

# **ANALYSE PROJECTENMONITOR 2023**

## **SAMEN CULTUURMAKEN LKCA EN FCP**

**AUTEUR(S)**  
**DATUM**

Wijnand van Plaggenhoef, Sanne van der Laan  
31 oktober 2023

# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Samenvatting</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Inleiding</b>	<b>5</b>
2.1	Inleiding en doelstelling	5
2.2	De onderzoeksaanpak	5
2.3	Leeswijzer	5
<b>3</b>	<b>Projectplan</b>	<b>6</b>
3.1	Inleiding	6
3.2	Locaties	7
3.3	Activiteiten	9
3.4	Disciplines	10
3.5	Aanvragende en samenwerkende organisaties	12
3.6	Redenen om samen te werken	14
3.7	Doelgroepen	15
3.8	Uitvoerenden	17
3.9	Toegankelijkheid	17
3.10	Beoogd effect op de deelnemers	20
3.11	Aansluiting bij thema's in zorg en welzijn	21
3.12	Rol van de doelgroep	22
3.13	Werving van deelnemers/bezoekers	23
3.14	Financiering	24
<b>4</b>	<b>Reflectie projectleiders, professionals en deelnemers/ bezoekers</b>	<b>25</b>
4.1	Aantal bereikte deelnemers	25
4.2	Rapportcijfer	25
4.3	Samenwerking	26
4.4	Deelnemers die eerder betrokken waren	29
4.5	Bekendheid	30
4.6	Toegankelijkheid vergroten	32
4.7	Effect op de deelnemers	33
4.8	Werkzame elementen ten aanzien van het bereiken van de doelgroep en doelen	34
4.9	Uitdagingen en tips	41
4.10	Project voortzetten	43

# Samenvatting

## Doelstelling en aanpak van de analyse

Het Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst (LKCA) en het Fonds voor Cultuurparticipatie (FCP) zijn partners in het programma "Cultuurparticipatie" van het ministerie van OCW. Dit programma is gericht op het verlagen van de drempels die cultuurparticipatie in de weg staan. Om het leren van de initiatieven die binnen dit programma worden ontplooid te bevorderen, is de Projectmonitor Samen Cultuurmaken opgezet. Significant APE voert de analyse van deze monitor uit, door zowel de projectplannen als de reflectieverslagen van de projectaanvragen te analyseren. In deze samenvatting zijn de belangrijkste bevindingen van deze analyse opgenomen.

## Werving vraagt gerichte inspanning

Een groot aantal projectleiders geeft aan dat er meer tijd en energie is gaan zitten in het werven van deelnemers dan vooraf was beoogd. Het is van belang om genoeg tijd in te ruimen voor het werven van deelnemers en om te werken aan de naamsbekendheid van de projecten die worden opgezet.

Een werkzaam element in de werving van deelnemers is aanwezigheid op de locaties waar de doelgroep van het project vaak komt, zodat de werving plaatsvindt in een voor de deelnemers vertrouwde omgeving.

Een ander werkzaam element betreft het inzetten van ambassadeurs en mensen die de doelgroep goed kennen.

Ambassadeurs kunnen bijvoorbeeld mensen vanuit de doelgroep zijn die al eerder bij het project betrokken waren en zodoende anderen kunnen enthousiasmeren voor deelname. Het helpt om in de werving gebruik te maken van de samenwerkingspartners die de doelgroep goed kennen en weten hoe de doelgroep te bereiken is.

## Opzet van het project

### *Invulling van een project laten aansluiten bij de behoeften van de doelgroep*

Op basis van de analyse van de projectplannen blijkt dat veel projecten worden ingevuld op basis van de behoeften en wensen van de doelgroep. Deze wensen worden in kaart gebracht door het voeren van gesprekken met de beoogde deelnemers. Mocht dit voorafgaand aan het project niet mogelijk zijn, dan wordt er in veel projecten gekozen om bij start van het project een basisaanbod aan te bieden aan de deelnemers. Gedurende het project wordt op basis van evaluaties bekeken of en hoe het aanbod aangepast kan worden om beter aan te sluiten op de wensen van de doelgroep.

Door de doelgroep bij de opzet en/of nadere invulling van het project intensief te betrekken, ontstaat eigenaarschap bij de deelnemers voor het project.

### *Flexibiliteit in de projectopzet is een belangrijk werkzaam element*

De meeste projecten worden ingevuld met onder andere workshops. Het aanbieden van workshops geeft de projectleider de benodigde flexibiliteit om de invulling van de activiteit aan te passen aan de wensen van de doelgroep. Een deel van de deelnemers geeft aan het project waaraan zij participeerden, als zwaar en intensief te ervaren. De intensiteit van een project is een belangrijk aandachtspunt. Daarbij wordt opgemerkt dat flexibiliteit in de projectopzet cruciaal is zodat waar nodig de intensiteit of vormgeving van bijvoorbeeld workshops aangepast kan worden op de behoefte van de doelgroep.

### *Belang van veiligheid en duidelijke communicatie*

Tijdens het project is voor zowel de deelnemer als de betrokken professional, het van belang dat er een veilige sfeer is en dat de communicatie op een respectvolle manier verloopt. Denk aan een laagdrempelig karakter, ruimte om te experimenteren (en te kunnen falen) en voldoende begeleiding voor de deelnemers is. Het inzetten van vaste begeleiders (zodat er een band kan worden opgebouwd), duidelijkheid bieden over de opzet van het project en ruimte bieden aan deelnemers voor een gesprek voor/tijdens/na workshops zijn werkzame elementen.

Gedurende het project is duidelijke communicatie met alle betrokken partijen belangrijk. Dit betreft communicatie met deelnemers, begeleiders, samenwerkingspartners en andere betrokkenen. Een groot aantal projectleiders geeft in hun reflectie aan, dat ze in het vervolg duidelijker en eerder gaan communiceren over de planning en taakverdeling. Om een mogelijk vervolg van het project te borgen is het van belang om in een vroeg stadium na te denken over structurele financiering. Communicatie naar stakeholders en andere betrokkenen over de opbrengsten of impact van een project kan bijdragen aan het vinden van structurele financiële middelen voor de uitvoering van een project.

#### **Bereiken van de doelen en de doelgroep: vast team, kleine stappen, flexibiliteit en tijd voor reflectie**

De projecten in de projectenmonitor zijn vooral gericht op mensen die zich eenzaam voelen, te maken hebben met maatschappelijke uitsluiting of financiële drempels ervaren bij deelname aan kunst en cultuur. De meeste projectleiders geven aan dat de doelgroep voornamelijk informatieve en sociale/mentale drempels ervaart. Het project lokaal opzetten en het project opdelen in kleine stappen dragen eraan bij om de doelen van het project en de doelgroep te bereiken.

Het aanspreken op de talenten van deelnemers en ruimte maken voor een persoonlijk verhaal zijn factoren die helpen bij het behalen van de doelen van het project. Het hebben van een vast team dat betrokken is bij het project zorgt voor commitment, herkenning en verbetert de kwaliteit van het project. De eerder genoemde flexibiliteit is belangrijk om het project gedurende het proces te kunnen aanpassen aan de veranderende wensen van de doelgroep. Door te reflecteren gedurende het proces wordt duidelijk waar het project aangepast kan worden.

#### **Samenwerking vraagt om zicht op elkaar complementaire kennis en duidelijke afspraken over de rolverdeling**

Projectleiders geven in de monitor aan voornamelijk samenwerking op te zoeken met een partner die complementaire kennis ten aanzien van het bereiken en begeleiden van doelgroep heeft. Een veel gehoorde les in de samenwerking is het goed kennen van **elkaar** mogelijkheden en kennis. Het helpt om in de voorbereidingsfase voldoende tijd in te ruimen voor het leren kennen van de samenwerkingspartner(s).

Het hebben van een vast team met bevlogen professionals waarbij sprake is van een heldere taak/rolverdeling draagt bij aan een goede samenwerking. Verder dragen vaste overlegmomenten en evaluatiemomenten bij aan het verstevigen van de samenwerking.

#### **Voortzetting hangt af van structurele financiering en/of samenwerking**

Een grote meerderheid van de projectleiders geeft aan het project (deels) te willen voortzetten. Bij een mogelijke voortzetting kiezen enkele projectleiders ervoor de locatie, het thema of de doelgroep aan te willen passen. Projectleiders waarbij het onduidelijk is of het project wordt voortgezet geven voornamelijk als reden aan dat afhankelijk is van het vinden van de juiste samenwerkingspartners en/of de financiële borging van het project. Bij structurele financiering wordt er naast fondsen en financiering door gemeente/provincie, ook gekeken naar donateurs en investeerders (zoals een lokale ondernemer). Op deze manieren hopen projectleiders de projecten voor te kunnen zetten en daarmee te blijven werken aan het verhogen van cultuurparticipatie van de doelgroep.

# 1 Inleiding

## 1.1 Inleiding en doelstelling

Een van de programma's van het ministerie van OCW betreft het programma Cultuurparticipatie. Dit programma is erop gericht om gelijke kansen te creëren voor iedereen om deel te nemen aan actieve cultuurparticipatie. Het programma beoogt drempels weg te nemen die actieve cultuurdeelname in de weg staan. Binnen het programma worden veel initiatieven ontplooid en uitgevoerd. In het kader van dit programma is een projectenmonitor Samen Cultuurmaken opgezet. Met de monitor wordt het leren van en tussen initiatieven bevorderd. Voor ieder project worden gestructureerd ervaringen bijgehouden in de vorm van reflectie van de projectleider, betrokken professionals en deelnemers. In 2022 hebben wij een analyse op de inhoud van deze projectenmonitor uitgevoerd. Dit jaar hebben we deze analyse herhaald.

## 1.2 De onderzoeksaanpak

Voor we onze aanpak toelichten geven we kort een introductie bij de opzet van de projectenmonitor.

De projectleiders van de projecten hebben direct toegang tot de projectenmonitor. De projectleider vraagt de bij het project betrokken professionals en deelnemers om een vragenlijst in te vullen. Deze vragenlijst betreft een gestandaardiseerde vragenlijst. De informatie uit deze vragenlijsten wordt automatisch geanalyseerd en weergegeven in de projectenmonitor. Projectleiders kunnen er ook voor kiezen een eigen vragenlijst op te stellen voor de evaluatie van de deelnemers. De projectleider geeft in dat geval de belangrijkste conclusies uit deze vragenlijst weer in een reflectieverslag in de projectenmonitor.

De projectenmonitor bestaat uit een groot aantal vragen. We hebben de antwoorden op deze vragen geanalyseerd. Voor de analyses richten we ons zowel op de ingevulde plananalyses als op de ingevulde reflectieverslagen van de projectleider, professionals en deelnemers/bezoekers. We hebben de input van de monitor benut die op 20 juni 2023 in de monitor was ingevuld door gehonoreerde aanvragers uit de regeling Samen Cultuurmaken.

Om de herkenbaarheid en representativiteit van de resultaten van de uitgevoerde analyses te toetsen organiseerden we een expertsessie. Hierbij waren 6 projectleiders aanwezig.<sup>1</sup>

## 1.3 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 bevat de uitkomsten van analyses die uitgevoerd zijn op de door de projectaanvrager ingevulde plananalyses. In hoofdstuk 3 beschrijven we de uitkomsten van de analyses van de reflecties die zijn ingevuld door de projectleider, professional en de deelnemer.

Wanneer we in dit rapport de term doelgroep gebruiken, dan bedoelen we zowel bezoekers als deelnemers omdat er in de vragenlijst geen onderscheid tussen deze groepen wordt gemaakt. De begrippen 'evenement' en 'project' worden in dit rapport beide gebruikt, echter gaat het om hetzelfde.

---

<sup>1</sup> Deze projectleiders zijn betrokken bij de volgende projecten: project Theatersterren, project Beeldentaal, project Samen Voorwaarts!, project SPOT Artiance en project Kairos.

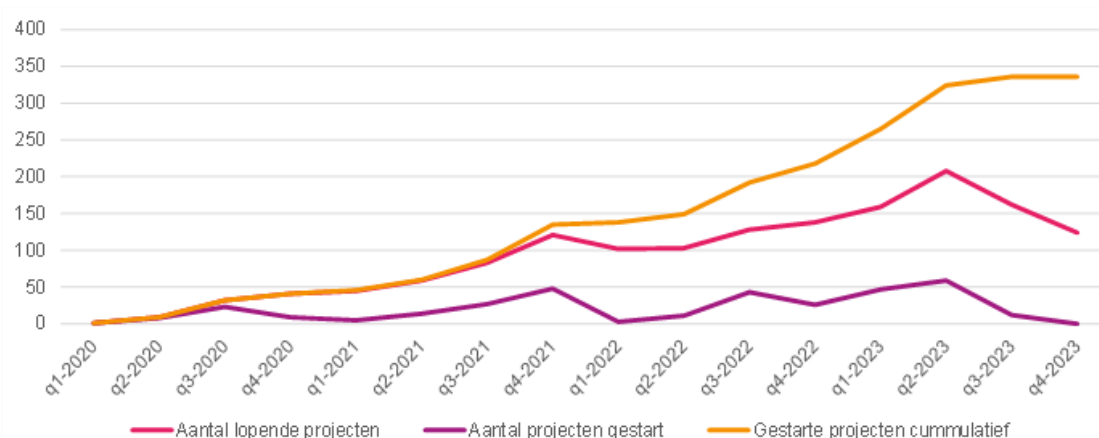
# 2 Projectplan

## 2.1 Inleiding

Bij de start van de analyse - 20 juni 2023 - hebben 336 projectleiders de projectenmonitor ingevuld. De mate waarin de monitor is ingevuld verschilt aanzienlijk tussen de verschillende projecten. Voor bijvoorbeeld 38 projecten is enkel de projectnaam, startdatum, korte omschrijving van het project, contactpersoon, de upload van het projectplan en het nummer van aanvraag bij het Fonds Cultuur Participatie ingevuld. Voor een deel is dit goed verklaarbaar omdat de startdatum van het project net voor de datum ligt waarop wij de analyses hebben uitgevoerd.

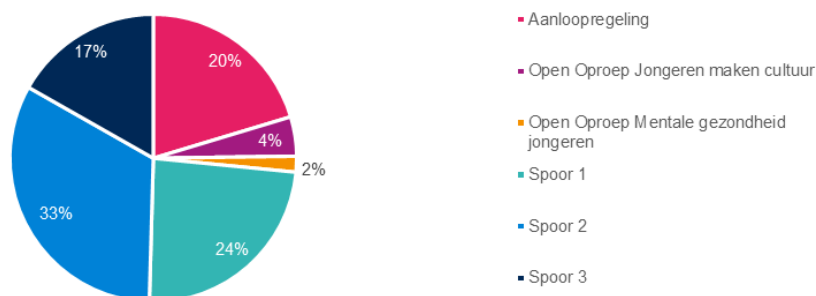
Voor een deel van de projecten die zijn afgerond op het moment dat de analyse is gestart, zijn niet alle vragen uit de monitor goed zijn ingevuld. Het aantal projecten waarop de analyses is gebaseerd verschilt daarom per thema. Per thema benoemen we in dit hoofdstuk het aantal projecten waarop de analyse is gebaseerd.

Onderstaande grafiek laat per kwartaal zien hoeveel projecten er in dat kwartaal gestart zijn en hoeveel er lopende zijn. De oranje lijn laat het totaal aantal projectleiders zien dat sinds het eerste kwartaal van 2020 de projectenmonitor heeft ingevuld.



Figuur 1. Aantal gestarte, lopende en cumulatief gehonoreerde projecten per kwartaal, gebaseerd op de in de monitor ingevulde startdatum en einddatum

Van de projecten in de monitor hebben 226 projectleiders ingevuld uit welk spoor van de regeling Samen Cultuurmaken de projectleiders financiering hebben gekregen. In onderstaande figuur is het aantal projecten per spoor te zien.



Figuur 2. Spoor van de regeling Samen Cultuurmaken (n projecten = 226)

## 2.2 Locaties

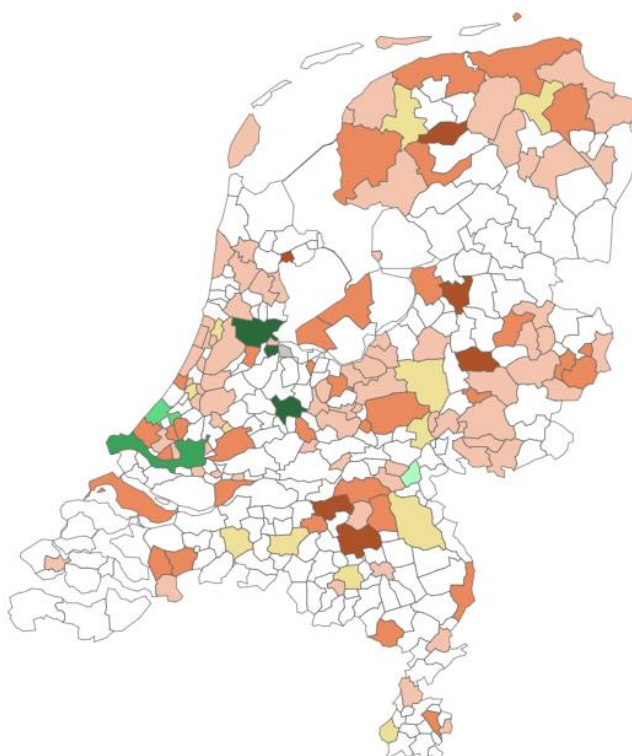
In de projectenmonitor vulden 267 projectleiders de locatie in, waar het project plaatsvond (figuur 3 en tabel 1). Vooral in de grote steden, zoals Amsterdam, Rotterdam en Den Haag, vinden veel projecten plaats. In de provincies Drenthe en Zeeland vinden relatief weinig projecten plaats.

In de monitor is soms de gemeente weergegeven en soms de provincie weergegeven waar een project plaatsvindt.

- Figuur 3 laat de projecten zien waarvan de gemeente bekend is. Wanneer een project plaatsvindt in meerdere gemeenten telt dit project voor elk van die gemeenten mee in de landkaart.
- Tabel 1 laat de projecten zien waarvan de provincie bekend is.

### Aantal projecten per gemeente

0 1 2-3 4-5 6-9 10-15 16-20 21-25 >26



Figuur 3. Landkaart met aantal projecten per gemeente in Nederland

	Provincie	Aantal projecten
NL	Drenthe	11
	Flevoland	14
	Friesland	21
	Gelderland	50
	Groningen	19
	Limburg	27
	Noord-Brabant	39
	Noord-Holland	70
	Overijssel	26
	Utrecht	47
	Zeeland	8
	Zuid-Holland	66
	Koninkrijk	Aruba
Curaçao		2
St. Maarten		1
Caribisch deel van het Koninkrijk		2
St. Eustatius		2
Saba		2

Tabel 1. Provincie waar het project plaatsvindt

De projectenmonitor bevat informatie over waar het project plaatsvindt, zie figuur 4.



