

1. Profiel: missie, visie, strategie

1.1 Missie

Hiphop In Je Smoel (HIJS) is een multimediaal online én offline kennisplatform, een cultureel netwerk en een talentontwikkelingsprogramma met Rotterdamse roots en landelijk bereik dat zich inzet om hiphopliefhebbers op verschillende manieren met elkaar in contact te brengen en om de kennis op het gebied van hiphop te delen. HIJS is jong, rauw, onwijs eigenwijs en overtuigd multicultureel. HIJS promoot hiphop nationaal en internationaal als middel en als doel, als culturele uitlaatklep en als levensmotto: Hiphop In Je Smoel!

Sinds de oprichting in 1999 was HIJS het enige hiphopmedium in Nederland dat de focus legde op Rotterdam i.p.v. Amsterdam. HIJS koos hiervoor omdat de havenstad eenvoudigweg de interessantste artiesten en bijbehorende concerten voortbracht. Om alle ontwikkelingen op hiphopgebied in Rotterdam nog nauwlettender te volgen opende HIJS in 2008 een eigen kantoor in Rotterdam. De lat ligt hier hoger dan waar dan ook in Nederland. Het publiek is kritisch en het publiek telt nergens zoveel collega-artiesten bij liveoptredens als in Rotterdam. Als je in staat bent om hier een overtuigend optreden te geven, staat de deur naar de rest van Nederland wagenwijd open. Mede hierdoor heeft Rotterdam de titel hiphophoofdstad van Nederland verdiend. Er is niemand in de hiphopscene die deze titel bestrijdt. Met ons online hiphopplatform en talentontwikkelingsprojecten hebben we een serieuze bijdrage kunnen leveren aan deze titel. Naast het belichten en begeleiden van artiesten krijgen ook talentvolle journalisten, fotografen en videomakers via HIJS de kans zich verder te ontwikkelen. Alle activiteiten zijn gericht op 'Het stimuleren van de (inter)nationale hiphopcultuur in al zijn uitingsvormen met een duidelijke focus op Rotterdam.' De activiteiten die Stichting HIJS initieert, ontwikkelt en realiseert bestaan uit de volgende kernbegrippen en worden hieraan getoetst. Een activiteit moet minimaal drie van de onderstaande begrippen bevatten voordat de activiteit van start gaat:

- Talent
- Vernieuwing
- Diepgang
- Kritisch en tegendraads karakter
- Relevantie
- Kennis

1.2 Visie

HIJS is een jonge organisatie binnen het culturele werkveld, maar is voor hiphopbegrippen gevestigde orde en heeft zelfs de langstlopende website over hiphop in het Nederlands taalgebied in beheer sinds de lancering in 1999. Met het aanstaande 20-jarige jubileum, dat groots gevierd zal worden in 2019, wil HIJS de positie als hét startpunt voor hiphop bestendigen. Wij hebben de afgelopen jaren continu laten zien de stabiele factor te zijn in een hiphoplanschap dat vluchtig en trendgevoelig is. Veel initiatieven schoten als paddenstoelen uit de grond maar verdwenen ook net zo snel als sneeuw voor de zon bij de minste tegenslag. Doordat hiphop is uitgegroeid tot de nummer één mondiale jongerencultuur, proberen ondernemers en organisaties een graantje mee te pikken, vaak zonder veel kennis van zaken. HIJS is ontstaan vanuit hiphopliefhebbers in de tijd dat hiphop moest vechten voor zijn bestaansrecht. De subcultuur kreeg weliswaar media-aandacht, maar veel mensen begrepen niet wat ze zagen en dat resulteerde in een negatief imago. HIJS vormde vanaf dag één een sleutelrol in de ontwikkeling van de hoogwaardige hiphopcultuur. De website zorgde voor een podium waar opkomende artiesten zichzelf kunnen presenteren aan een potentiële fanbase. Anno 2016 is hiphop geen subcultuur meer en maakt het zelfs onderdeel uit van de mainstream. Hiphop is voor iedereen overal te vinden. Zet de tv aan en er komt een reclame voorbij met hiphopmuziek en YouTube is afgeladen met hiphopclips. Beluister muziek op Spotify en zie dat hiphopartiesten veruit de meest plays krijgen. Hiphop is populairder dan ooit en velen proberen op één of andere manier geld te verdienen met hiphop. Het is dan ook enorm belangrijk dat de kennis over de cultuur goed gedocumenteerd wordt. Een kwetsbaar punt is dat de kennis, voor zover de

hiphopsceen zijn verrichtingen formaliseert, slechts in enkele organisaties aanwezig is. Doordat deze organisaties de cultuur behouden, vormen zij een belangrijke stabiele factor voor de toekomst van de hiphopcultuur. Als deze partijen verdwijnen, vervalt de basis en maken de toekomstige talenten met inhoud geen enkele schijn van kans op de markt die grotendeels is ingericht op commercieel succes.

HIJS is het enige online hiphopplatform met een journalistieke inslag dat een serieuze plek biedt aan talenten die hun eigen koers varen en niet meegaan met vluchtige trends. Onze filosofie sluit naadloos aan bij talenten met artistieke kwaliteiten die vernieuwend durven te zijn. Wij vormen een startpunt waar ze altijd terecht kunnen. Of hun muziek commercieel interessant is of niet vormt voor ons geen criterium. Wij zijn ervan overtuigd dat het vasthouden aan een duidelijke eigen koers, veel passie en uitgebreide expertise de belangrijkste ingrediënten zijn voor onze succesvolle positie in het werkveld. Onze hoofddoelstellingen zijn:

- Het meest toonaangevende hiphopplatform van Nederland zijn, met Rotterdam als afzender;
- De positie van Rotterdam als hiphophoofdstad behouden en versterken;
- Fungeren als kenniscentrum op het gebied van hiphop en de kennis op het gebied van hiphop vergroten;
- Het stimuleren van jonge talenten binnen de hiphopsceen, met name op het gebied van muziek en beeldende kunst.

HIJS doet verslag van zowel landelijke als lokale ontwikkelingen, waardoor we kunnen rekenen op een landelijk bereik. Bijna twintig jaar later is HIJS nog steeds het enige hiphopplatform in Nederland met een duidelijke focus op Rotterdam. Het is belangrijk om ook aandacht te blijven schenken aan ontwikkelingen en artiesten in de rest van het land zodat HIJS de status van landelijke sleutelfiguur kan blijven behouden. Dit zorgt tevens voor een positief effect op onze Rotterdamse content en projecten omdat het bereik gehandhaafd blijft. De stad verdient niet alleen een eigen hiphopplatform maar het is ook broodnodig als we de titel van hiphophoofdstad willen behouden.

Hiphop In Je Smoel wil en moet in de komende jaren twee stappen zetten: de organisatie wil van de pioniersfase naar de investeringsfase en er is behoefte aan een serieuze verhoging van onze inkomsten. Doordat wij inhoud, talent en vernieuwing prefereren boven trends, commercie en populariteit vormen niet-commerciële inkomsten zoals subsidie de belangrijkste inkomstenbron. Doordat wij vasthouden aan de eerdergenoemde kernwaarden is het onhaalbaar om de kosten te dekken met advertentie-inkomsten en de deurmzet van activiteiten. De stad telt zoveel activiteit op hiphopgebied dat het met onze huidige middelen onhaalbaar is om overall aandacht aan te geven. Het is essentieel om de organisatie uit te breiden met zowel manuren, kantoorruimte en de aanschaf van apparatuur om de content van HIJS de optimale aandacht te kunnen geven. Wij richten ons op de opkomende talenten en niet de gevestigde namen die adverteerders interessant en vinden en waar de massa een kaartje voor koopt. Met slechts één betaalde kracht en vele actieve vrijwilligers is het echter gecompliceerd om stappen te blijven zetten. Als HIJS zou verdwijnen, is er geen hiphopplatform meer dat dagelijks in kaart brengt wat er op hiphopgebied speelt. Wij vormen de eerste paar treden in de trap naar ontwikkeling en succes voor hiphoptalent.

