

BELEIDSPLAN 2026-2028

Stichting ConnAct

Het verrijkende gesprek als fundament om elkaar als méns te zien. Mensen met een eigen geschiedenis die misschien anders is, maar even reëel.

Inhoud

1. Inleiding	6
Polarisatie	6
Kunstmatige intelligentie	6
Breukvlak tussen jong en oud.....	7
Ruimte maken voor het gesprek	7
2. Missie, visie & waarden	9
Missie	9
Visie.....	9
Waarden	10
3. Doelen.....	12
Hoofddoel lange termijn	12
Tussendoel.....	12
Wat willen we dat deelnemers en publiek ervaren?.....	12
Wat willen we maatschappelijk in gang zetten?	12
4. SWOT-analyse	13
Sterktes	13
Zwaktes	14
Kansen.....	15
Bedreigingen	16
5. Pijlers.....	18
Pijler 1: Polarisatie	18
Pijler 2: AI-ontwikkelingen.....	18
Pijler 3: Duurzaamheid	18
6. Strategie	20
Selectie: alleen projecten die het gesprek écht openen	20
Ontwikkeling: nauwkeurig en contextgevoelig	20
Uitvoering: het medium volgt het doel	21
Bereik: organisch, substantieel en met een sneeuwbaaleffect	21
Organisatie: practice what you preach.....	21
7. Onze leidende principes.....	23
Voortbouwen op best practices.....	23

Vooronderzoek als fundament	23
Projecten als vliegwiél, niet als campagne	23
Leren en evalueren.....	23
Kleine, meetbare resultaten	23
Bereik en meerstemmigheid	23
Wat doen we wel — en wat nadrukkelijk niet	24
Voortbouwen op een bewezen werkwijze, op weg naar landelijke uitrol	24
8. Stakeholders	26
Gemeenschappen	26
Makers van creatieve, journalistieke en audiovisuele producties	26
Beleidsmakers.....	26
Overheden en donateurs	26
Samenwerkingspartners.....	26
Medewerkers/vrijwilligers	26
Bestuur	26
Comité van aanbeveling	27
Raad van Advies	27
9. Activiteiten	28
Jaar 1 — Fundament leggen en eerste projecten realiseren	28
Organisatie	28
Projecten	28
Leren en evalueren	29
Jaar 2 — Groeien en verbreden.....	29
Organisatie	29
Projecten	29
Leren en evalueren	29
Jaar 3 — Consolideren en opschalen.....	30
Organisatie	30
Projecten	30
Leren en evalueren	30
Grove tijdlijn	30
10. Monitoring & evaluatie.....	31

Uitgangspunt	31
Organisatie-indicatoren.....	31
Project-indicatoren	32
Hoe meten we	33
Bijsturen	33
11. Communicatieplan	34
Uitgangspunten	34
Positionering en toon	34
Kernboodschap	34
Doelgroepen en benadering.....	35
Communicatiemiddelen	35
Film als motor — strategie voor impact.....	36
Wat we nadrukkelijk niet doen	36
Interne communicatie als fundament.....	36
Crisiscommunicatie.....	36
Monitoring en evaluatie van communicatie	37
12. Diversiteit & inclusie.....	38
Verhalen die verbinden, stemmen die meewegen.....	38
2. Publiek, Toegankelijkheid & Bereik	39
4. Partners, Netwerk & Onderwijs.....	40
5. Evaluatie verantwoording en doorontwikkeling	40
13. Fair Practice	42
14. Governance Code Cultuur	43
Verdeling van bestuur en advies	43
Onze Raad van Advies: een dynamisch expertnetwerk	43
Hoe wij werken	43
Strikt integriteitsbeleid	44
Financiële integriteit.....	44
Om de financiële integriteit te waarborgen, hanteren wij strikt het vier ogen principe. Geen enkele financiële transactie of grote verplichting kan door één bestuurslid zelfstandig worden goedgekeurd. Daarnaast wordt de jaarrekening jaarlijks onafhankelijk gecontroleerd door een externe boekhouder of accountant voordat deze wordt vastgesteld en gepubliceerd.	44

Beloningsbeleid	44
ANBI-verantwoording en openbaarheid	44
15. Financiële onderbouwing	45
Begroting 2026-2027	45
Financieringsbronnen	45
Beheer van vermogen	46
Administratie en verantwoording.....	46
16. Organisatie	47
Contactgegevens.....	47
Bestuur	47
Comité van Aanbeveling.....	47
Raad van Advies	47
Operationele organisatie	47

1. Inleiding

We zien een aantal indringende maatschappelijke ontwikkelingen die sterk hebben bijgedragen aan het besluit om stichting ConnAct op te richten.

Polarisatie

Meningen lijken in Nederland steeds harder en extremer te worden en de polarisatie tussen groepen lijkt steeds groter¹. Driekwart van de Nederlanders heeft het gevoel dat deze verdeeldheid toeneemt en dat we elkaar steeds minder goed begrijpen. Veel mensen zeggen dat ze zich hier zorgen over maken².

Hoewel we denken dat onze standpunten steeds verder uit elkaar staan, laten onderzoeken wat anders zien. Inhoudelijk zijn onze meningen over belangrijke waarden namelijk niet erg veranderd in de afgelopen decennia. Toch is de perceptie van veel mensen anders. De verschillen tussen de inhoudelijke meningen van mensen zijn dus misschien niet groter geworden, maar we zien die verschillen wel sneller als negatief³. Het betreft daarmee meer een kloof die ontstaat door *hoe we over elkaar denken*⁴.

Er zijn tal van ontwikkelingen die het wij-zij denken versterken zoals social media en daarbij gebruikte algoritmes maar bijvoorbeeld ook de hedendaagse politiek waar partijen vaak tegenstellingen belichten in plaats van overeenkomsten⁵. Natuurlijk zullen er altijd verschillen zijn, we moeten zodoende in onze ogen voorzichtig zijn met het te snel betitelen als polarisatie. Echter, de gevolgen zijn schadelijk als de tegenstellingen tussen groepen in de samenleving leiden tot spanningen tussen deze groepen leiden, waardoor zij niet meer constructief met elkaar kunnen communiceren. We zien vaak repressie als reflex en veel minder het aangaan van het gesprek. Polarisation kan dan leiden tot vervreemding, vooroordelen, stereotypering, onbegrip, discriminatie en uitsluiting. Dat is onwenselijk voor de maatschappij en de onderlinge verbondenheid.

Kunstmatige intelligentie

Een andere belangrijke maatschappelijke ontwikkeling is de opkomst van kunstmatige intelligentie. De ontwikkeling van AI gaat sneller dan ons vermogen om er als samenleving mee om te gaan. We beschikken inmiddels over enorme technische kennis, maar missen de collectieve wijsheid om die kennis in dienst te stellen van het algemeen belang. AI kan ook ingezet worden om mensen te manipuleren en

^{1,3,6} NPO Kennis longread – Is er meer polarisatie in Nederland, 23 februari 2026

² Driekwart van de Nederlanders denkt dat polarisatie toeneemt – Sociaal Cultureel Planbureau, 29 december 2022

⁴ Universiteit van Amsterdam - Polarisation in Nederland: hoe verdeeld zijn we, 21 januari 2021

⁵ Eeuwigheid.nl/waarom polarisation toeneemt in Nederland oorzaken en gevolgen, 4 maart 2026

⁶ Nederlands Jeugdinstituut – Wat is polarisation en hoe werkt het?

samenlevingen te destabiliseren, denk aan algoritmisch versterkte desinformatie en de inzet ervan op sociale media. Te vaak ontbreekt nog het bewustzijn van de impact hiervan op onze samenleving, evenals de mediawijsheid om hier verstandig mee om te gaan.

Het gesprek over wat AI doet met onze relaties, onze autonomie en onze democratie staat nog in de kinderschoenen. ConnAct wil bijdragen aan dat gesprek – niet als techcriticus, maar als facilitator van de dialoog hierover. Mensen weerbaarder maken begint bij het begrijpen van de wereld waarin ze leven, inclusief de digitale. Wie begrijpt hoe manipulatie werkt, is minder vatbaar voor polarisatie die van buitenaf wordt aangejaagd.

Breukvlak tussen jong en oud

Tot slot constateren we een gemis aan voldoende waardevolle gesprek tussen jong en oud. Onderzoek toont aan dat jongeren in Nederland zijn afgegleden van de gelukkigste naar de minst gelukkige groep. Als oorzaken worden economische uitsluiting (geen vaste baan, langer thuis wonen) en de invloed van sociale media genoemd.

In de politiek staat dit onderwerp nauwelijks op de agenda – investeren in jongeren levert immers weinig stemmen op. Het gevolg laat zich raden: een samenleving die de symptomen bestrijdt met repressie, in plaats van de oorzaken aan te pakken. We riskeren een vergrijsde samenleving te worden die bang is geworden voor de jongeren die ze zelf heeft verwaarloosd.

Daar komt bij dat polarisatie niet alleen van binnenuit groeit. Externe actoren – zoals statelijke manipulatie via sociale media – hebben er belang bij om westerse samenlevingen te destabiliseren, juist via de jeugd. We laten het gebeuren – simpelweg omdat ouders te druk zijn met overleven om hun opgroeiende kinderen de aandacht te geven die ze nodig hebben.

Het gesprek dat wij willen bevorderen gaat dus ook over de dialoog tussen jong en oud – een van de meest verwaarloosde breukvlakken in de huidige samenleving.

Ruimte maken voor het gesprek

We maken ons zorgen over de groeiende polarisatie – maar we zijn vooral ook hoopvol. Want achter alle verschillen schuilt een gezamenlijk belang dat ons veel meer bindt dan het ons tegenover elkaar plaatst. Dat besef van een gezamenlijk belang om oplossingen te vinden voor grote maatschappelijke uitdagingen, geeft ruimte: ruimte om het gesprek wél te voeren, ruimte om het wij-zij denken te doorbreken. Het is de weg naar meer begrip, meer vertrouwen en meer verbondenheid. Want de uitdagingen van morgen lossen we niet op met één perspectief – juist de verscheidenheid aan stemmen,

gedragen door dat gedeelde belang, maakt ons samen veerkrachtig genoeg om er een antwoord op te formuleren.

