

# Cultuur naar de mensen brengen - jaar 2 & 3

## Activiteitenplan, Marketing en Begroting



### 1. Introductie

*Ken jij de kunstenaars bij jou in de wijk? Buurthuizen bevinden zich in het hart van de samenleving. Wat is een betere plek om hen te ontmoeten?*

Cultuur is belangrijk voor hoe je naar de wereld kijkt. Het kan je inspireren, je blik verruimen, het zorgt voor verbinding, is ontspannend en laat je reflecteren op je eigen handelen. In de Utrechtse wijken hebben lang niet alle bewoners toegang tot cultuur. Omdat het ze ontbreekt aan kennis, middelen of mogelijkheden om met cultuur in aanraking te komen. *Cultuur naar de mensen brengen* is een project dat zorgt dat daar verandering in komt.

Wij geloven dat kunst en cultuur een belangrijke positie innemen ten behoeve van het welzijn en de gezondheid van (kwetsbare) individuen, groepen en gemeenschappen. Wij beogen een duurzame infrastructuur voor de cross-sectorale samenwerking tussen de verschillende buurtcentra en de wereld van kunst en cultuur. We streven zowel naar een samenwerking met het amateurveld als met professionele kunstenaars en organisaties. De buurtcentra bevinden zich in het hart van de wijk en er is geen betere plaats om mensen op een laagdrempelige manier kennis te laten maken met cultuur en met de kunstenaars die in hun wijk wonen.

In 2020 is Dwarsverband, als vereniging van bewonersinitiatieven in zelfbeheer, samen met ZIMIHC, ondersteuningsorganisatie voor amateurkunst, het project gestart. Middels werkgroepen, kennisuitwisseling, individuele begeleiding<sup>1</sup> en de lancering van platform Podium om de Hoek<sup>2</sup> (PODH) zijn drempels voor de deelnemende buurtcentra weggenomen. Onder de noemer PODH worden culture programma's gerealiseerd en kennis uitgewisseld. In een tijdsbestek van drie jaar beogen we onze leden in staat te stellen hun eigen culturele programmering volledig vorm te geven en de wijk kennis te laten maken met verschillende kunst- en cultuurdisciplines. Vanuit

<sup>1</sup> Individuele begeleiding kan bestaan uit promotionele, technische, productionele en programma ondersteuning van Dwarsverband en onze partner ZIMIHC

<sup>2</sup> <https://www.podiumomdehoek.nl>

Dwarsverband jagen we aan, inspireren we en faciliteren we dit proces. ZIMIHC biedt daarnaast technische en productionele ondersteuning. Met deze subsidie zien wij een kans om een vervolg te geven aan het fundament dat we in 2021 en begin 2022 hebben gelegd. Om buurtcentra nog breder, dieper en steviger in de wijk te wortelen door de inzet van culturele programmering. Om culturele kennis van de wijkbewoners te verbreden en een plek te bieden aan kunst en cultuur uit de stad.

*Het buurtcentrum als een ruimte voor persoonlijke ontwikkelingen en maatschappelijke en culturele initiatieven draagt positief bij aan het welbevinden van de wijk. Middels de culturele programmering, anders dan de dagelijkse activiteiten, kunnen locaties buurtbewoners prikkelen en nieuwe doelgroepen aanboren. Zo is het buurtcentrum een plek waar mensen elkaar ontmoeten waardoor de wijk socialer en veiliger wordt. Vereniging Dwarsverband heeft een initiërende en begeleidende rol, het eigenaarschap en de verantwoordelijkheid ligt bij de buurtcentra zelf. - Hans Elsendoorn, voorzitter Vereniging Dwarsverband*

## **2. Doel**

Het hoofddoel is dat de initiatieven in zelfbeheer zelfstandig culturele programmering samenstellen en daarmee een podium geven aan makers en kunstenaars uit de wijk. Na drie jaar beogen we dat het grootste deel van de leden meerdere keren per jaar, samen met de buurt, een goed bezochte culturele activiteit programmeert. Door het culturele aanbod op deze locaties te vergroten, willen we het volgende bereiken:

1. cultuur naar mensen toe brengen, zodat nieuwe doelgroepen kennismaken met (of hun kennis verbreden van) cultuur;
2. deelname aan actieve kunstbeoefening vergroten;
3. talent, makers en kunstenaars uit de wijken een podium geven;
4. buurtcentra nog breder, dieper en stevige wortelen in de wijk

## **3. Samenwerkingspartners & positie in de stad**

**Dwarsverband** is een vereniging voor Utrechtse bewonersinitiatieven in zelfbeheer in het maatschappelijke domein. We hebben 23 leden. Elk lid beheert een eigen locatie in Utrecht, zoals een buurtcentrum, cultureel centrum of een clubhuis, op basis van vrijwillige inzet samen met én vanuit de buurt. Met weinig tot geen betaalde krachten die, als ze er zijn, in dienst zijn bij het vrijwillige bestuur. De initiatieven in zelfbeheer liggen midden in de wijk, in een fijnmazig netwerk verspreid over de hele stad. Ze bedienen stuk voor stuk een grote groep mensen uit de wijk, met diverse doelgroepen en vaak kwetsbare mensen die in het buurthuis een thuis vinden. De vereniging is een belangrijke spil in het maatschappelijke domein van de zelfbeheerde buurthuizen. Binnen Dwarsverband bundelen ze hun krachten als bewonersinitiatieven om niet allemaal het wiel opnieuw uit te vinden.

**ZIMIHC** is een organisatie voor amateurkunst en biedt ruimte aan kunstbeoefening. ZIMIHC heeft ervaring met het ontwikkelen van programma's door en voor de wijk. De theaters zijn 'culturele trapveldjes' waar bewoners hun eigen ideeën en wensen kunnen inbrengen en ontwikkelen. ZIMIHC sluit graag aan bij dit project omdat het netwerk van de Vereniging Dwarsverband nog fijnmaziger is. Op deze manier wordt aan nog meer verschillende artiesten een podium geboden en komen nog meer buurtbewoners in aanraking met cultuur.

#### **4. Terugblik en vooruit**

In het eerste jaar lag de focus op het kennismaken, van de initiatieven in zelfbeheer, met cultuur en ze daarin begeleiden en opleiden. De ervaring van de locaties lag uiteen, sommigen werkten reeds met culturele programmering en voor anderen was het de eerste stap. De belangrijkste speerpunten waren de kennismaking met elkaar en met cultuur programmering en de kennisuitwisseling tussen locaties.

*In een notendop:*

- ❖ zeven bijeenkomsten Cultuur Werkgroep
- ❖ Cultuurproeverij
- ❖ lancering van Podium om de Hoek (PODH)
- ❖ promo opgezet: website, logo en posters.
- ❖ locaties werken met Canva aan eigen promotiematerialen
- ❖ Claudia de Breij als ambassadeur
- ❖ een nieuwe geluidsinstallatie + training voor De Nieuwe Jutter
- ❖ 7 optredens gerealiseerd in 2021 en 7 in begin 2022
- ❖ leden cultuurwerkgroep betrokken in culturele aanbod van Utrecht

Voor een volledig verslag van wat we in jaar 1 hebben neergezet zie bijlage.

In het tweede jaar (2022/2023) beogen we meer eigen regie vanuit de buurtcentra over het vormgeven van programmering. Dit doen we door de wijkgerichte behoefte te peilen. Wat speelt er in de buurt; wat zijn de behoeften van de mensen in de buurt? Hoe zorgen we dat we daarbij aansluiten en de zaal vol krijgen? Welke talenten en makers wonen er in de wijk en hoe geven we die een podium? De stappen in een notendop:

- Buurthuis verdiept zich in de culturele kaart en behoeftes van de wijk;
- Buurthuis biedt ruimte aan artiesten en kunstenaars uit de wijk;
- Buurthuis brengt de wijk actief in aanraking met kunst en cultuur.

