



Beleidsvisie

2025-2028

DE WIJK DE WERELD



**“Jullie kunstenaars, die toneel maken en uitstallen in grote theaters,
onder kunstmatige zonnen, voor de zwijgende menigte,
bezoek af en toe het toneel dat zich afspeelt op straat.”**

BERTOLT BRECHT



Inleiding

De Wijk De Wereld verbindt sinds 2018 een wijk* en haar bewoners op sociale en artistieke wijze aan de kunsten en de cultuurpodia. We willen de wijk laten zien door de ogen van alle verschillende mensen die er wonen. We geven een artistieke vorm aan hun blik, in tekst, beeld, muziek of dans. Intiem en aantrekbaar, maar ook abstract en vervreemdend. Zo zetten we de deur open naar elkaars verhalen en ervaringen van het leven in de wijk.

De Wijk De Wereld duikt meerdere keren per jaar op verschillende plekken in de provincie Groningen een wijk of dorp in, samen met een club van professionele theatermakers, filmmakers, spoken word artiesten, muzikanten en choreografen. We brengen de buurt samen door kunst en cultuur, om elkaar te ontmoeten en verhalen met elkaar te delen. Samen met de wijk maken we muziek en (dans)theater en alles daar tussen in. Ook gaan we naar voorstellingen en organiseren we optredens in de wijk. Maar we blijven niet alleen in de wijk. We geven de verhalen en talenten uit de wijk een bijzonder podium. Na een aantal maanden van kennismaking met elkaar en met theater, maken en repeteren in de wijk, nemen we samen met de wijkbewoners een week lang het lokale theater over. Hier delen we alle ervaringen en verhalen van de wijk met de rest van de stad en omgeving.

Het theater wordt het *thuis* van de wijk. Het theater als het decor van de verhalen uit de wijk. Een week lang krijgt de buurt de

sleutel om de schouwburg en haar verborgen plekken te vullen met verhalen uit de wijk. We maken een montagevoorstelling van theater, muziek, beeld, dans, spoken word, etc. Deze wordt uitgevoerd door bewoners, ondersteund door professionals. De wijk én de rest van de stad komt op bezoek om kennis te maken met de bewoners en hun bijzondere verhalen.

De grote waarde van DWDW zit in het verbreden van het perspectief: deelnemers aan DWDW hebben nieuwe mensen leren kennen, hebben hun grenzen verlegd, zijn uit hun isolement getreden, voelen zich veiliger in de wijk, hebben op een andere manier leren kijken en hebben zich uiteindelijk met trots en lef gepresenteerd. Dat is uiteindelijk de kracht van kunst. Deelnemers zijn niet langer een ‘doelgroep’, maar mensen met een naam, met wensen en verlangens, die gehoord worden. Verschillende maatschappelijke organisaties kwamen op een speelse manier via DWDW bij elkaar. Zorginstellingen, buurthuizen, scholen, culturele instellingen. Ouderen en jongeren, Grunnegers en nieuwkomers. Er vindt een kruisbestuiving plaats tussen cultuur en het sociaal maatschappelijke domein. Uiteindelijk leidt dit tot een fijnere leefomgeving, op wijk- en op stadsniveau.

In dit visiedocument nemen we je mee in onze artistieke blik op het sociale, de methode De Wijk De Wereld, en hoe deze de komende jaren door ons wordt ingezet in Groningen.

* Het project heet *De Wijk De Wereld*, maar overal waar in de tekst ‘wijk’ staat kan ook ‘dorp’ worden gelezen, of ‘buurt’. Een en ander hangt samen met de plek waar we werken, maar verandert niks aan het project.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
2	Organisatie, doelstellingen en werkwijze	4
2.1	Terugblik De Wijk De Wereld 2018-2023	5
2.2	Doelstellingen	5
2.3	Bestuur, governance en codes	6
2.4	DWDW Akademie	6
3	De methode De Wijk De Wereld: artistieke visie en uitgangspunten	7
3.1	Artistieke visie op het sociale	8
3.2	Plaats in de Groninger culturele infrastructuur	8
3.3	Uitgangspunten methode De Wijk De Wereld	8
4	Impact	10
4.1	Impact op deelnemers	11
4.2	Impact op bezoekers	13
4.3	Impact op de culturele infrastructuur	13
5	Samenwerking en afstemming	14
6	Publieksbereik, marketing en communicatie	16



2

Organisatie, doelstellingen en werkwijze

2.1 Terugblik De Wijk De Wereld 2018-2023

Sinds de eerste editie in 2018 heeft De Wijk De Wereld een enorme groei doorgemaakt. Zowel in omvang als in deskundigheid, kwaliteit en positie in het cultuurlandschap in Groningen.

De pilot De Wijk De Wereld, uitgevoerd in de wijken Paddepoel en Selwerd in Groningen, ontstond vanuit de behoefte van SPOT Groningen (Stadsschouwburg) om een meer divers publiek te trekken en een grotere diversiteit aan verhalen een plek te geven in het theater. We namen letterlijk onze intrek in de wijk: vanuit het buurthuis of andere ontmoetingsplekken leerden we de wijk kennen en legden we contact met tal van organisaties en mensen, die ons op hun beurt weer met nieuwe mensen in contact brachten. Op deze manier leerden we de wijk van binnenuit kennen en werden we zelf ook niet langer als buitenstaander gezien. Ook de samenwerking met de gemeentelijke WIJ-teams droegen hier aan bij. Zij konden ons vertellen over ontwikkelingen in de wijk en ons met sleutelfiguren in contact brengen. De werkwijze die in de eerste editie werd opgezet groeide de afgelopen jaren uit tot de methode De Wijk De Wereld.

