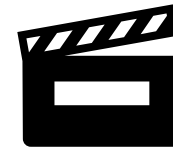
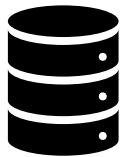


Diversiteit en inclusie en Whize

data maken het verschil



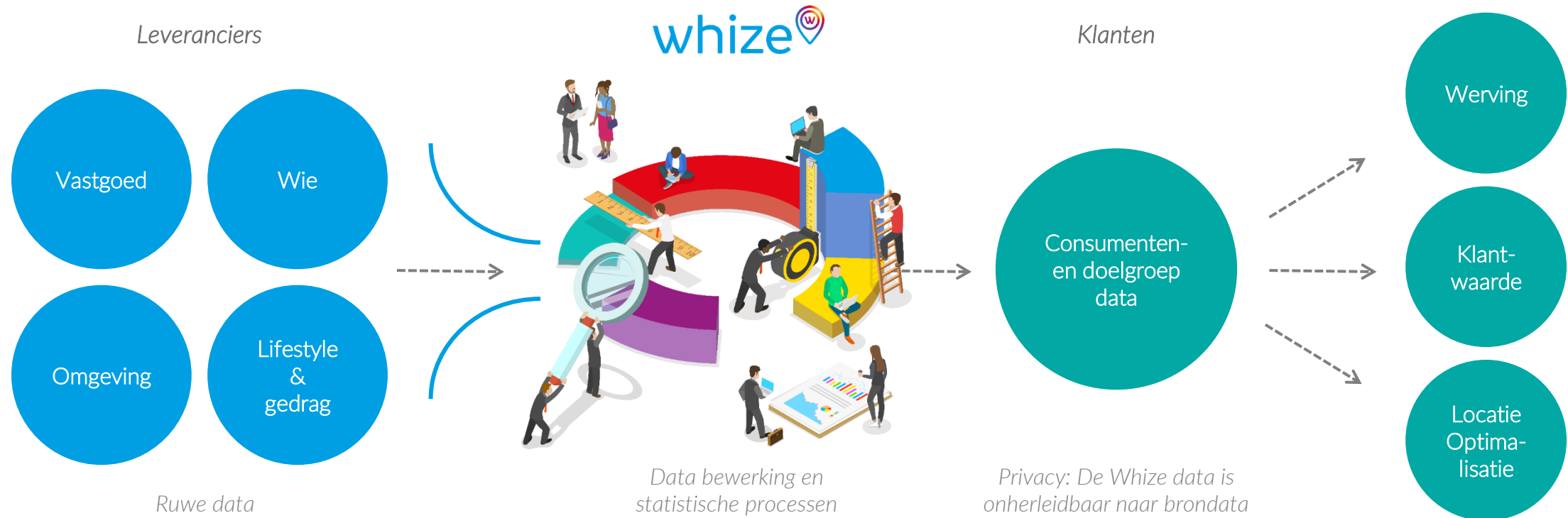
Onderwerpen

- Voorstellen
- Introductie Whize
- Wat vertelt Whize mij over diversiteit en inclusie?
- Cases uit de cultuursector:
 - Cultuursector Tilburg
 - Centraal Museum Utrecht
 - Chassé Theater en Film Breda
 - SPOT Groningen
- Eerste stappen
- Aanbieding

EMC Cultuuronderzoeken

- Eigenaar: Willem Wijgers
- M: 06-26968445 / E: willem@cultuuronderzoeken.nl
- Segmentatie, publieksonderzoek en data-analyse
- Samenwerking met Whooz BV. -> Mosaic -> Whize
- Data als basis voor marketing en programmering

Totstandkoming van Whize: Bronnen en processen



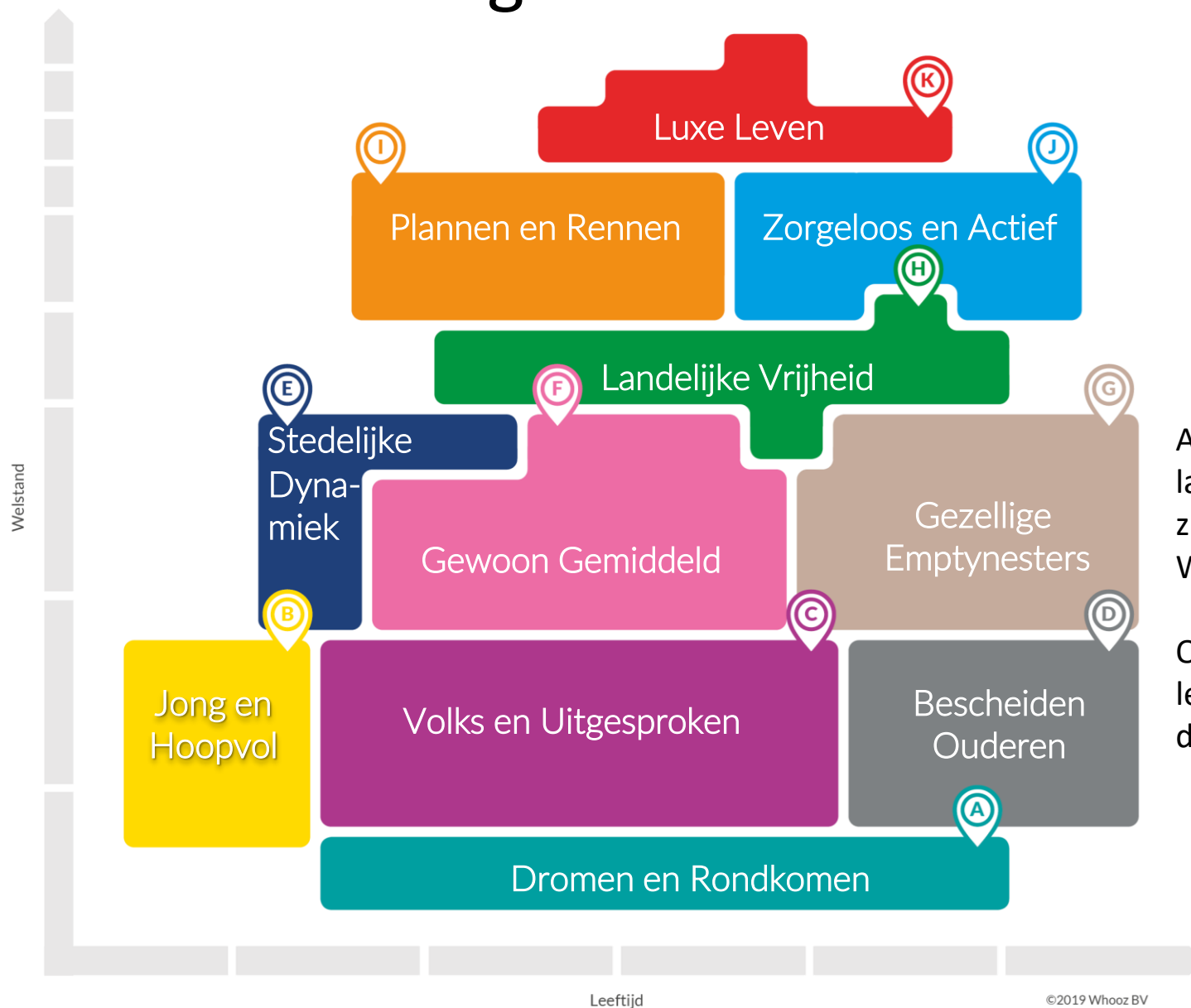
Privacy bij gebruik van Whooz data



BarentsKrans



Nederland volgens whize



Alle 8,1 miljoen Nederlandse prive-huishoudens zijn ondergebracht in 11 Whize-segmenten.

