

# PublicSpaces Jaarplan 2022

## Inhoudsopgave

<b>Inleiding</b> .....	<b>3</b>
<b>Visie en missie</b> .....	<b>3</b>
<i>Visie</i> .....	3
<i>Missie</i> .....	4
<i>Strategie</i> .....	4
<i>Positionering</i> .....	4
<b>De organisatie</b> .....	<b>4</b>
<i>Rechtsvorm en governance</i> .....	4
<i>Uitbreiding interne organisatie</i> .....	5
<b>Activiteiten</b> .....	<b>6</b>
<i>Geagendeerde en gefinancierde projecten</i> .....	6
De digitale speelkeuken .....	6
De badge.....	6
De kennisbank.....	7
PubHubs .....	7
Librecast.....	7
Proof of Provenance.....	7
De PublicSpaces Conferentie .....	7
SDEPS .....	8
Public Affairs .....	8
<i>Projecten in de pijplijn</i> .....	8
<b>Communicatie</b> .....	<b>9</b>
<i>De missie:</i> .....	9
<i>Het doel</i> .....	9
<i>De boodschap</i> .....	9
<i>De middelen</i> .....	10
Conferentie .....	10
De site: <a href="https://publicspaces.net">https://publicspaces.net</a> (1250 m.u.v.).....	10
Sociale media .....	10
Events en platforms/media van derden.....	10
Overige middelen.....	10
<b>Financiën</b> .....	<b>11</b>
Partnerbijdragen .....	11
Ministeries BZK & OCW.....	11
Overige inkomsten.....	11

## Inleiding

In november 2021 werd PublicSpaces benaderd door ClickNL, de kennisorganisatie voor de creatieve industrie. ClickNL heeft het initiatief genomen om de ontwikkeling van content voor 'immersieve technologieën', zoals vormen van augmented en virtual reality, te ontwikkelen. Maar, zei de contactpersoon, als we zo'n programma opzetten, willen we vanaf het begin garanderen dat publieke waarden worden meegenomen in elk projectplan dat in dit kader wordt opgezet'. En of PublicSpaces daarin niet de kar wilde trekken.

Deze kleine anekdote is kenmerkend voor het jaar 2021 en belooft veel goeds voor 2022. Waar PublicSpaces tot nog toe vooral zelf aan de bel moest trekken om publieke organisaties warm te laten lopen voor de bescherming van publieke waarden in het digitale domein, wisten in 2021 deze organisaties steeds beter ook zelf PublicSpaces te vinden – als netwerk van instellingen die dezelfde waarden voorstaan, als kennisorganisatie voor de uitvoering van deze waarden, en als coalitie om gezamenlijk dingen gedaan te krijgen.

Dat komt tot uiting in een veelheid aan projecten die het komend jaar om aandacht vragen; maar ook in de uitbreiding en verdieping van het netwerk en onze externe communicatie. De aansluiting van nieuwe coalitiepartijen, die ook financiële bijdragen leveren, betekent dat we iets ruimer in onze financiële jas komen te zitten. Daarnaast hebben we in 2021 enkele succesvolle aanvragen kunnen doen voor de financiering van projecten. In november kregen we bovendien bericht dat we een subsidie mogen ontvangen van de ministeries van BZK en OCW voor onder meer de organisatie van een nieuwe editie van onze conferentie, de opbouw van een digitale kennisbank, en de professionalisering van de organisatie.

De uitbreiding van de activiteiten, de ruimere financiering én de opdracht vanuit de ministeries betekenen dat we niet meer kunnen volstaan met de aanstelling van één enkele programmamanager. De organisatie zal worden uitgebreid, en onze rechtsvorm moet worden aangepast. Daarover meer later in dit jaarplan.

In grote lijnen kunnen onze activiteiten in drie categorieën worden ondergebracht:

- De implementatie van publieke waarden – tools voor de transitie.
- De bewustwording en de communicatie.
- De uitbreiding en verdieping van het netwerk.

Deze categorieën vindt u hieronder terug.