Op basis van gesprekken in de wijk proberen we accenten te leggen, bijvoorbeeld op onderwerp (eenzaamheid, angsten) of specifieke doelgroepen (ouderen, jongeren met mentale problemen, de Antilliaanse gemeenschap). Uitgangspunt is altijd dat we groepen mensen verbinden door verschillende verhalen samen in het (theater)licht te zetten. Zo hebben we in de afgelopen jaren performances gemaakt met o.a. nieuwkomers (waaruit Bab Ad-daar is voortgekomen), ouderen met psychische klachten en jongeren die begeleid wonen, hebben we jongeren en ouderen met elkaar verbonden en de verhalen uit de wijk verteld. De diversiteit van de deelnemers leidt tot een grote diversiteit aan onderwerpen.

We werken toe naar het maken van een voorstelling. Elk onderdeel wordt gemaakt onder begeleiding van een professionele maker: theatermakers, filmmakers, choreografen, muzikanten, dichters of beeldend kunstenaars. Afhankelijk van het onderwerp en de deelnemers wordt een match gemaakt tussen deelnemers en maker; gezamenlijk wordt een performance ontwikkeld.

Makers moeten bij DWDW de kwaliteit bezitten (of ontwikkelen) om samen met bewoners iets te maken. Zij gebruiken de tijd met de bewoners om via verschillende soorten opdrachten (van schrijven tot de vloer op) te ontdekken en te ondervinden wat hun verhaal is, wat hen bezighoudt. Daar zien we de kracht van cultuur direct terug: de maker verzamelt samen met de bewoners theatera materiaal. Dit materiaal wordt door de maker tot een performance gevormd. In muziek, in dans, in tekst, in beeld en in kostuum verbeelden bewoners vervolgens hun eigen verhalen. Omdat het theatera is gemaakt overstijgt het het persoonlijke, en wordt het relevant voor iemand anders (de toeschouwer). Het geeft inzicht in de belevingswereld van iemand anders en kan raken, verwonderen en verbinden.

Na een aantal stadsedities trokken we ook de provincie in. In Midden-Groningen werden drie edities van De Wijk De Wereld gehouden (2021 t/m 2023) en in de gemeente Het Hogeland werden in coronatijd kleinere projecten volgens onze methode georganiseerd. In 2023 vond ook een Drentse editie plaats, in Hoogeveen.

2.2 Doelstellingen

De stichting DWDW is in 2017 opgericht vanuit de basisgedachte dat er moet worden gestreefd naar een grotere diversiteit in theaterpubliek en dat daarvoor een passende methodiek zou moeten worden gevonden. De oorspronkelijke doelstellingen van de stichting waren zeer sterk gekoppeld aan de stad Groningen en de bestaande podiumkunstinstanties. Om recht te doen aan de veranderde inzichten die we de afgelopen jaren hebben opgedaan en de stichting ook statutair klaar te maken voor de komende jaren hebben we de doelstelling van de stichting DWDW gewijzigd. Deze luidt nu als volgt:

“De stichting heeft ten doel om middels cultuurprojecten voor en door bewoners van een wijk of dorp veranderingen in het sociale domein tot stand te brengen. Met behulp van professionele theatermakers en kunstenaars verbeelden we samen met bewoners hun verhalen, creativiteit en geschiedenis en vergroten daarmee de sociale cohesie en inclusie in een gebied.” Die verbeelding is zichtbaar in zowel de schouwburg/theaters als in de wijk.

Vanuit deze centrale doelstellingen kan een aantal doelstellingen worden afgeleid:

- We ontsluiten van de verhalen van Groningen op individueel en wijkniveau;
- Er doen minimaal 200 mensen per jaar actief mee aan De Wijk De Wereld, dat wil zeggen als deelnemer in één van de edities;
- Deelnemers aan DWDW hebben door deelname hun sociaal netwerk vergroot;
- We vergroten cultuurparticipatie/kunstbeoefening d.m.v. deelname/borging;
- We realiseren een grotere diversiteit aan perspectieven die verbeeld worden in het theater;
- Minimaal 2.000 mensen bezoeken jaarlijks een voorstelling of wijkactiviteit van DWDW;
- We realiseren een grotere diversiteit in theaterpubliek;
- We bereiken minimaal 25% nieuw publiek bij voorstellingen;
- Na afloop van De Wijk De Wereld worden initiatieven doorgezet in de wijk.

Per editie kunnen aanvullende doelstellingen worden opgesteld, afhankelijk van de lokale situatie.

2.3 Bestuur, governance en codes

Stichting DWDW werkt met inachtneming van de Code Cultural Governance. Het bestuur bestaat uit vier leden: dhr. Jan Legters (voorzitter), mw. Wil Koopmans (secretaris), dhr. Peter Yspeert (penningmeester) en mw. Nynke Stellingsma (algemeen lid).

Bestuursleden ontvangen geen vergoeding voor hun werkzaamheden. Slechts kosten die direct ten behoeve van de stichting worden gemaakt worden vergoed. De stichting heeft een culturele ANBI status.