Figuur 4. Waar vindt het project plaats? (n projecten = 196)

Voorbeelden van plekken waar projecten plaatsvinden zijn: ouderenzorgcentra, musea, theaters, scholen, werkplaatsen, industrieterreinen, buurthuizen, woon-zorgcomplexen, leegstaande gebouwen, voedselbanken, ateliers, bij de deelnemers thuis, kerken, azc, bibliotheken en recreatief gebied in de natuur. Locaties worden mede gekozen omdat deze met het openbaar vervoer goed te bereiken zijn. Ook vond een aantal projecten online plaats, deels veroorzaakt door de coronamaatregelen die op het moment van uitvoering van het project van kracht waren. Projectleiders geven aan te kijken naar de doelgroep en op basis van de behoeften van de doelgroep de locatie te bepalen.

Projecten die plaatsvinden in de steden vinden over het algemeen plaats in verschillende type wijken:

- Aandachtswijken: Het gaat hierbij onder meer over wijken met veel sociale problematiek en/of wijken met veel mensen met een lage sociaaleconomische status, waar armoede en eenzaamheid heerst.
- Gebieden die in opkomst zijn of die worden getransformeerd, gebieden die zich tot tweede stadskern ontwikkelen en gebieden waar veel jonge mensen naartoe trekken. Het hebben van projecten in deze gebieden zorgt voor meer levendigheid in de gebieden.
- Wijken die de culturele hot-spot van de stad betreffen.

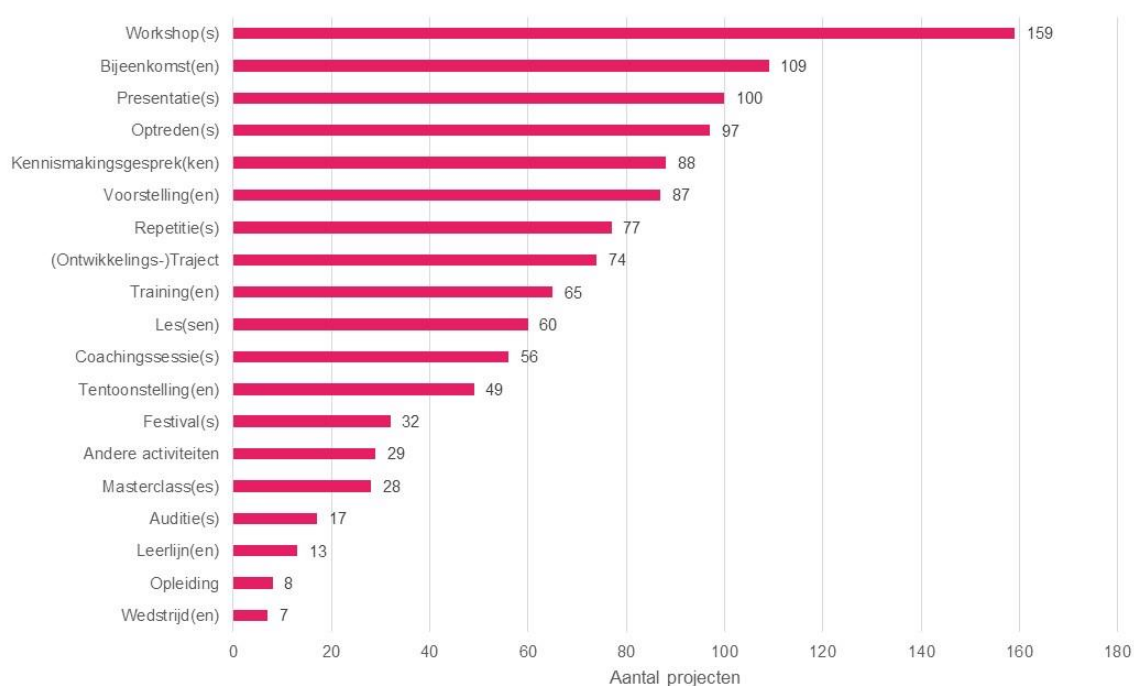


Tips voor het bepalen van de locatie van het project:

- Richt je op een locatie die bekend is voor je doelgroep. Plekken waar de doelgroep zich thuis voelt.
- Maak gebruik van de locaties van de samenwerkingspartners.
- Kies locaties die goed te bereiken zijn met openbaar vervoer.

## 2.3 Activiteiten

Voor 212 projecten weten we welke activiteiten onderdeel waren van de projecten. De meeste projecten bevatten workshops en/of bijeenkomsten.



Figuur 5. Activiteiten (n projecten = 212)

Tabel 2 laat zien hoeveel verschillende activiteiten ieder project bevat. De meeste projecten bevatten 4 of 5 van de in figuur 5 genoemde activiteiten.

Aantal verschillende activiteiten	Aantal projecten
1	10
2	17
3	24
4	39
5	39
6	19
7	16
8	15
9	13
10	5
11	8
12	4
13	3

Tabel 2. Aantal verschillende activiteiten per project (n projecten = 212)

Activiteiten zijn soms multidisciplinair. Er worden bijvoorbeeld voorstellingen georganiseerd met muziek, zang, dans en spoken word.

Een verklaring dat veel projecten voor meerdere activiteiten kiezen, is het gegeven dat veel projecten bestaan uit verschillende fases. Denk aan kennismaking, research, brainstormbijeenkomsten met de doelgroep en betrokken professionals/organisaties, workshops in verschillende disciplines, repetities, presentaties en tot slot een evaluatie. Projecten die voor de eerste keer worden uitgevoerd, worden vaak ingevuld met activiteiten waardoor men de doelgroep snel leert kennen. Bij projecten die meer historie hebben en waarbij de doelgroep goed bekend is, wordt meer met leerlijnen en ander type activiteiten gewerkt.

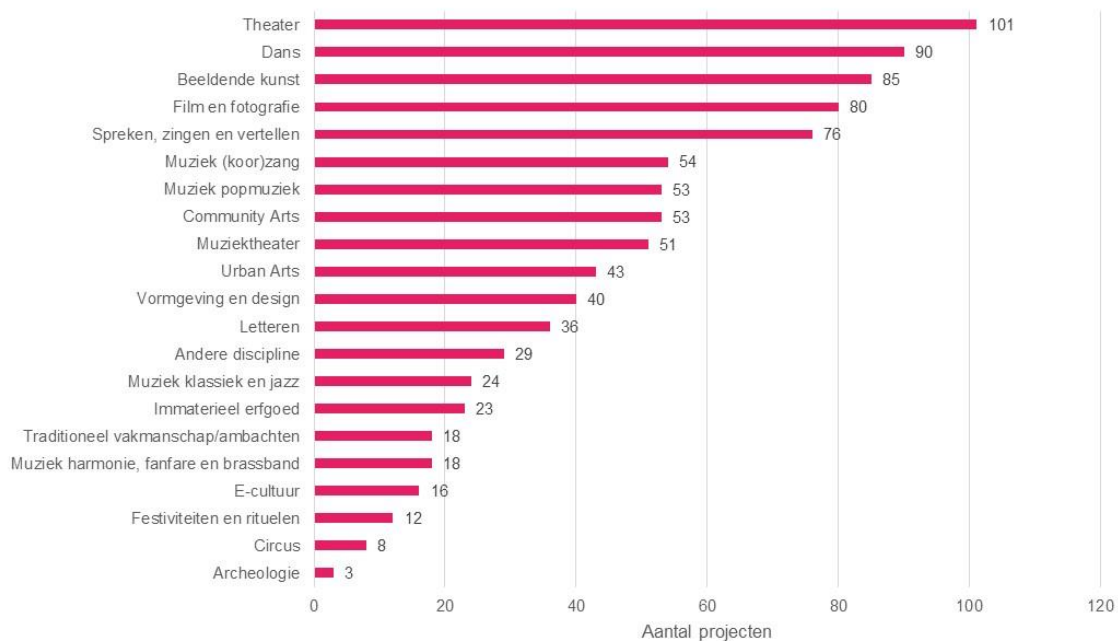
Projectleiders benadrukken het belang van flexibiliteit gedurende de looptijd van het project. Wanneer blijkt dat deelnemers behoefte hebben aan bepaalde activiteiten, moet er ruimte zijn om daarop in te spelen.

Tips voor de keuze en organisatie van activiteiten:

- Betrek leden, bewoners en culturele partijen bij het opzetten van het project. Organiseer bijvoorbeeld bijeenkomsten met vertegenwoordigers van de partners die met de doelgroep werken om na te denken over de werving van deelnemers en opzet van het programma.
- Organiseer kennismakingsgesprekken waarin interesses, hobby's en culturele activiteiten van de doelgroep in kaart worden gebracht. De wensen van de doelgroep worden geïnventariseerd, waarna er gekeken wordt op welk gebied zij zich cultureel zouden willen ontwikkelen.
- Zorg voor kennisuitwisseling tussen culturele organisaties over de werving en opzet van projecten met een vergelijkbare doestelling en/of vergelijkbare doelgroep.
- Leg geleerde lessen en succesfactoren vast. Deze informatie kan benut worden om te delen met andere organisaties en/of bij de doorontwikkeling van projecten.

## 2.4 Disciplines

In de projectenmonitor wordt gevraagd naar de verschillende disciplines bij het project. In tabel 3 is te zien dat een grote meerderheid van de projecten bestaat uit een of twee verschillende kunst- en cultuurdisciplines. We merken hierbij op dat er een verschil bestaat hoe projectleiders deze vraag uit de monitor gericht op disciplines hebben beantwoord. Op basis van de toelichting gegeven door de projectleiders blijkt dat een aantal projectleiders alle disciplines hebben benoemd die in een project aan de orde komen en andere projectleiders hebben alleen de kerndisciplines benoemd. Met name theater, dans, beeldende vorming en film en fotografie zijn disciplines die vaak terugkomen. Daarentegen komen circus en archeologie zelden aan bod binnen de projecten.



Figuur 6. Type kunst- en cultuurdiscipline onderdeel van het project (n projecten = 208)

Aantal verschillende kunst- en cultuurdisciplines	Aantal projecten
1	45
2	31
3	19
4	27
5	20
6	18
7	21
8	7
9	6
10	4
11	3
12	2
13	0
14	2
15	0
16	0
17	3

Tabel 3. Aantal verschillende kunst- en cultuurdisciplines onderdeel van het project (n projecten = 208)

Onder 'andere discipline' valt wetenschap, journalistiek, zorg, schilderen, houtbewerking, textiel, improvisatie, wereldse muziek, social design, fashiondesign, hip-hop, dj, comedy, spoken word, poëzie, circus, variété, interactieve multimediale kunst en community arts.

Bij de keuze voor de discipline is de voorkeur van de doelgroep leidend. Soms weet een deelnemer echter nog niet waar zijn of haar behoefte ligt. Een projectleider geeft aan dan te beginnen met een basisaanbod van verschillende kunst- en cultuuractiviteiten die in groepen worden georganiseerd. In een enkel geval neemt de deelnemer eerst deel aan individuele cursussen waarna hij/zij doorstroomt naar een groepsactiviteit.

Gedurende het project kan de vraag naar een andere discipline ontstaan. Er wordt dan gekeken of en hoe deze discipline toegevoegd kan worden.

De grote diversiteit aan culturen die soms aanwezig zijn in een project, vereist dat meerdere culturele elementen en disciplines getoond worden tijdens het project. Een voorbeeld van een project waar de deelnemers de Nederlandse taal niet goed machtig zijn, is de inzet van mime waardoor minder accent ligt op het gebruik van taal/tekst.

Tips voor in te zetten disciplines:

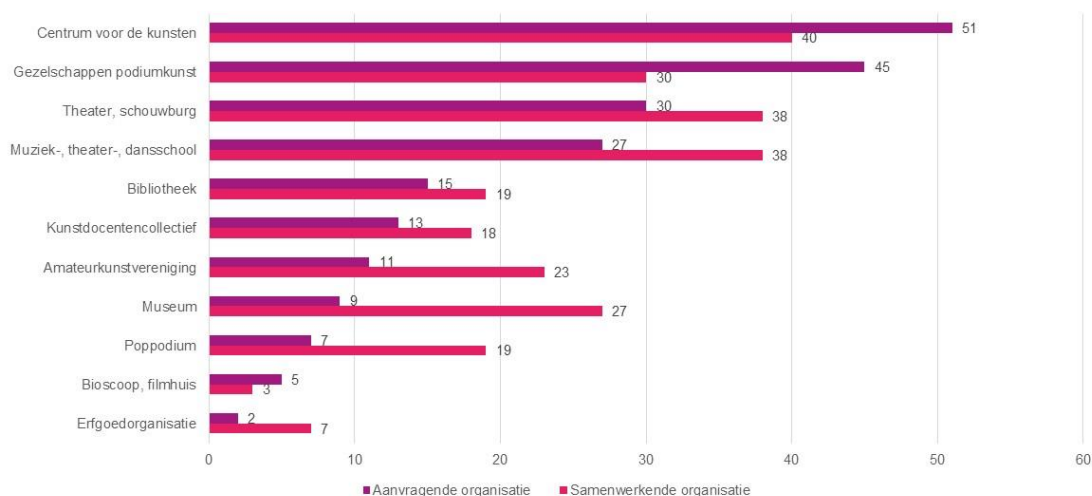
- Begin met een basisaanbod van verschillende kunst- en cultuurdisciplines wanneer niet duidelijk is welke voorkeur de doelgroep heeft.
- Evalueer tijdens de uitvoering van het project of het aanbod van de disciplines past bij de vraag van de deelnemers.

## 2.5 Aanvragende en samenwerkende organisaties

In de projectenmonitor wordt gevraagd naar het domein van de aanvragende organisatie van het project: cultuur, onderwijs, welzijn en/of zorg. We lichten ieder van deze vier domeinen toe.

### Cultuur

Figuur 7 laat de onderverdeling zien van de subgroepen als de aanvragende organisatie behoort tot de cultuursector. Per project kunnen meerdere aanvragende en samenwerkende organisaties vermeld worden, waardoor er overlap is. Een aanvragende organisatie kan bijvoorbeeld een museum en amateurkunstvereniging zijn. De meeste organisaties behoren tot de subgroepen centrum voor de kunsten, gezelschappen podiumkunst en theater en schouwburg. Centrum voor de kunsten, theaters en schouwburgen, muziek-, theater-, en dansscholen, musea zijn (relatief) vaak samenwerkingsverbanden aangegaan met andere organisaties om hun doel te bereiken.



Figuur 7. Aantal aanvragende en samenwerkende organisatie(s) in de sector: Cultuur (aantal projecten aanvragende organisatie = 146; aantal projecten samenwerkende organisatie = 109)

### Onderwijs

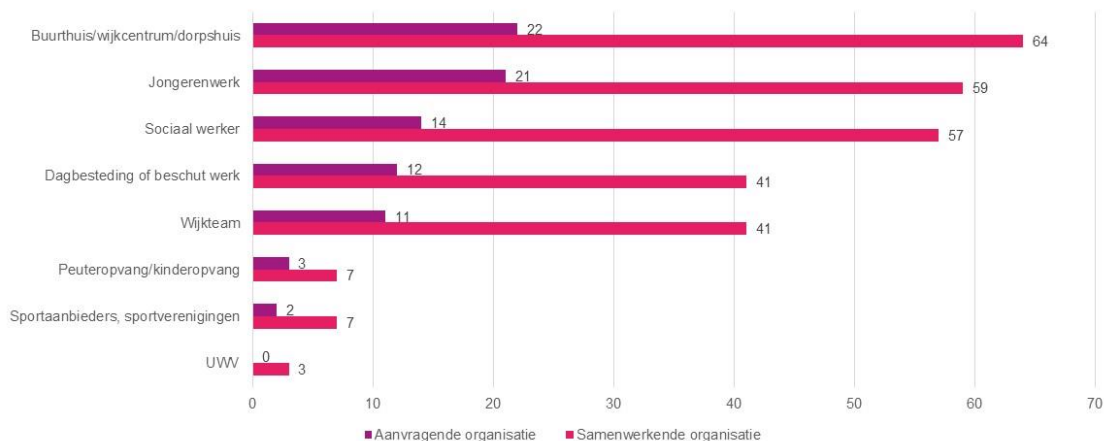
Figuur 8 toont de subgroepen behorend bij aanvragende organisaties in de onderwijssector. Wanneer wordt gekozen voor een samenwerking, dan betreft dit voornamelijk samenwerking met het voorgezet onderwijs. In de toelichting geven projectleiders aan dat vaak docenten betrokken zijn bij het opzetten van het evenement.



Figuur 8. Aantal aanvragende en samenwerkende organisatie(s) in de sector: Onderwijs (aantal projecten aanvragende organisatie = 26; aantal projecten samenwerkende organisatie = 74)

### Welzijn

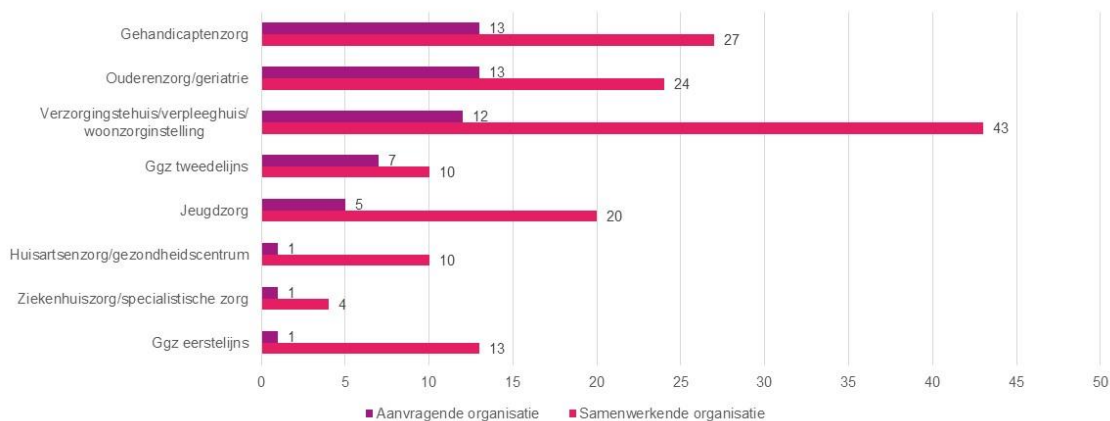
In figuur 9 zijn de subgroepen van de aanvragende organisaties in de welzijnssector onder elkaar gezet. In het geval van een samenwerking met een organisatie in de welzijnssector gaat het vaak om 'buurthuis, wijkcentrum, dorps huis', 'jongerenwerk' of 'sociaal werker'. Er wordt minder vaak een samenwerking aangegaan met 'peuteropvang/kinderopvang', 'sportaanbieders/sportverenigingen' of 'het UWV'.