2. Missie, visie & waarden

Missie

Stichting ConnAct heeft als missie om deze toenemende polarisatie in de samenleving tegen te gaan door verbinding, dialoog en wederzijds begrip te bevorderen. We ontwikkelen en ondersteunen creatieve, journalistieke en audiovisuele producties die bijdragen aan sociale cohesie, nuance en bewustwording.

Wij stimuleren maatschappelijke reflectie door verhalen die complexe identiteitsvraagstukken, persoonlijke ontwikkeling, intergenerationele verhoudingen en sociale spanningen inzichtelijk en bespreekbaar maken. Onze focus ligt op actuele maatschappelijke thema's zoals polarisatie, intolerantie, manipulatie, extremisme, vrijheid, democratie, rechtstaat, discriminatie, marginalisering, digitalisering, kunstmatige intelligentie, duurzaamheid, mentale gezondheid en de impact van technologische en sociaal-culturele veranderingen op menselijke relaties en identiteit.

Wij werken samen met makers, kunstenaars, storytellers en mediaprofessionals die met hun werk bewustwording willen vergroten. Door middel van documentaires, podcasts, films, kunstprojecten, storytelling, educatie, debatten, exposities en interactieve programma's creëren wij ruimte voor verbinding, reflectie en dialoog.

Stichting ConnAct verbindt mensen, ideeën en disciplines zodat nieuwe inzichten kunnen ontstaan, muren kunnen worden afgebroken en bruggen kunnen worden gebouwd.

De middelen die wij inzetten – documentaires, podcasts, theater, fotografie, educatie of andere vormen – zijn inwisselbaar. Het gaat ons niet om het medium, maar om wat het teweegbrengt. Wij zoeken naar projecten die zo urgent en oprecht zijn dat ze een vliegwieltje worden: een vonk die verder reikt dan de voorstelling, de vertoning of de publicatie alleen.

Daarbij hanteren wij een aanpak waarbij betrokken gemeenschappen en doelgroepen actief worden geraadpleegd. De eindverantwoordelijkheid over creatieve en journalistieke keuzes ligt echter altijd bij de makers – zodat de inhoud wordt gedreven door maatschappelijke waarde, niet door deelbelangen.

Visie

Onze visie is dat verhalen de wereld kunnen veranderen

Wij geloven in een samenleving waarin verschillen niet tot verwijdering leiden, maar tot verdieping. Een samenleving waarin persoonlijke verhalen bruggen bouwen tussen mensen en groepen, en waarin complexe maatschappelijke vraagstukken op een toegankelijke en genuanceerde manier bespreekbaar zijn.

Stichting ConnAct ziet creatieve en journalistieke media als krachtige middelen om dialoog te stimuleren en bewustzijn te vergroten. Wij faciliteren makers die innerlijke conflicten en persoonlijke ervaringen vertalen naar bredere maatschappelijke vraagstukken van identiteitsontwikkeling tot de spanning tussen mens en technologie, van intergenerationele relaties tot de invloed van economische en digitale systemen op creativiteit en autonomie.

Door samen te werken met maatschappelijke organisaties, culturele instellingen, mediaorganisaties, overheden, onderwijsinstellingen, onderzoekers en onafhankelijke makers, bouwen wij aan een netwerk dat polarisatie doorbreekt en verbinding herstelt.

Wij geloven niet alleen dat overeenkomsten verbinden, maar ook dat *verschillen verrijken*. Diverse perspectieven zijn noodzakelijk om complexe vraagstukken werkelijk te doorgronden en op te lossen. Wij willen een cultuur bevorderen waarin het gesprek niet draait om gelijk krijgen, maar om samen tot betere inzichten en uitkomsten te komen.

Wij doen dit met hoop. Niet naïef, maar als bewuste keuze – in de overtuiging dat mensen meer invloed hebben dan ze vaak denken, en dat die invloed, hoe klein ook, het verschil kan maken.

Waarden

Als we waardevolle gesprekken willen aangaan om verhalen de wereld te willen laten veranderen, is het belangrijk dat wijzelf ook kernwaarden als leidraad voor ons handelen hebben. We beschrijven daarmee niet waar we naartoe willen, maar welke waarden leidend zijn voor de manier waarop we dit doen. Die twee zijn voor ons onlosmakelijk met elkaar verbonden. Wat er ook gebeurt: het *waarom*, het hogere doel staat vast. Hier wordt niet over onderhandeld. Maar *hoe* we dit doen en *wat* we doen, dat is bespreekbaar. Dit kader vormt de gedeelde grond waarop wij elkaar ontmoeten.

Betrouwbaar en integer

We zijn betrouwbaar. Wat we uitdragen in onze projecten, moeten we ook zelf zijn. We houden ons aan gemaakte afspraken, zelfs als het lastig is. We zijn eerlijk, altijd met respect voor de ander. De impact die we willen maken staat voorop, keuzes die we maken lopen langs die lijn. Dat vraagt om een sterke sociale veiligheid; wij moeten elkaar aan kunnen spreken, los van functie of positie. Als iets niet klopt, moet dat gezegd kunnen worden. Niet als aanval op de persoon, maar als onderdeel van hoe we samen werken en de impact die we willen maken voor de samenleving.

Rijkdom van verschillende perspectieven

De kracht van het binnenhalen van verschillende perspectieven is eindeloos. Dit geldt zowel binnen projecten, als binnen onze eigen organisatie. We staan open voor ideeën die anders zijn dan die van ons en luisteren hier echt naar. We waarderen elk perspectief

en laten alle perspectieven ons handelen beïnvloeden. We proberen altijd te begrijpen en erkennen waar de ander vandaan komt. We zijn ervan overtuigd dat we juist vanuit diverse perspectieven tot de beste uitkomsten komen. Deze overtuiging is allerm minst symboolpolitiek, maar een voorwaarde om geloofwaardig te zijn in wat we uitdragen

Lef

We zoeken actief naar het waardevolle gesprek, over onderwerpen die lastig bespreekbaar zijn. Dat kan schuren en ongemakkelijk zijn. In de overtuiging dat dit ongemak voorwaardelijk is voor het vergroten van begrip, vertrouwen en verbinding, is lef om dat schurende gesprek op te zoeken, voor ons onmisbaar.

3. Doelen

Onze missie is het tegengaan van polarisatie in de samenleving door verbinding, dialoog en wederzijds begrip te bevorderen. Wij richten ons hierbij niet op een of meerdere specifieke groepen, maar juist op het algemeen nut. We willen de samenleving als geheel vooruithelpen.

Hoofddoel | lange termijn

Een samenleving waarin dialoog leidt tot betere samenwerking aan urgente, prangende vraagstukken. Geen grootse en onrealistische doelen, maar wél zichtbaar maken in een stad of gemeenschap dat mensen beter met elkaar in gesprek gaan. Dat is het kompas.

Tussendoel

ConnAct wakkert het gesprek aan over thema's waar mensen normaal gesproken niet met elkaar over praten. Niet door het gesprek te sturen of een politieke boodschap mee te geven – ConnAct neemt geen politiek standpunt in – maar door de voorwaarden te scheppen waaronder zo'n gesprek überhaupt kan plaatsvinden. Projecten mogen schuren en prikkelen, zolang ze uiteindelijk verbinden in plaats van polariseren.

Wat willen we dat deelnemers en publiek ervaren?

- Dat hun eigen verhaal ertoe doet — en dat ze tegelijk ruimte voelen voor het verhaal van een ander
- Dat anderen óók een eigen geschiedenis en pijn dragen, die misschien anders is maar even reëel
- Dat verschillen niet per se bedreigend zijn, maar verrijkend kunnen zijn als je ze samen onderzoekt
- Dat ze meer invloed hebben op hun omgeving dan ze vaak denken

Wat willen we maatschappelijk in gang zetten?

- Meer kennis van elkaars perspectieven en geschiedenis
- Een cultuur waarin het gesprek niet draait om gelijk krijgen, maar om samen tot betere inzichten te komen
- Uiteindelijk: een samenleving die door dialoog beter in staat is om samen oplossingen te vinden voor prangende maatschappelijke vraagstukken

4. SWOT-analyse

Het maken van een SWOT-analyse helpt ons om de juiste strategie te bepalen, te weten waar groeimogelijkheden liggen alsook de risico's waar we op in moeten spelen. Het geeft ons richting en houdt ons bij de les.

Sterktes

Bewezen trackrecord

*De verdwenen Buurt*⁵ uitgezonden door de NPO op 26 januari 2026 en herhaald op 3, 5 en 7 mei, is breed opgepakt door landelijke media en heeft hiermee aantoonbaar maatschappelijke impact gegenereerd. Daarmee heeft ConnAct laten zien dat onze producties aanzetten tot een breed maatschappelijk gesprek.

Unieke, flexibele aanpak

We zijn geen documentaire stichting, geen theaterproducent, geen podcastplatform. De vorm is altijd inwisselbaar – wat telt is of het het gesprek op gang brengt. Dat maakt ConnAct breed inzetbaar en niet afhankelijk van één medium of één financieringsstroom.

Grondige werkwijze

Een beproefde aanpak: grondig vooronderzoek, gemeenschappen als adviseurs, makers als eindverantwoordelijke, intrinsiek gemotiveerde ambassadeurs, directe relatie met de actualiteit. Dit is geen theorie maar ervaring, opgedaan bij meerdere projecten.

Netwerk en geloofwaardigheid

Bestaande relaties met NPO, Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten, gemeente Den Haag, Haagse Hogeschool, Theater de Vaillant, Provincie Zuid Holland, Erfgoedhuis Zuid-Holland, Omroep West, buurtorganisaties en wetenschappers. Een netwerk dat organisch is gegroeid vanuit inhoud, niet vanuit marketing.

Urgente thematiek

Polarisatie, intergenerationeel trauma, AI, jong-oud – dit zijn thema's die nu spelen. Die urgentie maakt dat media en fondsen openstaan voor projecten die hier substantieel op ingaan.

⁵ Het verhaal van de Joodse buurt van Den Haag laat zien wat er gebeurt als we mensen als zondebok gebruiken en niet meer als mens zien. De documentaire stopt niet bij het verleden. Ze laat zien hoe trauma doorwerkt op kinderen en kleinkinderen van overlevenden.