## Visie en missie

### Visie

Het online domein is een onlosmakelijk onderdeel geworden van onze samenleving. Veel interacties tussen burgers, bedrijven, en overheid vinden online plaats. Voor het functioneren van een democratische samenleving is het van belang dat er voldoende instrumenten voor deze interacties beschikbaar zijn die gebaseerd zijn op publieke waarden. Publieke organisaties kunnen door hun grote bereik het voortouw nemen in het streven om zulke, meer ethische instrumenten bij een breed publiek bekend te maken en zo het publieke veld in het online domein te helpen versterken.

## Missie

In 2026 maakt elke publieke organisatie gebruik van digitale instrumenten die zijn ingericht in overeenstemming met de waarden van PublicSpaces.

## Strategie

Om de missie van PublicSpaces te realiseren wordt langs drie lijnen gewerkt:

1. We helpen organisaties om hun digitale omgevingen in te richten volgens de publieke waarden van het PublicSpaces manifest.
2. We vergroten het bewustzijn rondom de problemen die samenhangen met de huidige inrichting van onze digitale samenleving.
3. We smeden allianties in Nederland en Europa om onze schaal en daarmee onze effectiviteit te vergroten.

Onze primaire doelgroep bij de uitvoering van deze strategie zijn de beslissers over digitale investeringen bij publiek gefinancierde organisaties: directies, afdelingshoofden, teamleiders, de CTO's of CDO's, die budget te besteden hebben voor de aanschaf van digitale middelen.

## Positionering

PublicSpaces onderscheidt zich van andere partijen als Bits of Freedom, DEN en SIDN door:

- de focus op publieke organisaties in plaats van op eindgebruikers;
- de focus op publieke waarden in het digitale domein - de coalitie is primair waardegedreven;
- de praktische vertaling van deze waarden bij de partners en alle andere geïnteresseerde partijen;
- het feit dat het initiatief uit het maatschappelijk middenveld van publieke partijen afkomstig is - PublicSpaces ontstond in de boezem van de publieke omroepen en verbreidde zich snel daarna naar andere partijen, allereerst in de culturele- en erfgoedsector;
- de unieke combinatie van academische betrokkenheid en praktische toepassing van wetenschappelijke inzichten - in de Raad van Advies zitten prominente wetenschappers als José van Dijck, Bart Jacobs, William Urricchio en Ethan Zuckerman; in diverse projecten nemen wetenschappers deel; PublicSpaces heeft zitting in de kerngroep van de AI-Hub Midden-Nederland en het Elsalab rond media en cultuur;
- het enorme bereik dat de coalitie in Nederland heeft; dankzij haar partners bereikt PublicSpaces praktisch de complete Nederlandse bevolking;
- de cross-sectorale werking van de coalitie; gestart vanuit media en cultuur, zien wij nu partijen uit het onderwijsveld, de zorg en overheid aansluiten.

## De organisatie

### Rechtsvorm en governance

In de eerste jaren van zijn bestaan kon PublicSpaces volstaan met een simpele rechtsvorm: alle activiteiten vielen onder een stichting, die werd geleid door een bestuur dat gerekruteerd was uit vrijwilligers uit de deelnemende organisaties. Deze startup-mentaliteit volstond: het zorgde dat PublicSpaces slagvaardig kon zijn en kon focussen op het inhoudelijke werk.

Nu de geldstromen groter worden en het netwerk groeit, wordt het urgenter om de organisatie te professionaliseren. Er is op dit moment nog geen formeel onafhankelijk toezicht op het bestuur. Evenmin zijn er formele procedures voor het lidmaatschap van PublicSpaces of is er iets geregeld voor wat betreft de zeggenschap van de deelnemende organisaties.

Dat begint steeds meer te schuren. PublicSpaces maakt zich kwetsbaar voor verwijten dat het in de eigen organisatie onvoldoende de publieke waarden realiseert waarvoor het zich hard maakt. Bovendien vragen coalitiepartijen om meer zeggenschap over strategie en besluitvorming.