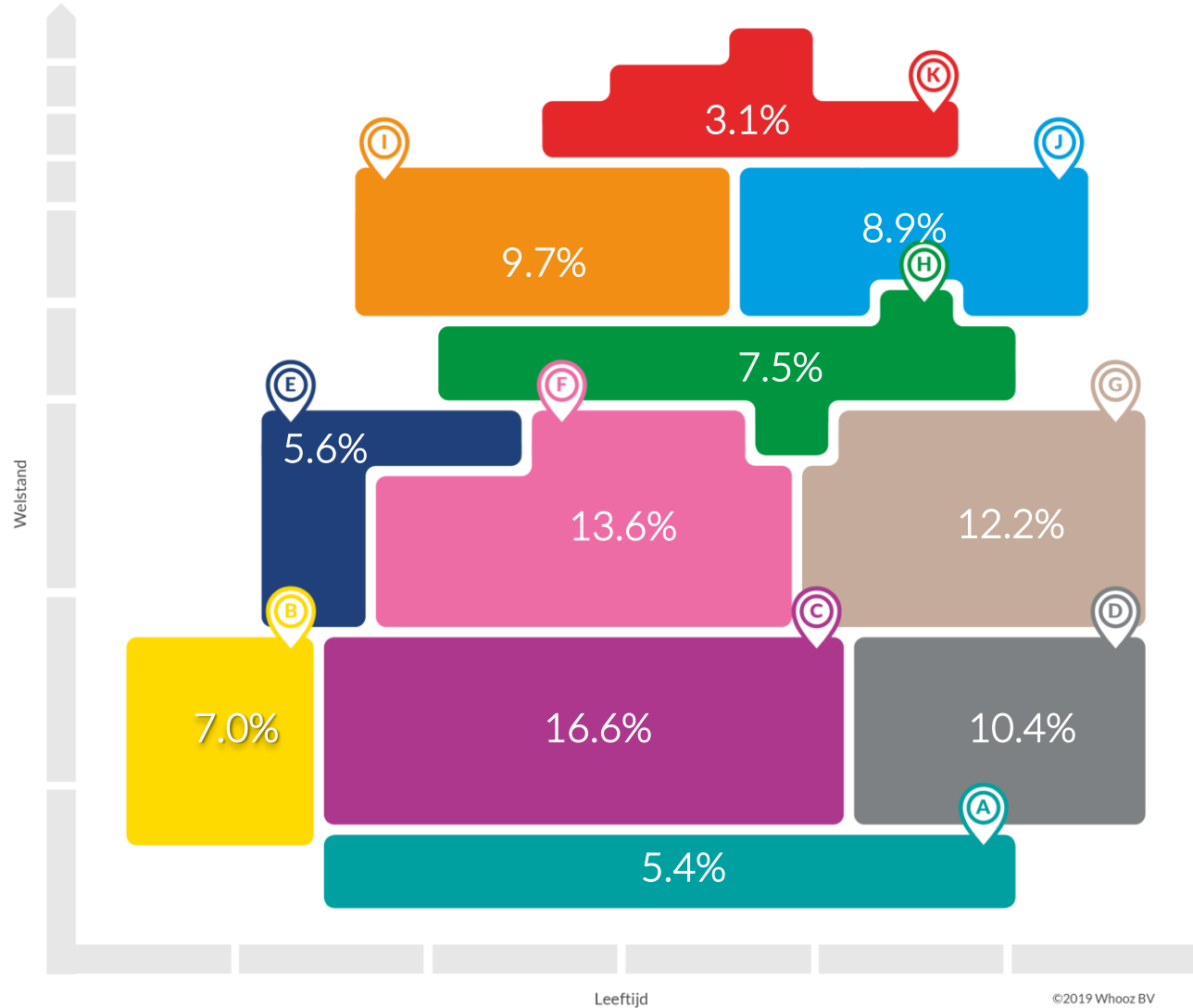
Op de horizontale as de leeftijd, op de verticale as de welstand.

Verdeling Nederlanders over Whize segmenten

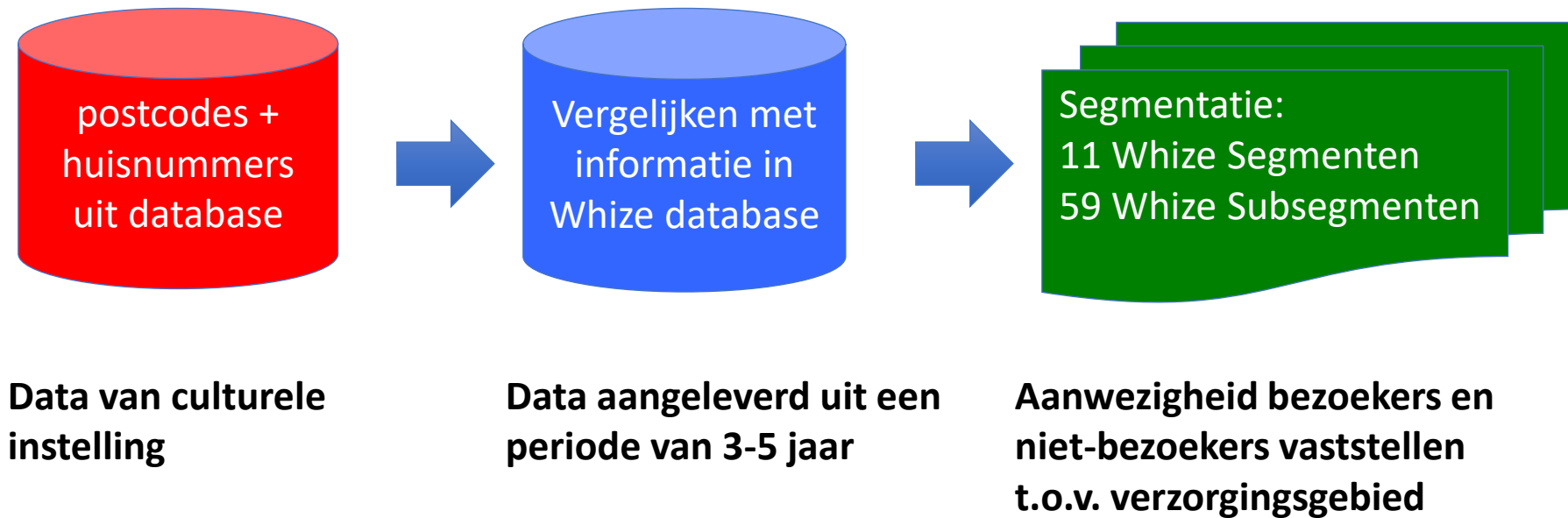


Subsegmenten

- A - Dromen en Rondkomen
- B - Jong en Hoopvol
- C - Volks en Uitgesproken
- D - Bescheiden Ouderen
- E - Stedelijke Dynamiek
- F - Gewoon Gemiddeld
- G - Gezellige Emptynesters
- H - Landelijke Vrijheid
- I - Plannen en Rennen
- J - Zorgeloos en Actief
- K - Luxe Leven



