ZID Theater– Community Art & Performance Center

verbindt kunst, cultuur & samenleving



Beleidsplan 2014 - 2017

ZID – Theater Community Art & Performance Center
De Roos van Dekamaweg 1
1061 HR Amsterdam
Tel. 020 4888449
www.zidtheater.nl

ZID Theater verbindt kunst, cultuur en samenleving

Inhoud

Voorwoord

1 Uitgangssituatie ZID Theater 5

1.1 Inleiding 5

1.2 Missie van ZID 6

1.3 Doelstellingen 6

1.4 Propositie 7

1.5 De ZID-methode 7

2 Strategisch profiel ZID Theater 9

3 Het maatschappelijk vraagstuk 10

3.1 Omvang van het maatschappelijk vraagstuk 10

3.2 De oorzaken van het maatschappelijk vraagstuk 10

3.3 Aanpak maatschappelijk vraagstuk 10

3.4 Waarom er behoefte is aan het initiatief van ZID 12

3.5 Doelgroepen en samenwerking met sociale partners 12

3.6 Doelgroepsbereik en stakeholders 13

3.7 SWOT-analyse 14

4 Ambitie 2014 -2017 15

4.1 De ambitiedoelstelling 15

4.2 Georganiseerde groei 15

4.3 Onderbouwing groeiambitie 16

4.4 Opzet van groeimodel 17

4.5 Doelgroepbereik en het team per vestiging 19

Doelgroepen 19

4.6 Meting - Effectenmeting en bereik – hoe gaan we het meten? 22

4.7 Samenwerking met Community Art Lab XL 22

5 Organisatie en Personeel 23

5.1 De huidige organisatiestructuur van ZID 23

5.2 Personeel en groei 24

5.3 Zakelijk leiding 24

5.4 Algemeen en artistiek leiding 26

5.5 Artistieke begeleiding 27

5.6 Coördinator van ZID vestigingen 27

6 Operationalisatie van de groeidoelstellingen 29

7 Communicatieplan ZID – Community Art & Performance Center 30

7.1 Achtergrond ZID 30

7.2 Communicatiedoel 31

7.3 Plan van aanpak 32

7.4 Mediabenadering 34

8 Financiën 37

8.1 Inleiding 37

9 Bijlagen 38

Bijlage 1 Begroting 2014 – 2017 38

Bijlage 2: De organisatiestructuur vanaf 2014 41

Bijlage 3 Bevolkingscijfers van de vier wijken: Noord, Zuidoost, West en Nieuw West ... 42

Bijlage 4 Bevolkingscijfers Kolenkitbuurt 44

Bijlage 7: Curriculum Vitae kernmedewerkers van ZID 47

Bijlage 8: Media uitingen 49

Voorwoord

Voor u ligt het Groeiplan van Stichting ZID voor de periode 2014-2017. Dit plan beschrijft de groeiambities van ZID – Community Art & Performance Center en de weg naar het verwezenlijken ervan.

ZID opereert sinds tien jaar in en vanuit de Kolenkitbuurt in Bos en Lommer van Amsterdam West: haar thuisbasis. De Kolenkitbuurt staat als nummer één op de lijst van de zogenaamde 'Vogelaarwijken', probleemwijken in Nederland. Ook is de Kolenkitbuurt met de andere zes wijken, in 2013 uitgeroepen tot de focuswijk van Amsterdam en hierdoor blijft het een gebied binnen de stad dat speciale aandacht vereist.

Er is de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in en bereikt door de community art methodiek en aanpak van ZID, waarbij bewoners, van kinderen tot ouderen, actief hebben deelgenomen. Meer dan 3000 mensen worden jaarlijks actief betrokken bij de programma's van ZID en er zijn 6000 bezoekers per jaar. Het Appeltje van Oranje, de prijs van het Oranje Fonds dat in mei 2011 aan ZID werd uitgereikt, is een blijk van waardering voor het werk dat ZID al deze jaren deed en voor de ontwikkelde *ZID- methode*. Door onze methode bereiken we juist die mensen, die niet of nauwelijks in aanraking komen met kunst, en stellen we hen in staat om creatief te participeren in verschillende projecten, in de eigen straat tot en met de Stadsschouwburg Amsterdam. Hiermee onderscheidt ZID zich van andere initiatieven in de stad.

Op dit moment werkt ZID, sinds begin 2013, actief in vier Amsterdamse stadsdelen: West, Nieuw -West, Zuidoost en Noord aan het community art project 'Van de Werelddaken'.

Dit is een belangrijke stap in het kader van de toekomstige groei geweest. ZID is een partnerschap aangegaan met Resto VanHarte in Zuidoost en Noord, dat goed werkt en een model biedt voor de groeiambitie.

ZID wil de komende jaren haar eigen expertise inzetten om uiteindelijk in 7 wijken van Amsterdam, en 6 steden in Nederland nieuwe vestigingen op te zetten. Dit doen we niet alleen, maar in samenwerking met een sterke maatschappelijke partner, waar voor beide partijen geldt dat onze ambities elkaar goed aanvullen. Uiteindelijk wil ZID minimaal 6000 mensen actief bij cultuurparticipatie betrekken in de rol van deelnemer, buurtacteur of ZID Ambassadeur. Deze vrijwilligers in de rol van Ambassadeur gaan weer nieuwe activiteiten met nieuwe mensen organiseren.

Uiteindelijk wil ZID bijdragen aan een creatievere en leefbaardere maatschappij, waar mensen in achterstandswijken benaderd worden vanuit hun kracht, en niet van uit hun onvermogen.

Karolina Spaic, algemeen en artistiek leider, Sebo Bakker, artistiek begeleider en
Anush Avetisyan, zakelijk leider

“Ik hou van spelende mensen. In mijn beleving betekent spelen dat je iets met passie oftewel liefde doet. Niet omdat je het moet, maar omdat je het wilt. Veel volwassenen nemen het leven ontzettend serieus. Ik word heel blij als ik volwassenen zie spelen. “

Francine Oomen, Nederlandse kinderboekenschrijfster

1 Uitgangssituatie ZID Theater

1.1 Inleiding

ZID is een culturele organisatie die kunst, cultuur en samenleving verbindt door creatief talent in te zetten als motor voor positieve verandering in de wijk en in de buurt. Op de Balkan betekent het woord ZID 'de muur', voor ons betekent het: het doorbreken en slechten van muren tussen mensen door middel van theater.

ZID Theater is gevestigd in het voormalig HTS schoolgebouw in de Kolenkitbuurt van Amsterdam West. De initiatiefnemers, verenigd in een stichting, positioneren zichzelf als *ZID-Community Art & Performance center*. De programmering bestaat uit eigen producties, waarbij plaatselijke bewoners een essentieel onderdeel vormen van de projecten. Hoewel wijkbewoners een wezenlijk onderdeel zijn van de producties is ZID niet uitsluitend buurtgericht. Zo worden ook stedelijke, landelijke en zelfs internationale projecten gerealiseerd waarbij Amsterdam als creatieve thuisplek functioneert.



Karolina Spaic en Sebo Bakker

Karolina Spaic en Sebo Bakker, die het kernteam van ZID vormen, werken al 20 jaar samen. De eerste 10 jaar van hun samenwerking trokken ze de wereld rond, met locatie theater voorstellingen, fysiek en visueel, waarin taal geen barrière was. Er werd gecommuniceerd met mensen, jong en oud, in Zuid Amerika, Rusland, Balkan landen en Europa via een universele theatertaal, die grensoverschrijdend en universeel was. Deze ervaring heeft hun passie bepaald om met theater midden in de maatschappij te staan en voor en met iedereen een theater te kunnen maken. Nadat ze neerstreken in de Kolenkitbuurt in Amsterdam, ontwikkelden ze een eigen werkwijze. De muren tussen generaties, culturen en sociale

status worden doorbroken, mensen worden verbonden door hun gezamenlijke passie creatief te zijn en dat met elkaar te delen. Dit is de basis voor het ZID Theater- Community Theater & Performance Center, van waaruit ZID zowel landelijk als internationaal met theater werkt, door en voor de mensen zelf.

1.2 Missie van ZID

De missie van ZID is om door middel van community art & performance met inzet van de creatieve talenten van wijkbewoners, de sociale cohesie in aandachtswijken te versterken.

Mensen die tot dusver niet of nauwelijks met maatschappelijke participatie en/of met actieve kunstbeoefening in aanraking zijn gekomen, worden door ZID bereikt. Daarom is de ambitie van ZID om binnen haar projecten, mensen met verschillende culturele achtergronden, sociale posities en van meerdere generaties met elkaar te verbinden door ontmoeting, uitwisseling en talentontwikkeling. De resultaten zijn duurzaam van aard en ze worden in de huidige en toekomstige vernieuwende structuren van de wijk/stad ingebed.

Community art & performance betekent voor ZID; het realiseren van projecten waarin een team van professionele makers (theater, dans, film) intensief samenwerkt met deelnemers, die geen ervaring hebben met het uiten van zichzelf via creatieve disciplines. Hun interesse ligt in eerste instantie op het gebied van samenkomen, mede- bewoners leren kennen, hun eigen verhalen en ervaringen met anderen delen. Dit is hun manier om zich creatief in te zetten binnen een activiteit, programma of workshop. Het eindresultaat, in de vorm van een voorstelling, festival of film, is het resultaat van dit gezamenlijke werkproces van deelnemers en professionals.

1.3 Doelstellingen

Community art & performance aanbod creëren dat de missie en ambitie van ZID uitdraagt.

- De culturele en maatschappelijke participatie van bewoners uit aandachtswijken bevorderen.
- De verschillende talenten van de deelnemers stimuleren en ontwikkelen, op een manier die positief doorwerkt naar hun dagelijks leven.
- Verschillende werelden met elkaar verbinden.
- Een wijkoverschrijdend, landelijk netwerk van creatieve bewoners opbouwen, dat zowel fysiek als online contact houdt.
- De sociale cohesie in de kwetsbare wijken duurzaam verbeteren door bewoners op een intensieve manier met elkaar te verbinden.
- Continuïteit in het *Community art & performance* aanbod brengen, met opeenvolgende en op elkaar aansluitende reeks activiteiten, die duurzaam van aard zijn.

1.4 Propositie

ZID biedt een podium voor ontmoeting van bewoners. In de achterstandswijken waar ZID opereert komen een aantal problemen structureel naar voren:

Werkloosheid, laag opleidingsniveau waardoor je je talenten niet kent, geen sociale samenhang in de buurt, armoede, geen financiele middelen voor deelname aan het cultuuraanbod van de stad en een grote afstand tot participeren, zijn problemen waar ZID op in kan zoemen.

We maken mensen bewust van hun talenten, geven ze tools voor empowerment en bieden ruimte om zich te ontwikkelen. Hiermee geven we wijkbewoners het gevoel en persoonlijk vermogen om zelf problemen op te lossen. Mensen die naast elkaar wonen, maar elkaar niet eens groeten, ontmoeten elkaar bij ZID op een ongewone manier, door met hun talenten aan de slag te gaan. Hieruit ontstaan nieuwe banden, waardoor ze bij een grotere groep/ gemeenschap gaan horen. Ook zoekt ZID samen met de bewoners steeds 'podia' in de wijk op, om mensen te ontmoeten en verhalen te delen, waardoor het sociale gevoel van samenhorigheid onder de bewoners wordt versterkt.

1.5 De ZID-methode

Als artistiek projectontwikkelaar brengt ZID de werelden van mensen, organisaties en lokale partners bij elkaar. Dit wordt gerealiseerd door middel van de *ZID-methode*, op resp. lokaal, nationaal en internationaal niveau en verband.

De kracht van ZID is de bijzondere werkmethode, de *ZID-methode*, waarmee het lukt om mensen uit verschillende culturen, en van verschillende sociale klasse en leeftijden met elkaar te verbinden. Een interculturele, intergenerationele en interdisciplinaire aanpak, uitgevoerd door professionele begeleiders, docenten en/of ondersteunt door ZID getrainde buurtacteurs.

Het uitgangspunt van de werkmethode is dat elk individu creatief is en een talent bezit. De talentontwikkeling van het individu wordt door *community art & performance* binnen een sociaal, cultureel en maatschappelijke context geplaatst. De interdisciplinaire aanpak van de methode wordt gebruikt met het doel om diverse mensen aan te kunnen spreken en te stimuleren, waardoor een grote groep van interculturele en intergenerationele mensen wordt aangetrokken. De methode werkt vanuit de hier onder be-



Linda,
33 jaar

Land van herkomst:
Marokko

Functie:
Moeder van Nourdin (12) en Immane (7) Dizz Kids CLUB, vrijwilliger horeca en informatie stand bij ZID MIXT ZONDAGEN en Dizz Kids CLUB

In dagelijks leven:
Vrijwilliger bij Vrouw in Ontwikkeling Centrum, in opleiding, moeder.

"Ik vind ZID belangrijk voor mijn kinderen!"

schreven kernwaarden, waardoor het resultaat boekt bij deelnemers en met succes wordt geïmplementeerd in iedere buurt en omgeving door middel van community art & performance projecten.

Talentontwikkeling
Door de *ZID-methode* is ZID in staat om talent van het individu te ontdekken en te begeleiden, empowerment van het individu te verzorgen, zodat hij of zij het eigen talent verder kan inzetten bij culturele en maatschappelijke processen. Bij ZID worden deelnemers gestimuleerd om zich te uiten, om anderen te ontmoeten en om zichzelf verder te ontwikkelen. Onze ervaring is dat deelnemers tijdens het werkproces meer zelfvertrouwen krijgen, wat letterlijk zichtbaar wordt als ze hun verhaal op het podium durven te vertellen.

Interdisciplinaire benadering
De *ZID-methode* hanteert een interdisciplinaire benadering, waarin verschillende (kunst)disciplines zoals theater, dans, muziek en film worden ingezet met als doel creativiteit te stimuleren. Voor iedere doelgroep en concept van het project wordt een passende combinatie van disciplines gekozen waardoor de deelnemers zich aangesproken voelen. De deelnemers worden gestimuleerd om het vermogen om creatief te denken, en jezelf te uiten, te ontwikkelen en nieuwe vaardigheden te leren.

Herkenbare thema's verbinden mensen
De *ZID- methode* werkt met de verhalen en de inbreng van de deelnemers. Het stimuleert mensen om binnen de projecten hun eigen verhalen aan anderen te vertellen. Deze verhalen verbinden de mensen met elkaar, doordat ze hun eigen ervaringen hieraan kunnen spiegelen. Herkenbare thema's, onderwerpen die voor veel mensen opgaan en niet cultuur of plaatsgebonden zijn, bieden hiervoor als beste basis.

Talent van elk individu wordt empowered en ingezet in het maatschappelijk proces
De *ZID-methode* stimuleert het delen van de opgelopen ervaringen en ontwikkelingen met anderen. Het ontdekken en inzetten van je eigen talent gaat gepaard met het ontwikkelen van de behoefte om dit met anderen te delen. Hiermee bieden we mensen een gemeenschappelijke/ gezamenlijke tool, om zich langdurig met elkaar te kunnen verbinden. Deze impuls werkt door in hun dagelijks leven. Een deel van de mensen blijft betrokken bij andere activiteiten van ZID, of gaat op zoek naar soortgelijke creatieve (buurt)activiteiten, vrijwilligerswerk, opleiding of een baan. Op deze manier bevorderen we sociale cohesie en leefbaarheid in de aandachtswijken en gaan we isolement en verslechtering tegen.