Vervolgens beogen we in het derde jaar (2023/2024) dat de buurthuizen het cultuurprogramma helemaal zelfstandig vormgeven en uitvoeren. Per locatie leveren we maatwerk om deskundigheid te bevorderen en een verdienmodel met de locaties vorm te geven. Het uitgangspunt is daarbij dat de activiteiten zichzelf moeten bedruipen. Daarnaast beogen we dat PODH nog beter en stadsbreed op de kaart wordt gezet, o.a. door samenwerking met andere locaties en het uitrollen van de Wijk CultuurPrijs. De stappen in een notendop:

- Buurthuis heeft alle expertise in huis voor zelfstandige programmering
- Buurthuis ontwikkeld een goed verdienmodel
- Buurthuis weet cultuurprogramma goed onder de aandacht te brengen
- Buurthuis werkt samen met lokale en stedelijke partners die cultuurprogramma kunnen ondersteunen en promoten.
- Cultuur Werkgroep neemt regie over coördinatie en kennisuitwisseling PODH

## 5. Concrete aanpak

De culturele programmering wordt onder vier verschillende trajecten gehuisvest; Podium om de Hoek (PODH), Kunst in de Wijk (KIDW), Samenwerkingen en de Wijk CultuurPrijs (WCP). De eerste twee zijn campagnes opgezet vanuit de behoeftes van de leden en begeleid door Dwarsverband en ZIMIHC. De verantwoordelijkheid voor de uitvoering, lees de benadering van de kunstenaars tot het openen van de deuren en de financiële zaken, zal bij het buurtcentrum liggen. Er zijn buurtcentra voor wie de drempel van de organisatie van podiumkunsten te hoog lag, voor hen is KIDW een uitkomst. Onder Samenwerkingen vallen beoogde samenwerkingen met professionele organisatie Le Guess Who (LGW) en de Utrechtse Stadscontate; Sinnelosen, Sodomieten en Slijkburgers van Ellen Blom. De WCP is een concept dat we in het derde jaar uitwerken om lokale talentontwikkeling te versterken en het merk PODH meer bekendheid te geven.

**Podium om de Hoek:** een plek waar je als buurtbewoner kennis maakt met podiumkunsten. En waar je als muzikant of artiest start en verder groeit. In 2022 beogen we 12 participerende leden: dit zijn zowel leden die al actief zijn (9) als leden die dat nog willen worden (3). Dat betekent dat er minimaal 12 culturele evenementen onder de vlag van PODH op de planning staan. **Kunst in de Wijk:** een expo met een workshop als afsluiter. Tijdens de expo zijn er werken van de kunstenaar te zien en tijdens de workshop gaan de participanten onder begeleiding van de kunstenaar een werk voor het buurtcentrum maken. In 2022 beogen we 6 participerende leden. ZIMIHC heeft veel ervaring met het organiseren van exposities en kunstroutes met kunstenaars uit de wijken. Deze kennis kunnen we hierbij inzetten.

**Samenwerkingen:** zowel LGW als Ellen Blom hebben afgelopen jaar de intentie uitgesproken in 2022 de samenwerking met Dwarsverband te willen voortzetten om cultuur bij de leden te organiseren. Dwarsverband speelt hierin een verbindende rol. Ook is er goed contact met Utrecht Marketing (o.a. Festival in de Wijk) om buurthuizen te betrekken bij de Stadsprogrammering en visa versa om het aanbod uit de buurthuizen beter te promoten in de stad.

*Vanaf 2022 kijkt LGW ernaar uit om samen met Dwarsverband aan programma's in verschillende buurthuizen te werken. In wijken waar het festival plaatsvindt, onder de vlag van U? en Podium om de Hoek. LGW gaat hierbij nauw samenwerken met de verschillende wijkhuizen en ondersteunt in het maken van programma. De wijkhuizen leren zo zelfstandiger programmeren terwijl zij tegelijkertijd een heel nieuw publiek binnen krijgen; de Utrechtse en internationale festivalbezoeker van LGW. De meerwaarde voor LGW is om lokale culturele initiatieven en talentontwikkeling te stimuleren en tegelijkertijd hele nieuwe groepen uit Utrechtse wijken aan zich te binden. Daarbij biedt het de kans om onze (internationale) bezoeker dichterbij de Utrechtse cultuur én wijken te brengen. Nog dichterbij misschien dan horeca en podia dat doen. - Hanan de Sain, Coördinator Satellite Projects LGW*

**Wijk CultuurPrijs:** Een prijs waarbij elk deelnemend lid van de vereniging een eigen 'talentenprogramma' organiseert en één talent afvaardigt naar een stedelijke finale. Uit deze grootse feestelijke finale in Tivoli komt uiteindelijk een winnaar die wordt gekozen door een onafhankelijke jury. Met een dergelijke prijs kunnen we volop aan de slag met lokale talentontwikkeling en geven we amateurkunstenaars een podium in hun eigen wijk en daarbuiten. Ook brengen we PODH en de verschillende deelnemende locaties nog meer onder de aandacht en versterken lokale en stedelijke zichtbaarheid.

