



s
k w a l i t e i t
i m p a c t
e i g e n r e g i e
l e v e n

voorwoord

Wie we zijn

Waar we vandaan komen

Waar we nu staan

Waar we heen gaan

Communicatie

Middelen en beheer

December 2021

Meerjarenbeleidsplan 2022 – 2024

Voorwoord

Binnen je mogelijkheden doen wat je belangrijk en leuk vindt in je dagelijks leven. Hoe normaal klinkt dat? Is dat niet wat iedereen wil? Helaas zijn de mogelijkheden soms (te) beperkt. Dat kan door persoonlijke zaken komen, maar veel wordt ook bepaald door onze omgeving. De eerste periode van de COVID-19 pandemie heeft ons wat dat betreft zowel in positieve als in negatieve zin veel geleerd.

Het was mooi om te zien dat ondanks alle beperkingen er tegelijkertijd in andere opzichten opeens veel *meer* mogelijk was dan normaal. Ongebruikelijke partijen zochten elkaar op om zaken beter en slimmer te organiseren, bijvoorbeeld rond ouderen en tegen eenzaamheid. Samenwerken ging opeens makkelijker en sneller dan we gewend waren. Het hokjes denken -*daar ben ik niet van*- verschoof naar de achtergrond, concrete acties en creativiteit leidden tot betekenisvolle verbindingen zoals bij het applaus voor de zorg en de spontane muzikale aubades op balkons.

Deze mindset van verbinden, doen wat nodig is, is voor velen aantrekkelijk. Helaas verdwijnt deze vrije en creatieve manier van denken en doen ook weer snel zodra het nieuwe er af is en het urgentiegevoel afneemt. We gaan weer terug naar 'het oude normaal'.

AIF wil met haar vrije rol als privaat donatiefonds graag bijdragen aan het mogelijk maken van initiatieven van mensen die - met elkaar - vanuit die creatieve mindset verschil willen maken. Verschil maken opdat iedereen in zijn dagdagelijkse leven regie heeft over de invulling daarvan.

In dit meerjarenbeleidsplan beschrijven we hoe we de komende jaren willen bijdragen aan het versterken van de eigen regie in het dagdagelijkse leven van mensen met (nog g)een chronische aandoening. We nodigen je graag uit om met ons contact op te nemen als je daar op welke manier dan ook onderdeel van wil zijn.

Voorbeelden van eigen regie thema's

Empowerment - gezondheid en gezondheidsgedrag positief kunnen beïnvloeden

Zelfmanagement - een chronische aandoening optimaal in kunnen passen in je leven

De kwaliteit van de interactie en relatie tussen hulpverlener en patiënt

Veerkracht - mentaal gezond te kunnen blijven onder fysiek zware omstandigheden

Wie we zijn

Agis Innovatiefonds (AIF) is (onder de naam Stichting Agis) op 31 december 2007 opgericht, met het doel: "het verrichten van werkzaamheden in het algemeen belang, waar onder meer begrepen het bevorderen van de kwaliteit van de gezondheidszorg."

De naam Agis is geïnspireerd op koning Agis IV van Sparta. Koning Agis stond voor herstel van maatschappelijke waarden in het Sparta van 245 voor Christus. Een man met een sterk gevoel voor rechtvaardigheid, die een oude Spartaanse waarde, gemeenschapszin, in ere heeft hersteld. Zorgzaamheid en aandacht voor elkaar waren daarin belangrijke waarden. Deze maatschappelijke waarden op een actuele manier vormgeven is nog steeds een belangrijke drijfveer voor het AIF.

Zelf de regie over je leven en gezondheid hebben is een groot goed. Maar dat is niet voor iedereen vanzelfsprekend. Zeker niet voor mensen die kwetsbaar zijn of een chronische aandoening hebben. De ambitie van het Agis Innovatiefonds is bij te dragen aan datgene dat mensen helpt om zich gezonder te voelen, onafhankelijker te kunnen zijn en zo het leven te leiden wat bij ze past, zin geeft en betekenis heeft. Dat doet zij door het ondersteunen van innovatieve en onderscheidende initiatieven die als doel hebben de kwaliteit van leven van mensen te verhogen, de eigen regie te versterken of het leven met een aandoening te verlichten. Daarmee wordt de afhankelijkheid van zorgsystemen mogelijk ook kleiner.

