarlijks enkele kleinschalige bijeenkomsten over specifieke thema's. De voorkeur gaat uit naar workshops en expertmeetings, waarvoor ook anderen dan de projectleiders en ambtenaren worden uitgenodigd;
- het uitbouwen van de website en het opzetten en stimuleren van e-mail consultatie.

De ervaring in andere projecten die gericht zijn op het stimuleren van beleidsontwikkeling bij gemeenten, wijzen uit dat het werken met voorbeeldprojecten een belangrijke inspirerende werking heeft. Het levert concrete inzichten op over wat je kunt doen en vergelijkingsmateriaal met de eigen situatie. Het draagt bij aan innovatie van werkwijzen om het cultuurbereik te vergroten. Het bergt ook het gevaar in zich van het klakkeloos kopiëren van wat elders reeds is gedaan. Voorbeeldprojecten moeten dan ook kritisch behandeld worden: dat kan bijvoorbeeld door de voorwaarden te verkennen waaronder projecten gerealiseerd worden of door een sterkte / zwakte analyse te maken. In de website zou een projectenbank opgenomen kunnen worden.

Voorts kan overwogen worden om voor die provincies die daarin geïnteresseerd zijn al begin 2001 een apart ondersteuningstraject te realiseren, gericht op het 'managen van het proces' van de totstandkoming en uitvoering van de programma's.

In 2001 kunnen de thema's waarvoor nu al de voorkeur is uitgesproken (zie 5.2) een plek krijgen in de uitwisseling. Wanneer in 2001 het systeem van elektronische consultatie tot stand gebracht wordt, dan zou dit mede benut kunnen worden om ook voor de komende jaren een goed beeld te krijgen van thema's waar de interesse naar uitgaat.

Wij stellen voor om voor 2001 een concreet programma voor uitwisseling en deskundigheidsbevordering vast te stellen.

5.5 Communicatie

De conclusies uit het hoofdstuk over communicatie kunnen als volgt samengevat worden:

- 1 Besteed aandacht aan twee knelpunten die we nu al kunnen signaleren: de noodzaak de communicatie over de vijf doelstellingen van het Actieplan Cultuurbereik te faseren en de wens van de betrokkenen om (veel) aandacht te besteden aan de vraag hoe het werken aan cultuurbereik op gang kunt brengen, hoe je anderen kunt inspireren.
- 2 Geef de website, tezamen met het stimuleren van een levendig en adequaat e-mailverkeer, een centrale plaats in de communicatie over het Actieplan. Toegankelijke informatie over de stedelijke en provinciale programma's en pakkende beschrijvingen van projecten zijn daarbij de sleutelwoorden.

- 3 Leid de andere communicatiemiddelen af van de website-informatie, zoals een kwartaalbulletin waarin de belangrijkste informatie samengevat wordt, folders en artikelen in vakbladen. Het is goed mogelijk de communicatiemiddelen te relateren aan andere vormen van ondersteuning, zoals de landelijke conferenties en de workshops.
- 4 Houd rekening met de adviezen van experts uit vergelijkbare (landelijke) projecten, zoals de organisatie en marketing van de website en de suggestie om met beeldmateriaal en korte teksten te werken.
- 5 Stel een concrete communicatieaanpak vast voor 2001 en ga aan het eind van het jaar na welke bijstellingen gewenst zijn. Een voorstel is in bijlage 4 opgenomen.

5.6 Organisatie van ondersteuning en communicatie

Ons inziens zijn drie afspraken noodzakelijk om het proces goed op gang te helpen. Vanuit de gedachte dat het hier om een tripartiete initiatief gaat stellen wij voor om op bestuurlijk niveau zowel het ministerie van OCenW als IPO en VNG een actieve rol te geven. Om e.e.a. te concretiseren zou echter tevens een regiegroep gevormd moeten worden, waarin enkele vertegenwoordigers van provincies, gemeenten en OCenW zitting nemen. Hiermee kan gezorgd worden voor draagvlak bij de direct betrokkenen.

Deze groep krijgt tot taak het programma verder -op hoofdlijnen- in te vullen en inhoudelijk te bewaken. Aanhaken hiervan bij OCenW ligt ons inziens voor de hand.