Verbeteren van de leef/ woon situatie
Met het inzetten van de *ZID – methode* willen we een positieve bijdrage leveren aan de situatie in de aandachtswijken en het klimaat in deze wijken verbeteren. Door een project samen met bewoners te realiseren, wordt sociale cohesie gestimuleerd. Mensen die naast elkaar wonen, leren elkaar kennen, werken gezamenlijk aan iets en gebruiken de eigen wijk fysiek als podium, waardoor ze op een aantal punten de wijk daadwerkelijk verbeteren. Door deze verbondenheid binnen het project worden er sterke banden onderling gecreëerd, die na het project vaak voortgezet worden.

Bij ZID worden deelnemers gestimuleerd om zich te uiten, om anderen te ontmoeten en om zichzelf verder te ontwikkelen. De *ZID-methode* biedt een combinatie van culturele, creatieve disciplines en een samenlevingsopbouw met gedreven professionals. Dit biedt uiteindelijk deelnemers en bezoekers een thuisgevoel op de plek waar ze wonen, leven en werken.

2 Strategisch profiel ZID Theater

MARKTGEBIED	- Stadsdelen Amsterdam - Landelijk - Internationaal
FOCUS	- Als artistiek projectontwikkelaar brengt ZID de werelden van mensen, organisaties en bedrijven bij elkaar. Dit wordt gerealiseerd door middel van de ***ZID-methode*** op lokaal, nationaal en internationaal niveau en verband.
KERNCOMPETENTIE	- ZID Theater is een formulebedrijf dat met de *ZID-methode* een cultureel antwoord geeft bij het benaderen van maatschappelijke vraagstukken
DOELGROEPEN	- Buurtbewoners - Kinderen en jongeren - Buurtacteurs - Professionals - Bedrijven - Organisaties - Overheden
KERN FUNCTIE	- Door middel van de *ZID-methode* een trefpunt van creatief talent realiseren als motor voor een positieve verandering tussen mensen in hun woon-, leef- en werkomgeving
KERNACTIVITEITEN	- Ontwerpen en ontwikkelen van community producties volgens de *ZID-methode* - Organiseren van culturele activiteiten door, van en voor actieve bezoekers/ deelnemers volgens de 4 beschreven fases - Faciliteren bij de implementatie van de *ZID-methode* op andere locaties en in samenwerking met lokale partners - Begeleiding, coaching en training bij en ontwikkeling van creatief talent - Scholing en begeleiding van professionals die met de *ZID-methode* werken - Verduurzamen van de activiteiten door ZID Academy
BUSINESSLINES	- **Cultuur- en creatieve participatie -** organiseren van culturele activiteiten van en voor actieve deelnemers - **Training buurtacteurs en theaterproductie -** begeleiding, coaching en training van creatief talent - **Begeleiding ambassadeurs** - ZID Academy - landelijk netwerk van ZID ambassadeurs onderhouden
SAMENWERKINGS PARTNERS	- Maatschappelijke en buurtgerichte organisaties, scholen, gemeenten en stadsdelen. Landelijke organisaties zoals Movisie, Community art XL en Wijkalliantie
FINANCIERING	- Publieksinkomsten, opdrachten, subsidies overheid, fundraising, sponsoring, opdrachten zakelijke markt
ORGANISATIE	- Stichtingsbestuur met een operationele leiding en uitvoering

3 Het maatschappelijk vraagstuk

3.1 Omvang van het maatschappelijk vraagstuk

Feit is dat de overheid zich daar waar mogelijk terugtrekt uit de buurten en de wijken. Bezuinigingen eisen hun tol. Voorzieningen worden afgebouwd en maatschappelijke organisaties beknot. Dit levert een spanningsveld op tussen het accommoderen van voorzieningen, de mogelijkheid tot zelforganisatie van buurtbewoners en het programmeren van activiteiten. Bovendien verschuift de rol van de gemeente in dit krachtenveld. Minder centrale regie, meer proces faciliteren met een burger die meer een zelfsturende rol dient te gaan spelen. Gemeentelijke bestuurders en betrokken professionals worstelen in dit kader vooral met een positioneringvraag. Waar zijn we voor? Voor wie moeten we er zijn? Dat zowel lokale overheid als maatschappelijke organisaties op zoek gaan naar nieuwe oplossingen, voor een andere aanpak van vraagstukken in de wijk, is te prijzen. Wat doen we nog wel en wat doen we niet meer in de wijk? En wie betaalt daarvoor de prijs? Dat is in feite de vraag met betrekking tot de positionering van de verzorgingsstaat. Centrale vragen hierbij zijn: wat moeten we gaan doen? Wat zijn daarvoor de eerste stappen?

3.2 De oorzaken van het maatschappelijk vraagstuk

ZID, met al tien jaar als thuisbasis de Kolenkitbuurt in Amsterdam West, richt zich met de *ZID-methode* op mensen die in aandachtswijken, d.w.z. kwetsbare multiculturele wijken, wonen. Veelal wijken die sterk aan het veranderen zijn, waar gesloopt en gerenoveerd wordt en waar autochtone en allochtone bewoners met uiteenlopende culturele en sociaal maatschappelijke achtergronden naast elkaar, maar niet noodzakelijkerwijs met elkaar leven. Het onderlinge contact, dat in algemene zin bijdraagt aan de veiligheid en leefbaarheid van een wijk, is vaak gering. Tegelijkertijd zet de centrale overheid een koers in om overheidstaken te decentraliseren naar gemeenten. De AWBZ/WMO, Jeugdzorg, Participatiewet en de invoering van het Passend Onderwijs. De totale begroting van de gemeente stijgt fors en tegelijkertijd is er nog geen zicht op de definitieve financiële kaders. Feit is wel dat er onder de streep minder middelen beschikbaar zijn voor de aanpak van immer toenemende gecompliceerde hulp- of ondersteuningsvragen van burgers in buurt en wijken. Het effect hiervan is meer vraag en minder middelen.

3.3 Aanpak maatschappelijk vraagstuk

Het initiatief van ZID richt zich op bewoners van aandachtswijken, van verschillende generaties met een cultureel en/of maatschappelijk diverse achtergrond. De bewoners hebben te maken met een cumulatie van problemen op het gebied van werkloosheid, leefbaarheid en veiligheid en een oude, eenzijdig samengestelde woningvoorraad. De meest urgent geachte wijken bevinden zich in achttien grotere gemeenten (Zie tabel 1).

Tabel 1

	aandachtswijken	Overige stedelijke wijken	Wijken rest van Nederland
Huishoudeninkomen laag	40%	23%	
Aandeel 15 – 19 jarigen	6%	6%	6%
Aandeel 65 – 99 jarigen	12%	15%	14%
Aandeel niet westerse migranten	46%	14%	4%
vermogenscriminaliteit	23%	15%	10%
geweldscriminaliteit	8%	4%	2%
verloedering	37%	28%	22%
Sociale cohesie (0-100)	52	64	72
Tevredenheid woonomgeving	64%	82%	88%

BRON:SCP

Een van de ongunstige effecten van het Krachtwijkenbeleid was het negatieve effect op buurtparticipatie[1]. Terwijl dit juist een van de doelstellingen van het beleid was; het bevorderen van buurtparticipatie van de buurt. Veelal is een kleine groep bewoners in de aandachtswijken actief in de buurt, terwijl veel overige bewoners zich afzijdig houden. ZID richt zich met name op die bewoners die zich afzijdig houden en zet zich in om een kleine groep actieve bewoners in omvang te laten toenemen. Daarbij richt ZID zich meer specifiek op de niet-westerse en westerse immigranten.

TABEL 2 - ETNISCHE HERKOMST VAN VERTREKKERS EN VESTIGERS

	aandachtswijken		overige stedelijke wijken	
	vestigers	vertrekkers	vestigers	vertrekkers
Autochtone Nederlanders	37,3%	40,0%	60,1%	64,0%
Niet-westerse migranten	45,4%	46,8%	21,9%	20,8%
Westerse migranten	17,3%	13,2%	18,0%	15,2%

Bron:cbs

Voor meer informatie over de stad Amsterdam, zie bijlage 3: bevolkingscijfers van de vier wijken: Noord, Zuidoost, West en Nieuw West en bijlage 4 bevolkingscijfers van de Kolenkitbuurt.

[1] Werk aan de wijk. SCP. Den Haag juli 2013.

3.4 Waarom er behoefte is aan het initiatief van ZID

Doordat de overheid zich met haar voorzieningen en de programmering steeds meer terug trekt uit de wijk en de buurten ontstaat ruimte die ingevuld wordt door betrokken buurt- en wijkbewoners. De ervaring leert ZID dat mensen in de aandachtswijken zorg hebben voor en om hun buurt en zich willen verbinden met de wereld om hen heen. Het probleem is vaak dat zij niet weten hoe en waar zij dat kunnen doen. Daar waar de sociale infrastructuur het hardste nodig is, daar zit ook de burger die over het minste sociale kapitaal van zelfsturing of zelforganisatie beschikt. Het geografische speelveld hiervoor is de wijkaanpak. Deze start vanuit onderop. Met een menselijke maat van onderlinge waarde creatie. Wat kunnen we voor elkaar betekenen? Het exploreren van initiatiefrijke ideeën. Het is de wereld van groot denken en klein beginnen. Nieuwe denkkaders en out-of-the-box. Met een andere rol voor buurtinitiatieven en/of buurtorganisaties. Hoe lossen we met elkaar de problemen in de buurt op? Het probleem is vaak dat zij niet weten hoe en waar zij dat kunnen doen. Met de ZID-methode wil ZID voor deze mensen (volwassenen en kinderen) de mogelijkheden tot maatschappelijke participatie duurzaam zichtbaar en toegankelijk maken, zodat buurtbewoners zich actief en positief met elkaar kunnen verbinden en via hun verhalen een stem krijgen vanuit hun eigen culturele identiteit. Maatschappelijke betrokkenheid en verdraagzaamheid tussen mensen, culturen en generaties zijn daarbij de meerwaarde in de totaalaanpak van de ZID-methode.

3.5 Doelgroepen en samenwerking met sociale partners

De doelgroep is de bewoners van aandachtswijken, van verschillende generaties met een cultureel en/of maatschappelijk diverse achtergrond. Vanaf augustus 2013 is ZID gestart met het aanbieden van het cultuurparticipatie programma, in het kader van het project *Van de Werelddaken,* bij twee vestigingen van Resto VanHarte in Amsterdam; Noord en Zuidoost. Wat we uit de samenwerking kunnen concluderen is dat Resto VanHarte (RVH) dezelfde doelgroep wil bereiken en activeren die ZID voor ogen heeft: verschillende generaties, verschillende culturele achtergronden, weinig financiële middelen en op zoek naar sociale contacten en netwerken. Op dit moment loopt ook een onderzoek, dat wordt verricht in het kader van dit project, door Community Art Lab XL om effectenmetingen van het project vast te stellen.

In overleg met RVH wordt onze samenwerking voortgezet op andere vestigingen waar zij actief zijn. Op deze manier wordt de werving en huisvesting van de vestigingen waar ZID actief is gewaarborgd en creëren we samen voor elkaar meerwaarde in het aanbod, verduurzaming en het netwerk. ZID richt zich de komende tijd op de samenwerking met RVH, maar andere vergelijkbare sociale partners worden niet uitgesloten om in de toekomst mee samen te werken.

In de onderste tabel 3 is duidelijk te zien hoe de bevolking in de vier Amsterdamse wijken waar ZID actief is er uitziet.

Tabel 3- Bevolkingssamenstelling Amsterdam 2011. Bron: O&S Amsterdam

	Amsterdam	West	Nieuw West	Noord	Zuid - oost	Werkloosheids-percentage
Totaal aantal bewoners	790.044	135.083	139.886	87.342	82.866	
Vrouwen	50,8%	50,7%	50,6%	51,6%	51%	
Westerse allochtoon	15,6%	18,7%	13,5%	7%	6,2%	7%
Niet-westerse allochtoon	35%	31,8%	50,2%	37,4%	64,1%	62%
Autochtoon	49,5%	17,7%	13,60%	11,80%	5,70%	5%

3.6 Doelgroepsbereik en stakeholders

Op basis van de ervaring, opgedaan in Amsterdam West en in Culemborg, zijn voor ZID kerngetallen beschikbaar gekomen van het bereik van de doelgroepen. Het aantal actieve bewoners dat participeert in de *ZID-methode* ligt gemiddeld op zo'n 11% van de wijkpopulatie. Het aantal bezoekers dat een voorstelling of een event bezoekt ligt met 22% van de wijkpopulatie op het dubbele.

Om dit bereik te realiseren werkt ZID samen met stakeholders, zoals lokale overheden, maatschappelijke organisaties, maar ook stakeholders in buurt en wijk die worden opgeleid tot buurtacteurs en betrokken professionals vanuit verschillende culturele disciplines en functies. Wijkbewoners worden benaderd via de lokale media. Daarnaast worden wervingsbijeenkomsten en introductie workshops georganiseerd in samenwerking met lokale, vaak maatschappelijke, organisaties en soms op scholen. ZID gaat ook frequent op bezoek bij bestaande organisaties om kennis te maken met de medewerkers en hun activiteiten.

Stakeholders analyse

Voor het uitvoeren van een analyse van de stakeholders is gebruik gemaakt van een analyse instrument van Bureau Point. Daarbij wordt onderscheid gemaakt naar type stakeholder: interne stakeholders, externe stakeholders en intermediaire stakeholders zoals maatschappelijke organisaties. Verder is de mate van invloed, draagvlak en betrokkenheid van de stakeholder geanalyseerd. Deze wordt vertaald in een hoge of een lage betrokkenheid. Ten slotte aan de kwaliteit van de relatie een waarde oordeel verbonden: +++++ uitstekend, ++++ goed, +++ matig, ++slecht en + onvoldoende. Ten slotte zijn alle factoren tezamen genomen in termen van samenwerkingsbereidheid. Is deze uitstekend, goed, matig of slecht.

Door deze analyse, heeft ZID inzichtelijk gemaakt welke stakeholders en partners nodig zijn om een project van ZID succesvol te laten verlopen. Vanuit het oog van financiering en partnerschap brengt deze analyse een beeld naar voren, welke stakeholders en partners financieel mede verantwoordelijk kunnen zijn voor het project. Op basis van deze analyse kan ZID een financieringsplan maken voor de toekomstige projecten.