De dagelijkse leiding van De Wijk De Wereld ligt bij Karin Noeken, artistiek leider en vanaf het begin betrokken bij het initiatief. Samen met dramaturg Jantien Kurpershoek bedacht zij het concept en de methode voor DWDW. Met zakelijk leider Emil Klok zet Karin de lijnen uit in de provincie. In de uitvoering worden zij ondersteund door een projectteam bestaande uit een marketeer, productieleider, dramaturg en diverse makers.

Professionele medewerkers aan De Wijk De Wereld worden op projectbasis ingehuurd. Daarbij hechten we belang aan de Fair Practice Code. Deze door de sector opgestelde gedragscode gaat (onder andere) uit van een eerlijke beloning voor uitvoerende artiesten, zodat er ook een toekomstbestendige arbeidsmarkt ontstaat in de cultuursector. Medewerkers krijgen een marktconforme vergoeding, waarbij de CAO Toneel en Dans als uitgangspunt dient.

De Wijk De Wereld hecht er belang aan een voortrekkersrol te vervullen bij het bevorderen van diversiteit en inclusie. Dit sluit naadloos aan bij onze doelstellingen. In onze eigen organisatie proberen we een zo groot mogelijke diversiteit in projectteam en makers te realiseren, naar leeftijd, geslacht, opleiding, culturele achtergrond. Bij onze deelnemers is dit vanzelfsprekend, omdat we altijd zoeken naar een dwarsdoorsnede van de samenleving.

2.4 DWDW Akademie

De ontwikkelingen binnen De Wijk De Wereld in de afgelopen jaren gaven ook aanleiding tot een andere manier van organiseren. We zagen dat onze methode succesvol is, en dat er veel vraag naar is, maar tegelijkertijd dat de organisatie kwetsbaar is in zijn beperkte omvang. De uitvoering van DWDW is tijdsintensief, en het kernteam dat de methode heeft ontwikkeld kan niet overal tegelijk zijn. We willen onze vleugels uitslaan, maar tegelijkertijd wel zeker weten dat de door ons ontwikkelde methode gewaarborgd is.

We zijn daarom sinds 2021 in gaan zetten op verbreding en verdieping. We binden nieuwe mensen aan ons, zijn op meer plaatsen actief, zoeken nieuwe uitvoerings- en samenwerkingsvormen en -partners, zijn bezig met impactmetingen en ontwikkelden de De Wijk De Wereld Akademie.

Hierin begeleiden we jonge makers en medewerkers in het werken met onze methode. Doordat we binnen de ontwikkelde methode, en onder auspiciën van een professioneel en kwalitatief hoogwaardig team, nieuwe mensen kunnen opleiden en inwerken, wordt de culturele infrastructuur op lokaal en regionaal niveau versterkt en wordt werkgelegenheid gecreëerd voor mensen in de culturele sector. We begeleiden vanuit de Akademie makers, marketeers, decorbouwers, maar we hebben ook een trainee op het artistiek en één op het zakelijk leiderschap.

Vanuit de Akademie willen we de komende jaren meerdere keren een Open Call uitroepen, waarbij jonge makers een traject in de wijk kunnen uitvoeren. Dat traject bestaat uit een aantal bijeenkomsten/dagen waarbij de maker gelijktijdig research doet en de opgedane kennis toepast in de wijk waar we op dat moment DWDW uitvoeren.

De makers koppelen we aan bewoners en organisaties die werkzaam zijn in de wijk. Tijdens het maakproces worden de makers begeleid door het DWDW team. Het mes snijdt aan twee kanten: voor het DWDW team een mooie kans om nieuwe makers te ontmoeten en voor de makers een kans om te ontdekken hoe ze hun talent in kunnen zetten in de wijk.



3

De methode De Wijk De Wereld: artistieke visie en uitgangspunten

3.1 Artistieke visie op het sociale

Ons doel is niet om mensen te leren toneelspelen of muziek maken. Onze werkwijze laat wel zien dat talent om te kunnen zingen of toneelspelen niet noodzakelijk is om tot een voorstelling te komen die artistieke kwaliteit heeft. We willen wijkbewoners een uitingsmogelijkheid geven om te verbeelden wat hen bezighoudt én de nieuwsgierigheid, verbeelding en het inlevingsvermogen van medewijkbewoners prikkelen en stimuleren. Samenleven begint met nieuwsgierigheid naar de ander en kunst geeft een ingang in de belevingswereld van iemand anders. Het biedt een ander perspectief, of een perspectief waarin je je kunt herkennen. Met kunst biedt DWDW bewoners een vorm/een manier om zich tot zichzelf, de ander en de omgeving te verhouden. Dat is waarom we zien dat DWDW - dat kunst - invloed en impact heeft op de sociale structuur van een gebied. Het proces is daarmee minstens zo belangrijk als het resultaat: de voorstelling waarin alles samen komt.

3.2 Plaats in de Groninger culturele infrastructuur

Met DWDW wordt actief en intensief ruimte gecreëerd in de Groninger culturele infrastructuur voor bewoners van Groningen die niet vanzelfsprekend in aanraking komen met cultuur. Het is van belang dat deze ruimte behouden blijft, om cultuur op deze manier toegankelijk te houden en te blijven maken. DWDW creëert ruimte om cultuur te ontdekken, zowel in uitvoering als beleving. DWDW is in die zin een belangrijke schakel tussen de theaters en de wijken en dorpen. Ze draagt er zorg voor dat de theaters in verbinding blijven staan met alle lagen van de bevolking.



