

Beleid diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie bij Pier21

december 2025

NB: dit document is een zogenaamd levend document en wordt jaarlijks besproken, geëvalueerd en aangepast.

Onze visie

Samen kunnen leven betekent het omarmen van verschillen en overeenkomsten en de noodzaak zien van de rijkdom van diverse perspectieven

Onze overtuiging

Bij Pier21 geloven wij dat verschillen ons sterker en beter maken en staan we voor gelijke kansen voor iedereen. Wij geloven dat diverse perspectieven het leven mooier maken en ons als mens verrijkt. We streven naar een inclusieve cultuur waarin verschillen worden erkend, gewaardeerd en benut. Vakbekwaamheid is belangrijk maar een team werkt alleen goed samen als er voldoende diversiteit is. Wij sluiten niemand buiten en iedereen wordt gelijkwaardig behandeld. Wij zijn ons bewust van de diversiteit van de mens en omarmen die om iedereen die zijn talent in wil zetten voor ons, de ruimte krijgt om dat te doen.

Onze definities

Diversiteit: onder diversiteit verstaan we alle aspecten waarop mensen van elkaar verschillen. Zichtbare aspecten zoals leeftijd en huidskleur en minder zichtbare aspecten zoals culturele, sociale en etnische achtergronden, neurodivergentie, seksuele en genderidentiteiten, geloofsovertuigingen, competenties, werkstijlen, opleidingsniveaus, perspectieven en zienswijzen maken ons als mens authentiek en uniek.

Gelijkwaardigheid: ieder mens is uniek, maar ieders bijdrage is van gelijke of even grote waarde. Gelijkwaardigheid betekent dat iedereen volledig mee kan doen en toegang heeft tot gelijke kansen.

Inclusie: onder inclusie verstaan we een cultuur waarin verschillen worden erkend, gewaardeerd en benut. Een omgeving waarin iedereen erbij hoort en de vrijheid en veiligheid ervaart om zichzelf te zijn, authentiek en uniek. En waar we niemand buitensluiten.

Wat wij zeggen, nastreven en doen

Wij zijn een organisatie waar iedereen zichzelf mag zijn, zich welkom voelt, zich uitgenodigd voelt en vrijheid en veiligheid ervaart om mee te doen. We zijn ook een organisatie waar we niet alleen zeggen maar ook doen. Dit is zichtbaar in onze in- en externe communicatie. We stellen ons open voor de veranderende samenleving en maken aannames bespreekbaar. Oprecht met elkaar in gesprek zijn, interesse hebben in elkaar en bewustwording van zichtbare en minder zichtbare diversiteit vergroten. Dit verbetert niet alleen onze onderlinge samenwerking, maar is ook van directe invloed op de kwaliteit van de voorstellingen die we maken. Door de diverse behoeftes, wensen, perspectieven en uitgangspunten in de samenleving beter te begrijpen, zijn we in staat die verhalen via theater te vertellen en een podium te geven.

Een aantal essentiële basiselementen in ons verhaal:

- we praten met elkaar in plaats van over elkaar

- we erkennen en horen elkaar, door goed te luisteren
- we staan open voor zichtbare en onzichtbare diversiteit
- we nemen verschillende perspectieven 'automatisch' mee bij het nemen van besluiten
- we zijn ons bewust van onze onbewuste vooroordelen
- we beschikken over de wendbaarheid om ons continu te blijven ontwikkelen
- we durven vragen te stellen om elkaar te begrijpen
- we staan voor gelijke kansen, bijvoorbeeld op promotie en ontwikkeling
- we faciliteren en stimuleren leren over diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie
- we willen ervaren en leren van elkaar
- we evalueren en versterken onze in- en externe communicatie continu om deze inclusiever te maken
- we werken met netwerken die een diverse samenstelling kennen

Onze situatie

Pier21 opereert voornamelijk in de provincie Fryslân en vanaf 2025 ook in groeiende mate in Noord-Nederland. Onze focus ligt voornamelijk op de regio.

De provincie Fryslân maakt momenteel een duidelijke demografische transitie door. De totale bevolking bedraagt ruim **661.900 inwoners** (per 1 januari 2024), een historisch hoogtepunt voor de provincie. Tegelijkertijd verandert de bevolkingsstructuur: er is sprake van **vergrijzing**, doordat het aandeel 65-plussers toeneemt, terwijl het aantal jongeren (0–24 jaar) afneemt, een patroon dat ook wel "ontgroening" wordt genoemd. Ook de huishoudensamenstelling verschuift: het aantal eenpersoonshuishoudens groeit sterk, terwijl meerpersoonshuishoudens met kinderen afnemen.