Tegenwoordig zijn veel mensen, partijen en organisaties op een bepaalde manier met het verbeteren van onze gezondheid bezig. Een mensgerichte insteek is daarbij belangrijk en vraagt dus om een organisatie, domein en discipline overstijgende

insteek. AIF kan en wil als onafhankelijke private subsidieorganisatie juist die insteek stimuleren en ondersteunen.

Agis Innovatiefonds (AIF) is aangemerkt als een Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI). Zij heeft van oorsprong de opdracht om het eigen vermogen zoveel mogelijk in stand te houden, zodat de continuïteit van het verwezenlijken van het doel gewaarborgd is.

Het AIF wil zoveel mogelijk van haar beschikbare middelen ten goede laten komen aan de initiatieven die we ondersteunen. Direct, door het financieren van de benodigde inzet. Indirect door het toevoegen van kennis en ervaring aan de projecten. Een klein compact en professioneel programmabureau voert de taken van het fonds uit.

Waar we vandaan komen

Het AIF is in 2008 gestart als fonds dat aan projecten van zeer verschillend pluimage subsidiemiddelen toekende. In brede zin ondersteunden we projecten gericht op verbetering van de gezondheidszorg. Er was geen sprake samenhang tussen de initiatieven, de werkwijze was reactief.

In de daaropvolgende fase (vanaf 2015) hechtte de RvB belang aan het aanbrennen van **structuur in de organisatie** en **meer inhoudelijke ondersteuning** van de initiatieven. We gingen werken met thema's waarop aanvragers konden inhaken. Voor de beoordeling van aanvragen werden specifiekere criteria opgesteld en een brede adviescommissie aangesteld. Op deze manier konden we beter onderbouwen waarom we initiatieven (niet) subsidiëren. In samenspraak met het bestuur stelde een adviseur nieuw strategisch beleid op. Ook de missie en visie werden aangescherpt en de eerste stappen naar een actievere rol als fonds werden gezet door meer uit te kijken naar initiatieven die het ondersteunen waard zijn. De zichtbaarheid en toegankelijkheid werd vergroot met onder meer een nieuwe website en een wekelijks spreekuur.

In lijn met wat voorafging hebben we eind 2018 ervoor gekozen om onze inspanningen te intensiveren en uit te breiden, met als doel het **vergroten van de impact** en het **uitbreiden van het aantal projecten**. De voorwaardelijke stap om dit te doen was het versterken en professionaliseren van het programmabureau en de benoeming van een uitvoerend directeur. Krachtenbundeling met andere partijen werd ook als belangrijk gezien en zo ging de directeur op zoek naar een samenwerkingspartner. Dat heeft geleid tot de samenwerking met het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie (SCI) in de oproep 'Chronisch Gezond'.

Samen hebben we mogelijk gemaakt dat verschillende ontwerpers met hun creatieve en mensgerichte insteek een bijdrage van betekenis leverden aan projecten die gericht zijn op het versterken van eigen regie van mensen met (nog g)een chronische aandoening.

In de jaren 2018-2021 heeft het fonds een mooie leercurve doorgemaakt op diverse fronten. We kijken positief terug op de **samenwerking met het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie**. We zijn trots op de resultaten hiervan ondanks ingewikkelheden en onzekerheden die deze publiek-private samenwerking met zich meebracht. Door de samenwerking hebben we onder meer het instrument van de open oproep verkend, netwerken aan elkaar verbonden, van elkaar geleerd in onze werkwijzen en de initiatiefnemers gefaciliteerd in het delen van kennis en kunde.