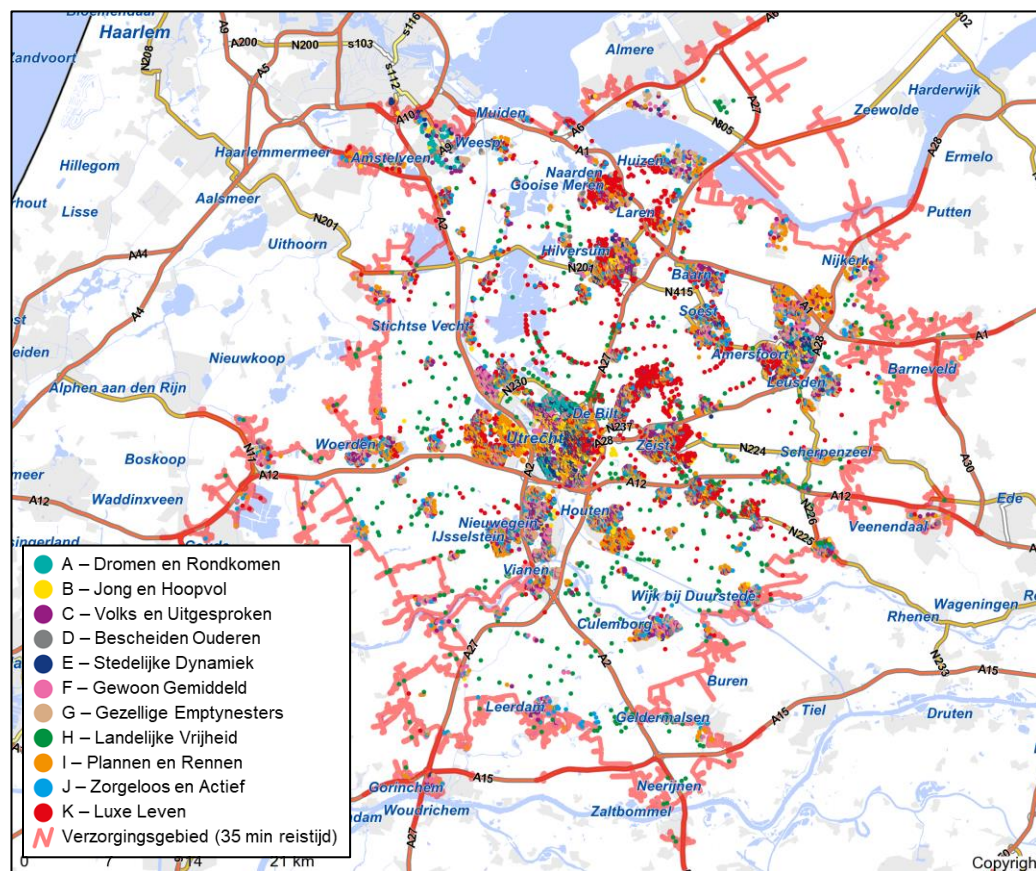
Werkwijze Whize



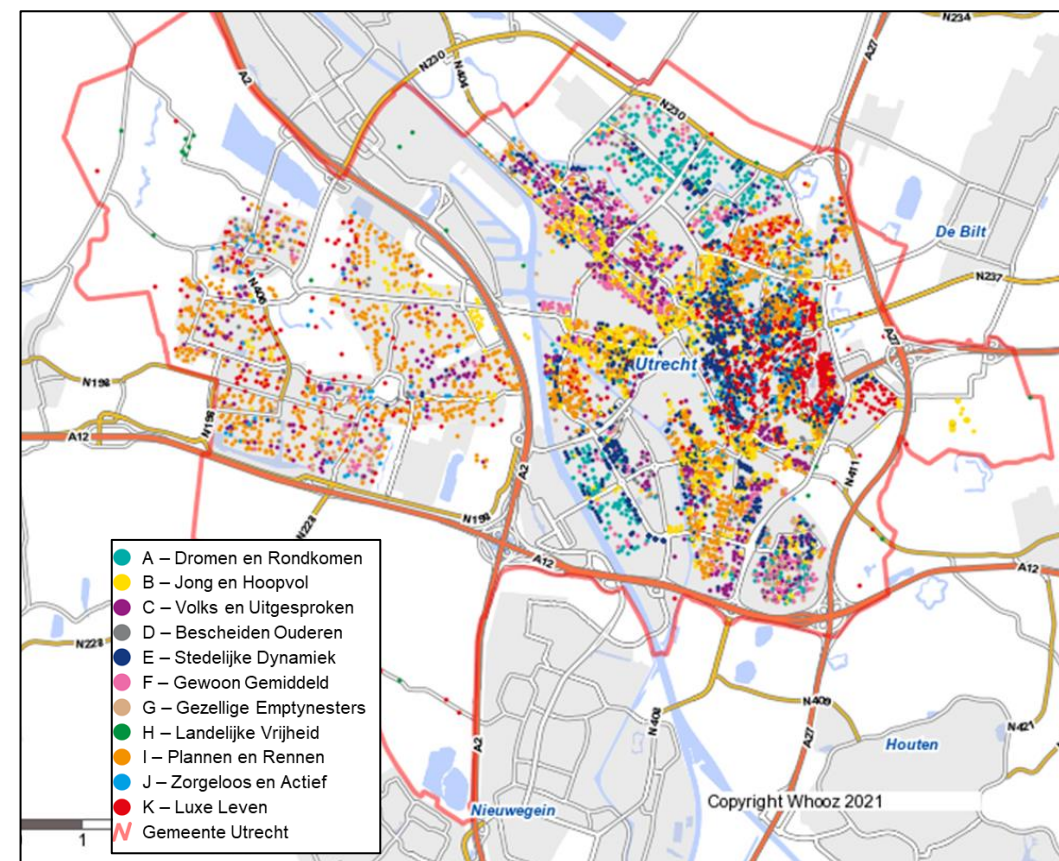
Verzorgingsgebied culturele instelling is uitgangspunt voor analyse

Voorbeeld verzorgingsgebied (instelling in Utrecht)

35 minuten reistijd



Gemeente Utrecht

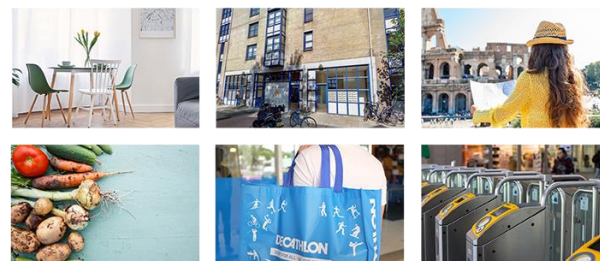


De 11 Whize segmenten in beeld

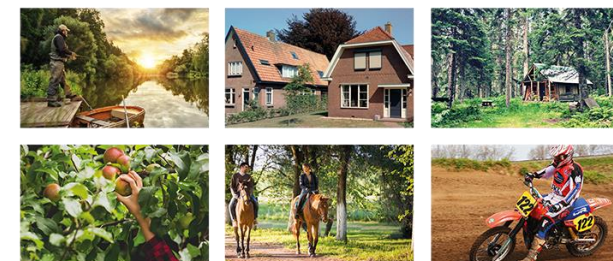


Stedelijke vs. landelijke segmenten

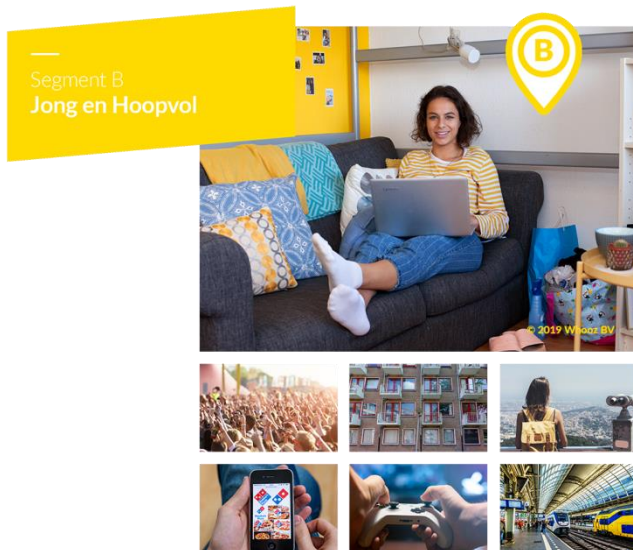
Segment E
Stedelijke Dynamiek



Segment H
Landelijke Vrijheid



'Jonge' vs. 'Oude' segmenten



Beschrijving Whize segmenten (Voorbeeld)