## 6. Stappenplan

We werken vanuit de behoeftes die leven in buurthuizen en ontwikkelen met de buurt cultureel programma door en voor de wijk. We werken daarbij per jaar volgens 5 fases. Na ieder jaar volgt een uitgebreide evaluatie op basis waarvan we de plannen voor het vervolg eventueel aanscherpen of bijsturen.

### *Jaar 2*

De stappen voor jaar 2 zijn: **Fase 1 Behoeftes van de buurthuizen.** Drempels wegnemen door middel van individuele gesprekken met de leden en door de behoeftes van de leden te vertalen in het project. Zichtbaarheid in de wijk en het aantrekken van nieuwe doelgroepen zijn veel gehoorde behoeftes. **Fase 2 Behoeftes uit de buurt op te halen.** Eigenaarschap creëren en buurt betrekken door te inventariseren. **Fase 3 Buurt programmeert mee.** Makers, kunstenaars en artiesten uit de wijk in kaart brengen in aansluiting op behoeften uit de buurt. **Fase 4 Uitvoer en individuele begeleiding.** Verantwoordelijkheid en vertrouwen genereren bij de buurthuizen met de uitvoering middels individuele ondersteuning in promotie, productie en eventueel andere kwesties. **Fase 5 Evaluatie.** Terugblik en leermomenten. De evaluatie wordt per locatie uitgezet en vervolgens gemeenschappelijk besproken. Fase 2 en 3 verdienen extra toelichting.

**Behoeften buurt ophalen (Fase 2)** Elk participierend lid doet een buurtonderzoek naar de behoefte aan culturele activiteiten in de buurt. Door de buurt in te trekken krijgen we inzicht in de behoeften van diverse doelgroepen en organisaties. Door middel van een online vragenlijst en een actieve on- en offline wervingscampagne worden de buurtbewoners bereikt. De blauwdruk voor zo'n onderzoek ontwikkelen we samen in de Werkgroep Cultuur. Dwarsverband is ondersteunend in het opzetten en uitzetten van deze buurtonderzoeken en het interpreteren van de resultaten.

**Buurt programmeert mee (Fase 3).** Tijdens deze fase ontwikkelt ZIMIHC samen met Dwarsverband en de buurt een overzicht van kunstenaars uit de wijk van het betreffende buurthuis. Zo wordt er een brug geslagen tussen buurtbewoners, buurtinitiatieven, professionele- en amateurkunstenaars uit de wijk. Gezamenlijk geven ze de programmering vorm, waarbij wordt gekeken naar het bestaande lokale culturele aanbod.

### *Jaar 3*

Voor jaar 3 zullen de fases verder worden uitgewerkt op basis van de resultaten en een evaluatie van jaar 2. In grote lijnen zullen deze fases er als volgt uitzien: **Fase 1 Individuele gesprekken.** We peilen de behoeftes van de leden. Wat hebben ze nodig om zelfstandig verder te gaan? **Fase 2 Verdienmodellen verstevigen.** Eigenaarschap creëren door een programma concept dat zichzelf kan bedruipen en duidelijk bijdraagt aan de doelen en wensen van het buurthuis. Ondersteunen in het sluitend krijgen van de begroting. **Fase 3 Maatwerk.** We leveren precies wat de buurthuizen nodig hebben om volledig zelfstandig te worden. Voor de een is dat ondersteuning in het aanvragen van apparatuur voor licht en geluid. Voor de ander is dat ondersteuning bij het maken van een sluitende begroting. **Fase 4 Draagvlak en bekendheid genereren.** Verstevigen van bekendheid, zowel stedelijk als lokaal, door samenwerkingen aan te gaan met andere organisaties. **Fase 5 Evaluatie.** Terugblik en leermomenten. Hier evalueren we jaar drie en het project als geheel, zowel met individuele locaties

als gemeenschappelijk. We onderzoeken de effect van het project en delen deze inzichten binnen het netwerk. Fase 2, 4 en 5 verdienen extra toelichting.