Een belangrijke motor achter de recente bevolkingsgroei is **migratie**. Fryslân heeft sinds kort opnieuw een positief migratiesaldo, zowel vanaf binnenlandse verhuizers (mensen uit andere delen van Nederland) als buitenlandse migranten. Ongeveer **13% van de Friese bevolking** heeft een migratieachtergrond (dat wil zeggen dat zij of hun ouders in het buitenland zijn geboren). Wat betreft de herkomst van deze migranten is er in Fryslân sprake van een relatief andere samenstelling dan landelijk: de grootste groepen migranten komen uit **Duitsland en Indonesië**, en onder de niet-westerse migranten spelen vooral mensen uit Syrië en de voormalige Sovjet-Unie een opkomende rol. Binnen Fryslân woont een groot deel van mensen met een migratieachtergrond in stedelijke centra, met name in Leeuwarden.

Deze cijfers vertellen ons meerdere dingen:

- Vergrijzing is ook een kans want een groeiende doelgroep
- Diversiteit en inclusie is in Fryslân meer dan alleen culturele diversiteit

Pier21 bereikt mensen op het platteland door letterlijk in de buurt te komen met onze voorstellingen. Dit is een bijzondere doelgroep omdat hier deels mensen bij zitten die verder niet naar het theater gaan maar wel naar hun eigen dorpshuis. Hiermee bedienen wij een doelgroep die door anderen niet bediend wordt. Deze doelgroep komt naar onze voorstellingen omdat wij herkenbare verhalen brengen. Verhalen van dichtbij, verhalen van om de hoek. Tegelijkertijd wordt het publiek via onze voorstellingen altijd uitgenodigd om verder te kijken dan dat wat je al kent. We dagen ons publiek uit om het persoonlijke verhaal, de nuance, de menselijke maat te zoeken achter soms gepantserde meningen en vooroordelen. We brengen verhalen waarvan wij vinden dat die meer aandacht verdienen om zo een gesprek op gang te brengen. Om ons publiek het verhaal van de 'ander' te tonen, die wellicht niet in de eigen bubbel zit.

We werken met specifieke groepen bij het maken van de voorstelling en het bepalen van het 'juiste' verhaal. Dat hebben we gedaan bij Un dia nobo en is sinds 2025 een vast onderdeel van ons artistieke proces. Om de doelgroep een stem te geven in het artistieke proces.

In de periode 2025-2028 kan Pier21 opnieuw rekenen op financiële ondersteuning door de provincie Fryslân. Omdat er in deze periode geen meerjarige landelijke financiering is, is er helaas geen groei in aantal producties en team mogelijk. Hierdoor hebben wij bepaalde ambities op het gebied van diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie moeten bijstellen. Tegelijkertijd is deze code steeds meer onderdeel van het DNA van Pier21 in de keuze voor artistieke teams en onderwerpen.

Pier21 werkt aan:

- Verhalen die onderbelicht zijn of verbinden
- Representatieve teams en partners
- Toegankelijke voorstellingen voor brede doelgroepen
- Werken met expertise uit de doelgroep zelf
- Inclusieve werkcultuur binnen kern- en projectteams

Onze voortgang tot nu toe

Pier21 is al meerdere jaren heel bewust met diversiteit, inclusie en gelijkwaardigheid aan de slag. Dat doen we via onze voorstellingen en projecten. Allereerst door de thema's die we kiezen, waarmee we een wereld willen tonen, een verhaal willen vertellen wat volgens ons meer aandacht verdient. Ten tweede door de teams die we vormen rondom een thema, waarbij we mensen uitkiezen die iets met het thema hebben, die soms zelfs ervaringsdeskundige zijn. En ten derde door ons doelgroepenbeleid, waarbij we specifieke doelgroepen benoemen die we een rol geven in een klankbordgroep en die we, via onze partners, uitnodigen bij de voorstelling.