Dromers en Rondkomers (A) zijn er in alle leeftijden, maar zijn het vaakst tussen de 30 en 50 jaar. Ook de leeftijd van eventuele kinderen varieert sterk. Sommige huishoudens hebben nog baby's over de vloer kruipen; bij andere zijn de zoons en dochters al het huis uit. Opvallend is dat veel huishoudens uit een eenoudergezin bestaan. Ook zijn er veel alleenstaanden binnen dit segment. De mensen van Dromen en Rondkomen hebben vaak een vmbo-opleiding genoten en vervullen eenvoudige functies. Ze werken bijvoorbeeld in de stad als schoonmaker, vakkenvuller of conducteur, waarvoor ze een beneden modaal inkomen ontvangen. Anderen zijn werkloos, werkzoekend of arbeidsongeschikt verklaard en zitten dus in de bijstand of krijgen een andere uitkering. De culturele diversiteit binnen dit segment is groot.

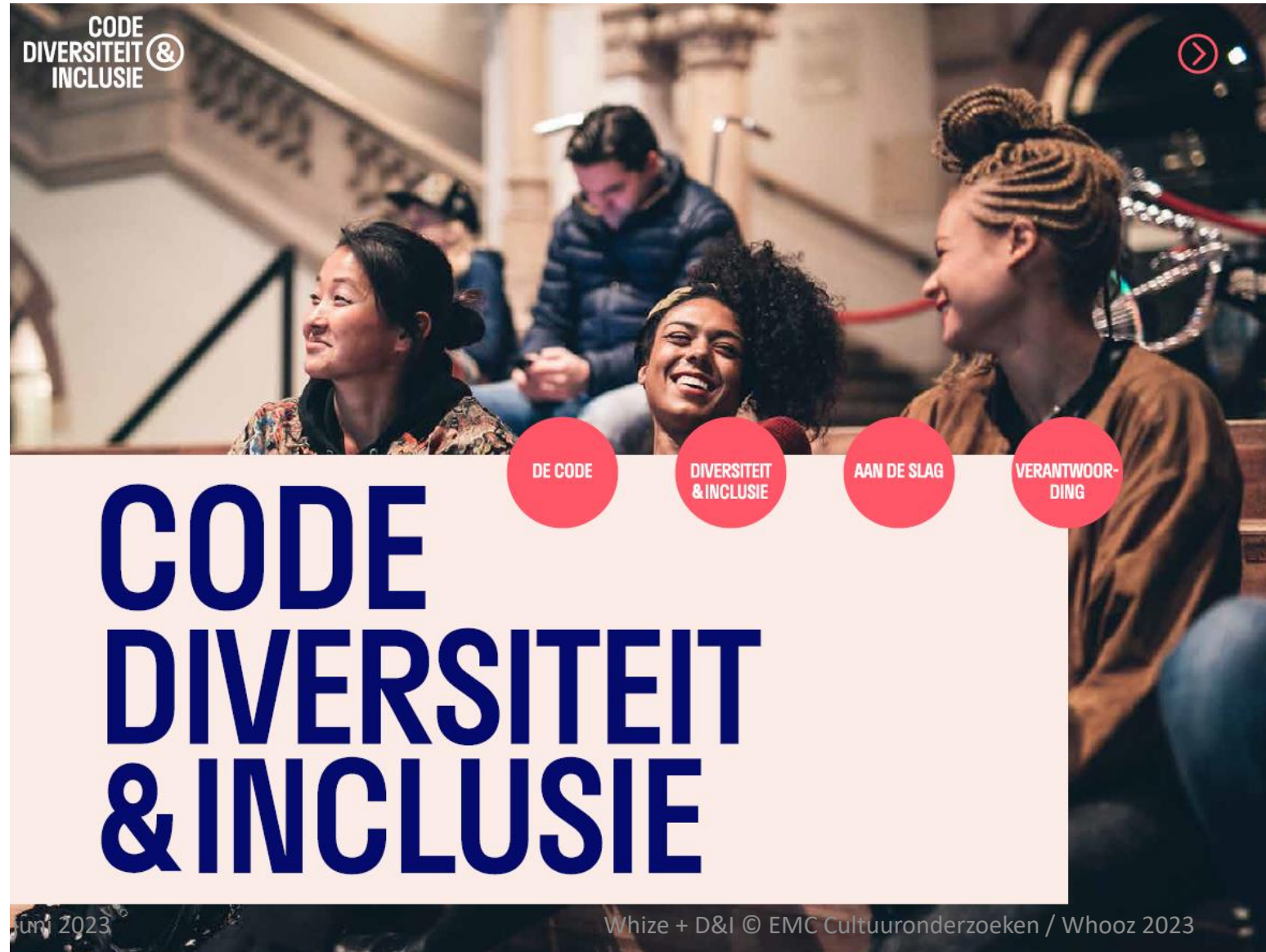


Jong en Hoopvol (B) - Tegenwoordig blijven jongeren relatief langer thuis wonen. Veel mensen binnen Jong en Hoopvol zijn onder de 30 jaar, al komen 35'ers ook nog voor. Ze wonen vaak alleen en hebben nog geen kinderen. Deze groep gaat dagelijks naar hun opleiding of is bezig hun bachelor of master te behalen. Het kan ook zijn dat ze al werken als zzp'er of een dienstverlenende functie vervullen. Je vindt deze groep bijvoorbeeld werkzaam in een winkel, de horeca, zorg of de culturele sector. Als ze in loondienst zijn, gaat het om een contract voor bepaalde tijd. Het inkomen is Benedenmodaal tot modaal, maar de twintigers en dertigers weten dat hierin later verandering komt. Als hun studie is afgerond of als ze de volgende tree op de maatschappelijke ladder zetten, stijgt hun inkomen. Kortom, ze zijn nog volop in beweging en ontwikkeling.



De mensen van **Volks en Uitgesproken (C)** zijn tussen de 18 en 60 jaar oud, met het zwaartepunt tussen de 45 en 60. Ze zijn zowel alleenstaand als samenwonend, overwegend zonder kinderen. Gezinnen komen wel voor, met kinderen uit alle leeftijden. De kostwinner heeft een beroepsgerichte vmbo-opleiding of een mbo-opleiding niveau 1 afgerond. Meestal werken ze bijvoorbeeld als chauffeur, automonteur, staalbewerker, bouwvakker of horecamedewerker. Het gaat om laaggeschoolde arbeid. Een deel van Volks en Uitgesproken zit zonder werk thuis. Door het relatief lage inkomen is er ondanks de toeslagen die ze vaak ontvangen wel eens moeite om een rekening te voldoen.

Code Diversiteit en Inclusie



- Initiatief van brancheverenigingen in culturele en creatieve sector
- Ontwikkelden:
 - Scan D&I (binnenkort vernieuwd)
 - Stappenplan
 - 4 p's
 - Programma
 - Publiek
 - Partners
 - Personeel

BIS-Advies 2025-2028 Raad voor Cultuur

Advies aanvraag- en
beoordelingsproces
Culturele basisinfrastructuur

Raad voor Cultuur

028

07:11

Hoe beoordeel je of een kunstinstelling voldoende divers is?

