

Humanity
House

museum+educatie+platform+

JAARVERSLAG 2019

INHOUDSOPGAVE

| | | | |
|--------------------------------------|----|--|----|
| 1. VOORWOORD | 3 | 6.5 Online | 17 |
| 2. STRATEGIE & BELEID | 3 | 7. ZAALHUUR & HORECA | 18 |
| 2.1. Inhoudelijke verbreding | 4 | 7.1 Optimaliseren van zaalbezetting en werkprocessen | 18 |
| 2.2. Financiële verbreding | 4 | 7.2 Onze boodschap meegeven/Locatie met een verhaal..... | 18 |
| 2.3. Groei in impact en bereik | 6 | 7.3. Waarborgen kwaliteit..... | 19 |
| 3. MUSEUM | 7 | 7.5 Zaalhuur in cijfers..... | 19 |
| 3.1 Museum 2.0 | 7 | 8. PERSONEEL & BEDRIJFSVOERING | 20 |
| 3.3 Museum in cijfers | 9 | 8.1. Transformatie | 20 |
| 4. EDUCATIE..... | 10 | 8.2. Ontwikkelingen in het team | 20 |
| 4.1 Programma's | 10 | | |
| 4.2 Nieuwe samenwerkingen | 10 | | |
| 4.4 Kwaliteitsbewaking | 11 | | |
| 6. MARKETING EN COMMUNICATIE..... | 15 | | |
| 6.1 Positionering..... | 15 | | |
| 6.2 Marketing Partnerships | 15 | | |
| 6.3 Evenementen | 15 | | |
| 6.4 Free Publicity | 16 | | |

1. VOORWOORD

Ook in 2019 was Humanity House dé plek waar je als bezoeker je kon verwonderen, inspireren en informeren door millennials, kunstenaars en sprekers die conflict en onvrijheid (hebben) ervaren. Want zolang polarisatie, discriminatie, uitsluiting en angst voor de ander bestaan blijft onze missie onveranderd. Wij laten zien, ervaren, horen en voelen dat vrijheid niet vanzelfsprekend is. Dat het begint met het overbruggen van verschillen en situaties vanuit andere perspectieven bekijken. Dat doen wij op verschillende manieren. Natuurlijk met de vaste opstelling de ervaringsreis, ontwikkeld door kunstenaars Henk Schut en Hans Wolbers, waarin de bezoeker meteen een ontheemd gevoel krijgt. Maar, dat doen we ook via onze tentoonstellingen. Denk aan de overweldigende wanden bedekt met polaroids van Ai Wei Wei. Polaroids gemaakt in verschillende vluchtelingenkampen overal ter wereld. De hoeveelheid foto's staat voor de gigantische hoeveelheid aan verhalen van mensen die gevlucht zijn en strandden in een kamp.

Ruim 7850 bezoekers bezochten in 2019 onze ervaringsreis en tentoonstellingen in huis. En ook ons educatieaanbod bleek een groot succes: docenten weten ons goed te vinden als het gaat om de thema's 'vrijheid' of 'burgerschapsonderwijs'. Een bezoek aan Humanity House maakt complexe thema's, zoals vluchtelingen en conflict, bespreekbaar. Het blijft indrukwekkend om te zien hoe een klas opgewonden binnenkomt en daarna stil en onder de indruk ons museum verlaat. In het bijzonder het educatieprogramma over ongedocumenteerden, dat wij in samenwerking met We Are Here organiseerden, maakte veel los bij de scholieren.

Maar ook het reguliere publiek wist ons te vinden in 2019. Van mooie, intieme avondprogramma's tot indrukwekkende discussies en dialogen. Het event 'The War after the War' met Sigrid Kaag maakte duidelijk dat grote thema's als het belang van traumabehandeling dichterbij komen door persoonlijke verhalen, zoals het verhaal van een arts uit Jemen.

Daarnaast kregen kunstenaars en verschillende kunstvormen in ons huis een podium. Wij geloven dat je als museum middenin de maatschappij moet staan, dat je iets moet toevoegen aan de issues rondom vrede en recht, die spelen in de media en politiek. En dat deed Humanity House volop in verschillende vormen. Van fotografie, muziek en dans tot aan film. Altijd gekoppeld aan persoonlijke verhalen, want intimiteit, gesprekken en ontmoetingen staan centraal.

Ook werkten we hard aan een aanvraag voor het Meerjarenbeleidsplan Kunst en Cultuur 2021-2024 van de gemeente. Helaas krijgt Humanity House, ondanks een positieve waardering, geen groen licht van de adviescommissie.

Om als organisatie nieuwe wegen in te gaan, programma's te bedenken, kunstenaars een plek te geven, moeten wij hard op zoek naar fondsen die ons hierbij willen steunen. Vanuit de inkomsten zaalverhuur en fondsenwerving kunnen wij een groot deel zelf financieren. Een organisatiesubsidie zorgt echter voor een vertrekpunt/basis van waaruit veel ontwikkeld kan worden.

Tot slot was 2019 het jaar met een wisseling in de directie. Na 10 jaar droeg Lisette Mattaar het stokje in oktober over aan ondergetekende. Via deze weg bedankt Humanity House Lisette voor haar gedrevenheid, betrokkenheid en creativiteit. Zij heeft Humanity House vanuit niets opgebouwd tot een jonge, dynamische en diverse community. Een community die stevig verankert is in Den Haag, stad van Vrede & Recht.

Hanneke Propitius
Directeur Humanity House

2. STRATEGIE & BELEID

2.1. Inhoudelijke verbreding

In 2019 is de strategische koers voor de aankomende jaren opnieuw bepaald; waar we als organisatie staan, in welke maatschappelijke context we ons bevinden en hoe we de meeste impact kunnen hebben. Humanity House is volgens onze bezoekers uniek in haar activiteiten van museum, platform, tentoonstellingen en educatie. Juist door onze museale kant duidelijker en sterker in te vullen kunnen we nog meer impact maken. Humanity House heeft de ambitie om de komende jaren het museum te vernieuwen. Deze vernieuwing moet het mogelijk maken om meer schoolklassen en bezoekers te ontvangen en om meer perspectieven rondom vrede, conflict en recht te belichten.

We zijn in 2019 gestart met het verzamelen van verhalen rond conflict en solidariteit, met het oog op het project 75 jaar VN in 75 verhalen. Verhalen die later dit jaar in diverse culturele vormen gepresenteerd worden. Een deel van de verhalen wordt in de nieuwe vaste tentoonstelling opgenomen.

Het vernieuwingsplan is ook onderdeel van de ambities die zijn opgetekend in het Kunstenplan voor de gemeente. In 2020 vraagt Humanity House fondsen aan om het plan te kunnen realiseren. Realisatie kan dan vanaf 2021 plaatsvinden.