Daarom heeft het bestuur van PublicSpaces in het najaar van 2021 besloten om een traject voor professionalisering te starten. Dat heeft drie aspecten: het gaat om rechtsvorm, het gaat om de beste bijpassende bestuurlijke structuur, en het gaat om de optimale interne organisatie. In deze drietrapsraket is de rechtsvorm leidend; bestuur en organogram worden daarvan afgeleid.

We hebben drie criteria vastgesteld waarlangs we potentiële rechtsvormen beoordelen:

1. De rechtsvorm moet een grote mate van bescherming van de kernwaarden van PublicSpaces garanderen; het moet niet eenvoudig zijn om deze kernwaarden aan te passen;
2. De rechtsvorm moet een vorm van representatie van de stakeholders (in eerste instantie de coalitiepartijen, later wellicht ook het bredere publiek) mogelijk maken;
3. De rechtsvorm moet niet bureaucratisch worden of leiden tot politieke strijd; slagvaardig en effectief handelen moet mogelijk blijven.

Er zijn gesprekken gestart met externe experts en de bestaande stakeholders om de mogelijkheden te inventariseren en een keuze voor te bereiden. In de eerste maanden van 2022 verwacht het bestuur een keuze te kunnen maken. Deze keuze wordt vervolgens voorgelegd aan alle stakeholders. Bij voldoende steun zal deze ten slotte worden vastgelegd in de statuten, waardoor aan het eind van 2022 de nieuwe vorm geïmplementeerd zal moeten zijn.

Afhankelijk van de gekozen rechtsvorm moet misschien ook de bestuursvorm aangepast worden. In ieder geval zal er sprake moeten zijn van de instelling van onafhankelijk toezicht op besluitvorming en de financiële stromen binnen PublicSpaces.

### Uitbreiding interne organisatie

Ten slotte voorzien wij in 2022 de aanname van een aantal nieuwe medewerkers; we denken dat het aantal FTE zal groeien van 0,8 nu naar ongeveer 2,5 aan het eind van 2022. Deze drie FTE's zullen worden bezet door circa zes personen. Dat maakt het nodig dat we

- Een vorm van werkgeverschap introduceren; het heeft de voorkeur om het huidige model (detachering vanuit het Instituut voor Beeld en Geluid) voort te zetten;
- Een organogram opstellen waarin we taken en verantwoordelijkheden vastleggen.
- Functiebeschrijvingen en profielschetsen maken.

De verwachte rollen zijn:

- Een programmamanager (0,8 fte). Coördineert alle activiteiten. Voert de strategie uit zoals vastgesteld door het bestuur. Stuurt alle overige medewerkers aan.
- Een communicatiemedewerker (0,5 fte). Verantwoordelijk voor interne en externe communicatie. Voert communicatiestrategie uit. Onderhoudt blog, website en sociale media. Schrijft nieuwsbrieven.
- Een CTO (0,5 fte). Overziet het technische veld en organiseert netwerk met 'eigen' technici, de OS-gemeenschap en andere technische partners. Architect van de 'eigen' software-producten van PublicSpaces (badges, kennisbank, spoelkeuken). Verantwoordelijk voor doorontwikkeling van deze technologie.
- Een 'spoelkeuken'-specialist (0,5 fte). Helpt organisaties de Spoelkeuken-methodiek uit te voeren. Verbeterd deze methodiek en zorgt voor afdoende documentatie. Werkt nauw samen met CTO en programmamanager.
- Een medewerker financiën (0,1 fte): stroomlijnt financiële verkeer, houdt boekhouding bij en monitort de realisatie.

## Activiteiten

Wij verwachten in 2022 activiteiten te ontplooiën langs drie lijnen:

- We voeren projecten uit, samen met deelcoalities en externe partijen, die concreet helpen om digitale functionaliteit conform publieke waarden te realiseren;
- We werken aan bewustwording bij de doelgroep en het algemene publiek;
- We verbreden het netwerk en verdiepen onze relatie met de coalitiepartijen.

Bij de keuze van onze activiteiten laten we ons leiden door een evaluatie van deze drie lijnen. Naarmate de activiteiten op meer lijnen 'scoren', zullen we deze hoger prioriteren. Op het moment van schrijven voorzien wij in 2022 middelen en tijd te besteden aan de volgende projecten.