Uit deze nemen we meerdere zaken mee naar de toekomst, zoals de continuering van de **programmaliijn Chronisch Gezond**. In 2021 besloten we als AIF met deze programmaliijn door te gaan. Dit werd geconcretiseerd met de oproep Latent Talent in mei 2021. Via deze oproep hebben we acht nieuwe betekenisvolle projecten verwelkomd waarmee o.a. ontwerpers met hun co creatieve en mensgerichte aanpak in het gezondheidsdomein aan de slag gaan ter versterking van de zelfregie.

We gaan ook door met een **programmatische oproep aanpak**. Door het organiseren van gerichte inhoudelijke meetups met, voor en door de projecten, kon meer impact worden bereikt. Niet alleen voorafgaand aan de selectie van voorstellen door klankbordgesprekken, maar ook gaandeweg en na afronding van de initiatieven. We organiseerden inspiratiesessies, brachten mensen bij elkaar in werk- en leerbijeenkomsten, en creëerden mogelijkheden om hun initiatieven te laten zien aan anderen door sprekende films of expositie op de Dutch Design Week.

Deze aanpak zetten we door en verfijnden we in de **netwerkprogrammatische** manier van organiseren bij Latent Talent. Dit houdt o.a. in dat we ook ons netwerk inzetten om te komen tot een thema wat er toe doet en wat mensen raakt, ingebed is in de actualiteit. We spraken we met mensen en partijen die hun kennis, ervaring en bovenal energie met ons deelden. Uit deze gesprekken kwamen ook meerdere aanvragen voort. Deze aanpak houden we vast.

Positief zijn we over de ervaringen met ontwerpend onderzoek als onderdeel van de oproep Chronisch Gezond. Dit betekent dat **in co-creatie met eindgebruikers** gewerkt wordt aan **mensgerichte oplossingen** die het dagelijks leven van de eindgebruikers verrijken en hun mogelijkheden doen toenemen. Co-creatie betekent dat vanaf het begin gelijkwaardig wordt samengewerkt met betrokkenen, waarbij alle deelnemers invloed hebben op het proces en het resultaat. De impact van de initiatieven wordt hiermee versterkt. Onze ervaring met deze wijze van co-creatie zorgde voor een aanscherping van onze voorwaarden, waarin het accent meer kwam te liggen op de positie van de eindgebruiker.

AIF bouwt voort op de kennis, ervaring en netwerkcontacten van de afgelopen tijd. In het vervolg van dit meerjarenbeleidsplan leggen we uit hoe we dat doen.

Waar we nu staan

Onze visie

Het is onze opdracht om initiatieven te steunen die impact hebben op (het versterken van) de (zelf- of samen) regie van mensen die te maken hebben met de gevolgen van chronische aandoeningen, zodat zij meer invloed hebben op hun dagelijks leven.

De focusverschuiving van **ziekte en zorg naar gezondheid en gedrag** is volop aan de gang. Steeds dieper dringt het besef door dat veel verschillende aspecten bijdragen aan gezondheid. Niet alleen medische zorg, maar ook voedsel, een gezonde leefomgeving, ontspanning, kunst en cultuur, zingeving etc. Desondanks is er nog veel segmentatie in de organisaties en disciplines die zich met deze onderwerpen bezig houden. Voor echte innovatie is er vaak een overbrugging nodig tussen verschillende domeinen zodat er samenhang ontstaat in het aanbod en de mens centraal komt te staan. **Mensgerichtheid, domein overstijgend** en **integraliteit** zijn daarmee kenmerken van de initiatieven die wij belangrijk vinden. Daar hoort ook bij dat de mensen voor wie een initiatief bedoeld is, direct betrokken zijn en meedoen met het project vanaf de start..

Betrokkenheid bij één van de door ons ondersteunde projecten is voor velen een **betekenisvolle ervaring** en eyeopener. Door de participatie in een project ontwikkelen zij vaak een ander, rijker perspectief op co-creatie, op eigen regie en het hebben van een chronische aandoening. Deze waardevolle ervaring nemen ze mee in hun leven en loopbaan. Een indirect effect met impact.