Een greep uit de resultaten van de afgelopen jaren:

- De Emigrant opnij ferteld, grotere rol voor het verhaal van de Marokkaanse journalist, ditmaal gespeeld door een Marokkaanse acteur
- Veel mantelzorgers bij En ik dan?
- Jongere doelgroep 30-45 (meer dan 25%) bij Krijst der safolle foar werom
- Meer ruimte voor vrouwelijke schrijvers en regisseurs
- Instellen klankbordgroepen bij Un dia nobo en En ik dan?
- Schrijvers met juiste achtergrond (gender, culturele roots) inhuren (Un dia nobo, Krijst der safolle foar werom)
- Neurodivergente regisseur voor Moed: je mag wel bang zijn maar niet laf
- Voorstelling over LHBTQI+ in WOII (Moed: je mag wel bang zijn maar niet laf)
- Representatieve RvT
- Representatieve Artistieke Raad
- Implementatie werkproces met klankbordgroepen

De resultaten van online scan DIG

Ingevuld in zomer 2025

Scores:

- Algemene visie en beleid: 3.8 (Implementatie)
- Programma: 4.4 (Integratie)
- Publiek: 2.7 (Initiatief)

- Personeel: 3.3 (Implementatie)
- Partners: 4.0 (Integratie)

Conclusie:

Pier21 is goed op weg met D&I in programma en partners. De verbinding met een divers publiek vraagt extra aandacht.

Aandachtspunten:

- Inclusieve publieksbenadering versterken.
- D&I in personeelsbeleid verder verankeren.
- Regelmatige monitoring en evaluatie van D&I-beleid.

Onze ambities voor 2025-2028

Pier21 wil via theater bijdragen aan een inclusievere en gelijkwaardige samenleving. Dat doen wij vooral door het vertellen van verhalen die ertoe doen en die onvoldoende de aandacht krijgen. Op het gebied van diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie hebben wij de volgende doelstellingen voor de periode 2025-2028. Alle ambities worden jaarlijks geëvalueerd met het kernteam en de RvT.

Programma

Wij zijn een producerende organisatie en kijken streng naar de diversiteit van de thema's die aan bod komen in onze voorstellingen. Wij maken onze producties altijd in samenwerking met mensen die er verstand van hebben, zowel professioneel of als ervaringsdeskundige.

| Ambitie | Wanneer | Hoe doen we dat? |
|--|-----------|---|
| Onze voorstellingen en daarmee de verhalen die we vertellen hebben voldoende diversiteit en geven een stem aan groepen die minder stem hebben in de maatschappij | 2025-2028 | Bij het bepalen van de thema's stellen we onszelf altijd de vraag of dit de diversiteit, inclusie en gelijkwaardigheid van onze samenleving bevordert. We bepalen de thema's van onze voorstellingen mede op basis van de mate waarin we daarvoor nieuwe stemmen in huis moeten halen, cq buiten ons eigen netwerk moeten kijken. Jaarlijks bedienen we minimaal 1 nieuwe doelgroep met onze voorstellingen |
| We zorgen voor de juiste input zodat we het juiste verhaal kunnen vertellen | 2023-2028 | We stellen klankbordgroepen in zodra er onvoldoende representatie is voor het gekozen thema binnen het kern- en artistieke team |
| De verhalen zijn van artistiek hoge kwaliteit om zo de impact te vergroten | 2023-2028 | Het artistieke team bestaat deels uit mensen met een persoonlijke affiniteit met het gekozen thema |
| Wij leren van andere culturen en implementeren dat in onze werkwijze | 2025-2028 | Wij maken in de periode 2025-2028 minimaal 1 voorstelling over opgroeien in |

| | | |
|---|-----------|--|
| | | Fryslân met een andere culturele achtergrond |
| Wij zijn open over onze werkwijze en onze succes- en leerpunten | 2025-2028 | We delen actief informatie over de Pier21methode en de wijze waarop wij nieuwe doelgroepen benaderen met onze partners |

Publiek

Pier21 maakt voorstellingen over maatschappelijke thema's. Om onze doelgroep zo breed en divers mogelijk te houden en te krijgen gaan we altijd samenwerkingen aan met partners die te maken hebben met het gekozen thema. Op die manier betrekken we nieuwe doelgroepen en niet-theaterbezoekers en verbreden we ons publiek. Wanneer we op zoek zijn naar een heel specifieke doelgroep (bijvoorbeeld Surinaamse en Caribische Friezen voor Un dia nobo of mantelzorgers voor En ik dan?) zoeken we de samenwerking met mensen en partijen die in contact staan met deze doelgroep. In zo'n geval zorgen we er ook voor dat die gemeenschap mee kan denken over ons programma. Dat doen we dan via het instellen van klankbordgroepen.

Toegankelijkheid blijft een aandachtspunt en is iets waar we tot op heden nog geen specifieke acties op hebben gevoerd, met uitzondering van kortingsacties voor de financiële toegankelijkheid. Hier gaan de komende jaren meer op inzetten.