Tenslotte zal ten behoeve van de uitvoering van activiteiten capaciteit vrijgemaakt moeten worden. Concrete taken die in een ondersteuningstraject uitgevoerd moeten worden zijn bijvoorbeeld:

- de redactie van de website;
- het bewaken van de voortgang van de elektronische consultatie (beheer/actueel houden e-mail adressenbestand);
- het vullen van een projectenbank (selecteren en beschrijven van projecten);
- het coördineren van uitwisseling (werkconferenties, workshops, expert-meetings).

De nadere invulling lijkt ons een kwestie van overleg tussen OCenW, IPO en VNG.

Bijlagen

Bijlage 1 Lijst van geïnterviewde personen

Liesbeth van Droffelaar – gemeente Utrecht
Allard van Lenthe – gemeente Zwolle
Olga Smit – gemeente Rotterdam
Lia Voermans – gemeente Breda
Marco van Vulpen – gemeente Amersfoort
Loek Sijbers – provincie Limburg
Rein Kruk – provincie Noord-Holland
Tineke Bennema – gemeente Groningen (telefonisch)
Ferry Luitwieler – project jeugdbeleid VNG
Joke Regouw – Iglo project VNG (telefonisch)
Patrick Spierts- Project Jeugdparticipatie van de Stichting Jeugd in Beweging
Daniëlle Cozijnsen en Marion Wester – ministerie van OCenW
Jan-Jaap Knol, Co Engberts en Michiel van der Kaay – ministerie van OCenW
(Cultuur en School)
Yvonne van Baarle – gemeente Haarlem / Gezelschap Beleidsambtenaren
Kultuur (GBK).

Bijlage 2 Enquête

Vooraf

Uit de ervaringen die zijn opgedaan met de onlangs gehouden werkconferenties in Amersfoort blijkt de behoefte aan uitwisseling van ervaringen en kennis rond het Actieplan Cultuurbereik. Het ministerie van OCenW wil (samen met IPO en VNG) graag bezien hoe uitwisseling en ondersteuning bij de programma's cultuurbereik in de komende vier jaar nuttig en wenselijk zijn. Uitgangspunt daarbij is dat nauw aangesloten wordt bij de behoeften van degenen die profiteren van deze activiteiten: projectleiders, ambtenaren en instellingen die in provincies en gemeenten met deze programma's bezig zijn. Het ministerie van OCenW heeft aan Van Dijk, van Soomeren en Partners (DSP) opdracht gegeven om de mogelijkheden voor uitwisseling en ondersteuning in beeld te brengen en een voorstel hiervoor te doen. Daartoe zijn in de afgelopen periode interviews gehouden en zenden wij u hierbij deze enquête. Wij verzoeken u deze enquête in te vullen en aan ons te retourneren.

In de enquête kunt u uw eigen voorkeuren voor uitwisseling aangeven, zowel wat betreft de inhoudelijke thema's als de vorm waarin die uitwisseling plaatsvindt. Daarnaast is een aantal vragen opgenomen over de communicatie rond het Actieplan Cultuurbereik.

Wij zullen u zowel schriftelijk als via de website www.cultuurbereik.nl op de hoogte stellen van de uitkomst van het onderzoek.

Instructie

De enquête is zowel via e-mail als per post aan u toegezonden. De reden voor deze dubbele verzending is dat wij gemerkt hebben dat velen van u, maar nog niet iedereen, e-mail ontvangt op de werkplek. Wanneer u daartoe in de gelegenheid bent, dan verzoeken wij u bij voorkeur per e-mail te antwoorden. Mocht dat niet mogelijk zijn, stuurt u dan de schriftelijke enquête in aan het antwoordnummer

U kunt deze enquête beantwoorden door in de tekst van de e-mail tussen de [] een x te zetten of een getal. Per vraag treft u hierna een instructie aan. Na het invullen van de antwoorden in de e-mail zendt u deze aan ons retour door met de muis 'beantwoorden' ('reply') te kiezen. De werkwijze bij de schriftelijke enquête is wat betreft het invullen gelijk aan die bij de e-mail.

Wanneer u vragen hebt over de enquête, dan kunt u contact opnemen met Van Dijk, van Soomeren en Partners, tel. 020-6257537, Rento Zoutman.