Meerstemming en onpartijdig

ConnAct neemt geen politiek standpunt in. Projecten zijn zo gemaakt dat ze van iedereen kunnen zijn – van Hart voor Den Haag tot de Schilderswijk. Dat is zeldzaam en waardevol in een gepolariseerd landschap.

Zwaktes

Organisatiestructuur in opbouw

De stichting heeft nog niet de capaciteit en structuur om als professionele haven te functioneren voor een groot aantal makers en projecten. Zolang die structuur er niet is, heeft het weinig zin om breed te communiceren dat makers kunnen aanhaken. We werken daarom aan een operationele structuur en heldere waardeketen – van vooronderzoek en toetsing tot productie, distributie en evaluatie – zodat we projecten gestructureerd kunnen ontvangen, beoordelen en begeleiden.

Beperkte personele basis

ConnAct is nog een kleine organisatie. Veel hangt af van een beperkt aantal mensen. Dat maakt de stichting kwetsbaar bij uitval, overbelasting of conflicten. Komend halfjaar staat daarom centraal: structurele financiering vinden voor een overall coördinator die continuïteit waarborgt en de operationele structuur kan dragen.

Beperkt niet-westers en vrouwelijk perspectief

Het huidige bestuur is homogeen samengesteld (alleen mannen). Dat staat op gespannen voet met wat ConnAct uitdraagt: diversiteit en gelijkwaardigheid. Dit moet actief worden opgelost – niet als symboolpolitiek maar als inhoudelijke noodzaak.

Onze strategie is om op korte termijn een divers netwerk van inhoudelijk sterke mensen te betrekken bij ConnAct – denk aan figuren als Job Cohen, Sedat Bugdaci, Chulah Berkowitz, Enny van Arkel, Arnoud-Jan Bijsterveld, Paul Cornelissen. Shamier Madhar en Sanne Quint. Op korte termijn versterken we eerst een adviescomité om diversiteit en bereik te vergroten. Bestuursleden voegen we alleen toe wanneer er sprake is van een echte match – op inhoud, waarden en commitment. Inmiddels lopen er gesprekken met een aantal vrouwelijke kandidaten met uiteenlopende achtergronden.

Van regionale wortels naar landelijke impact

De stichting heeft zich in korte tijd ontwikkeld van een regionaal en thematisch gericht initiatief tot een speler met aantoonbaar landelijke impact. De documentaire *De verdwenen Buurt* — uitgezonden op NPO 2 aan de vooravond van de Nationale Holocaustherdenking — is hiervan het meest sprekende voorbeeld: volledige dekking in de landelijke programmabladen (oplage in de miljoenen), prominente aandacht bij talkshows als Tijd voor MAX en Goedemorgen Nederland, en diepgaande interviews op

NPO Radio 1 (Dit is de Dag) en in landelijke dagbladen als AD, Trouw, de Volkskrant en Nederlands Dagblad.

Tegelijkertijd blijven de verhalen geworteld in het lokale. Bij het project Echo's uit het Verleden ligt de focus in eerste instantie op verhalen uit Den Haag — lokale verhalen met een nationale zeggingskracht. Inmiddels worden de mogelijkheden onderzocht om de vierde editie in Rotterdam te organiseren, als volgende stap in de landelijke verbreding.

De volgende ambitie is structurele opschaling: van incidentele landelijke pieken naar een duurzaam landelijk podium. Op de langere termijn sluit de stichting een Europese samenwerking met gelijkgestemde instellingen niet uit. Daarvoor is het echter nog te vroeg; eerst wordt ingezet op verdere verankering binnen Nederland.

Kansen

Groeiende maatschappelijke behoefte aan verbinding

In een medialandschap vol polarisatie en negativiteit is er juist behoefte aan verhalen die opbouwen. ConnAct zit precies in die ruimte – en die ruimte groeit.

Politieke urgentie zonder politieke oplossing

Beleidsmakers erkennen het probleem van polarisatie, maar investeren er niet voldoende in. Dat schept ruimte voor organisaties als ConnAct om die rol te pakken – en om beleidsmakers te voeden met de juiste argumenten en taal.

Educatie als schaalbaar verlengstuk

Via educatieve partners zoals Cultuursnack Burgerschap en de Haagse Hogeschool kan ConnAct een bereik van tienduizenden jongeren realiseren – zonder de journalistieke onafhankelijkheid te compromitteren.

AI en duurzaamheid als nieuwe pijlers

AI en duurzaamheid zijn thema's die maatschappelijk exploderen, maar waar het echte gesprek – tussen gewone mensen, aan de keukentafel – nauwelijks over gevoerd wordt. Het debat wordt gedomineerd door experts en beleidsmakers, terwijl de impact zich juist afspeelt in het dagelijks leven van iedereen.

ConnAct heeft met *De verdwenen Buurt* en *Echo's uit het Verleden* bewezen dat het complexe, beladen onderwerpen toegankelijk kan maken via persoonlijke verhalen en dialoog. Dezelfde werkwijze – luisteren, verbinden, het ongemakkelijke bespreekbaar maken – is bij uitstek geschikt om AI en duurzaamheid uit de expertbubbel te halen en terug te brengen naar de mens.

Met de geloofwaardigheid die is opgebouwd via landelijke media-aandacht en publieke erkenning, is ConnAct gepositioneerd om hier als eerste serieus op in te zetten.

Landelijke opschaling via bestaand model

Het model van *De verdwenen Buurt* – lokaal verankerd, nationaal uitgedragen – is herhaalbaar. Wij Zijn Buren zet de eerste stap richting landelijke opschaling via Omroep West. Dat opent deuren naar nationale omroepen en fondsen.

Kruisbestuiving tussen projecten

De zevendelige reeks en Wij Zijn Buren en versterken elkaar – in netwerk, in lessen, in financieringsargumenten. Dat meerjarige perspectief is aantrekkelijk voor fondsen die duurzame impact willen financieren.

Bedreigingen

Financiële afhankelijkheid – met groeiende eigen inkomsten

ConnAct is voor een belangrijk deel afhankelijk van subsidies en fondsen. Wanneer financieringsstromen opdrogen, verschuiven of politiek onder druk komen te staan, kan dat de continuïteit raken.

Parallel bouwt de stichting bewust aan een aanvullende, eigen inkomstenstroom. ConnAct hanteert daarbij één heldere regel: **makers blijven eigenaar van hun productie**. Worden producties of uitzendrechten internationaal verkocht, dan vloeit **15% van de opbrengst terug naar de stichting** om in te zetten voor haar doelstellingen ten dienste van het algemeen belang. Op die manier ontstaat een verdienmodel dat meegroeit met het succes van de producties zelf.

Een concreet voorbeeld: **Amazon US** heeft inmiddels concrete interesse getoond in de uitzendrechten van *De verdwenen Buurt*. Dit illustreert dat het werk van ConnAct ook internationaal commerciële waarde heeft – en dat de stichting op termijn minder afhankelijk kan worden van publieke financiering alleen.

De ambitie is om deze tweede inkomstenstroom de komende jaren verder uit te bouwen, zodat subsidies en eigen inkomsten elkaar versterken in plaats van dat de één de ander vervangt.

Polarisatie van buitenaf

Externe actoren – statelijke manipulatie, sociale media-algoritmen, desinformatiecampagnes – jagen polarisatie actief aan. ConnAct werkt tegen een stroom in die groter en gericht is dan één stichting kan keren. Daar zijn we realistisch in: wij gaan polarisatie niet oplossen. Maar dat betekent niet dat we machteloos zijn – integendeel. Want waar het systeem ons opjut, vertragen wij. Waar algoritmes ons reduceren tot conversie of engagement, brengen wij mensen terug naar het gesprek.

Daarmee bieden we geen tegenkracht in volume. Wel in wat blijft hangen na de aftiteling: het nagesprek in de zaal, de discussie in de klas, het gesprek aan de keukentafel. Eén echt gesprek verandert hoe mensen elkaar zien. Dat krijgt geen algoritme voor elkaar.

Reputatierisico

Werken aan gevoelige thema's als radicalisering, trauma en politieke polarisatie brengt risico's mee. Een verkeerde stap in de communicatie of een project dat als partijdig wordt ervaren, kan de geloofwaardigheid schaden die ConnAct zorgvuldig heeft opgebouwd.

Groeien, met heldere besluitvorming

Zolang het besluitvormingskader niet helder is vastgelegd, is ConnAct kwetsbaar voor interne conflicten die de slagkracht ondermijnen. Bij grote strategische keuzes is duidelijke sturing nodig. Gerichtheid op het zoeken van consensus heeft als risico dat maatregelen niet kordaat genoeg zijn - en dat risico neemt toe naarmate de organisatie groeit. Onze **uitgangspunten blijven leidend**: Het gesprek centraal. Daarbinnen versterken we onze operationele structuur met duidelijke mandaten, rolverdeling en escalatielijnen. Zo wordt besluitvorming sneller, navolgbaar en gedragen. Daarmee voorkomen we dat groei ten koste gaat van wendbaarheid. En houden we ruimte voor de inhoudelijke koers waar ConnAct voor staat.

Concurrentie om aandacht en financiering

Het veld van dialoog, media en maatschappij raakt drukker. Meer organisaties richten zich op vergelijkbare thema's, vragen aan bij dezelfde fondsen en zoeken hetzelfde publiek. Aandacht en financiering worden daarmee schaarser — en de verleiding groter om mee te bewegen met wat fondsen of media op dat moment willen horen.

ConnAct kiest daar bewust niet voor. Onze geloofwaardigheid komt juist voort uit wat ons onderscheidt: meerstemmig zonder politiek standpunt, lokaal geworteld met landelijke zeggingskracht, en een werkwijze waarin grondig vooronderzoek, makerschap en gemeenschap structureel samenkomen. Projecten die van iedereen kunnen zijn — van Hart voor Den Haag tot de Schilderswijk — vind je in het huidige klimaat slechts sporadisch terug.

Die positie versterken we door consequent te zijn in wat we wél en niet doen. Geen projecten omdat ze trending zijn, geen communicatie omdat het algoritmisch werkt. Wel: scherp blijven op waar onze meerwaarde ligt, en die bij elke aanvraag, samenwerking en uiting helder maken. Onderscheidend vermogen is geen marketingvraagstuk, maar een gevolg van inhoudelijke consistentie.