3.3 Uitgangspunten methode De Wijk De Wereld

Na een aantal jaren pionieren, uitproberen en bijschaven, een voortdurend proces, kunnen we concluderen dat we een methode hebben gevonden die werkt in het betrekken van bewoners bij de kunsten en bij hun eigen leefomgeving. We formuleren een aantal succesfactoren die de kern vormen van de methode DWDW en deze ook onderscheiden van andere 'buurtcultuurinitiatieven'.

Uitgangspunten proces:

- **Het sociale en het artistieke staat niet los van elkaar, maar bevorderen elkaar**
Voor DWDW is het sociale en het artistieke van gelijkwaardig belang. Daarmee bedoelen we dat we kunst niet willen instrumentalisieren, dat we kunst niet inzetten om sociale activiteit op gang te brengen, maar kunst die eigenschap in zich draagt. Kunst maakt dat je je (indirect) tot iets of iemand anders verhoudt. We werken vanuit de gedachte dat kunst toegang geeft tot elkaars bewustzijn, tot elkaars leefwereld, wat sociale gevolgen met zich meebrengt.
- **Samenwerken met gemeente en wijkteams**
In samenspraak met de gemeente (gebiedsteams, dorpencoördinatoren) en eventueel sociaal-culturele instelling wordt besloten welke wijk we intrekken. De gemeente is partner van DWDW, uitgangspunt is een gelijkwaardige relatie en gemeenschappelijke doelen. Indien op een bepaalde plek een cultuurcoach aanwezig is dan werken we daarmee samen.
- **Werken vanuit en in de wijk**
We werken vanuit een vaste uitvalsbasis. Het is heel belangrijk om goed vindbaar te zijn en op een vaste locatie activiteiten en bijeenkomsten te kunnen organiseren.
- **Werken met professionals uit culturele veld, gespecialiseerd in werken met amateurs**
Een team van professionele multidisciplinaire makers trekt gedurende een langere periode een wijk of dorp in: we luisteren, kijken, onderzoeken, maken mee, verbinden ons aan de lokale gemeenschap. Dit team (van makers tot productie) heeft het vermogen theater/dans/muziek te maken met mensen en vanuit hun verhalen, ervaringen, kwetsbaarheden.
- **Werken vanuit aandacht en kwetsbaarheid**
DWDW vertrekt niet vanuit het probleem, maar vanuit contact en aandacht (is een andere benadering dan die van wijkwerkers/gemeente/hulpverleners). Kwetsbaarheid, het persoonlijke verhaal van deelnemers, staat centraal.



- **Niet talent, maar mens-zijn staat voorop**
Mens-zijn staat centraal en is leidend voor hoe we werken, niet het talent van iemand. Dat wil niet zeggen dat we voorbij gaan aan talent, integendeel. Talenten stimuleren we, bieden we de juiste begeleiding en geven we een plek in de voorstelling die de performances 'optilt'. Maar ook bij de grote talenten (die we veelvuldig zijn tegen gekomen) is ons uitgangspunt hun mens-zijn.
 - **Voorbij gaan aan de usual suspects**
Om voorbij de *usual suspects* te gaan richten we ons steeds sterker op het benaderen van *doelgroepen*. Belangrijk daarbij is dat diversiteit wordt nagestreefd en dat verschillende doelgroepen juist met elkaar in contact worden gebracht.
 - **Gezamenlijk perspectief bieden**
De Wijk De Wereld is toekomstgericht. We kijken samen vooruit en zoeken naar gemeenschappelijkheid in het vormgeven van de leefomgeving.
 - **Borgen**
We vertrekken niet zomaar: we borgen. Op elke plek waar we actief zijn wordt samenwerking gezocht met lokale partners en wordt geïnvesteerd in een goede overdracht. We willen hier nog meer in investeren omdat we merken dat het welbekende 'zwarte gat' waar mensen na afloop in dreigen te vallen veel voorkomt. Kennis en kunde worden overgedragen, activiteiten worden waar mogelijk en gewenst voortgezet. De cultuurcoach heeft – indien aanwezig – hierin een zeer belangrijke rol. In de komende jaren moet ook de sociale component van de borging verder vorm krijgen.
- **Multidisciplinaire vormen**
De uiteindelijke presentatievorm is multidisciplinair. Er is ruimte voor alle soorten kunst en we zoeken een balans tussen het toegankelijke en het abstracte en zoeken de grenzen op van de kracht van kunst: te vermaken en verbinden enerzijds en te vervreemden en verwarren anderzijds.
 - **Montage-vorm**
De montage-vorm biedt de makers en artistieke leiding de mogelijkheid ieder onderdeel van de voorstelling een gepaste vorm te geven die het geheel optilt.
 - **Vorm ontstaat en staat niet van te voren vast**
We kijken per wijk welke vorm het beste past en welke locatie het meest geschikt is voor de presentatievorm.
 - **Waar mogelijk geldt onze formule: de wijk/het dorp neemt de schouwburg over**
Aanvullend op punt 2 en 3: we geven tijdens de voorstellingsweek het theater een week lang aan de wijk of het dorp, tenzij er geen theater is. Dan zoeken we dus een andere vorm op locatie.
 - **Uitvoering door bewoners, waar nodig samen met professional**
Het verhaal van en de uiting van het verhaal door de bewoner heeft prioriteit. Maar omdat we de artistieke kwaliteit van groot belang achten (ook voor de trots en de eigenwaarde van de bewoners) tillen we performances waar nodig naar een hoger niveau door de professional of een talent te koppelen aan de bewoner(s) in de uitvoering.
 - **Actief publiek werven uit betreffende wijk/dorp voor voorstelling**
Onze marketingplannen zijn gericht op het verleiden van de lokale bevolking om naar de voorstellingen te komen. We zetten bewust in op een zo divers mogelijk (nieuw) publiek.