1.3 Strategie

De belangrijkste strategie is het durven experimenteren met activiteiten die een hoge urgentie hebben en het behandelen van thema's die door andere partijen niet worden opgepakt. Het experiment levert een piloteditie op en aan de hand van de inzichten die daaruit voortvloeien, wordt het project al dan niet gecontinueerd. In het geval van continuering betekent dit dat er projecten uitgevoerd worden die al af zijn, die weinig risico met zich meebrengen en die al een zekere relevantie en een zekere bekendheid hebben gegenereerd. Deze aanpak is de rode draad door alle activiteiten die in deze aanvraag staan beschreven. HIJS positioneert zich als volgt: wanneer het om hiphop gaat, kan je niet om ons heen. Wij behandelen alle actuele gebeurtenissen via ons online platform en zien hierdoor op welke gebieden de noodzaak het hoogste is om projecten te ontwikkelen. We zijn een platte organisatie, waardoor er geen bureaucratie is en er geen tijd verloren gaat aan overbodige

vergaderingen. Dit zorgt ervoor dat we binnen een kort tijdsbestek veel dingen voor elkaar krijgen. Enerzijds brengen wij collega-instellingen op de hoogte dat wij onze hiphop-expertise en online platform centraal stellen en anderzijds staan wij altijd open voor iedere vorm van samenwerking. Geloofwaardigheid van de afzender is in de hiphopscene van essentieel belang en het waarborgen van deze geloofwaardigheid maakt dus een belangrijk onderdeel van de strategie uit. Om te zorgen voor stabiliteit in Rotterdam zijn er afspraken gemaakt met partijen die structureel actief zijn binnen het hiphopwerkveld: BIRD, HipHopHuis, Annabel, Music Matters, Popunie, Theater Zuidplein en De Nieuwe Lichting. Zij krijgen gratis een plek op onze site in de vorm van nieuws, agendavermelding en achtergrondartikelen. Daarnaast werpt HIJS zich op als adviseur, programmeur en mediapartner. Partijen die buiten Rotterdam een dergelijke samenwerking willen aangaan moeten hiervoor betalen. Wij gaan ons de komende jaren nog verder ontplooiën tot hét online startpunt voor hiphop in Rotterdam, zodat makers, instellingen, publiek en andere belanghebbenden in één oogopslag kunnen zien wat actueel en urgent is in het Rotterdamse én het landelijke veld.

Activiteit	Stakeholders	
BoomDox	Rotterdamse hiphopbeoefenaars Eendracht Festival Hiphopfans Rotterdam en rest Nederlands taalgebied Rotterdam Festivals	Diverse Rotterdamse podia Bureau Binnenstad Jong talent
Rewriters	Bewonersorganisaties Representanten van gebieden die graffiti-overlast ervaren Willem de Kooning Academie Grafisch Lyceum Bewoners Straatkunstenaars Rotterdam Partners	Gebiedscommissies Ondernemers Centrum Beeldende Kunst Projectontwikkelaars Bureau Binnenstad
HIJS als online platform	Rotterdamse en landelijke hiphopbeoefenaars Popunie HipHopHuis Nieuwe Rotterdamse hiphoppartijen en -initiatieven BIRD Theater Zuidplein	Rotterdamse en landelijke hiphopfans Music Matters Epitome Overige gevestigde Rotterdamse partijen Stichting De Nieuwe Lichting
HIJS Poetry	Rotterdamse Spoken Word-beoefenaars Woorden Worden Zinnen SPOKEN SprakuhlooS	Ken Theater Poetry Circle FLOW Paginagroots
Cultuureducatie	Kenniscentrum Cultuureducatie Rotterdam WORM (als workshoplocatie) WIRED Festival	Rotterdams Onderwijs (VO, BO en MBO) Bibliotheek (als workshoplocatie) SKVR
Jubileum (geen onderdeel van aanvraag)	Hiphopfans Rotterdam en rest Nederlands taalgebied	Hiphopbeoefenaars Rotterdam en Nederlands taalgebied

2. Prestaties (terugblik en vooruitblik)

2.1 Meerjarenplan 2013-2016: wat is er beloofd en wat is ervan terechtgekomen?

De afgelopen vier jaar hebben wij zoveel mogelijk het advies vanuit de RRKC opgevolgd om onze organisatie optimaal in te zetten voor Rotterdam. Dit heeft geresulteerd in een nieuwe dynamische website die nog meer gericht is op het ondersteunen van opkomende talenten, het schetsen van lokale en landelijke actuele ontwikkelingen en een Dropzone gekoppeld aan competities die tevens dienstdoet als online etalage. Met een jaarlijkse terugblik op alle Rotterdamse artiesten, initiatieven, evenementen en releases ontstond er een compleet beeld van de activiteiten van de Rotterdamse hiphopscene. De jaaroverzichten bestonden gemiddeld uit maar liefst 110 pagina's aan activiteiten en dat geeft eens te meer aan hoe belangrijk hiphop in onze stad is en wat de impact van deze jongerencultuur is. Met de oude website was het niet mogelijk om met één muisklik alle Rotterdamse content op te roepen, maar met ingang van 2016 is dit wel mogelijk en die functionaliteit wordt in de periode tussen 2017-2020 nog verder uitgebouwd. Helaas is het niet gelukt de website kostendekkend te krijgen vanuit betaalde advertenties. Niet alleen is de advertentiemarkt ingestort; ook de focus op talentvolle hiphopkunstenaars in de breedste zin van het woord bleek moeilijk verkoopbaar. Wij stellen talent boven de gevestigde orde en inhoud boven commercie. Het vasthouden aan deze koers heeft er echter wel voor gezorgd dat we niet alleen in Rotterdam, maar landelijk een unieke positie bekleden in het culturele veld en het specifieke hiphoplandschap. Onze online collega's richten zich op snelle hypes en makkelijke content (beeld), waardoor er een gebrek aan inhoud en diepgang is. HIJS is relevanter dan ooit, niet alleen door het goed functionerende online platform, maar ook doordat HIJS zich opwerpt als initiator van diverse urgente projecten gericht op doelgroepen en ontwikkelingen waar zowel landelijk als lokaal nauwelijks aandacht aan besteed wordt.

Er is samengewerkt met talloze Rotterdamse organisaties die actief waren op hiphopgebied of 'iets' wilden met hiphop, waarbij De Nieuwe Oogst de meest belangrijke zou zijn. Na een uitgebreide samenwerking op poten te hebben gezet met o.a. de eerste editie van het BoomDox Festival moest het podium in 2012 sluiten. Hierdoor viel een prominente partner weg - voor ons, maar ook voor Rotterdam. Dit had tot gevolg dat de stad veel minder hiphoppodiumactiviteiten had dan vooraf was ingecalculerd. Het BoomDox Festival en de BoomDox-live-avond werden één van de weinige terugkerende hiphopactiviteiten van Rotterdam. Om Rotterdamse hiphop goed te kunnen belichten is op advies van de RRKC zoveel mogelijk Rotterdamse partijen de ruimte geboden op ons online platform, kosteloos. Onze doelgroep beschikt nog steeds niet over heel veel budget dus blijven we onze activiteiten zo laagdrempelig mogelijk aanbieden, om zo veel mogelijk talenten te kunnen bedienen. Ondanks minimale financiële middelen heeft HIJS het aangedurfd jaarlijks te experimenteren met diverse projecten die bij succes werden voortgezet: Rewriters (de eerste Street Art-route in Rotterdam) en #HIJSBEATS, een talentontwikkelingstraject waarin de beatmaker centraal staat i.p.v. de rapper.

Het inzetten op cultuureducatie bleek het afgelopen vierjarenplan te ambitieus omdat er te veel aanbieders waren. Nu, vier jaar later, blijkt er juist een tekort te zijn aan hiphopaanbod. HIJS is klaar om hier invulling aan te geven. Er zijn diverse programma's ontwikkeld die geïmplementeerd kunnen worden in het Rotterdamse onderwijs.

HIJS is klaar om de positie van Rotterdam als hiphophoofdstad te behouden en verder te verstevigen zodat lokale talenten, organisaties en projecten zichzelf kunnen blijven presenteren op een stabiel, hoogwaardig en op de inhoud gericht online platform dat in 2019 wil uitpakken met zijn twintigjarig bestaan.

2.2 Activiteiten 2017-2020

HIJS is met twintig jaar de oudste actieve hiphoppartij van het Nederlands taalgebied. HIJS is een partij die verslag doet van alle hiphopontwikkelingen in Nederland, met een duidelijke focus op Rotterdam. Ook is HIJS initiator van diverse projecten, vanuit die statuur en geloofwaardigheid als afzender.

Rotterdam geldt zoals gezegd als hiphophoofdstad van Nederland. Om die status te behouden, is er behoefte aan een goed functionerend platform, een kenniscentrum, een plek waar alle info samenkomt en waar die kennis inzichtelijk is voor iedereen die iets wil weten over hiphop, in Rotterdam, maar ook in de rest van het land. Deze functionaliteit deelt de organisatie actief en gratis met alle al dan niet gevestigde hiphoppartijen en –initiatieven in Rotterdam, daarbij vasthoudend aan de eigen journalistieke soevereiniteit. HIJS hecht aan kwaliteit, geloofwaardigheid en autonomie en is daarmee een partner voor alles dat hiphopgerelateerd is in Rotterdam en aansluit bij de kwaliteit die de betrokkenen bij HIJS enerzijds en het publiek van HIJS anderzijds van het platform verwachten.