3.7 SWOT-analyse

Interne Factoren	Gewicht (%)	Score (1-10)	Gewogen Score
Sterkten			
Creatieve toepassing culturele disciplines	15%	9	1,35
Wijkaanpak van onderop	15%	8	1,2
Betrokkenheid medewerkers	10%	8	0,8
Flexibiliteit en innovatie in aanpak	5%	8	0,4
Groot cultureel netwerk	5%	7	0,35
Zwakten			
Methodiek omschrijving niet compleet	15%	2	0,3
Personele taakverdeling	15%	2	0,3
Huisvesting	5%	5	0,25
Toepassing nieuwe media en website	5%	4	0,2
Inrichting van de organisatie	10%	2	0,2
	100%		**5,35**
Externe Factoren	**Gewicht (%)**	**Score (1-10)**	**Gewogen Score**
Kansen			
ZID methode in de markt zetten	10%	8	0,8
Overheid trekt terug uit wijken	10%	7	0,7
Bestuurlijke erkenning methode	10%	9	0,9
Interdisciplinair werken welzijn onderwijs en cultuur	10%	0	0
Reputatie aanpak Kolenkitbuurt	10%	0	0
Bedreigingen			
Ontbreken structureel inkomen	10%	2	0,2
Afhankelijkheid van politiek klimaat	10%	3	0,3
Verharding samenleving door recessie	10%	4	0,4
Bezuinigingen overheid en fondsen	10%	2	0,2
Daling exploitatie inkomsten	10%	2	0,2
	100%		**3,7**

4 Ambitie 2014 -2017

4.1 De ambitiedoelstelling

ZID gaat vanaf 2013 als **ZID – Community Art & Performance Center** in Amsterdam verder. De Amsterdamse thuishaven is de centrale plek van waaruit ZID opereert. Hiervandaan verspreid ZID zijn kennis, expertise en werkmethodiek door de hele stad. Vanaf 2013 vergroot ZID zijn werkterrein met meerdere stadsdelen in Amsterdam, Nieuw – West, Zuidoost en Noord. Verder zet ZID de expertise in om op meer nieuwe vestigingen landelijke community art projecten op te zetten vanuit *de **ZID -methode***. Hierin heeft ZID een leidende rol, maar wordt er intensief samen gewerkt met lokale maatschappelijke organisaties als partners, zodat ZID de cultuurparticipatie van de deelnemers bevordert en een netwerk van actieve ZID Ambassadeurs opbouwt. Jaarlijks werkt ZID ook aan twee internationale projecten. ZID monitort de ontwikkeling van de projecten door samenwerking aan te gaan met Community Art Lab XL, via het netwerk van eigen professionals en buurtacteurs. ZID bundelt de opgedane kennis en expertise in publicaties, geeft seminars en trainingen aan professionals uit verschillende sectoren en blijft voortdurend de eigen werkwijze toetsten aan de actuele maatschappelijke ontwikkelingen.

Uit het interview met Karolina Spaic, voor het blad Breed, december 2011 :Wil je zo de samenhang in de buurt te bevorderen? 'Jazeker, en de betrokkenheid bij elkaar. We willen creativiteit inzetten als motor voor verandering. Mensen zijn veel creatiever dan je denkt. Het is geen vormingstoneel of sociaal werk, maar we willen wel het sociale gevoel vergroten en een soort alertheid kweken voor de kracht van creativiteit. Je merkt ook dat als je probleemkinderen al vroeg op het toneel laat staan, en de ouders erbij betrekt, je soms kunt voorkomen dat ze ontsporen. Dit is een hele moeilijke buurt, met veel criminaliteit, schooluitval en andere problemen. Armoede sleurt je mee in een negatieve spiraal. Daar willen wij wat positiefs tegenover stellen. '

4.2 Georganiseerde groei

Om meer wijkbewoners te bereiken dient ZID – Community Art & Performance Center te groeien als organisatie. De motor van de groei is de ***ZID methode*** welke als kern dient bij alle programmaonderdelen van ZID – Community Art & Performance Center. Voor de groei worden drie randvoorwaarden gehanteerd:

- Eigen talenten en creativiteit van elk individu vormen de grondslag voor deelname aan de ZID activiteiten.



Rada,
72 jaar

Land van herkomst:
Servië

Functie:
Deelnemer aan het Zoet&Zout project 2008, sindsdien buurtacteur

In dagelijks leven:
Gepensioneerd, moeder, oma en overgrootoma

"Bij ZID leer ik nieuwe mensen kennen en mijn talenten beter inzetten."

- Constante inhoudelijke ontwikkeling van alle programmaonderdelen zorgt voor actuele, vernieuwende projecten die aansluiten bij de desbetreffende wijk waardoor de ZID methode inhoudelijk in ontwikkeling blijft.
- ZID activiteiten hebben als doel om het draagvlak voor creatieve participatie van wijkbewoners te vergroten en om cultuur in de wijken te waarborgen. Het doel is om de ZID Ambassadeurs te trainen en op te leiden, zodat de ZID Ambassadeurs, op vrijwillige basis verder het culturele aanbod in hun omgeving kunnen organiseren, met de ondersteuning en monitoring van ZID professionals.

4.3 Onderbouwing groeiambitie

De ambitie van ZID is tot 2017 het groeimodel te realiseren langs een drietal lijnen:

1. *Lokaal* door in Amsterdam, om naast het eigen stadsdeel in West, in 7 wijken aan de slag te gaan via de ZID-methode met 210 ZID Ambassadeurs en een bereik van minimaal 3500 mensen
2. *Landelijk* door de ZID-methode over te dragen en te implementeren in 6 gemeenten i.s.m. lokale partnerorganisaties met 90 ZID Ambassadeurs en een bereik van minimaal 3000 mensen
3. *Internati*onaal door ook in het buitenland twee projecten uit te zetten met de ZID-methode

Ad.1 Lokaal

ZID wil binnen Amsterdam 7 ZID Academies opzetten. Vanaf 2014 implementeren we dit concept op vier vestigingen in Amsterdam waar we nu al actief zijn: West (Bos en Lommer); Nieuw West (Slotermeer); Zuidoost (Bijlmer-Oost); Noord (de Vogelbuurt). Tevens bestaat ook op andere plekken in Amsterdam vraag naar de ZID Academy. Onderzocht zal worden waar de grootste behoefte naar bestaat en waar medewerking vanuit de politiek en financiers het gemakkelijkste te bewerkstelligen is.

Ad.2 Landelijk

In de periode 2014-2017 zal de ZID Academy ieder jaar 2 nieuwe vestigingen opzetten in Nederland, buiten Amsterdam: Rotterdam en Den Haag in 2014; Amersfoort en Zwolle in 2015; Almere en Eindhoven in 2016 en vanaf 2017 zal de ZID Academy in twee nog nader te bepalen plaatsten opgezet worden. Al deze vestigingen worden opgestart i.s.m. sterke, lokale partnerorganisaties, welke organisch onderdeel uitmaken van de wijk en een groot bereik hebben onder de doelgroep. Een van de hoofdpartners van ZID is daarvoor Resto VanHarte die met haar concept op die plekken zit waar de ZID methode de meeste waarde kan creëren.

Ad.3 Internationaal

Door ook in het buitenland de **ZID-*methode*** uit te zetten i.s.m. met lokale partners en professionals, speelt ZID in op een groeiende internationale vraag. (Marokko, Verenigde Staten, Servië, Duitsland, Nederlandse Antillen)

In 2012 en 2013 realiseerde ZID een community art project in Marokko, te Larache op verzoek van DMO van Gemeente Amsterdam. Daarom nemen wij elk jaar twee projecten met

een buitenlandse partner aan. Wij richten ons op herkomstlanden en op landen waar community art een rijke geschiedenis heeft, zoals Verenigde Staten, waar voornamelijk de uitwisseling van expertise en werkmethodes centraal staan.

Ad.4 Totaal

Over een periode van 4 jaar heeft ZID de ambitie om te groeien naar 15 projecten in 2017. Waarvan 7 in Amsterdam, 6 landelijk en 2 internationaal. Dat leidt tot het volgende schematische overzicht van de groeiambities:

TABEL 4 - GROEIAMBITIES OMGEZET NAAR AANTAL VESTIGINGEN 2014 - 2017

Plaats	2014	2015	2016	2017
Amsterdam	4	5	6	7
Landelijk	1	2	4	6
Internationaal	2	2	2	2
Totaal	7	9	12	15

4.4 Opzet van groeimodel

Welke producten biedt ZID aan

Voor de realisatie van haar groeistrategie tot 2017 zet ZID, naar gelang de specifieke omstandigheden, de volgende thema's in:

- **Zoet & Zout** – levensverhalen en rituelen rondom eten. Culinair erfgoed en theater.
- **Droomstad** – theatrale tour door de wijk, bewoners, organisaties/ondernemers ontmoeten elkaar in de openbare ruimte.
- **Van de Werelddaken** – je wilt verandering, wat is je eigen inbreng.
- **Je talent in de spotlights** - ontdek je talenten en zet die vervolgens in.

Met deze thema's en bijpassend aanbod van creatieve disciplines (theater, muziek, dans, film) als artistiek middel richt ZID zich op de bewoners in de achterstandswijk. Het wordt volgens de beschreven fasering, in vier fases en met een voortraject gewerkt.

Fase 0: Voortraject

Voordat gestart wordt met een project in een aandachtswijk wordt een uitgebreide check op de randvoorwaarden uitgevoerd: wat zijn de vraagstukken in de wijk, hoe ziet de sociaaleconomische samenstelling van de wijk eruit, welke 'zachte' en 'harde' infrastructuur is er aanwezig, is er voldoende draagvlak onder de deelnemers, welke maatschappelijke organisaties zijn betrokken en is de financiële ondersteuning mogelijk?

Aandachtspunt	Kerngegevens
Samenstelling van de wijk	Demografische gegevens
	Sociaal economische gegevens
	Sociaal culturele gegevens
	Sociale kaart voorzieningen
Kenmerken van de wijk	Geografische en maatschappelijke context
Vraagstukken van de wijk	Inkomen
	Werkgelegenheid
	Gezondheid
	Veiligheid
	Sociale cohesie
	Leefbaarheid
Sociale infrastructuur	Maatschappelijke organisaties
	Verenigingsleven
	Vrijwilligers
	Actief buurtkader
	Culturele organisaties
Bestuurlijk kader	Beleid sociaal domein
	Wijkaanpak

Fase 1: Cultuur- en creatieve participatie.
Doel: creatie draagvlak wijkbewoners. Georganiseerd met en bij een partner die de deelnemers al 'in huis heeft', b.v. Resto Van Harte - 12 weken. In deze fase worden kleine tussenpresentaties van de deelnemers verzorgd en een selectie gemaakt van de buurtacteurs.

Fase 2: Training buurtacteurs en theaterproductie.
Doel: talentontwikkeling, inspiratie, verbinden. Over een periode van 12 weken, 25 tot 30 mensen die de uitvoering van een project voor andere bewoners verzorgen. Buurtacteurs krijgen een training in verschillende creatieve disciplines: theater, dans, verhalen schrijven en vertellen, films maken en het zelf ontwikkelen van de bovengenoemde producties met behulp van de professionals en de meer ervaren buurtacteurs van ZID. Bij de training zijn altijd minimaal drie begeleiders aanwezig: twee vakdocenten en een ZID ambassadeur.

Deze fase wordt afgesloten met een eindpresentatie van de theaterproductie. Het heeft een feestelijk karakter en verbindt de eerste groep deelnemers met deze buurtacteurs, hun achterban en de wijk.

Fase 3: ZID Ambassadeurs begeleiding

*Doel: borging van de **ZID methode**.* De ambassadeurs krijgen een tweedaagse training in verschillende ins en outs over het opzetten van community art projecten. Daarna gaan ze zelf met eigen ideeën aan de slag. ZID begeleidt ze gedurende 12 weken in dit proces en helpt ze om voor het eerst zelf creatieve activiteiten te organiseren. Dit proces wordt nauwkeurig gemonitord en er wordt per groepje en per persoon gekeken naar de 'tools' die nodig zijn, zodat iemand straks zelfverzekerd en met de nodige competenties aan de slag kan gaan als ZID ambassadeur. De ZID Ambassadeurs keren terug naar de deelnemers van fase 1 en fase 2 en gezamenlijk en aangevuld met andere bewoners worden nieuwe activiteiten georganiseerd. Na de succesvolle beëindiging van deze fase, zelfstandig of in groepsverband georganiseerde activiteit, krijgen ZID Ambassadeurs een certificaat. Dit certificaat wordt elke 2 jaar na deelname aan terugkomdag vernieuwd.

Fase 4: ZID Academy landelijk netwerk van ZID Ambassadeurs

Doel: borging, binding met ZID en kennisoverdracht. Eén keer per half jaar een terugkomdag voor ambassadeurs en voor professionals in de vorm van expertise uitwisseling, training en inspiratie geven. ZID blijft aanspreekpunt en coördinator. Tevens is een helpdesk beschikbaar. ZID streeft naar een netwerk van actieve bewoners om een netwerk van ZID Ambassadeurs op te bouwen, zodat ze voor veel vragen, ervaringen en hulp in eerste instantie elkaar kunnen benaderen. Tot slot biedt ZID verschillende hulpmaterialen, zoals voorbeelden voor het opzetten van een activiteit, of de wijze van invulling.

4.5 Doelgroepbereik en het team per vestiging

Doelgroepen

Centrale doelgroep voor de *ZID methode* vormen de wijkbewoners in de zogenaamde achterstandswijken. Om deze doelgroep te bereiken hanteert ZID een viertal wisselende producties die kunnen worden ingezet c.q. worden aangepast aan de specifieke situatie van de aandachtswijk waarbinnen ZID haar groei denkt te realiseren.

Fase 1: Cultuurparticipatie wijkbewoners

Georganiseerd met en bij een partner die de deelnemers al 'in huis heeft', b.v. Resto Van Harte.

ZID team: een professionele theatermaker als begeleider en een ZID Ambassadeur. Er wordt een eindpresentatie verzorgd en een selectie gemaakt van de buurtacteurs.

Periode: 12 weken.

- ⇨ *Bereik 50 tot 100 wijkbewoners*

Fase 2: Training buurtacteurs en eindproductie
Buurtacteurs krijgen een training in verschillende creatieve disciplines: theater, dans, verhalen maken en vertellen, films maken en het zelf ontwikkelen van de bovengenoemde producties met behulp van de professionals van ZID.
ZID team: minimaal drie begeleiders: twee vakdocenten en een ZID Ambassadeur.
Periode: 12 weken.

- ⇨ Bereik: 25 tot 30 buurtacteurs/wijkbewoners

Fase 3: ZID Ambassadeurs begeleiding
Aan de hand van motivatie worden 10 -15 personen geselecteerd om als ZID Ambassadeur aan de slag te gaan in de wijk en in samenwerking met de desbetreffende organisatie om de methode te verduurzamen. De ambassadeurs krijgen een tweedaagse training in de verschillende ins en outs over het opzetten van community art projecten. Daarna gaan ze zelf met eigen ideeën aan de slag. ZID begeleidt ze in dit proces en helpt ze om voor het eerst zelf creatieve activiteiten te organiseren. Ook kunnen deelnemers andere mensen bij de projecten betrekken. Na de succesvolle beëindiging van deze fase, een zelfstandig of in groepsverband georganiseerde activiteit, waarbij minstens dertig mensen mee doen, krijgen ZID Ambassadeurs een certificaat. De ZID Ambassadeurs keren terug naar de deelnemers van fase 1 en fase 2 en samen met en voor hen organiseren ze verder de activiteiten.
ZID team: twee vakdocenten en twee ZID Ambassadeus.