Uitgangspunten voorstelling:

Als hier vanuit wordt gegaan is de kern van DWDW gegarandeerd. Vervolgens is het per wijk/dorp afhankelijk van de situatie hoe deze voorwaarden concreet worden ingevuld.



4

Impact

De Wijk De Wereld is, zoals hiervoor duidelijk is geworden, een heel arbeidsintensieve methode. Daarbij komt dat, mede door het feit dat we een doelgroep naar het theater willen halen die meestal minder te besteden heeft, de inkomsten uit recettes heel laag zijn en er dus een groot beroep wordt gedaan op overheden en fondsen. Des te belangrijker voor ons om de maatschappelijke waarde, die niet eenvoudig meetbaar is, te kunnen aantonen.

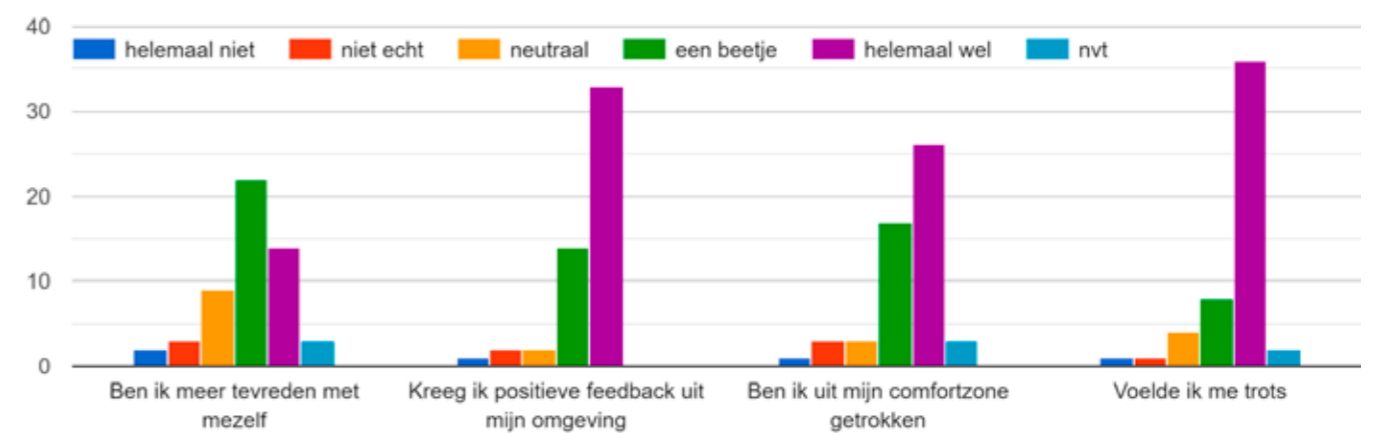
Om beter te kunnen laten zien wat de impact is van een project als De Wijk De Wereld hebben zakelijk leider Emil Klok en marketeer Mirjam van der Heide in 2021/2022 een training impactmeting gevolgd bij AVANCE Impact. Met de *Theory of Change** als uitgangspunt is in kaart gebracht voor welke stakeholders – deelnemers, bezoekers, financiers, samenwerkingspartners, makers – we welke resultaten willen behalen. In eerste instantie hebben we ons gefocust op de deelnemers, omdat wij hen zien als belangrijkste stakeholder binnen het project.

4.1 Impact op deelnemers

Vanuit de doelstelling van De Wijk De Wereld hebben we een impactclaim geformuleerd: ‘De Wijk De Wereld realiseert sociale verandering op wijkniveau door middel van culturele projecten’. Op basis van deze impactclaim hebben we gekeken welke directe en indirecte effecten we nastreven bij onze groep deelnemers. Indirecte effecten zijn bijvoorbeeld positieve veranderingen in de deelnemers zelf, zoals meer zelfvertrouwen of meer sociale contacten. Ook de plek die de deelnemer in de wijk inneemt en de culturele impact van DWDW zijn binnen de impactanalyse onderzocht.

We hebben eind 2022 een vragenlijst ontwikkeld voor deelnemers en deze in 2023 uitgezet onder zo'n 150 oud-deelnemers in drie Stad-Groninger wijken. De resultaten laten zien dat De Wijk De Wereld een grote impact heeft op deelnemers. Zo geeft driekwart van de deelnemers aan dat men positiever is gaan kijken naar de eigen wijk en medebewoners. Ruim tweederde is meer tevreden met zichzelf door deelname aan DWDW, nagenoeg alle deelnemers ervoeren trots. Ongeveer 80% van de deelnemers heeft meer sociale contacten na deelname en tweederde heeft nieuwe vriendschappen gesloten. Tot slot blijkt dat de culturele deelname onder deelnemers ook sterk is toegenomen, een effect dat ook jaren na deelname nog doorwerkt.

Door mijn deelname aan De Wijk De Wereld...



* Verandertheorie: welke veranderingen (directe en indirecte effecten) hopen we te bereiken door de uitvoering van het project

Het gemiddelde cijfer dat door deelnemers aan De Wijk De Wereld wordt gegeven is een 8,9.

“Het meedoen aan De Wijk De Wereld zal ik voor altijd in mijn hart meedragen, de mensen die ik heb mogen leren kennen en de persoonlijke ontwikkeling die ik op korte tijd heb doorgemaakt! Dank jullie wel.”