5. Pijlers

ConnAct heeft één overkoepelende missie: het maatschappelijke gesprek op gang brengen over de meest urgente thema's van onze tijd. Niet de gemakkelijke onderwerpen, maar juist de vraagstukken waar mensen elkaar dreigen kwijt te raken – en waar we elkaar het hardst nodig hebben om tot antwoorden te komen.

Want dit zijn de uitdagingen van nu. De onderwerpen waar we als samenleving sámen oplossingen voor móéten vinden. En juist daar geldt: het verschil tussen mensen is geen obstakel, maar de kracht. Verschillende perspectieven, ervaringen en achtergronden zijn voorwaardelijk om complexe vraagstukken werkelijk te doorgronden.

Binnen die missie kiezen we drie pijlers waarop we ons de komende beleidsperiode richten. Niet omdat andere thema's er niet toe doen, maar omdat hier de urgentie het hoogst is – en het gesprek het hardst nodig.

Pijler 1: Polarisatie

We voeren steeds minder het gesprek met mensen die anders denken dan wijzelf. Niet omdat onze meningen zoveel verder uit elkaar zijn komen te liggen, maar omdat we verschillen sneller als bedreigend ervaren. Wij-zij denken wordt versterkt door algoritmes, politiek en mediadynamiek – en sluipt door in hoe we naar elkaar kijken, ook in de eigen straat.

ConnAct maakt ruimte voor het gesprek dat in de polarisatiedynamiek juist verloren gaat: tussen mensen die elkaar anders nooit zouden ontmoeten, over thema's die normaal gemedend worden.

Pijler 2: AI-ontwikkelingen

De ontwikkeling van AI gaat sneller dan ons vermogen om er als samenleving mee om te gaan. Het debat wordt gedomineerd door experts en beleidsmakers, terwijl de impact zich juist afspeelt in het dagelijks leven van iedereen – in relaties, werk, autonomie en democratie.

ConnAct haalt dit gesprek uit de expertbubbel en brengt het terug naar de mens. Niet als techcriticus, maar als facilitator van een dialoog die we als samenleving niet kunnen overslaan. Juist omdat de potentiële gevolgen enorm groot kunnen zijn.

Pijler 3: Duurzaamheid

Duurzaamheid is uitgegroeid tot een van de meest gepolariseerde thema's van onze tijd. Wat een gedeelde opgave zou moeten zijn, is veelal verworpen tot een conflict tussen kampen die elkaar wantrouwen. Daarmee verliezen we niet alleen tempo, maar ook het zicht op gezamenlijke belangen.

ConnAct wil het duurzaamheidsgesprek terugbrengen naar waar het thuishoort: aan de keukentafel, in de wijk, tussen generaties. Niet als ideologisch debat, maar als gesprek over wat we onze kinderen willen meegeven – en waar het bundelen van onze verschillende perspectieven juist tot betere oplossingen kunnen leiden.

6. Strategie

Onze WHY is helder: wij geloven dat een samenleving waarin mensen met elkaar in gesprek gaan over moeilijke thema's, veerkrachtiger, inclusiever en hoopvoller is. Dat gesprek begint niet vanzelf. ConnAct draagt bij aan de voorwaarden waaronder het wél kan plaatsvinden – via verhalen die raken, die schuren en die mensen met elkaar in verbinding brengen die elkaar anders nooit zouden ontmoeten.

De strategie beschrijft hoe we dat doen. Niet als abstracte intentie, maar als concrete keuzes die terugkomen in elk project, elke samenwerking en elke communicatie-uiting.

Selectie: alleen projecten die het gesprek écht openen

Niet elk goed initiatief past bij ConnAct. Een project komt in aanmerking als het voldoet aan een aantal kernvoorwaarden:

- Het gaat over een thema waar mensen normaal gesproken niet makkelijk met elkaar over praten
- Het heeft maatschappelijke urgentie – het speelt nu, het raakt mensen direct
- Het sluit aan bij onze pijlers, polarisatie, AI-ontwikkelingen en duurzaamheid
- Het heeft potentie als vlieg wiel: het kan verder rollen dan de vertoning, uitzending of publicatie alleen
- De makers doen dit vanuit een eigen overtuiging - omdat het hen raakt- en staan open voor samenwerking met de doelgroep
- Het dient het algemeen belang, niet een deelbelang
- Het project is niet religieus of politiek van aard

Praktisch betekent dit dat we een helder toetsingskader ontwikkelen – een eenvoudig formulier waarmee aanvragers kunnen toetsen of hun idee aansluit bij de doelstellingen van ConnAct. Als de aansluiting voldoende is, gaan we graag met elkaar in gesprek. Mochten we onvoldoende aansluiting zien, dan wijzen we eerlijk en respectvol af.

Ontwikkeling: nauwkeurig en contextgevoelig

Elk project begint met grondig vooronderzoek. We verdiepen ons echt in de wereld van de doelgroep – niet vanuit een bureau, maar door erin te stappen. Dat betekent samenwerken met experts, ervaringsdeskundigen en organisaties die de gemeenschap al kennen en vertrouwen hebben opgebouwd.

Gemeenschappen zijn adviseurs, geen opdrachtgevers. De creatieve en journalistieke eindverantwoordelijkheid ligt altijd bij de makers. Dat onderscheid is niet bureaucratisch maar principieel: het beschermt de integriteit van het project én de makers tegen de verleiding om inhoud te laten bepalen door deelbelangen.

Elk project is ook een leerschool. We evalueren structureel wat werkt, wat niet werkt en waarom – niet alleen op resultaat, maar op de vraag achter de vraag. Context is altijd bepalend. Wat werkt in de ene gemeenschap werkt niet automatisch elders. Open staan voor fouten is geen zwakte maar werkwijze.

Uitvoering: het medium volgt het doel

De vorm – documentaire, podcast, straattheater, fototentoonstelling, lesmateriaal – volgt altijd uit wat het beste het gesprek op gang brengt in die specifieke context. De middelen zijn inwisselbaar. Het doel niet.

Elk project krijgt een ambassadeur die de materie niet van buitenaf benadert maar die het *is* – iemand wiens betrokkenheid authentiek is en daardoor geloofwaardig overkomt. Die authenticiteit werkt krachtiger dan elke marketingcampagne.

Timing is een strategisch instrument. We haken bewust aan bij momenten die maatschappelijk al geladen zijn – herdenkingsdagen, actuele debatten, politieke momenten. Urgentie is geen marketingtruc maar een inhoudelijke keuze: als het thema nu speelt, is de bereidheid om het gesprek aan te gaan groter.

Bereik: organisch, substantieel en met een sneeuwbaaleffect

We communiceren vanuit substantie, niet vanuit wat algoritmisch goed scoort. In een medialandschap vol polarisatie en pulp is er juist behoefte aan verhalen die verrijken en verbinden – en die ruimte benutten we.

Een project is nooit het eindpunt maar de vonk. We willen projecten die zo urgent en oprecht zijn dat media er organisch op inspringen, dat publieksdebatten eruit voortkomen en dat lesmateriaal erop voortborduurde. Bereik is een uitkomst van kwaliteit en urgentie – niet van een marketingbudget.

Waar mogelijk vertalen we inhoudelijke inzichten naar educatief materiaal als verlengstuk. De strikte scheiding tussen productie en educatieve distributie is daarbij niet onderhandelbaar: educatieve partners hebben geen redactionele inspraak.

Organisatie: practice what you preach

Wat we uitdragen in onze projecten, moeten we ook zelf zijn. Onze interne cultuur is geen bijzaak maar een strategische keuze. Dat betekent concreet:

- **Besluitvorming:** het *waarom* – het hogere doel – staat vast en is niet onderhandelbaar. Het *hoe* en het *wat* zijn bespreekbaar. Wie zich aansluit bij ConnAct, omarmt datzelfde kader. Het poldermodel lost niets op en meeste stemmen gelden werkt niet voor cruciale keuzes. De doelstellingen zijn leidend.

- **Veiligheidscultuur:** mensen kunnen elkaar aanspreken, los van functie of positie. Als iets niet klopt, moet dat gezegd kunnen worden – niet als aanval op de persoon, maar als onderdeel van hoe we samen werken.
- **Diversiteit:** een meerstemmige organisatie is geen symboolpolitiek maar een voorwaarde voor gelijkwaardigheid en geloofwaardigheid. Het vrouwelijk perspectief en het niet-westers perspectief moeten structureel verankerd zijn – in het bestuur, in de adviesorganen of in het comité van aanbeveling. Waar precies is minder belangrijk dan dát die stemmen volwaardig meewegen in onze besluitvorming. Niet omdat het moet, maar omdat verschillende perspectieven de kwaliteit van wat we doen aantoonbaar verhogen.

7. Onze leidende principes

We hebben een aantal leidende principes voor de manier waarop wij werken.

Voortbouwen op best practices

We werken altijd vanuit wat we al geleerd hebben. Uit eerdere projecten – zoals *De verdwenen Buurt* – zijn kernvoorwaarden naar voren gekomen die steeds terugkeren: diep inleven in de doelgroep, werken met een intrinsiek gemotiveerde ambassadeur (iemand die de materie *is*, niet erbij gehaald wordt), aanhaken bij urgentie en actualiteit. Timing is daarbij essentieel – denk aan een nationale uitzending op Bevrijdingsdag of de vooravond van Holocaust Memorial Day.

Vooronderzoek als fundament

Grondig vooronderzoek is niet optioneel maar voorwaarde. Echt verdiepen in een wereld, aansluiten bij de behoeften van de gemeenschap – en vanuit die wereld werken. Tegelijkertijd blijft de journalistieke onafhankelijkheid leidend: gemeenschappen worden geraadpleegd, maar hebben geen vetorecht over creatieve keuzes.

Projecten als vliegwiel, niet als campagne

We doen geen projecten als onderdeel van een campagne, maar projecten die een vliegwiel worden vóór een campagne – zo urgent en oprecht dat ze als een sneeuwbal verder verspreiden. Bereik is geen marketingdoel, maar een uitkomst van kwaliteit en urgentie. We communiceren vanuit substantie, niet omdat iets "trending" is.