NB: nog niet alle namen van projectleiders zijn bij ons bekend. Wanneer in uw provincie of gemeente recent een projectleider is aangesteld voor het Actieplan dan verzoeken wij u een exemplaar van deze enquête aan hem of haar door te sturen en hen te verzoeken deze in te vullen.

Naam:

Gemeente/provincie:

Functie:

2. Beschikt u over e-mail voor uw werk?

ja [] nee []

(aankruisen wat van toepassing is)

3. Zo ja, wat is uw e-mail adres? (u kunt hier ook uw privé e-mail adres invullen)

e-mail adres:.....

3. Beschikt u over een aansluiting op internet voor uw werk? ja ☐ nee ☐
(aankruisen wat van toepassing is)

4. Beschikt u voor uw werk over een Cd-romspeler ja ☐ nee ☐
(aankruisen wat van toepassing is)

Het ministerie van OCenW denkt erover om u, projectleiders en ambtenaren betrokken bij het Actieplan, de komende jaren de gelegenheid te geven om ervaringen uit te wisselen (met elkaar en met culturele instellingen, maar desgewenst ook met deskundigen van buiten).

De doelstelling daarbij is u verder te helpen bij het inhoud geven aan en uitvoeren van de programma's cultuurbereik. In de keuze van thema's wordt direct aangesloten bij uw eigen wensen.

5. Ik vind een dergelijke uitwisseling van kennis en ervaringen nuttig ja ☐ nee ☐
(aankruisen wat van toepassing is)

6. Zo ja, Welke thema's voor uitwisseling vindt u van belang?
(hier kunt u één of meer thema's van uw keuze invullen)

.....
.....
.....
.....
.....

7. Hierna noemen wij enkele thema's die in uitwisseling aan de orde kunnen komen.

Wij verzoeken u deze thema's een cijfer toe te kennen op een schaal van 1 tot 5 en daarmee aan te geven hoe belangrijk u het vindt dat aan dat thema in de uitwisseling aandacht wordt geschonken. U kunt het cijfer van uw keuze invullen tussen de [] achter elk thema.

(1 = zeer onbelangrijk, 2 = onbelangrijk, 3 = niet belangrijk, niet onbelangrijk, 4 = belangrijk en 5 = zeer belangrijk)

a. Het bewaken van de kwaliteit van de programma's cultuurbereik (onder meer: de afweging van kwaliteit ten opzichte van de lokale context) []

b. De criteria die aangelegd moeten worden voor de kwalitatieve toetsing van projecten voor het Actieplan []

c. Het verkrijgen van draagvlak onder culturele instellingen en andere potentieel betrokken organisaties []

d. Het opzetten van een goede projectorganisatie op voor het Actieplan []

e. De rol van de afdeling cultuur tussen andere partijen []

f. De wijze waarop advisering en besluitvorming plaatsvindt over de projectvoorstellen die voor het Actieplan gemaakt zijn []

f. Het betrekken van doelgroepen (onder meer jongeren en allochtonen)- bij het bedenken en uitvoeren van de programma's []

De invulling van het programma op het terrein van:

g. Beeldende kunst []

h. Podiumkunsten [..]

i. Cultuur en School []

j. Het meten van de resultaten van het programma/de activiteiten []

k. Het organiseren en bewaken van het uitvoeringsproces van de programma's in de komende jaren []

8. Er zijn verschillende vormen van uitwisseling van ervaringen en kennis mogelijk. Hieronder noemen wij er enkele. Kunt u per vorm aangeven of u die aantrekkelijk vindt? (u kunt uw voorkeur aangeven door tussen de betreffende []aan te kruisen wat van toepassing is).

a. werkconferentie (landelijk, voor de gehele groep van projectleiders en ambtenaren betrokken bij het Actieplan, vergelijkbaar met de onlangs in Amersfoort gehouden conferenties) ja/nee

b. landelijk uitwisselingsplatform rond een door de deelnemers zelf gekozen thema (frequentie: hangt af van de voorkeur van de deelnemers, kan bijv. enkele keren per jaar zijn) ja nee

c. workshop (eenmalige bijeenkomst met tien a vijftien deelnemers, waaronder ambtenaren en projectleiders, maar ook extern deskundigen, teneinde een specifiek thema diepgaand te bespreken) ja/nee

d. werkbezoek aan interessante locaties in andere gemeenten of provincies ja/nee

e. expertmeeting (een bijeenkomst met alleen deskundigen, rond een bepaald thema met als doel over dat thema specifieke kennis te verzamelen) ja/nee

f. consultatie: (periodieke) ondersteuning bij de het invullen en uitvoeren van de programma's cultuurbereik door een extern adviseur ja/nee

g. elektronische consultatie: elkaar bevragen over ervaringen en tips via e-mail (coördinatie bij een landelijke redactie die de uitwisseling faciliteert).ja/nee