“Jullie zijn toppers. Dank voor alle mooie kansen die zijn geboden. Ik heb er dierbare contacten aan over gehouden en doe nog met veel plezier mee. Ook zo leuk dat we soms weer een mail krijgen met een leuk aanbod voor een leuke voorstelling, dank daarvoor.”

“Ik ben ontzettend dankbaar dat ik mee heb gedaan. Voor mij heeft het meedoen op verschillende manieren echt het verschil gemaakt. Privé: wat het me bracht aan zelfvertrouwen, zingeving, verbinding, vriendschappen, zichtbaarheid. Maar ook zakelijk: na mijn deelname ben ik als ZZP'er begonnen (deels in de cultuursector).”

De gehele impactanalyse onder deelnemers is te vinden op onze website, dewijkdewereld.nl. Impactanalyse onder deelnemers is de komende jaren een vast onderdeel van onze maakcyclus. Indien nodig passen we (onderdelen uit) onze werkwijze aan wanneer de feedback van deelnemers daartoe aanleiding geeft.



4.2 Impact op bezoekers

Naast de vragenlijst die we onder deelnemers hebben uitgezet is er ook informatie beschikbaar over de bezoekers van de voorstelling. Voor deze stakeholders – de bezoekers – kunnen we de volgende impactclaim formuleren: ‘De Wijk De Wereld zorgt ervoor dat er nieuw publiek naar het theater komt’. Het aantrekken van nieuw publiek was in 2017 de reden om De Wijk De Wereld te starten, om de kloof tussen het enorme culturele aanbod in Groningen en de grote groep stadigers die nooit in het theater komt te verkleinen.

Uit bezoekersanalyse blijkt dat meer dan een kwart van de bezoekers aan De Wijk De Wereld (editie Lewenborg) voor het eerst de schouwburg binnen stapt. Het is bovendien een relatief jong publiek: ongeveer 30% van de bezoekers is onder de 30 jaar. De reacties van het publiek op de voorstelling zijn zeer positief: ruim de helft van de bezoekers geeft 5 sterren (van de 5).

“Geweldig wat de mensen van De Wijk De Wereld samen met de wijkbewoners hebben neergezet! Hoog niveau, veel variatie en wat een geweldig slot!”

“Het zat super goed in elkaar, sommige onderdelen bijna professioneel, andere wat meer amateuristisch, wat op zich natuurlijk logisch is. Maar de totale ervaring was heel erg leuk. Heel erg creatief bedacht.”

In 2025 stellen we een verandertheorie op voor de groep bezoekers, om onder de bezoekers van meerdere edities een uitgebreide impactanalyse te houden. Daarbij willen we vooral ook bekijken welke effecten het bezoeken van de voorstelling heeft op het publiek.



4.3 Impact op de culturele infrastructuur

DWDW draagt er (dankzij haar werkwijze) zorg voor dat theaters en ook andere culturele instellingen in verbinding blijven staan met alle lagen van de bevolking. DWDW verlaagt drempels en toont dat cultuur voor iedereen is. De theaters staan dankzij DWDW in nauwere verbinding met de wijk, zijn beter op de hoogte van wat er speelt en kunnen zodoende beter aansluiting vinden bij en representatie bieden aan een samenlevingsbrede doelgroep.

Daarnaast creëert DWDW ruimte voor en hulp bij culturele professionalisering van bewonersinitiatieven en gezelschappen. Voorbeelden zijn de oprichting van Bab Ad-daar, de dichter/performer Charlotte Beerda en de invloed van de Wijkspotters op het programma van SPOT Groningen. Ook draagt DWDW intensief bij aan de ontschotting van verschillende genres in de culturele infrastructuur. Er is bij DWDW ruimte voor iedere kunstvorm en zodoende brengt DWDW verschillende culturele instellingen met elkaar in contact.





5

Samenwerking en afstemming

De Wijk De Wereld kan alleen een succes zijn wanneer er intensief wordt samengewerkt met andere partijen. Per locatie kunnen dat andere organisaties zijn, zowel uit de culturele als uit de sociale hoek. Op het moment dat we DWDW op een bepaalde locatie ontwikkelen zoeken we daar geschikte partners bij, die ook een rol kunnen spelen in de borging van het project. Daarbij hebben we een aantal vaste partners, die ons op meerdere locaties kunnen ondersteunen, of die de rol van coproducent op een bepaalde plek op zich nemen.

Theaters

Op elke plek waar DWDW neerstrijkt zoeken we de samenwerking met het lokale theater, die de rol van coproducent krijgt.

In Groningen Stad werken we samen met SPOT Groningen (De Oosterpoort & de Stadsschouwburg). De rol van SPOT Groningen verschuift de laatste jaren meer richting samenleving. Het bijdragen aan maatschappelijke doelen wordt belangrijker en dat komt tot uiting in De Wijk De Wereld. De organisatie neemt via dit project zijn verantwoordelijkheid in het betrekken van een zo breed mogelijke doelgroep bij kunst en cultuur. SPOT Groningen heeft aan de wieg gestaan van het initiatief en fungeert als coproducent voor De Wijk De Wereld in de gemeente Groningen. SPOT Groningen stelt kennis, kunde en faciliteiten ter beschikking. Daarnaast is het brede netwerk van SPOT en de relatie met de gemeente van groot belang bij de invulling van het project. Dit geldt voor elke coproducerende instelling in elke plaats.