## Geagendeerde en gefinancierde projecten

### De digitale spoelkeuken

Dit is een methode die door PublicSpaces is ontwikkeld en binnen elke organisatie toegepast kan worden. Zij dient om een score vast te stellen in hoeverre de organisatie volgens de waarden van het manifest van PublicSpaces opereert. De betreffende organisatie laat een vragenlijst los op elk digitaal instrument dat ze gebruikt en waarmee het publiek (direct of indirect) een relatie heeft. De beantwoording van de vragen levert een score op (0-100, waarbij 100 maximale conformiteit is) voor het instrument. PublicSpaces ontwikkelt dit instrument door en helpt organisaties met de uitvoering hiervan.

### De badge

Wie de Spoelkeuken heeft doorlopen, maakt aanspraak op een badge. Dit fungeert als een keurmerk dat organisaties op hun website of in hun app kunnen voeren, op voorwaarde dat ze zich bij PublicSpaces hebben aangesloten en de Spoelkeuken hebben doorlopen. In 2022 moet er een technische doorontwikkeling van de badge plaatsvinden die het mogelijk maakt om de presentatie van de badge scriptmatig te koppelen aan de uitvoering van de Spoelkeuken.

## De kennisbank

Onderdeel van de Spoelkeuken-methodiek is het documenteren, opslaan en publiceren van de scores van de digitale instrumenten, en het tonen van een roadmap voor de verbetering van de score van de organisatie als geheel. Deze publicaties worden geaggregeerd in een gemeenschappelijke kennisbank onder beheer van PublicSpaces. Doel is om tot een benchmark te komen en kennis uit te wisselen, zodat organisaties niet zelf elke keer opnieuw een score hoeven te bepalen. Daarnaast verwachten we dat de kennisbank de markt voor digitale applicaties, zowel aan de vraag- als aanbodkant, transparanter zal maken. Ten slotte kunnen gaten in het aanbod gemakkelijker geïdentificeerd worden waardoor organisaties samenwerking kunnen zoeken om deze gaten te dichten. In 2022 wordt de technische basis gelegd voor deze kennisbank en vindt realisatie plaats.

## PubHubs

Een samenwerkingsverband tussen de hoogleraren Bart Jacobs en José van Dijck (beiden lid van de Adviesraad van PublicSpaces) en PublicSpaces om de inrichting van alternatieve sociale media te onderzoeken. Jacobs en Van Dijck zetten daartoe een deel van het prijzengeld in dat ze hebben verdiend met de toekenning van respectievelijk de Stevin- en Spinozapremies in september 2021. De rol van PublicSpaces in dit onderzoek is tweeledig. In 2022 zal het zich voornamelijk concentreren op het verzamelen van requirements bij de leden van PublicSpaces en het helpen formuleren van de meest urgente onderzoeksvragen. In een latere fase stelt PublicSpaces zijn toegang tot content en publiek ter beschikking om pilots en tests te kunnen uitvoeren met PubHubs.

## Librecast

Dit is een door de European Cultural Foundation ondersteund project dat tot doel heeft om een Europees netwerk van 'best practices' rond de distributie en promotie van content in te richten. Daarbij gelden publieke waarden vanzelfsprekend als uitgangspunt. We verwachten dit project in maart 2023 te beëindigen met substantiële toevoegingen aan de PublicSpaces kennisbank in de vorm van verhalen over de ervaringen van 14 Europese publieke (media-)organisaties die, met hulp van PublicSpaces, hebben geëxperimenteerd met eerlijker en opener platforms en tools.

## Proof of Provenance

Een consortium waarin PublicSpaces deelneemt dat onderzoekt op welke wijze de distributie van content wordt geborgd zodat manipulatie van deze content in de distributieketen wordt tegengegaan. Andere deelnemers in dit consortium zijn NPO, de Radboud Universiteit, Beeld en Geluid, Koninklijke Bibliotheek, Waag en de VPRO. Het project wordt gefinancierd door het Innovatiefonds van het ministerie van Binnenlandse Zaken. Bedoeling is om te komen tot uitgifte van certificaten die onverbrekelijk zijn verbonden met content; manipulatie van de content leidt tot de ongeldigverklaring van het certificaat. Het project loopt tot aan het voorjaar van 2023.