Voorheen lag de focus van HIJS vooral op muziek, maar de organisatie gaat steeds meer de breedte in en werpt zich in toenemende mate op als platform voor alles dat met de hiphoplevensstijl te maken heeft. HIJS is voortdurend op zoek naar de nieuwigheid en wil doen wat anderen niet doen. Hier heeft de organisatie de ervaring, de kennis, de motivatie, de dynamiek en de geloofwaardigheid voor.

Alle onderstaande activiteiten worden ingedeeld in een van de talentontwikkelingsfasen. Deze fasen zijn opgesteld door alle belangrijke hoofdrolspelers uit het culturele werkveld die zich bezighouden met talentontwikkeling (zie ook bijlage). Hiermee wordt verduidelijkt in welke fase de doelgroep bediend wordt.

De vier fasen:

- Kennismaken. 1) Talent onderzoekt uit eigen beweging een kunstdiscipline. Doel is dat het talent kan ontdekken of een bepaalde discipline bij hem/haar past. 2) Het (h)erkennen van het talent.
- Ontwikkelen. Het talent ontwikkelt zich serieus in een bepaalde kunstdiscipline. Doel van deze fase is dat het talent zich oriënteert op de beroepspraktijk en zich voorbereidt op een kunstvakopleiding of een vergelijkbaar traject buiten het reguliere onderwijsaanbod.
- Bekwamen. Het talent doorloopt een kunstvakopleiding of een vergelijkbaar traject buiten het reguliere onderwijsaanbod. Doel van deze fase is om een professioneel kunstenaar te worden.
- Excelleren. Uitvoerende en scheppende kunstenaars worden ondersteund om een plek te verwerven in de praktijk.

De fasen verdienen extra toelichting omdat de hiphopscene op een andere manier is opgebouwd dan alle klassieke kunstvormen. Het grootste verschil zit in het ontwikkelen van de kunstvorm, waarbij een kunstvakopleiding niet vanzelfsprekend is. Het is slechts sinds enkele jaren mogelijk om een MBO- of HBO-opleiding tot hiphopmuzikant te volgen. Dit geldt ook voor de verschillende hiphopdansvormen; de grootste groep actieve beoefenaars is autodidact. Zij maken gebruik van alternatieve projecten en trajecten buiten het reguliere onderwijs om, een compleet andere manier dan de gevestigde kunstvormen die beschikken over een duidelijk curriculum. Daarom dienen de fasen voor de hiphopdoelgroep anders benaderd te worden.

1) HiphopInJeSmoel.com - online startpunt voor hiphop in Rotterdam

Geschiedenis

HiphopInJeSmoel.com was in 1999 één van de eerste hiphopwebsites in Nederland en werd opgericht door de huidige directeur Dave Vanderheijden. De website in 1999 zou naar de hedendaagse maatstaven bestempeld worden als een persoonlijk blog, maar was in die periode één van de weinige plaatsen waar publiek uit alle windstreken terecht kon voor een actuele agenda, recensies, interviews en foto's. HIJS was een bijzondere plek omdat destijds niemand verslag deed van hiphop in Nederland. Tevens was HiphopInJeSmoel.com Nederlandstalig én compleet onafhankelijk. De destijds al bestaande websites richtten zich op Amsterdam en waren vaak zelfs Engelstalig. De unieke positie die HIJS toen al innam werd al snel opgemerkt door diverse mensen. Zodoende ontstond er binnen een jaar een redactie bestaande uit fanatieke vrijwilligers. De site groeide uit van een persoonlijk blog naar een serieuze community en een online platform voor artiesten, journalisten en fotografen. Tot 2006 waren er geen inkomsten uit commerciële activiteiten of subsidie. Iedereen realiseerde zich wel dat er voor verdere groei inkomsten nodig waren. Om die reden werd er besloten om in 2006 Stichting HIJS in het leven te roepen. Vanuit de Stichting werden de eerste landelijke

hiphopavonden georganiseerd en nam de redactiegrootte en naamsbekendheid verder toe. Het tienjarige bestaan in 2009 vormde niet alleen een mijlpaal voor HIJS, maar voor de gehele Nederlandse hiphopscene. De presentatie van Smoelwerk (naslagwerk over de geschiedenis van hiphop in Nederland, inclusief een boek, cd en dvd) vond plaats in een uitverkocht Watt (2000 bezoekers) en kende meer dan vijftien optredens van zowel gevestigde als talentvolle artiesten. Met de komst van social media werd onze community (online forum) van minder belang en moest de site opnieuw ontwikkeld worden. Na twee jaar keihard werken lanceerde HIJS een compleet nieuwe website in 2011. De website kon met recht een online platform worden genoemd en richtte zich meer dan ooit tevoren op de actieve beoefenaar van de hiphopcultuur, mede door de komst van de Dropzone (online podium/etalage voor hiphopbeoefenaars) waar iedereen eigen materiaal (video, audio en/of beeld) kon plaatsen. Ook op het gebied van social media werd een belangrijke slag geslagen; HIJS werd actief op Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Soundcloud en Spotify. De nieuwe website vormde vanaf dat moment tevens het startpunt voor BoomDox, het hiphopkenniscentrum en het Rotterdamse jaaroverzicht. Vanwege de snelle ontwikkelingen binnen de hiphopsector moest de site doorontwikkeld worden, waarbij we ons nog meer gingen richten op de hiphopbeoefenaar en mediapartnerships met Rotterdamse partijen zoals BIRD, Epitome, Music Matters, Popunie, HipHopHuis en De Nieuwe Lichting. Deze doelgroep schreeuwt om een online plek waar zij zich, ongeacht niveau, kunnen presenteren en ontwikkelen. Het presentatie-element was al uitgebreid aanwezig, maar het stimuleren van de ontwikkeling moest beter. Daartoe werd per jaar een compleet nieuw project bedacht en gelanceerd. Het startpunt van al deze projecten vond online plaats via onze website. Hierdoor werd HIJS nog meer het startpunt voor hiphop in zowel Rotterdam als de rest van Nederland. Hierbij profileert HIJS zich duidelijk als Rotterdamse afzender:

- Alle Rotterdamse content (interviews, releases, tracks, achtergronden, video's, visuals, party reports en agenda-items) worden gebookmarkt als 'Rotterdam'
- Alle Rotterdamse items zijn op te vragen via het submenu Rotterdam dat op de landingspage te zien is
- Met de tag Rotterdam kan eenvoudig gezocht worden naar Rotterdamse content
- HIJS is gratis mediapartner voor alle Rotterdamse hiphopactiviteiten
- HIJS levert gratis vermelding van Rotterdamse activiteiten in de vorm van content en agenda-items
- HIJS is adviseur voor Rotterdamse organisaties die iets met hiphop willen maar niet de expertise hebben

Talentontwikkelingsfase

Onze website richt zich voornamelijk op de fases *kennismaken* en *ontwikkelen*. De doelgroep kan in ons online kenniscentrum terecht voor achtergrond over hiphop en kan gebruikmaken van de Dropzone. De website heeft ook een doorverwijfsfunctie voor bezoekers die wij zelf niet kunnen helpen. Tenslotte starten alle talentontwikkelingstrajecten zoals #HIJSBEATS, Rewriters en HIJS Poetry via onze website, zodat al het aanbod op één plek te vinden is.

2) Rewriters

Rewriters is een nieuw kunstrouteconcept, dat graffitikunst en street art in Rotterdam centraal stelt. Rewriters organiseert deze routes middels een mobiele applicatie, die publiek in staat stelt de routes te volgen op hun smartphone. Rewriters is innovatief doordat de app niet alleen dient als GPS-route, maar inhoudelijke interactie mogelijk maakt. Zo krijgen gebruikers bij elk werk op de route achtergrondinformatie en bevat de app archiefbeelden. De app ontsluit met behulp van moderne technologie de onvertelde geschiedenis van de straatkunst. Rewriters is in 2014 ontwikkeld als pilot, volgens de werkwijze van HiphopInJeSmoel. Wij signaleren een behoefte, lanceren een pilot en bepalen aan de hand daarvan of we gaan investeren in een structureel project.

Rewriters wil de gebruiker/bezoeker informeren en betrekken in de wereld van de straat- en graffitikunst. De app wordt gekoppeld aan social media en biedt gebruikers de mogelijkheid een wishlist bij te houden van locaties die zij graag opgefleurd zouden zien met street art. Rewriters wil zo een andere kant van straatkunst laten zien, niet in de laatste plaats omdat graffiti vaak negatief in het nieuws is. Anderzijds is de organisatie zich

er ook bewust van dat graffiti kunst en street art kunstvormen zijn waar in een jonge, multiculturele stad als Rotterdam veel belangstelling voor is. Wij willen publiek aan het denken zetten over kunst in de openbare ruimte en hen middelen aanreiken om kritisch te denken over de grens tussen het opfleuren van het straatbeeld en het vernielen van bezit, een grens die in de graffiti geschiedenis lang niet altijd even duidelijk is. Niet onbelangrijk is dan ook de wens om hoogwaardigheid en kwaliteit in deze stromingen te tonen, op toegankelijke wijze, via een slimme en interactieve applicatie.