Wij spelen deels op de geijkte plekken, in theaters. Maar wij brengen onze verhalen ook letterlijk naar de mensen toe, door te spelen in het fijnmazige netwerk van dorpshuizen in Fryslân.

| Ambitie | Wanneer | Hoe doen we dat? |
|---|-----------|---|
| We toetsen bij ons publiek of we het juiste verhaal vertellen | 2023-2028 | We committeren ons aan het actief zoeken naar verbindingen met gemeenschappen buiten onze eigen netwerken voor input en reacties op onze voorstellingen, o.a. via samenwerkingen met organisaties. We onderzoeken de komende jaren hoe we deze gemeenschappen het beste kunnen bereiken |
| Onze voorstellingen zijn toegankelijk voor doven, slechthorenden en blinden | 2025-2028 | We gaan minimaal 5 voorstellingen per jaar toegankelijk maken voor doven en slechthorenden en blinden. Hiervoor kijken we naar de resultaten die Tryater al heeft behaald met de smartglasses |
| Onze voorstellingen zijn toegankelijk voor niet Fries sprekende Friezen | 2025-2028 | We gaan minimaal 5 Nederlandstalige voorstellingen spelen in Fryslân |
| We maken onze voorstellingen toegankelijk voor mensen die de Nederlandse taal niet machtig zijn | 2025-2028 | We kijken hiernaar in relatie tot de smartglasses |
| We onderzoeken de mogelijkheden om de financiële drempels weg te halen | 2025-2028 | We doen met onze voorstellingen in de gemeente Leeuwarden mee met Quiet Leeuwarden. We zoeken per voorstelling partners en sponsors die kaarten opkopen voor de doelgroep die we willen bereiken. |

| | | |
|---|-----------|---|
| | | We onderzoeken de resultaten van en ervaringen met Pay what you want van andere culturele partijen |
| We verjongen ons publiek | 2025-2028 | We kiezen voor thema's die een jongere doelgroep aanspreken. Het artistiek team heeft deels dezelfde leeftijd als de leeftijdsgroep die we aan willen spreken. |
| Wij bereiken een zo groot mogelijke groep Friezen | 2025-2028 | We brengen onze voorstellingen zo dicht mogelijk bij de mensen door te spelen in dorpshuizen en MFC's. We creëren ambassadeurs voor de doelgroepen die zich niet gerepresenteerd voelen |
| We maken onze voorstellingen toegankelijk voor mensen met een fysieke beperking | 2026 | In de speelplanning zorgen we ervoor dat minimaal 80% van de zalen rolstoelvriendelijk is. We nemen dit op in het overzicht van de zalen |
| We gaan nieuwe doelgroepen aan ons binden | 2025-2026 | We onderzoeken hoe we de specifieke doelgroepen die we per thema aanspreken aan ons kunnen binden, bijvoorbeeld via resultaten van andere culturele organisaties, meer aandacht voor het merk Pier21 (o.a. nieuwe website, verder vooruit plannen) en het doen van publieksonderzoek per voorstelling. Ook kijken we naar de mogelijkheden van het ontvangen van de data van ons publiek via Van Plan (rekening houdend met de AVG) |
| We brengen de demografie van Fryslân verder in kaart | 2026 | We gaan de beschikbare data via o.a. Planbureau Fryslân analyseren voor onze situatie en gebruiken deze informatie o.a. voor doelgroepbepaling. |

Personeel

Pier21 heeft een klein kernteam dat het hele jaar rond aan onze producties werkt. Ons team is op moment van schrijven een goede mix van gender, leeftijd en ervaring. In ons personeelshandboek is opgenomen dat onze werknemers en opdrachtnemers, de vastgestelde landelijke feestdagen mogen omruilen voor eigen cultuurspecifieke feestdagen. In onze Artistieke Raad en Raad van Toezicht zorgen we voor een brede afspiegeling qua gender, leeftijd, ervaring en expertise.

Voor de artistieke teams die wij per productie inhuren kijken wij heel bewust naar representatie. We zorgen ervoor dat we de juiste mensen betrekken, die ervaring hebben met het onderwerp. Ook gaan we bewust acteurs met een andere etnische achtergrond kansen bieden, niet alleen als het personages van kleur betreft maar ook bij personages waarbij kleur er niet toedoet.

Om iedereen gelijke kansen te bieden gaan we zo objectief mogelijk te werk in onze werving, selectie, interne doorstroom en promotie. Tegelijkertijd zien we bij Pier21 het komende jaar geen grote personeelwisselingen, dus ook geen werving op kernteam niveau. Wel gaan we werven voor

posities binnen de projectteams, daarvoor stellen we onszelf doelen qua diversiteit van de artistieke teams en kijken daarbij vooral ook naar leidinggevende posities.