## De PublicSpaces Conferentie

Na het succes van de eerste editie van deze conferentie in maart 2021, staat in mei 2022 de tweede editie gepland. Financiering is gerealiseerd via het ministerie van Binnenlandse Zaken. Het programma staat nog niet vast op moment van schrijven; maar de inhoudelijke

lijn wordt bepaald door input op te halen van de coalitiepartners en de betrokken departementen bij de Rijksoverheid.

## SDEPS

PublicSpaces maakt deel uit van een Europees samenwerkingsverband, getiteld SDEPS. Binnen dit verband vinden vooral netwerkgesprekken plaats met partners uit diverse Europese landen. Een groep binnen SDEPS houdt zich bezig met het opzetten van een lobby om het beleid in Brussel te beïnvloeden; en een andere groep, met meer directe betrokkenheid van PublicSpaces, opereert op het niveau van het onderzoek naar en implementatie van praktische implementaties. Veel van de projecten die hierboven worden genoemd, krijgen zo een bredere verspreiding in Europees verband.

## Public Affairs

Het wezen van PublicSpaces is onze betrokkenheid op het publieke domein en organisaties die daarbinnen opereren. Dat maakt het belangrijk om goed en intensief contact te onderhouden met andere organisaties die in dit domein actief zijn, politici en beleidsmakers; zowel in Den Haag als in Brussel. We verkennen en onderhouden daarom het netwerk van ambtenaren en politici in Den Haag en Brussel. We blijven actief in het Europese netwerk SDEPS en andere netwerken die van belang kunnen worden. En we werken bovendien aan uitbreiding, verdieping en versteviging van het binnenlandse netwerk. Primaire kandidaat voor uitbreiding is de zorgsector, waar we nu nog relatief slecht zijn vertegenwoordigd.

## Projecten in de pijplijn

Naast bovengenoemde activiteiten, waarvan financiering zeker dan wel bijna zeker is, is er een aantal projecten met een veel meer onzekere status. Wij zullen hier alleen actief in worden als er passende, aanvullende financiering wordt gevonden. Een opsomming van wat op dit moment bekend is:

- **Open Cultuur Data:** PublicSpaces is penvoerder van een consortium met een tiental partijen die gezamenlijk een aanvraag hebben ingediend in het kader van de regeling Innovatielabs Digitalisering van het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. De aanvraag betreft het inrichten van een gemeenschappelijk systeem voor metadata rond culturele evenementen met het doel om tot een publieke cultuuragenda te komen, een standaard systeem voor archivering van culturele evenementen, en een gemeenschappelijk platform voor het uitspelen van registraties. De uitslag van deze aanvraag wordt in februari 2022 verwacht. Bij een negatief resultaat zullen wij met het consortium in overleg gaan om te zien of de doelen op andere wijze gerealiseerd kunnen worden.
- **Metaverse:** In de inleiding van dit jaarplan werd het al even genoemd; het voorstel van ClickNL dat PublicSpaces de lead heeft in het opzetten van juridische en ethische criteria voor projecten die voortborduren op vormen van Mixed Reality. De urgentie hiertoe lijkt het afgelopen jaar wat groter geworden na de aankondiging van Mark Zuckerberg dat hij met Facebook een leidende rol wil spelen in de ontwikkeling van het zogeheten Metaverse.
- **Digitaal Burgerschap:** Een bewustwordingstraject dat wordt geleid door de Openbare Bibliotheken om burgers meer bewust te maken van mogelijkheden en risico's van hun digitale leven. De bibliotheken gebruiken hierin instrumenten die niet altijd

conform publieke waarden zijn ingericht, en zijn van plan om de Spoelkeuken hierin een plaats te geven.