De lancering van de route inclusief gratis app staat gepland voor april 2016 i.s.m. Motel Mozaïque. Het resultaat is een route van zeven kilometer langs dertig kunstwerken in het centrum, waarvan er twaalf speciaal voor Rewriters zijn gerealiseerd. Selectie vindt plaats op kwaliteit en op stijl. Rotterdam kent een enorme diversiteit aan kunstenaars en dat is precies wat Rewriters wil laten zien. Met de informatieve omlijsting vanuit de app kan op deze manier vrij gemakkelijk hoogwaardige straatkunst tot een gemeenschappelijk goed gemaakt worden. Rewriters gaat binnen een wijkgerichte aanpak voor een gedegen aandeel van lokale kunstenaars, om de betrokkenheid te vergroten. Tenslotte richt Rewriters zich op een gezonde mix van jong talent en gevestigde street artists (schrijvers).

Stakeholders zoals woningcorporaties, particuliere woningbouwinstanties, kunstenaars en bewoners reageren goed op de verfraaiingen van gebouwen. De Bibliotheek heeft HIJS zelfs uitgenodigd om in 2016 ook in de bibliotheek street art te realiseren. Vanwege de hoeveelheid positieve reacties zijn er diverse spin-offs ontstaan. Hierbij een korte opsomming:

- workshops en rondleiding tijdens Keith Haring-weekend in de Kunsthal;
- workshopprogramma i.h.k.v. Rotterdam viert de Stad! i.s.m. KCR;
- expositie Centrale Bibliotheek;
- rondleiding tijdens Kunst in het Witte de Withkwartier;
- rondleiding Instawalk010;
- muurschilderingen i.h.k.v. Rotterdam viert de Stad!.

Het bereik van Rewriters is landelijk; er is vanuit meerdere steden gevraagd of Rewriters een extensie van het project wil leveren in o.a. Capelle a/d IJssel en Delft. HIJS is tevens benaderd om in Rotterdamse gebieden (Hoogkwartier, M4H-gebied, Wilhelminapier en Katendrecht) street art tot leven te brengen, met oog op de bid die Rotterdam wil doen voor de World Expo 2025. Wij zien dit als een sterk signaal dat street art relevant is en zien ons gemotiveerd om de komende jaren te benutten om de hoogwaardige straatkunst zodanig te vestigen in Rotterdam dat hij zelfs van betekenis kan zijn voor de kansen om de World Expo 2025 binnen te halen. Ook verscheidene festivalpartners in Rotterdam hebben HIJS benaderd om programmatisch bij te dragen. Nog voor de lancering blijkt Rewriters dus al een aantrekkelijke samenwerkingspartij. Dat biedt veel kansen voor de periode 2017-2020.

Toekomst:

Street Art-routes Feijenoord, Charlois en Delfshaven & realisatie legale plekken

Wij zijn ervan overtuigd dat Rewriters niet alleen bij zal dragen aan een beter imago voor de straatkunstdisciplines zelf, maar ook zal bijdragen aan het terugdringen van vandalistische graffiti in de stad. Rewriters stimuleert de aantrekkelijke graffiti kunst en street art in het Rotterdamse straatbeeld en wil deze moderne kunstvorm uit de schaduw van zijn eigen negatieve beeld halen.

De eerste Rotterdamse *street art*-route bevindt zich in het centrum en vanwege de eerdergenoemde successen en de uitgebreide poule van talentvolle Rotterdamse straatkunstenaars willen we uitbreiden. Feijenoord, Charlois en Delfshaven beschikken over geschikte locaties voor muurschilderingen. In de periode 2017-2020 richten we ons ieder jaar op het realiseren van een nieuwe route in één gebied.

Per jaar realiseren we:

- minimaal vijf en maximaal tien werken, in samenspraak met bewoners, die hun voorkeuren kunnen uitspreken in de vorm van bijvoorbeeld brainstorms of het voorleggen van ontwerpen
- een route langs deze werken die opgenomen wordt in de Rewriters-app, zodat de route aansluit op de hoofdroute in het centrum
- aansluiting zoeken vanuit de routes op lokale ondernemers met een bijzonder verhaal, om zo ook de buurtparticipatie te vergroten en het draagvlak voor street art hoog te houden
- samenwerking met scholen

De Rewriters-pilot in 2015 heeft aangetoond dat de leefbaarheid door muurschilderingen stijgt. HIJS denkt dat de grootste behoefte bij de eerdergenoemde gebieden. Per gebied worden de potentiële locaties in kaart gebracht en ontstaat er een route van minimaal vijf kunstwerken. Dit geschiedt in nauwe samenwerking met Cultuurscouts, gebiedscommissies en buurtbewoners. Laatstgenoemde krijgt een stem in de ontwerpontwikkeling, om de draagkracht en het eigenaarschap van het project te versterken. Buurtbewoners worden vanaf het begin betrokken bij Rewriters en dat geldt ook voor de lokale middenstand en horeca. In 2017 richt Rewriters zich op Feijenoord, in 2018 op Delfshaven en in 2019 op Charlois. Zo willen we kleine cirkels creëren die aansluiten op de cirkel in het centrum, om zo verspreid over de stad diverse routes te maken op wijkniveau. Dit geeft street arts in Rotterdam een duidelijk, georganiseerd en herkenbaar visitekaartje dat leesbaar is voor mensen uit de stad en daarbuiten. Wanneer de oplevering van de subroutes een feit is, worden deze als aparte route opgenomen op de website van Rewriters (www.rewriters010.nl). Dit geldt ook voor de app.

In 2020 willen we ons vooral richten op het creëren van legale plekken. Rotterdam is een van de weinige steden in de Randstad die niet beschikken over oppervlakten in de openbare ruimte waar kunstenaars legaal kunnen oefenen. Legale plekken zijn vergelijkbaar met muzikanten die een podium nodig hebben om zich te ontwikkelen. Kunstenaars hebben ook een podium nodig, maar dan in de vorm van aangewezen plekken waar zij hun gang kunnen gaan. Wij zijn ervan overtuigd dat wanneer Rewriters in diverse wijken actief is, de stap naar legale oefenplekken een realistische vervolgstap is. Ons doel voor 2020 is het realiseren van minimaal drie (tijdelijke) legale plekken. De legale plekken zorgen ervoor dat de doorstroom van Rotterdamse straatkunstenaars gewaarborgd blijft, omdat zij niet hoeven te vrezen voor strafrechtelijke consequenties van illegaal geplaatst werk. Het repressieve beleid remt de ontwikkeling van hoogwaardige straatkunst, waardoor veel talent onzichtbaar blijft en juist snel te zetten vandalistische tags op daartoe niet aangewezen gebouwen de overhand krijgen. Dat is zonde. De ambitie is om in Rotterdam draagvlak te creëren voor legale graffiti kunstfaciliteiten, om ook beginnende kunstenaars de kans te geven zich te ontwikkelen in de buitenruimte. De laatste stap in onze ambitie is dat er een echt beleid komt vanuit de gemeente waarbij beheersbaar en sociaal geproduceerde street art gestimuleerd wordt. HIJS ziet voor zichzelf een positie weggelegd als sleutelfiguur; een platform dat makers weten te vinden voor al hun vragen over legale straatkunst in Rotterdam.

Positionering

Rewriters heeft een sterk lokale worteling en een relevantie die zich internationaal kan vestigen. Diverse steden kennen een dergelijk project, maar Rewriters zit in de voorhoede van dit cluster. Er is nergens in Europa een project dat werkt met een app en Rewriters is beter georganiseerd. Rewriters kan daarmee dus internationaal voorbeeldstellend werken en dat is een potentie die in 2017-2020 beslist verder uitgewerkt gaat worden, o.a. met uitwisselingen, expertmeetings en online uitwisseling van resultaten.

Talentontwikkelingsfase

Rewriters laat nieuwelingen kennismaken met straatkunst in eigen stad door het realiseren van muren in de openbare ruimte en het maken van online content met achtergrond info over de kunstenaar. Wanneer de doelgroep zelf aan de slag wil met straatkunst dan zijn er vanuit twee mogelijkheden. Enerzijds kunnen er

binnenschools workshops gevolgd worden om de beginselen te leren. Anderzijds realiseren we legale oefenmuren waar iedereen ervaringen kan opdoen en zich kan ontwikkelen. De fases *kennismaken* en *ontwikkelen* liggen hierbij dicht bij elkaar.