Periode: 12 weken.

- ⇨ Bereik 10 – 15 ambassadeurs/wijkbewoners.

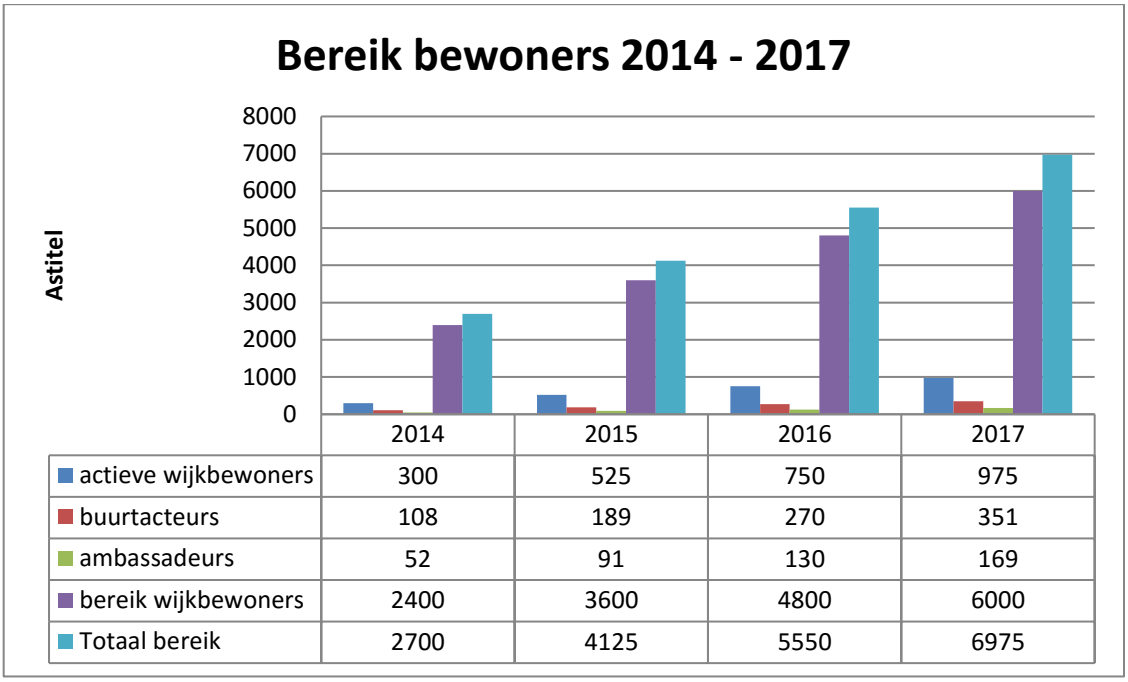
Fase 4: ZID Academy
ZID Academy fungeert als een landelijk netwerk van de ZID Ambassadeurs. Eén keer per half jaar een terugkomdag voor ambassadeurs en voor professionals in de vorm van expertise uitwisseling, training en inspiratie geven. Het certificaat wordt elke 2 jaar na deelname op de terugkomdag vernieuwd.
ZID team: de coördinator, de assistent van de coördinator en de productieleider.

Periode: 12 weken.

- ⇨ *Bereik 10 – 15 ambassadeurs en 400 – 500 wijkbewoners*

Doelgroepbereik per fase

	Dienst	Bereik	Wie
Fase 1	Cultuurparticipatie bewoners	50 - 100	Actieve wijkbewoners
Fase 2	Training buurtacteurs en realiseren theaterproductie	25 - 30	Buurtacteurs
Fase 3	ZID Ambassadeurs begeleiding en projecten in de buurt	10 – 15	Ambassadeurs
Fase 4	ZID Academy	400 -500	Ambassadeurs en bereik wijkbewoners



	2014	2015	2016	2017
actieve wijkbewoners	300	525	750	975
buurtacteurs	108	189	270	351
ambassadeurs	52	91	130	169
bereik wijkbewoners	2400	3600	4800	6000
Totaal bereik	2700	4125	5550	6975

3.4. Organisatie van de groei

De kern van de aanpak voor de groeistrategie is dat ZID aansluit bij plaatselijke bewoners-initiatieven en/of initiatiefrijke maatschappelijke organisaties en voorzieningen in de wijk, zoals b.v. Resto Van Harte.

Na de wijkanalyse en een quick scan van de randvoorwaarden stelt ZID een coördinator aan voor het project. De coördinator regelt de praktische afspraken met de partner organisatie, PR vanuit ZID, en doet de coördinatie van de professionals. Na het doorlopen van de fasering en het leveren van de daaraan verbonden diensten zijn er voor elk lokaal project 10 tot 15 actieve plaatselijke ambassadeurs. Deze vormen het kader en zijn contactpersonen en daarmee de drager van het wijkinitiatief. Met hun achterban en hulp van de lokale maatschappelijke organisaties arrangeren de ambassadeurs creatieve projecten, mini festivals en presentaties. Na 12 weken actieve begeleiding, monitort ZID verdere ontwikkelingen op afstand, via een terugkoppel systeem met evaluaties en een eigen intranet. De coördinator blijft het eerste aanspreekpunt voor de ZID ambassadeurs en hij/ zij bewaakt ook de kwaliteit volgens duidelijk beschreven richtlijnen. Een keer in de drie maanden wordt een bezoek en een vergadering gehouden op de locatie, om de ins en outs van de ZID ambassadeurs te evalueren.

Bij de *ZID-methode* draait alles om mensen, om culturen, om betrokkenheid en verdraagzaamheid. Mensen achter en voor de schermen, op het podium van het dagelijks leven.

4.6 Meting - Effectenmeting en bereik – hoe gaan we het meten?

ZID Theater wil onderzoeken of de maatschappelijke kosten-batenanalsye (MKBA) , het in beeld kan brengen van de maatschappelijke kosten en baten, met de ZID-methode is te realiseren. Vertrekpunt vormt de ambitie van ZID Theater. De methode bestaat uit een mix van motieven en daaruit voortvloeiende doelstelling. ZID Theater onderscheidt daarbij:

- Maatschappelijke motieven (sociale cohesie in buurten en wijken versterken)
- Pedagogische motieven (mensen ontwikkelingskansen bieden)
- Culturele motieven (mensen in aanraking brengen met culturele disciplines)

Directe effecten:
- Ontwikkeling van kinderen, jongeren en volwassenen
- Verbetering van schoolprestaties
- Opbouw sociale netwerken in buurten en wijken
- Kennis van verschillende culturen

Indirecte effecten:
- Sociale cohesie
- Minder overlast in de wijk of de buurt
- Verbeteren van leefbaarheid in wijken

Op dit moment ontwikkelt ZID in samenwerking met Community Art Lab XL een meetinstrument, zodat de effecten op de deelnemers en op de wijk zichtbaar worden. Deze zal begin 2014 klaar zijn.

4.7 Samenwerking met Community Art Lab XL

Vanaf 2013 werkt ZID samen met Community Arts Lab XL uit Utrecht, het expertisecentrum voor community arts onder leiding van Sikko Cleveringa. Tijdens het project 'Van de Werelddaken' zal er een publieksonderzoek worden gehouden en zal het effect van het project op de deelnemers onderzocht worden. Het resultaat hiervan wordt opgenomen in de projectscan van het project "Van de Werelddaken", vier sociaalartistieke interventies van ZID Theater in vier stadsdelen van Amsterdam.

ZID wil deze samenwerking in de toekomst structureren, zodat de ontwikkeling van de nieuwe programma's worden gemonitord en gemeten. Op deze manier wil ZID bijdragen aan de ontwikkeling van de community arts in Nederland.

5 Organisatie en Personeel

5.1 De huidige organisatiestructuur van ZID

Met betrekking tot de organisatorische inrichting verkeert ZID momenteel in een transitie fase. Van een projectgerichte organisatie met producties naar een organisatie gestuurd bedrijf met afzonderlijke vestigingen en programmalijnen. De geformuleerde doelstellingen voor de periode 2014 – 2017 vragen om een zakelijke inrichting en aansturing van de organisatie. Daarvoor hanteert ZID een drietal criteria:

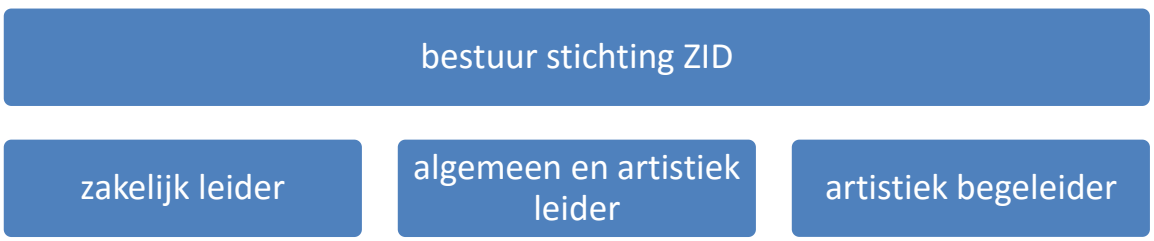
1. Functionele scheiding tussen zakelijke en artistieke leiding
2. Onderscheid van primaire werkprocessen en ondersteunende werkprocessen
3. Functionele scheiding tussen de staande organisatie en de projecten(organisatie)

De bestuurlijke eindverantwoordelijkheid en aansprakelijkheid ligt het bij bestuur van de Stichting ZID.
De dagelijkse leiding van ZID bestaat uit een algemeen en artistiek leider, zakelijk leider en artistiek begeleider. De opdracht voor deze leidinggevende is om financiële ambities te vertalen in een organisatiestructuur waarbij het personeel de gestelde ambities kan realiseren. In het nader op te stellen personeelsplan worden verantwoordelijkheden en bevoegdheden van de leidinggevende functionarissen verder uitgewerkt. In het bijgevoegde organogram worden de functies in beeld gebracht. Zie bijlage 2.

De vaste organisatiestructuur, naast de dagelijkse leiding, bestaat uit: assistent zakelijk leider, project leider, productie leider, PR medewerker en een fondsenwerver. Deze vaste kern van 8 medewerkers wordt aangevuld met een aantal vrijwilligers en stagiaires, in de rol van assistent productie, PR etc. Het artistieke team is samengesteld uit een aantal theater en dans docenten/ spelers, dat per seizoen wisselt, tussen de 4 en 7 personen. Daarnaast is er een vaste groep van 10 buurtacteurs/ vrijwilligers en 3 stagiaires afkomstig van HBO kunstopleidingen.

Organisatiemodel waarlangs de groei wordt gerealiseerd

De driekoppige bestuur van Stichting ZID wordt aangevuld met twee extra leden. Een gedelegeerd bestuurslid is verantwoordelijk voor de mede aansturing van de staande organisatie. Naast de zakelijk leider en de artistiek begeleider. De dagelijkse leiding wordt daarbij gevormd door algemeen en artistiek leider en zakelijk leider.



De zakelijk leider is verantwoordelijk voor alle ondersteunende processen van de projecten van ZID. De algemeen en artistieke leider is eindverantwoordelijk voor de afstemming tussen zakelijke en artistieke ambitie op elkaar en voor alle artistieke projecten. De artistiek begeleider is eindverantwoordelijk voor de procesmatig coördineren van de artistieke ambitie van de projecten met het artistieke team. De artistiek begeleider stemt dit af met de artistiek leider. Gezamenlijk zijn de zakelijk leider, algemeen en artistiek leider en artistiek begeleider verantwoordelijk voor het realiseren van de zakelijke doelstellingen en groeiambitie van ZID.

In 2014 wil ZID een Raad van advies opzetten, waarin experts op verschillende gebieden vertegenwoordigd zijn: financiën, marketing, bestuurskunde en management. De Raad van advies adviseert het bestuur.

5.2 Personeel en groei

Door de aansturing van de algemeen en artistiek leider verrichten de zakelijk leider, de artistiek begeleider en de coördinator(en) elk hun taken bij het realiseren van de groei. Voor taakomschrijving zie beschrijving hieronder. Per vestiging wordt er een uitvoerend team, met minimaal een vakdocent (theater), een buurtacteur (vrijwilliger) en een stagiaire, in de functie van assistent coördinator samengesteld. Dit team wordt organisatorisch aangestuurd door een coördinator en inhoudelijk door de artistieke begeleider. De coördinator rapporteert aan de algemene leider.

	Dienst	Wie
Fase 0	Verkenning en quick scan	Coordinator en assistent
Fase 1	Cultuurparticipatie bewoners	Vakdocenten
Fase 2	Training buurtacteurs	
Fase 3	ZID Ambassadeurs begeleiding	Ambassadeur
Fase 4	ZID Academy	Vakdocenten, gasten

5.3 Zakelijk leiding

Voor een goede zakelijke performance van ZID is het van belang dat de ondersteunde diensten van ZID verder worden geprofessionaliseerd. De zakelijke leider is hiervoor verantwoordelijk.



De zakelijk leider verzorgt samen met de artistiek begeleider de acquisitie, promotie en communicatie van ZID-projecten. Hier wordt de verantwoordelijkheid geborgd voor het realiseren van de verdienmogelijkheden. De zakelijk leider verzorgt mede met de artistiek leider de fondswerving en draagt zorg voor de financiële verslaglegging en rapportage. Daarnaast bewaakt de zakelijk leider de contractering van de vaste en tijdelijke medewerkers van ZID. De drie onderdelen kennen elk een uitvoerende medewerker voor het leveren van de werkzaamheden die door de afdeling moet worden verricht.

Taken zakelijk leiding

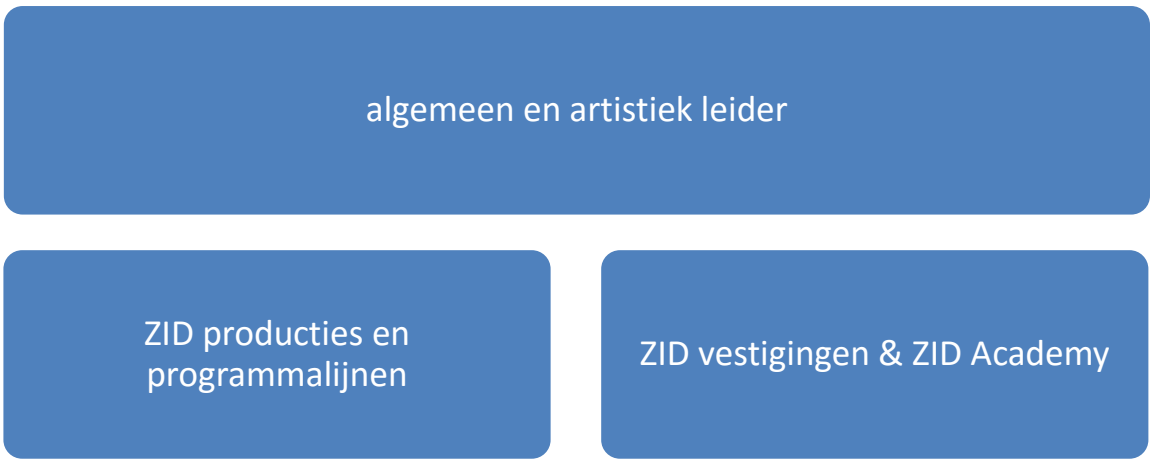
- Het geven van de zakelijke leiding van de organisatie in het algemeen, met de bedrijfsvoering als aandachtpunt voor de komende jaren 2013-2015.
- Ontwikkelen van beleid op langer termijn, aansluitend op het kunstenplan van gemeente Amsterdam in samenwerking met de artistieke leider.
- Ontwikkeling van duurzame werkmodellen waarbij positionering van ZID deel uitmaakt van vier à vijf stadsdelen in Amsterdam als focus en nationaal en internationale positionering als uitdaging en experiment. Waarbij ZID vanuit de organisatie, die op projectmatig basis werkte, een overstap maakt naar een organisatie die meerjarig wordt gefinancierd en breed ingebed en verduurzaamd is in Amsterdam.
- Acquisitie en fondsenwerving bij de rijksoverheid, de gemeente, provincie, particuliere fondsen en internationale subsidieverstrekkers.
- Evaluatie, overleg en beleidsontwikkeling met de partners: de hogescholen voor de kunsten, theaters, coproducenten en de subsidieverstrekkers.
- Onderhouden van externe contacten: vertegenwoordigers podiumkunsten, de contacten bij overheden en geldverstrekkers.
- Leiding geven betreffende zakelijke bedrijfsvoering aan de vaste medewerkers, de tijdelijke medewerkers, vrijwilligers en stagiaires.
- In samenwerking met de penningmeester van het bestuur en de boekhouder het financieel beleid ontwikkelen, opstellen en controleren.