Figuur 9. Aantal aanvragende en samenwerkende organisatie(s) in de sector: Welzijn (aantal projecten aanvragende organisatie = 53; aantal projecten samenwerkende organisatie = 131)

### Zorg

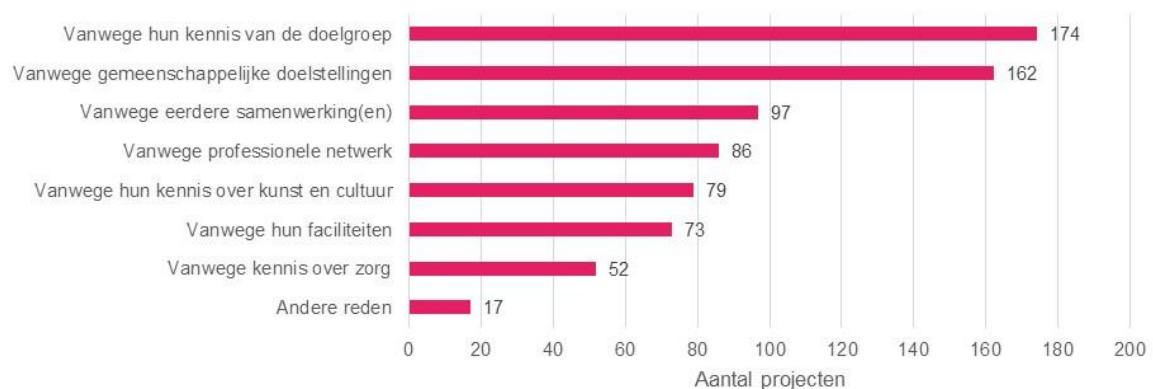
figuur 10 bevat de subgroepen van organisaties die behoren tot de zorgsector. Het valt op dat verzorgingstehuizen/verpleeghuizen en woonzorginstellingen het vaakst worden gekozen om mee samen te werken (binnen de zorgsector). Specialistische zorg wordt daarentegen een enkele keer gekozen (binnen de zorgsector).



Figuur 10. Aantal aanvragende en samenwerkende organisatie(s) in de sector: Zorg (aantal projecten aanvragende organisatie = 41; aantal projecten samenwerkende organisatie = 84)

## 2.6 Redenen om samen te werken

In de projectenmonitor is uitgevraagd wat de reden is geweest om samen te werken met andere organisaties, zie figuur 11. Daaruit blijkt dat de kennis van de doelgroep en gemeenschappelijke doelstellingen de belangrijkste redenen zijn voor samenwerking.



Figuur 11. Redenen om samen willen te werken (n projecten = 196)

Samenwerkingen worden aangegaan omdat de partners samen hetzelfde doel willen bereiken en omdat ze complementaire kennis en ervaring hebben. De samenwerkingspartner heeft bijvoorbeeld jarenlange kennis van het cultuurveld opgebouwd, die de aanvragende organisatie kan helpen om activiteiten te ontplooiën voor een bepaalde doelgroep. Ook kan het helpen wanneer de samenwerkingspartner de doelgroep kent om zodoende de doelgroep te bereiken en hun behoeften te achterhalen. De samenwerkingspartner moedigt dan de doelgroep aan tot participatie, slaat bruggen en kan vanuit kennis van de doelgroep de begeleiding van projecten ondersteunen.

Ook helpt het wanneer de samenwerkingspartner een complementair netwerk heeft, en daarmee andere organisaties kan laten aansluiten bij het project.

Ook financieel kan het samenwerken met andere organisaties voordelen hebben. Er kan bijvoorbeeld gebruik worden gemaakt van de faciliteiten van de samenwerkingspartner, zodat kosten voor het huren van deze faciliteiten wordt voorkomen.

---

*"De kracht van het project is de samenstelling van het team dat bestaat uit bekende gezichten uit de wijk."*

*"De mix van kwaliteiten leidt tot meer impact. Door gebruik te maken van het netwerk en de locaties van lokale partners weten we de lokale doelgroep goed te bereiken."*

*"Door samen te werken kan je de initiatieven samen dragen en heb je veel meer netwerk, faciliteiten etc. tot je beschikking. De kans op een duurzaam voortbestaan is dan ook groter."*

---

In de expertsessie werd benadrukt dat voor het succes van de samenwerking het belangrijk is dat partijen elkaar kennen en zicht hebben op elkaars kennis, expertise en mogelijkheden. Op die manier is er meer uit samenwerking te halen. Een coördinator die de partners aan elkaar verbindt en zorgt dat partijen elkaar goed leren kennen, kan helpend zijn.

Tips voor samenwerking:

- Zoek de complementariteit in elkaar op: kennis over het aanbieden van culturele activiteiten, kennis over de behoefte van de doelgroep, ervaring met begeleiding van de doelgroep, netwerk, et cetera.
- Zorg dat de samenwerkingspartners goed zicht hebben op elkaars kennis en (on)mogelijkheden, om zoveel mogelijk voordelen uit de samenwerking te halen.
- Het is belangrijk voor de doelgroep dat er een vertrouwd aanspreekpunt is.

## 2.7 Doelgroepen

Binnen de projecten wordt bij sommige vragen onderscheid gemaakt tussen deelnemers en bezoekers. Dit onderscheid is op basis van de rollen die beide groepen hebben:

- Deelnemers hebben een actieve rol in het project;
- Bezoekers hebben een passieve rol (kijken en luisteren) in het project.

Deze groepen zijn vervolgens onderverdeeld in vijf leeftijdscategorieën:

- 0 tot en met 12 jaar;
- 13 tot en met 18 jaar;
- 19 tot en met 27 jaar;
- 28 tot en met 65 jaar;
- 66 jaar en ouder.

Twee derde van de projectleiders verwacht meerdere leeftijdscategorieën van deelnemers en bezoekers te bereiken. In tabel 4 staat het aantal projecten per leeftijdscategorie. De meeste projectleiders geven aan zich ten minste te willen richten op de groep 28-65 jaar.

Leeftijdscategorie	Aantal projecten
0-12 jaar	48
13-18 jaar	78
19-27 jaar	89
28-65 jaar	113
66+	84

Tabel 4. Leeftijdscategorie waarop een leeftijd gericht is (n projecten = 194)

Niet alle projectleiders hebben in de projectplannen aangegeven hoeveel deelnemers en bezoekers zij verwachten. Ook komt het voor dat het aantal deelnemers ingeschat is, maar dit gegeven voor het aantal bezoekers ontbreekt. Of

omgekeerd: de inschatting van het aantal bezoekers is bekend, maar het aantal deelnemers is onbekend. In tabel 5 staan de verwachte aantallen deelnemers en bezoekers per leeftijdscategorie per project. Er zijn projecten die enkel deelnemers hebben. Gemiddeld verwachten projectleiders die projecten organiseren voor de jongste en de oudste doelgroep, het hoogste gemiddeld aantal deelnemers en bezoekers. Het gemiddelde aantal deelnemers van projecten die gericht zijn op personen tussen de 19 en de 65 jaar is over het algemeen laag.

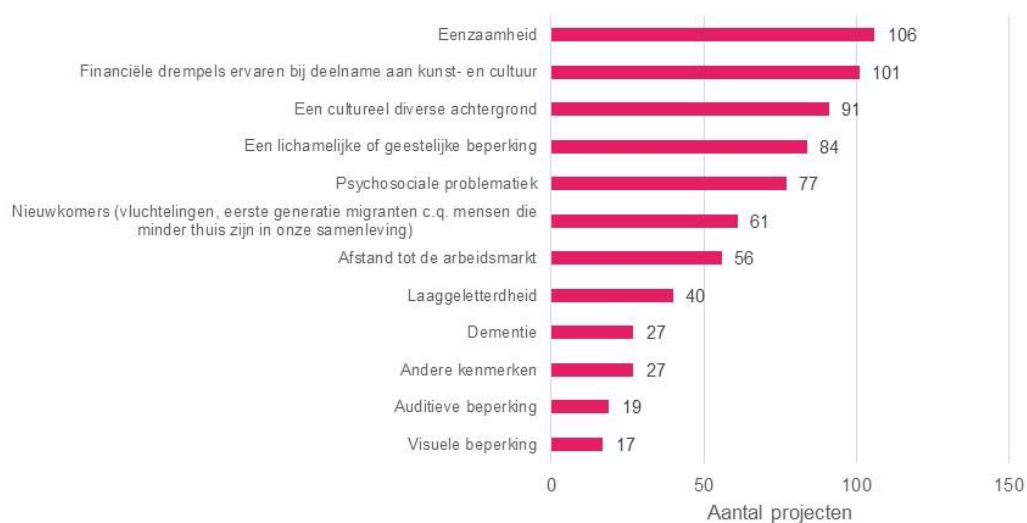
Verwacht aantal unieke deelnemers	0-12 jaar	13-18 jaar	19-27 jaar	28-65 jaar	66+
Gemiddeld	804	638	705	1085	643
Minimaal	6	3	7	17	8
Maximaal	11000	11000	11000	11000	9158
Aantal projecten dat zich richt op deze leeftijdsgroep (maar kan zich ook richten op meerdere groepen)	91	77	106	27	56
Aantal voor die leeftijd met ingevuld aantal bezoekers	87	74	101	25	55

Verwacht aantal unieke bezoekers	0-12 jaar	13-18 jaar	19-27 jaar	28-65 jaar	66+
Gemiddeld	3581	4026	2995	3408	2181
Minimaal	5	5	5	50	20
Maximaal	80000	100000	100000	39170	39170
Aantal projecten dat zich richt op deze leeftijdsgroep (maar kan zich ook richten op meerdere groepen)	91	77	106	27	56
Aantal voor die leeftijd met ingevuld aantal deelnemers	69	56	77	19	44

Tabel 5. Verwacht aantal deelnemers en bezoekers per leeftijdscategorie per project (n projecten = 122)

Naast de leeftijdscategorie is ook gevraagd op welke kenmerken van de deelnemers en bezoekers de projecten gericht zijn. De analyse hiervan is opgenomen in figuur 12 en tabel 6.



Figuur 12. Aantal projecten dat gericht is op specifieke kenmerken van deelnemers en bezoekers (n projecten = 183)

Het is belangrijk hierbij om te benadrukken dat het gaat om het aantal projecten dat gericht is op deze kenmerken en niet op het totaal aantal deelnemers of bezoekers.

Aantal kenmerken	Aantal projecten
1	27
2	31
3	32
4	23
5	27
6	21
7	13
8	5
9	3
10	1

Tabel 6. Aantal kenmerken waarop projecten gericht zijn (n projecten = 183)



In de toelichting geven projectleiders aan dat ze streven naar diversiteit in geslacht, leeftijd en culturele achtergrond. We hebben de kenmerken genoemd die projectleiders in de toelichting beschrijven.

- a. Mensen die om welke reden dan ook te maken hebben met maatschappelijke uitsluiting (vanwege gender, seksuele geaardheid, financiële draagkracht, opleidingsniveau, leeftijd, etnische achtergrond, fysieke of mentale beperkingen, et cetera). Bijvoorbeeld gezinnen waarbij sprake is van een achterstand in inkomen, opleiding en/of participatie in de Nederlandse samenleving, kwetsbare jongeren die in beeld zijn bij de ggz, kwetsbare ouderen of dak- en thuislozen. Ook worden kinderen met spraakproblemen of een taalachterstand genoemd. Dit zijn kwetsbare doelgroepen die op afstand van de maatschappij staan of voor wie cultuurdeelname en kennismaking met professionele niet vanzelfsprekend of gemakkelijk is.
- b. Mensen die zich op wat voor manier dan ook betrokken voelen tot het thema mentale gezondheid en suïcide.
- c. Slachtoffers van huiselijk geweld en/of mensenhandel.
- d. Familie en mantelzorgers.
- e. Studenten en professionals uit de zorg- en cultuursector.
- f. Museumbezoekers.
- g. Leden van internationale kerkgemeenschappen in Nederland.

## 2.8 Uitvoerenden

Ook beoogt de projectenmonitor het aantal betrokken professionals en vrijwilligers per project in kaart te brengen. Deze zijn weergegeven in tabel 7.

	Aantal unieke deelnemers	Aantal unieke bezoekers
Gemiddeld	333	1600
Minimaal	1	1
Maximaal	7664	30530
Aantal projecten	128	123

Tabel 7. Aantal betrokken professionals en vrijwilligers per project (n projecten = 245)

Het kan helpen om verschillende professionals te betrekken bij het project. Bijvoorbeeld een professional vanuit zorg en welzijn gericht op begeleiding van de doelgroep (en in staat om het 'goede' gesprek met de deelnemer te voeren) en een professional gericht op het bijbrengen van de benodigde artistieke / kunst vaardigheden Binnen projecten zijn welzijnswerkers en kunstprofessionals dan complementair aan elkaar.

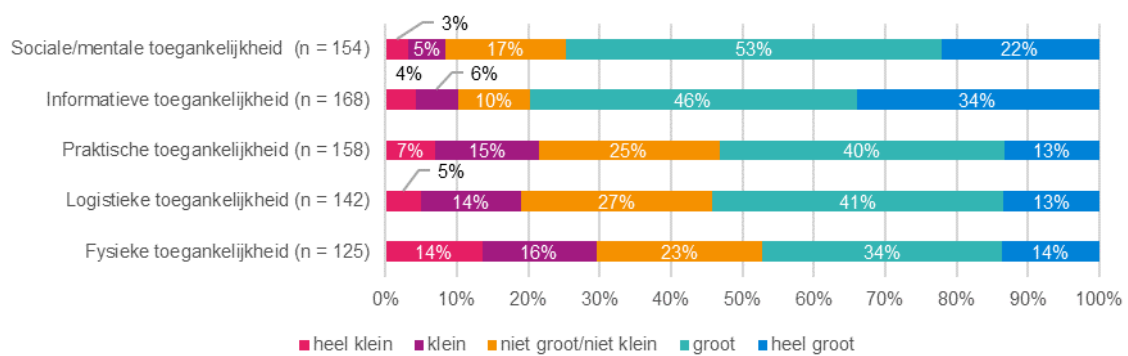
## 2.9 Toegankelijkheid

### Algemeen

Per project is aangegeven wat volgens de projectleiders de grootste drempels zijn voor de doelgroep voor actieve cultuurparticipatie. Daarvoor is een aantal vormen voor toegankelijkheid geformuleerd:

- a. Fysieke toegankelijkheid;
- b. Logistieke toegankelijkheid;
- c. Informatieve toegankelijkheid (online en offline);
- d. Sociale en mentale toegankelijkheid;
- e. Praktische/financiële toegankelijkheid.

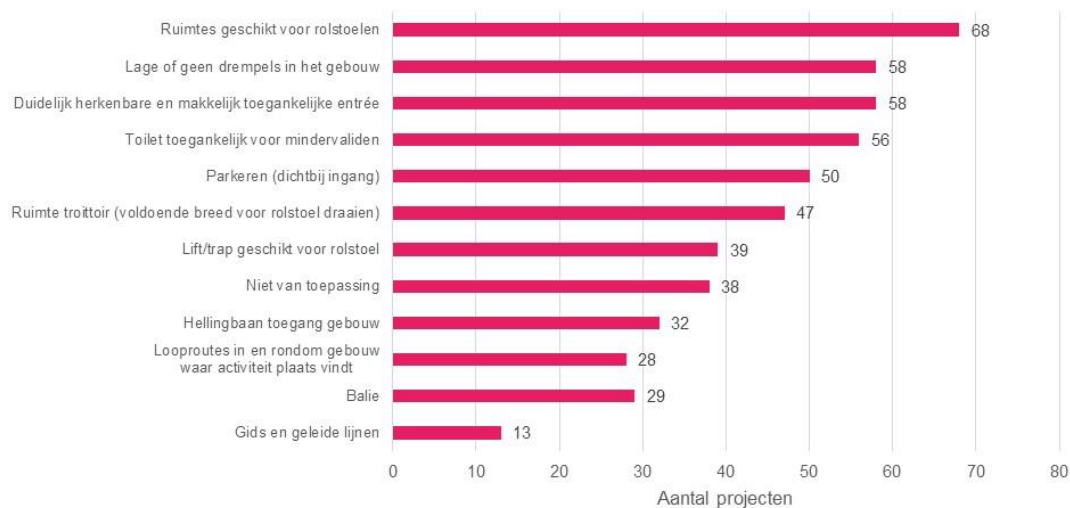
In figuur 13 geven we per vorm van toegankelijkheid aan hoeveel projectleiders dit deze vorm als grootste drempel voor de doelgroep zien. De meeste projectleiders geven aan dat de doelgroep voornamelijk informatieve en sociale/mentale drempels ervaart. De projectenmonitor bevat informatie over de aspecten waarmee rekening is gehouden om deze toegankelijkheid voor de doelgroep bij het project te vergroten. Hierbij wordt naast de bovengenoemde vijf vormen van toegang, ook gevraagd naar aspecten om de digitale toegang te vergroten. De aspecten per vorm van toegankelijkheid zijn weergegeven in figuur 14 tot en met figuur 19.



Figuur 13. Aantal projecten waarvoor de grootste drempel voor de doelgroep een bepaalde vorm van toegankelijkheid is (n projecten = 100)

### Fysieke toegankelijkheid

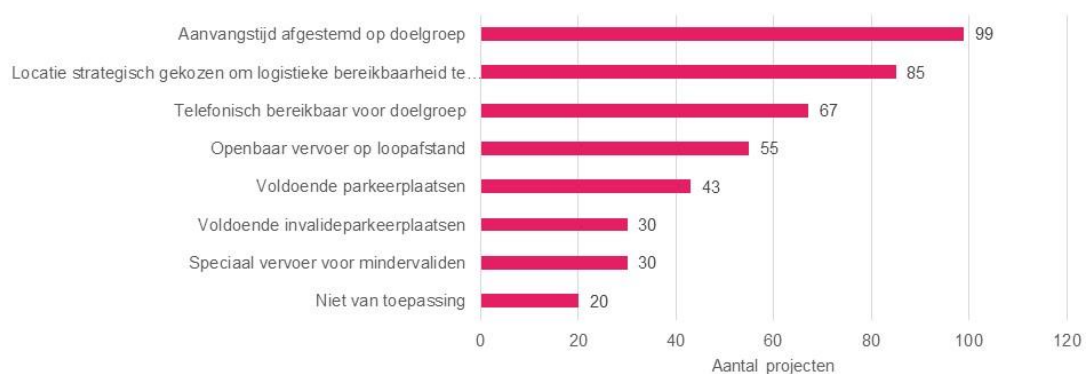
In figuur 14 staat het aantal projecten dat gericht is op specifieke onderdelen van fysieke toegankelijkheid.