De organisatie

De AIF organisatie staat den dienste van haar missie. De bedoeling; **de eigen regie van mensen met (nog g)een chronische aandoening te versterken**, staat voorop. Daarin zoeken wij de juiste balans tussen enerzijds onze taakgerichte rol als subsidiegever en anderzijds onze rol om betekenisvolle initiatieven te vinden, ondersteunen en versterken. Altijd redenerend vanuit wat er toe doet en verschil maakt in de levens van mensen.

Wij zijn **omgevingsbewust** en **sensitief**, realiseren ons dat we als kleine speler in een netwerk bevinden met zeer verschillende stakeholders en zijn alert op ontwikkelingen waar we op in kunnen haken. We kiezen voor **situationele samenwerking** met andere partijen, afhankelijk van wat er speelt. De vorm kan geformaliseerd zijn op basis van een overeenkomst of wat lossier en meer adhoc. Samenwerken heeft voor ons meerwaarde als we voor dezelfde doelen gaan, ieders kracht en uniciteit benut, elkaar aanvullen en we van elkaar leren.

Een **open houding** naar onze omgeving vinden wij daarbij randvoorwaardelijk. Wij zijn laagdrempelig, persoonlijk en betrokken. Benaderbaar en toegankelijk, bijvoorbeeld via het wekelijkse spreekuur, altijd bereid om mee te denken. We stellen ons netwerk open waar mogelijk om de impact van een project te vergroten.

Wij opereren met een **compact professioneel programmateam**. De drie teamleden beschikken over een brede kennis en ervaring, opgedaan in diverse rollen en velden van het gezondheidsdomein en innovatie. Daarnaast maken wij gebruik van een deskundige, breed samengestelde **Adviescommissie** voor de beoordeling van aanvragen.

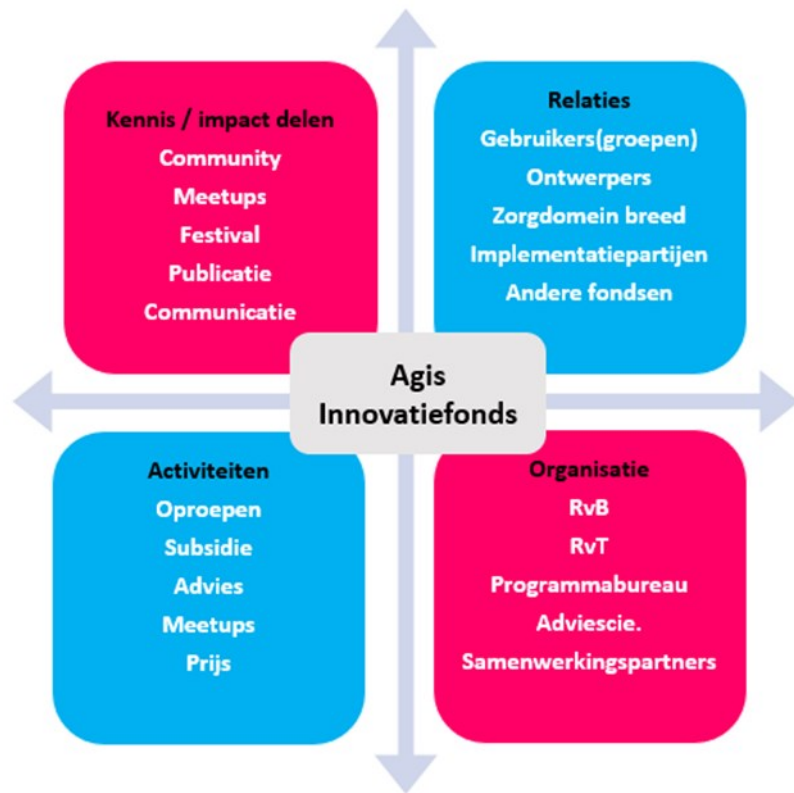
De groei van AIF en de doorontwikkeling van het programmabureau in de afgelopen jaren maakt het wenselijk en mogelijk de Governance structuur te actualise-

ren. Vanaf april 2022 is er sprake van een directeur-bestuurder die belast is met de dagelijkse uitvoering van werkzaamheden voor AIF. Daarnaast is er sprake van een Raad van Toezicht in een controlerende, adviserende, maatschappelijke en werkgeversrol.