Assistent Zakelijke leiding

- Vervult een ondersteunende rol met betrekking tot bovengenoemde werkzaamheden en activiteiten van de zakelijke leiding. Met de focus op werkzaamheden van acquisitie en fondsenwerving.

5.4 Algemeen en artistiek leiding

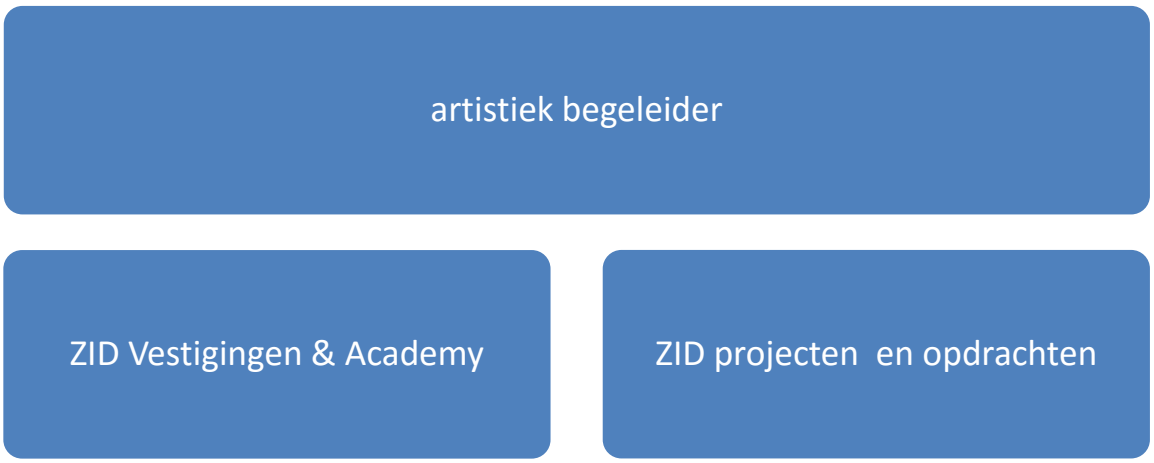
Het realiseren van projecten is enerzijds tijdelijk maar vraagt anderzijds voortdurend om dezelfde soort van ondersteuning. Deze mix van vaste ondersteuning voor tijdelijke projecten vraagt om een zowel een artistiek inhoudelijk als een zakelijke aanpak. De combinatie borgt ZID in de functies van artistiek leider en artistiek begeleider.



Taken algemeen en artistiek leider

- Zorgen voor de aansluiting tussen artistieke en zakelijke leiding van de organisatie voor de komende jaren 2014-2017.
- Ontwikkelen van beleid op langer termijn, aansluitend op het beleidsplan van gemeente Amsterdam in samenwerking met de zakelijk leider.
- Bewaking van de ontwikkeling van duurzame modellen waarbij positionering van ZID deel uitmaakt van vier stadsdelen in Amsterdam en nationaal en internationale positionering, met nadruk op groeiambitie.
- Meedenken en meewerken aan acquisitie en fondsenwerving bij de rijksoverheid, de gemeente, provincie, particuliere fondsen en internationale subsidieverstrekkers.
- Ontwikkelen van artistieke concepten van het onderdelen van het aanbod van.
- Onderhouden van externe contacten gericht op expertise en methode uitwisseling: vertegenwoordigers podiumkunsten, kennisinstituten en stakeholders.
- Leiding geven betreffende artistieke team, samen met artistiek begeleider: aan de artistieke medewerkers, buurtacteurs en ZID Ambassadeurs.

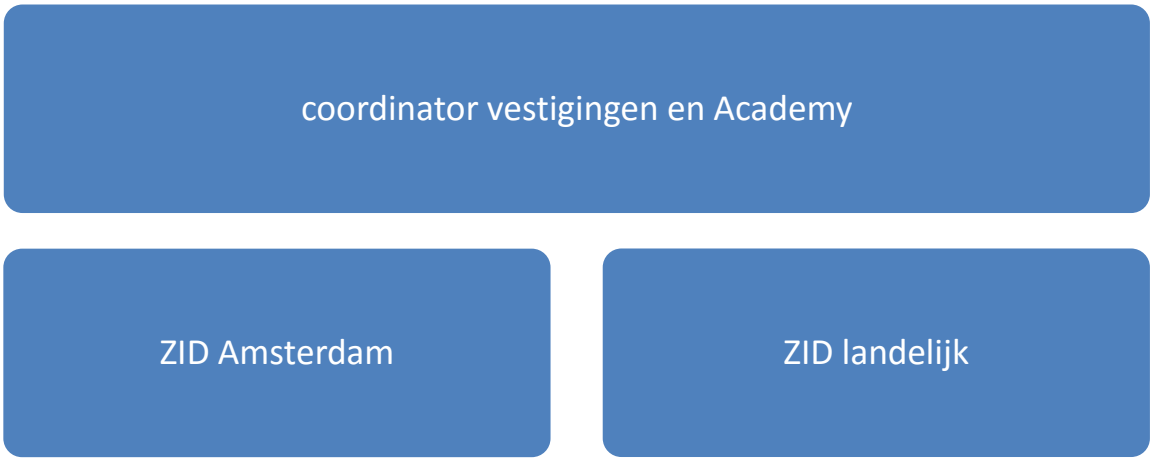
5.5 Artistieke begeleiding



Taken artistiek begeleider

- Vertaalslag van de artistieke ambitie naar concrete acties van het artistieke team.
- Uitvoeren van artistieke concepten van het onderdelen van het aanbod samen met het artistieke team.
- Onderhouden van externe contacten gericht op artistieke.
- Leiding geven aan artistiek team, samen met artistiek leider: aan de artistieke mede-werkers, buurtacteurs, stagiaires en vrijwilligers.
- Ontwikkelen en verzorgen van trainings- en coaching trajecten voor de buurtacteurs en ZID Ambassadeurs
- Inhoudelijk bijdragen aan de kwaliteitsbewaking van de ZID Academy

5.6 Coördinator van ZID vestigingen



Taken coördinator

- Coördinatie en communicatie tussen ZID en samenwerkingspartner
- Faciliteren van alle praktische benodigdheden om een vestiging op te zetten en draai-ende te houden (roosters, planning, bijhouden van deelnemers)
- Onderhouden van externe contacten gericht op de inbedding op een vestiging en in de omgeving (stadsdeel, stad, wijk).

- Leiding geven aan productie en PR medewerker, stagiaires en vrijwilligers.
- Ontwikkelen en inzetten werkzaamheden rondom Zid Academy en netwerk van de ambassadeurs.
- Helpdesk functie bieden aan de ZID Ambassadeurs die zelfstandig aan het werk gaan
- Organiseren van halfjaarlijks terugkom dag van de ZID Ambassadeurs
- Op dit moment wordt geschat dat 1 coördinator vanuit het kantoor in Amsterdam 87 vestigingen op full time basis kan beheren. Van af 2016 wil ZID twee coördinatoren aanstellen, of eventueel meerdere mensen in een parttime functie.

6 Operationalisatie van de groeidoelstellingen

Er is in eerste instantie gekozen om een drie jaren plan van de operationele doelen te maken, omdat dit voor ZID de grootste uitdaging op het moment is, gezien de verandering van organisatie . Ook gezien de duur van de trajectbijdrage voor de komende twee jaar wil ZID deze doelen realiseren:

1. REALISATIE NIEUWE VESTIGINGEN
1.1 Opstellen van acquisitie en lobbyplan naar de gemeentes waar ZID zich wil vestigingen 1.2 Aanstellen van een coördinator over 4 vestigingen in Amsterdam 1.3 Financieringsplan van aanpak voor periode 2014- 2017 opstellen 1.4 Opstellen van marketing en communicatieplan van ZID-Community Art & Performance Center en van alle vestigingen 1.5 Potentiële internationale partners toetsten op mogelijke samenwerking in 2014 en 2015
2. OP DE VESTIGINGEN
2.1 Opstellen communicatieplan 2013 - 2015 met te onderscheiden communicatiedoelgroepen en wijken/ steden 2.2 Opzetten activiteiten 2.3 Samenstellen van de uitvoerende teams op de vestigingen 2.4. Opstellen werving en selectieplan buurtacteurs 2.5. Organiseren van de eindproductie 2.6 Opstellen opleidingsplan buurtacteurs en ZID Ambassadeurs 2.7 Opzetten van de ZID Academy
3 ORGANISATIE
3.1 Opstellen organisatieontwikkelingsplan in relatie tot de geformuleerde doelstellingen 3.2 Opstellen taken en bevoegdheden van de staande organisatie in relatie tot projectorganisatie 3.3 Opstellen workflow van de organisatie
4. PERSONEEL
4.1 Opstellen personeelsplan in relatie tot doelstellingen 4.2 Uitwerken functieprofielen met taakomschrijving personele functies ZID 4.3 Inrichting planning personeel met betrekking tot vast, tijdelijk, freelance en oproep personeel 4.4 Oprichten Raad van advies en het plan van aanpak t.a.v. de advisering

Ter voorbereiding op de aanpak worden alle operationele doelen uitgewerkt in concrete activiteiten, beoogde resultaten, wie de uitvoering verzorgt en wat de planning is. Aan deze planning wordt een tijdspad gekoppeld. Op basis hiervan wordt het definitieve plan van aanpak opgesteld. Deze zal in januari 2014 definitief gemaakt worden.

7 Communicatieplan ZID – Community Art & Performance Center

ZID – *Community Art & Performance Center* stapt de wijk uit en de wereld in. De activiteiten vinden niet alleen meer plaats in de Kolenkitbuurt te Amsterdam, maar ook in andere wijken en steden. Daarom is het belangrijk om duidelijk te hebben wat we willen communiceren en wat het communicatiedoel is. Wat willen we bij mensen teweegbrengen?

Met deze verandering in het achterhoofd is er een brainstorm georganiseerd en heeft *Bureau Herrie* een opzet voor dit communicatieplan en een plan van aanpak gemaakt. In de gesprekken werd geconcludeerd dat ZID – *Community Art & Performance Center* heel veel betekend voor de samenleving. Hoewel dit nu nog gebeurt op wijkniveau, zal dit straks ook in andere wijken gaan plaats vinden. Daarnaast staan de verhalen die ZID vertelt symbool voor de gehele Nederlandse samenleving. Dit is iets waar ZID trots op mag zijn. ZID is uniek en bereikt veel, daar mag mee gepronkt worden. ZID – *Community Art & Performance Center* mag stoerder en trotser worden.

7.1 Achtergrond ZID

ZID – *Community Art & Performance Center* verbindt jou met de samenleving, via ZID ontmoet je de wereld. Het is bij ZID zowel thuiskomen, als je horizon verbreden. Via de andere deelnemers, de spelers en/of de voorstellingen leer je niet alleen je buurman kennen, maar de hele Nederlandse samenleving anno nu. ZID stimuleert daarbij de deelnemers hun eigen krachten te ontwikkelingen en stimuleert de bezoeker de wereld anno nu te leren kennen.

ZID is hét Community Art & Performance Center van Nederland: het is een plek waar theater gemaakt wordt met, voor en over de gemeenschap. ZID brengt mensen met elkaar in verbinding: het verbindt de deelnemers van de projecten, maar het stelt ook het publiek voor aan de (multiculturele) samenleving. Daarbij toont ZID in een tijd van cultuurpessimisme dat de multiculturele samenleving weldegelijk kan slagen door uit te gaan van de krachten van échte mensen. Zowel de inhoud als de vorm bewijzen dat. ZID – *Community Art & Performance Center* verbindt de wereld en laveert daarbij tussen welzijn en kunst.In de communicatie legt ZID de nadruk op de pioniersrol die het heeft op het gebied van Performance Arts. In Nederland zijn zij uniek in hun vorm van theater maken, niet alleen voor, maar vooral met de maatschappij.

De kracht van ZID kan samengevat worden als:

- ZID - de kunst van het spelen
- Het gewone is bijzonder
- ZID is het cement van de samenleving
- Kom en ontmoet de Nederlanders anno nu.
- Ontmoet je buurman, ontmoet de wereld.

Uitgangspunten communicatie:

- De nadruk in de communicatie naar (potentiële) deelnemers ligt op de mogelijkheden die het biedt aan deze deelnemers: het ontwikkelen van eigen

talenten en het in contact komen met buurtbewoners. De communicatie is daarbij enthousiasmerend, de deelnemer moet ZID verlaten met het gevoel zijn (buur)man/-vrouw, kind etc. de volgende keer mee te willen nemen.
- De nadruk in de communicatie naar (potentiële) bezoekers ligt op de kans die ZID biedt om de samenleving op kleine schaal te ontdekken.
- De nadruk in de communicatie naar externe partijen ligt op de pioniersrol die ZID speelt in Nederland: ZID is uniek in haar aanpak en het resultaat dat hierop volgt.
- We spreken van ZID als **ZID Theater – *Community Art & Performance Center*** als volledige naam, of **ZID** in de 'volksmond'.

7.2 Communicatiedoel

ZID – *Community Art & Performance Center* is een wereldontmoetingsplek, zowel voor deelnemers als het publiek. Het richt zich daarom in eerste instantie op deelnemers in de diverse Amsterdamse stadsdelen, maar ook op de wijkbewoners uit diverse steden en het (theater)publiek in de steden waar de voorstelling gespeeld wordt. Het richt zich hierbij op mensen die zowel geïnteresseerd in theater, als de (multiculturele) samenleving zijn.