Leren en evalueren

We willen structureel leren van wat we doen – successen én mislukkingen. Winnende formules zijn niet één op één te kopiëren, want context is altijd bepalend. Wat werkt in de ene gemeenschap, werkt niet automatisch elders. Open staan voor fouten is geen zwakte maar een werkwijze.

Kleine, meetbare resultaten

We kunnen de geopolitieke situatie niet in drie tot vijf jaar veranderen. Maar we kunnen wél in een stad of gemeenschap zichtbaar maken dat mensen beter met elkaar in gesprek gaan. Kleine, meetbare resultaten waar we trots op kunnen zijn – dat is het kompas.

Bereik en meerstemmigheid

We willen altijd nadenken over hoe een project verder kan door ontwikkelen – niet ten koste van alles, maar als integraal onderdeel van de aanpak. Intern geldt hetzelfde: de organisatie moet meerstemmig zijn in perspectieven, achtergronden en denkwijzen – niet als symbool, maar omdat het de kwaliteit van onze besluitvorming vergroot.

Wat doen we wel – en wat nadrukkelijk niet

Wel	Niet
Projecten die het gesprek aanzetten	Campagnes namens een belang of partij
Journalistieke onafhankelijkheid	Politieke en religieuze standpunten innemen
Bereik als uitkomst van kwaliteit	Bereik als doel op zich
Authenticiteit en substantie	Iets doen omdat het trending is
Gemeenschappen raadplegen	Gemeenschappen vetorecht geven over inhoud
Projecten die schuren maar verbinden	Groepen wegzetten of verheerlijken
Leren van wat niet werkt	Vasthouden aan een winnende formule
Meerstemmig bestuur en advies	Eenzijdig perspectief in besluitvorming

Voortbouwen op een bewezen werkwijze, op weg naar landelijke uitrol

Wij bouwen voort op een werkwijze die zich in de praktijk heeft bewezen. Bij projecten als *De verdwenen Buurt* en *Echo's uit het Verleden* hebben we een aanpak ontwikkeld die telkens terugkeert in nieuwe producties: grondig vooronderzoek, gemeenschappen als adviseurs, makers met eindverantwoordelijkheid, intrinsiek gemotiveerde ambassadeurs, en een scherpe timing op de maatschappelijke actualiteit. Deze werkwijze is geen theoretisch model, maar het resultaat van wat we in de praktijk hebben geleerd – over wat werkt, wat niet werkt, en waarom.

Die ervaring vertaalt zich in een infrastructuur die meegroeit met onze ambities. We beschikken inmiddels over een netwerk van vaste samenwerkingspartners, mediapartners, publieke omroepen, fondsen, culturele instellingen, onderwijspartners,

gemeenten en wetenschappers – dat organisch is gegroeid vanuit inhoud. Dat netwerk maakt het mogelijk om nieuwe projecten sneller, scherper en met meer impact te realiseren. We hoeven het wiel niet opnieuw uit te vinden, maar kunnen voortbouwen op wat al goed functioneert.

Waar onze projecten begonnen als regionaal verankerde initiatieven, hebben ze inmiddels aantoonbaar landelijke zeggingskracht. *De verdwenen Buurt* – uitgezonden op NPO 2 aan de vooravond van de Nationale Holocaustherdenking – werd opgepikt door alle grote landelijke media: van de programmabladen met een gezamenlijke oplage in de miljoenen, tot talkshows als *Tijd voor MAX* en *Goedemorgen Nederland*, en diepgaande artikelen in *AD*, *Trouw*, *de Volkskrant*, *Nederlands Dagblad* en *Historiek*. Tegelijkertijd blijven de verhalen geworteld in het lokale: de kracht zit juist in dat lokale fundament met nationale uitstraling.

Onze ambitie voor de komende beleidsperiode is om die landelijke verankering te verduurzamen. Niet via incidentele pieken, maar door structurele aanwezigheid in het Nederlandse medialandschap en een werkwijze die in iedere nieuwe stad of gemeenschap dezelfde kwaliteit kan leveren. De vierde editie van *Echo's uit het Verleden* in Rotterdam is daarvan een eerste concrete stap.

Zo ontstaat een schaalbare aanpak waarbij elk nieuw project voortbouwt op de kennis, het netwerk en de geloofwaardigheid van het vorige – en waarbij ConnAct stap voor stap groeit van een organisatie met landelijke pieken naar een duurzaam landelijk podium voor het gesprek dat ertoe doet.

8. Stakeholders

De volgende partijen zijn van groot belang voor het succes van de stichting en hebben om die reden onze structurele aandacht.

Gemeenschappen

Wij zetten ons primair in voor gemeenschappen, voor mensen die het samen aandurven om lastige gesprekken te voeren. Om begrip te krijgen voor elkaars realiteit en achtergrond. Elkaars drijfveren en pijn.

Makers van creatieve, journalistieke en audiovisuele producties

Wij bieden juist voor hen een netwerk om hun producties in te zetten voor het vertellen van verhalen. Verhalen die bijdragen aan cohesie in plaats verwijdering, aan verbinding in plaats van uitsluiting.

Beleidsmakers

We willen beleidsmakers voeden met de juiste argumenten en taal. Opdat zij gaan investeren in dialoog die bijdraagt aan terugdringing van polarisatie en met meer ruimte en begrip praten en kijken naar elkaar.

Overheden en donateurs

Zij maken ons werk mogelijk. Wij laten zien dat het werkt, dat onze werkwijze werkt om werkelijk beweging te creëren. Om het gesprek op gang te brengen en mensen anders te gaan laten kijken.

Samenwerkingspartners

Wij geloven in de kracht van samen. In dat ieder zijn eigen waarde meeneemt om een gezamenlijk doel te bereiken. Denk aan educatieve partners die ons helpen om educatief materiaal als verlengstuk in te zetten en actief naar leerlingen toe te brengen.

Medewerkers/vrijwilligers

Zij zijn de stichting en zijn essentieel voor een goede uitvoering van het strategisch beleid. De vertaling van dit beleid naar een succesvolle dagelijkse operatie is cruciaal. Evenals de loop terug naar het bestuur, medewerkers zijn de ogen en oren in het veld.

Bestuur

Het bestuur geeft richting aan de stichting en bepaalt het strategisch beleid. Zij drukken hiermee een belangrijke stempel op het succes van de stichting.

Comité van aanbeveling

Het comité van aanbeveling is een groep betrokken en toonaangevende personen die zich met overtuiging en onbezoldigd inzet om de missie van de stichting actief uit te dragen, onze ambities te versterken, ons netwerk uit te breiden en onze geloofwaardigheid zichtbaar te vergroten. Zij maken deuren voor ons open, wegen voor ons vrij en ondersteunen de doelen van de stichting vanuit hun eigen overtuigingen. Ze zijn voor ons daarmee een heel belangrijke stakeholder.

Raad van Advies

De Raad van Advies adviseert gevraagd en ongevraagd over strategische keuzes en is eveneens sparringpartner voor groei en organisatieontwikkeling. Zij zijn zodoende een belangrijke speler om strategische blinde vlekken te voorkomen en de kwaliteit van besluiten te verhogen.

Stichting ConnAct gelooft in de kracht van een wendbaar netwerk. De leden zijn onafhankelijke professionals uit onder meer de media, journalistiek, cultuursector, financiën en het maatschappelijk veld. Zij dragen geen bestuurlijke of juridische verantwoordelijkheid, maar verbinden hun expertise en netwerk aan onze missie om polarisatie te doorbreken.

Wij benaderen onze adviseurs veelal op individuele basis voor gerichte brainstorms, netwerkintroductions of specifieke projectadviezen. Zo zetten we de juiste kennis in op het juiste moment. De leden van de Raad van Advies zetten zich op vrijwillige basis in voor het algemeen nut en ontvangen geen beloning voor hun werkzaamheden, met uitzondering van een vergoeding voor in redelijkheid gemaakte onkosten.

9. Activiteiten

Jaar 1 – Fundament leggen en eerste projecten realiseren

Organisatie

Het eerste jaar staat in het teken van het bouwen aan een organisatie die de capaciteit heeft om duurzaam te functioneren als betrouwbare haven voor makers en projecten.

Dat betekent:

- **Structuur opzetten:** werkprocessen, besluitvormingsprocedures en samenwerkingsvormen vastleggen zodat de stichting niet afhankelijk is van individuele mensen maar op een stramien kan draaien
- **Toetsingskader ontwikkelen:** een helder en eenvoudig kader waarmee aanvragers kunnen toetsen of hun project aansluit bij de doelstellingen van ConnAct – zodat we eerlijk en snel kunnen zeggen: ja, kom in gesprek, of: dit past er nu niet in. Nu heeft het nog weinig zin om breed te communiceren dat makers kunnen aanhaken, omdat de structuur daarvoor nog niet staat. Dat gaat dit jaar en komend jaar veranderen.
- **Bestuur versterken:** het bestuur uitbreiden naar maximaal vijf leden, met toevoeging van minimaal twee vrouwen en één niet-westers perspectief – niet als symbool maar vanuit de kernwaarden.
- **Adviesstructuur opzetten:** meerstemmige adviesorganen die het bestuur voeden met diverse perspectieven, zonder dat die organen beslissingsbevoegdheid krijgen

Projecten

- **Echo's uit het Verleden – deel 2: Sinti en Roma** (lopend): productie en uitbreiding naar educatief lesmateriaal via Cultuursnack Burgerschap, samenwerking Haagse Hogeschool, Erfgoedhuis Zuid-Holland, Movisie en Kennisplatform Inclusief Samenleven.
- **Wij zijn Buren – in samenwerking met Stichting BOD** (lopend/opstartend): Een project waarin theater en film samen het gesprek op gang brengen tussen mensen die elkaar normaal zouden wegstemmen. Acht Hagenaars uit het volledige politieke en sociaaleconomische spectrum werken vijftien weken onder leiding van Mylène Duijvestein toe naar twee voorstellingen in Koffiehuis de Laak – van oudsher een plek waar de stratenmaker naast de ambtenaar zat. Drie 'Koffie met de Buren'-middagen brengen het gesprek vervolgens terug naar de wijk. Parallel wordt het hele proces vastgelegd in een documentaire, met een beoogde uitzending via Omroep West (Westdoc) en een traject richting NPO. Zo werkt het project op drie elkaar versterkende niveaus – speelvloer, koffiehuis en scherm – en functioneert het lokaal verankerde Haagse traject als vliegwiel voor een breder, landelijk gesprek over

polarisatie. Initiatief van de broers Marcel en Jeroen Harteveld (Stichting BOD): de één links-idealistisch theatermaker, de ander rechts-georiënteerd ondernemer, die met dit project bewijzen dat verschil geen afstand hoeft te betekenen.