- **Tech for Democracy:** Een project van de Deense overheid om publieke waarden bij digitale media in diverse Aziatische, Zuid-Amerikaanse en Afrikaanse landen meer voor het voetlicht te krijgen. De Deense overheid ziet voor PublicSpaces een rol om die waarden te helpen vertalen naar deze landen, en mogelijk trainingen op te zetten die mediamakers helpen bij deze vertalingen. Voor ons is het belangrijk om een eerste contact te hebben in de Scandinavische wereld, en tegelijk om te (laten) onderzoeken in hoeverre onze publieke waarden zich laten vertalen naar hele andere culturele contexten.
- **AI:** Ten slotte praat PublicSpaces mee in twee initiatieven waarin de ethische aspecten van AI centraal staan. De Elsalabs zijn bedoeld om wetenschappelijk onderzoek naar deze ethische en juridische aspecten te faciliteren. PublicSpaces is gesprekspartner in een consortium dat nu deze Elsalabs probeert op te zetten. En daarnaast praten we mee in de AI Hub Midden Nederland, waarin verbindingen worden gelegd tussen wetenschap, overheid, MKB voor de implementatie van AI-toepassingen. Binnen deze Hub ligt de focus op media en de creatieve industrie.

## Communicatie

Het primaire doel van de communicatiestrategie is om PublicSpaces en zijn missie bij de doelgroep zichtbaar te maken en hen te activeren om actie te ondernemen.

### De missie:

In 2026 zijn alle privacy officers, CTO's en ICT inkopers van publieke organisaties in Nederland op de hoogte van alternatieve digitale instrumenten gebaseerd op publieke waarden en zijn ze goedgeïnformeerd in staat om te kiezen voor dit alternatief.

### Het doel

Van hoog naar laag hebben we aantal levels van betrokkenheid bij PublicSpaces:

- Actief partnerschap, zoals bijvoorbeeld Instituut voor Beeld en Geluid, Waag, VPRO, Pakhuis de Zwijger
- Netwerkpartners, zoals NPO, SDEPS, SURF
- Sponsors, zoals Greenhost en The Good Cloud
- Passief partnerschap: partners zonder actieve betrokkenheid
- Bekend met PS en actief waarden implementeren
- Bekend met PS en niet actief bezig met waarden, maar ze hebben wel de intentie
- Bekend met PS, maar het interesseert ze niks, geen plan tot actie.
- Onbekend met PS

Het doel van het communicatieplan is zoveel mogelijk partijen naar niveau 1 te krijgen en te houden. Per sector of doelgroep gaan we bepalen in welk level of engagement ze zitten in bovenstaande 'conversiepiramide'. Elke sector vraagt een gerichte aanpak, met een tijdsplan en specifieke doelstellingen per tijdvak.

### De boodschap

De primaire doelgroep is gedefinieerd als hierboven. De kernboodschap die wij uitdragen, is dat wij partijen helpen antwoorden te vinden op deze vragen:

- wat is het probleem?



- welke drijfveren heeft mijn organisatie?
- welke routes kiezen we?
- welke obstakels komen we tegen, en hoe overwinnen we die?
- wat zijn de CTO's aan het zoeken?

## De middelen

### Conferentie

We houden jaarlijks een conferentie in het voorjaar (1.200 unique visitors), de eerste versie was twee dagen, zowel gericht op de professionals in Nederland als ook politiek en professionals in Europa. Het is een ontmoetingsplek voor meerdere doelgroepen en ook een plek waar onze netwerkpartners en sponsors zich kunnen profileren. De redactie wordt gedaan door een onafhankelijk programmteam. De eerste versie was in samenwerking met Waag en Pakhuis de Zwijger en een aantal freelancers, die dichtbij het PublicSpaces team staan. Ook kan het de plek zijn om van passieve partners of twijfelende organisaties actieve partners te maken.

De site: <https://publicspaces.net> (1250 m.u.v.)