9. Inmiddels is de website www.cultuurbereik.nl ten behoeve van het Actieplan ingesteld. Hebt u de website bezocht? ja/nee

10. Het ministerie van OCenW denkt er over om ook andere communicatiemiddelen in te zetten, met informatie over stedelijke en provinciale programma's cultuurbereik. Welke communicatiemiddelen acht u nuttig? (u kunt uw waardering aangeven op een schaal van 1-5. (1 = heel onbelangrijk, 2 = onbelangrijk, 3 = niet belangrijk, niet onbelangrijk, 4 = belangrijk, 5 = zeer belangrijk).

a. folder waarin de kern van het Actieplan Cultuurbereik is weergegeven [..]

- b. periodiek artikelen in vaktijdschriften voor ambtenaren en culturele instellingen [..]
- c. een videofilm of cd-rom waarin 'good practices' op een rij gezet worden (band of cd-rom beschikbaar voor alle betrokkenen) [..]
- d. werkbezoeken van de staatssecretaris [..]
- e. werkbezoeken van ambtenaren van het Actieplan Cultuurbereik [..]
- f. een mobiele (professionele) informatiestand die lokaal of provinciaal gebruikt kan worden bij manifestaties en dergelijke [..]
- g. een (kwartaal)bulletin over het Actieplan Cultuurbereik [..]
- h. verder uitbouwen van de website www.cultuurbereik.nl [..]

11. Het ministerie van OCenW wil graag uw toestemming om uw stedelijk/provinciaal programma cultuurbereik op te nemen op de website. Bent u bereid hieraan mee te werken? ja/nee

Zo ja, wilt u de tekst van uw programma, wanneer dit gereed is, per e-mail zenden aan het ministerie van OCenW, emailadres: a.m.debock@minocw.nl
Het ministerie wil op de website ook graag informatie opnemen over regionale bijeenkomsten over het Actieplan en eventuele verslagen van deze bijeenkomsten en verzoekt u deze eveneens naar bovenstaand e-mail adres te zenden.

Wij verzoeken u deze enquête uiterlijk op maandag 11 december retour te zenden (per e-mail of post) aan Van Dijk, van Soomeren en Partners, e-mail: dsp@dsp-advies.nl , postadres: Van Dijk, van Soomeren en Partners, Antwoordnummer 10958 100 RA Amsterdam, t.a.v. Dhr. J.R. Zoutman

Bij voorbaat dank voor uw medewerking!

Met vriendelijke groet,
Rento Zoutman

Bijlage 3 Vergelijking met andere projecten waarin de beleidsontwikkeling bij gemeenten / provincies wordt gestimuleerd.

Iglo project VNG

De VNG heeft een project waarin gemeenten elkaar vragen kunnen stellen over thema's in het ouderenbeleid. Doelstelling van het project is het bevorderen van onderlinge uitwisseling. Inmiddels worden door 150 ambtenaren, bestuurders en raadsleden ervaringen uitgewisseld via onderlinge consultatie per e-mail. Deelnemers vragen om praktische informatie. Vragen per e-mail worden ingezonden naar een moderator, een secretariaat op de VNG, dat ze verzamelt, zo nodig bundelt en doorstuurt naar de overige deelnemers. Inhoudelijke vragen, waarop direct geantwoord kan worden, worden door de VNG zelf afgehandeld.

De eerste ervaringen zijn gunstig. Het e-mail verkeer wordt niet alleen benut voor onderlinge consultatie, maar ook voor het verspreiden van 'nieuwtjes', aanmelding voor regiobijeenkomsten en het versturen van enquêtes. De onderlinge consultatie ontwikkelt zich nu ook tot een discussieplatform.