In Eemsdelta gaan we de samenwerking met De Molenberg aan, het theater voor Delfzijl en omgeving. De Molenberg fungeert als coproducent in Eemsdelta op dezelfde wijze als SPOT in Groningen, door kennis, kunde en faciliteiten ter beschikking te stellen.

In de gemeente Midden-Groningen ondersteunen we Kielzog Theater bij het zelf voortzetten van de met De Wijk De Wereld ontwikkelde werkwijze, nadat we daar drie edities hebben georganiseerd (Foxhol, Sappemeer en Muntendam).

Steuninstellingen: VRIJDAG/ Kultuurloket, IVAK

Als partner van De Wijk De Wereld treedt VRIJDAG op in de functie van aanjager, verbinder en nazorgspecialist. VRIJDAG kent een substantieel deel van de kunst- en culturaanbieders in zowel de stad als de provincie, hetgeen ook tot de taak van

VRIJDAG behoort als Huis van de Amateurkunsten. Zij vult die kennis graag aan met nieuwe aanbieders en beoefenaars, maar ook met andere mensen uit de wijk die enthousiast worden van kunst en cultuur. Bewoners en professionals die weten welke waarde kunst en cultuur hebben voor de kwaliteit van leven in een wijk.

In Eemsdelta zal IVAK deze functie kunnen invullen. De kern van de samenwerking met de culturele steuninstellingen is erin gelegen dat er borging plaatsvindt; de inspanningen die De Wijk De Wereld geleverd heeft moeten na afloop van een DWDW editie op lokaal niveau door een lokale partner worden voortgezet. Daartoe is het belangrijk dat deze samenwerkingspartner al in een vroeg stadium meedraait in het project, zodat de methode en deelnemers bekend zijn.

Onderwijsinstellingen

We zoeken altijd de samenwerking met onderwijsinstellingen met een kunst- en cultuurprofiel. In Groningen is dat Noorderpoort, school voor de kunsten. Leerlingen van deze school, meestal van de richting theater, maken zelf een deelproject binnen en onder begeleiding van DWDW. De afgelopen jaren hebben we bijvoorbeeld jongeren gekoppeld aan ouderen in verzorgingstehuizen. Het delen van verhalen tussen deze groepen levert prachtige performances op.

In Appingedam is afgelopen jaar een hele grote campus verzezen waar meerdere middelbare scholen en MBO instellingen gehuisvest zijn, en waar ook cultuur een plek krijgt. Met deze Campus Eemsdelta zoeken we zeker de samenwerking.

Naast het voortgezet onderwijs proberen we ook veelal het basisonderwijs te betrekken door een onderdeel van DWDW uit te voeren met kinderen. Daarbij is vaak de vraag hoe kinderen hun toekomst zien het uitgangspunt.

Het sociale domein

Het sociale domein is belangrijk voor DWDW, maar is ook heel breed. Afhankelijk van de locatie waar we neerstrijken en de doelgroepen die we benaderen leggen we contact met sociaal-maatschappelijke instellingen. De gemeentelijke WIJ teams zijn in de stad Groningen van groot belang, in Eemsdelta is dat Cadanz Welzijn. Maar ook welzijnsorganisaties, buurthuizen, bibliotheken of religieuze instellingen kunnen belangrijke partners zijn. In de eerste fase (research) brengen we het sociale domein in kaart en zorgen we voor een goede samenwerkingsrelatie met relevante partijen.



6

Publieksbereik, marketing en communicatie

Marketing en communicatie

Voor de marketing en communicatie van De Wijk De Wereld geldt eigenlijk hetzelfde als voor het gehele project: enerzijds voeren we een vooropgezet plan uit, anderzijds zal het worden vormgegeven terwijl het project zich ontrolt.

Vanaf de start heeft DWDW een eigen huisstijl ontwikkeld die we blijven verfijnen en uitbreiden, met o.a. een logo per editie, website (dewijkdewereld.nl), vormgeving van posters en flyers en banners voor de online communicatie. Deze huisstijl biedt de kapstok waaronder DWDW op elke locatie werkt en is bedoeld om DWDW bekendheid te geven en uit te dragen – of dat nu in de Stad, in Eemsdelta of Drenthe plaatsvindt. Vast onderdeel bij elke editie zijn 4 deelnemers die het gezicht vormen van de betreffende editie. Zij zijn te zien op de posters, flyers en in de online campagne. Zichtbaarheid is belangrijk, met o.a. een grote Ao campagne en huis-aan-huis verspreiding van de flyers. Verder zorgen we dat we regelmatig aandacht krijgen in de regionale pers, om zo het maakproces van DWDW te laten zien en al in een vroeg stadium bezoekers op DWDW te attenderen. Daarnaast vinden we het erg belangrijk om de bewoners en makers onder de aandacht te brengen. Dit doen we o.a. door het maken van korte videoportretten. Ook maken we een wijklied met bijbehorende videoclip, waarin bewoners de hoofdrol spelen. Voor een deel is de invulling van DWDW – het wijklied, de portrettenserie – dus tegelijkertijd ook een communicatiemiddel. Er wordt nauw samen gewerkt met de coproducerende cultuurinstelling, die een groot netwerk heeft in de regio en het theaterpubliek kan aanschrijven.