2.2. Financiële verbreding

Naast een inhoudelijke verbreding, wil Humanity House ook een verbreding en verduurzaming van financiering realiseren. De jaarlijkse eigen inkomsten uit kaartverkoop, educatie, zaalhuur en horeca zijn substantieel toegenomen. Daarnaast werkten we de afgelopen jaren aan nieuwe modellen voor financiering om de vermindering van de jaarlijkse bijdragen van de gemeente Den Haag en het Rode Kruis op te kunnen vangen.

We hebben in 2019 de volgende trajecten bewandeld.

Gemeente Den Haag

De gemeente Den Haag droeg in 2019 met €200.000 bij aan Humanity House en doet dat ook in 2020. Ons streven is om deze samenwerking met de gemeente te bestendigen via opname in het Meerjarenbeleidsplan Kunst & Cultuur, ook wel het Kunstenplan genoemd. Op 1 december 2019 heeft Humanity House een aanvraag ingediend voor het Meerjarenbeleidsplan Kunst & Cultuur 2021-2024. In 2020 besluit het Gemeentebestuur hierover.

Samenwerking partners

In 2019 heeft Humanity House hernieuwde samenwerkingsafspraken gemaakt met het Nederlandse Rode Kruis voor de periode 2020-2021. Met UNICEF is de samenwerking geïntensiveerd via de samenwerking aan het project 75 jaar VN in 75 verhalen, inclusief het gezamenlijke digitale lesprogramma Vrijheid in Beeld dat vanaf 2020 aan het onderwijs aangeboden wordt.

Overige partners hebben in 2019 met totaal €60.000 per jaar bijgedragen aan Humanity House. De samenwerking met KUNO (Kenniscentrum Humanitaire Hulp) en het Ministerie van Buitenlandse Zaken continueerden we via programma's en projecten en onder andere Hague Talks.

Samenwerking Nutshuis

Sinds oktober 2017 is Humanity House betrokken bij de transitie van Het Nutshuis naar een meer zakelijke en maatschappelijk betrokken werk- en ontmoetingsplek. Het Nutshuis maakt hierbij gebruik van expertise van het Humanity House op het gebied van zaalhuur, programmering en bedrijfsvoering. In 2019 werd deze samenwerking intensiever, waarbij in totaal 1FTE vanuit Humanity House werd ingezet bij Het Nutshuis.

Voor Humanity House levert het 'outsourcen van expertise' een efficiëntieslag in de organisatiecapaciteit en een financiële impuls voor de dekking van de exploitatie.

Ook werden de mogelijkheden voor een duurzame samenwerking in de toekomst verkend, maar dit bleek eind 2019 niet meer relevant door een koerswijziging van Het Nutshuis. Per eind 2019 is de inzet van Humanity House voor het Nutshuis naar wederzijdse tevredenheid voltooid.

Projectfinanciering

In 2019 heeft Humanity House nieuwe financiers aan zich weten te binden voor programma's en projecten. Zo zegde Porticus steun toe voor onderzoek naar de aansluiting van ons educatieve aanbod bij het mbo-onderwijs. Voor onze programmaserie The Refugee Millennial konden we op steun rekenen van VSBfonds, Dioraphte en Fonds 1818.

Ook vroegen we in 2019 met succes financiering aan voor het project 75 jaar VN in 75 verhalen. In 2020 staan we stil bij 75 jaar vrijheid en 75 jaar VN, door middel van een verhalenfestival op 24 oktober met 75 verhalen over solidariteit en samenwerking en een digiles over oorlog, kinderen op de vlucht en vrede.

Het project is een samenwerking tussen Humanity House, UNICEF Nederland, het Nationaal Comité 4 en 5 mei en Just Peace en wordt mogelijk gemaakt door de bijdragen van vfonds, Gemeente Den Haag, het Ministerie van VWS, Fonds 1818 en Provincie Zuid-Holland. Humantiy House is projectleider van dit programma.

Inkomsten

Al met al hebben bovenstaande acties tot de volgende inkomsten geleid.

INKOMSTEN

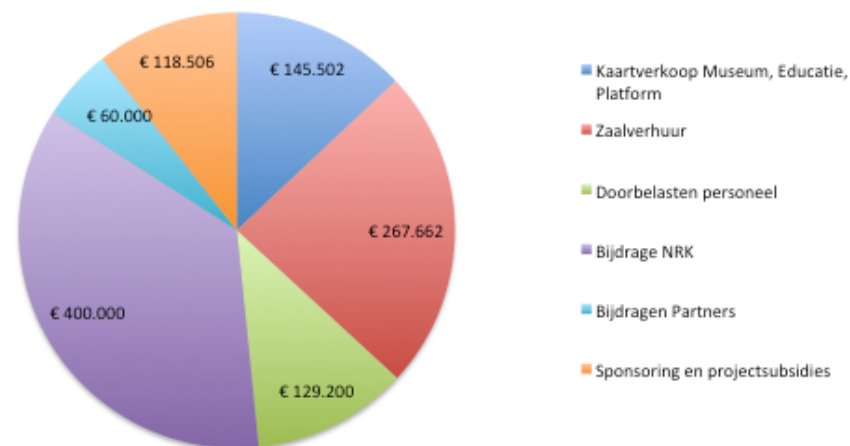
| | |
|--------------------------------|----------------|
| Inkomsten kaartverkoop | 142.574 |
| Inkomsten zaalverhuur | 105.179 |
| Inkomsten catering & verhuur | 183.370 |
| Inkomsten doorbelast personeel | 4.531 |
| Totaal inkomsten | 435.654 |

Subsidies & bijdragen

| | |
|---|----------------|
| Gemeente Den Haag | 200.000 |
| Partnerbijdragen / kenniscentrum | 60.000 |
| Rode Kruis | 50.000 |
| Het Nutshuis | 150.125 |
| Fonds 1818 (Door de Bocht) | 95.000 |
| Projectsubsidies | 108.591 |
| Totaal subsidies & bijdragen | 663.716 |

| | |
|----------------------------|------------------|
| TOTAAL | 1.099.370 |
| Resultaat | -83.760 |
| Dekking uit reserve | 83.760 |
| Resultaat | 0 |

Inkomsten 2018



2.3. Groei in impact en bereik

In 2019 hebben we in het museum meer dan 34.000 museumliefhebbers, scholieren, studenten, expats en (young) professionals geïnspireerd via onze ervaringsreis, exposities, ontmoetingen, lesprogramma's, debatten en bijeenkomsten. Door de huidige opzet van onze ervaringsreis en ons gebouw bereiken we de grenzen van de groei in aantallen bezoekers. In de ambities voor de toekomstige vernieuwing is een verandering van deze opzet een vereiste om ook in aantallen te kunnen groeien.