Doel van de communicatie is:

a) naamsbekendheid van ZID – *Community Art & Performance Center* creëren met als resultaat meer deelnemers, meer bezoekers buiten de Kolenkitbuurt en een positief imago als pionier op het gebied van Community Art & Performance.
b) ZID is een plek waar je eigen talenten ontwikkeld en gestimuleerd wordt.
c) ZID brengt voorstellingen waarmee je een ogenschijnlijk willekeurige buurt ontmoet, die symbool staat voor de hele Nederlandse samenleving.
d) ZID verbindt kunst, cultuur en samenleving.
e) Met het project Van de Werelddaken breidt ZID haar werkgebied uit van Amsterdam West naar Amsterdam Nieuw West, Noord, Zuidoost.
f) Met de Groeiambitie voor 2014 – 2017 breidt ZID haar werkgebied verder landelijk uit, van 2 naar 7 vestigingen en breidt het zijn werkgebied in Amsterdam verder uit en verduurzaamt zijn huidige werkgebieden, van 4 naar 6 vestigingen.
g) In 2014 start ZID met ZID Academy, een landelijk netwerk van ZID Ambassadeurs; actieve wijkbewoners op het gebied van cultuurparticipatie.

Doelgroepen

Primair:

A. Bewoners van de “aandachtswijken” t.b.v. deelname en/of bezoeken in Amsterdam

B. Bewoners van de steden waar we nieuwe vestigingen starten.

Profiel: ZID – Community Art & Performance Center richt zich primair op de bewoners uit achterstandswijken. ZID richt zich bewust op de verbinding tussen generaties, en werkt met mensen van verschillende leeftijden samen, vaak loopt de leeftijd van de deelnemers bij een project van 8 tot 80 jaar. Daarbij zoeken we naar een zo evenwichtig mogelijke verdeling van leeftijden en culturen die de verhoudingen in de wijk weerspiegelen. De deelnemers zijn over het algemeen mensen die niet met kunst en cultuur in

aanraking komen, lager opgeleid, met een lagere sociaal-economische positie en beheersen de Nederlandse taal matig.

Secundair:
C. Cultuurliefhebbers
D. Professionals die werkzaam zijn in verschillende sectoren; cultuur, maatschappelijk werk; beleidsmedewerkers en vakgenoten.
E. Pers
F. Fondsen
G. Partnerorganisaties
E. Bedrijven

7.3 Plan van aanpak

Allereerst moeten we goed kijken naar wat het doel is van de communicatie: wat willen we bereiken bij de doelgroep? Vervolgens vragen we ons af: met welke boodschap benaderen we de doelgroep? We onderscheiden hierbij grofweg drie groepen:

1. Deelnemers:

Het uiteindelijk doel is om deelnemers te enthousiasmeren om mee te doen. Dit moet gebeuren door hen duidelijk te maken:

- Ervaar de kunst van het spelen
- Ontmoet je buurman – ontmoet de wereld
- Bij ZID kom je thuis
- Bij ZID kan je jezelf zijn.
- ZID stimuleert je om je te ontwikkelen.
- Door ZID leer ik mezelf en de mensen om mij heen kennen.

Bij de communicatie naar de deelnemers moeten we ons gaan richten op het wij-gevoel, dat is gebaseerd op volledige gelijkwaardigheid. ZID overstijgt de grenzen van religie, leeftijd, etniciteit, sociale klasse.

2. Publiek:

Het uiteindelijke doel is om publiek naar de voorstellingen te krijgen. Zeker buiten de wijken waar de voorstellingen gemaakt worden is het belangrijk om duidelijk te maken waarom deze voorstellingen interessant zijn. De focus ligt hierbij dus niet per se op het ontmoeten van mensen uit één bepaalde buurt, maar uit een buurt die universeel zou kunnen zijn. De boodschap die hierin centraal staat is:
Ontmoet de wereld.
ZID is het podium van een buurt, misschien wel die van jou.
ZID stelt je voor aan de Nederlandse samenleving anno nu.
Daarnaast werd duidelijk dat ZID uit moet gaan van de kracht van het verspreiden: we willen dat mensen elkaar gaan vertellen over ZID, dat mensen elkaar enthousiasmeren. Dit zou kunnen doorwerken in het drukwerk – denk bijvoorbeeld aan flyers met ‘coupons’ hieraan.

3. Externen:

We willen externen overtuigen van het feit dat ZID krachtig is. ZID kent de wereld al, nu moet de wereld ZID leren kennen. We willen de wereld overtuigen van de kracht van ZID, naamsbekendheid is cruciaal. ZID wil bekend staan als Nederlandse pionier op het gebied van community performance.

Daarom willen we duidelijk maken: ZID brengt mensen met elkaar in verbinding: het verbindt de deelnemers van de projecten, maar het stelt ook het publiek voor aan de (multiculturele) samenleving. Daarbij toont ZID in een tijd van cultuurpessimisme dat de multiculturele samenleving weldegelijk kan slagen door uit te gaan van de krachten van échte mensen. Zowel de inhoud als de vorm bewijzen dat. ZID verbindt de wereld en laveert daarbij tussen welzijn en kunst.

Middelen:

Drukwerk

ZID drukt campagnes met een eigen huisstijl.

Online

De primaire doelgroep heeft over het algemeen een lagere sociaal-economische positie. Zij zijn dan ook niet altijd online te vinden en maken relatief weinig gebruik van sociale netwerken. De focus van de online communicatie ligt daarom op de secundaire doelgroep. Deze doelgroepen dienen hierbij in het achterhoofd te worden gehouden.

Website

De website is een plek waar met name externe partijen, zoals de pers, de fondsen, (potentiële) partners en professionals die werkzaam zijn in cultuur, maatschappelijk werk, beleidsmedewerkers en vakgenoten komen. Daarnaast is het ook een plek waar potentiële bezoekers komen (met name de theaterliefhebbers). Op de website dient daarom met deze doelgroepen rekening te houden. Dit kan gedaan worden door: op de website een duidelijk onderscheid te maken tussen deelnemers, publiek en externen door bij binnenkomst op de website en driedeling te maken: (1) ik wil meedoen (2) ik wil komen kijken (3) ik wil meer weten over ZID.

Facebook

Voor Facebook is het belangrijk een duidelijke keuze te maken in de doelgroep, door eens te bekijken welke mensen de pagina nu liken. Zijn dit buurtbewoners of zijn dit vooral mensen die geïnteresseerd zijn in de organisatie? Belangrijk is om ook hier de pioniersrol te handhaven.

Plaats daarom informatie op Facebook die bijdraagt aan het (gewenste) imago van ZID. Hierbij is te denken aan:

- Foto's van activiteiten
- Portretten van deelnemers en/of bezoekers
- Aankondigingen van activiteiten
- Links van interessante artikelen, filmpjes, personen of organisaties die een inspiratie zijn voor ZID

- Links van interessante nieuwsitems die betrekking hebben op het werk van ZID

Twitter
Op Twitter is het belangrijk de pioniersrol te handhaven. Denk hierbij aan:
Het volgen van en in gesprek gaan met mensen die een inspiratie zijn voor ZID (andere performance arts instellingen, acteurs e.d.)Het volgen van en in gesprek gaan met mensen die beroepsmatig van belang zijn of zouden kunnen zijn voor ZID (beleidsmakers, welzijnswerkers e.d.) Het retweeten van interessante berichten voor ZID. Deze berichten kunnen voorzien worden van commentaar, die aangeven hoe ZID hier tegenover staat. Zijn jullie het er mee eens of juist niet? Vergeet hierbij ook niet de eigen identiteit neer te zetten door eigen activiteiten aan te kondigen.

7.4 Mediabenadering

Welke stappen onderneem je in het benaderen van de pers? Hoe doe je dat en wat doe je wanneer?

Algemeen: Maak een lijst van alle media die relevant zijn. Dit is echt een kwestie van online zoeken, naar het postkantoor gaan en doorspitten. Kijk naar welke bladen er allemaal zijn en wat hun doelgroep is. Over het algemeen kan je dit indelen in:

- Maandbladen, glossy's: Elle, Vogue, Elegance, RED, Cosmopolitan.
- Maandbladen, opinie: Opzij
- Weekbladen: variërend van damesbladen als Libelle, Margriet, Viva tot opiniebladen als Vrij Nederland en de Revu en de magazines van de dagbladen (PS van de Week, VK Magazine)
- Dagbladen: de kranten AD, de Volkskrant, de Telegraaf

Let bij mediabenadering op:

1. De doelgroep: sluit deze aan bij het project? Maak voor jezelf helder hoe dit aansluit en maak dit duidelijk naar de journalist bij de benadering.
2. De rubrieken: in welke rubriek zou een item kunnen passen? Probeer van tevoren al te bedenken wat voor een soort item het medium zou kunnen maken en leg dit voor.
3. De journalist: het is vaak verstandig om wat langer contact te hebben met journalisten. Inventariseer welke journalisten jullie werk interessant vinden en houd ze regelmatig op de hoogte van jullie werkzaamheden. Via persberichten, maar ook door ze af en toe te bellen.
4. Adressenbestand: update je adressenbestand regelmatig. Zorg dat je persoonlijke mailadressen van journalisten verzamelt – dus niet alleen info@volkskrant.nl, maar pietje@volkskrant.nl. Houd dit bestand goed bij. Verwerk hier eventuele wijzigingen in, maar houd ook bij of sommige media wel/geen interesse in hebben. Dit kan je ook per project doen.

De verschillende media:

Mediabenadering lange termijn
Mediabenadering korte termijn – dagbladen
Mediabenadering korte termijn – online
Mediabenadering korte termijn – RTV
Mediabenadering regionaal
Mediabenadering doelgroepspecifieke media

Doelgroepenbenadering

Om ZID te wortelen in de 'nieuwe' stadsdelen en steden is het belangrijk om de doelgroep actief op te zoeken. Dit kan door niet zelf een nieuwe achterban te creëren, maar door de achterban van bestaande partijen die aansluiten bij de doelen van ZID op te zoeken, zoals Resto Van Harte, Combiwel en Weekend Academie. Zowel op wijkniveau als op lokaal niveau kunnen diverse partnerorganisaties benaderd worden, die reeds een band hebben met de doelgroep van ZID. Door fysiek bij activiteiten en bijeenkomsten van deze partnerorganisaties te zijn, wordt deze doelgroep benaderd en bereikt. Het persoonlijke contact en de persoonlijke verhalen staan centraal bij ZID. Mogelijke partners zijn bijvoorbeeld wijkhuizen, scholen, jongerencentra, sportscholen.
ZID gaat structureel, zowel in Amsterdam als landelijk werken met Resto Van Harte.

Netwerk
ZID is verbonden met Community Art Lab XL en is regelmatig te zien met onze eigen presentaties bij o.a. Kunstfactor, het Oranjefonds en in Pakhuis de Zwijger. ZID is betrokken bij SAKA Amsterdam en bij Community arts colleges van Eugene van Erven op de Universiteit in Utrecht, waarvan ook de studenten bij ZID onderzoek doen naar onze werkwijzen. Ook biedt ZID jaarlijks stageplaatsen aan de studenten Cultureel Maatschappelijk Vorming en dramadocenten van Hoge School Utrecht, Amsterdam en Arnhem en wordt door deze opleidingen gezien als een opleidingspartner voor studenten die zich op community theater willen richten.

Marketingaanpak:
De belangrijkste manier om onze deelnemers en publiek te bereiken is het maximaal inzetten van ons netwerk en het op een persoonlijke manier enthousiasmeren van de mensen in de wijk. De deelnemers aan onze projecten en ons publiek worden in de loop van het project ook onze ambassadeurs in de buurt.
Ook via onze maatschappelijke partners wordt actief naar deelnemers en publiek gezocht. Een ander belangrijk kanaal zijn de lokale media waar ZID een goede relatie mee onderhoudt. Ook ontwikkelen we een steeds groter netwerk via onze sociale media.

ZID hanteert een zo persoonlijk mogelijke aanpak omdat voor onze doelgroepen de mond-tot-mond reclame het beste werkt. Dat betekent dat we onze komst in de wijk intensief voorbereiden met de kernpartners, maar dat de grote toeloop pas op gang komt zodra we starten met de bijeenkomsten in de wijken. Mensen willen zien wat voor vlees ze in de kuip hebben, of horen van anderen dat het de moeite waard is. ZID probeert vanaf de start

letterlijk zo zichtbaar mogelijk te zijn in de wijk. Buurtacteurs van het ZID team gaan ook op pad in een aantal wijken, om gesprekken te voeren met bewoners over actuele onderwerpen die er op dat moment spelen. ZID werkt met "buurtacteurs" (amateurs) uit de wijken die al eerder aan projecten hebben deelgenomen. Deze "buurtacteurs" zijn bij het project ook van groot belang, om een voorbeeld te geven aan andere deelnemers. Ons kernteam laat zien wat de creatieve wisselwerking en de mogelijkheden zijn om op lokaal niveau verbindingen te leggen tussen mensen, als je zowel professionals als niet- professionals bij een project betrekt.

Onze professionals en buurtacteurs geven samen workshops aan de groepen uit de buurt. De buurtacteurs zijn een inspirerend voorbeeld voor mensen uit de wijken die zich vergelijkbaar willen ontwikkelen en inzetten voor de cultuurparticipatie in eigen omgeving. Doordat we hun ervaring inzetten in workshops en doordat er een uitwisseling op gang wordt gebracht tussen meer ervaren buurtacteurs en potentiële deelnemers ontstaan bereiken we veel mensen die normaliter niet in aanraking zouden komen met theater. Met uiteindelijk resultaat dat er ook een nieuwe groep van meerdere “buurtacteurs” is ontstaan. In de volgende fase worden de gemotiveerde buurtacteurs opgeleid tot ZID Ambassadeur en organiseren zelf verschillende activiteiten op het vlak van cultuurparticipatie. Ze zijn ook verbonden aan een wijkoverschrijdend netwerk van ZID Ambassadeurs, dat ook na afloop van het trainingstraject zowel fysiek als online contact houdt.

8 Financiën

8.1 Inleiding

Voor de werving van de financiële middelen voor de vestigingen van ZID Theater – Community Art & Performance Center die onder Stichting ZID vallen worden de medewerkers: algemeen en artistiek leider, zakelijk leider, assistent zakelijk leider en een fondsenwerver ingezet. Ieder van hen werkt vanuit de eigen expertise.

Fondsen

Stichting ZID is goed bekend met en bij de particuliere en overheidsfondsen. Met de groeiambitie is het belangrijk om nieuwe, lokale fondsen en of lokale vestigingen van de bekende fondsen te benaderen, zodat de financiering verspreid wordt. Fondsen financieren meestal voor een kortere periode. Daarom is het belangrijk ook andere partijen te benaderen voor sponsorschap.

Bedrijfsleven

De bedrijven in de regio's van de verschillende ZID vestigingen zullen zoveel mogelijk betrokken worden bij ZID. Daarvoor maken wij gebruik van ons huidige netwerk en zullen wij informatie verspreiden bij bedrijven in de directe omgeving van een ZID vestiging: een wervingsbrief, een *flyer* voor (potentiële) sponsoren en de digitale nieuwsbrief en de uitnodigingen voor speciale evenementen moet hen over de streep trekken om ZID financieel bij te staan.

ZID biedt bedrijven ook verschillende sponsormogelijkheden.