**Verdienmodellen verstevigen (Fase 2).** De initiërende rol vanuit Dwarsverband en ZIMIHC dringt in het laatste jaar naar de achtergrond. We sturen meer aan op ondernemerschap zodat locaties blijvend kunnen programmeren na afronding van het project. Dit doen we onder andere door het verstevigen van het verdienmodel van de evenementen die worden georganiseerd. Dit kan ook door locaties te ondersteunen bij het doen van aanvragen bij fondsen en subsidies.

**Draagvlak en bekendheid genereren (Fase 4).** We zetten in op samenwerkingen met lokale en stedelijke partijen die een gedeeld belang hebben en een blijvende bijdrage kunnen leveren in de promotie of programmering van PODH. Dat kan bijvoorbeeld door het contact met samenwerkingspartners officieel over te dragen aan de buurthuizen waar dit nog niet is gebeurd. Maar ook door het maken van nieuwe samenwerkingen die PODH blijvend op de kaart kunnen zetten, zoals de de Uitagenda en In de Buurt. Dwarsverband en ZIMIHC nemen hierbij een actieve rol in het promoten van PODH als overkoepelend concept. Individuele leden promoten daarnaast hun eigen programma en locatie.

**Evaluatie (Fase 5):** We evalueren jaar drie en het project als geheel, zowel met leden afzonderlijk als gemeenschappelijk. We zorgen dat wat we tijdens dit project hebben geleerd blijvend toegankelijk is. Zowel voor leden binnen de Werkgroep Cultuur als voor de gehele vereniging. Dit doen we onder andere door de informatie beschikbaar te stellen op de website van Dwarsverband. Maar ook door te kijken hoe de Werkgroep Cultuur zoveel mogelijk zelfstandig door kan gaan door coördinerende taken en kennisuitwisseling op zich te nemen. We sluiten het derde jaar af met het laten uitvoeren van een onderzoek naar het effect van het gehele project, bijvoorbeeld ondersteund door de Hogeschool Utrecht met studenten van de master *Community Development*. ZIMIHC heeft eerder met de Hogeschool onderzoek gedaan naar de werkwijze van de wijkcultuur huizen en dit is goed bevallen. De resultaten en inzichten uit dit onderzoek delen we met de leden maar ook breder in ons netwerk, met de LKCA, LSA, de gemeente en met de fondsen.

## 7. Programma ideeën

Het programma wordt samen met de leden gemaakt. Tijdens de werkgroep wordt in een plan uiteengezet hoe de kunstenaars uit de wijk in kaart te brengen en te benaderen<sup>3</sup>. In een verkennend gesprek zijn er ideeën geopperd als een expositie met de illustraties van Brigida Almeida en een workshop in tekenen. Ook de naam van graffitikunstenaar Munir de Vries is gevallen. In gesprek met Roos Polman, de plaatsmaker van de Bibliotheek Neude en voormalig coördinator Dwarsverband, hebben we mogelijkheden besproken voor programma-advies, aangezien zij veel aanvragen voor expo's binnen krijgen. Voor de programmering van PODH wordt gebruik gemaakt van het uitgebreide netwerk en de ervaring van ZIMIHC. Doorlopende programmalijnen (in plaats van incidentele programma's) zijn daarbij belangrijk, om continuïteit op te bouwen. Op die manier wordt het voor zowel publiek uit de wijken als de artiesten herkenbaar. Dat kan leiden tot

---

<sup>3</sup> Eerder is er reeds de wens uitgesproken om met de HKU in contact te komen maar buurtcentra kunnen ook via ateliers en creatieve broedplaatsen in de wijk met kunstenaars in contact komen.

programmaonderdelen als “North African Djam” , die op veel van wijkpodia terugkeert.