Ons aanbod buitenshuis heeft minder mensen bereikt dan vorig jaar, doordat we geen grote tentoonstelling buitenshuis hadden. Ook het gebruik van het digitale programma Vluchteling in Beeld neemt in aantallen terug, omdat het al een aantal jaren wordt aangeboden en de concurrentie van vergelijkbaar aanbod is toegenomen. In 2019 ontwikkelden we daarom een nieuw digitaal lesprogramma in het kader van 75 jaar vrijheid dat vanaf 2020 aan het onderwijs aangeboden wordt. Daarnaast is de tentoonstelling Kind onder Vuur, een samenwerking met het Rode Kruis, opnieuw vormgegeven en in 2020 officieel geopend in Herinneringscentrum Kamp Vught. Naast bijna 40.000 fysieke bezoekers bereikte Humanity House meer dan 200.000 online bezoekers.

Diversiteit

Als we het over bereik en impact hebben, zijn diversiteit en inclusie belangrijk voor ons. De focus hierop is dan ook structureel verweven in onze activiteiten. Met de Code Culturele Diversiteit als leidraad deden we in 2019 intern en extern onderzoek om ons beleid Diversiteit & Inclusie aan te scherpen. Ons bestuur en personeelsbestand is de afgelopen jaren meer divers geworden door daar actief beleid op te voeren. Bijna een derde van ons personeel heeft een migratieachtergrond, waarvan het merendeel niet-westers. Dit werkt door in onze aanpak en aanbod, waarin meerstemmigheid een uitgangspunt is. En in ons publiek: een kwart van onze bezoekers heeft een niet-westerse achtergrond.

| Bezoekers | 2018 | 2019 |
|----------------------------|-----------------|----------------|
| In huis | | |
| Bezoekers individueel | 7.363 | 7.919 |
| Bezoekers educatie | 13.842 | 13.689 |
| Programmering | 3.505 | 3.457 |
| Zaalhuur | 9.222 | 9.116 |
| SUBTOTAAL | 33.932 | 34.181 |
| Buitenshuis | | |
| Museum - tentoonstellingen | 230.000 | 0 |
| Educatie | 6.634 | 4.571 |
| Programmering | 1.895 | 345 |
| SUBTOTAAL | 238.529 | 4.916 |
| TOTAAL BEZOEKERS | 272.461* | 39.097 |
| Online | | |
| Website | 144.361 | 145.924 |
| Humanity Blog | 30.380 | 34.200 |
| Facebookfans | 10.800 | 11.738 |
| Twittervolgers | 4.109 | 4.318 |
| Instagramvolgers | 1.100 | 1.790 |
| Update (nieuwsbrief) | 8.124 | 9.277 |
| TOTAAL ONLINE | 202.500 | 207.247 |

* Door Where will we go' op boulevard: 224.242 bezoekers

3. MUSEUM

3.1 Museum 2.0

Onze vaste opstelling de ervaringsreis, laat bezoekers ervaren hoe het is om te moeten vluchten en ontheemd te zijn. Ook kunnen bezoekers virtueel in gesprek gaan met acht gevluchte mensen. Via hun persoonlijke getuigenissen en perspectieven, worden thema's als conflict, staatloosheid, mensenrechten, rechtspraak, verzoening en de asielprocedure begrijpelijk en invoelbaar.

In 2019 presenteerde ICOM, het *international council for museums*, een nieuwe definitie: *"Musea zijn democratiserende, inclusieve en meerstemmige ruimtes voor kritische dialoog over het verleden en de toekomst. Terwijl ze de conflicten en uitdagingen van het heden erkennen en aanpakken, houden ze artefacten en exemplaren in beheer voor de samenleving, bewaren ze uiteenlopende herinneringen voor toekomstige generaties en garanderen ze gelijke rechten en gelijke toegang tot het erfgoed voor alle mensen."*

Musea hebben geen winstoogmerk. Ze zijn participatief en transparant en werken in actief partnerschap met en voor diverse gemeenschappen om inzichten in de wereld te verzamelen, te bewaren, te onderzoeken, te interpreteren, te tentoonstellen met als doel bij te dragen aan de menselijke waardigheid, sociale rechtvaardigheid, wereldwijde gelijkheid en planetair welzijn."

In 2019 onderzochten we de positie van Humanity House binnen het museale veld. Hieruit bleek dat Humanity House op twee punten in het bijzonder aansluit op de nieuw geformuleerde museumdefinitie: de bredere interpretatie van erfgoed en de nadruk op de sociaal maatschappelijke rol van een museum.

Een bredere interpretatie van erfgoed betekent dat deze meer is gedemocratiseerd. Wat erfgoed is, bepalen niet langer alleen de professionals in musea, maar het is steeds meer de gemeenschap zelf die aandraagt wat "erfgoedwaardig" is. Waarmee artefacten uit het dagelijks leven ook steeds meer tot het erfgoed gaan behoren. Daarnaast wordt ook de waarde van immaterieel cultureel erfgoed erkend: erfgoed waarbij de mensen en hun verhalen en perceptie van een gebeurtenis of tijd centraal staan.

Waar eerder algemeen werd aangenomen dat musea min of meer neutrale platforms zijn, wordt nu erkend dat de keuzes die musea maken in wat zij wel of niet aan het publiek tonen in zichzelf ook een standpunt innemen. Dat betekent dat musea mede bepalen wat het narratief is over een bepaalde tijd. Musea kunnen juist de verhalen kiezen die reflecteren op alternatieve standpunten en ondervertegenwoordigde groepen in de samenleving, en daarmee ruimte bieden voor dialoog.

Humanity House voelt zich thuis bij deze nieuwe ontwikkelingen in het museale veld. Komende jaren zullen wij onze rol en mogelijkheden als museum voor het verzamelen en delen van (im-)materieel cultureel erfgoed en het aanjagen van betekenisvolle maatschappelijke gesprekken, verder ontwikkelen.

3.2. Wisselende exposities

Naast onze vaste opstelling, waren er dit jaar maar liefst negen wisseltentoonstellingen in de foyer te zien.

We trapt het jaar af met een tentoonstelling van KABK-graduates Diana Gheorghiu en Filippo Maria Ciriani, die de complexiteit van de begrippen veiligheid en bescherming toonden.

In de tentoonstelling 'Ode aan talent' lieten verschillende fotografen met een vluchtachtergrond hun visie op talent zien. Zij waren de winnaars van de gelijknamige fotowedstrijd georganiseerd door Refugee Talent Hub, NRC-Handelsblad, Humanity House en OBA.

Met de expositie 'Back to the Future', die we in samenwerking met Terre des Hommes organiseerden, richtten we ons op gezinnen met kinderen. Via de interactieve tentoonstelling konden zij meer leren over onderwijs aan vluchtelingenkinderen in Jordanië en Libanon. De tentoonstelling hing deels in Humanity House en deels in de Centrale Bibliotheek Den Haag.

In maart keken we met unieke tentoonstelling 'Cartooning Syria' terug op acht jaar protest en oorlog in Syrië door de ogen van Syrische cartoonisten. Je zag er originele cartoons op groot formaat en projecties van honderden cartoons van 39 kunstenaars. De opening maakte grote indruk.