De belangrijkste fases die bij Rewriters aanbod komen zijn *bekwamen* en *excelleren*. Veel kunstenaars die via ons een muur krijgen aangeboden hebben een kunstvakopleiding achter de rug, Willem de Kooning of het Grafisch Lyceum. De deelnemers zijn fulltime kunstenaar of zitten daar dicht tegen aan. Een eigen muurschildering in eigen stad zorgt voor de exposure die nodig is om bekendheid te verwerven en een klantenkring op te bouwen voor de verkoop van studiewerk. Tenslotte zijn er circa twintig Rotterdamse kunstenaars die het goed doen in het buitenland, maar van wie de thuishaven geen idee heeft van hun status. Een eigen plek in de Rotterdamse openbare ruimte zorgt ervoor dat ze ook binnen hun eigen omgeving kunnen excelleren.

3) HIJS Poetry, verbinder van Rotterdamse poetry-initiatieven

Geschiedenis

Eén van onze belangrijkste taken is het schetsen van een actueel beeld van de hiphopscene. Dit gebeurt mede door interviews en achtergrondartikelen. In één van deze artikelen werd recentelijk de opkomst van Rotterdamse *spoken word*-initiatieven centraal gesteld. Onder hiphopliefhebbers is *spoken word* zeer geliefd, zowel actief als passief. Er is geen enkele stad in Nederland die zoveel initiatieven telt als Rotterdam. Daar staat tegenover dat er nog geen online platform is dat inzicht geeft van deze bloeiende scene. Wij voeren op dit moment gesprekken met de hoofdrolspelers die verantwoordelijk zijn voor de talloze *spoken word*-activiteiten (o.a. Woorden Worden Zinnen, Paginagroets, Poetry Circle, SPOKEN en Ken Theater), teneinde alle behoeftes in kaart te brengen.

Toekomst

HIJS ambieert niet om een nieuwe activiteit te ontplooiën die zou moeten concurreren met het bestaande aanbod. Wij zetten ons juist in om het huidige aanbod te versterken via ons online platform. Dit houdt concreet het volgende in:

- HIJS bundelt alle Rotterdamse *spoken word*-activiteiten in een actuele agenda zodat al deze activiteiten in een duidelijk overzicht terug te vinden zijn.
- HIJS beheert een terugkerende podcast waarbij iedere *spoken word*-partij content en gasten kan aanleveren. Wij beschikken over een studio waar de opnames kunnen plaatsvinden en een online platform dat gebruikt kan worden voor uitzending.
- Een speciale Dropzone creëren voor *spoken word*-talent zodat er een online etalage ontstaat voor deze kunstvorm.
- Vanuit de Spoken Word Dropzone wordt er maandelijks één talent gekozen die wordt uitgelicht in de vorm van een interview zodat hij/zij kennis kan maken met het publiek.
- Inhoudelijk alle partijen en talentvolle deelnemers in afzonderlijke online items (interviews, video's en achtergronden) voorstellen aan het publiek.
- Een podium organiseren tijdens het Eendracht Festival waarbij alle *spoken word*-partijen een afvaardiging aanleveren en er een gezamenlijke avond plaatsvindt.

HIJS stelt zich op als een overkoepelend online platform voor *spoken word* in Rotterdam. We zorgen ervoor dat het Rotterdams talent op één plek zichtbaar is. Alle bovenstaande activiteiten zijn gericht op het vergroten van de zichtbaarheid van *spoken word* in Rotterdam naar de rest van Nederland. Wij kunnen de bekendheid van Rotterdam als *spoken word*-stad een flinke boost geven met het bereik van ons online platform en aanverwante social media-kanalen.

Talentontwikkelingsfase

De bestaande Rotterdamse initiatieven besteden afzonderlijk van elkaar aandacht aan de kennismaking ontwikkel en bekwaam fase. Omdat de meeste bestaande projecten zich nog in een prille fase bevinden is er tot op heden nog geen project of traject dat zich richt op de excelleer fase. Dat neemt niet weg dat dit slechts een kwestie van tijd is, maar de verwachting is dat de periode 2017-2020 nog te vroeg komt. HIJS ondersteunt deze bestaande initiatieven waardoor alleen de excelleer fase ontbreekt.

4) BoomDox

Geschiedenis

BoomDox is in 2011 ontstaan vanwege een grote vraag naar een terugkerend hiphopfestival onder zowel actieve beoefenaars als passieve liefhebbers. In 2011 vond het eerste BoomDox-festival plaats tijdens de openingsmaand van De Nieuwe Oogst. BoomDox bood plek aan maar liefst 35 artiesten. Vanwege de sluiting van De Nieuwe Oogst in 2012 moest BoomDox uitwijken naar de Mini Mall, om in 2013 plaats te vinden in BIRD, inclusief een buitenpodium. Iedere editie bood plaats aan actueel opkomend talent, afgewisseld met gevestigde namen uit binnen- en buitenland. Het festival werd met een minimaal budget en veel liefde georganiseerd, maar had geen mogelijkheden om door te groeien vanwege een gebrek aan financiële middelen. De behoefte onder liefhebbers en artiesten aan een dergelijk festival in Rotterdam was er nog steeds, want het gebrek aan hiphop op festivals en podia bleef een feit. Hierop werd er besloten om het concept van BoomDox te veranderen in diverse losse avonden in plaats van één groot festival, wat aanmerkelijk betaalbaarder is. De switch zorgde ervoor dat lokaal talent een terugkerend podium kreeg en dat hiphopliefhebbers hun hart konden ophalen. Tussen 2014 en 2016 werd er o.a. samengewerkt met het Eendracht Festival, Schouwburgplein, Wereld van de Witte de With, New Skool Rules en 24uur SUBcultuur.

Toekomst

Vier avonden per jaar plus seizoensafsluiting in de vorm van een festival

In de periode 2017 – 2020 is de noodzaak nog groter om BoomDox voort te zetten en uit te breiden. Het vertrek van Buma Rotterdam Beats naar Amsterdam heeft definitief een enorme leegte gecreëerd in het Rotterdamse hiphopfestivalaanbod. HIJS ziet zich als de partij met de juiste kennis en het juiste netwerk om te voorkomen dat Rotterdam nog langer zonder een jaarlijks terugkerend hiphopfestival komt te zitten en wil in de periode 2017-2020 BoomDox vestigen als hét onafhankelijke, terugkerende Rotterdamse hiphopfestival met allure. De groei in artiesten zet immers door, net als de behoefte aan een plek waar zij zich kunnen presenteren en ontwikkelen. BoomDox vormt een stabiel podium dat zich echt inzet voor de stad. De naam, de geloofwaardigheid als afzender en de ervaring zijn reeds aanwezig en HIJS acht de tijd rijp voor uitbreiding.

BoomDox gaat jaarlijks vier avonden programmeren met de focus op lokaal talent, aangevuld met landelijk onderscheidende namen. Deze combinatie dient om BoomDox én het talent dat centraal staat ook landelijk cachet te geven. HIJS kiest er bewust voor om niet te werken met een vaste locatie, maar alle samenwerkingen open te laten en per seizoen een weloverwogen keuze te maken. De Rotterdamse podia hebben immers de laatste jaren te maken gehad met veel instabiliteit waardoor we een flexibele houding moeten aannemen. De samenwerking met het Eendracht Festival staat in ieder geval vast. Met hét showcasefestival van Rotterdam vonden reeds diverse succesvolle samenwerkingen plaats. Het seizoen wordt jaarlijks afgesloten met een festival zoals BoomDox in 2011 begon; we gaan dus terug naar de basis. Door het tekort aan terugkerende hiphopavonden en festivals brengen wij hier graag verandering in. Waar de vier avonden op jaarbasis een laagdrempelig en intiem karakter hebben (maximaal 250 bezoekers) mikt het festival met landelijke uitstraling op minimaal 2.000 bezoekers. Het festival moet zich ontpoppen tot hét hiphopevenement waar iedereen jaarlijks naar uitkijkt. Het festival kan zowel binnen als buiten plaatsvinden; dit is afhankelijk van de beschikbare locaties in de periode 2017-2020. De acts die zich hebben ontwikkeld tijdens de avonden krijgen de ruimte op het festival om hun release te presenteren en het podium te delen met gevestigde nationale en internationale namen.

Talentontwikkelingsfase

De vier avonden die BoomDox gaat organiseren zijn gericht op de kennismakingsfase (zowel bezoekers als deelnemers) en de ontwikkelingsfase. Talent krijgt een laagdrempelig podium aangeboden om ervaring op te doen en de eerste media-aandacht te genereren. Het festival richt zowel op deelnemers die in de kennismakings- en ontwikkelingsfase zitten, maar ook diegene die zich bevinden in de bekwapende fase en de excelleerfase. Alles komt samen op het BoomDox-festival en dat is extra waardevol voor de artiesten die zich bevinden in de kennismakings- en ontwikkelingsfase. Ze komen niet alleen in contact met professionele artiesten maar ze delen ook een gezamenlijk podium. Dat is een belangrijke ervaring en extra motivatie in de ontwikkeling van de artiest.