## 8. Planning

Wanneer	Wat	Verantwoordelijk
juni 2022	Drempels wegnemen: individuele gesprekken met nieuwe deelnemers om te peilen wie mee wil doen en waar behoeftes liggen.	Coördinatoren Dwarsverband
juli 2022	Werkgroep 1: uitzetten buurtonderzoek om behoeftes uit de wijk op te halen.	Coördinatoren Dwarsverband/ZIMIHC
juli 2022	Werkgroep 2: Culturele kaart van de wijk maken. Welke galerijen, podia, broedplaatsen en andere culturele plekken zijn er in de buurt? Welke artiesten wonen er in de wijk? Dit brengen we in beeld per locatie.	Coördinatoren Dwarsverband/ZIMIHC
augustus 2022	Werkgroep 3: programma maken. Afstemmen van doelen, doelgroep en programma. Werken met een draaiboek. Werken met artiesten.	Coördinatoren Dwarsverband/ZIMIHC

augustus 2022 t/m april 2023	PODH De uitvoer van minimaal 12 culturele programma's. Waar nodig ondersteunt ZIMIHC met de techniek en productie.	De buurtcentra, met ondersteuning van Dwarsverband/ZIMIHC
augustus 2022 t/m april 2022	KIDW De uitvoer van minimaal 6 exposities + workshops. Waar nodig ondersteunt ZIMIHC met de techniek en productie.	De buurtcentra, met ondersteuning van Dwarsverband/ZIMIHC
mei 2023	Evaluatie jaar 2 met alle leden	Coördinatoren Dwarsverband/ZIMIHC
juni 2023	Ronde langs de leden: inventariseren wat behoeften zijn en wat ze nodig hebben om zelfstandig cultuur te kunnen programmeren.	Coördinatoren Dwarsverband/ZIMIHC
juli 2023	Werkgroep Cultuur 4: Verdienmodellen en cultuur programmeren.	Coördinatoren Dwarsverband/ZIMIHC
september 2023	Werkgroep Cultuur 5: Vormgeven van een wijk cultuurprijs.	Coördinatoren Dwarsverband/ZIMIHC
oktober 2023 t/m mei 2024	Uitvoeren selectie Wijk CultuurPrijs op minimaal 12 locaties	De buurtcentra, met ondersteuning van Dwarsverband/ZIMIHC
juni 2024	Stedelijke finale Wijk Cultuurprijs	Coördinatoren Dwarsverband/ZIMIHC
juli 2024	Evaluatie jaar 3 en gehele project met alle leden	Coördinatoren Dwarsverband/ZIMIHC
Juli 2024	Bestendigen alle inzichten en lessen en afronding project	Coördinatoren Dwarsverband/ZIMIHC



## Marketing en communicatie

Met goede marketing en communicatie maken niet alleen bezoekers van buurtcentra kennis met allerlei vormen van cultuur, maar maken andere buurtbewoners kennis met buurtcentra. De marketing wordt vaak gezien als een struikelblok: iets moois neerzetten is één ding, maar bezoekers trekken is weer een hele andere uitdaging.

In lijn met het werk dat reeds gedaan is voor PODH gaan we verder met de ontwikkeling van promotiematerialen. De leden van PODH hebben na afronding van jaar 1 een template voor posters en flyers ontwikkeld samen met een vormgever. Dit template bevat hun eigen huisstijl, binnen een herkenbaar kader van PODH. Het resultaat staat in Canvas waar leden met kleine aanpassingen een poster voor ieder volgend evenement kunnen maken. Ook voor KIDW maken we een mooie, opvallende, passende en inclusieve campagne die in gezamenlijkheid of per culturele activiteit bruikbaar is voor de leden. Dit proces wordt begeleid door een externe (communicatie/pr) partij in nauwe samenwerking met de buurthuizen zelf. Naast het leveren van de nodige promotiemiddelen worden de leden ondersteund en geactiveerd om het evenement zo goed mogelijk in de wijk te verspreiden.