De hoofdtentoonstelling was dit jaar 'Ver van Huis' van fotograaf Chris de Bode. In de tentoonstelling, die we samen met Stichting Vluchteling organiseerden, zocht Chris de Bode met zijn foto's naar nieuwe invalshoeken om het verhaal rond vluchtelingen te vertellen, waarbij hij weg bleef van stereotypen. De tentoonstelling vertelde ook het verhaal van de fotograaf zelf. Het verhaal over de keuzes die hij heeft gemaakt om onze verbeeldingskracht aan te spreken om zo het leven van mensen, dat zich ver van ons afspeelt, naar ons voorstellingsvermogen te vertalen. Waarbij hij tegelijkertijd recht heeft willen doen aan de complexiteit van het onderwerp.

De expositie 'Zachte Ogen' ging dit jaar een maand in reprise. Gerenommeerd fotograaf Joost van den Broek is voor deze tentoonstelling zijn archief in gedoken. Uit honderden foto's, bijna 25 jaar fotografie over vluchtelingen en asielzoekers in Nederland, koos hij de meest indrukwekkende beelden.

In de tentoonstelling 'Durven Dromen' belichtte de Koerdische fotograaf Seivan M. Salim de verhalen van Yezidi-vrouwen, vijf jaar na de aanval van IS op het Yezidi-volk in Noord-Irak.

In de tentoonstelling 'Oorlog in Raqqa', in samenwerking met Amnesty International, konden bezoekers via een VR bril door de verwoeste stad Raqqa dwalen en luisteren naar de verhalen van overlevenden. Aan de hand van foto's, video's, satellietbeelden en kaarten konden ze kennis maken met de verhalen van families die tijdens de oorlog in Raqqa leefden.

Rond de Internationale Dag van de Mensenrechten toonden we de expositie 'Visual Human Rights'. Hierin visualiseerde fotograaf Hoessein Alkisaai de 30 artikelen van de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens in alledaagse situaties.

We hebben dit jaar geen buitententoonstelling gerealiseerd, omdat daar helaas geen fondsen voor zijn toegekend.



3.3 Museum in cijfers

In totaal bezochten bijna 22.000 bezoekers de permanente opstelling van Humanity House, de ervaringsreis, waarvan ongeveer 14.000 scholieren en 8.000 individuele bezoekers. Dit is een lichte stijging vergeleken met vorig jaar. Ook de inkomsten uit museumbezoek stegen in vergelijking met 2018. Omdat we geen buitententoonstelling hadden dit jaar, zien we daar een forse daling in de totale bezoekersaantallen.

| MUSEUM | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------------------------|---------------|----------------|----------------|
| Bezoekers individueel | 10.934* | 7.363 | 7.919 |
| Bezoekers - schoolbezoeken | 13.497 | 13.842 | 13.689 |
| Tentoonstellingen buitenshuis | 4.400 | 230.000* | 0 |
| TOTAAL | 28.831 | 251.205 | 21.608 |
| Inkomsten kaartverkoop museum | 30.541 | €32.272 | €35.490 |

- * Door 'Where will we go' op boulevard: 224.242 bezoekers
- **3800 via Urban Trail



4. EDUCATIE

Ook dit jaar bezochten weer duizenden leerlingen Humanity House. Onze aanpak, waarbij we thema's als conflict, vluchtelingen en burgerschap koppelen aan de belevingswereld van kinderen en jongeren, wordt goed gewaardeerd door docenten en leerlingen.

4.1 Programma's

Zoals voorgaande jaren was de ervaringsreis veruit het populairste programma onder alle onderwijsdoelgroepen. Dit programma is vaak geboekt in combinatie met een ander programma.

- Zo speelden 134 klassen de Humanity Game. In dit programma, dat is opgezet met Het Rode Kruis, kruipen leerlingen in de huid van een noodhulpverlener.
- 115 klassen gingen in gesprek met een voormalig vluchteling tijdens 'De Ontmoeting', een programma i.s.m. VluchtelingenWerk Nederland.
- En 99 klassen kozen voor een combi-programma met Filmhuis Den Haag, Museum De Gevangenpoort, ProDemos of Movies that Matter. In deze programma's konden leerlingen zich op verschillende creatieve en kunstzinnige manieren verplaatsten in een andere belevingswereld.

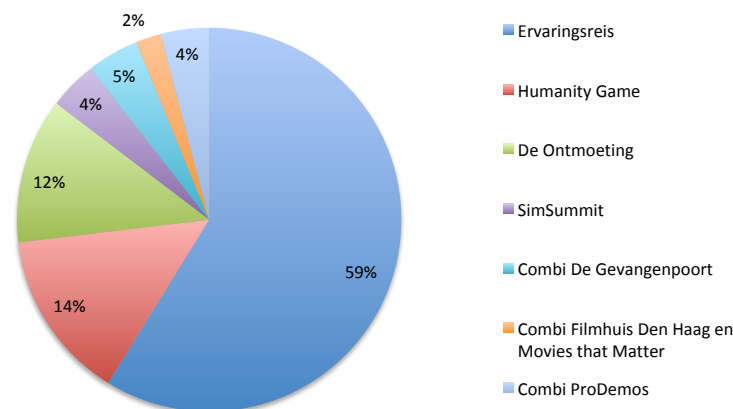


Voor onze doelgroep primair onderwijs (po) is onze deelname aan de Haagse Cultuurschakel en het Cultuurmenu belangrijk (65% van de leerlingen in po komt via deze samenwerking). Eind 2019 vonden we een samenwerking met We Are Here FC voor een invulling van onze Cultuurmenulessen. We Are Here FC is een voetbalclub die bestaat uit ongedocumenteerde migranten. Een van de voetballers vertelde de leerlingen zijn verhaal en over het ontstaan van de club. Daarna kregen leerlingen de opdracht om een vlag te ontwerpen, waarbij de beste vlag wordt vermaakt tot de officiële vlag van de club.

4.2 Nieuwe samenwerkingen

Naast de in paragraaf 4.1 genoemde samenwerkingen met verschillende ngo's en Haagse culturele instellingen, startten we in 2019 ook nieuwe partnerships.

Afname programma's 2019



Zo ontwikkelden we samen met het Nationaal Archief het nieuwe combi-programma 'Van Huis en Haard: Toen en Nu', dat begin 2020 gelanceerd werd. Hierin verplaatsen leerlingen zich op een (inter)actieve manier in het leven van migranten en vluchtelingen van vroeger en nu.

Ook ontwikkelden we met UNICEF Nederland de digitale les 'Vrijheid in Beeld', die we begin 2020 lanceerden in het kader van 75 jaar Vrijheid.

Tot slot brachten we eind 2019 de lesbrief 'Hoe Overleef jij een Oorlog?' uit, in samenwerking met de makers van de documentaire Stad van Twee Lenten en de interactieve website I am Mosul. Met deze lesbrief kunnen docenten van het voortgezet onderwijs en het mbo onderwerpen als conflict en vluchten op een interactieve manier behandelen in de klas.