5) *Cultuureducatie: hiphop op school*

(Zie 2.5). Doordat HIJS een klein en flexibel werkapparaat heeft, kan HIJS heel ad hoc reageren op vraag. HIJS is in staat om op zeer korte termijn te voldoen aan vraag naar hiphopeducatie van een school. De grotere spelers, zoals SKVR, werken met grotere plannings op lange termijn en hebben bovendien een minder aansprekend hiphopaanbod, omdat zij niet over het netwerk en de kennis beschikken die HIJS bezit.

Talentontwikkelingsfase

De hiphopeducatie activiteiten vinden plaats in de kennismakings- en ontwikkelingsfase. In eerste instantie richten wij ons op binnenschoolse activiteiten omdat daar de grootste behoefte ligt. Het heeft onze sterke voorkeur om aanbod te creëren waarbij de kennismaking en ontwikkelfase naadloos op elkaar zullen aansluiten. Hierdoor zullen leerlingen die latente talenten ontdekken de mogelijkheid krijgen om zijn of haar talent verder te ontwikkelen. Mocht het blijken dat er mogelijkheden liggen om buitenschoolse activiteiten te ontwikkelen dan zullen wij dat niet nalaten maar het heeft voor nu niet de grootste prioriteit.

2.3 Publieksbereik

Stichting HIJS richt zich primair op Rotterdammers tussen de 12 – 35 jaar die actief beoefenaar zijn binnen de hiphopcultuur of passief consumeren. Deze doelgroep is vanwege de ongekeerde populariteit van hiphop erg divers en breed. Tot 2013 vonden de meeste activiteiten plaats via onze website met gemiddeld één offlineactiviteit per jaar (BoomDox, HIJSBeats en Rewriters). De primaire doelgroep tot deze periode was tussen 12 en 25 jaar, maar vanwege het gebrek aan een goed educatieaanbod werd de voornaamste doelgroep 16 – 25 jaar. De focus van de activiteiten was in de meeste gevallen meer landelijk dan lokaal. In de komende periode gaat er een aantal wezenlijke dingen veranderen. Ten eerste zijn de offlineactiviteiten nu lokaler dan ooit, omdat we een duidelijk gat in het aanbod zien voor de doelgroep. De offlineactiviteiten krijgen meer prioriteit dan het online platform, want de website gaat een ondersteunende rol vervullen. Tenslotte richten we het vizier op een grotere doelgroep omdat hiphop een breed publiek bereikt. De doelgroep wordt enerzijds jonger (mede door aanraking met hiphop binnen het onderwijs) maar ook ouder (hiphop biedt veel mogelijkheden voor artiesten en kunstenaars om er hun brood mee te verdienen). Onze ervaringen leren dat de meest actieve doelgroep zich bevindt in de leeftijd van 12 – 35 jaar. Alle activiteiten, zowel offline als online, starten op onze website. Daardoor geven de websitestatistieken een goed beeld van de samenstelling van ons publiek.

In 2015 heeft Hiphopinjesmoel.com een grote stroom nieuwe bezoekers gezien. Bijna 60% van de bezoekers bestond uit nieuw publiek. Aan het begin van het jaar piekt het aantal bezoeken rond de 5000 per week, vanaf juni wordt er echter een licht stijgende lijn ingezet, en wordt er aantal keren gepiekt naar meer dan 8000 bezoekers per week. Mannen blijken met 78,2% stevig oververtegenwoordigd te zijn onder de bezoekers. Ook op Facebook, 3974 volgers, zijn de mannen in ongeveer gelijke mate oververtegenwoordigd. De leeftijd van de Facebook-fans ligt grotendeels in de categorie 25-34, met 33%. De direct daaraan grenzende groepen van 18-24 en 35-44 bezetten de tweede en derde plek met respectievelijk 19% en 17%. Overige leeftijdscategorieën zijn daarbij te verwaarlozen. Film- en tv-liefhebbers zijn een opvallende verschijning in de top vijf van

hoofdzakelijke interessegebieden van onze bezoekers volgens de profielen die Google op basis van surfgedrag maakt. Het gros van de bezoekers komt uit de twee Hollanden, met Brabant op de derde plek. Kijken we naar de locatie van de bezoekers op stedelijk niveau dan zien we dat met name Amsterdam en Rotterdam het meeste bezoekers leveren, op enige afstand gevolgd door Tilburg en de rest van de Randstad. Ook Vlaanderen is een belangrijke leverancier van bezoekers (17.872). Kort samengevat kunnen we dus zeggen dat onze bezoekers zich hoofdzakelijk in de Randstad en het zuiden van het Nederlands taalgebied bevinden. De meeste bezoekers komen op de site terecht via Facebook en Twitter. Ruim 15% van de bezoekers tikt de URL direct in, een mooi aantal dat op veel vaste lezers duidt. De mensen die onze pagina bezoeken blijken hoofdzakelijk geïnteresseerd zijn in de longreads. Wij zien hier een schreeuw om inhoud nadrukkelijk bevestigd. Na één of twee kliks komt de overgrote meerderheid van de bezoekers uit bij de een artikel in de categorie 'achtergronden' of 'interviews'. Reviews en video's worden daarna als eerste gevonden ook de eventsagenda blijkt een betrouwbare waarde voor veel bezoekers.

Publiek 2017-2020

Wij gaan ons in vergelijking tot 2013-2016 meer op Rotterdam richten zonder onze landelijke positie te verliezen. Dit gaan we doen door onze offlineactiviteiten uit te breiden en nog meer op de voorgrond te plaatsen via ons online platform en aanverwante socialmediakanalen. Het is natuurlijk belangrijk dat Rotterdamse hiphopbeoefenaars zich ook buiten Rotterdam aan publiek kunnen presenteren. Hierbij richten wij ons op Rotterdammers tussen de 12 en 35 jaar. Om een duidelijker beeld te schetsen van het bereik per activiteit worden deze hieronder uiteengezet.

HiphopInJeSmoel.com

De website richt zich op hiphopliefhebbers- en artiesten in de leeftijdscategorie van 12 tot 35 jaar. Liefhebbers van hiphop zijn per definitie divers in termen van afkomst. De doelgroep waar HIJS zich op richt is onder te verdelen in zogenaamde subdoelgroepen, waarbij de mate van talent een belangrijke rol speelt.

Makers (journalisten, filmmakers en fotografen)

Beginnend schrijftalent krijgt de kans om zijn of haar werk te publiceren. Daarnaast krijgen journalisten de mogelijkheid om feedback te krijgen op geschreven interviews, recensies of achtergrondartikelen. Deze vorm van coaching zorgt ervoor dat journalistieke talenten de tijd en ruimte krijgen zichzelf te ontwikkelen. Hetzelfde geldt voor nieuwe filmmakers en fotografen waar HIJS een centrale verzamelplek voor aanbiedt. De groepen filmmakers en fotografen waren tot op heden nog nooit zo prominent aanwezig in de hiphopscene als nu het geval is.

Artiesten (rappers, dj's, breakers en graffitikunstenars)

Hiphopartiesten op het gebied van rap, dj'en, breakdance en graffiti krijgen ruimte en vrijheid om hun eigen werk te promoten via onze website. Een veelgehoord geluid vanuit artiesten is dat hiphopwebsites te weinig of geen redactionele aandacht aan hen geven. Om dit probleem te tackelen, legt HIJS de verantwoordelijkheid bij de artiest zelf. Artiesten kunnen via de online Dropzone-tool hun eigen materiaal uploaden en direct delen met hiphopliefhebbers. Daarmee zijn ze niet langer afhankelijk van redactionele aandacht.

Liefhebbers (fans en rookies)

Fans volgen de laatste ontwikkelingen op hiphopgebied in de vorm van recensies, achtergrondartikelen, interviews en nieuws. Rookies zijn leerlingen die in aanraking zijn gekomen met hiphop via het onderwijs en die graag verdieping willen. HIJS maakt rookies wegwijs in de scene en fungeert tevens als vraagbaak.

Er zijn weinig tot geen online plekken waarbij de bovenstaande sub doelgroepen terecht kunnen om zichzelf te ontwikkelen, informatie op te vragen en een actueel beeld te krijgen van hiphop in Nederland met een sterke focus op Rotterdam. Naast het plaatsen van dagelijkse content speelt social media een belangrijke rol in het bereiken van de doelgroep. Er wordt gebruik gemaakt van Facebook, Instagram, Snapchat, Spotify, Soundcloud, Twitter en YouTube.