Leren en evalueren

- Eerste evaluatiemoment na afronding Sinti en Roma project: wat waren de succesfactoren, wat ging er mis, wat is overdraagbaar naar volgende projecten?
- Begin opbouwen van een intern kennisdossier: *best practices*, valkuilen, contextfactoren

Jaar 2 – Groeien en verbreden

Organisatie

- Toetsingskader operationeel: makers kunnen via de website of direct contact toetsen of hun idee past
- Bestuur volledig samengesteld en functionerend volgens de vastgelegde besluitvormingsprincipes
- Eerste externe communicatie richting beleidsmakers en fondsen vanuit de versterkte organisatiestructuur

Projecten

- **Echo's uit het Verleden – deel 3: Indische gemeenschap:** vooronderzoek starten, gemeenschap raadplegen, ambassadeur identificeren, timing bepalen
- **Wij Zijn Buren:** evalueren en verkennen van landelijke opschaling op basis van ervaringen jaar 1
- **AI en weerbaarheid:** van concept naar concrete projectontwikkeling – vooronderzoek, partners identificeren, vorm bepalen (documentaire, podcast, dialoogtafels), ambassadeur koppelen, aanhaken bij actualiteit rond AI-regulering

Leren en evalueren

- Structurele evaluatie per project: kleine, meetbare resultaten documenteren
- Eerste zichtbare impactmeting in een gemeenschap of stad: zijn mensen anders met elkaar in gesprek gegaan? Hoe meten we dat?
- Bijsturen op basis van wat werkt en wat niet

Jaar 3 – Consolideren en opschalen

Organisatie

- ConnAct functioneert als een herkenbare, geloofwaardige organisatie in het Nederlandse medialandschap
- Netwerk van makers, fondsen, beleidsmakers en educatieve partners is actief en structureel
- Interne kennisbasis is gedeeld en overdraagbaar: wat zijn onze succesfactoren, wat zijn onze valkuilen?

Projecten

- **Echo's uit het Verleden – deel 4 en/of 5:** Molukse en/of Surinaamse gemeenschap, voortbouwend op opgebouwde werkwijze en netwerk
- **AI en weerbaarheid:** project in uitvoering, educatief lesmateriaal als verlengstuk, publieksdebat
- **Verkenning duurzaamheidsproject:** duurzaamheid als derde pijler inhoudelijk uitwerken – welke vorm, welke gemeenschap, welke urgentie?
- **Dialogoog jong en oud:** afhankelijk van capaciteit verkennen of dit als apart project of als onderdeel van bestaande projecten vorm kan krijgen

Leren en evalueren

- Externe evaluatie: wat heeft ConnAct de afgelopen drie jaar bereikt, wat zijn de meetbare resultaten in gemeenschappen?
- Op basis daarvan: strategie voor de volgende drie jaar aanscherpen

Grove tijdlijn

Periode	Focus
2026 – jaar 1	Organisatiestructuur, Sinti en Roma, Wij Zijn Buren, organisatie en comité van aanbeveling versterken
2027 – jaar 2	Indische gemeenschap, AI-project ontwikkelen, opschaling Wij Zijn Buren verkennen
2028 – jaar 3	Molukse/Surinaamse gemeenschap, AI-project uitvoeren, duurzaamheid verkennen, externe evaluatie

10. Monitoring & evaluatie

Uitgangspunt

ConnAct meet geen succes in kijkcijfers of likes. Ons doel is gedragsverandering – mensen die anders naar elkaar kijken, mensen met elkaar in gesprek brengen, gemeenschappen die dichter bij elkaar komen. Dat is moeilijker te meten dan bereik, maar niet onmogelijk. De sleutel zit in de vraag achter de vraag: niet alleen *wat* er gebeurt, maar *waarom*.

We hanteren twee niveaus:

- **Organisatie-indicatoren:** meet de voortgang van ConnAct als organisatie
- **Project-indicatoren:** meet de impact van elk individueel project

Elk project is een proeftuin. We bouwen structureel een kennisbasis op van succesfactoren, valkuilen en contextfactoren – in de wetenschap dat wat werkt in de ene gemeenschap niet automatisch werkt in een andere. Een winnende formule die ergens niet werkt, is geen mislukking maar een leermoment.

Organisatie-indicatoren

Indicator	Wat meten we	Frequentie
Organisatiestructuur	Is het toetsingskader operationeel? Zijn werkprocessen vastgelegd?	Jaarlijks
Bestuursdiversiteit	Is het bestuur aangevuld met vrouwelijk en niet-westers perspectief?	Jaarlijks
Financiering	Zijn de benodigde middelen voor lopende projecten gedekt? Spreiding van financieringsbronnen.	Per kwartaal
Netwerk	Aantal actieve samenwerkingen met makers, fondsen, beleidsmakers, educatieve partners.	Jaarlijks

Indicator	Wat meten we	Frequentie
Projectpijplijn	Hoeveel projecten in ontwikkeling, hoeveel in uitvoering, hoeveel afgerond?	Per kwartaal

Project-indicatoren

Bereik (*output –wat hebben we gemaakt en verspreid*)

- Aantal vertoningen, uitzendingen, publicaties
- Mediabereik: welke media hebben aandacht besteed, wat was de oplage/het bereik?
- Educatief bereik: hoeveel leerlingen, scholen, docenten bereikt?
- Geografisch bereik: lokaal, regionaal, nationaal

Dialog (*Uitkomst –heeft het het gesprek op gang gebracht*)

- Aantal publieksgesprekken, dialoogtafels, community-activiteiten na een vertoning of uitzending
- Kwaliteit van de gesprekken: worden thema's besproken die normaal gemeden worden?
- Vervolginitiatieven die uit een project zijn voortgekomen

Perspectief (*impact –zijn mensen anders gaan kijken*)

- Publieksreacties: kwalitatief verzamelen via reacties, enquêtes, gesprekken
- Verandering van perspectief: zeggen mensen dat ze anders naar een thema, groep of situatie kijken?
- Erkenning: voelen betrokken gemeenschappen zich gezien en serieus genomen?
- Onderwijsimpact: klassikale gesprekken, reacties van docenten en leerlingen

Organisatorische lessen (*leren –wat nemen we mee naar het volgende project*)

- Wat waren de succesfactoren van dit project?
- Wat ging er mis en waarom?
- Wat is overdraagbaar naar een andere context, wat niet?
- Wat zegt de gemeenschap terugkijkend over het proces?

Hoe meten we

Wat	Hoe	Wanneer
Mediabereik	Persmonitoring, knipselarchief	Direct na uitzending/ publicatie
Publieksreacties	Reacties verzamelen via mail, social media, gesprekken na vertoningen	Doorlopend tijdens en na project
Dialogoekwaliteit	Verslagen van publieks- gesprekken en dialoogtafels	Na elk gesprek
Educatieve impact	Evaluatieformulieren via educatieve partners (docenten en leerlingen)	Na afloop lesmodules
Projectevaluatie	Intern evaluatiegesprek met alle betrokkenen	Na afronding elk project
Organisatie- evaluatie	Bestuursvergadering met vaste evaluatieagenda	Jaarlijks
Externe evaluatie	Onafhankelijke beoordeling van impact over drie jaar	Einde jaar 3

Bijsturen

We sturen bij op twee momenten:

- **Tijdens een project:** als iets niet werkt – in de samenwerking, in de ontvangst, in de timing – bespreken we dat direct. Niet wachten tot het klaar is. Open staan voor fouten is geen zwakte maar werkwijze.
- **Tussen projecten:** na elk project een evaluatiegesprek met alle betrokkenen. Wat nemen we mee? Wat doen we anders? De kennisbasis groeit zo project voor project.

Wat we nadrukkelijk niet doen: vasthouden aan een aanpak omdat die eerder werkte. Context is altijd bepalend. We bouwen voort op *best practices*, maar kopiëren ze niet.

11. Communicatieplan

Uitgangspunten

ConnAct communiceert vanuit substantie, niet vanuit wat algoritmisch goed scoort. In een medialandschap vol polarisatie en negativiteit is er juist behoefte aan verhalen die opbouwen.

Onze communicatie is een verlengstuk van onze inhoud: meerstemmig, opbouwend, en zonder politiek of religieus standpunt. Wat we naar buiten uitdragen, moet van binnen kloppen — interne en externe communicatie zijn onlosmakelijk verbonden.

Drie kernprincipes:

- **Substantie boven volume** — wij communiceren omdat het ertoe doet, niet omdat het moet
- **Uitnodigen in plaats van veroordelen** — onze toon opent het gesprek, niet het debat
- **Authenticiteit boven marketing** — echte stemmen werken krachtiger dan campagnes

Positionering en toon

ConnAct positioneert zich als facilitator van het gesprek dat ertoe doet — niet als activist, niet als techcriticus, niet als opiniemaker. Onze toon is:

- **Uitnodigend** — we spreken mensen aan, niet áán
- **Hoopvol maar realistisch** — we erkennen de problemen, maar geloven in de oplossing
- **Meerstemmig** — we geven ruimte aan verschillende perspectieven, ook die ons ongemakkelijk maken
- **Toegankelijk** — geen jargon, geen academische taal, wel inhoudelijke diepte

Kernboodschap

Onze kernboodschap is consistent over alle uitingen heen:

Verschillen hoeven niet tot verwijdering te leiden. Het gesprek dat we vermijden is juist het gesprek dat we nodig hebben — om elkaar als mens te zien, en samen tot betere antwoorden te komen.

Per project en per doelgroep wordt deze boodschap vertaald naar de juiste taal en het juiste medium, zonder de essentie te verliezen.