4.3 Kennis delen

Dit jaar werd onze educatie-afdeling meerdere keren gevraagd om onze expertise op het gebied van (wereld)burgerschapsonderwijs en storytelling te delen.

Zo werd Coördinator Educatie Audrey Mussoni uitgenodigd door de Amerikaanse organisatie EF Tours om tijdens hun *Global Leadership Summit* in Davos een workshop te geven over de kracht van het persoonlijke verhaal. Ons museum diende hierbij als voorbeeldcasus, hoe je met persoonlijke verhalen betrokkenheid bij maatschappelijke onderwerpen kan vergroten.

Ook waren we met de Haagse Hogeschool medeorganisator van de module *The Local Effects of Global Migration* tijdens *The Hague Summer School*. Hierbij gaven we invulling aan verschillende programmaonderdelen. Zo volgden studenten uit onder andere de Verenigde Staten, Brazilië en Taiwan workshops over 'identiteit als migrant' en 'film maken in conflictgebieden' en bezochten ze Humanity House.

4.4 Kwaliteitsbewaking

De kwaliteit van onze educatieprogramma's staat of valt bij de kwaliteit van het team van educatief medewerkers. Dit heeft voortdurend onze aandacht en met behulp van uitgebreide inwerktrajecten, regelmatige trainingen en bijeenkomsten houden we dit op een hoog niveau.

Om meer inzicht te krijgen in de tevredenheid over ons educatief aanbod, voerden we in 2019 een uitgebreid klanttevredenheidsonderzoek onder docenten en leerlingen. 252 leerlingen en 55 docenten vertelden ons via enquêtes en

interviews over hun ervaring in het Humanity House. De resultaten waren zeer positief.

Gemiddeld gaven leerlingen ons een 8,2. Docenten gaven aan dat onze programma's een waardevolle aanvulling zijn op hun lessen of projectweken. Waarbij het actuele onderwerp 'vluchten en oorlog' en de aansluiting bij het verplichte burgerschapsonderwijs een grote aantrekkingskracht bleek. Docenten omschreven het educatieve aanbod als pakkend, eye-opening en informatief.

QUOTES UIT KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK

"Goed programma met kop en staart (door de inleiding en nabespreking). De leerlingen worden goed aangesproken en raken betrokken." Docent - 4 vwo

"Vorig jaar hier ook geweest. Maakte veel indruk." Docent - hbo

"Ik vind het heel goed van jullie om zo te laten zien wat er gebeurt in de wereld!!"
mbo-student

"Ik vond het bijzonder en mooi en heel gaaf om dit mee te maken." vmbo-leerling

"Ik vond het erg interessant en leerzaam en zou het zeker aanraden aan anderen."
hbo-student, ervaringsreis

"I loved it and it was fun. It was also like you were a detective." po-leerling

4.3 Educatie in cijfers

Hoewel we geen groei zagen in het aantal leerlingen, zagen we in 2019 wel een groei in het aantal klassen dat Humanity House bezoekt. In 2018 ontvingen we 595 klassen en in 2019 627. Dit is vooral te danken aan de groei in bereik op het mbo, met relatief kleine klassen. In 2019 zagen we namelijk een groei van 50,2% in het bereikte aantal mbo-studenten, ten opzichte van 2018. Ook het aantal studenten van het hbo en wo steeg, met 66,2%.

Met onze educatieve programma's buitenshuis - de rondreizende tentoonstelling Kind Onder Vuur en de digitale les Vluchteling in Beeld - bereikten we ruim 4.000 leerlingen.

In totaal bereikten we ruim 18.000 leerlingen met onze programma's binnenshuis en buitenshuis. Waarbij het voortgezet onderwijs de grootste afnemer bleef (36%).

De inkomsten vanuit educatieprogramma's stegen in 2019 met 4%.



| Herkomst (per klas) | 2017 | 2018 | 2019 | Vershil |
|---------------------|------------|------------|------------|-----------|
| Den Haag | 121 | 143 | 161 | 13% |
| Regio | 74 | 70 | 73 | 4% |
| Landelijk | 313 | 323 | 316 | -2% |
| Buitenland | 35 | 60 | 78 | 30% |
| TOTAAL | 543 | 595 | 627 | 5% |

| Aantal leerlingen (buitenshuis) | 2017 | 2018 | 2019 | Vershil |
|---------------------------------|---------------|--------------|--------------|----------|
| Kind Onder Vuur | 3479 | 4739 | 2061 | -57% |
| Vluchteling in Beeld | 8050 | 3475 | 2350 | -32% |
| TOTAAL | 11.529 | 8.214 | 4.411 | % |

| Aantal leerlingen (in huis) | 2017 | 2018 | 2019 | Vershil |
|-----------------------------|---------------|---------------|---------------|------------|
| PO | 1820 | 2221 | 1897 | -15% |
| VO | 8133 | 8231 | 6490 | 1% |
| MBO | 2164 | 2069 | 3107 | -21% |
| HBO & WO | 1380 | 1321 | 2195 | 66% |
| TOTAAL | 13.497 | 13.842 | 13.689 | -1% |

| Inkomsten | 2017 | 2018 | 2019 | Vershil |
|-----------|---------|---------|---------|---------|
| Totaal | €66.417 | €88.454 | €92.221 | 4% |

5. PROGRAMMERING

5.1 Film, muziek, debat en gesprek rond humanitaire thema's

Op het eigen podium zijn, in nieuwe en oude samenwerkingsverbanden, weer vele internationale maatschappelijke vraagstukken aangekaart, besproken en overdacht via film, debat, muziek en gesprek. In 2019 is er geëxperimenteerd met nieuwe programma's zoals lunchlezingen en met artistieke samenwerkingen.

In samenwerking met fotografieplatform Docking Station en popcentrum Popradar werd het nieuwe fotografieprogramma 'SCOOP' opgestart. Jonge talentvolle documentairefotografen uit het Docking Station programma werden geïnterviewd door de Haagse kunstenaar Yair Callender over de artistieke en maatschappelijke drijfveren achter hun projecten. Jonge musici van Popradar kozen of schreven nummers die pasten bij de fotografie. Het waren verdiepende en intieme bijeenkomsten.



In samenwerking met het ministerie van Buitenlandse Zaken werd er een interessant programma in het Paard georganiseerd; Invisible: The War after the War, over de mentale gevolgen van conflict. Ook hierbij speelden artistieke

interventies een belangrijke rol naast de intellectuele en politieke gesprekken met onder anderen minister van Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking Sigrid Kaag. Omar Imam sprak over zijn fotografische kunstproject: Live Love Refugee. Schrijver Soad Salem uit Libië droeg een gedicht voor over haar persoonlijke ervaring met 'onzichtbaar' zijn en haar strijd voor vrouwenrechten in Libië. En er werd een kort stuk gedanst uit de voorstelling Yuropa van choreograaf Qudus Onikeku.



