



**50 PK**



**Allochtone senioren in de kunsten**





*'De verschrikkelijke conflicten waarin mensen ten onrechte worden samengevoegd onder noemers als Amerika, het Westen en de Islam en waarin collectieve identiteiten worden uitgevonden voor grote groepen van individuen die in werkelijkheid zeer verschillend zijn, moeten worden bestreden.*

*Edward Said, 2003*





# Allochtone senioren in de kunsten

## Checklist



# Checklist

1. Sociale omgeving
2. Netwerken
3. Bereik
4. Programmering
5. Toegankelijkheid
6. Personeel



# 1. Sociale omgeving



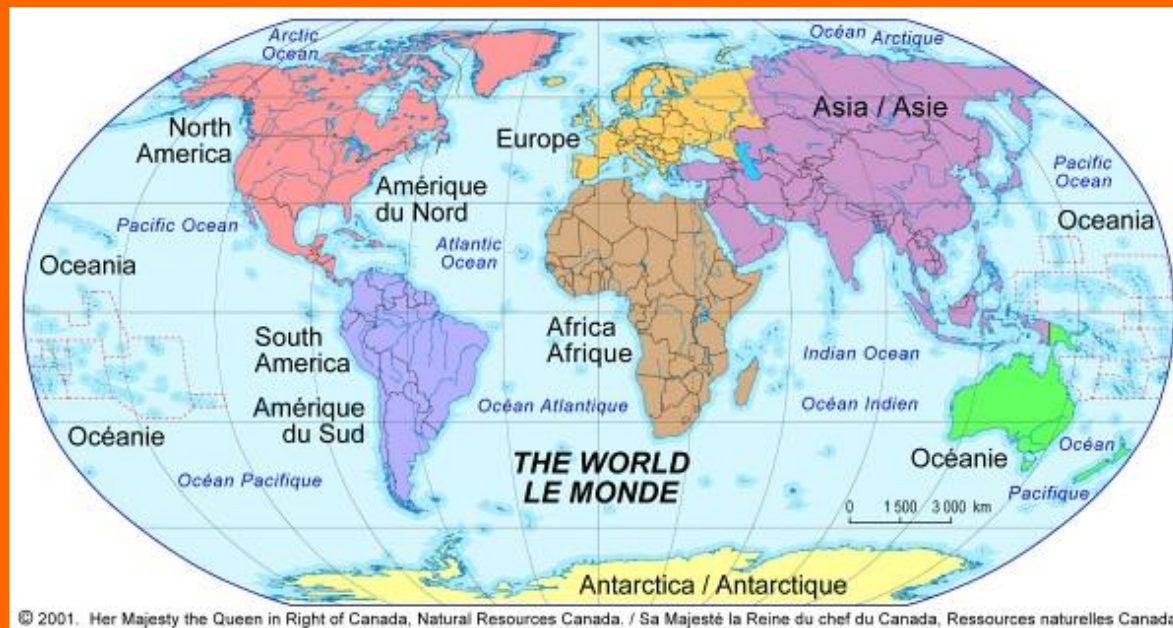
## Quiz vraag

Hoeveel geboortelanden zijn in Nederland vertegenwoordigd?

Anders gezegd: in hoeveel verschillende landen liggen de etnisch-culturele wortels van inwoners van Nederland?



# Antwoord



Circa 190...



## Zuid-Holland

Er wonen in Zuid-Holland meer allochtonen dan in welke andere provincie in Nederland ook !

27% van de totale bevolking in Zuid-Holland valt onder definitie allochtoon. Landelijk gezien is dit 20%. Zuid-Holland telt zo'n 920.000 allochtonen!

18% van de totale bevolking in Zuid-Holland valt onder de definitie niet-westers allochtoon. Landelijk gezien is dit 11%. Zuid-Holland telt zo'n 600.000 niet-westerse allochtonen.

9% van de totale bevolking van Zuid-Holland valt onder de definitie westers allochtoon. Landelijk gezien is dit 7%. Zuid-Holland telt zo'n 320.000 westerse allochtonen.