Drie vragen over diversiteit in de kunsten Culturele instellingen in de Basisinfrastructuur (bis) worden in de volgende subsidieperiode streng gehouden aan de code Diversiteit & Inclusie. Maar hoe meet je dat? En wat betekent dit voor de artistieke vrijheid?

Elsje Jorritsma 10 april 2023 om 15:10 Leestijd 3 minuten



Raad voor Cultuur: *‘Codes onderschrijven, toepassen en naleven’*

Reactie Staatssecretaris: *„Die codes komen uit de sector zelf, die heeft de overheid niet bedacht. Dus de sector wil dit ook.”* zij wil culturele instellingen stimuleren, helpen en faciliteren bij het invoeren en naleven van de codes



Bezoekers van een voorstelling in Koninklijk Theater Carré.

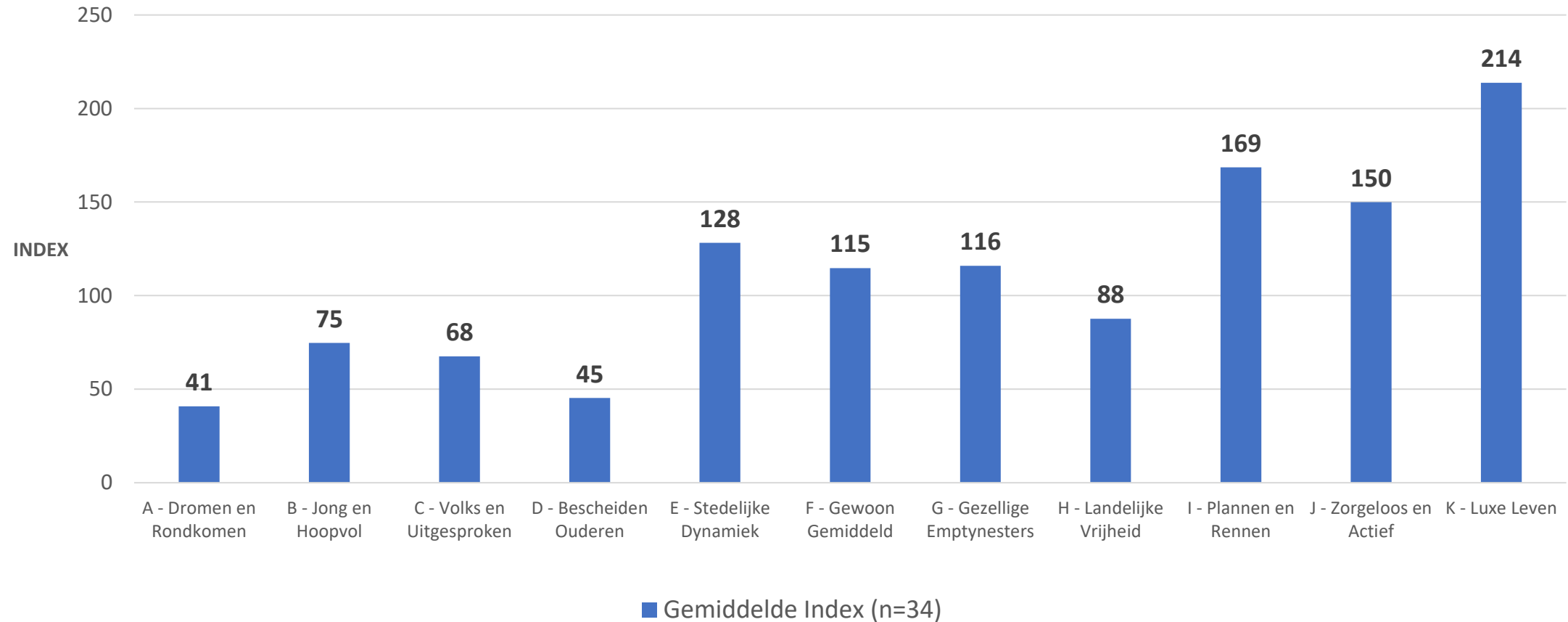
Foto Marcel Krijgsman/ Hollandse Hoogte/ ANP

De rol van data i.r.t. diversiteit en inclusie

- Data maken doelgroepen zichtbaar
 - *Locatie*: waar wonen ze?
 - *Omvang*: Om hoeveel mensen gaat het?
 - *Kenmerken*: demografisch, socio-economisch, levensstijl, mediagebruik
- Data helpen doelen in relatie tot D&I te formuleren en evalueren
 - Waar sta ik nu? (0-meting)
 - Wat is het effect van mijn acties? (monitoring; 1-meting)

Cultureel gedrag van Nederlanders

Cultureel gedrag per Whize segment



Mate waarin Whize segmenten cultureel actief zijn (index 80-120 gemiddeld)

D&I-cases uit de cultuursector

- Culturele instellingen Tilburg
- Centraal Museum Utrecht
- Chassé Theater en Film Breda
- SPOT Groningen
- [Vrijdag Museumdag](#) : Utrechtse musea, bewoners verpleeghuizen
- [Onvergetelijk....](#) : 14 Nederlandse musea, voor mensen met dementie
- [Vier het leven](#) : vrijwilligers nemen ouderen mee uit
- [Musea bekennen kleur](#): 13 Nederlandse musea actief voor D&I

Culturele instellingen Tilburg

Onderzoek naar verhouding
bezoekers/niet-bezoekers
met Whize (2019)

**Woonlocatie (niet)bezoekers
in verzorgingsgebied**

- Bezoekers: 0
- Bezoekers: 1-5
- Bezoekers: 6-10
- Bezoekers: 11-20
- Bezoekers: > 20
- Verzorgingsgebied (10km)



Conclusies en acties uit Tilburg

- ***Ander publiek benaderen betekent niet: andere marketing maar: uit je gebouw gaan, andere producten en diensten ontwikkelen en veel meer/beter gebruik maken van netwerken en organisaties die dagelijks met dat andere publiek te maken hebben***
- **Project van Schouwburg Concertzaal Tilburg:**
Jongeren uitnodigen om in het gebouw voorstellingen te komen maken

Menu | **nrc** | Mijn nieuws

Luister naar

Tilburgse theaters ontdekken: luister naar wat jongeren zélf willen

Theaters zoeken jongeren Culturele organisaties zoeken met man en macht naar manieren om jongeren aan zich te binden. In Tilburg is dat gelukt, door jongeren op te nemen in de organisatie en invloed te geven.

Ron Rijghard & Marijn Lems · 1 december 2021 · Leestijd 6 minuten



Rozemarijn Romeijn (publiekswerker) en Tyrone Tjon-A-Loi (junior producer) van Schouwburg Concertzaal Tilburg.
Foto Suzanne Waijers