Rewriters

Rewriters richt zich op een zo breed mogelijk publiek, juist ook op mensen die niet als vanzelf affiniteit met graffiti kunst of *street art* hebben. Uit field research in het buitenland bij soortgelijke route ligt de gemiddelde leeftijd tussen de 18 en 50 jaar, een zeer brede doelgroep. Onze eigen ervaring tot nu toe leert dat de leeftijd ook in Rotterdam overeenkomt. Dit blijkt o.a. uit het aantal aanvragen voor begeleide tours. *Rewriters* reikt tevens verder dan Rotterdam en heeft (inter)nationale potentie omdat *street art* ook onder toeristen populair is. Om alle geïnteresseerden te bereiken wordt er gebruikgemaakt van een speciale website (www.rewriters010.com) die gelinkt is aan Facebook, Instagram en Twitter. Specifiek voor toeristen is er een samenwerking met Rotterdam Partners. Zij brengen *Rewriters* onder de aandacht via hun socialmediakanalen, website en nieuwsbrief. Het bereik van *Rewriters* is vanaf april 2016 (de lancering van de route en app) te meten via de eerdergenoemde kanalen plus het aantal downloads van de app en het aantal rondleidingen.

Naast de gebruikers zijn de makers van de muurschilderingen belangrijk. De talentvolle kweekvijver van straatkunstenaars in Rotterdam is immers de aanleiding van het project. De makers komen allen uit Rotterdam en vormen een ideale mix van ervaren kunstenaars en talenten met een gemiddelde leeftijd van 25 jaar. De meeste kunstenaars hebben de Willem de Kooning Academie of het Grafisch Lyceum afgerond. Het project is voor deze groep essentieel om zichzelf als kunstenaar te ontwikkelen en een mate van bekendheid te realiseren. Net als de gebruikers worden de makers bereikt via dezelfde eerdergenoemde kanalen en kan *Rewriters* gebruikmaken van hun kanalen (website en social media) zodat het bereik nog groter wordt.

HIJS Poetry

Met deze activiteit staat de Rotterdamse *spoken word*-artiest centraal. Als we kijken naar de bestaande activiteiten in de stad (Woorden Worden Zinnen, Paginagroets, Poetry Circle, SPOKEN en Ken Theater) dan kunnen we concluderen dat de deelnemers voornamelijk afkomstig zijn uit Rotterdam en in te delen zijn in de leeftijdscategorie 18-25 jaar. Er zijn tot op heden nog geen gegevens bekend wat betreft het opleidingsniveau. Wanneer HIJS de overkoepelende functie gaat vervullen, zijn deze gegevens gemakkelijker te verkrijgen en kan er meer gezegd worden over de samenstelling van het publiek. De verwachting is dat het opleidingsniveau gemiddeld hoger ligt dan bij de andere genoemde activiteiten.

Naast de netwerken waar iedere *spoken word*-partij over beschikt, creëert HIJS op de eigen website een centrale plek waar alle initiatieven samenkomen. Daarbij worden wederom de beschikbare social media-kanalen ingezet om een optimaal bereik te kunnen realiseren. Het uitgebreide aanbod aan *spoken word*-activiteiten geeft de urgentie van deze kunstvorm aan. Tegelijkertijd geven de deelnemers aan de diverse initiatieven aan dat ze zich niet verder kunnen ontwikkelen, omdat er enerzijds geen afstemming tussen de bestaande initiatieven is. HIJS neemt het voortouw in het brengen van verandering hierin.

BoomDox

De primaire doelgroep heeft een gemiddelde leeftijd van 23 jaar en bestaat uit een mix van zeer gepassioneerde liefhebbers en actieve participanten afkomstig uit de hiphopmuziek. Zij zijn voornamelijk afkomstig uit steden waar de hiphopcultuur erg populair is, waarbij Rotterdam gezien kan worden als belangrijkste. Deze uitkomsten komen voort uit het *MOSAIC-onderzoek* van Rotterdam Festivals dat heeft plaatsgevonden tijdens de voorloper van BoomDox, Smoelwerk. Net als veel andere HIJS-activiteiten wordt er hierbij gebruik gemaakt van de bestaande promotiekanalen, aangevuld met een specifieke BoomDox Facebook- en Twitterpagina.

Cultuureducatie

Op dit gebied richten we ons op deelnemers vanaf groep 8 tot het middelbaar beroepsonderwijs (MBO). Dit komt neer op kinderen en jongeren in de leeftijd van 12 – 20 jaar. Het educatieaanbod wordt zowel via onze eigen website als die van het KCR geplaatst. De Rotterdamse scholen die het aanbod afnemen zullen voornamelijk de website van KCR gebruiken. Wij moeten op dit gebied naamsbekendheid krijgen en wij verwachten dit te verkrijgen door het plaatsen van inhoudelijke content in ons online kenniscentrum, een plek waar collega- en onderwijsinstellingen gebruik van maken.

2.4 Meerwaarde voor de stad

2.4.1 Meerwaarde voor de culturele sector

Hiphop In Je Smoel neemt in het Rotterdamse hiphopveld een sterke en unieke positie in, met een zeer divers aanbod, zowel online als offline. De belangrijkste mede-actoren in het hiphopveld zijn het HipHopHuis en Epitome. Om helder te duiden hoe HIJS zich tot de gehele culturele sector verhoudt, is het zaak te duiden hoe HIJS zich tot deze twee instellingen verhoudt.

Actoren in hiphopveld

- HipHopHuis

Het HipHopHuis is een thuishaven voor liefhebbers en beoefenaars van de hiphopcultuur, die beschikt over een multifunctionele locatie. Het HipHopHuis biedt op de eigen locatie een educatief programma op het gebied van dans aan uiteenlopende doelgroepen en op uiteenlopende niveaus. Het HipHopHuis werkt samen met partners in diverse sectoren. **Hiphop In Je Smoel** heeft geen eigen fysieke locatie maar wel een online ontmoetingsplek in de vorm van het online platform. Waar HipHopHuis veel expertise heeft op het gebied van dans daar heeft HIJS dat op het gebied van muziek en beeldende kunst. Wij richten ons expres niet op dans omdat het daarbij ons aan expertise ontbreekt. HIJS richt zich op een geheel ander type educatie; het HipHopHuis heeft op de eigen locatie programma's voor scholen, waar HIJS in 2017-2020 aanbod op scholen zelf wil verzorgen. Ook heeft HIJS i.t.t. het HipHopHuis online talentontwikkelingsfaciliteiten zoals de Dropzone, die bovendien sterker multidisciplinair zijn.

- Epitome

Productiehuis van diverse offlineactiviteiten op urbangebied. Veel activiteiten vinden plaats op wijkniveau en er is een goed internationaal netwerk dat regelmatig wordt ingezet binnen de activiteiten. Epitome richt zich vooral op rap, beatmaking en dans waarbij talentontwikkeling centraal staat. HIJS kan ook voor Epitome dienen als mediapartij. Een groot verschil tussen beide partijen is dat HIJS beschikt over een online platform en dat alle activiteiten van Epitome offline plaatsvinden. De meeste activiteiten van HIJS zijn gericht op de binnenstad, terwijl de meeste projecten van Epitome plaatsvinden op wijkniveau. Ten slotte maakt Epitome veel gebruik van een internationaal netwerk terwijl HIJS kiest voor lokaal en landelijk. Epitome en HIJS onderzoeken een mogelijke koppeling tussen Rhymes & Beats van Epitome en #HIJSBEATS.

- BIRD, Epitome, HipHopHuis en Theater Zuidplein

Met alle bovenstaande partijen is afgesproken dat HIJS haar online platform beschikbaar stelt voor hiphopactiviteiten die de partijen organiseren. Per activiteit wordt er bekeken hoe de activiteit een plek kan krijgen en of er een inhoudelijke samenwerking mogelijk is. Ook worden de activiteiten achteraf belicht in de vorm van recensies, fotoreportages of video verslagen.

Actoren buiten hiphopveld

- Stichting De Nieuwe Lichting

Stichting De Nieuwe Lichting is de jonge Rotterdamse organisatie achter o.a. Eendracht Festival, A Festival Downtown, Het Wijkpark en diverse pop-up optredens. HIJS verzorgt een groot deel van de hiphopprogrammering en -promotie voor deze evenementen. De Nieuwe Lichting is coproducent van BoomDox.

- SKAR, Stichting KunstAccommodatie Rotterdam:

SKAR is de Stichting KunstAccommodatie Rotterdam. SKAR beheert betaalbare en passende werkruimte voor professionele kunstenaars in Rotterdam uit alle disciplines. SKAR bemiddelt, adviseert en voert projecten uit. SKAR vormt voor Rewriters een belangrijke partij.