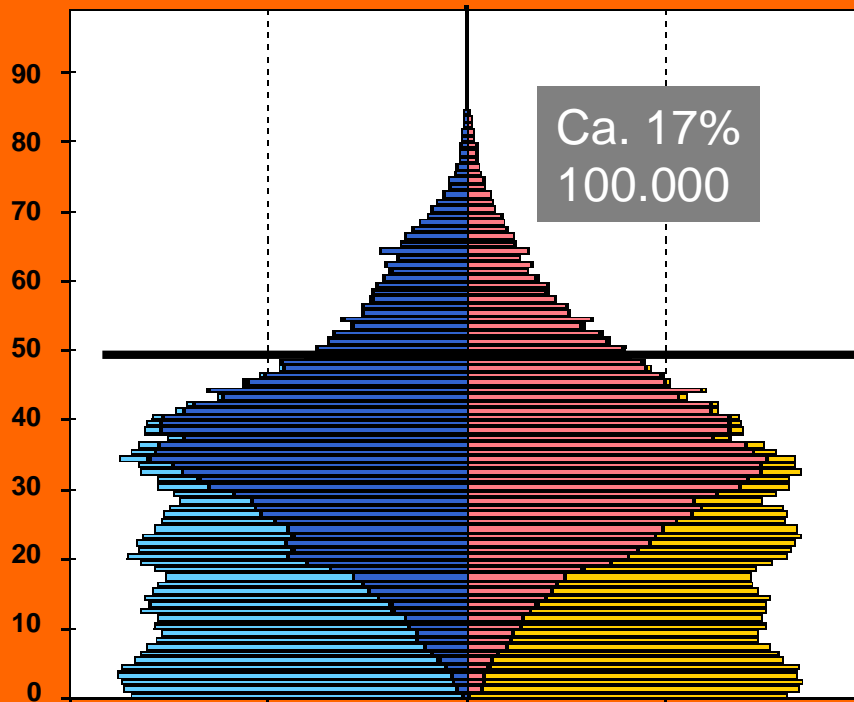
Voor de kunsten in Zuid-Holland zijn allochtone Nederlanders dus als doelgroep belangrijker dan in elke andere provincie in Nederland!