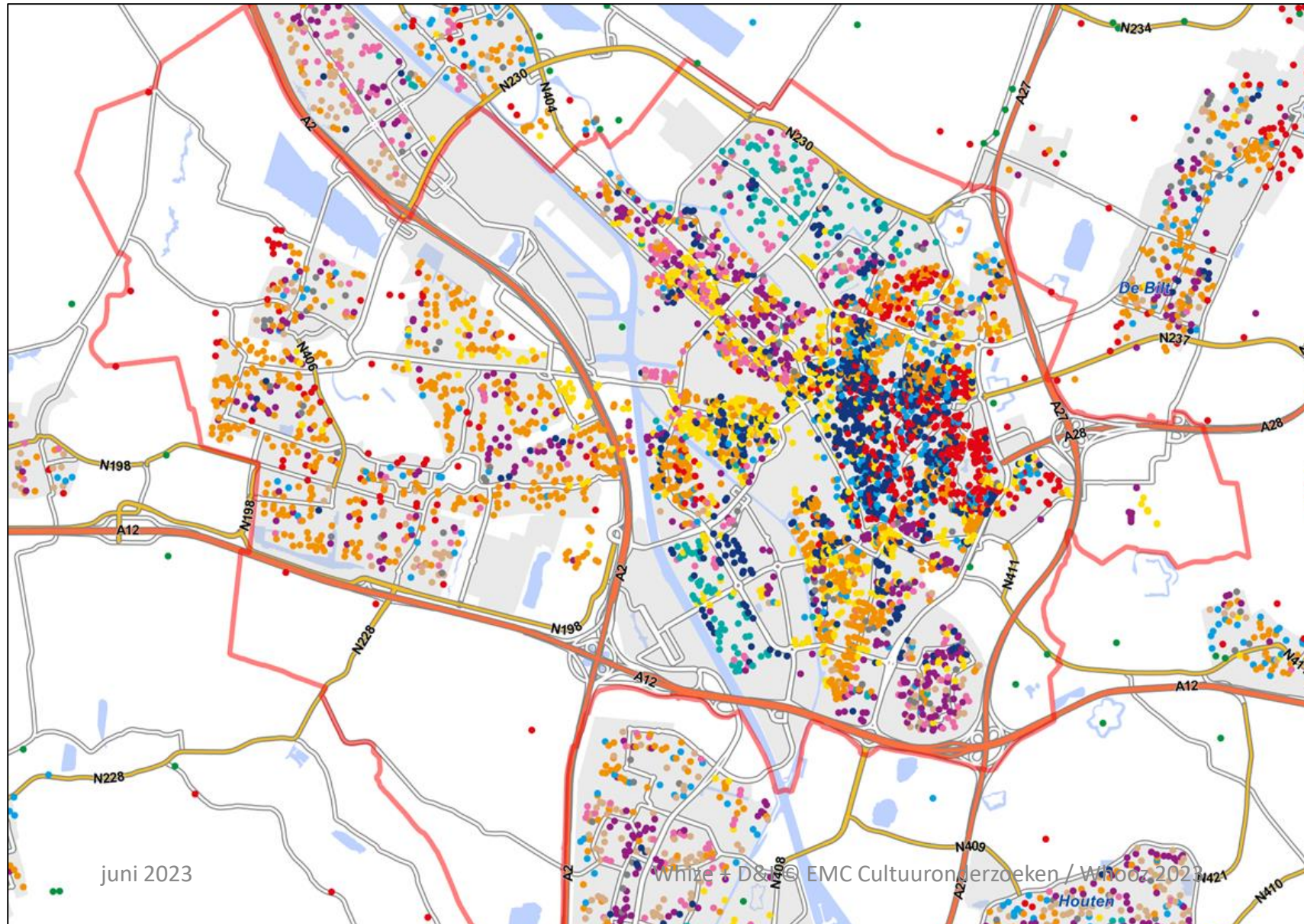
Vraag jongeren zelf wat ze willen doen en zien. Die vuistregel bleek een doorbraak voor hoe culturele organisaties jongeren aan zich kunnen binden, ontdekte Rozemarijn Romeijn.

Centraal Museum Utrecht (CMU) en D&I

- Activiteiten voor *maatschappelijke groepen* (onderdeel beleidsplan 2021-2024): niet-bezoekers uit gemeente Utrecht die drempels voor museumbezoek ervaren
- **0-meting (2021):** Vaststellen locatie en samenstelling huidig publiek in vier Utrechtse wijken met Whize
 - Utrecht Leidsche Rijn
 - Utrecht Noordwest
 - Utrecht Overvecht
 - Utrecht Zuidwest



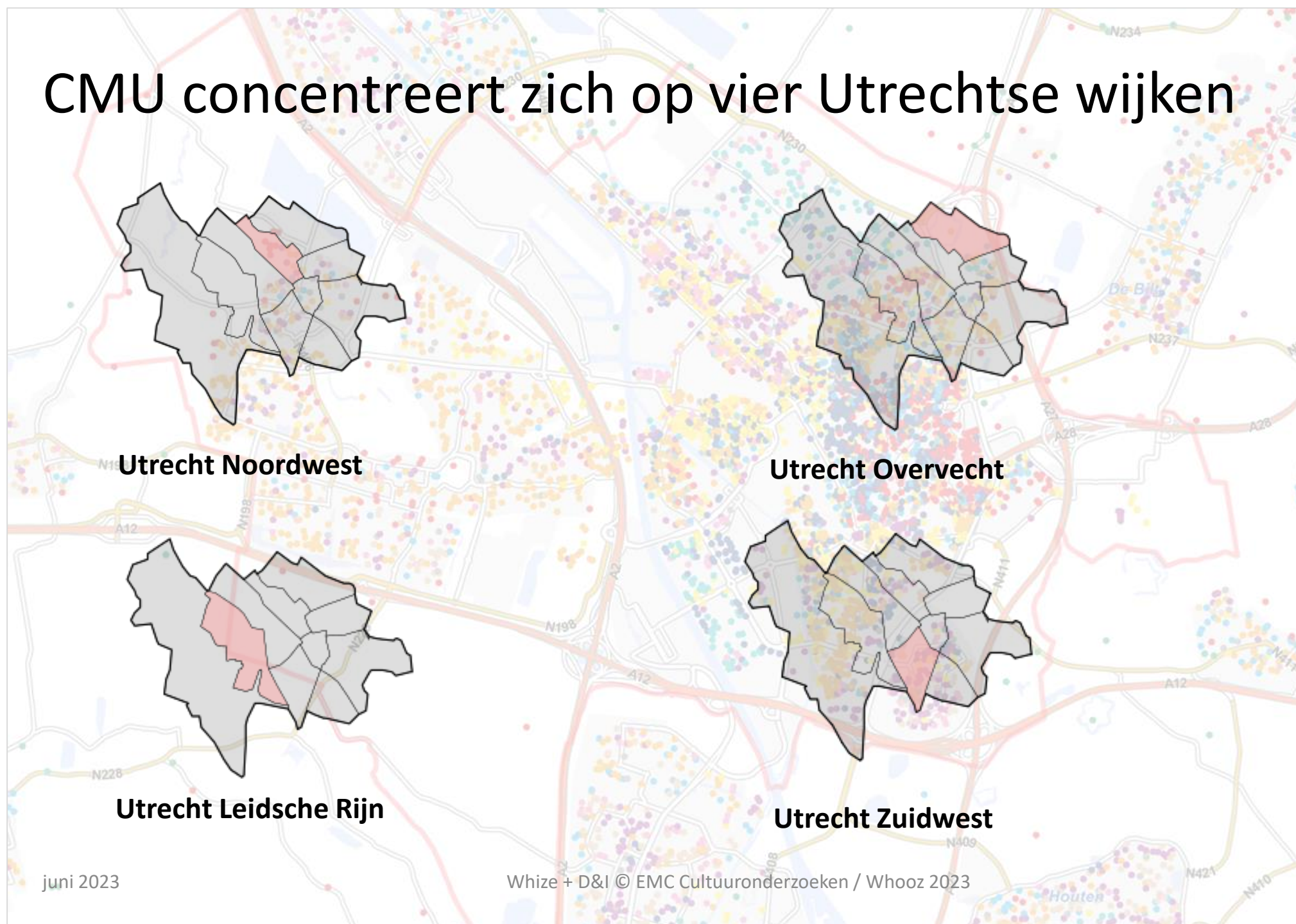
Herkomst huidige Utrechtse bezoekers CMU



Whize segmenten:

- A -Dromen en Rondkomen
- B -Jong en Hoopvol
- C -Volks en Uitgesproken
- D -Bescheiden Ouderen
- E -Stedelijke Dynamiek
- F -Gewoon Gemiddeld
- G -Gezellige Emptynesters
- H -Landelijke Vrijheid
- I -Plannen en Rennen
- J -Zorgeloos en Actief
- K -Luxe Leven
- N Gemeente Utrecht

CMU concentreert zich op vier Utrechtse wijken



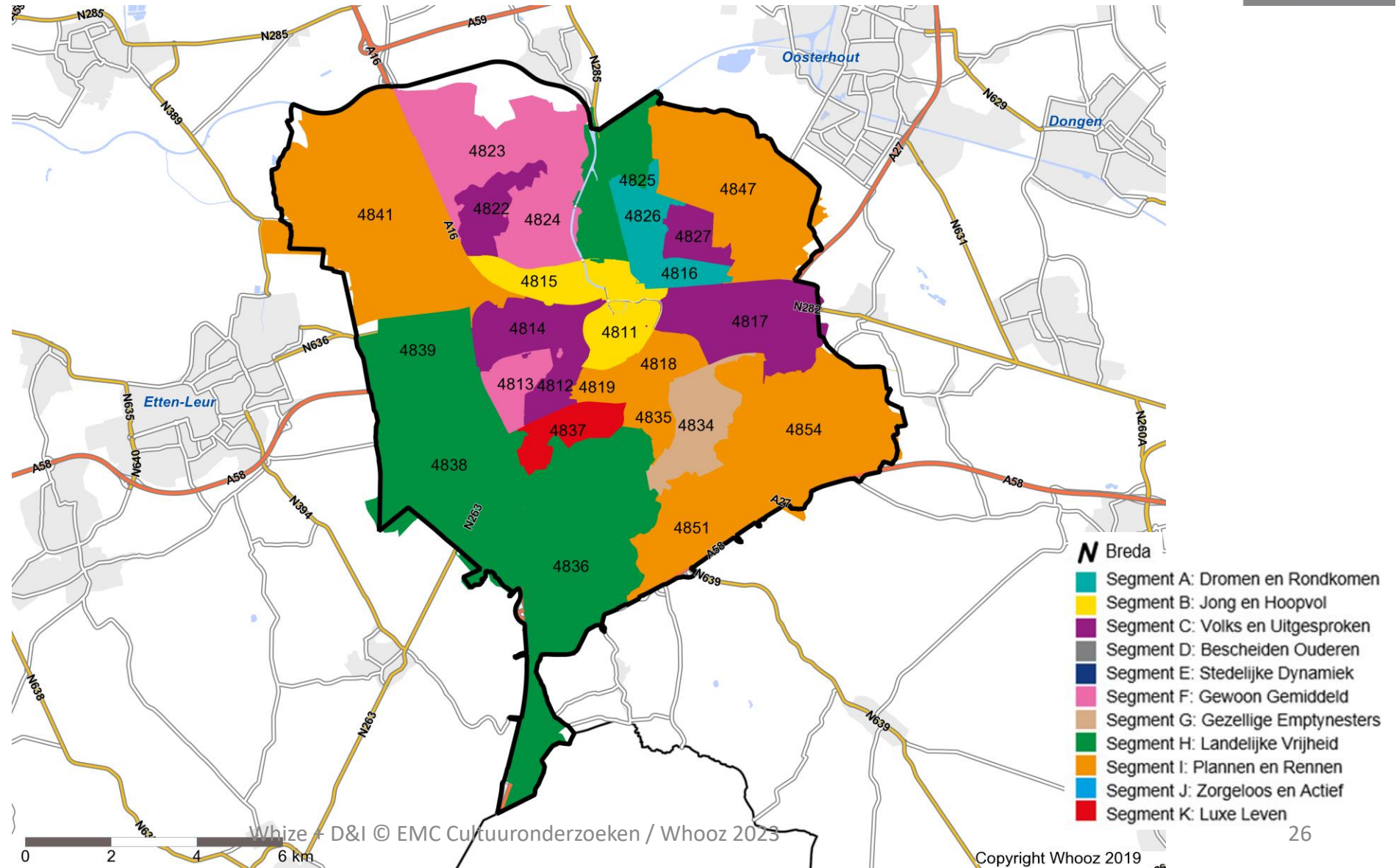
Acties CMU om D&I te vergroten

- In wijkcentra worden presentaties en workshops georganiseerd
- Per wijk met groepen Centraal Museum Utrecht bezoeken
- **1-meting (2023):** effect van acties vastgesteld
- Onderzoek naar respons op deze activiteiten nodig (impact meten)
- Bijstellen beleid

Chassé: Aanleiding tot toepassen van Whize

- Chassé had via Whize al inzicht in wijken waar ze onder- en oververtegenwoordigd zijn, echter onduidelijk wie het zijn
- Door de data van de bezoekers aan Whize-segmenten te koppelen, konden ze dat verder onderzoeken en vonden ze vier ondervertegenwoordigde doelgroepen:
 - Dromen en Rondkomen (A)
 - Jong en Hoopvol (B)
 - Volks en Uitgesproken (C)
 - Bescheiden Ouderen (D)

Dominante Whize segmenten per Bredase wijk



Werkwijze Chassé

- Niet-bezoekers meten door met Whize verrijkte Chassé-bezoekers te vergelijken met aantal huishoudens per postcodegebied
 - Bron: CBS-overzicht per 6-p-postcode met demografische informatie
- Marketing/verkoop aanpassen aan gedrag doelgroepen
 - Gericht – per wijk - inzetten van affiches en flyers
 - Verkooppunten inrichten voor minder mobiele ouderen
 - Overleg met partners (buurtcentra/bibliotheekvestigingen)
 - Informatie uit Whize brochures gebruiken voor inhoud/kanaal

Acties Chassé na Whize analyse en verrijking

- Programmering beter laten aansluiten op doelgroep
 - *Volks en Uitgesproken* (C) attenderen op passende voorstellingen
 - *Voor Bescheiden Ouderen* (D) programmeren op zondagmiddag
- Monitoring en evaluatie per activiteit (voorstelling)
- Naast ambitie om veel kaarten te verkopen ook maatschappelijke taak serieus nemen (missie/visie)
- 3-4 jaar nodig om nieuwe doelgroepen te bereiken
 - Gedragsverandering nodig, zowel intern als extern

DE WIJK DE WERELD



DE WIJK DE WERELD (TRY OUT)

do 22 jun

SPOT/Stadsschouwburg



DE WIJK DE WERELD (PREMIERE)

vr 23 jun

SPOT/Stadsschouwburg



DE WIJK DE WERELD

za 24 jun

SPOT/Stadsschouwburg

Lewenborg komt thuis in de

Werkwijze De Wijk De Wereld

- *De Wijk De Wereld* duikt ieder jaar samen met een club van professionele theatermakers een wijk in van Groningen. Ze staan stil bij wat en wie er leeft in de wijk, brengen de buurt bij elkaar en laten vervolgens samen met de wijk van zich horen in de Stadsschouwburg
- Whize geeft inzicht in ondervertegenwoordigde doelgroepen en geeft richting aan educatie-/inclusie-activiteiten:
 - Ieder jaar activiteiten in een andere Groningse wijk
 - Team gaat op ontdekking vanuit buurtcentrum
 - Bezoeken buurthuizen, taalhuis, vrouwencentrum, bibliotheek
 - Uitnodiging kennismakingsavond h-a-h verspreiden
 - Wijkwandeling organiseren met wijkbewoners
 - Voorleesmiddagen houden op centraal plein
 - Mini theater -> voorproefjes bieden van programma
 - Daarna voorstelling verzorgen in de Stadsschouwburg

Voorbeeld programma De Wijk De Wereld



zaterdag
10 JUNI
13.00 uur
Plein voor Het Dok

Mini-theater komt naar Lewenborg

gratis!