Verder was er, zoals ieder jaar, weer veel aandacht voor documentaires, zowel tijdens de vijf uitverkochte Bios in de Buitenlucht-avonden als in de zaal.

Ook hadden we een aantal openingen bij tijdelijke tentoonstellingen zoals cartoons uit Syrië en erfoed in Bosnië. Ook hier werd het experiment en nieuwe samenwerking opgezocht met bijvoorbeeld spoken word artiesten van AIGHT, die bij de foto's van fotograaf Chris de Bode verschillende spoken word columns voordroegen.

In 2019 kwam ook een nieuwe serie tot stand: The Refugee Millennial Geïnitieerd door Sahar Shirzad die haar stageprogramma succesvol uitwerkte tot een nieuw format waar millennials, die in hun jonge jaren naar Nederland vluchtten, ervaringen uitwisselen over onder meer integreren, identiteit, vrijheid. Ook in deze serie is er ruimte voor podiumkunsten zoals theater, muziek en spoken word om de persoonlijke verhalen te presenteren.



Tijdens het Just Peace festival is er een bijzondere fietstocht georganiseerd waar nieuwkomers betekenisvolle plekken in de stad deelden met Hagenaren.



Naast deze nieuwe en oude programma's is er ook in 2019 weer succesvol samengewerkt met vaste partners zoals Hague Talks en KUNO. Ook hebben we het filmfestival Iron Sky weer onderdak geboden en het podium gegeven aan veel van onze vaste en wisselende humanitaire partners.

5.2 Programmering in cijfers

Met in totaal 59 programma's in huis en 2 buitenshuis bereikte Humanity House 3800 bezoekers. Van de 61 programma's zijn er 23 door ons georganiseerd, inclusief de buitenbios, en 38 in samenwerking met vaste en/of andere programmeringspartners.

In 2019 hadden we, in vergelijking tot 2018 veel minder grote zaalprogramma's buiten de deur wat zich vertaalt naar de kleinere aantallen bezoekers en inkomsten. We hebben de ruimte genomen om meer te experimenteren met artistieke invullingen en kleine zaalprogramma's om zo nieuwe samenwerkingen aan te gaan en mogelijk een nieuw publiek aan te spreken. Het heeft tijd nodig voordat zulke programma's bekend worden bij een groter publiek.

| Aantal programma's | 2017 | 2018 | 2019 | Vershil |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|---------|
| Aantal programma's in huis | 62 | 51 | 59 | % |
| Aantal programma's buitenshuis | 4 | 9 | 2 | % |
| TOTAAL | 66 | 60 | 61 | |

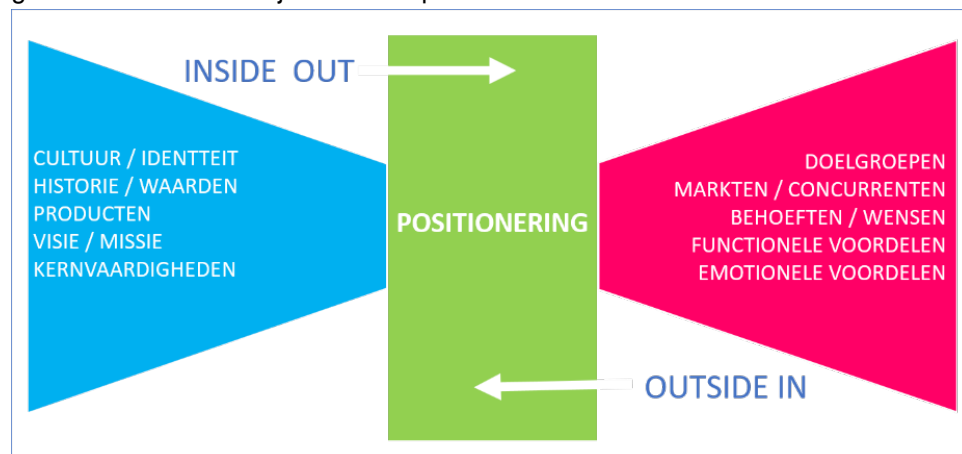
| Aantal bezoekers | 2017 | 2018 | 2019 | Vershil |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|---------|
| Bezoekers programma's in huis | 3845 | 3505 | 3457 | |
| Bezoekers programma's buitenshuis | 805 | 1895 | 345 | |
| TOTAAL | 4.650 | 5.400 | 3.800 | |

| Inkomsten | 2017 | 2018 | 2019 | Vershil |
|-----------|---------|---------|----------|---------|
| Totaal | €17.105 | €24.775 | € 14.862 | |

6. MARKETING EN COMMUNICATIE

6.1 Positionering

Met de plannen voor een inhoudelijke verbreding van Humanity House, is ook de positionering onder de loep genomen. Op basis van een inside out en outside in analyse (zie afbeelding) is een nieuwe positionering opgesteld en als basis gebruikt voor het meerjarenbeleidsplan.



In de nieuwe positionering profileren we Humanity House meer als museum. Een museum 2.0 met een onderscheidende thematiek, namelijk mondiale uitdagingen rond vrede en conflict. Ook focussen we ons duidelijk op een jonge diverse doelgroep.

Uit de onderzoeken die we gedaan hebben onder onze bezoekers, blijkt ook dat daar onze kracht in zit: het aanspreken van een jong publiek.

De gemiddelde leeftijd van onze museumbezoeker is met 37 jaar fors lager dan bij andere musea (53 jaar). Onze wekelijkse programma's trekken een jong en divers publiek. Bijna 55% heeft een migratieachtergrond, waarvan 29% westerse allochtonen en 25% niet-westers.

Naast de focus op de positionering en het opstellen van het meerjarenbeleid, hebben we ons in 2019 weer volop ingezet om onze zichtbaarheid en

inhoudelijke bekendheid te vergroten. In de paragrafen hieronder lees je daar meer over.

6.2 Marketing Partnerships

We hebben dit jaar onze Marketingpartnerships uitgebreid. Naast onze partnerships met CJP, We Are Public, OneWorld en ANWB hebben we partnerships opgezet met Haagse Schatten, DagjeWeg en de VVV Cadeaukaart.

Ook hebben we kortingsacties opgezet met Vakantiepas, Ooievaarspas en Hofpas. Met succes: we trokken hiermee vele Haagse bezoekers, die aangaven nooit eerder te zijn geweest.

6.3 Evenementen

Om onze bekendheid in Den Haag te vergroten onder een jonge en in cultuur geïnteresseerde doelgroep, namen we dit jaar deel aan Parkpop en het UIT festival. Daar konden bezoekers spelenderwijze kennis maken met onze thema's en ons museum. Aan de Haagse Vrijheidsweken en het Just Peace Festival namen we weer deel met een mooi inhoudelijk programma.