Figuur 14. Aantal projecten dat gericht is op de fysieke toegankelijkheid (n projecten = 128)

### Logistieke toegankelijkheid

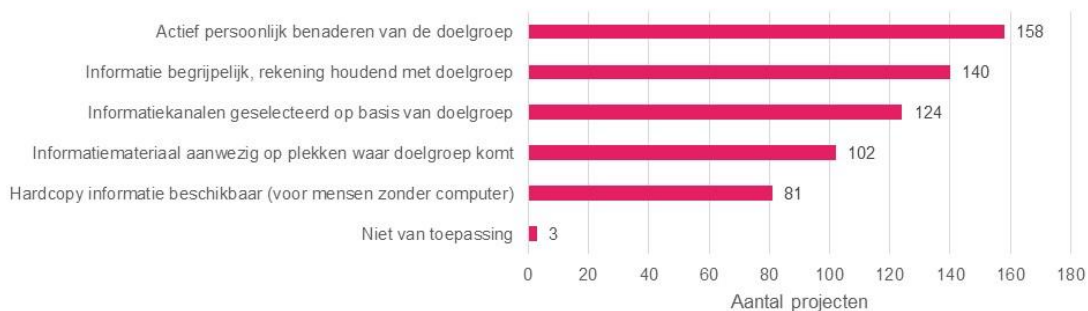
In figuur 15 staat het aantal projecten dat gericht is op logistieke toegankelijkheid. Er zijn vooral veel projecten die gericht zijn op het afstemmen van de aanvangstijd op de doelgroep en het strategisch kiezen van de locatie om logistieke bereikbaarheid te vergroten.



Figuur 15. Aantal projecten dat gericht is op de logistieke toegankelijkheid (n projecten = 154)

### *Informatieve toegankelijkheid*

In figuur 16 staat het aantal projecten dat gericht is op informatieve toegankelijkheid. Er zijn vooral veel projecten die gericht zijn op het actief persoonlijk benaderen van de doelgroep en begrijpelijke informatievoorziening, rekening houdend met de doelgroep.



Figuur 16. Aantal projecten dat gericht is op de informatieve toegankelijkheid (n projecten = 167)

### *Digitale toegankelijkheid*

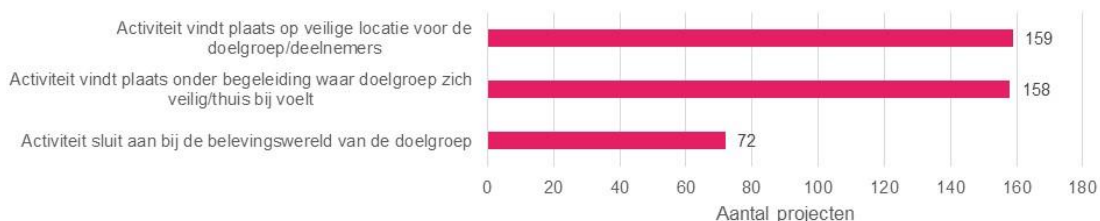
Als het gaat om digitale toegankelijkheid zijn relatief veel projecten gericht op een website in gebruiksvriendelijke vorm, opmaak en taalgebruik en informatie die eenvoudig online te vinden is via zoekmachines of via websites die de doelgroep al gebruikt, zie figuur 17.



Figuur 17. Aantal projecten dat gericht is op digitale toegankelijkheid (n projecten = 130)

### *Sociale/mentale toegankelijkheid*

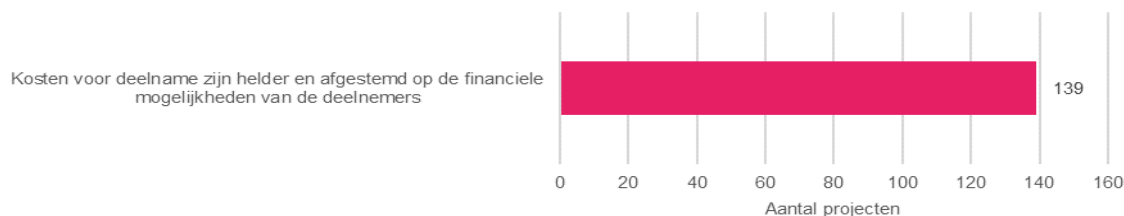
In figuur 18 staat het aantal projecten dat gericht is op sociale/mentale toegankelijkheid.



Figuur 18. Aantal projecten dat gericht is op sociale/mentale toegankelijkheid (n projecten = 172)

## Praktische toegankelijkheid

De projectenmonitor bevat één aspect dat gerelateerd is aan praktische toegankelijkheid, deze is weergegeven in onderstaand figuur.

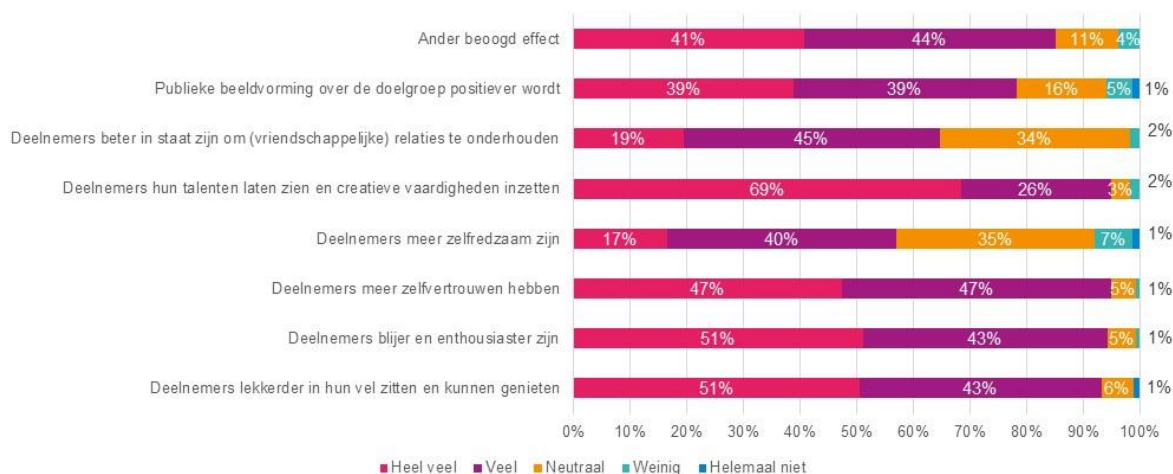


Figuur 19. Aantal projecten dat gericht is op praktische toegankelijkheid (n projecten = 139)

Tijdens de expertsessie hebben we besproken hoe je als projectleider een veilige omgeving kunt creëren. De projectleiders gaven aan dat het belangrijk is om een eerste periode (bijvoorbeeld een halfjaar) vaste gezichten te hebben tijdens het project zodat er een band wordt opgebouwd met de deelnemers. Verder is het van belang om goed te luisteren naar de doelgroep en niet te snel en niet te langzaam gaan in de aanpak in projecten. Er moet goed gekeken worden naar de behoeften van de persoon en hierbij kaders stellen zodat er duidelijkheid is voor de deelnemer. Bij het combineren van verschillende leeftijdsgroepen en/of doelgroepen is het creëren van veiligheid erg belangrijk.

## 2.10 Beoogd effect op de deelnemers

In figuur 20 is te zien wat het beoogde effect is van projecten op de deelnemer. Deze vraag is door de projectleider ingevuld voorafgaand aan het project. De projectleider geeft op een schaal van 1 tot en met 5 aan in hoeverre het project bijdraagt aan dit effect, waarbij een hoger cijfer impliceert dat het project meer bijdraagt aan het effect.



Figuur 20. Beoogde effect op deelnemers (n projecten ligt tussen de 150 en 180)

Onder 'ander beoogd effect' zien we het volgende terug:

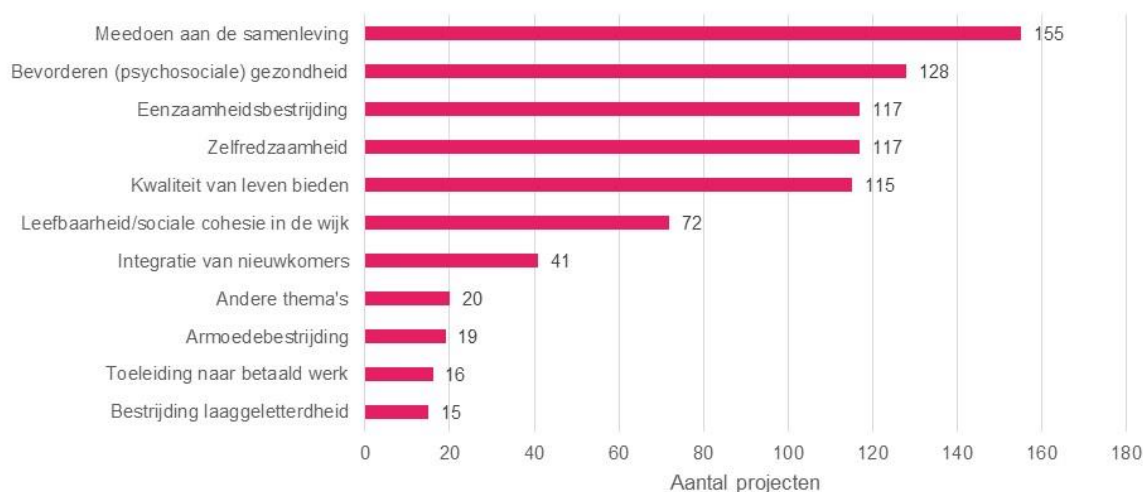
- Mensen met en zonder beperking leren van elkaar.
- Het aanbieden van nieuwe tools voor de alledaagse zorgtaken van begeleiders om meer beleving op te leveren voor de cliënten. Het laat tevens de begeleiding zien dat sommige cliënten taalvaardiger zijn dan verwacht.
- Stimuleren sociaal burgerschap.
- Taalverwerving.
- Emancipatie.

- f. Ontwikkelen van het empathisch vermogen waardoor de doelgroep beter hun emoties kan begrijpen en deze ook beter kunnen uiten.
- g. Gesprek over migratie aangaan.
- h. De verbinding versterken met de omgeving en aantrekkelijk werkgeverschap.
- i. Meedraaien in de maatschappij.
- j. Zorgen voor trots en/of herstel.
- k. Weerbaarder worden.
- l. Drempels verlagen om aan cultuur deel te nemen.
- m. Deelnemers verbinden met groepen uit andere maatschappelijke lagen.

Voor veel projectleiders draait het om het samenbrengen van de verschillende werelden.

## 2.11 Aansluiting bij thema's in zorg en welzijn

De aanvragers kunnen bij tien onderwerpen aangeven of hun project aansluit bij thema's uit het sociaal domein, zie figuur 21. Aanvragers kunnen meerdere onderwerpen per project aanvinken. Meedoen aan de samenleving, bevorderen van de psychosociale gezondheid, eenzaamheidsbestrijding, zelfredzaamheid en kwaliteit van leven bieden, worden met name genoemd.



Figuur 21. Thema's uit het sociaal domein (n projecten = 179)

Onder de categorie 'andere thema's' worden de volgende punten benoemd:

- a. Vergroten van de veerkracht bij de doelgroep en het vergroten van het vertrouwen in hun eigen kunnen. Hieraan gerelateerd zijn het versterken van het toekomstperspectief van de doelgroep, en het krijgen van een grotere eigenwaarde.
- b. Zorgen voor een vaste bezigheid van de doelgroep wat kan leiden tot nieuwe zingeving.
- c. Troost en herstel bieden voor mensen na een heftige levenservaring. Het project zou kunnen zorgen voor meer plezier en levensvreugde en minder agitatie.
- d. Representatie en beeldvorming veranderen van de doelgroep. Hierbij hoort het opheffen van vooroordelen en het vergroten van inclusie en diversiteit vergroten. Gerelateerde thema's zijn empowerment en de LHBTIQ+ community.
- e. Verbeteren van cognitieve functies en spraak.
- f. Preventie van jeugdcriminaliteit.
- g. Zelfexpressie en emotieregulatie.
- h. Versterken van de autonomie en eigenaarschap.
- i. Toegankelijk maken van het begrip ouder worden en de betekenis daarvan.

j. Lokaal leerecosystemen creëren.

Een projectleider geeft aan dat in de reguliere theaters doorgaans geen plaats is voor mensen met een beperking. Om hun talenten te laten ontwikkelen is meer tijd en geduld nodig. Een andere projectleider geeft aan dat er weinig creatieve activiteiten zijn voor mensen met een verstandelijke beperking waarbij fantasie wordt gestimuleerd en de doelgroep mentaal wordt uitgedaagd. Ook de groep kwetsbare ouderen wordt door een aantal projectleiders genoemd als een 'vergeten' groep in het culturele aanbod.

Door de uitvoering van activiteiten leren deelnemers van elkaar wat ervoor zorgt dat mensen meer naar elkaar omkijken. Doordat deelnemers hun eigen verhaal delen en het gesprek openen over bijvoorbeeld het leven met een beperking, hopen projecten bij te dragen aan het vergroten van begrip in de samenleving. Dit bevordert de kansen om mee te doen in de samenleving.

Projecten kunnen ervoor zorgen dat deelnemers minder snel terugvallen in een zorgvraag. Deelnemers leren vaardigheden die zij de rest van hun verdere leven kunnen gebruiken. Ze groeien in zelfvertrouwen, eigenaarschap en zelfredzaamheid.

Tips ten aanzien van aansluiting bij thema's in zorg en welzijn:

- Zelfontplooiing en zelfreflectie kunnen worden versterkt door middel van het maken van een opname en deze bespreken met elkaar.
- Door per deelnemer een doel te formuleren en coaches en zorgmedewerkers hierop te laten rapporteren ontstaat een beeld van hoe het project invloed heeft op het welzijn van de deelnemer.
- Deelnemers vragen om eenzame kennissen, vrienden of familie mee te nemen, zodat een hechter wordende community kan ontstaan.
- Zintuiglijke ervaringen kunnen helpen om herinneringen op te halen.

## 2.12 Rol van de doelgroep

In de projectenmonitor is gevraagd welke rol de doelgroep krijgt tijdens de voorbereiding en uitvoering van het project, zie figuur 22.



Figuur 22. Invulling rol van de doelgroep in projecten (n projecten = 174)

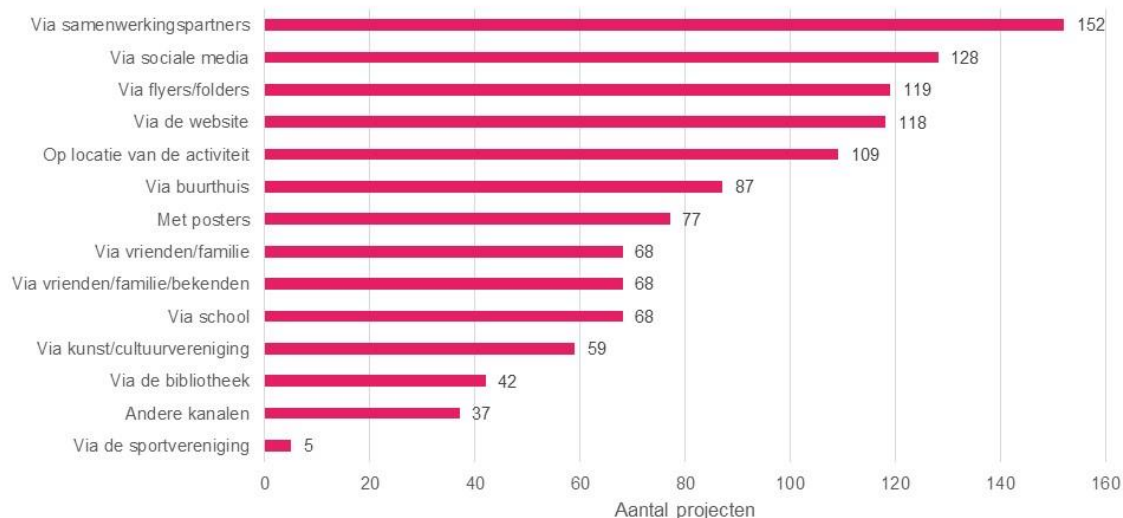
De projectleiders kunnen in de projectenmonitor een toelichting geven bij de rol van de doelgroep. Op basis van deze toelichting zien we hoe praktijken de inspraak en samenwerking met de doelgroep organiseren:

- De deelnemer krijgt zoveel mogelijk zeggenschap over de inhoud.
- De organisatie wordt geadviseerd door een denktank of klankbordgroep waar onder meer mensen vanuit de doelgroep deelnemen.
- De professionals en de deelnemers maken de voorstelling samen. Het is hierbij belangrijk om een gelijkwaardige samenwerking te hebben.
- Vastomlijnd aanbod op basis van de interessegebieden van de doelgroep. Vooraf is er met de doelgroep gesproken over wat zij belangrijk vinden.

De aanwezige projectleiders tijdens de expertsessie benoemen dat het opzetten van een project een wisselwerking is van de professional en de doelgroep. Een projectleider geeft aan dat de doelgroep in het begin vaak nog niet weet wat hij/zij wil doen. Het is dan de taak van de professional om dat te achterhalen. Later in het traject, zal de deelnemer zelf meer in de lead zijn. Bij één project staat het eerste halfjaar in het teken van beeldvorming waarbij meerdere disciplines aan bod komen, waarna de deelnemer kan kiezen wat hij/zij interessant lijkt. Een ander project organiseert een inspiratiesessie aan het begin om deelnemers over meerdere disciplines uitleg te geven.

### 2.13 Werving van deelnemers/bezoekers

Aan de projectleiders werd gevraagd op welke manier zij de deelnemers werven. Partners die de doelgroep goed kennen, social media en mondelinge reclame/peer-to-peer werken goed.



Figuur 23. Manieren van het werven van de doelgroep (n projecten = 187)

Voorbeelden van hoe projectleiders de deelnemers/bezoekers werven:

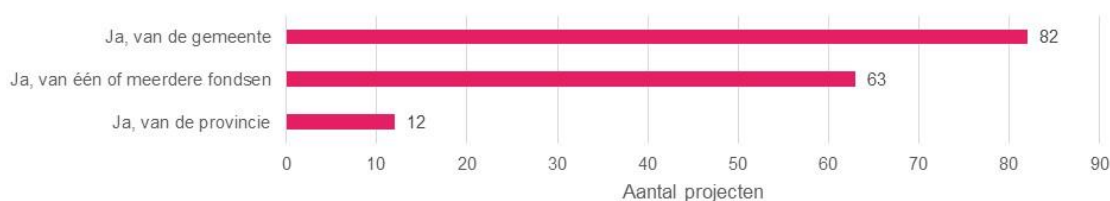
- Aanspreken van het netwerk van de aanvragende organisatie en dan van de samenwerkingspartners. Bijvoorbeeld door mediapakketten met poster, logo's/banners, persberichten verspreiden onder samenwerkende organisaties.
- Via oud-deelnemers die als ambassadeur functioneren.
- Aanspreken van de doelgroep op andere evenementen.
- Posters ophangen in wachtruimtes.
- Het organiseren een workshop of proefles zodat potentiële deelnemers ervaring opdoen met het project en toelichting ontvangen op het project. Samenwerkingspartners ondersteunen de aanvragende organisatie door het regelen van de locatie, de ondersteuning van de deelnemers en de communicatie in de wijk of regio.

#### Tips voor werving:

- Een specifiek onderwerp zorgt voor focus en houvast in de communicatie.
- Wees aanwezig op de locatie waar de doelgroep veel komt zodat werving plaats vindt in een voor de beoogde doelgroep vertrouwde omgeving.
- Zorg dat professionals, begeleiders of activiteitenbegeleiders weet hebben van het project om de doelgroep te motiveren voor deelname.
- Zet ambassadeurs vanuit de doelgroep in om deelnemers te werven zodat je aansluit bij de juiste terminologie en kanalen.
- Organiseer een proefworkshop zodat mensen op een vrijblijvende en laagdrempelige manier kennis maken met het project.