Doelgroepen en benadering

Doelgroep	Taal en toon	Kanaal	Doel
Makers en projectpartners	Inhoudelijk, gelijkwaardig, vanuit gedeelde waarden	Persoonlijk contact, netwerkbijeenkomsten, vakmedia	Verbinding, samenwerking, vertrouwen
Beleidsmakers en lobbyclubs	Strategisch, onderbouwd, met juiste taal	Position papers, gerichte gesprekken, werkbezoeken	Investeren in dialoog laten lonen
Fondsen en donateurs	Transparant, resultaatgericht, inhoudelijk	Aanvragen, impactrapportages, persoonlijk contact	Vertrouwen in werkwijze en impact
Breed publiek	Toegankelijk, opbouwend, vanuit hoop	Documentaires, podcasts, landelijke media	Bewustwording en deelname aan het gesprek
Gemeenschappen	Respectvol, luisterend, contextgevoelig	Persoonlijk contact, lokale bijeenkomsten	Vertrouwen, samenwerking, eigenaarschap
Educatieve partners	Praktisch, didactisch, ondersteunend	Lesmateriaal, docentensessies	Verlengstuk naar volgende generatie

Communicatiemiddelen

Eigen kanalen

- Website: visitekaartje, projectarchief, toetsingskader voor makers
- Nieuwsbrief: structurele update voor netwerk, partners en geïnteresseerden
- LinkedIn: zakelijk netwerk, beleidsmakers, fondsen, makers

Verdiende media

Landelijke dagbladen, omroepen en talkshows — organisch verdiend via inhoudelijke urgentie

- Vakmedia rond cultuur, journalistiek en maatschappij
- Podcasts en interviews waarin onze ambassadeurs aan het woord komen

Projectgebonden communicatie

- Premières, vertoningen, publieksgesprekken
- Lesmateriaal als verlengstuk (in samenwerking met educatieve partners)
- Dialoogtafels en community-activiteiten

Film als motor — strategie voor impact

Een goede film (of podcast, of theaterproductie) is de start van een beweging, niet het eindpunt. Drie principes:

1. **De productie is de magneet** — inhoudelijk zo urgent dat media er organisch op inspringen
2. **Authentieke stemmen** — hoofdrolspelers komen zelf aan het woord; hun authenticiteit werkt krachtiger dan elke campagne
3. **Timing en agendering** — we haken bewust aan bij maatschappelijke momenten (herdenkingsdagen, actuele debatten) zodat het gesprek aansluit bij wat er al leeft

Wat we nadrukkelijk niet doen

- Geen kanalen of formats die niet bij ons passen, alleen omdat het algoritmisch werkt (bijv. geen geforceerde TikTok-strategie)
- Geen communicatie omdat iets "trending" is
- Geen politieke of religieuze standpunten in uitingen
- Geen sensatiezoekende framing — schuren mag, maar altijd in dienst van verbinden
- Geen claims die we niet kunnen waarmaken

Interne communicatie als fundament

Wat we naar buiten uitdragen moet van binnen kloppen. De manier waarop we intern met elkaar omgaan — hoe we meningsverschillen bespreken, hoe we beslissingen nemen en uitleggen — is de basis van geloofwaardige externe communicatie. Concrete afspraken:

- Transparante besluitvorming: het waarom staat vast, het hoe en wat is bespreekbaar
- Veiligheidscultuur: aanspreken op inhoud, niet op de persoon
- Structureel terugkoppelen: medewerkers en vrijwilligers zijn de ogen en oren in het veld

Crisiscommunicatie

Werken aan gevoelige thema's vraagt om voorbereiding op het moment dat het schuurt - of misgaat. Uitgangspunten:

- **Snelheid én zorgvuldigheid** — niet de eerste reactie, maar wel een tijdige
- **Eén woordvoerder** — duidelijkheid in stem, geen meerstemmigheid in crisis
- **Eerlijkheid boven imagoschade** — als er een fout is gemaakt, erkennen we die
- **Inhoud boven verdediging** — terug naar de waarom-vraag

Monitoring en evaluatie van communicatie

Communicatie wordt geëvalueerd volgens dezelfde principes als de projecten zelf — niet alleen output (bereik, vermeldingen), maar vooral outcome (heeft het het gesprek daadwerkelijk op gang gebracht?) en impact (zijn mensen daadwerkelijk anders gaan kijken?). Zie hoofdstuk 8 voor de indicatoren.

12. Diversiteit & inclusie

Verhalen die verbinden, stemmen die meewegen

Bij Stichting ConnAct geloven we dat verhalen de kracht hebben om de wereld te veranderen. Maar verhalen werken alleen verbindend als álle stemmen erin doorklinken. Daarom is diversiteit en inclusie voor ons geen apart hoofdstuk, maar de kern van ons werk.

Wij streven naar een samenleving waarin verschillen elkaar versterken in plaats van verdelen. Om betekenisvolle maatschappelijke gesprekken aan te wakkeren en polarisatie te doorbreken, moeten alle stemmen worden gehoord, ook, en juist, de stemmen die te vaak ontbreken aan tafel.

De toegevoegde waarde van verschillende perspectieven

De kracht van het uitwisselen van perspectieven is eindeloos. Dit geldt voor onze projecten én binnen onze eigen organisatie. We proberen altijd te begrijpen waar de ander vandaan komt, en zijn ervan overtuigd dat juist vanuit diverse perspectieven de beste uitkomsten ontstaan. Een meerstemmige organisatie is voor ons geen symboolpolitiek, maar een voorwaarde voor gelijkwaardigheid en geloofwaardigheid. Het vrouwelijke perspectief en het niet-westerse perspectief moeten structureel verankerd zijn, of dat nu in het bestuur, de adviesorganen of het comité van aanbeveling is. Waar precies is minder belangrijk dan dát die stemmen volwaardig meewegen in onze besluitvorming. Wij onderschrijven de Code Diversiteit & Inclusie volledig en vertalen dit concreet naar onze dagelijkse praktijk via vier pijlers.

1. Programma, Creatieve & Journalistieke Producties

Doel:

Meerstemmigheid en nuance garanderen in al onze projecten.

In ons werk merken we keer op keer dat de beste verhalen ontstaan wanneer meerdere perspectieven elkaar ontmoeten. Soms schuren ze, soms versterken ze elkaar. Daarom bouwen we meerstemmigheid in vanaf de eerste schets, niet pas in de eindredactie.

Concrete acties:

- We selecteren actuele, complexe maatschappelijke vraagstukken en geven bewust een podium aan ondervertegenwoordigde perspectieven.
- Bij de ontwikkeling van audiovisuele en journalistieke producties betrekken we makers uit diverse sociaaleconomische en etnisch-culturele achtergronden.

- Bij de start van elk project voeren we een perspectieven-check uit. Het projectteam vult een scorecard in die toetst op:

Diversiteit van bronnen en geïnterviewden

Aanwezigheid van counter-narratieven

Achtergrond en positie van de betrokken makers

Mogelijke blinde vlekken in de verhaallijn

Toegankelijkheid van het eindresultaat voor verschillende publieken

Pas wanneer deze check meerstemmigheid aantoont, start de productiefase.

2. Publiek, Toegankelijkheid & Bereik

Doel:

Onze verhalen toegankelijk maken voor een breed en gelaagd publiek, juist buiten de traditionele culturele bubbel. Een verhaal dat alleen de overtuigden bereikt, verandert weinig. We investeren daarom bewust in plekken, platforms en vormen die nieuw publiek aanspreken.

Concrete acties:

- We publiceren via kanalen die aansluiten bij de belevingswereld van verschillende doelgroepen: laagdrempelige online media, community-platforms en lokale netwerken. Digitale content (video's, podcasts) wordt standaard voorzien van ondertiteling of transcripties.
- We organiseren dialoogsessies op fysiek toegankelijke locaties in verschillende wijken, om sociale en geografische barrières te minimaliseren.

Streven:

Jaarlijks minimaal een derde van onze publieksactiviteiten buiten de grote cultuurcentra.

3. Personeel, Makers, Team & Bestuur

Doel:

Een team, bestuur, comité van aanbeveling en raad van advies die de diversiteit van de samenleving weerspiegelen, en een inclusieve organisatiecultuur waarborgen. Inclusie begint bij onszelf. We willen geen organisatie zijn die over meerstemmigheid praat zonder die zelf te belichamen.

Concrete acties:

- We werven nieuwe bestuursleden, leden voor het comité van aanbeveling, de raad van advies, (freelance) medewerkers en vrijwilligers actief buiten onze bekende netwerken, om diversiteit in expertise, leeftijd en achtergrond te vergroten.
- We creëren een veilige werkomgeving waarin zelfreflectie en open feedback over onbewuste vooroordelen worden gestimuleerd.

Streven:

Bestuur en adviesorganen weerspiegelen op termijn ten minste de gender- en culturele diversiteit van de Nederlandse samenleving.

4. Partners, Network & Onderwijs

Doel:

Een inclusief netwerk bouwen met partners uit de cultuur-, media- en onderwijssector. Verandering versnelt wanneer je haar deelt. We zoeken partners die niet alleen onze waarden delen, maar ons ook scherp houden.

Concrete acties:

- We werken nadrukkelijk samen met partners die onze inclusieve waarden delen en actief bijdragen aan verbinding.
- In onze onderwijsprojecten zoeken we aansluiting bij scholen met diverse populaties, om brede dialoog tussen jongeren te faciliteren.
- We wisselen actief kennis en good practices uit rondom inclusieve journalistiek en storytelling binnen ons netwerk.

5. Evaluatie verantwoording en doorontwikkeling

Doel:

Onze ambities op het gebied van diversiteit en inclusie levend en toetsbaar houden. Een code op papier is een belofte; betekenis krijgt zij pas door reflectie en bijstelling.

Concrete acties:

- We evalueren onze D&I-praktijk jaarlijks aan de hand van de scorecards, publieksdata en teamreflecties.
- We betrekken hierbij minstens één externe sparringpartner met expertise op het gebied van inclusie.
- We publiceren onze voortgang transparant in ons jaarverslag, inclusief wat (nog) niet is gelukt.

- We zien deze code niet als eindpunt, maar als startpunt. Meerstemmigheid vraagt om voortdurende oefening, ongemak en bereidheid tot bijstelling. Feedback en tegenspraak zijn daarom welkom, ze maken ons werk beter.