Deze middelen en activiteiten zetten we in om onze missie te bereiken:

- **Reguliere oproepen tot het indienen van een voorstel 2x per jaar**
- **Thematische oproep tot het indienen van een voorstel 1x per jaar**
- **Financiële ondersteuning van projecten van €1.5 mln.- tot €2 mln p.j.**
- **Inhoudelijke klankbord-, advies- voortgang- en evaluatiegesprekken**
- **Meetups voor (potentiële) projecten en haar stakeholders**
- **Festivals waar de oogst van projecten publiek wordt gemaakt**

Fi



Figuur 1. Agis Innovatiefonds in een notendop

Waar we heen gaan

De komende jaren staan in het teken van **effectiever**, met meer **kwaliteit en impact** werken aan **duurzamere resultaten** voor onze **eindgebruikers**. De basis ligt er, we gaan verder op de ingeslagen weg van optimaliseren en professionaliseren. Achtereenvolgens worden de verschillende (sub)doelen beschreven alsmede de wijze waarop we dat denken te realiseren.

Op de eerste plaats blijven we natuurlijk werken aan het realiseren van onze missie om de **eigen regie** van mensen met (nog g)een chronische aandoening te versterken. Dit vraagt steeds een optimale vertaling naar ons dagdagelijks werk. Hoe doen we dat het beste? Regelmatig stellen we die vraag en verdiepen we ons hierin. Eén van de manieren is het intensiveren en verdiepen van contacten met de mensen waarvoor we uiteindelijk verschil willen maken.

Doel	1	meer verschil maken voor eindgebruikers
Wijze		<ul style="list-style-type: none">meer en intensievere ontmoetingen en/of samenwerkingen met eindgebruikerselkaar scherp houden en vragen naar het optimaal effect voor de eindgebruikers

Wij steunen graag projecten die laten zien dat het anders kan en daarmee inspirerend zijn. Nog mooier is het als de projecten iets blijvends tot stand brengen. AIF wil – nog meer dan voorheen – faciliteren dat succesvolle, door ons ondersteunde initiatieven in de implementatiefase belanden en vanuit daar een vervolg krijgen. En niet alleen dat, we zien ook graag dat de resultaten breder verspreid en opgeschaald worden in vergelijkbare omgevingen.

We willen meer aandacht voor **implementatie** en **borging**, eigenlijk al bij de start van een initiatief. Daarnaast staan we ervoor open om na de afronding van een project in gesprek te zijn over een vervolg waardoor de waarde ervan vergroot wordt. De voorwaarden daarvoor gaan we ontwikkelen.

Het '**samen impact maken**' is de komende jaren een belangrijk speerpunt. Vanaf de start van ieder initiatief wordt hierop de aandacht gevestigd. We besteden tussentijdse sessies aan dit onderwerp en ook na afloop van een project houden we vinger aan de pols om het duurzaam effect in beeld te krijgen en waar mogelijk te vergroten.

We willen nog beter weten wat (waarom) werkt in de praktijk. **Impactonderzoek** is daarom de komende jaren een belangrijke activiteit. Dat is geen eenmalig gebeuren maar een cyclisch lerend proces wat we samen met de mensen die bij de projecten betrokken zijn zullen doorlopen.

Het is belangrijk om met elkaar te leren over wat werkt en wat niet werkt. Op meerdere niveaus en in verschillende opzichten kunnen we de onderzoeksresultaten benutten om er samen van te leren en dit weer door te geven aan anderen. Daarbij verbinden we de initiatieven van de verschillende oproepen met elkaar waar dat meerwaarde biedt.