## 2.14 Financiering

De projectenmonitor brengt in kaart of er bij de projecten sprake is van cofinanciering door de gemeente, de provincie of fondsen. Een project kan door meerdere instellingen gefinancierd worden, waardoor er sprake is van overlap in onderstaand figuur. Voor 26 projecten geldt dat zij door 2 van de onderstaande opties gefinancierd worden en 3 projecten maken gebruik van alle drie de opties (gemeente, fondsen en provincie). Van de 12 projecten die een bijdrage ontvangen vanuit de provincie, ontvangen 11 tevens een bijdrage vanuit de gemeente.



Figuur 24. Mate van cofinanciering bij projecten (n projecten = 115)

In tabel 8 is te zien in welke provincie er projecten zijn waarbij sprake is van cofinanciering door gemeente of provincies. In de provincies Overijssel en Noord-Brabant wordt er het vaakst een bijdrage geleverd door de provincie.

Provincie	Aantal projecten met financiering door	
	gemeente	provincie
Drenthe	2	0
Flevoland	1	0
Friesland	4	1
Gelderland	10	1
Groningen	7	2
Limburg	9	1
Noord-Brabant	9	3
Noord-Holland	19	0
Overijssel	9	4
Utrecht	15	0
Zeeland	1	0
Zuid-Holland	21	0
Aruba	0	0
Curaçao	0	0
St. Maarten	0	0
Caribisch deel van het Koninkrijk	0	0
St. Eustatius	0	0
Saba	0	0

Tabel 8. Aantal projecten per gemeente waarbij sprake is van cofinanciering door gemeente of provincies



# 3 Reflectie projectleiders, professionals en deelnemers/ bezoekers

De volgende analyses gaan over de vragen die betrekking hebben op de afgeronde projecten en waarvoor de reflectieverslagen zijn ingevuld. Omdat de meeste projecten in de projectenmonitor nog worden uitgevoerd, zijn daarvoor nog geen reflectiegegevens beschikbaar. Daardoor zijn de aantallen projecten in dit hoofdstuk kleiner dan in het voorgaande hoofdstuk. Als er in dit hoofdstuk gesproken wordt over individuele reflectieverslagen van deelnemers hebben we het enkel over de gegevens die in de projectenmonitor staan.

## 3.1 Aantal bereikte deelnemers

Op basis van de reflectieverslagen kunnen we in kaart brengen hoeveel unieke deelnemers en of bezoekers de projecten gemiddeld hadden. Dit is weergegeven in onderstaande tabel. Niet alle projecten hebben bezoekers, er zijn ook projecten die enkel deelnemers hebben.

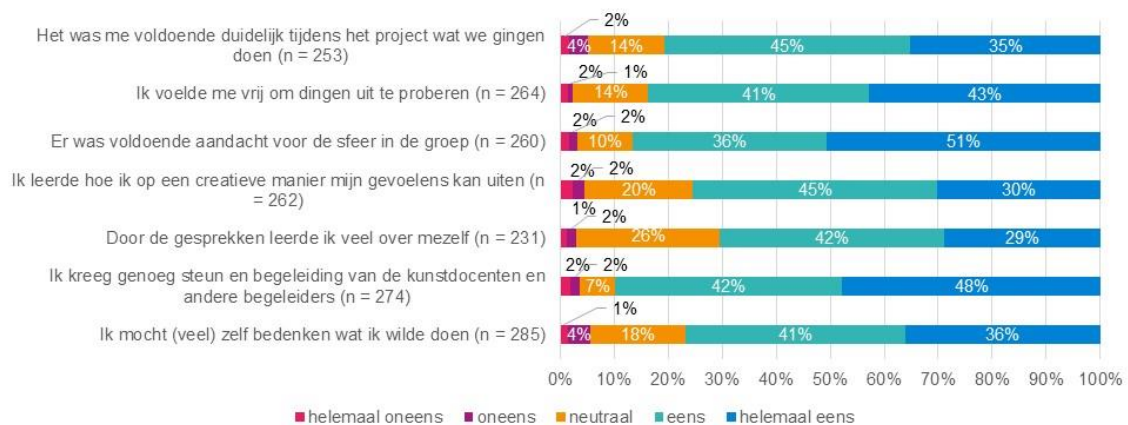
	Aantal unieke deelnemers	Aantal unieke bezoekers
Gemiddeld	333	1600
Minimaal	1	1
Maximaal	7664	30530
Aantal projecten	128	123

Tabel 9. Aantal unieke deelnemers en unieke bezoekers

## 3.2 Rapportcijfer

In de reflectieverslagen geven zowel de deelnemers als de professionals hun algemeen rapportcijfer van het evenement/project. Het gemiddelde rapportcijfer van de deelnemer en de professional ligt dicht bij elkaar, namelijk een 8,2 en een 8,3 respectievelijk. Bij de rapportcijfers geven zowel de deelnemers als de professionals een toelichting met de reden waarom zij voor dit cijfer hebben gekozen.

Onderstaande figuur laat zien welke elementen naar mening van de deelnemers bijdroegen aan het bereiken van de doelen.



Figuur 25. Stellingen over elementen die bijdroegen aan het bereiken van de doelen en de doelgroep (volgens de deelnemer; n projecten = tussen de 36 en 40)

Zowel deelnemers als professionals ervaren de goede sfeer, de respectvolle wijze van communicatie, de veiligheid, de mogelijkheid dat deelnemers nieuwe ervaringen opdoen als positieve punten. Ook is regelmatig benoemd dat een project mensen in hun kracht zet en mensen verbindt.

Professionals voegen nog toe dat de samenwerking met andere partners erg positief is. ("Doordat gedurende het project andere bedrijven geïnspireerd raakten, kwamen er meerdere samenwerkingen op gang".) Ook geven professionals aan dat ze hebben geleerd hoe het beste om te kunnen gaan met specifieke doelgroep en ze waarderen dat het project mogelijkheid bood om met specifieke doelgroepen in contact te komen. Ook biedt het artistieke mogelijkheden met diverse doelgroepen die je als zzp'er alleen niet bereikt, aldus een respondent.

---

*"Tijdens het project werd het belang van het project steeds meer zichtbaar waardoor dit heeft bijgedragen aan wederzijds respect."*

*Samen en toch individueel een beeld maken, dit kunnen delen met elkaar en door het te doen van elkaar te kunnen leren, een mooie manier van werken waar niet altijd woorden bij nodig zijn en toch een verhaal vertelt."*

---

Naast bovengenoemde positieve aspecten benoemen deelnemers de volgende aandachtspunten:

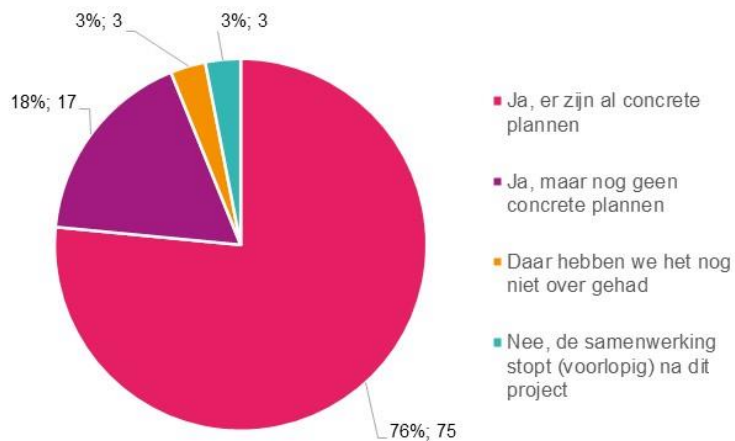
- De duur van het project is een aspect dat veel genoemd wordt.
- Tijdstip van de training en intensiteit.

Professionals noemden de volgende aspecten die beter kunnen:

- Elkaar leren kennen als samenwerkingspartners kost tijd. Dit is met name een aandachtspunt met samenwerkingspartners vanuit verschillende disciplines.
- Belang van goede en tijdige communicatie.
- Om het project beter te maken, zou er meer tijd en geld nodig moeten zijn voor de begeleiding.
- Sommige programma's zijn (te) intens voor deelnemers.

### 3.3 Samenwerking

Of er een duurzaam samenwerkingsverband is ontstaan is te zien in figuur 26. Voor een groot deel zijn er al concrete plannen om een duurzaam samenwerkingsverband op te zetten. Een enkeling geeft aan het hierover nog niet gehad te hebben.



Figuur 26. Percentage en aantal projecten waarbij duurzame samenwerkingsverbanden zijn ontstaan tussen instellingen uit het cultureel en sociaal domein (n projecten = 98)

In de projectenmonitor wordt gevraagd in welke mate er sprake is van de volgende elementen: 'heldere rolverdeling'; 'draagvlak voor werkwijze'; 'heldere open communicatie'; 'we begrijpen elkaars praktijk'; 'flexibiliteit' en 'wederzijds respect'. Naast deze elementen, werd aan de projectleider ook gevraagd in welke mate 'gezamenlijkheid in ambitie' bijdroeg aan de samenwerking tussen de culturele sector en het sociaal domein. De professional en de projectleider konden hierbij een cijfer van 1 tot 10 geven in welke mate hiervan sprake was bij de samenwerking tijdens het project. De gemiddelde scores per element zijn weergegeven in onderstaand figuur. Hierin is te zien dat alle elementen als relevant worden gezien, maar dat wederzijds respect en een heldere rolverdeling uitermate belangrijk is.



Figuur 27. Elementen betreffende de samenwerking tussen de culturele sector en het sociaal domein binnen een project (n projectleider = 97; n professionals = 400)

### 3.3.1 Stimulerende factoren in de samenwerking

Hieronder noemen we een aantal aspecten die volgens de projectleiders bijdragen aan een goede samenwerking, aanvullend op de elementen die zijn genoemd in figuur 27.

**Complementariteit.** Het delen van elkaars praktijk/werkwijze en het kunnen (en willen) leren van elkaar, zorgt voor een goede samenwerking. Op deze manier wordt de expertise, kennis en kunde vergroot van beide organisaties. Door te samenwerken ontstaat er meer kennis over de doelgroep. Een projectleider geeft aan dat het helpt om jezelf de vraag te blijven stellen: 'wat kan ik bijdragen aan het proces van de ander?'

Voortdurend een ander perspectief toelaten bij de start van de organisatie van de activiteiten, wordt door veel projectleiders als goed ervaren. Een projectleider geeft aan dat hij aan het begin van het project een 'teach-the-teacher' bijeenkomst organiseert zodat de betrokken partijen van elkaar kunnen leren.

---

*"Het is belangrijk om te blijven communiceren over zowel de punten waarin je elkaar vindt, als waarin je van elkaar verschilt. Om begrip te kunnen hebben voor de beperkingen van je samenwerkingspartners, én om ieders mogelijkheden zo goed mogelijk in te kunnen zetten"*

---

**Professionals.** Werken met bevoegen professionals met passie, doorzettingsvermogen en visie helpt bij het realiseren van een goede samenwerking. Het hebben van een hoge mate van betrokkenheid van de deelnemende partijen is hierbij belangrijk. Naast doorzettingsvermogen, visie en betrokkenheid is het ook belangrijk dat de professionals flexibel zijn, toewijding hebben, open zijn, vakmanschap tonen, een groot inlevingsvermogen hebben, respectvol zijn en ook de wil hebben om er iets moois van te maken.

**Vast team met heldere taak- en rolverdeling.** Een heldere taak- en rolverdeling tussen de verschillende partijen is belangrijk. Een projectleider geeft bijvoorbeeld aan afspraken te hebben gemaakt dat de sociale werkers zich richten op de begeleiding van de deelnemers/bezoekers en de andere professionals zich focussen op het artistieke deel van het project. Het hebben van een vaste kern met programmamedewerkers die zich inzetten voor het project helpt bij de samenwerking. Een projectleider geeft aan dat het goed is om een team van meerdere disciplines te hebben, die regelmatig overleggen over de gang van zaken.

**Vast overleg** De frequentie van overleg wordt door meerdere projectleiders genoemd als belangrijk bij een goede samenwerking. Structurele afstemmingsmomenten en op tijd overleg hebben over het werven van deelnemers zijn voorbeelden van aspecten die de projectleiders hierbij benoemen.

**Evaluatie.** Het is van belang om na afloop van iedere bijeenkomst de tijd te nemen voor evaluatie. Tijdens deze evaluatiesessies kan er samen goed gekeken worden naar de inhoud, het bereik, hoe de communicatie verloopt en de impact van de projecten. Het is belangrijk om samen succes te vieren.

### 3.3.2 *Belemmerende factoren in de samenwerking*

**Benodigde tijd.** Niet alle samenwerkingspartners geven dezelfde prioriteit aan een project. Naast prioritering ontbrak de mate van urgentie bij sommige samenwerkingspartners. Het evenement wordt soms gezien als een extern project, in plaats van een onderdeel van de organisatie. Projectleiders geven aan dat het verschil in tijdsinvestering tussen partners de samenwerking soms lastig maakt.

Projectleiders benoemen geregeld dat er te weinig tijd is vrijgemaakt om het plan van aanpak goed met elkaar te bespreken. Ook is er vaak te weinig tijd ingepland voor de ontwikkelfase, wat zorgt voor veel werkdruk. In een relatief korte periode moeten er veel keuzes gemaakt worden en dat geeft druk op de cocreatiefase.

Een groot aandeel van de projecten in de projectenmonitor vond in de zomer plaats. Projectleiders geven echter aan dat een groot aandeel mensen minder aanwezig waren in verband met de zomervakantie. Dit vermoeilijkt de samenwerking en het opzetten van het project.

Een aantal projectleiders ervaart het werken met vrijwilligers als een belemmerende factor omdat zij naast het organiseren van het project ook verantwoordelijkheden/verplichtingen hebben bij hun werkgever. Hierdoor kunnen zij zich niet 100% inzetten voor het project.

**Partijen kennen elkaar nog onvoldoende.** Projectleiders benoemen dat het samenwerken met meerdere partijen ook vraagt om afstemming met verschillende werkwijzen van de betrokken organisaties. Het risico bestaat dat er misvattingen over ieders bijdrage zijn.

**Financiering.** Projectleiders geven aan dat onzekerheid over de financiering van het project ervoor zorgt dat er nog geen zicht is op een langdurige samenwerking. Bij sommige partners ontstond er weerstand over de financiële bijdrage, wat ervoor zorgde dat de samenwerking soms te vrijblijvend was in de ogen van de projectleider.

**Pandemie/corona.** Een aantal projecten vond plaats tijdens de coronaperiode. Aanpassingen die plaatsvonden waren onder meer het kleiner maken van de groepen, het zoeken naar andere locaties en meer digitaal inrichten van overleggen en activiteiten.

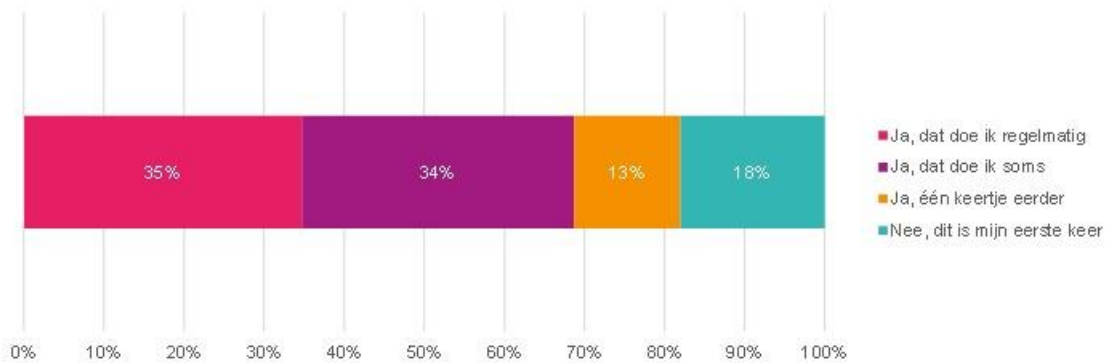
Tips:

- f. Neem genoeg tijd om elkaar te leren kennen, het gezamenlijke doel van het project te bespreken en afspraken te maken over de samenwerking. Maak duidelijke afspraken over taak- en rolverdeling, waarbij iedere samenwerkingspartner zijn expertise en kennis goed kan inzetten.
- g. Werk in de beginfase al intensief samen.
- h. Evalueer (tussentijds) de samenwerking.

### 3.4 Deelnemers die eerder betrokken waren

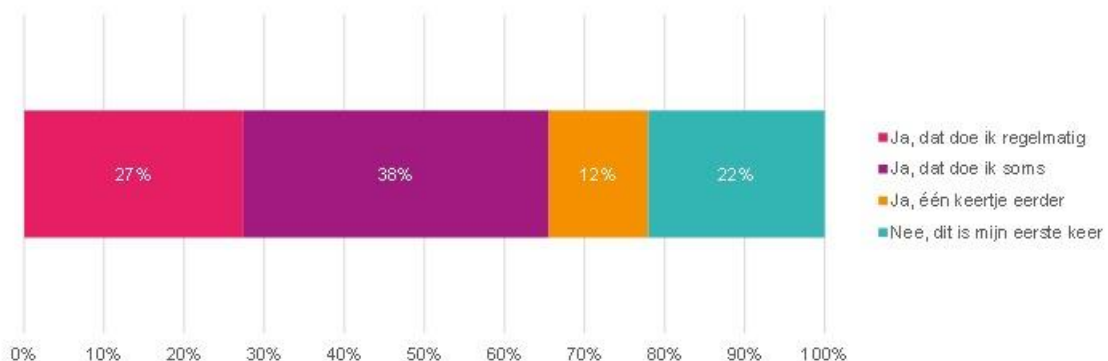
In de vragenlijst aan de deelnemers wordt gevraagd of zij al eerder als bezoeker aanwezig zijn geweest bij een culturele activiteit. In figuur 28 en figuur 29 is te zien dat de meerderheid van de deelnemers aan de projecten al eerder een culturele activiteit heeft bezocht of hieraan heeft deelgenomen. Een deel geeft ook aan niet te weten of ze eerder mee hebben gedaan als bezoeker of als deelnemer. Deze aantallen zijn niet weergegeven in de figuur.