Ook organiseerden we meerdere events in huis, om verschillende doelgroepen op een laagdrempelige manier kennis te laten maken met ons museum.

Zo hadden we een speciale middag voor museumkaarthouders, waarin zij samen het museum bezochten en de Humanity House-pubquiz speelden. Ook bezochten meer dan 160 studenten ons als onderdeel van de Oh Oh Intro-stadstour.

Op Wereldvluchtelingendag organiseerden we in samenwerking met VluchtelingenWerk Nederland het 'Bakkie Doen-café'. 130 mensen kwamen langs voor een kop koffie en een gesprek met een (voormalig) vluchteling. De

dag werd feestelijk afgesloten met cabaret van comedian Farbod Moghaddam en muziek van Mama Africa.

Museumnacht had het thema TIJD dit jaar. Voor ons reden om Humanity House om te toveren tot het Hilton hotel anno 1969 en een Bed-In for peace te organiseren. Meer dan 400 bezoekers zongen voor vrede in de Peace-karaoke en maakten hun eigen vredesfoto a la John en Yoko in onze GIF-Peace-a-Chance photobooth. In onze toekomstkamer konden ze vervolgens hun toekomst laten voorspellen door een koffiedikkijkster.

Al met al zorgden deze evenementen in huis voor 11% van het totale museumbezoek.

6.4 Free Publicity

We hebben in 2019 minder persaandacht gegenereerd dan in 2018. Dit is te verklaren doordat we in 2018 veel aandacht genereerden met de Alternatieve Veiligheidsraad en de Nacht van het Conflict. Dit jaar hadden we geen soortgelijk groots evenement.

De totale gemeten mediawaarde (print) was 245.000 euro.

Trots zijn we op het paginagrote interview met onze voormalig directeur in JAN magazine. Ook waren er mooie artikelen in Trouw, AD, NRC, NRC Next rond onze programma's en tentoonstellingen.

'Het is mooi om te zien dat nonchalante scholieren bij ons echt aan het denken zijn gezet, dat ze leren om door een andere bril naar de wereld te kijken'

Een kort interview met **Lisette Mattaar**, directeur van Humanity House. Hier kun je in het museum ervaren hoe het is om te vluchten en kun je in een spel zelf aan de slag als hulpverlener van Het Rode Kruis. Er komen ook vluchtelingen aan het woord. 'Humanity House levert een belangrijke bijdrage aan de discussie over internationale thema's zoals vluchtelingen, noodhulp en conflict.'

Hoe ben je met Humanity House begonnen?

'Het was een idee van Het Rode Kruis. Toen de gemeente Den Haag een pand beschikbaar stelde, werd ik gevraagd om het idee uit te werken. Ik werkte in het moeder zieken van gebieden en gehoorven en was dus al bezig in het ontwikkelen van plannen. Daarnaast had ik in het verleden veel met vluchtelingen gedaan. Zo heb ik in 2000 onderzoekte welke van de 120 acc's het beste open konden blijven vanwege de postings en veilige leefomstandigheden.'

Wat leverthet op?

'We hebben veel jong publiek, meer dan een derde is scholier. De docent verantwoordt zich aan het begin van een sessie welkom voor de mening van zijn leerlingen. Het is mooi om te zien dat deze nonchalante scholieren aan het einde echt aan het denken zijn gezet. Ze leren door een andere bril naar de wereld te kijken.'

Staan er nieuwe veranderingen op de planning?

'We merken dat de ontmoetingen met vluchtelingen werken, ze raken het publiek. Dit willen we uitbreiden, door ook gesprekken met mensen van Het Rode Kruis, mensen van vluchtelingenhuizen, journalisten en oorlogsveteranen te faciliteren. Daarnaast willen we buiten het museum om meer evenementen in de stad organiseren om een groter publiek te bereiken.'

Heb jij een tip voor hen die willen helpen?

'Het is heel klein, maar heel belangrijk om te beseffen dat iedereen mens is en dat de situatie waarin vluchtelingen terechtkomen jou ook had kunnen overkomen.' ►



'Het is heel klein, maar heel belangrijk om te beseffen dat iedereen mens is en dat het jou ook had kunnen overkomen'

6.5 Online

Onze online strategie is gericht op vergroting van de online zichtbaarheid, het vormen van een betrokken online community en online verdieping geven aan onze kernthema's.

De Humanity House Blog is een van de manieren om daaraan bij te dragen. Hier plaatsen we inspirerende en persoonlijke verhalen rond onze kernthema's, geven we verdieping op wat je in het museum kan zien en geven we aandacht aan acties van partners. Omdat we op het podium mooie, verdiepende content rond onze thema's bieden, verspreiden we ook dit jaar onze content ook via podcasts en video. Alle evenementen zijn terug te luisteren of te kijken via onze blog, en worden geplaatst op Soundcloud, Itunes en soms op TXT radio.

Het bezoek aan het blog is gestegen van maandelijks gemiddeld 2.530 unieke pageviews in 2018 naar maandelijks gemiddeld van 2.850 unieke pageviews in 2019. In totaal waren er 145.924 bezoeken aan onze website, een lichte groei vergeleken met vorig jaar.

Onze volgers op sociale media groeiden ook gestaag. Het aantal Twittervolgers steeg met 5% naar 4.320, het aantal Facebookvolgers met 9% naar 11.740, en het aantal Instagram volgers met 63% naar 1.790.

| BEREIK ONLINE | 2017 | 2018 | 2019 | Groei |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|-------|
| Website – bezoeken (sessies) per jaar | 128.569 | 144.361 | 145.924 | 1% |
| Blog- unieke paginaweergaven per jaar | 28.440 | 30.380 | 34.200 | 13% |
| Twitter (aantal volgers) | 3.630 | 4109 | 4318 | 5% |
| Facebook: aantal fans | 9.537 | 10.800 | 11.738 | 9% |
| Instagram | | 1100 | 1790 | 63% |
| Update regulier (aantal abonnees) | 9.477 | 8124 | 9277 | 14% |
| Gem. Openingspercentage update | 23% | 31,5% | 27% | |

7. ZAALHUUR & HORECA

7.1 Optimaliseren van zaalbezetting en werkprocessen

In januari 2019 hebben we de planning van educatiebezoeken en zaalverhuur samengevoegd tot één afdeling Reserveringen. Dit zorgde ervoor dat we de boekingen voor schoolklassen en zaalhuur efficiënter konden inplannen en onze zalen optimaal konden benutten.

Ook hebben we ons reserveringssysteem geoptimaliseerd. Hierin hebben we veel geautomatiseerd, waaronder het automatisch genereren van draaiboeken en het automatisch doorzetten van cateringbestellingen.



7.2 Onze boodschap meegeven/Locatie met een verhaal

Wij vinden het belangrijk dat ook onze zaalhuurbezoekers iets van de missie van Humanity House meekrijgen.