Overheid

ZID onderhoudt regelmatig contact met de lokale overheden binnen Amsterdam. In de nabije toekomst zal ook contact worden gezocht met de provinciale, landelijke en Europese overheid.
Op lokaal niveau is er intensief contact met ambtenaren. Zij komen regelmatig kijken bij ZID. Daarnaast is er contact met lokale politici, die media-aandacht met zich meebrengen en ZID op de politieke agenda zetten.

Begroting

ZID streeft er naar om een balans tussen de financierders te vinden, zodat het risico verdeelt blijft. In de huidige begroting 2014 -2017 is de groeiambitie zoals beschreven in het plan, opgenomen. De bijdrages van het Groeiprogramma worden gebruikt om de organisatie meer tijd te geven om de beoogde groei te realiseren en de nodige "tools", zoals een methodiek boek, en alle plannen van aanpak voor het opstarten van de nieuwe vestigingen buiten Amsterdam te maken. Op die manier worden kennis, materiaal en menskracht verstevigd en gebundeld, zodat de groeiambitie gerealiseerd kan worden.

9 Bijlagen

Bijlage 1 Begroting 2014 – 2017

OPBRENGSTEN 2014 – 2017

A. OPBRENGSTEN	2014	2015	2016	2017
directe opbrengsten				
Deelnemersinkomsten	**5,000**	**6,000**	€ 7,000	€ 8,000
Recette	10,000	12,000	€ 14,000	€ 16,000
Workshops	12,000	14,000	€ 16,000	€ 18,000
Verkoop opdrachten	27,000	30,000	€ 35,000	€ 38,000
Overige directe opbrengsten vestigingen	7740	12560	€ 21,980	€ 31,400
Horeca	3,000	4,000	€ 6,000	€ 8,000
Verhuur locatie	13,000	15,000	€ 17,000	€ 19,000
Partners	27,000	30,000	€ 52,500	€ 75,000
Cultuurmecenaat/Rabobank	15,000	20,000	€ 25,000	€ 30,000
Voor de kunst/donatie	6,000	7,000	€ 9,408	€ 9,828
Sponsoring/ om-niet	25,000	36,000	€ 63,000	€ 90,000
Overige inkomsten	10,048	9,150	€ 10,000	€ 5,000
Subtotaal opbrengsten A	**€ 160,788**	**€ 195,710**	**€ 276,888**	**€ 348,228**
B1. BIJDRAGE OVERHEDEN				
Gemeentes	**65,000**	**80,000**	140000	200000
Amsterdams Fonds voor de Kunsten	25,000	25,000	25000	25000
Subtotaal bijdragen B1	**€ 90,000**	**€ 105,000**	**€ 165,000**	**€ 225,000**
B2. BIJDRAGE FONDSEN				
VSBfonds	**25,000**	**25,000**	25000	25000
Oranje Fonds vestigingen	25,000	35,000	40000	50000
Fonds Cultuurparticipatie	40,000	50,000	50000	50000
Prins Bernhard Cultuurfonds	10,000	15,000	20000	25000
Overige fondsen	50,000	76,000	128000	190000
Groeiproramma OF*	50,000	50,000		
Overige fondsen internationaal	**25,000**	**25,000**	30000	35000
Subtotaal bijdragen B2	**€ 225,000**	**€ 276,000**	**€ 293,000**	**€ 375,000**
Subbotaal B	**€ 315,000**	**€ 381,000**	**€ 458,000**	**€ 600,000**
TOTALE BATEN	**€ 475,788**	**€ 576,710**	**€ 734,888**	**€ 948,228**

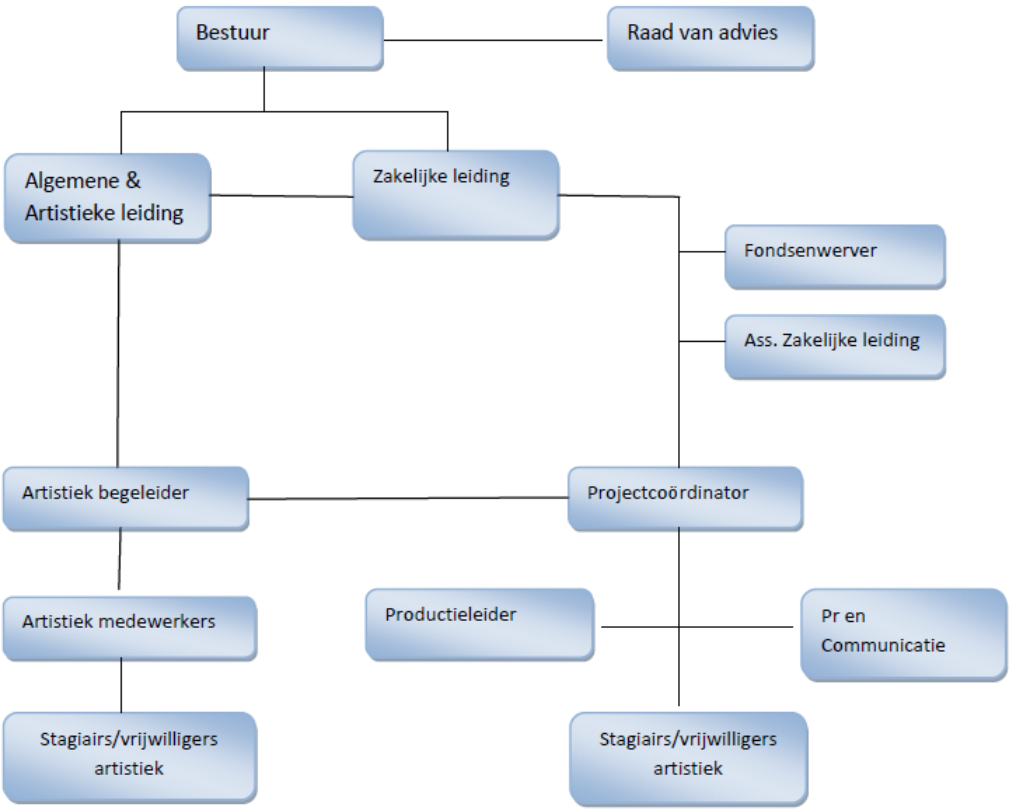
LASTEN	2014	2015	2016	2017
C. BEHEERSLASTEN				
c 1. beheerslasten: personeel	**23,741**	**24,928**	**26,174**	**27,483**
c 2. beheerslasten: materieel	**38,307**	**40,223**	**42,234**	**44,345**
Subtotaal beheerslasten	62,048	65,150	68,408	71,828
D. ACTIVITEITSLASTEN				
Groeiplan ZID vestigingen	**168,740**	**246,560**	431480	616400
Dizz Kids educatie	**60,000**	**70,000**	80000	90000
Community art jaarproductie	**105,000**	**110,000**	115,000	120,000
Internationaal	**30,000**	**35,000**	40000	50000
Groeiprogramma OF	**50,000**	**50,000**		
Subtotaal activiteiten-lasten	413,740	511,560	666,480	876,400
TOTALE LASTEN in Euros	**475,788**	**576,710**	734,888	948,228

EXPLOITATIERESULTAAT

EXPLOITATIERESUL-TAAT	2014	2015	2016	2017
TOTALE BATEN	€ 475,788	€ 576,710	€ 734,888	€ 948,228
TOTALE LASTEN	€ 475,788	€ 576,710	€ 734,888	€ 948,228
Exploitatieresultaat	€ 0	€ 0-	€ 0	€ 0

Exploitatie	Begroting per vestiging	2014	2015	2016	2017	Totaal
Totaal opbrengsten	**€ 61,640**	**€ 168,740**	**€ 246,560**	**€ 431,480**	**€ 616,400**	**€ 1,463,180**
Fondsen	€ 24,000	€ 65,000	€ 96,000	€ 168,000	€ 240,000	**€ 569,000**
Sponsoren	€ 9,000	€ 25,000	€ 36,000	€ 63,000	€ 90,000	**€ 214,000**
Samenwerkings-partners	€ 7,500	€ 21,000	€ 30,000	€ 52,500	€ 75,000	**€ 178,500**
Gemeente	€ 18,000	€ 50,000	€ 72,000	€ 126,000	€180,000	**€ 428,000**
Overig/ eigen inkomsten	€ 3,140	€ 7,740	€ 12,560	€ 21,980	€ 31,400	**€ 73,680**
Totaal Kosten	**€ 61,640**	**€ 168,740**	**€ 246,560**	**€ 431,480**	**€ 616,400**	**€ 1,463,180**
fase 0	€ 4,000	€ 4,000	€ 16,000	€ 28,000	€ 40,000	**€ 88,000**
fase 1	€ 8,760	€ 26,280	€ 35,040	€ 61,320	€ 87,600	**€ 210,240**
fase 2	€ 17,060	€ 51,180	€ 68,240	€ 119,420	€ 170,600	**€ 409,440**
fase 3	€ 5,520	€ 22,080	€ 22,080	€ 38,640	€ 55,200	**€ 138,000**
fase 4	€ 3,000	€ 12,000	€ 12,000	€ 21,000	€ 30,000	**€ 75,000**
Organisatiekosten	€ 13,300	€ 53,200	€ 53,200	€ 93,100	€ 133,000	**€ 332,500**
Kosten vestiging	€ 51,640	€ 168,740	€ 206,560	€ 361,480	€ 516,400	**€ 1,253,180**
Vervolgtraject	€ 10,000	€ -	€ 40,000	€ 70,000	€ 100,000	**€ 210,000**
Totale exploitatie	**€ 0**	**€ 0**	**€ -**	**€ -**	**€ -**	**€ -**
Aantal vestigingen nieuw		4	3	3	3	
Aantal vestigingen		4	7	10	13	
Aantal vestigingen vervolgtraject			4	7	10	
Aantal deelnemers		2,700	4,125	5,550	6,975	
Kosten per deelne-mer		€ 62	€ 60	€ 78	€ 88	

Bijlage 2: De organisatiestructuur vanaf 2014



Bijlage 3 Bevolkingscijfers van de vier wijken: Noord, Zuidoost, West en Nieuw West

Bevolking	Stadsdeel Noord	Stadsdeel Zuid Oost	Stadsdeel West	Stadsdeel Nieuw West
Aantal inwoners	88.434	83.743	138.568	141.825
man/ vrouw	48.4% /51.6%	49% / 51%	49.4%/ 50,6%	49.4%/ 50,6%
niet-westerse allochtonen	33.251	53.596	44.758	71.622
westerse allochtonen	8.932	7.704	23.279	17.161
autochtonen	46.251	22.443	70.531	53.184
Bevolkingsdichtheid	2113 inwoners per km^2	4187 inwoners per km^2	15927 inwoners per km^2	4918 inwoners per km^2
Huishoudens				
Aantal huishoudens	42.827	42.509	81.025	66.608
Alleenstaanden 1/1/2011	18.673	19.618	45.834	28.416
Paar zonder kinderen 1/1/2011	9.274	7.085	16.291	14.595
Gezin met kinderen1/1/2011	14.015	14.253	15.824	21.570
Leeftijd				
0 - 17 jaar oud	21.800	21.900	15.500	22.100
18- 29 jaar oud	16.100	19.700	23.200	19.600
30- 49 jaar oud	28.300	28.200	37.700	29.000
49 - 65 jaar oud	18.300	20.300	15.200	16.400
65 jaar en ouder	15.600	9.900	8.300	13.000
Leefbaarheid				
Leefsituatie score	99	97	103	101
Betrokkenheid buurtbewoners	6.1	5.8	6.2	5.8
Vrijwilligerswerk	38%	23%	35%	30%
Sociale cohesie	6.2	6.2	6.1	5.6
Onveiligheid	31.3%	30.9%	28.5%	32.6%

Sociaal isolement	sterk	gem.	geen	sterk	gem.	geen	sterk	gem.	geen	sterk	gem.	geen
	20	45	35	8	62	30	15	40	45	12	48	40
Gem. besteedbaar ink. Per huishouden	€ 28.200			€ 26.200			€ 27.500			€ 29.600		
Aantal woningen 1/1/2013	39.967			36.662			73.892			61.319		

Bijlage 4 Bevolkingscijfers Kolenkit-buurt	Kolenkitbuurt
Aantal inwoners	7.340
man/ vrouw	50,7% / 49,4%
niet-westerse allochtonen	5.505
westerse allochtonen	587
autochtonen	1.247
Bevolkingsdichtheid	10.108 inwoners per km2
Huishoudens	
Aantal huishoudens	3.275
Alleenstaanden 1/1/2011	1.572
Paar zonder kinderen 1/1/2011	524
Gezin met kinderen1/1/2011	1.179
0 – 17 jaar oud	1.688
18- 29 jaar oud	1.248
30- 49 jaar oud	2.495
49 - 65 jaar oud	1.321
65 jaar en ouder	587
Leefbaarheid	
Veiligheid	-45
Sociale samenhang	-2
Inkomen	
Aantal inkomens ontvangers	3.900 (53%)
Gem. besteedbaar inkomen per ontvanger	€ 14.300
Lage Inkomens	50%
Gem. besteedbaar ink. Per huishouden	€ 14.300
Aantal woningen 1/1/2013	2.555

Naam Relatie	Type stakeholder	Draagvlak Hoog/Laag	Betrokkenheid Hoog/Laag	Invloed Hoog/Laag	Relatie kwaliteit	Samenwerkings bereidheid
Bewoners West en Nieuw West	bewoner	Gemiddeld/ 10% van bevolking	Hoog bij die 10%	Hoog bij 10%	goed	goed
Bewoners Zuidoost, Noord en Oost	bewoner	In proces	In proces	In proces	In proces	In proces
Deelnemers ZID activiteiten	doelgroep	hoog	hoog	hoog	goed	hoog
Vrijwilligers ZID	doelgroep	hoog	hoog	hoog	goed	hoog
Professionals ZID	medewerkers	hoog	hoog	hoog	goed	hoog
Basis en middelbare scholen in West Nieuw West	scholen	hoog	hoog	hoog	goed	hoog
Basis en middelbare scholen in Noord Zuidoost, Oost, landelijk en internationaal	scholen	In proces	laag	laag	In proces	laag
Vrijwilligers Organisaties In West en Nieuw West	Zelforganisaties	hoog	hoog	hoog	uitstekend	hoog
Vrijwilligers Organisaties in Zuid Oost, Noord, Oost, landelijk en internationaal	Zelforganisaties	In proces	laag	laag	In proces	laag
Maatschappelijke organisaties West Nieuw West	organisaties	hoog	hoog	hoog	goed	hoog
Maatschappelijke organisaties Zuidoost, Noord, Oost, landelijk en internationaal	organisaties	In proces	laag	laag	In proces	laag
Andere podia in West en Nieuw West, Zuidoost, Toneelgroep Amsterdam, Nationaal Ballet, etc	organisaties	hoog	Gemiddeld/ZID wordt als concurrent gezien	Gemiddeld/ZID wordt als concurrent gezien	goed	goed
Andere in Noord, Oost, landelijk en internationaal	organisaties	In proces	hoog	goed	goed	goed
Landelijke dekking ministerie	overheid	laag	laag	laag	onvoldoende	In proces
Gemeente Amsterdam	overheid	hoog	hoog	Hoog voor Int, laag voor Amsterdam	goed	goed
Stadsdelen West en Nieuw West	overheid	hoog	hoog	hoog	uitstekend	goed
Stadsdelen Zuidoost, Noord en Oost	overheid	In proces, laag	In proces	In proces	In proces	In proces
Gemeente Culemborg	overheid	hoog	laag	laag	matig	In proces
Gemeente Hardenberg	overheid	hoog	hoog	hoog	uitstekend	hoog
Oranje Fonds	fonds	hoog	hoog	hoog	goed	hoog
Amsterdamse Fonds voor de Kunsten	fonds	hoog	hoog	hoog	goed	hoog
Fonds Cultuurparticipatie	fonds	hoog	hoog	hoog	goed	hoog
Rabobank	bank	hoog	hoog	hoog	goed	hoog
SNS Real	bank	hoog	hoog	hoog	goed	hoog
ABN Amro	bank	laag	In proces	laag	In proces	In proces
Internationale Fondsen	overheid	In proces	In proces	In proces	In proces	In proces