#### Actief geweest bij cultureel evenement?



Figuur 28. Ben je wel eens eerder bij een culturele activiteit geweest waar je zelf actief was? (n deelnemers = 316; n projecten = 35)

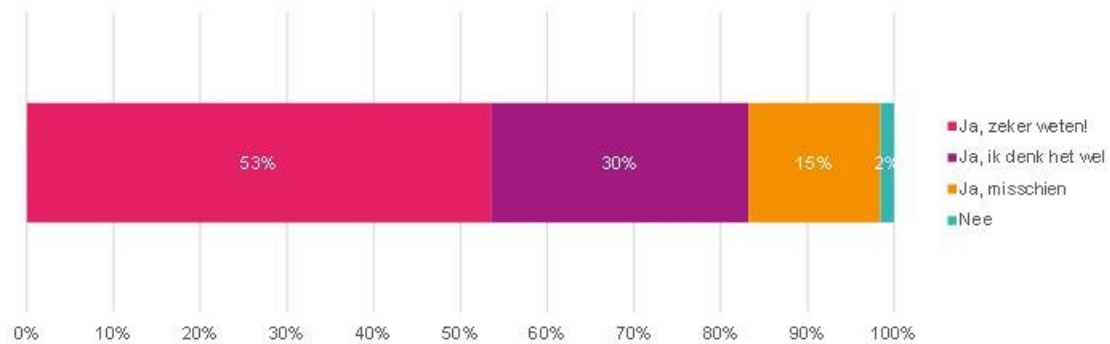
#### Als bezoeker aanwezig geweest bij cultureel evenement?



Figuur 29. Ben je wel eens eerder als bezoeker aanwezig geweest bij een culturele activiteit? (n deelnemers = 325; n projecten = 36)

### Vaker meedoen aan dit soort culturele evenementen?

Aan de deelnemers werd ook gevraagd of zij vaker mee zouden doen aan dit soort evenementen. In onderstaand figuur is te zien dat de helft van de deelnemers zeker weer mee gaat doen aan dit type evenementen.



Figuur 30. Denk je dat je vaker gaat meedoen aan dit soort activiteiten? (n deelnemers = 340; n projecten = 36)

Redenen die deelnemers geven om vaker naar vergelijkbare activiteiten te gaan zijn onder meer de volgende:

- De deelnemer voelt zich (mentaal) beter door deelname en heeft meer zelfvertrouwen.
- De deelnemer maakt vrienden, leert nieuwe mensen kennen en het zorgt voor verbinding.
- De deelnemer ervaart ontspanning door deelname aan de activiteit.
- De activiteiten zijn inspirerend en het helpt de deelnemer zijn/haar kwaliteiten in theater/dans te verbeteren.
- De projecten bieden een mooie mogelijkheid voor de deelnemer om meer te weten te komen over andere kunstvormen.

---

*"Ik vind het belangrijk om een creatieve uitlaatklep te hebben. Het helpt me om te groeien, te relativeren en het bevordert mijn gezondheid. Ik pieker minder, slaap beter en heb het gevoel dat mijn verhaal ertoe doet."*

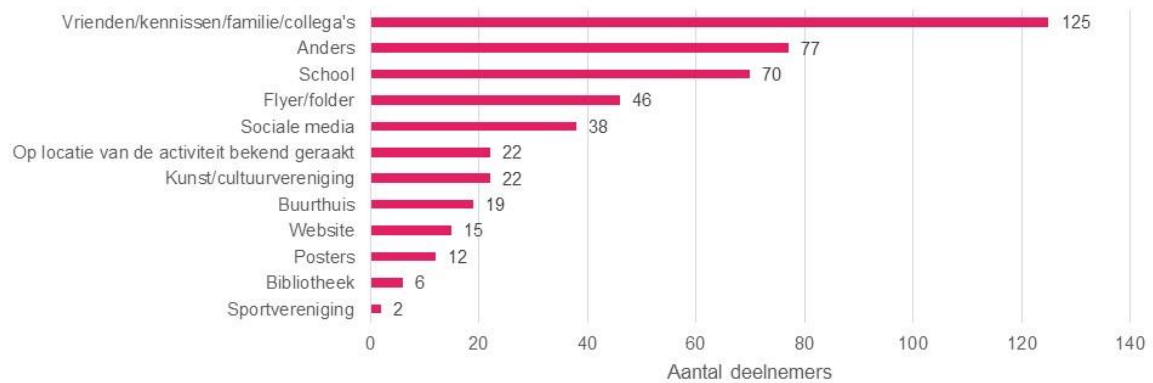
*"Je zelfvertrouwen groeit door dit soort activiteiten. Je creëert structuur voor jezelf op een laagdrempelige manier."*

---

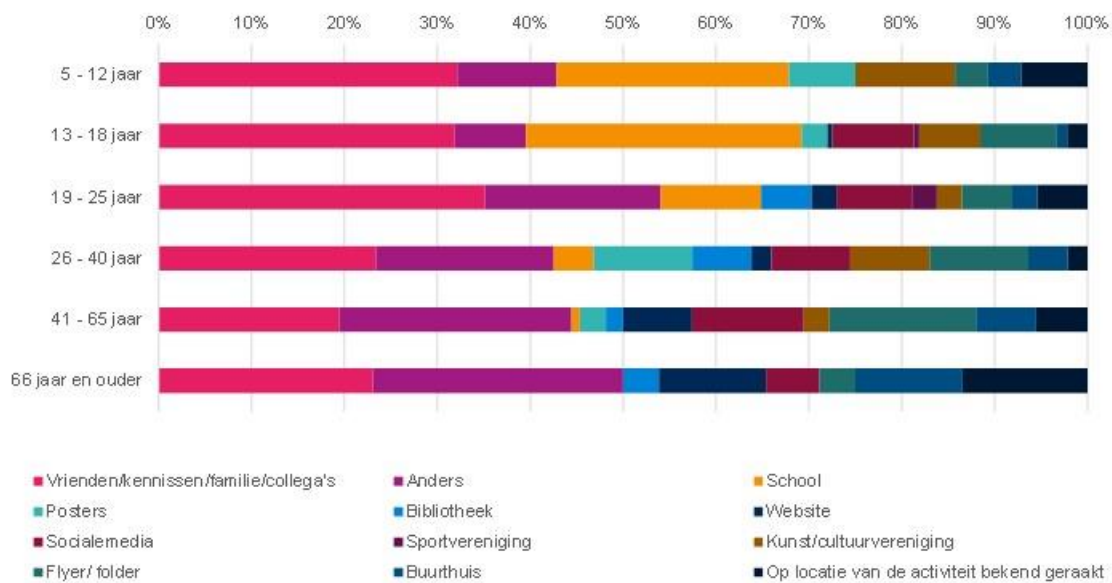
Redenen waarom deelnemers nog niet weten of ze weer een keer gaan deelnemen zijn beschikbare tijd, kosten en locatie. Ook geven deelnemers aan eerst te willen weten welke andere deelnemers weer gaan participeren zodat ze in een vertrouwde club terechtkomen.

### 3.5 Bekendheid

In de reflectieverslagen van de deelnemers wordt gevraagd hoe zij van het bestaan van het evenement wisten. Dit betreft nuttige informatie voor de werving van de deelnemers. De deelnemers kunnen meerdere opties aangeven waardoor zij wisten van dit evenement, dit is weergegeven in figuur 31 en figuur 32. Het horen over het evenement van vrienden/kennissen/familie/collega's is veruit de meest benoemde manier waarop de meeste deelnemers van dit evenement wisten.



Figuur 31. Hoe wist je dat de activiteit er was? (n deelnemers = 348; n projecten = 41)



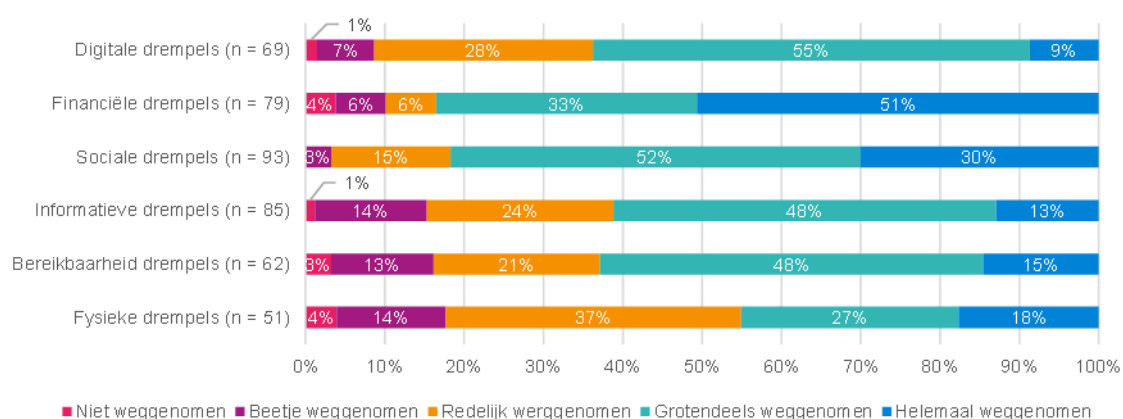
Figuur 32. Hoe wist je dat de activiteit er was? Uitgezet per leeftijdscategorie (n deelnemers 5-12 jaar = 20; 13-18 jaar = 134; 19-25 jaar = 25; 26-40 = 28 mensen; 41-64 = 81 mensen; 66+ = 48 mensen)

In de toelichting wordt aangegeven dat deelnemers op de volgende manieren van het evenement wisten: via krant, de lokale tv-zender, de nieuwsbrief van het buurthuis, internet en soms via een website voor bijvoorbeeld mantelzorgers. Ook lezen we terug dat deelnemers in het verleden al meegedaan hadden met een project of een ander evenement van dezelfde organisatie, en zodoende op de hoogte waren. Tot slot worden de volgende kanalen genoemd: via een professional (zoals een zorgmedewerker, huisarts, praktijk-ondersteuner, psycholoog, een medewerker van het buurtteam), via persoonlijke benadering of via een vrijwilligersorganisatie.

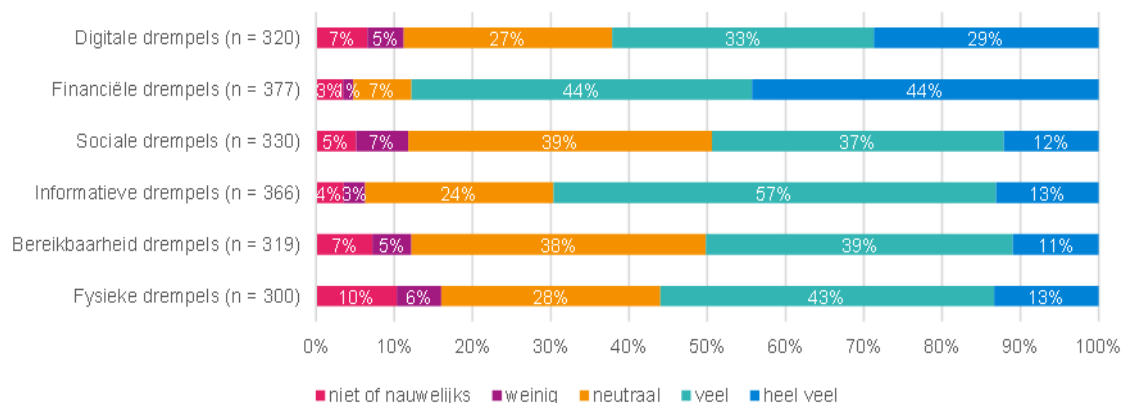
*"Ik heb me eerst aangemeld om deelnemers te ondersteunen, maar raakte zo enthousiast over het project dat ik zelf mee ben gaan doen."*

### 3.6 Toegankelijkheid vergroten

In de projectenmonitor zijn vragen opgenomen in welke mate het project volgens de professional en de projectleider heeft bijgedragen aan het verlagen van een aantal drempels voor cultuurdeelname. De professional beantwoordt in de projectenmonitor deze vragen op een vijfpuntsschaal waarbij hij/zij kan aangeven of het project niet, een beetje, redelijk, grotendeels of helemaal heeft bijgedragen aan het verlagen van een specifieke drempel. Zie figuur 33 voor de door de projectleider ingevulde verslagen en figuur 34 voor de door de professional ingevulde verslagen.



Figuur 33. Aantal projecten en de mate waarin de drempels verlaagd zijn (volgens de projectleider)

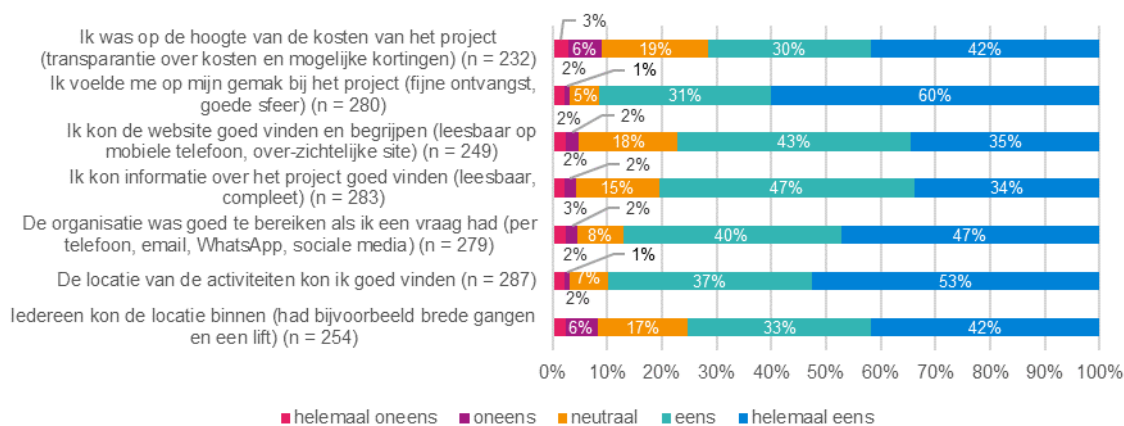


Figuur 34. Aantal projecten en de mate waarin de drempels verlaagd zijn (volgens de professional)

Naar mening van de projectleiders zijn het vooral de financiële en sociale drempels die zijn weggenomen. Een aanzienlijk kleiner deel van de professionals geeft aan dat het project heeft geholpen sociale drempels weg te nemen. Op basis van de reflectieverslagen van de professionals, zijn het vooral de financiële en informatieve drempels die zijn weggenomen middels het project.

Ook deelnemers zijn gevraagd hoe zij de toegankelijkheid hebben ervaren. Zie onderstaande tabel.





Figuur 35. Stellingen over ervaren drempels (volgens de deelnemer; n projecten = tussen de 36 en 40)

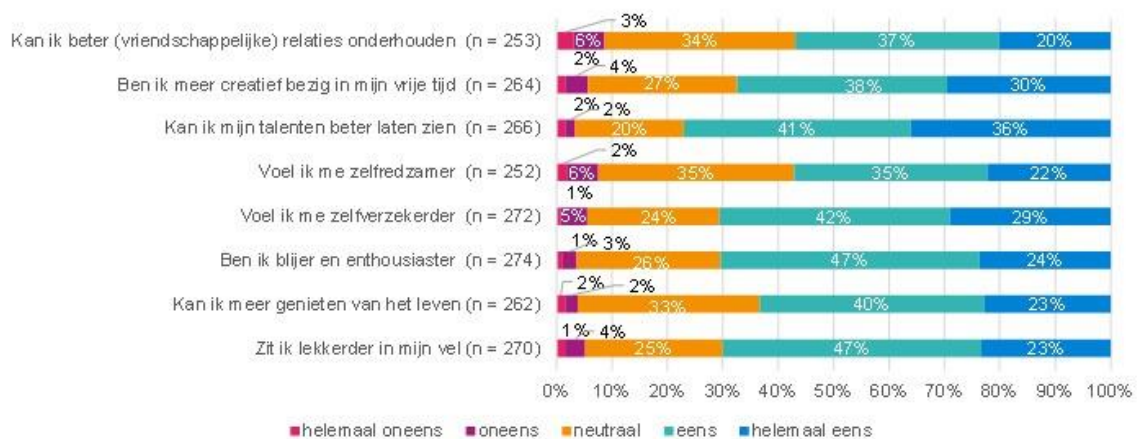
### 3.7 Effect op de deelnemers

Om het effect op de deelnemers te meten, zijn in de projectenmonitor vragen opgenomen waarvan in onderstaand figuur de gemiddelde waarden zijn weergegeven (vijfpuntsschaal). Uit de figuur blijkt dat de projectleider en de professional vergelijkbare effecten op de deelnemers hebben waargenomen. Zij geven aan dat deelnemers blij en enthousiast zijn tijdens het project.



Figuur 36. Effect op de deelnemers (n projectleider 90 – 100; n professional 360 – 410)

Ook de deelnemers hebben aangegeven wat het effect op hen persoonlijk geweest is, zie figuur 37. Het valt op dat de deelnemers over het algemeen het gevoel hebben dat zij hun talenten hebben kunnen laten zien, dat ze zelfverzekerder zijn en dat ze zich blijer en enthousiaster voelen.



Figuur 37. Beoogd effect op de deelnemers (volgens de deelnemer; n projecten = 39)

We zien de volgende antwoorden bij deelnemers terug als het gaat om de effecten:

- Door deelname is de deelnemer in contact gekomen met ander type mensen.
- Door deelname is de deelnemer in contact gekomen met mensen met dezelfde interesses en kunnen er andere evenementen samen worden gepland.
- Door deelname voelden deelnemers zich gezien en voelden ze dat mensen naar hen wilden luisteren.
- Door deelname kon de deelnemer zijn/haar creativiteit kwijt.
- Door deelname heeft de deelnemer meer geleerd over zichzelf en in relatie te komen met anderen.
- Door deelname heeft de deelnemer handvaten gekregen om zichzelf te helpen als hij/zij zich minder goed voelt.

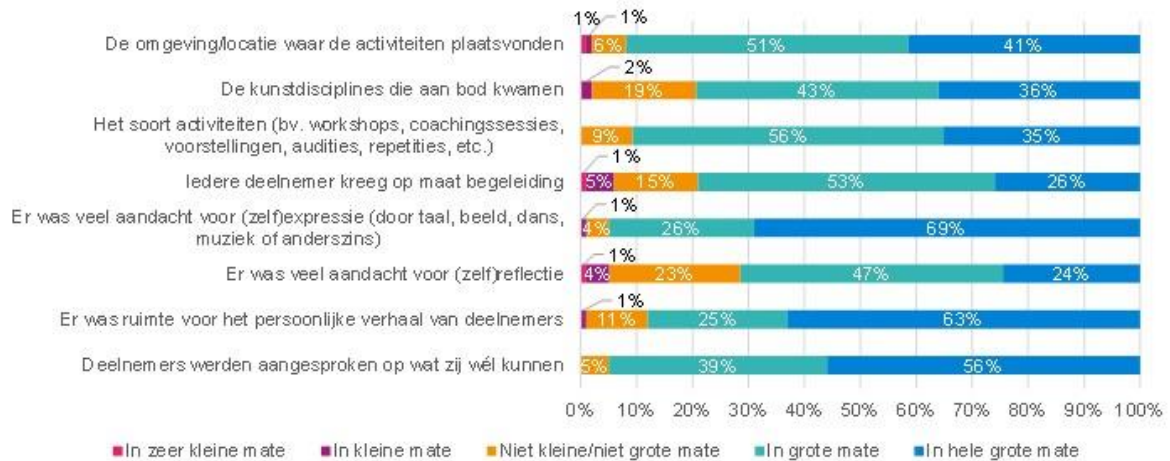
### 3.8 Werkzame elementen ten aanzien van het bereiken van de doelgroep en doelen

De projectleider en professionals geven de werkzame elementen aan om de doelen en doelgroep te bereiken. We zien op de volgende thema's de werkzame elementen terug, die we hieronder toelichten.