Doel 2 een duurzamer impact realiseren

Wijze	aandacht voor implementatie en borging vanaf de start in gesprekken en meetups voorwaarden ontwikkelen voor vervolgondersteuning van projecten succesvolle) projecten ondersteunen bij implementatie en verspreiding dit onderwerp inbrengen bij klankbordgesprekken en kennisdelen bij meetups na afloop van een project (kan ook na half jaar b.v.) impact bevragen bij stakeholders
-------	--

Graag werken wij met **thema's** die onze oproepen uitnodigender, gericht en actueler maken. Wát de actuele relevante en urgente thema's zijn, halen we uit gesprekken met mensen uit onze netwerkomgeving. Concrete thema's, criteria en handvatten geven houvast aan initiatiefnemers. Op die manier vergroten we de kans op het ontvangen van aanvragen die passen bij de missie, visie en waarden van ons fonds.

Een thema geeft meer helderheid naar waar we naar op zoek zijn, maar is, mits goed geformuleerd, open genoeg voor velen om zich aan te kunnen verbinden. Tegelijkertijd hopen we ook het aantal afwijzingen met themagerichte oproepen te verkleinen. Want achter iedere aanvraag zit een betrokken team dat met inzet en toewijding de aanvraag heeft voorbereid. Daarom gaan we de themagerichte aanpak ook inzetten bij onze reguliere aanvraagrondes.

Doel 3 kwalitatief goede aanvragen ontvangen, minder afwijzen

Wijze themagericht werken bij reguliere open rondes

Initiatiefnemers waarderen onze **toegankelijkheid** in het algemeen, maar in het bijzonder waarderen ze de klankbordgesprekken in de conceptfase van een initiatief. We denken graag mee op een voorstel of gedurende de looptijd van het traject waarbij we de verschillende verantwoordelijkheden van aanvrager en fonds goed in het vizier houden. Deze gesprekken leiden tot kwalitatief betere aanvragen en geven ons de mogelijkheid betrouwbaarheid en deskundigheid van aanvragers te toetsen. Deze actieve rol houden we vast en we onderzoeken hoe we deze kunnen uitbreiden al naar gelang behoeften.

Doel 4 aanvragen van betrouwbare partijen ontvangen

Wijze actieve rol in conceptfase, aanvragers leren kennen en toetsen

AIF blijft uitkijken naar **onverwachte, creatieve, out of the box ideeën** en aanvragen. Deze kunnen, als ze voldoen aan de basisvoorwaarden van ons fonds, twee keer per jaar ingediend worden bij de open rondes. Dit gaat buiten Chronisch Gezond oproepen en reguliere (thema) open oproepen om. Daarmee blijven we, net als in voorgaande jaren, ruimte bieden aan initiatieven van bijzondere innovators die een heel eigen weg afleggen waarbij het veel tijd kost voordat hun initiatief op eigen kracht levensvatbaar is. Het fonds heeft de mogelijkheid dit type project vroeg in dit proces te steunen.

Doel 5 ruimte bieden aan het onverwachte mooie, anders dan anders

Wijze los van de oproepen passende aantrekkelijke aanvragen honoreren

Communicatie

Om kwalitatief goede en passende aanvragen te ontvangen is het belangrijk dat AIF genoeg zichtbaar en vooral **vindbaar is voor potentiële aanvragers**. We communiceren de oproepthema's en de (tussen) resultaten van de ondersteunde initiatieven op onze website, via sociale media en in meetups en festivals als ook op door anderen georganiseerde bijeenkomsten. Daarnaast communiceren we de komende jaren de resultaten uit de impactmeting die vanaf 2022 plaatsvindt.

Met gerichte communicatie over de **goede voorbeelden die de kansen en mogelijkheden** laten zien, willen we mensen en organisaties die (systeem) verantwoordelijkheid dragen en ontwerpers, prikkelen, enthousiasmeren en inspireren een vernieuwende rol te spelen in het versterken van eigen regie en kwaliteit van leven voor mensen met een chronische aandoening. Ook langs die weg willen we bijdragen aan het vergroten van de impact van ons fonds.