13. Fair Practice

Stichting ConnAct onderschrijft de Fair Practice Code. Wij zien een eerlijke, transparante en veilige werkwijze als een absolute randvoorwaarde voor de maatschappelijke impact die wij met onze mediaprojecten nastreven. In de praktijk vertalen wij de kernwaarden van deze code naar de volgende pijlers:

- **Eerlijke beloning (Fair Pay):** Wij werken in wisselende teams samen met professionele zzp'ers en makers uit de audiovisuele, journalistieke en culturele sector. Wij hanteren een eerlijk honorarium dat is gebaseerd op de professionele normen binnen onze sector. De tarieven bieden ruimte voor de zzp'er om zich te verzekeren tegen arbeidsongeschiktheid en pensioen op te bouwen.
- **Investering in de ontwikkelfase:** Omdat onze projecten (zoals Echo's uit het Verleden) diepgaand vooronderzoek vereisen om maatschappelijke thema's zuiver en meerstemmig in beeld te brengen, zorgen wij ervoor dat niet alleen draaidagen op de set, maar ook het veldwerk en de conceptontwikkeling reëel worden begroot en gehonoreerd.
- **Transparantie in auteursrechten:** Wij werken met heldere, eerlijke contracten en vermijden volledige 'buy-outs' wanneer dit makers benadeelt. Er worden duidelijke licentieafspraken gemaakt waarbij de intellectuele eigendomsrechten zoveel mogelijk bij de maker blijven, terwijl de stichting de benodigde rechten verkrijgt om het werk maatschappelijk breed te verspreiden en een bescheiden eigen vermogen op te bouwen. Dit bescheiden eigen vermogen wordt weer geherinvesteerd in de projecten.
- **Sociale veiligheid en zorgvuldigheid:** Onze projecten raken regelmatig aan gevoelige, polariserende of traumatische thema's. Dit vraagt om uiterste zorgvuldigheid richting de mensen die hun verhaal delen, maar ook richting onze teams. Wij hanteren reële productieplanningen om uitputting of structureel onbetaald overwerk te voorkomen. Daarnaast faciliteren wij een veilige werkomgeving, mede door de toegankelijkheid van een onafhankelijke vertrouwenspersoon voor alle betrokkenen.

14. Governance Code Cultuur

Stichting ConnAct hecht groot belang aan verantwoord, onafhankelijk en transparant bestuur. Wij hanteren de Governance Code Cultuur als leidraad voor onze inrichting. Conform het principe ‘pas toe of leg uit’ hebben wij bewust gekozen voor een plat bestuursmodel zonder zware Raad van Toezicht, maar mét een brede Raad van Advies (RvA). Dit model past het beste bij de schaalgrootte en de benodigde slagkracht van onze stichting. Het voorkomt onnodige bureaucratie, terwijl het tegelijkertijd zorgt voor externe reflectie en een stevige verankering in de maatschappij.

Verdeling van bestuur en advies

Het bestuur draagt de integrale eindverantwoordelijkheid voor het beleid, de financiële gezondheid en de dagelijkse leiding van de stichting. Om tunnelvisie te voorkomen en innovatie te stimuleren, laat het bestuur zich voeden en scherp houden door de Raad van Advies. De RvA fungeert als een onafhankelijk klankbord voor de strategische en inhoudelijke koers.

Onze Raad van Advies: een dynamisch expertnetwerk

Stichting ConnAct gelooft in de kracht van een wendbaar netwerk. Om de administratieve lasten minimaal te houden, is onze Raad van Advies bewust ingericht als een flexibele pool van experts in plaats van een formeel overlegorgaan. De leden zijn onafhankelijke professionals uit onder meer de media, journalistiek, cultuursector, financiën en het maatschappelijk veld. Zij dragen geen bestuurlijke of juridische verantwoordelijkheid, maar verbinden hun expertise en netwerk aan onze missie om polarisatie te doorbreken.

Hoe wij werken

- **1-op-1:** Wij geloven niet in zware, verplichte vergaderstructuren of vaste zittingstermijnen. Wij benaderen onze adviseurs veelal op individuele basis voor gerichte brainstorms, netwerkinleidingen of specifieke projectadviezen. Zo zetten we de juiste kennis in op het juiste moment.
- **Volledig onbezoldigd:** De leden van de Raad van Advies zetten zich op vrijwillige basis in voor het algemeen nut en ontvangen geen beloning voor hun werkzaamheden, met uitzondering van een vergoeding voor in redelijkheid gemaakte onkosten.

Strikt integriteitsbeleid

Omdat ons netwerk dynamisch is, hanteren we strikte kaders om (de schijn van) belangenverstrengeling te vermijden. Besluiten waarbij sprake kan zijn van een persoonlijk of commercieel belang van een bestuurslid of adviseur, worden genomen buiten aanwezigheid van die betreffende persoon. Inkoopprocessen en samenwerkingen met eventuele partnerorganisaties verlopen altijd objectief, dienen direct aan te sluiten op onze doelstellingen en zijn in overeenstemming met ons huishoudelijk reglement.

Financiële integriteit

Om de financiële integriteit te waarborgen, hanteren wij strikt het vier ogen principe. Geen enkele financiële transactie of grote verplichting kan door één bestuurslid zelfstandig worden goedgekeurd. Daarnaast wordt de jaarrekening jaarlijks onafhankelijk gecontroleerd door een externe boekhouder of accountant voordat deze wordt vastgesteld en gepubliceerd.

Beloningsbeleid

Het bestuur en de leden van de Raad van Advies voeren hun bestuurlijke en adviserende taken onbezoldigd uit. De beloning van eventuele (toekomstige) uitvoerende directietaken is sober, past binnen de maatschappelijke normen voor goede doelen en staat altijd in proportie tot de omvang van de stichting.

ANBI-verantwoording en openbaarheid

Als maatschappelijke stichting leggen wij proactief verantwoording af aan fondsen, donateurs en het publiek. Omdat we geen formele Raad van Toezicht hebben, compenseren we dit met maximale transparantie. Conform de ANBI-eisen en de Governance Code publiceren wij jaarlijks onze financiële jaarrekening, een inhoudelijk jaarverslag en actuele bestuurlijke informatie overzichtelijk op onze website.

15. Financiële onderbouwing

Begroting 2026-2027

Begroting Stichting ConnAct 2026-2027

Kosten

Organisatiekosten

Administratie- en accountantskosten	6.500
Evulatie	4.000
Kantoorkosten	3.000
Onvoorziene kosten	13.500
Totaal organisatiekosten	<u>27.000</u>

Activiteitenlasten

Documentaire	
Préproductie	50.600
Productiekosten crew	66.550
Productiekosten materieel	13.325
Postproductie	72.550
Overige productiekosten inclusief communicatie	13.500
Totaal kosten documentaire	216.525

Impact en educatie 48.430

Filmvertoningen en dialoogtafels 59.045

Totaal activiteitenkosten 324.000

Totaal kosten 351.000

Dekking/opbrengsten

Uitzendrechten	1.500
Bijdragen samenwerkingspartners	48.500

Subsidies publieke middelen

Gemeente Den Haag, diverse projectsubsidies	80.000
Provincie Zuid Holland	25.000

Private fondsen 196.000

Totaal opbrengsten 351.000

Financieringsbronnen

Stichting ConnAct tracht inkomsten voor de financiering van projecten, secretariaat, onkostenvergoedingen van bestuursleden en vrijwilligers, het inhuren van externe derden en overige kosten voor het verrichten van haar werkzaamheden uit de volgende financieringsbronnen te verwerven:

- Subsidies, vouchers en fiscale voordelen van Europese, Rijks-, provinciale en gemeentelijke overheden;
- Donaties van publieke en private (cultuur-)fondsen, familiestichtingen, vriendenstichting en mecenaat;
- Sponsorgelden en/of bijdragen in natura van bedrijven en particulieren;
- Crowdfunding;
- Giften en legaten;
- In voorkomende gevallen: inkomsten uit ticketverkoop, royalty's, loterijen, publieksacties en overige zaken.

Beheer van vermogen

- De stichting houdt niet meer vermogen aan dan redelijkerwijs nodig is voor het werk van de stichting. Dit met uitzondering van de typen vermogen die specifiek instellingen met een ANBI-status mogen aanhouden.
- Bij opheffing van Stichting ConnAct wordt het vermogen dat overblijft, uitgekeerd aan een door het bestuur aan te wijzen instelling die eenzelfde of soortgelijk doel heeft als de stichting.

Administratie en verantwoording

Stichting ConnAct is voor haar financiële administratie en verantwoording een samenwerking aangegaan met Force Finance. Dit is een collectief van onafhankelijke boekhouders die gespecialiseerd zijn in de creatieve sector.

Force Finance verzorgt de boekhouding van de stichting met professionele boekhoudsoftware, zijnde AFAS. Daarbij verwerken wij zowel de inkoop- als verkoopfacturen, evenals de bankmutaties. Hierdoor heeft het bestuur van de stichting altijd inzicht hebben in de financiële situatie.

Force Finance hecht grote waarde aan een transparante verantwoording. Het bestuur kan op verzoek tussentijdse voortgangsrapportages aanvragen. Na afloop van elk boekjaar ontvangt het bestuur een volledige jaarrekening, waarin de realisatie wordt afgezet tegen de oorspronkelijke begroting en de balanspositie per 31 december wordt weergegeven. Force Finance heeft bij aanvang van haar administratieve taken aangegeven, te hebben geconstateerd dat de stichting een positief banksaldo heeft en vrij is van schulden. Stichting ConnAct is opgericht op 19 februari 2026. Over het eerste boekjaar kan daarom pas medio 2027 een jaarrekening worden overlegd.

16. Organisatie

Contactgegevens

Stichting ConnAct

Postbus 301

2700 AH Zoetermeer

+31 (0) 85 7444 051

info@stichtingconnact.org

stichtingconnact.org

IBAN NL25 RABO 0172393728

RSIN 869157863

KVK 99847744

Bestuur

Martijn Onderstal, voorzitter

Steven Ongenaet, Secretaris

Daan Vos, Penningmeester

Comité van Aanbeveling

Marianne van Praag

Shamier Madhar

Job Cohen

Sanne Quint

Raad van Advies

Hanneke van Gaans,

Alisa Cuuna

Chulah Berkowitz

Operationele organisatie

Danny Akker, impact producent

Aryan Postma, planvorming, coördinatie en fondsenwerving

Anouk van der Stel, productie en organisatieondersteuning