- Inhoud van projecten;
- Proces;
- Rol doelgroep;
- Samenwerking.

#### *Inhoud van projecten*

Aan de projectleiders en professionals is de vraag gesteld of bepaalde elementen hebben bijgedragen aan doel(groep)bereik. Zie onderstaande figuren voor wat betreft elementen die betrekking hebben op de inhoud van een project of activiteit. Elementen die veel hebben bijgedragen zijn: 'het hebben van aandacht voor expressie', en 'deelnemers werden aangesproken op wat zij wel kunnen'. Professionals ervaren 'de ruimte voor het persoonlijke verhaal' ook als een belangrijk element dat bijdraagt aan het bereiken van doelen en doelgroep.



Figuur 38. Elementen die bijdroegen aan het bereiken van de doelen en de doelgroep (volgens de projectleider; n projecten = 133)



Figuur 39. Elementen die bijdroegen aan het bereiken van de doelen en de doelgroep (volgens de professional; n projecten = tussen de 36 en 40)

**Vast team.** Het hebben van een vast team dat de doelgroep begeleidt, zorgt ervoor dat er commitment en herkenning is en maakt dat er een band wordt opgebouwd. Het hebben van kwalitatief hoogwaardige ondersteuning en workshopbegeleiding/professionals is van waarde voor de deelnemers. Een projectleider benoemt dat het succes erg afhangt van de kunstenaar die betrokken is bij het project en de match die hij/zij heeft met de doelgroep. Professionals kunnen hun vakinhoud goed afstemmen op de doelgroep en tijdens de bijeenkomst aanpassen op de interesse en mogelijkheden van de deelnemers.

**Flexibiliteit in programma.** Flexibiliteit zorgt ervoor dat de aanpak aansluit bij de behoeftes van deelnemers van dat moment. Binnen het project is het van belang om open te staan voor alles wat iemand meebrengt. Het heeft voor projectleiders de voorkeur om participatie van daaruit te laten ontstaan. Een afwisselend programma kan ervoor zorgen dat mensen geprikkeld worden om zelf na te denken over bepaalde maatschappelijke onderwerpen.

Voorbeelden van het inbouwen van flexibiliteit zijn:

- Beperken van een stuk theorie in een project, toen bleek dat hieraan geen behoefte was.
- Voor cliënten die niet naar de culturele instelling wilden komen, heeft de projectleider een thuis-kunstopdracht bedacht.
- Inschakelen van meerdere docenten zodat de doelgroep kan terugvallen op meerdere disciplines.
- Toevoegen van meer trainingdagen.

- e. Tijdens een project bleek dat een groep deelnemers liever achter de schermen wilde werken dan op het toneel. Er zijn toen extra taken ontwikkeld waarbij deelnemers achter de schermen aan het werk kunnen.
- f. Bij enkele projecten is de locatie waar het project plaatsvond veranderd. Een projectleider geeft bijvoorbeeld aan het project dichterbij de deelnemers te laten plaatsvinden. Ook was de locatie soms ongeschikt voor extreme weersomstandigheden, waardoor er uiteindelijk voor een andere locatie is gekozen.
- g. Bij het opzetten van een project gaf een projectleider aan te willen werken met het buddy-systeem. Het contact tussen de deelnemers ontstond echter organisch, waardoor dit niet meer nodig bleek.
- h. Toevoegen van een terugkomdagdeel aan het traject, zodat deelnemers de in de praktijk opgedane ervaringen kunnen delen en er een verdiepingsslag gemaakt kan worden.
- i. Inkorten van de duur van bijeenkomsten, passend bij de spanningsboog van de deelnemers.

Over het algemeen geven projectleiders aan dat er binnen het projectplan voldoende ruimte is om deze benodigde flexibiliteit in te bouwen en te organiseren. We zien in de monitor een aantal keer terug dat de projectleider de leeftijdsgroep waarop het project zich richt heeft aangepast gedurende de uitvoering van het project. Gedurende het proces komen zij erachter dat het project toch beter aansluit bij een andere leeftijdsgroep.

Naast een ander type doelgroep, hebben projectleiders ook aanpassingen moeten maken aan het project in verband met de omvang van het aantal deelnemers. Een projectleider geeft aan meer deelnemers te hebben gehad dan initieel ingeschat, waardoor meer activiteiten georganiseerd moesten worden. Bij andere projecten zijn de groepen deelnemers verkleind, om meer persoonlijke aandacht aan de deelnemers te kunnen geven.

**Laagdrempelig en veilig.** Deelnemers moeten zich gehoord en gezien voelen. Het is belangrijk om veiligheid in de groep in te bouwen en om vriendschappelijke en professionele relaties te ontwikkelen.

De deelnemers hebben behoefte aan laagdrempelige activiteiten op regelmatige basis, zodat zij weten waar zij aan toe zijn. Door de regelmatige basis weten de deelnemers dat zij altijd terecht kunnen bij de organisatoren/professionals op een bepaalde dag en tijdstip. Ook helpt het als het evenement op dezelfde plek plaatsvindt. De regelmaat en het aanbieden van een veilige ruimte helpen ervoor om te zorgen dat de doelgroep een hechte community wordt waarin ontwikkeling als mens en professional centraal staat. Deelnemers voelden zich welkom, nodigden vrienden uit om ook langs te komen en voelden ook na het traject de behoefte om aangehaakt te blijven.

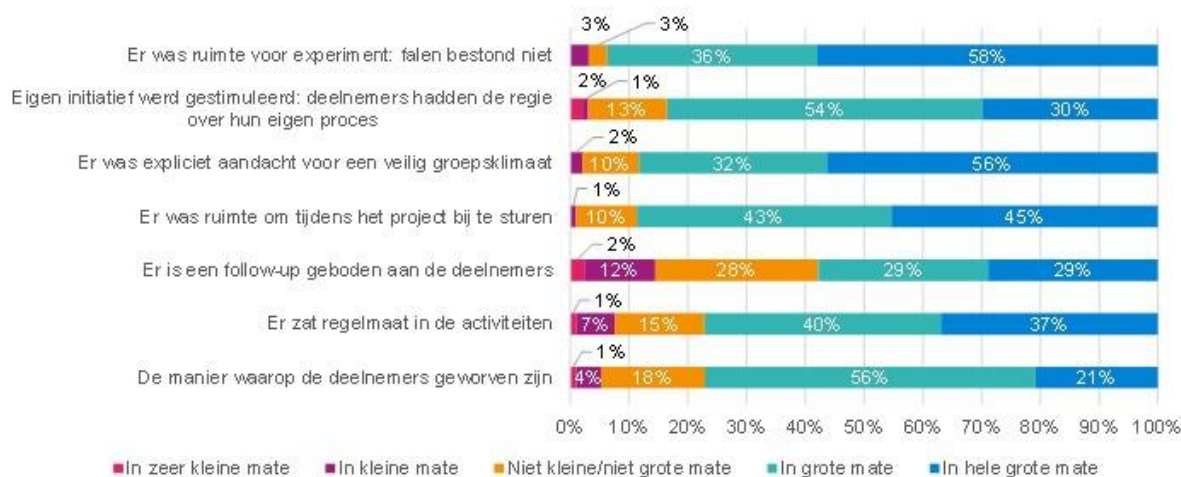
Manieren waarop praktijken een veilig klimaat creëren zijn:

- a. Voldoende tijd en ruimte voor het creëren van veiligheid door zelf ook open te zijn en een eigen verhaal te delen.
- b. Hebben van een groepsleiding die de verantwoordelijkheid neemt om een veilig groepsklimaat te waarborgen;
- c. Duidelijk zijn dat alles wat er besproken wordt vertrouwelijk is en niet met anderen zal worden gedeeld;
- d. Benoemen van deelnemers bij hun voornaam;
- e. Bieden van ruimte voor gesprek voor/tijdens/na de repetities;
- f. Een buddysysteem onder de deelnemers.

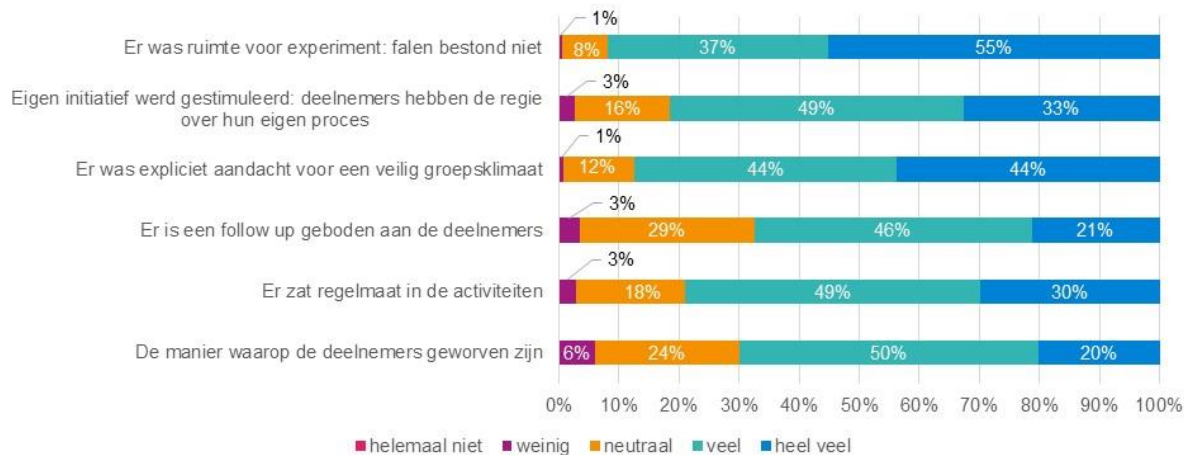
**Groepsgrootte.** Een projectleider benoemt ook dat hij gedurende het proces heeft gestuurd op de groepsgrootte zodat de groepen niet te groot zijn geworden. Projectleiders van kleinschalige projecten benoemen dat de kleinschaligheid maakte dat de professionals makkelijk benaderbaar waren voor de deelnemers en dat er flexibel werd gekeken naar de behoeften van de deelnemers. De mogelijkheid om lessen in te halen heeft ook geholpen bij het behalen van de doelen. Een andere projectleider benoemt dat de afwisseling tussen praktijk en theorie en de uitwisseling tussen de deelnemers vooral heeft bijgedragen aan het succes van het project.

### Proces

Aan de projectleiders en professionals is de vraag gesteld of bepaalde elementen hebben bijgedragen aan doel(groep)bereik. Zie onderstaande figuren voor wat betreft elementen die betrekking hebben op het proces. Ruimte voor falen wordt het meest genoemd als element dat heeft bijgedragen aan het bereiken van de doelen en de doelgroep.



Figuur 40. Elementen die bijdroegen aan het bereiken van de doelen en de doelgroep (volgens de projectleider; n projecten = 133)



Figuur 41. Elementen die bijdroegen aan het bereiken van de doelen en de doelgroep (volgens de professional; n projecten = tussen de 36 en 40)

Ten aanzien van **werving** zien we de volgende werkzame elementen terug:

- Het werken met buddy's of ambassadeurs. De mensen die al eerder bij een project zijn geweest kunnen anderen enthousiasmeren over het evenement.
- Enthousiasme en gedrevenheid van coaches, vrijwilligers, stagiaires en professionals helpt bij het bereiken van de doelgroep. Hun enthousiasme maakt de deelnemers ook enthousiast.
- Video's zijn een krachtige manier om andere mensen te bereiken. Ook het gebruik van de publieksomroep of een nieuwsbrief helpt mee in de werving van de doelgroep.
- Het delen van het evenement door samenwerkingspartners, bijvoorbeeld scholen.
- Momenten inbouwen waarbij deelnemers anderen kunnen introduceren. De werving mede laten uitvoeren door de doelgroep zorgt voor meer deelnemers en zorgt voor eigenaarschap.
- Het organiseren van eindpresentaties voor publiek levert ook nieuwe deelnemers op.

Een projectleider geeft aan dat initiatiefnemers van het project wekelijks te vinden waren bij de voedselbank om daar met mensen te praten. Op die manier ontstond er vertrouwen en een band tussen de mensen daar en de initiatiefnemers. Dit vergemakkelijkte het om hen uit te nodigen voor het project.

Omdat een deel van de projecten zich richt op kwetsbare doelgroepen geven projectleiders aan meer ingezet te hebben op de werving. Dit hield onder meer in dat de projectleiders de deelnemers vaker hebben gebeld om te informeren, langs zijn gegaan bij hen thuis en gebeld hebben om te verifiëren of ze daadwerkelijk bij de volgende sessie aanwezig zijn.

Deelnemers onderstrepen het belang van persoonlijke werving. Zij geven aan dat dit effectiever werkt dan wanneer de werving wordt overgelaten aan bijvoorbeeld leraren op scholen. De reden hiervoor is dat projectleiders het meeste weten over het project en gemotiveerd zijn om mensen te werven. Naast het zelf naar de locaties toegaan is het ook belangrijk om veel reclame te maken voor het project en al in een vroeg stadium te beginnen met adverteren, aldus de deelnemers.

**Financiële middelen.** Om het project op te zetten is het hebben van genoeg financiële middelen van belang. Een projectleider geeft aan dat het geld van het FCP hierbij geholpen heeft. Dankzij de bijdrage van fondsen waren partners eerder bereid te investeren. Bij het voortzetten van het project helpt het dat dezelfde kunstenaars erbij betrokken zijn. Het hebben van vaste gezichten per wijk/dorp is waardevol.

**Kleine stappen.** Omdat een grote productie voor een aantal deelnemers spannend kan zijn, heeft een projectleider eerst een kleine productie opgezet zodat deelnemers meer zelfvertrouwen ontwikkelden. Bij een project begonnen de professionals veilig en vertrouwd zodat de deelnemer zich op zijn gemak voelt. Echter leiden de professionals de deelnemers daarna naar plekken waar zij zich misschien iets minder comfortabel voelen om ze uit te dagen en te laten groeien. Door aan te sluiten bij de eigen culturele wereld van de doelgroep, maar deze wel te combineren met andere creatieve werkvormen, ontdekken de deelnemers dat ze veel meer kunnen.

**Locatie.** Het is belangrijk om lokaal te werken en met mensen uit de buurt. Buurthuizen zijn erg toegankelijk voor iedereen midden in de wijk en daarom geschikt voor het organiseren van projecten. Door de activiteiten en voorstelling naar de doelgroep toe te brengen, heeft dit bijgedragen aan het behalen van laagdrempelige cultuurparticipatie.

---

*“Breng het project naar de mensen thuis waar ze wonen, zodat praktische drempels wegvallen en veel mensen mee kunnen doen.”*

---

De professionele opzet van activiteiten zorgt er volgens de projectleider voor dat de doelgroep zich serieus genomen voelt. Het werken in professionele studio's of in een theater geeft de deelnemer inspiratie en energie om deel te nemen aan de activiteiten. Echter, voor een andere doelgroep kan het helpen om de repetities te laten plaatsvinden in een voor hun bekende locatie omdat zij erg zenuwachtig zijn.

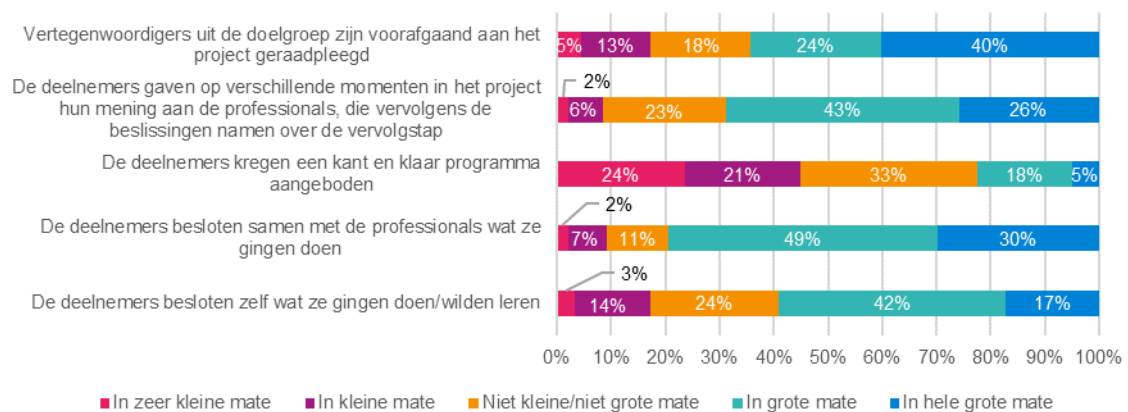
**Ruimte om te falen.** Door ruimte te creëren voor groei, experimenteren, hiervan leren en het ontwikkelen van nieuwe initiatieven, is het niet erg als iets tijdens het project 'faalt'. Projectleiders geven aan dat deelnemers aangemoedigd werden om hun creativiteit de vrije loop te laten en dat daarbij geen sprake is van goed of fout. Door te experimenteren ontdekten de deelnemers nieuwe talenten of disciplines. Bij een ander project werden de deelnemers uitgedaagd om buiten hun comfort zone te stappen door het ondernemen van uitstapjes naar een klassiek orkest of door samenwerkingen met amateur-orkesten.

**Reflectie.** Actief (en zichtbaar) iets doen met de genoemde zaken die in voorgaande evaluaties zijn genoemd zorgt ervoor dat het project steeds beter wordt. De afwisseling van spel en reflectie is volgens projectleiders een goede aanvulling op elkaar. Door te evalueren en gesprekken te voeren met bewoners, vrijwilligers en zorgprofessionals konden de projectleiders bijsturen.

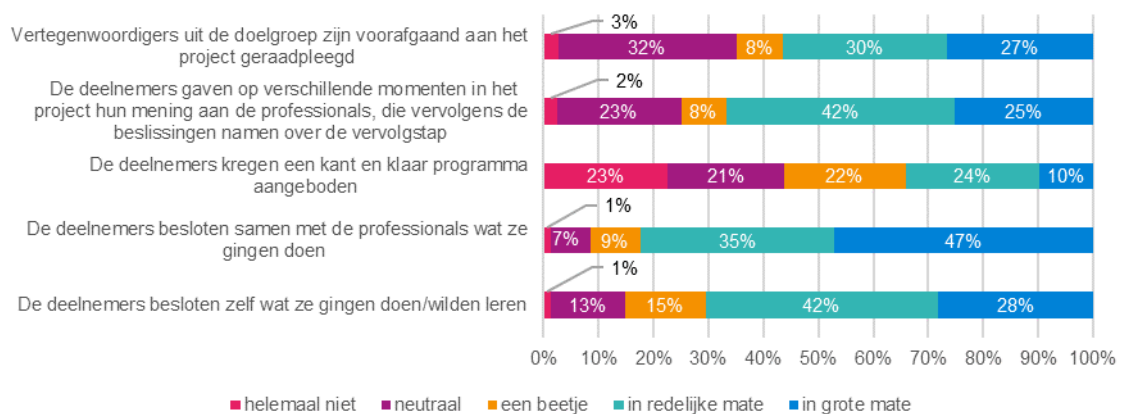
**Frequentie van bijeenkomsten en doorlooptijd van het project.** Om een project tot een succes te maken is het belangrijk een band te creëren met de professionals en met de deelnemers. Om te kunnen investeren in een relatie tussen de deelnemers is het van belang dat de repetitieperiode niet te kort en te intensief is. Een aantal dagen achter elkaar werken aan het project is soms te zwaar voor een doelgroep.