Dit doen we door het bieden van arrangementen waarbij we onze inhoudelijke missie koppelen aan de behoefte van onze zakelijke klant en ook in onze communicatie met de klant laten we weten waar we voor staan.

In 2019 hebben we verscheidende nieuwe medewerkers aangenomen met een vluchtachtergrond voor het museum- en horecateam. Dit droeg bij aan de diversiteit van ons team en zorgde er ook voor dat onze zaalhuurklanten eerder in aanraking kwamen met de verhalen van (ex-)vluchtelingen.

7.3. Waarborgen kwaliteit

Om de kwaliteit van de catering blijvend hoog te houden en onderscheidend te blijven, hebben we samen met onze cateraar Juni veranderingen doorgevoerd in onze arrangementen. We krijgen positieve reacties hierop. Daarnaast is Juni een samenwerking aangegaan met Lekker Brood waardoor wij sinds het najaar van 2019 werken met 100% biologisch brood. Lekker Brood werkt met mensen die een achterstand hebben tot de arbeidsmarkt.

Om de gastvrijheid en dienstverlening van het horecateam op een hoog niveau te houden, hebben we ook dit jaar weer veel aandacht voor het inwerktraject en teambijeenkomsten gehad.

Ook de kwaliteit van het gebouw en ons buitenterrein hebben we op peil gehouden. In de zomer van 2019 hebben we ons buitenterrein omgetoverd tot een sfeervol terras.

7.4 Hoge klanttevredenheid

Onze inspanningen op het gebied van kwaliteitsbehoud hebben hun vruchten afgeworpen. Zo werd Humanity House genomineerd voor de Nationale Meeting Award in de categorie tot 100 personen. We zijn dit jaar geëindigd op de 7^e plaats van de 243 locaties, hetgeen wijst op een hoge tevredenheid van onze opdrachtgevers. Onze score op MeetingReview was in 2019 een 8,9.

De klant spreekt (in de reviews en via het klantencontact) met name waardering uit voor onze gastvrijheid, de informele en flexibele sfeer.

7.5 Zaalhuur in cijfers

We hebben in 2019 461 verhuringen gehad, 77 meer dan in 2018. Dit heeft geleid tot een stijging van 7,5% in inkomsten uit zaalhuur. Onze inkomsten in 2019 zijn uitgekomen op € 287.604, een stijging van 7,45%.

Bezoekersaantallen

| | 2017 | 2018 | 2019 | Groei |
|----------|--------|-------|-------|--------|
| Zaalhuur | 12.259 | 9.222 | 9.116 | -1,15% |

Inkomsten

| | | Realisatie '18 | Realisatie '19 | Groei |
|---------------|-----------------|-------------------|-------------------|--------------|
| Genève zaal | €31.541 | € 27.638 | € 24.549 | -11,18% |
| Vergaderzalen | €64.079 | € 71.119 | € 80.636 | 13,38% |
| Horecaomzet | €186.985 | € 168.905 | € 182.419 | 8,00% |
| TOTAAL | €282.605 | € 267.662* | € 287.604* | 7,45% |

*zaalverhuur: omzet - inkoopkosten horeca (in jaarrekening apart benoemd)

8. PERSONEEL & BEDRIJFSVOERING

8.1. Transformatie

Het HR-beleid en de bedrijfsvoering waren dit jaar gericht op het bereiken van een meer doelmatige en flexibele organisatie.

Hiervoor heeft de organisatie een transformatie doorgemaakt. Het managementteam is verkleind en de werkwijze is meer 'agile' geworden. Door een herindeling van kantoor- en vergaderruimtes zijn alle medewerkers dicht bij elkaar geplaatst. Met kortere lijnen en betere afstemming tot gevolg.

8.2. Ontwikkelingen in het team

In 2019 werkten gemiddeld 14,67 FTE bij Humanity House. Dit is 0,44 FTE minder dan in 2018. Hiervan werkte 9,77 FTE op kantoor en het overige deel als oproepkracht in het museumteam.

Zoals eerder vermeld, zijn in 2019 twee medewerkers voor in totaal 1 fte ingezet bij Het Nutshuis, om expertise op het gebied van zaalhuur en bedrijfsvoering te delen. Deze inzet zorgde voor verminderde capaciteit bij Humanity House, maar leidde ook tot een betere dekking van de personeelslasten.

Het team was ook dit jaar onverminderd gedreven en gemotiveerd. En ook mede dankzij de waardevolle ondersteuning van stagiairs, zijn de positieve resultaten daar een weerslag van.

Het ziekteverzuimpercentage was in 2019, evenals in voorgaande jaren, laag: 1,13%.

Nieuwe directeur

Na bijna tien jaar aan het roer te hebben gestaan van Humanity House, nam Lisette Mattaar in oktober 2019 afscheid als directeur van Humanity House. Hanneke Propitius volgde haar per 1 oktober op.

Nora Stehouwer-van Iersel, bestuursvoorzitter, zei hierover: "Wij zijn zeer gelukkig met de komst van Hanneke. Met haar ruime ervaring in managementposities, brede kennis van marketing, fondsenwerving en business development en sterk netwerk, vertrouwen we erop dat Hanneke alles in huis heeft om Humanity House verder te ontwikkelen."



8.3. Bedrijfsvoering

We hebben in 2019 administratieve en financiële processen verder gedigitaliseerd: het museum is pin-only geworden en inkoopfacturen worden sinds dit jaar volledig digitaal verwerkt. De verkoopfacturenstroom was al sinds enkele jaren digitaal, dus aan dit administratieve proces komt nu geen papier meer te pas.

In 2019 hebben we nieuwe accountants aangesteld. Er is een goede overdracht geweest van de oude naar nieuwe accountant en de interim controle eind 2019 is soepel verlopen.

Om te blijven voldoen aan de AVG-wetgeving die vanaf mei 2018 van kracht is, hebben we ons AVG-beleid gemonitord en nageleefd.

We zijn gestart met de ontwikkeling van een gedragscode, die in 2020 definitief wordt ingevoerd.

8.4. Diversiteit en inclusie

Diversiteit en inclusie zijn structureel en integraal verweven in onze activiteiten. Met de Code Culturele Diversiteit als leidraad deden we in 2019 intern en extern onderzoek om ons beleid Diversiteit & Inclusie aan te scherpen. Ons bestuur en personeelsbestand is de afgelopen jaren meer divers geworden door daar actief beleid op te voeren. Bijna een derde van de mensen heeft een migratieachtergrond, waarvan het merendeel niet-westers.

Er is een groot en groeiend bewustzijn van multiperspectiviteit in onze organisatie, aanpak en aanbod. Binnen ons diversiteitsbeleid hebben vele aspecten van diversiteit aandacht, maar zijn aspecten als lichamelijke en geestelijke beperking voornamelijk onderbelicht. We zien voor de toekomst verbeterpunten in aansluiting bij de voorkeuren en behoeften deze groepen.



Humanity House bedankt haar:

Founders & partners



Fondsen en sponsors 2019