In het project ervaart men dat deelnemers vrij snel reageren op e-mail berichten: het is een efficiënt middel. Een peiling onder deelnemers wees onlangs uit dat velen nog niet beschikken over een internet toegang. Ten opzichte van het lezen van een e-mail vraagt dit ook om een extra inspanning. Men moet vaak naar een andere plek toe, waar een computer staat met internet toegang. Velen doen dat niet zo snel.

Een andere ervaring is dat voldoende tijd gereserveerd moet worden om de consultatie 'aan de gang te houden': je moet beschikken over een goed e-mail programma, er moet een actueel bestand van e-mail adressen bijgehouden worden en de inzet van een moderator is nodig. Het project beschikt niet over een eigen website.

VNG project Lokaal Jeugdbeleid

De VNG heeft een omvangrijk programma aanbod voor het ondersteunen bij het (verder) ontwikkelen van het lokaal jeugdbeleid. Dit project wordt gesubsidieerd door de ministeries van VWS en BZK. De ambitie is dat gemeenten met behulp van dit project in de komende jaren aantoonbaar vooruitgang boeken op essentiële dimensies van het lokaal jeugdbeleid. Voor de uitvoering van het project is een projectbureau ingesteld, dat zorgt voor de uitvoering van alle activiteiten en dat contacten onderhoudt met alle partners. De VNG heeft een projectcommissie lokaal jeugdbeleid ingesteld die adviseert over de inhoud en uitvoering van het project. Er zijn vier inhoudelijke beleidsthema's:

- de afstemming tussen jeugdzorg en jeugdbeleid;
- de afstemming tussen onderwijsbeleid en jeugdbeleid;
- jeugd en veiligheid;
- ontwikkelingsstimulering en opvoedingsondersteuning.

De activiteiten vragen om maatwerk: de vragen van gemeenten lopen sterk uiteen en zijn lokaal ingekleurd. Gemeenten bevinden zich ook in sterk verschillende stadia van ontwikkeling.

Het project biedt een aantal activiteiten aan: regionale themadagen, met een snelle doorloop van diverse onderwerpen; workshops (drie dagdelen) met als onderwerp: hoe stel ik een stappenplan op?; consultatietrajecten (10 dagen ondersteuning zijn beschikbaar wanneer de gemeente er ook 10 dagen in steekt.

De deelname aan de consultatie viel tot nu toe tegen: gemeenten blijken een tekort aan tijd / personeel te hebben.

Het project beschikt over een website, met onder meer discussieplatforms. Er worden vijf pilotprojecten intensief gevolgd, hetgeen kennis oplevert over innovaties. Die kennis wordt weer breed verspreid. Als handreikingen heeft men syllabi van themamiddagen en publiceert men ook over specifieke onderwerpen als de jeugdmonitor. Zowel de consultaties als de workshops monden uit in publicaties.

Project Jeugdparticipatie van de Stichting Jeugd in Beweging

De Stichting Jeugd in Beweging is opgericht op initiatief van de samenwerkende sportorganisaties en wordt gefinancierd door VWS.

Het Project is bedoeld om gemeenten en sportorganisaties te ondersteunen in hun pogingen jeugdparticipatie in de sport te realiseren. Het project is halverwege (gestart in 2000 en lopend tot eind 2001). Bijzondere aandacht wordt besteed aan het betrekken van allochtone doelgroepen bij de sport.

Gedurende de projectperiode vindt zes maal een landelijke bijeenkomst plaats, waarin uitwisseling van ervaringen en zoeken naar gemeenschappelijke oplossingen voor gerezen problemen centraal staan. Verder vindt intensieve communicatie met de betrokkenen in het land (circa 135 personen) plaats via een besloten website. Op allerlei manieren wordt het aantrekkelijk gemaakt de website te bezoeken, onder andere door tools ter beschikking te stellen (draaiboeken, folders, instrumenten) en hier via e-mail op te attenderen. Gestimuleerd wordt dat de betrokkenen met behulp van een eenvoudig format op de website verslag doen van ervaringen, melding maken van interessante projecten en successen en mislukkingen rapporteren.

Verder wordt een aantal projecten eenmaal per half jaar bezocht door een filmteam, dat opvallende ontwikkelingen en bijzondere oplossingen professioneel vastlegt. Deze videofilms met good practice vinden gretig aftrek en worden door gemeenten vaak gebruikt om lokaal voorlichtingsactiviteiten inhoud te geven.