*Rol doelgroep*

Aan de projectleiders en professionals is de vraag gesteld of bepaalde elementen hebben bijgedragen aan doel(groep)bereik. Zie onderstaande figuren voor wat betreft elementen die betrekking hebben op de rol van de deelnemers. Dat deelnemers samen met de professionals bepaalden wat er gedaan zou worden, wordt het meest genoemd als element dat heeft bijgedragen aan het bereiken van de doelen en de doelgroep.



Figuur 42. Elementen die bijdroegen aan het bereiken van de doelen en de doelgroep (volgens de projectleider; n projecten = 133)



Figuur 43. Elementen die bijdroegen aan het bereiken van de doelen en de doelgroep (volgens de professional; n projecten = tussen de 36 en 40)

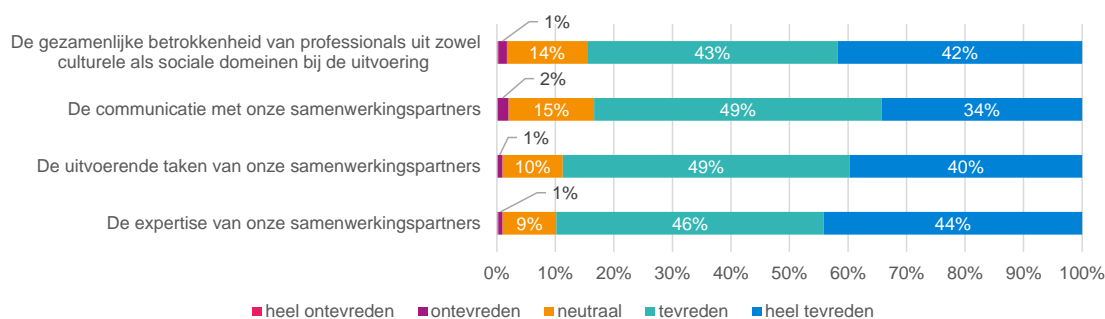
Projectleiders geven aan dat het goed is om het eigen initiatief van deelnemers te stimuleren en de deelnemers al in de conceptontwikkelingsfase van een project mee te nemen. Een projectleider heeft gebruik gemaakt van vragenlijsten en persoonlijke gesprekken om de doelgroep beter te leren kennen.

Een deel van de deelnemers geeft aan dat het voor hen belangrijk is om ruimte te krijgen om ideeën te delen in de uitvoering van projecten.

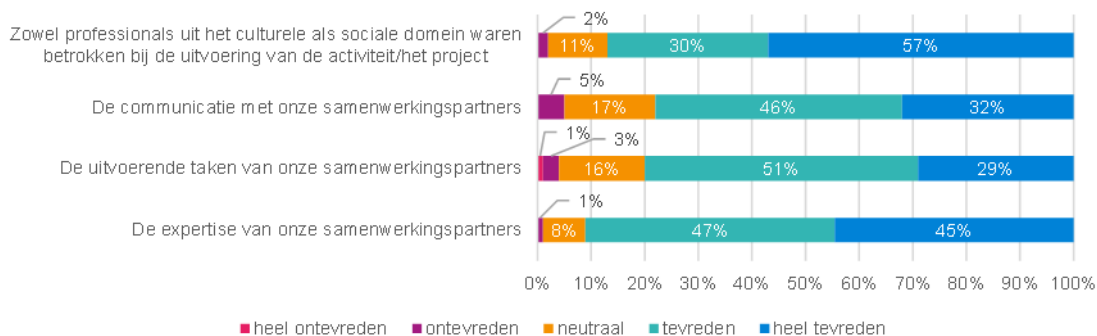
*“Bepaal als professional/projectleider niet te veel voor de deelnemer, maar laat de deelnemer meer zelf doen.”*

### Samenwerking

Figuren 44 en 45 bevatten informatie over de vraag hoe tevreden de professionals en de projectleiders zijn met verschillende elementen van die samenwerking. Op basis van beide figuren is te zien dat de meerderheid erg tevreden was over de verschillende elementen van de samenwerking en dat de professionals en de projectleiders het vaakst tevreden (en erg tevreden) waren over de expertise van de samenwerkingspartners.



Figuur 44. Elementen die bijdroegen aan het bereiken van de doelen en de doelgroep gerelateerd aan samenwerking (volgens de professional; n projecten = tussen de 36 en 40)



Figuur 45. Elementen die bijdroegen aan het bereiken van de doelen en de doelgroep gerelateerd aan samenwerking (volgens de projectleider; n projecten = 132)

Het succes van het project heeft voor veel projecten deels te maken met de samenwerking met andere organisaties. Een projectleider benoemt dat er een uitgebreid koppelproces met de samenwerkingspartners plaatsvond waarbij de partners van beide organisaties de keuze hadden wel of niet met elkaar te gaan/willen werken. Dit zorgt er uiteindelijk voor dat de organisatie beiden gemotiveerd zijn en zich in willen zetten voor het project. Een aantal projecten is door corona uitgesteld of anders vormgegeven. Het uitstellen van de projecten was vaak teleurstellend, maar een deel van de projectleiders geeft echter aan dat zij door deze uitstel een duurzamere connectie hebben kunnen opbouwen met de samenwerkingspartners.



### 3.9 Uitdagingen en tips

Naast de hierboven genoemde factoren die bijdragen aan het bereiken van de doelen/de doelgroep, benoemen de projectleiders ook uitdagingen in het bereiken van de doelen en de doelgroep.

**Stakeholdermanagement en samenwerkingspartners.** Er zijn ervaringen van projectleiders waar de samenwerking met een zorgaanbieder of museum lastig verliep.

Diverse projectleiders geven aan bij een vervolgproject in de voorbereidingsfase meer aandacht te besteden aan het commitment van samenwerkingspartners. Een belangrijke tip is de tijd te nemen voor de ontwikkelfase: samen de doelstelling van het project bespreken en elkaar leren kennen. Ook het vastleggen van afspraken is belangrijk. Bij een samenwerking is het van belang om heldere afspraken te maken over de tijdinvestering van iedere partij en het opzetten van een heldere rolverdeling.

Ook is het goed om momenten in te plannen om tussentijds de samenwerking te evalueren en tijdens de uitvoering van een project aandacht te hebben voor relatiebeheer met de samenwerkingspartners.

Projectleiders geven aan in het vervolg meer verbinding tussen de verschillende samenwerkingspartners te willen creëren en nog meer en beter het culturele aanbod samen te stellen samen met het sociale domein.

**Werving.** Een groot deel van de projectleiders geeft aan dat er meer tijd en energie is gaan zitten in het werven van deelnemers, dan vooraf was beoogd. Een aantal projectleiders heeft ervoor gekozen om bijvoorbeeld zelf vaker aanwezig te zijn op de locatie waar de potentiële deelnemers zich bevinden. Andere projectleiders hebben goede ervaring met mondelinge voorlichting over het project en audiovisueel ondersteunende boodschappen als instrument voor de werving. Om de doelgroep geactiveerd en geïnspireerd te houden is het tevens belangrijk dat er tijdens een presentatie over het project in het kader van werving, niet enkel gezonden wordt maar dat de presentatie interactief is. Een belangrijke tip is het inruimen van voldoende tijd en middelen voor de werving.

**Begeleiding van de doelgroep.** Meerdere projectleiders geven aan dat ze in het vervolg meer tijd willen reserveren voor individuele begeleiding van deelnemers. De zelfredzaamheid van de doelgroep werd bij meerdere projecten overschat. Projectleiders gaven aan dat het leertempo van de doelgroep soms lager lag dan van tevoren gedacht. Ook had de doelgroep een hoog uitvalspercentage gedurende het project.

Een projectleider geeft aan dat bij sommige deelnemers de problemen te groot waren voor de begeleiding die de begeleiders konden geven tijdens het project. Ook ontbrak de benodigde expertise bij professionals soms voor specifieke doelgroepen.

**Structureel binden van deelnemers en vrijwilligers.** Een projectleider gaf aan dat de vrijwilligers minder aansluiting bleken te hebben met de groep. Bij enkele projecten konden er geen mogelijkheden worden aangeboden voor deelnemers die na afloop van het project verder wilden.

**Financiën.** Bij een aantal projecten was er sprake van een eigen bijdrage die de deelnemers betaalden om mee te kunnen doen aan de activiteiten. Deze bijdrage was voor een aantal deelnemers te hoog.

Een tip is vroegtijdig nadenken over structurele financiering. Zo spreekt een projectleider de ambitie uit om de voorstellingen artistiek en kwalitatief interessanter te maken voor scholen. Naast het vergroten van het bereik zorgt dit er ook voor dat de projecten beter te financieren worden zonder dat de sociale doelstelling uit het oog wordt verloren. Andere projectleiders geven aan meer te willen meten wat de effecten van de projecten zijn. Dit omdat dit (ook) helpend is bij het aanvragen van structurele financiële middelen bij bijvoorbeeld gemeenten.

**Reflectie komt moeizaam op gang.** Meerdere projectleiders geven aan dat het verkrijgen van feedback of het zorgen voor zelfreflectie moeizaam ging. Ook is de feedback die projectleiders ontvangen vaak beperkt. Er wordt wel benoemd wat een deelnemer leuk vond maar het ontbreekt vaak aan een reden of toelichting.

Een tip is dan ook het inruimen van tijd om actief reflectie op te zoeken door gesprekken te voeren met de deelnemers en makers na elke activiteit. Enkele projectleiders geven aan in de toekomst voor docenten intervisiemomenten te creëren. Een projectleider wil een (online) evaluatie-optie over het project creëren, waarbij bezoekers en deelnemers hun ervaring kunnen delen.

**Toegankelijkheid van locaties.** De locatiekeuze is in een aantal projecten een knelpunt. De locaties waren soms niet toegankelijk, er waren bijvoorbeeld hoge drempels of er ontbrak een lift. Naast dat de locaties niet toegankelijk waren, kampten veel locaties ook met de reguliere uitdagingen zoals vrijwilligerstekort en financiële uitdagingen.

**Communicatie.** Veel projectleiders en deelnemers geven aan dat de communicatie (extern en binnen het project) beter kan. De communicatie naar partners en deelnemers kan in het vervolg bijvoorbeeld eerder en duidelijker plaatsvinden. Naast de interne communicatie, wil een projectleider meer aandacht besteden aan de communicatie naar de buitenwereld over de samenwerkingen en successen. In het vervolg gaat deze projectleider bijvoorbeeld filmpjes maken, om op een laagdrempelige manier te kunnen communiceren over het programma.

Wat betreft deelnemers mag er voorafgaand aan het project meer informatie verstrekt mogen worden waarbij de inhoud van de workshops duidelijk gecommuniceerd wordt aan de deelnemer. Hierbij is het van belang dat wordt aangegeven wat de bedoeling van bepaalde activiteiten is en dat de tijd/plaats/datum goed gecommuniceerd worden. Ook is het belangrijk dat het duidelijk is waar je je moet aanmelden voor een activiteit. Aan het eind van het evenement vinden deelnemers het fijn om informatie te ontvangen over een mogelijk vervolg.

**Organisatiestructuur.** Projectleiders benoemen dat het team waarmee het project is opgezet soms anders kan worden vormgegeven om beter bij te dragen aan het behalen van de doelen/bereiken van de doelgroep. Bijvoorbeeld omdat kunstenaars soms meer begeleiding/training nodig hebben in de omgang met bepaald gedrag van de doelgroep omdat deze doelgroep voor hen onbekend is.

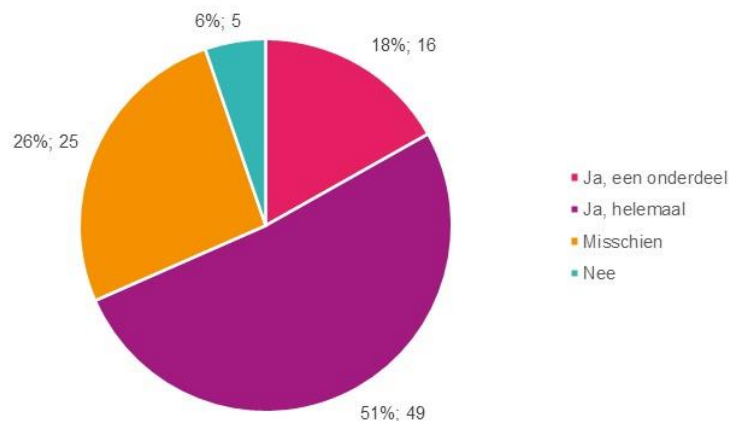
Het versterken van de organisatiestructuur is een element dat regelmatig wordt genoemd als een aandachtspunt waar projectleiders in de toekomst meer rekening mee gaan houden. Meerdere projectleiders willen een groot en vast kernteam samenstellen, met hierin bijvoorbeeld een (parttime) coördinator, productieleider of administratief medewerker. Naast een vaste kern van teamleden wil een projectleider een grotere flexibele schil van externe professionals hebben die specifieke taken kunnen uitvoeren. Daarnaast willen projectleiders het project nog sterker inbedden in een netwerk van vrijwilligers.

Een ander tip die is benoemd is het benoemen van een persoon in het projectteam die extern gericht is en ervoor zorgt dat de buitenwereld het project en de effecten ervan kent. Hoe meer mensen van het project weten, hoe makkelijker de werving voor een vervolg gaat en hoe meer partijen financieel willen bijdragen aan het project.

Een projectleider benoemde in zijn reflectie de volgende tip: Ieder project kent verschillende fasen zoals de inspiratiefase, ontwikkelfase, supportfase, promotiefase, uitvoeringsfase, nazorgfase en de reflectiefase. Het is lastig om alle fasen te overzien, koers te bepalen en alle onderdelen goed uit te voeren. Iemand die goed is in de uitvoering, is misschien minder goed in de evaluatie. Het is daarom belangrijk om teamleden in te zetten op taken en rollen die passen bij hun competenties en talenten. Ruim hier tijd voor in om wekelijks te kijken of het project nog verloopt conform doelstelling, of de planning goed gaat, of iedereen zijn inzet past bij zijn talenten.

### 3.10 Project voortzetten

In onderstaand figuur is te zien of projectleiders van plan zijn het project te continueren. Bijna 70 % van de projectleiders geeft aan het project voort te zetten, waarvan een grote meerderheid aangeeft het project in zijn geheel voort te zetten. Een kwart van de projectleiders twijfelt nog of het project wordt voortgezet.



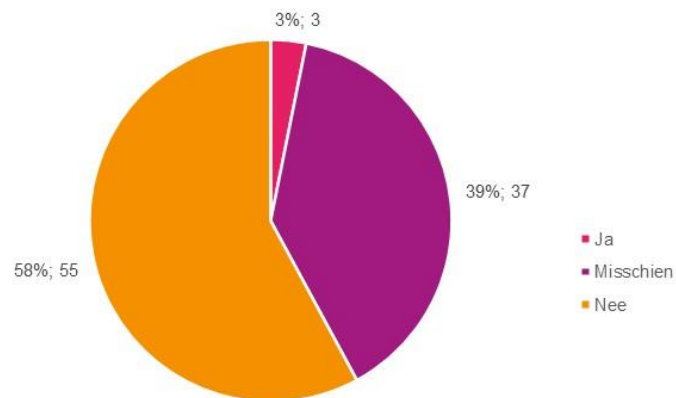
Figuur 46. Percentage en aantal projecten die wel of niet worden voortgezet (n projecten = 95)

Toelichtingen die hierbij zijn gegeven:

- a. Voortzetten:
  - i. Er is behoefte geuit door de buurt voor een vervolg en de gemeente heeft de stichting opgenomen in het cultuurplan.
  - ii. Het vervolg zal meer gericht zijn op het opbouwen van de community die is ontstaan tijdens het project.
  - iii. Er komt een vervolg in dezelfde vorm, doelen en doelgroep van het huidige project, echter wel met een focus op andere thema's.
- b. Deels voortzetten:
  - i. Met de opbrengsten van het project zijn nieuwe samenwerkingen ontstaan voor een nieuw project.
  - ii. Onderdelen van het project zijn vast onderdeel geworden van de activiteiten bij de organisatie.
- c. Misschien voortzetten:
  - i. De website wordt uitgebreid en er wordt onderzoek gedaan naar samenwerkingen met andere partijen.
  - ii. Op lange termijn is een betere financiële borging nodig dan dat nu het geval is.
  - iii. Projecten hebben een vervolgvraag ingediend bij FCP.
- d. Niet voortzetten:
  - i. De samenwerkingspartner wil het project niet voortzetten. Het project voortzetten met een andere partij zou wellicht mogelijk zijn.
  - ii. Dit project krijgt geen vervolg. Er wordt wel gekeken naar een vervolg in de samenwerking en het bereiken van de doelgroep.

Betrokken partijen willen in het begin het project voortzetten op basis van eigen kosten en zijn bezig met de financiering voor daarna.

Naast de vraag of het project wordt voortgezet, is de vraag ook gesteld of het project kan worden voortgezet zonder financiële steun van het FCP. In onderstaande figuur is te zien dat een grote meerderheid de steun van het FCP nodig heeft.



Figuur 47. Percentage en aantal projecten die wel of niet worden voortgezet zonder financiële steun van FCP  
(n projecten = 95)

Er is vaak een diversiteit aan bronnen nodig om projecten voort te zetten (donateurs, gemeenten, SPUK, FCP, et cetera.). Gemeenten willen graag eerst het resultaat/de werking van een project zien voordat zij gaan financieren. Fondsen zijn over het algemeen meer toegankelijk voor startende projecten. Het FCP maakt het mogelijk om projecten in gang te zetten en te laten zien wat het effect is. Structurele financiering door gemeenten wordt gezien als een vervolgstap. Het is belangrijk dat projecten een lange tijd (minimaal twee jaar) kunnen lopen om het effect te zien.

Naast fondsen en gemeenten kan ook gekeken worden naar donateurs om het project te financieren. Een projectleider geeft als tip om ervoor te zorgen dat lokale ondernemers achter het project gaan staan. Door naar businesssevents te gaan of door te gaan netwerken wordt het project bij hen bekend en kunnen zij in het project investeren. Een andere tip die werd gegeven is om te kijken of je 'bekende' kunstenaars achter het project kan krijgen. Zij kunnen een voorbeeldfunctie zijn voor beginnende kunstenaars en willen beginnende kunstenaars misschien begeleiden omdat zij zelf ook ooit zo begonnen zijn.