Dit jaar trekt Lewenborg naar de schouwburg, maar voor dat zover is komt DWDW met haar gloednieuwe eigen theater naar de wijk! Het mini-theater heeft een artiesteningang, een theatercafeetje, een poppenkast en podium dat je midden in de wijk uitklapt. Plof neer op de zitzakken of neem plaats op een stoel en geniet van wat je gaat zien! Op zaterdag 15 april, 20 mei en 10 juni staan we tussen 13:00-16:00 uur met ons theatertje op het plein voor Het Dok. Kom je langs?

10 juni, 13:00-16:00 uur

- 13.00 – 13.30 Kindertheater (4+) door Denise Beekman en Esker van der Werken
- 14.00-14.30 uur Jazzmuziek door Sofie en Wouter
- 14.45 – 15.15 uur circusact van Duo Diesel
- 15.30 – 16.00 uur singer songwriter T A M A R

donderdag
22 JUNI
20.15 uur
Stadsschouwburg

Lewenborg in de Stadsschouwburg

Koop tickets

out

Kom op bezoek en maak kennis met de bewoners van Lewenborg. Samen met de makers van De Wijk De Wereld brengen zij hun verhalen tot leven in een voorstelling vol dans, muziek, theater, film en meer. De makers van deze editie zijn Eva van Barneveld, Gaja Caruso, Claudine Pantophlet, T A M A R (Tamar Tanasale) en Ada Daniele & Shara Maaskant (van X_YUSUF_BOSS).

Vergelijkbare initiatieven uit museumsector

- **12 regionale musea delen hun kennis rond educatie**
 - Musea zoeken in directe omgeving naar doelgroepen die relevant voor hen zijn (jongeren, ouderen, buurtbewoners)
 - Om nieuw publiek te trekken werken ze samen met vertegenwoordigers uit dat publiek
 - Het accent verschuift van kennisoverdracht naar beleven, ervaren en maken
 - Activiteiten verschuiven van binnen naar buiten het museum en naar andere tijdstippen (avondopenstelling)
 - Zie <https://www.lkca.nl/artikel/regionale-musea-en-de-kracht-van-kennisdeling/>
- **Ook interessant: <https://ditisonspubliek.nl/>**

Eerste stappen i.r.t. D&I

- Doe de Scan D&I (www.codedi.nl)
- Integreer diversiteit en inclusie in je visie
- Weet waar je staat (nulmeting): Breng doelgroepen in kaart
- Creëer commitment en draagvlak: praat met doelgroepen
- Maak een plan van aanpak: werk samen met (lokale) partners
- Hanteer de '4 P's': programma, **publiek**, partners en personeel
- Monitor en evaluateer

Ter overweging

- D&I is organisatievraagstuk en niet alleen marketingprobleem
- Het speelt zich zowel binnen als buiten de organisatie af
- Intersectionele aanpak vergroot de kans op succes
- D&I kan niet uitsluitend op basis van data bereikt worden
- ***‘Om te diversifiëren moet je eerst segmenteren’***

Aanbieding (tot 31 december 2023)

- 0-meting en 1-meting met  whize
- 50% korting op de 1-meting
- Vraag naar de voorwaarden

Bedrijfsprofiel EMC Cultuuronderzoeken

- Wij ondersteunen organisaties in de kunst- en cultuursector bij het realiseren van hun ambities. Dit doen we door het in kaart brengen van hun markt, met kwalitatief en kwantitatief onderzoek, data-analyse en segmentatie. Vervolgens vertalen wij de verzamelde data in inzichten, als basis voor meetbare actie. Dit doen we onder andere voor musea, (film)festivals, (film)theaters, poppodia, schouwburgen, symfonieorkesten, bibliotheken en kunst-educatieve instellingen.

We doen dit vanuit de overtuiging dat culturele instellingen de meeste financiële waarde genereren - en maatschappelijke waarde toevoegen - als ze vanuit hun eigen kracht opereren. Data en het bewerken en gebruiken ervan zijn daarvoor belangrijke en betrouwbare aanjagers.

EMC Cultuuronderzoeken

Willem Wijgers

willem@cultuuronderzoeken.nl

www.cultuuronderzoeken.nl

06 2696 8445

EMC Cultuuronderzoeken is een *preferred partner* van Whooz BV. in de Nederlandse cultuursector

Terminologie

- **Inclusie:** De term inclusie verwijst naar hoe je met verschillen en overeenkomsten omgaat. De kracht van diversiteit en de voordelen ervan worden benut wanneer het unieke van elk individu wordt (h)erkend en verwelkomd. Daarvoor moet je leren elkaar te waarderen, niet ondanks, maar juist dankzij de verschillen en overeenkomsten die er zijn. Het is essentieel dat iedereen onderdeel is van de besluitvorming en de mogelijkheid heeft om ideeën aan te dragen. Inclusie is de mate waarin makers, producenten, werkenden en publiek van alle identiteiten - zichtbaar of niet - zichzelf kunnen zijn en zich veilig en gerespecteerd voelen. (bron: Code Diversiteit en Inclusie)
- **Diversiteit:** houdt in dat mensen op een reeks van zichtbare en onzichtbare kenmerken van elkaar verschillen en met elkaar overeenkomen. Diversiteit is een gegeven. Mensen verschillen van elkaar. De verschillen betekenen iets voor ieders positie in de samenleving en de kansen die men krijgt. Ze sturen ons gedrag en denken. Niet iedereen is zich daar altijd van bewust. De verschillen spelen altijd in samenhang een rol. Identiteitsvorming vindt plaats door de unieke combinatie van deze verschillen. De code is van origine gericht op culturele diversiteit. Daarnaast geeft de code ruimte aan meer vormen van verschil, zoals gender, beperking, seksuele oriëntatie, religie, sociaaleconomische status, opleidingsniveau en leeftijd. (bron: Code Diversiteit en Inclusie)
- **Gelijkwaardigheid:** Gelijkwaardigheid (equity) gaat over gelijke behandeling afgestemd op diverse persoonlijke kenmerken – gelijkheid (equality) betekent namelijk nog niet dat iedereen gelijke en eerlijke kansen krijgt. Denk bijvoorbeeld aan de loonkloof tussen mannen en vrouwen, of aan gelijke kansen op de arbeidsmarkt onafhankelijk van iemands achtergrond. Gelijkwaardigheid is daarmee een voorwaarde voor inclusie, wat verwijst naar de manier waarop wordt omgegaan met die feitelijke verschillen en overeenkomsten tussen mensen. In een inclusieve omgeving is toegankelijkheid (zowel fysiek, inhoudelijk als digitaal) voor iedereen gewaarborgd en voelen alle mensen zich welkom, veilig en gerespecteerd. (Bron: Cultuurmonitor)
- **Intersectionaliteit:** Intersectionaliteit is het fenomeen dat "maatschappelijke ongelijkheid zich voordoet langs verschillende assen, die elkaar snijden"; de notie dat individuen in een samenleving privileges of juist discriminatie en onderdrukking ondervinden op grond van een veelvoud van factoren. Voorbeelden van deze factoren zijn gender, kaste, etniciteit, sociale klasse, seksualiteit, religie, handicap en gewicht. De term wordt o.a. gebruikt binnen de rechtsgeleerdheid, genderstudies, sociologie en bepaalde politieke en maatschappelijke discussies. (Bron: Wikipedia)