In het project wordt, desgevraagd, veel aandacht besteed aan de ontwikkeling van methoden waarmee men lokaal en regionaal enthousiasme kan opwekken voor het realiseren van de projectdoelen.

Bijlage 4 Communicatie-aanpak 2001

Invalshoek 1 "Inzicht in ontwikkeling Actieplan Cultuurbereik"

Doelgroep	Onderwerp	Doel	Medium	Opmerkingen	Afzender	Rol OCenW	Planning
Ambtenaren en Projectleiders	Actuele informatie over landelijke ontwikkelingen, bijeenkomsten e.d.	Informeren	Website en e-mail	Van belang is de actualiteit van de informatie.	OCenW, VNG en IPO	Initiërend	Hele jaar
Ambtenaren en Projectleiders	Inzicht Provinciale en Stedelijke Programma's	Informeren	Website en e-mail	Van belang is toegankelijkheid van de informatie. Geavanceerde zoekfunctie toevoegen, zodat men meerdere ingangen heeft (bijv. thematisch en regionaal).	Collega's	Faciliterend	Januari 2001
Ambtenaren, Projectleiders, Bestuurders, Voorlichters Culturele Instellingen, Organisaties van doelgroepen	Overzicht van de programma's	Informeren	Artikelen in vaktijdschriften	Inhoud en toonzetting afstemmen op de (zeer onderscheiden!) doelgroepen. Het betreft circa 20 tijdschriften.	OCenW, VNG en IPO	Initiërend	Februari-april

Invalshoek 2 "Faciliteren van de lokale en provinciale communicatie met culturele instellingen e.d."

Doelgroep	Onderwerp	Doel	Medium	Opmerkingen	Afzender	Rol OCenW	Planning
Ambtenaren en Projectleiders	Actuele informatie over lokale vorderingen.	Interactie bevorderen	Website en e-mail	Van belang is de netwerk ontwikkeling te stimuleren.	Collega's	Faciliterend door goede moderator-functie	Hele jaar
Ambtenaren, Projectleiders, Culturele instellingen	Reeds lopende Projecten cultuurbereik	Attitude beïnvloeden	Website Bulletin Workshops Rond werk-bezoek	Projecten moeten in reportage vorm beschreven worden, met beelden en korte, inspirerende teksten. Zo kunnen de projecten leiden tot nieuwe initiatieven in andere omgevingen. In selectie kan het lopende monitoronderzoek een rol spelen.	Collega's Selectie dient plaats te vinden door regie-groep van betrokkenen. Projecten kunnen uit een zeer ruime kring komen, evt. zelfs internationaal.	Faciliterend	Start in maart, maar hele jaar doorlopend.
Ambtenaren, Projectleiders, Culturele Instellingen	Strategieën om nieuw publiek te bereiken, waarmee reeds ervaring opgedaan is. Accent moet liggen op de methodische betekenis.	Gedrag beïnvloeden	Beeld-materiaal op video, cd-rom en (deels) website	Periodiek verstrekken van geslaagde voorbeelden van cultuurbereik. Veel aandacht besteden aan verspreiding van materiaal. Heeft a.h.w. het karakter van een bedrijfsfilm.	Collega's Selectie dient plaats te vinden door regie-groep van betrokkenen.	Faciliterend	Augustus
Ambtenaren, Projectleiders, Bestuurders, Voorlichters Culturele Instellingen, Organisaties van doelgroepen	Nieuwe doelgroepen: waar praten we over, wat doen we eraan?	Informereren	Artikelen in vaktijdschriften Folder Bulletin	Inhoud en toonzetting afstemmen op de (zeer onderscheiden!) doelgroepen. Het betreft circa 20 tijdschriften.	OCenW, VNG en IPO	Initiërend	September-november
Ambtenaren, Projectleiders, Bestuurders	Resultaatmeting	Gedrag beïnvloeden	Kist meet-apparatuur	Eind 2001 een verzameling maken van betrouwbare en valide meetinstrumenten Cultuurbereik, die men her en der gebruikt en waarmee nu ervaringen worden opgedaan. Selectie mede op basis van de resultaten van het monitor-project.	Collega's	Faciliterend	December