



Code Diversiteit & Inclusie KunstKlank– Plan van Aanpak

1. Wat is de code diversiteit en inclusie?

De Code Diversiteit & Inclusie is een gedragscode van, voor en door de Nederlandse culturele en creatieve sector over diversiteit en inclusie. De code is een instrument van zelfregulering. Het doel van de code is dat de culturele en creatieve sector de brede diversiteit van de Nederlandse samenleving representeert. Een basisvereiste is dat de sector gelijkwaardig toegankelijk is voor iedereen: als maker, producent, werkende en publiek. Zo wordt de sector van iedereen. Iedereen draagt er op eigen wijze aan bij. Iedereen wordt gewaardeerd om wie hij of zij is, wordt gerespecteerd en gehoord en voelt zich er thuis.

2. De vijf principes

1. Je weet waar je staat ten aanzien van diversiteit en inclusie.
2. Je integreert diversiteit en inclusie in je visie.
3. Je creëert draagvlak binnen je organisatie voor het naleven van de code.
4. Je stelt een plan van aanpak op, gericht op continue verbetering.
5. Je monitort en evalueert naleving van de code en je legt er verantwoording over af.

3. De code en KunstKlank

De code wordt door de stichting KunstKlank onderschreven. Uitgangspunt daarbij is dat de stichting de brede diversiteit van de samenleving representeert met name in de gebieden waarin zij opereert. In het jaarverslag zal de voortgang gemonitord en geëvalueerd worden.

4. Invoering – Plan van Aanpak

Aan de hand van de 4 P's (Programma, Publiek, Personeel en Partners) wordt het plan van aanpak beschreven met daarbij de verantwoordelijke binnen bestuur en/of A-Team:

a. Programma – Herma / A-Team

- We geven ruimte aan verschillende perspectieven in onze producten en diensten. Artistieke en inhoudelijke kwaliteit staat voorop. Gezien de diversiteit van de samenleving gaat kwaliteit altijd samen met verscheidenheid.
- We geven diversiteit en inclusie een vaste plek in de wijze waarop onze inhoudelijke en artistieke keuzes tot stand komen.
- Wij zijn ons bewust van de invloed van onze onbewuste vooroordelen en onze identiteit bij onze artistieke en inhoudelijke keuzes.

Mogelijke meetwaarde: algemene publiekstevredenheid, recensies in relevante media.



b. Publiek – A-Team/PR

- Wij brengen alle doelgroepen in kaart op basis van diversiteit in het werkveld.
- Wij vragen ons af hoe toegankelijk onze producten zijn voor de doelgroepen.
- Wij betrekken zo nodig en mogelijk mensen uit potentiële doelgroepen bij het ontwikkelen van onze programma's
- We gebruiken de relevante kanalen en media om de doelgroepen te bereiken en stralen daarbij uit hoe inclusief onze organisatie is, doet en denkt.
- Wij organiseren inclusieve voorzieningen om de bereikbaarheid voor alle doelgroepen optimaal te maken

Mogelijke meetwaarden: de algemene publiekstevredenheid (van alle potentiële doelgroepen), bereikcijfers en omzet in de gewenste doelgroepen.

c. Personeel – Voorzitter en vicevoorzitter

Hieronder wordt verstaan het A-team, het bestuur en alle vrijwilligers.

- Wij versterken de organisatie met mensen die de diversiteit van de omgeving representeren
- Wij onderzoeken welke kennis en vaardigheden wij missen in het inclusief denken en handelen
- Wij brengen de voortgang van inclusiviteit en diversiteit in onze organisatie in beeld in het jaarlijks evaluatie moment

Mogelijke meetwaarden: de algemene medewerkerstevredenheid.

d. Partners – A-Team

Dat zijn externe personen of organisaties waar we mee samenwerken.

- Wij gaan partnerships aan die ons eigen perspectief verbreden
- Wij willen onze eigen perspectieven door externen laten uitdagen

Mogelijke meetwaarden: het aantal partners dat onze eigen visie op de code deelt.