De communicatiemiddelen die we inzetten zijn: persoonlijk contact, presentaties, een nieuwsbrief, onze site, bijeenkomsten van ons en anderen en social media. De aanpassing van de website en het beeldmerk in 2016 geeft ons een heldere professionele uitstraling, maar kan nog meer omgebogen worden richting onze waarden laagdrempelig persoonlijk en betrokken en kan nog beter ingezet worden om de goede voorbeeldprojecten in het zonnetje te zetten op een manier die onze doelgroepen aanspreekt.

Potentiële initiatiefnemers / aanvragers kunnen zich in verschillende doelgroepen bevinden,; bij de eindgebruikers (organisaties), ontwerpers en partijen uit het brede gezondheidsdomein. De centrale boodschap van AIF moet dus worden gedi- versifieerd naar deze groepen, eventueel via verschillende communicatiekanalen.

Ook het betrekken van implementatie partijen is nodig om hen op de hoogte te brengen van ons bestaan en vooral van de mooie projecten die we ondersteunen. Gesprekken met mensen uit ons netwerk in deze werelden helpen ons de juiste toon, inhoud en medium te vinden om de verschillende groepen te bereiken. Ons netwerk is nog niet sterk in de gebruikerswereld (zie doel 1) en bij implementatie partijen. Hier gaat op geïnvesteerd worden.

Doel 6 **zichtbaar en vindbaar voor potentiële aanvragers** 7 **betrokken mensen inspireren, prikkelen en enthousiasmeren**

Wijze communicatie over thema's, projecten en impactonderzoek uitkomsten, fysiek en online
:gesprekken met de verschillende doelgroepen
uitbreiding van het netwerk met implementatiepartners en gebruikersorganisaties
maatwerk in communicatie strategieën voor de verschillende doelgroepen

Communicatiemiddelen die we inzetten zijn: persoonlijk contact, presentaties, een nieuwsbrief, onze site, bijeenkomsten van ons en anderen en social media. De aanpassing van de website en het beeldmerk in 2016 geeft ons een heldere professionele uitstraling, maar kan nog meer omgebogen worden richting onze waarden: laagdrempelig, persoonlijk en betrokken. Mooie voorbeeldprojecten kunnen ook meer benut worden voor communicatie.

Doel 8 **aantrekkelijk zijn voor onze doelgroepen,** 9 **communicatiemiddelen laten aansluiten bij de AIF waarden**

Wijze aanpassen bestaande communicatiemiddelen

Middelen en beheer

AIF houdt zoveel als mogelijk een basisvermogen van de stichting in stand om aan haar missie te werken. Dit vermogen wordt jaarlijks geïndexeerd voor de continuïteit van de stichting. Indien de opbrengsten van het fonds het niet mogelijk maken om zowel het basisvermogen te indexeren als de beoogde subsidiemiddelen beschikbaar te stellen, maakt AIF een keuze in de verdeling van de middelen hierover.

In dit meerjarenbeleid wordt voor de komende drie jaar uitgegaan van een totaalbedrag aan subsidiemiddelen van €5.500.000,-. Dit is zowel bestemd voor de oproepen van Chronisch Gezond als de open (thematische) oproepen twee keer per jaar. De verdeling van deze middelen over de verschillende rondes wordt bepaald in de actualiteit (per jaar). Voor 2022 wordt een bedrag van €1.500.000,- beschikbaar gesteld. De daaropvolgende jaren €2.000.000,-

Naast dit totaalbedrag voor subsidiemiddelen is er een (flankerend) budget gereserveerd voor ondersteuning en versterking van lopende initiatieven in de portefeuille. De bedoeling is om daarmee de duurzame impact hiervan te vergroten. Het betreft een bedrag van €175.000,- gedurende de looptijd van dit beleidsplan.

Deze middelen worden ingezet voor:

- **Activiteiten in het leernetwerk**
- **Individuele ondersteuning/begeleiding**
- **Festivals**
- **Communicatie- en presentatie activiteiten**
- **Organisatie Bert Huiskamp Innovatieprijs**