



Achtergrond en opzet programma Digitale Daadkracht

Het Digitale Daadkracht programma neemt haar inspiratie van het Let's Get Real (LGR) programma van The Audience Agency (voorheen Culture24) in de UK. De afgelopen tien jaar hebben zij mensen verzameld van jaarlijks 15-45 culturele organisaties om samen digitale uitdagingen aan te pakken in een gezamenlijk jaarlijks project. LGR organiseert verschillende workshops over meerdere maanden, waarbij de groep tussen de workshops door werkt aan zelfgestuurd leren en experimenteren, ondersteund door coaches. De LGR-aanpak is altijd afgestemd op de behoeften en contexten van de groep en neemt een gebruikersgerichte ontwerpaanpak die wordt gekenmerkt door:

- Leren van anderen – LGR brengt een pluriformiteit aan stemmen en perspectieven van binnen en buiten de culturele sector samen, om te informeren, ondersteunen, begeleiden en reflecteren op de uitdagingen van digitale projecten in de culturele sector.
- Leren door te doen – LGR ondersteunt deelnemers bij het uitproberen van nieuwe manieren van werken binnen de context van hun dagelijkse activiteiten.
- Samen leren – LGR creëert een gemeenschap van collega's met een gedeeld doel. Het programma bevordert Samenwerking en uitwisseling, waarbij de schat aan individuele ervaringen, expertise en kennis van mensen wordt ingezet met waardevol gedeeld begrip in de groep als uitgangspunt.

Reikwijdte van het programma

Sinds 2010 heeft het LGR-programma een aanzienlijk aantal mensen en organisaties geholpen.

- 670+ organisaties
- 1.130+ projectdeelnemers
- 13 jaar ervaring in de organisatie van het leerprogramma
- 10 actieonderzoekprojecten
- 9 conferenties/seminars
- 7 rapporten
- 35.000+ downloads

Eerdere LGR-projecten

Tot nu toe zijn er 12 LGR-projecten geweest, elk met een andere vraag rond digitale transformatie voor cultuur- en erfgoedorganisaties. [Rapporten van voorgaande edities van LGR zijn hier te downloaden.](#)