- De kennisbank
- De badge
- Wekelijkse blogpost
- Nieuwsbrief (eens in de zes weken) (472 subscriptions)
- 4 nieuwsbrieven per jaar partners (intern)
- 2 partnerbijeenkomsten per jaar

### Sociale media

- LinkedIn
- Twitter
- Instagram

### Events en platforms/media van derden

The Hmm ON, DEN Digital Transformation Conference, Tetem 'The Digital Society', NGI, STRP Biënnale, Dutch Media Week, Cross Media Café, Emerce, The Next Web, Impakt, Pakhuis de Zwijger technologie podcast, BNR De Technoloog, Museumvereniging, Zorgkoepels, VNG, etc.

### Overige middelen

Ten slotte zetten we een hele reeks aan andere middelen in, en gebruiken we het bereik van onze partners om bewustwording bij het brede publiek te vergroten:

- Matrix: #publicspaces:matrix.org (128) and PublicSpacesInt:matrix.org (142)
- Slack: PublicSpaces Slack (85).
- Via weekly SDEPS meet-ups: The Shared Digital European Public Spaces coalition <https://sdeps.eu/> (members include Open Future, Waag and NESTA) and The Project for Democratic Union.
- Via Slack kanalen van derden: CodeForNL(4.441), MozFest (3540), Hackers and Designers(289)
- Via bestuurlijke platforms: <https://ibestuur.nl/> en <https://www.digitaleoverheid.nl/>

- Via onze Bestuursleden of Raad van Advies: <https://publicspaces.net/the-coalition/>
- Via onze netwerkpartners: inzet van ons (extended) netwerk.
- Via campagnes op radio, tv, internet, pers
- Via Influencers/ambassadeurs: Erwin Blom, Reinder Rustema, José van Dijck, Ethan Zuckerman, etc.

## Financiën

In 2022 heeft Stichting PublicSpaces een stabiele financiële basis om te gaan groeien in haar activiteiten. Maar dat is ook nodig. De ambities zijn groot en de urgentie eveneens. 2022 zal het jaar zijn dat PublicSpaces gaat professionaliseren en het personeelsbestand kan uitbreiden in het aantal fte. We zullen ook ondersteuning zoeken voor de uitvoering van de financiële zaken. We zetten hiervoor een plan op met het financieel controllers-team van Beeld en Geluid. Beeld en Geluid heeft zich bovendien bereid getoond om de werkgeversrol voor het personeelsbestand van PublicSpaces te blijven uitvoeren, wat enorm scheelt in de administratieve lastendruk.

### Partnerbijdragen

In 2021 is het aantal partners flink gegroeid, met name na de conferentie. We zijn van 25 partners, begin 2021, gegroeid naar een coalitie van ongeveer 40 partners. De jaarlijkse bijdragen van deze verzameling organisaties genereren een vrij stabiele en stevige stroom van inkomsten (in 2021 was dit €63.277 excl. btw en we verwachten dit ook voor 2022).

### Ministeries BZK & OCW

Daarnaast hebben we in november 2021 de toezegging gekregen van de Ministeries van BZK (€165K excl. btw) en OCW (€95K excl. btw) om weer een conferentie te organiseren, de programmamanager en een communicatiemedewerker te betalen, onze activiteiten van de spelkeuken, knowledge base en de badge voort te zetten en door te ontwikkelen en te professionaliseren. Wel moeten we in 2022 het gesprek aan met beide Ministeries of zij verwachten dat deze bijdrages ook zullen worden herhaald of dat dit een eenmalige bijdrage was.

### Overige inkomsten

Verder hebben we voor een aantal projecten financiële middelen ontvangen van andere partijen:

- Voor de realisatie van het Librecast project ontvangen we voor de periode september 2021-maart 2023 (18 maanden) €40K van de European Cultural Foundation.
- Voor onze coördinerende rol in het Proof of Provenance project hebben we €25.000 ontvangen. Gefinancierd door Innovatiefonds BZK. Loopt tot eind 2022.

In aanvraag:

- Open Cultuur Data (Innovatielabs regeling €299.800 aangevraagd waarvan 58.800 voor PublicSpaces, bekend eind jan '22)
- Spelkeuken Specialisten SIDN (200K jan '22)
- Metaverse project
- Tech for Democracy

- Digitaal Burgerschap
- AI
- PubHubs