# Zuid-Holland

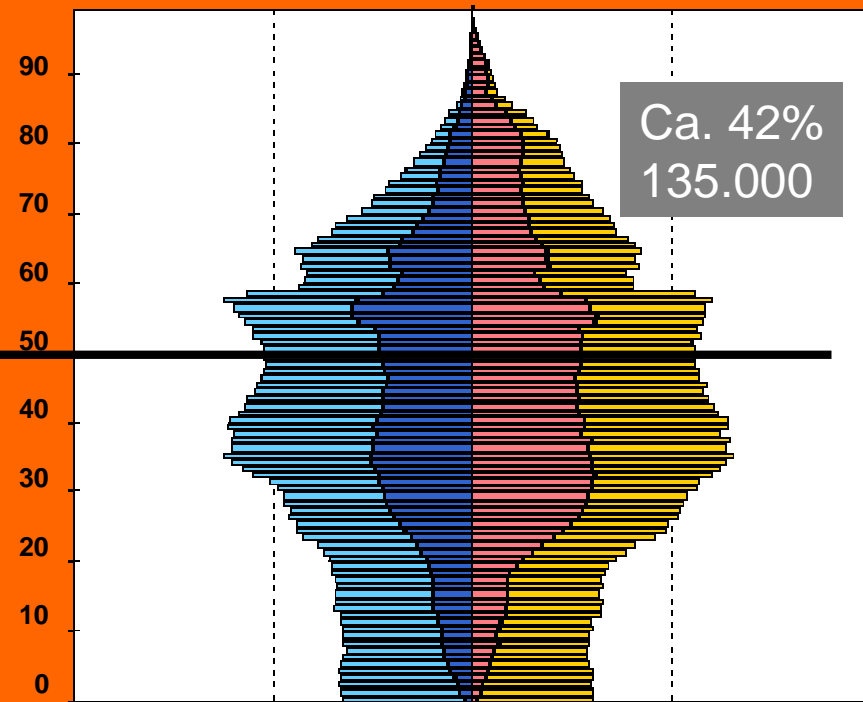
## 50-plus allochtonen in 2007

Mannen Niet westerse allochtonen Vrouwen



■ 1e generatie ■ 1e generatie ■ 2e generatie ■ 2e generatie

Mannen Westerse allochtonen Vrouwen

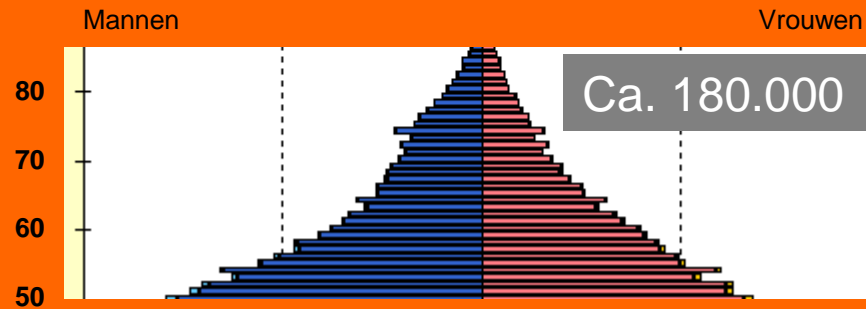


■ 1e generatie ■ 1e generatie ■ 2e generatie ■ 2e generatie



# Zuid-Holland

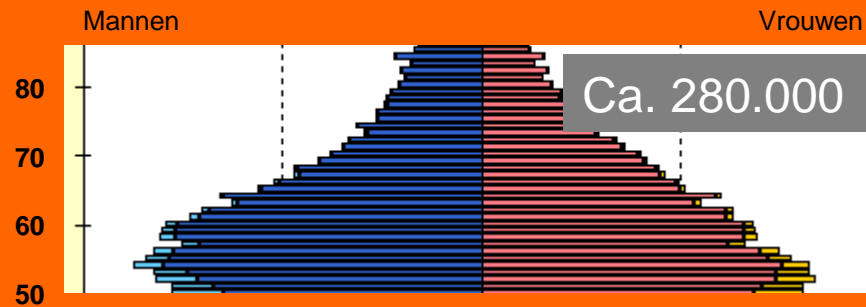
## 50-plus niet-westers in 2017



## 50-plus westers in 2017



## 50-plus niet-westers in 2027



## 50-plus westers in 2027





## 2. Netwerken



# Netwerken

Netwerken zijn in te zetten voor:

Receptieve kunsten:

1. Samenstelling aansprekende programmering
2. Werving bezoekers

Participatie aan kunsten:

1. Invulling geven aan aansprekende activiteiten
2. Werving deelnemers



# Netwerken

Type netwerken:

1. Cultuurgebonden media: denk aan b.v. Ekin (Turks tijdschrift), Amor FM (Hindostaanse radio), Marokko Media, African Bulletin, etc.
2. Culturele verenigingen: Bosnisch Cultureel Centrum, African Affairs, etc.
3. Belangenverenigingen: IOT, Stichting Vluchtelingen Organisaties Rijnmond, etc.



### 3. Bereik



## Bereik

50-Plus allochtone Nederlanders binnen de grotere gemeenschappen zijn uitstekend te bereiken via cultuurgebonden media.

Voorbeelden:

22% van alle Turkse mensen in Nederland heeft gisteren de Beneluxeditie van het dagblad Hürriyet gelezen. Onder 50-plussers ligt dat op 30%. 15% van alle Turkse 50-plussers heeft het laatste nummer van Ekin gelezen.

35% van alle Surinaamse 50-plussers heeft het laatste nummer van De Ware Tijd Weekeditie Nederland gelezen.

40% van alle Surinaamse 50-plussers bezoekt dagelijks Waterkant.NL.