Mochten we wel via een vacature gaan werven dan gaan we actief aan de slag met de volgende aandachtspunten:

- Duidelijk in de vacaturetekst aangeven wat wij doen aan diversiteit en inclusie, bijvoorbeeld opnemen dat het bij ons mogelijk is om feestdagen om te ruilen.
- Andere manieren van solliciteren: vragenlijst, videosollicitatie, audiobericht
- Vooraf bepalen welke doelgroep we specifiek willen bereiken en op zoek naar wervingskanalen die daarbij passen
- Selectie van sollicitanten door andere mensen laten doen dan degene die de gesprekken voert, eventueel anonimiseren

Wij moeten ons ervan bewust zijn dat een diverser personeelsbeleid in sommige gevallen ook een extra inzet van ons als organisatie zal vragen. Wij erkennen dit en accepteren dit.

| Onze ambitie | Wanneer | Hoe doen we dat? |
|--|----------------|---|
| Onze RvT is representatief voor de Friese samenleving | Per 2024 | Onze Raad van Toezicht bestaat uit 5 leden met een goede balans tussen gender en leeftijd en met minimaal 1 lid met een andere culturele achtergrond |
| Onze Artistieke Raad is representatief voor de Friese samenleving | Per 2023 | Onze Artistieke Raad bestaat uit minimaal 5 leden met een goede balans tussen gender en leeftijd en met minimaal 1 lid met een andere culturele achtergrond |
| Onze Ferbiners zijn representatief voor de Friese samenleving | 2026-2028 | Onze Ferbiners bestaat uit minimaal 3 leden met een goede balans tussen gender en leeftijd en met minimaal 1 lid met een andere culturele achtergrond |
| Ons kernteam is representatief voor de Friese samenleving | Per 2025 | Ons kernteam bestaat uit een goede mix van leeftijd, gender, ervaring. We bieden jaarlijks een stageplek aan voor MBO/HBO en/of Universiteit |
| Onze artistieke teams bestaan uit een representatieve mix van leeftijd, gender, sociaal-economische en culturele achtergronden | Per 2025 | In onze artistieke teams streven we naar: <ul style="list-style-type: none"> • 50% van de schrijvers is vrouw • 50% van de regisseurs is vrouw • De gemiddelde leeftijd van het artistieke team is in lijn met de geformuleerde doelgroepen • Op het toneel zijn evenveel vrouwen als mannen te zien → ook in leeftijd en dus representatie op het toneel • In onze artistieke teams is minstens 10% van een andere culturele of sociaal-economische achtergrond |

| | | |
|--|-----------|--|
| Op het podium staan acteurs die representatief zijn voor de Friese samenleving én de Friese taal spreken | 2025-2028 | We gaan hiervoor een netwerk opbouwen door o.a. buiten de geijkte plekken op zoek te gaan naar nieuw talent. |
| We bieden onze medewerkers een gezonde en veilige werkplek | 2025 | We hebben een gedragscode die actief gedeeld wordt met alle medewerkers en opdrachtnemers. In onze voortgangs- en functioneringsgesprekken staat het thema inclusie op de agenda |
| Onze medewerkers blijven zich ontwikkelen op het gebied van diversiteit en inclusie | 2025-2028 | Jaarlijks volgt een evaluatiegesprek over het beleid en de behaalde resultaten. We onderzoeken mogelijkheden tot scholing |

Partners

Per voorstelling gaan we op zoek naar nieuwe partners. We dagen onszelf uit om juist voorstellingen te maken over thema's waarbij we nieuwe stemmen binnen moeten halen, ook via onze partners. Op zoek naar partnerships en coproducten die ons eigen perspectief verbreden. Onze Pier21 Ferbiners bestaat uit een representatieve groep.

| Concrete acties | Wanneer | Hoe doen we dat? |
|--|-----------|--|
| De organisaties waar wij een partnerschap mee aangaan hebben een inhoudelijke link met onze voorstellingen | 2025-2028 | Per productie maken we een plan van aanpak voor partners |
| Onze partners hebben altijd een verbinding met ons (beoogde) publiek | 2025-2025 | Wij zoeken partners op basis van de inhoud van onze voorstelling |
| Wij vinden een deel van onze nieuwe publieksgroepen via onze partners | 2025-2028 | We maken onze partners medeverantwoordelijk voor het bereiken van de beoogde doelgroep |
| | | |