Overzicht doelgroep en de effecten

Type deelnemer	leeftrijd	Effect 1	Effect 2	Doel
kinderen	4 -1 2	talentontwikkeling	leefbaarheid	verbeterde schoolprestaties
jongeren	12-21	talentontwikkeling	beroepsorientatie en vrijwilligerswerk	voorkomen hangjongeren
vrouwen	25 -55	kennismaken met elkaar	creatief ontwikkelen	betrokken bij activiteiten in de buurt, vrijwilligerswerk en scholing
mannen	25 -55	kennismaken met elkaar	leefbaarheid en creatief ontwikkelen	betrokken bij activiteiten in de buurt, vrijwilligerswerk en scholing
vrouwen	55-80	ontmoeting	creatief uiten	uit het isolement halen
mannen	55-80	ontmoeting	creatief uiten	uit het isolement halen
studenten	19-25	stage lopen	competenties ontwikkelen	expertise verkrijgen
vrijwilligers	20-60	sociaal activeren	eigen talenten herkennen	opleiding of betaald werk
buurtacteurs	17-70	talentontwikkeling	eigen inbreng in de buurt/ productie vergroten	zelfstandig kunnen werken met bewoners

Bijlage 7 Curriculum Vitae kernmedewerkers van ZID

Karolina Spaic, algemeen en artistiek directeur



Na een opleiding klassiek ballet en studie literatuur in Belgrado, Servië, studeerde zij in 1988 af als de eerste student van de Internationale Theaterafdeling van de Hogeschool voor de Kunsten (H.K.U.) in Utrecht. In 1991 richtte ze Stichting ZID Theater op en is sindsdien de artistiek leider en regisseur hiervan. Zij heeft tientallen regies van multimediavoorstellingen op haar naam staan, die zowel in Nederland als in het buitenland (Europa, VS, Zuid Amerika) werden vertoond. Tien jaar lang specialiseerde zij zich aan de International School of Theatre Anthropology (ISTA), onder leiding van Eugenio Barba, waar onderzoek wordt gedaan naar niet-westerse en westerse theater- en dansstijlen en de toepassing hiervan in de hedendaagse praktijk. Hierdoor ontwikkelde ze een passie voor het werken met community art, educatie en niet-westerse benaderingen. Sinds 1999 ontwikkelt ze binnen ZID Theater community art projecten en schrijft ze over haar eigen werkmethode hierin.

Naast haar artistieke werk is zij als adviseur betrokken geweest bij o.a. het Amsterdamse Fonds voor de Kunst, Literair Vertaling en Productiefonds, Domein van de Kunstkritiek, ECF, Atana en verschillende organisaties op het gebied van welzijn, lokale politiek en onderwijs. Haar werk is bekroond met verschillende prijzen, o.a. Prijs van Movisie – Kunst en cultuur in je wijk, in 2009; Appeltje van Oranje van het Oranje Fonds, 2011. In 2015 ontving ze een internationale theaterprijs “Grozdanin Kikot”, voor haar bijdrage aan de ontwikkeling van drama & educatie, door het Centrum voor kunsteducatie van Bosnië en Herzegovina. Zij regisseert, coacht, adviseert, doceert en schrijft over theater, kunst en culturele ontwikkelingen in Nederland en internationaal.

Sebo Bakker, artistiek leider en docent



Sebo studeerde aan de Mimeschool in Amsterdam en studeerde daarna af aan de Sonia Moore Theatre School in New York. Sinds 1992 werkt hij bij ZID Theater, waar hij in alle groepsvoorstellingen meespeelde. In 2007-2008 speelde zijn multimediale solovoorstelling ‘Vincent & I’, die zowel in Nederland als in het buitenland (VS, Duitsland) op tournee ging.

Naast ZID Theater speelde hij mee in verschillende producties en films, waaronder de internationale producties (Parijs, Wenen, New York) ‘Universal Copyrights 1 and 9’ van Jan Fabre. (1995-97) en ‘Invisitors Vista’ van Kenzo Kusuda, alsmede in verschillende korte films o.a. in ‘Arend’ en ‘Humming Wires’ (Openingsfilm Rotterdams film festival ‘99) van David Haneke. Voor het volgen van de specialisatie bij Yoshi Oida ontving hij, als één van de weinigen, een beurs van het Fonds voor de Podium Kunsten.

Behalve zijn werkzaamheden als acteur en performer geeft Sebo Bakker regelmatig trainingen en workshops in fysiek theater aan professionals, jongeren en kinderen, in binnen- en buitenland. Sinds 1999 werkt hij samen met Karolina Spaić aan het ontwikkelen van een eigen methode binnen kunsteducatie en community art en is hij artistiek coördinator van kunsteducatie van ZID sinds 1999. In 2013 werd Sebo Bakker genomineerd voor Amsterdammer van het jaar, voor zijn bijzondere bijdragen als kunsteducatie verbinder van de stad.

Malou Lintmeijer, zakelijk leider



Malou Lintmeijer studeerde Nederlandse Taal & Cultuur aan de Universiteit van Amsterdam en de master Kunstbeleid- en management aan Universiteit Utrecht. Na haar master deed zij een traineeship tot sociaal ondernemen. Na het traineeship richtte Malou als co-founder het dus.collectief op, een incubator van verscheidene projecten waar ondernemerschap en sociale impact gecombineerd worden. Malou is sinds haar afstuderen ook als freelancer actief in de cultuursector. Als projectcoördinator werkte zij bij Zone2Source. Ook vraagt zij voor kunstenaars fondsen aan en bemiddelt ze tussen festivals en de kunstenaar. Voor ZID Theater is Malou sinds maart 2015 zakelijk coördinator en sinds januari 2016 zakelijk leider.

Daan Bosch, theaterdocent en junior regisseur



Daan Bosch is theatermaker en theaterdocent. In 2014 studeerde hij af aan de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht als docerend theatermaker. Daan was al tijdens zijn studie actief bij ZID als stagiair educatie en community. Daarna werd hij een trainee theatereducatie en vervolgens is hij sinds 2015 als freelancer verbonden aan het artistieke team als docent en regisseur. Hij is werkzaam op basisscholen in Amsterdam West, bij de productiegroep en als docent bij het uitwisselingsprogramma van ZID en Larache, Marokko.

Willem van der Craats, voorzitter Raad van Advies



Willem van der Craats is actief als maatschappelijk projectontwikkelaar. Hij legt verbanden tussen mensen, bedrijven en ideeën. Door creatief ondernemerschap in de dienstensector inspireert hij zijn omgeving. Zijn bedrijfsmatige en sociaalwetenschappelijke achtergrond zet hij in om sociale processen in een bedrijfsmatige context te managen. Hij is eigenaar van Bureau Point in Amersfoort. Bij ZID Theater is hij betrokken als adviseur sinds de deelname aan het Groei Programma in 2012.

Bijlage 8 Media uitingen


De *buurtacteurs* van het ZID Theater

Acht amateurgezelschappen spelen in de Stadsschouwburg

Van Kolenkit naar Rabozaal

Er gaapt een diepe kloof tussen het amateurcircuit en het professionele theater. Amateurs worden vaak met de nek aangekeken door de profs en vermijden het proftheater. Toneelgroep Amsterdam gaat daar iets aan doen.

toneel

De RussenNU
ZID Theater
7 en 8 april, 13.30 uur
Stadsschouwburg
Rabozaal
Over het project: zie
tga.nl/amateurs

■ Met het project *Het beste van twee werelden* van Toneelgroep Amsterdam (TA) krijgen acht Amsterdamse amateurgezelschappen gedurende twee jaar een intensief coachingstraject en maken ze een eigen interpretatie van één van de TA-voorstellingen. Binnenkort is de Rabozaal in de Stadsschouwburg een paar dagen van ZID Theater. Zij maken een nieuw toneelstuk, geïnspireerd door *De Russen!* van TA.
Het ZID Theater is gevestigd in wat officieel de slechtste wijk van Nederland heet te zijn: de Kolenkitbuurt. Op de fiets onderweg vraag je je af waar die kwalificatie op gebaseerd is. Veel goedkope rijtjesflats, dat is waar, vrijwel allemaal voorzien van een eigen schotel, ook dat. Maar de schotels zijn vrolijk beschilderd. En op het schoolplein spelen de kinderen gewoon net als op alle schoolpleinen. Enigszins verscholen tussen een sportpark en de A10 bevindt zich al bijna acht jaar het atelier van ZID. Sebo Bakker en Karolina Spaic vormen de artistieke leiding.

De vierde wand

'De naam ZID', zegt Karolina, 'betekent *wand* in mijn moedertaal, het Servisch. Het gaat ons erom *de vierde wand* te doorbreken. We willen communiceren met het publiek. Dat wordt heel spannend in de Stadsschouwburg.' Ze lacht en wijst om zich heen: een grote open ruimte, net zo makkelijk een grote huiskamer als een studio en een podium. 'We zijn begonnen met projecten op scholen: als het met de kinderen lukt, heb je de ouders ook binnen. Inmiddels programmeren we elke maand een *ZID Mixt Zondag* (ZMZ), een minifestival waar iedereen zijn kunsten kan laten zien. Verder maken we theaterproducties met wijkbewoners en professionals, zoals *Zoet & Zout*. We hebben een vaste groep van *buurtacteurs* tussen de negen en de zeventig waar we al langer mee werken en waarmee we nu ook *De RussenNU* gaan maken. Het is heel spannend om een stuk van een groot schrijver als Tsjechov te verplaatsen naar de wereld van de mensen om ons heen. Wat ze gemeenschappelijk hebben, is een zoektocht naar geluk.'

> Ivo van Hove op zijn blog: 'Elke toneelliefhebber is een supporter voor theater. Waar zou Ajax zijn zonder supporters?'

Wij spelen optimistisch

De levensverhalen van de buurtacteurs zijn door schrijfster Elsbeth Vernout verwerkt tot een nieuwe tekst. 'We laten de wensen zien, de dromen van mensen en de kracht om uit een moeilijke situatie te komen. De personages van Tsjechov zijn vaak gedeprimeerd en levensmoe: ze kiezen voor zelfmoord. Wij proberen het optimisme naar boven te halen. Mensen zijn sterk en ze hebben ook zoveel vrolijke kanten. Dat willen we vooral laten zien: hun strijdbaarheid en levenslust.'
Voor TA sluit het project *Het beste van twee werelden* nauw aan bij andere activiteiten om een nieuw publiek te bereiken. Sabine Pater is een van de twee projectleiders. Zij organiseert bijeenkomsten over bijvoorbeeld publiciteit, repertoirekeuze of scenografie. Acteurs, technici of publiciteitsmedewerkers van TA worden gekoppeld aan een van de acht amateurgezelschappen. 'Het brengt hun denken over theater in een stroomversnelling', zegt Pater, 'maar ook voor TA is het bijzonder om te zien hoe er op een andere manier kan worden gekeken naar theater.' (MP)

Westerpost
West - Bos en Lommer
WWW.WESTERPOST.NL
Woensdag 13 juni 2012

Hoog bezoek voor ZID Theater

Kroon(prinses) op het werk



Maxima met ie-de-reen
(foto: Oranje Fonds / Bart Hornburgt

Bos en Lommer – De kroon op acht jaar werk. Dat was het 'Appeltje van Oranje' dat het ZID Theater, opgericht door Sebo Bakker en Karolina Spaic, in 2011 ontving. Een bronzen beeldje (door Beatrix zelf gemaakt) en een geldbedrag werden toen door prinses Máxima uitgereikt. Vorige week donderdag kwam de kroonprinses met eigen ogen kijken waar alle eer precies naartoe was gegaan. In Bos en Lommer.

■ Shirley Brandeis

De stralende glimlach en de glinsterende interesse hielden alle 75 minuten van het bezoek aan. De mensen van het ZID Theater – naast de leiding ook vele toneelspelers – werden door Máxima in de watten gelegd. Ze mochten haar vertellen over hun inspanningen, ze mochten het laten zien tijdens een voorstelling, ze mochten met haar napraten over wat toneel met de mensen doet. En Máxima genoot. Een extra glinstering bij de optredende kinderen, een verraste blik toen in een liedje haar toekomstige koninginneschap werd benoemd.

ZID staat bekend om haar zinderende, unieke en bindende voorstellingen en Máxima kon dat donderdag in een notendop zien. Wat kleine Lara leert bij het theater, wilde de kroonprinses weten. Waar acteur Mahmoud zijn gegroeide zelfvertrouwen vandaan haalde. Hoe het ZID Theater de ingezette groei gaat aanpakken. "Groei is moeilijk," knikte ze begripvol. "Wij verbinden mensen in de wijk," sloot Sebo Bakker na ruim een uur af. "Uw bezoek verbindt ook." Máxima knikte, bedankte, zei ervan genoten te hebben en kaartte toen aan waar iedereen op had zitten wachten. "Zullen we op de foto?"

De Appeltjes van Oranje is een jaarlijkse prijs van het Oranje Fonds en wordt uitgereikt aan initiatieven die op succesvolle wijze verschillende groepen mensen verbinden. Uit 250 projecten in Nederland, Aruba en Sint Maarten werd ZID Theater in 2011 als een van de drie winnende projecten gekozen.



ZID Theater verbeeld verbinding

NIEUW-WEST ZID Theater kan terugkijken op een succesvol optreden in de Stadsschouwburg. Daar speelde het gezelschap Here we are. Met theater, muziek en dans beeldden zij de kracht van verbinding uit. Tussendoor kwamen verschillende gasten aan het woord om te vertellen wat hun visies is op 'verbinding'. De spelers, van 11 tot 65 jaar, deelden hun persoonlijke geluksmomenten met het publiek en zangeres Jeritza Toney kwam langs om te laten zien hoe verbindend zang kan werken. (Foto: Maria Morales)



Uitreiking certificaten CultuurGidsen Den Haag door de wethouder Baldewsingh.
februari 2016



DROOMSTAD 1, mei 2013, Amsterdam Nieuw West

Slotermeer is echt mijn droom-stad. Bedankt voor de geweldige tour droom door!

Paulus de Wilt, wethouder Kunst en Cultuur