Minstens zo belangrijk bij De Wijk De Wereld is de inzet van persoonlijke communicatie: er zijn vele partijen en personen betrokken en er zijn veel subprojecten die allemaal onder de paraplu van De Wijk De Wereld hangen. Om onze doelen te bereiken is een persoonlijk aanpak in communicatie van groot belang. Zo kan de juiste informatie bij bewoners op de keukentafel komen te liggen of wordt DWDW het onderwerp van gesprek bij het koffie-uurtje in het buurthuis of in de stoel bij de kapper. Dit is het microniveau van ons communicatieplan.

De communicatie op microniveau is wat a-typischer, kost meer tijd en uitzoekwerk en zal veel meer via via gaan. We schakelen hiervoor de hulp van veel kleine instanties en personen in die de weg weten in wijk of dorp en ons kunnen helpen bij het direct en gericht aanspreken van de juiste doelgroep. Ook zetten we de deelnemers van DWDW in als ambassadeurs: zij hebben toegang tot veel potentiële bezoekers in de wijk en kunnen het verhaal van DWDW heel goed vertellen. Afgelopen jaren hebben we veel bewoners weten te bereiken door de persoonlijk aanpak en door samen te werken met partijen in de wijk, in plaats

van een vooraf bepaald marketing/communicatieplan op de wijk los te laten. Veel acties zullen dus vormkrijgen in de loop van het proces, naarmate we meer persoonlijke contacten hebben opgebouwd.

Naast deze 'micro' communicatie zal er gericht publiciteit worden gevoerd voor de voorstellingen die worden ontwikkeld. Voor deze voorstellingen zullen reguliere marketingkanalen worden gebruikt, zoals o.a. website, persberichten naar lokale en regionale media, verspreiding van posters en flyers en social media (organisch maar ook betaald). Ook de eerdere genoemde videoportretten en het wijklied zijn hele belangrijke communicatiemiddelen om DWDW onder de aandacht te brengen bij het (deels nieuw) publiek. We vinden het belangrijk om een breed publiek te laten zien welke verhalen DWDW vertelt over een wijk of dorp en dat sociale en artistieke kwaliteit hand in hand kunnen gaan. Ook wordt er zoals hierboven beschreven veel tijd gestoken om groepen te benaderen, om gezamenlijk de voorstelling te bezoeken. Uit marketingrapportages blijkt dat 75% van de bezoekers zijn/haar kaarten koopt in de laatste maand, waarvan 35% in de laatste week. Hier houden we ook rekening mee in onze planning: we starten wel ruim op tijd met het onder de aandacht brengen van DWDW, maar veel communicatiemiddelen zetten we pas in de laatste weken in.

Zoals eerder benoemd zijn de inkomsten uit recettes laag, doordat we de entreeprijs zo laag mogelijk proberen te houden, om op deze manier ook publiek te bereiken dat weinig te besteden heeft. Bewoners uit de wijk waar de editie plaatsvindt krijgen korting. Ook werken we samen met de Stadspas en de WIJ-teams, die kaarten van ons krijgen die ze aan mensen mogen geven die wij niet zo snel bereiken. We vragen wel altijd een klein bedrag, om no-show te voorkomen (we zijn bijna elke editie van DWDW uitverkocht).

Publieksbereik

Door de aanpak zoals hierboven beschreven bereiken we een divers publiek. Zowel qua leeftijd (redelijk gelijkmatig verdeeld over de leeftijdscategorieën 20-30, 30-40, 40-50, 60-70 en 70-80 jaar) maar ook hoe vaak ze een theater bezoeken: het grootste deel komt slechts 1x per jaar in het theater en gemiddeld 25% is nieuw publiek en zet tijdens DWDW dus pas voor het eerst voet over de drempel van de Schouwburg. Naarmate we meer edities van De Wijk De Wereld organiseren zien we ook dat we steeds meer publiek uit de verschillende wijken van Groningen bereiken (en in Midden-Groningen uit meerdere dorpen): een deel van het publiek dat eerder heeft meegedaan of de voorstelling heeft bezocht komt weer terug bij een nieuwe editie. We proberen het nieuwe publiek ook te enthousiasmeren om regelmatig voorstellingen en concerten te bezoeken of weer terug te komen naar DWDW.



De culturele afkomst van de bezoekers is niet af te lezen uit de marketingrapportages van de theaters, maar we zien wel dat we ook qua afkomst een steeds diverser publiek bereiken. Dit komt o.a. door onze gerichte aanpak, door de samenwerking tijdens MENA is here, omdat we vaker samenwerken met de Taalhuizen en sinds kort ook speciale koffie ochtenden organiseren in de Stadsschouwburg voorafgaand aan DWDW.

We hebben inmiddels een heuse community opgebouwd met alle oud-deelnemers van DWDW, die we elk jaar zien groeien. In de communicatie aanpak van DWDW investeren we ook veel tijd een aandacht aan deze groeiende groep: zo organiseren we bijvoorbeeld regelmatig reünie voorstellingen,

waarbij oud-deelnemers met een flinke korting voorstellingen mogen bezoeken en een speciale inleiding krijgen. Sinds kort hebben we ook een WhatsApp groep met alle oud-deelnemers zodat we nog makkelijker contact kunnen houden. Hiervoor maken we speciale persoonlijke filmpjes om ze uit te nodigen of tips te geven.

Doordat we de De Wijk De Wereld Akademie hebben opgericht en zo ons team aan het uitbreiden zijn (ook bij marketing en communicatie) kunnen we zoals beschreven in dit plan meer DWDW edities organiseren. Vanzelfsprekend bereiken we daardoor ook een nog breder en diverser publiek en komen steeds meer mensen in aanraking met De Wijk De Wereld.