25% van alle Antilliaanse 50-plussers bezoekt dagelijks Amigoe.COM.



# Benaderingswijzen

## Diversity Marketing

Het insluiten van etnisch-cultureel diverse publieksgroepen als geïntegreerd onderdeel van de marketing- en communicatie-doelgroepen.= Koninklijke Luchtmacht

## Etno Marketing

Het rechtstreeks aanspreken op de etnisch-culturele wortels van een specifieke bevolkingsgroep bij het in de markt zetten van producten en diensten.= Agis, Ay Yıldız, vroeger RVS, UPC

## Urban Marketing

Het refereren aan een bepaalde lifestyle bij het in de markt zetten van producten en diensten. = Nike, FunX



# Benaderingswijzen

50-plus

## Diversity Marketing

Het insluiten van etnisch-cultureel diverse publieksgroepen als geïntegreerd onderdeel van de marketing- en communicatie-doelgroepen.= Koninklijke Luchtmacht

## Etno Marketing

Het rechtstreeks aanspreken op de etnisch-culturele wortels van een specifieke bevolkingsgroep bij het in de markt zetten van producten en diensten.= Agis, Ay Yıldız, vroeger RVS, UPC

## ~~Urban Marketing~~

~~Het refereren aan een bepaalde lifestyle bij het in de markt zetten van producten en diensten. = Nike, FunX~~



## 4. Programming



# Programmering

Op het gebied van receptieve kunsten, zijn er 2 type programmering denkbaar:

1. **Cultuurgebonden** - exclusieve programmering voor b.v. de Turkse, Marokkaanse of Surinaamse gemeenschap. In samenwerking met netwerkorganisaties wordt een programmering verzorgd die hoofdzakelijk aansprekend is voor de betrokken gemeenschap zelf. Denk aan optredens van Fairuz (Arabisch/Maghreb), Livanelli (Turks), Lata Mangeshkar (Hindostaans), etc.
2. **Gemixt** - er wordt een programmering samengesteld die zowel interessant is voor allochtone als autochtone senioren, waardoor een gemengd publiek kan worden bereikt. Voorbeelden uit het verleden: Gezamenlijk optreden van Liesbeth List en Livanelli. Dubbel optreden van Sezen Aksu en Willem Breuker Colectief. Metropool Orkest met Kaapverdiaanse artiesten.



# Programmering

Bij het ontwikkelen van programma's om allochtone senioren te laten participeren, b.v. op het gebied van schilderen, dient rekening te worden gehouden met het volgende:

1. Binnen de Turkse en Marokkaanse gemeenschap zal het lastig zijn senioren te activeren buiten de eigen gemeenschap. Zeker wanneer mensen de Nederlandse taal onvoldoende beheersen zal interactie met autochtone senioren lastig te realiseren zijn. Wel betreft dit een groep die aan cultuurgebonden Turkse of Marokkaanse activiteiten zal willen deelnemen.
2. Binnen de Surinaamse en Antilliaanse gemeenschap zal interactie met allochtone senioren iets kansrijker zijn, alsmede binnen veel vluchtelingengemeenschappen.



## 5. Toegankelijkheid



# Toegankelijkheid

1. Fysieke toegankelijkheid
2. Mentale toegankelijkheid = laagdrempelig voor allochtone doelgroepen
  - Werk samen met mensen uit de betrokken gemeenschap, zodat mensen zich op hun gemak voelen: catering, bediening, muziek, aankleding
  - Organiseer indien nodig i.s.m. de betrokken gemeenschap groepsarrangementen, niet alleen omdat dit commercieel interessant kan zijn, maar ook omdat dit drempelverlagend is. Denk ook aan gezamenlijk busvervoer.



## 6. Personeel



# Personeel

1. Zet voor deze doelgroep personeel in die de belevingswereld van de doelgroep begrijpt:
  - Afkomstig uit dezelfde etnisch groep.
  - Indien mogelijk dezelfde leeftijd.

Dit kan in samenwerking met netwerkpartners worden georganiseerd.