### Doelgroep

1. De eerste doelgroep van dit project zijn de **leden**. We willen hen ondersteunen en activeren bij het organiseren van culturele activiteiten in hun buurthuis.
2. De tweede doelgroep is de **kunstenaar/artiest**. De kunstenaar die door corona de ontmoeting met het publiek heeft moeten missen, omdat de podia vol zijn of de voorstellingen en exposities afgelast. De kunstenaar die haar of zijn stadsgenoten wil ontmoeten en inspireren.
3. De derde doelgroep zijn de **buurtbewoners** van de buurten waar de leden hun locatie hebben. Hen willen we in de loop van het project activeren om de optredens en expositie te bezoeken en mee te doen met de workshop. We zetten in op zowel de huidige bezoekers van de initiatieven als nieuwe bezoekers. De huidige bezoekers van de initiatieven in zelfbeheer zijn veelal wat kwetsbare mensen die zich op deze plek, een locatie *van* en *voor* bewoners, thuis voelen. Ze maken weinig of geen gebruik van het culturele aanbod in de stad. Ze zijn er niet mee bekend of voelen zich er niet genoeg bij thuis, hebben er geen financiële middelen voor of waren er om anderen redenen tot nu toe niet in geïnteresseerd. De nieuwe bezoekers zijn mensen die tot nu toe het buurtcentrum niet kenden of zich er niet toe aangetrokken voelden, maar wel interesse hebben in het culturele aanbod. Dit kunnen ook goed mensen zijn die zich tot het huidige culturele aanbod van de stad niet aangetrokken voelen.

### Voortzetting fundament PODH

In 2021 en begin 2022 is er een stevig fundament gelegd. Zo is er een logo ontworpen, een website gebouwd, hebben de deelnemende leden een template voor een poster en flyer in Canva, die ze ook voor de toekomstige evenementen kunnen gebruiken. In 2022 gaan we verder met dit fundament. Ook KIDW zal op de website van PODH worden toegevoegd en krijgt een eigen template in stijl van PODH.



## **Vormgeving en promotie**

Door een professionele partij worden templates voor de flyers en posters vormgegeven van PODH en KIDW. Elke locatie gebruikt die als basis om de promotie van hun eigen optreden of expositie verder in te vullen. Daarbij wordt o.a. gebruik gemaakt van dezelfde bronnen als voor reguliere (sociale) programmering, zoals de wijkkrant, website, social media en diverse fysieke plekken. Daarnaast trekken we de aankomende twee jaar intensiever op met verschillende partners die het aanbod in de buurthuizen kunnen helpen verspreiden en versterken. Bijvoorbeeld door PODH op te nemen in de Uitagenda en In de Buurt Utrecht en door te bouwen aan een samenwerkingsrelatie met Utrecht Marketing en hun Stadsprogrammeurs. Deze samenwerkingen helpen de buurthuizen ook na afloop van het project. Dwarsverband en ZIMIHC initiëren en dragen de contacten uiteindelijk aan de locaties over.

## **Promotiemiddelen**

### *Online promotie*

In de online promotie fungeert de website van de locatie *en* de website van PODH als centraal punt waar informatie overzichtelijk wordt aangeboden. Wanneer de locaties gebruik maken van Facebook en Instagram dienen deze kanalen om potentiële bezoekers te bereiken en de achterban in het veld te onderhouden. Ook zullen de kanalen van de kunstenaars worden ingezet om nieuwe doelgroepen te bereiken.

**Website:** de website van PODH is in oktober 2021 gelanceerd. Deze website fungeert als paraplu website voor alle culturele activiteiten die bij onze leden georganiseerd worden. Op de website komt het programma, praktische informatie en achtergrondinformatie.

**Sociale media:** PODH heeft een eigen FB kanaal. Deze is echter net gepubliceerd en heeft nog nauwelijks achterban. We focussen daarom op de kanalen van de locaties en van de kunstenaars/artiesten.

**Nieuwsbrieven:** bijna ieder buurtcentrum werkt met nieuwsbrieven om hun achterban te informeren. Vereniging Dwarsverband heeft een maillijst met meer dan 186 adressen opgebouwd.

Wij hopen u voldoende te hebben ingelicht. Voor vragen kunt u contact opnemen met:

Rosa Koenen - [info@dwarsverbandutrecht.nl](mailto:info@dwarsverbandutrecht.nl) - 0643704785

**bijlage 1:** Deel-verantwoording jaar 1 Cultuur naar de mensen brengen

**bijlage 2:** (Her-)begroting

**bijlage 3:** Toelichting herbegroting Cultuurproject jaar 1 begin 2022