- De 3^{De}
Hiphop In Je Smoel houdt samen met een aantal andere, primair op muziek gerichte, Rotterdamse partijen kantoor op de derde verdieping van de Delftsestraat 25, gevestigd in het Central District. Op steenworp afstand van het Centraal Station en is in korte tijd uitgegroeid van een achterafstraat van het Weena tot een gebied waar grote en kleine culturele organisaties kantoor houden. Op De 3^{De} vormt een nieuwe generatie culturele ondernemers een collectief zonder rechtsvorm of onderlinge vaste verplichtingen. Mede dankzij deze instelling is De 3^{De} binnen enkele maanden van een verloederde, grotendeels leegstaande verdieping ontwikkeld tot een goed geoutilleerde kantoorverdieping met geluidsstudio. Een deel van de expertise die De 3^{De} heeft opgebouwd is ontstaan dankzij de hulp van de Stichting KunstAccommodatie Rotterdam. Doordat SKAR de kans heeft geboden De 3^{De} op te richten, hebben de huurders de Rotterdamse culturele sector een boost kunnen geven. Tegelijkertijd is de leegstand in de stad weer een stukje omlaaggegaan. De 3^{De} is inmiddels een bruisend geheel waar talloze initiatieven en nieuwe projecten zijn ontstaan, zoals het Eendracht Festival, A Festival Downtown, Rewriters, On Track Agency en enkele veelbelovende Rotterdamse bands zoals The Afterveins.
- Popunie
Hiphop In Je Smoel en Popunie ondersteunen en versterken elkaars activiteiten op promotionele en programmatische onderdelen. Beide instellingen promoten nieuws en activiteiten van elkaar op diverse (project)sites en socialmediakanalen. Talenten worden uitgewisseld en medewerkers van beide organisaties fungeren als scouts voor elkaars projecten. Voor het ontwikkelen van het prille talent kunnen beide partijen professionals uit de organisatie of het netwerk inzetten voor educatieve programmaonderdelen. De winnaar van de Sena Grote Prijs van Rotterdam (categorie Urban) wordt op Hiphop In Je Smoel.com geïnterviewd en ditzelfde doet de Popunie op zijn beurt voor winnaars van BoomDox.
- Music Matters
Music Matters wil elk jaar een initiatief in de stad oppikken en dat een tijdlang coachen zodat het zich kan professionaliseren. Wanneer het gaat om hiphopinitiatieven werkt Music Matters daarin samen met Hiphop In Je Smoel.
- BIRD
Bij iedere hiphop-gerelateerde activiteit van BIRD wordt een aankondiging geplaatst op Hiphop In Je Smoel en na afloop volgt er een inhoudelijk verslag.
- Cultuurscouts
De Cultuurscouts in Feijenoord, Delfshaven en Charlois spelen een belangrijke rol in het verbinden van potentiële samenwerkingspartners en in het kaart brengen van sleutelfiguren die een belangrijke rol in de realisatie van Rewriters kunnen hebben. Voor de pilotroute was er ook al een prettige samenwerking tussen de Cultuurscout en Hiphop In Je Smoel.
- Woorden Worden Zinnen, Paginagroets, Poetry Circle, SPOKEN en Ken Theater
Deze partijen vormen de hoofdrolspelers binnen de bloeiende Rotterdamse *spoken word*-scene. In samenspraak gekeken naar de concrete mediabehoefte, voor aandacht op maat, zoals een agendavermelding of achtergrondartikel. De grootste behoefte van deze partijen is een mediapartij die structureel aandacht schenkt aan *spoken word*. HIJS gaat deze rol vervullen.

2.4.2 Raakvlakken met andere sectoren:

Rewriters: positieve uitkomsten voor ondernemers, buitendienst Gemeente en toerisme

Het strenge diepreinigingsbeleid dat de gemeente Rotterdam sinds begin jaren negentig hanteert is succesvol gebleken. Over de afgelopen jaren is illegale graffiti in Rotterdam tot een minimum beperkt. Rewriters is voor een schone stad en wil bijdragen aan de strijd tegen vandalistische graffiti. Een populaire anti-graffiti-maatregel bij winkeliers is een groot werk op de rolluiken van zijn winkel. Rewriters beoogt eigenlijk hetzelfde te doen voor blinde muren in de stad. Door hier een muurschildering te presenteren van een binnen de subcultuur

bekende kunstenaar, zal hier uit respect geen illegale graffiti op worden vervaardigd. Naast het feit dat de muur dan functioneert als preventiemiddel wordt de esthetische waarde van de openbare ruimte verhoogd. Tevens wordt de boodschap uitgezonden naar de grafficultuur dat er een mogelijkheid is om legale muurschilderingen te vervaardigen. In Nederland zijn er namelijk veel steden (Delft, Den Haag, Eindhoven en Leeuwarden) die legale locaties beschikbaar hebben gesteld voor makers van graffiti en street art. Eindhoven is zelfs de thuishaven het grootste Europese graffitifestival, Step in the Arena. Hoewel Eindhoven jaarlijks dit evenement organiseert en subsidieert, geldt er in de rest van de stad een zero tolerance-beleid. Doordat zij een legale graffiti-locatie hebben, is er in het centrum van de stad amper graffiti-overlast. Ook in Den Haag zijn veel legale graffiti-locaties gecreëerd, wat een aantoonbare daling aan illegale graffiti heeft opgeleverd. Met Rewriters draagt HIJS in Rotterdam voor zowel ondernemers als de gemeente bij aan een enerzijds levendig, voor makers en toeristen aantrekkelijk *street art*-klimaat, terwijl voor diezelfde gemeente en ondernemers de overlast van graffiti afneemt.

2.4.3 Verlevendiging binnenstad

Boomdox

Het BoomDox-festival moet zich ontpoppen tot hét jaarlijkse Rotterdamse hiphopevenement. Het festival kan zowel binnen als buiten plaatsvinden, afhankelijk van de beschikbare locaties in 2017-2020. Duidelijk is dat BoomDox in de binnenstad van Rotterdam zal plaatsvinden en continuïteit aan zal brengen in de beleving van hiphop als stedelijk evenement en als reden om in de Rotterdamse binnenstad te verblijven. Feit is dat BoomDox een zeer urgente leemte vult, namelijk de manifestatie van de cultuurvorm waar zo veel belangstelling voor is op de plek waar hij het meeste thuishoort: Rotterdam, de hiphophoofdstad van Nederland.

Rewriters

Rewriters biedt in de binnenstad een podium voor talentvolle en ervaren kunstenaars. Deze vorm van talentontwikkeling is niet eerder gezien in de gemeente Rotterdam. De route heeft niet alleen een positief effect op de deelnemende kunstenaars maar ook op de nieuwste generatie potentiële veroorzakers van vandalisme. De app is bovendien een modern, in wereldsteden gebruikt medium dat de Rotterdamse binnenstad op de kaart zet als plek waar straatkunst leeft. Door het grote bereik van afzender HIJS is Rewriters beslist een aanvulling op het steeds rijker wordende Rotterdamse toeristische aanbod.

2.5 Educatie

Tijdens de cultuurplanperiode 2013-2016 hebben we er bewust voor gekozen om niet actief te zijn binnen cultuureducatie. Wij waren van mening dat andere partijen meer expertise en faciliteiten hadden om goede resultaten te behalen. Een huidige inventarisatie van het cultuureducatieveld leerde ons dat er nauwelijks partijen met hiphop bezig zijn, terwijl er wel een serieuze vraag vanuit scholen is. Tot deze conclusie kwamen wij na een gesprek met het KCR (Kenniscentrum Cultuureducatie Rotterdam). KCR adviseerde ons om deze leemte op te vullen. Hiphop is een cultuur die enorm tot de verbeelding spreekt bij jongeren en die uitstekend kan dienen als platform om kinderen te leren kijken naar beeld, tekst, geluid en dans. HIJS wil in de periode 2017-2020 dan ook een serieuze bijdrage leveren aan cultuureducatie. Tijdens de eerste editie van het WIRED Festival in juni 2015, waar cultuureducatie centraal staat, vulden we als pilot twee programmaonderdelen: Rewriters-workshops en de HIJS-studio. De workshops stelden street art centraal, in de studio leerden leerlingen beats maken en hun eigen rap schrijven. Beide onderdelen werden nadien samengevoegd tot een track die de deelnemers mee naar huis kunnen nemen. De reacties waren zodanig positief dat we tijdens de 2016-editie van WIRED een vervolg gaan geven aan het programma. Er wordt hierbij gedacht aan de bestaande programma's Rewriters en HIJS Studio. Daarnaast willen we het programma uitbreiden met nieuwe onderdelen (Snack Rap en Rewriters Bingo) om een goede pilot te draaien voor de periode 2017-2020. Als die succesvol blijkt, zetten we de ambities door en zullen we hiphop in de breedste zin aanbieden, met meerdere disciplines.

In het kader van Rotterdam Viert de Stad! ([zie hoofdstuk Rewriters](#)) vindt er een speciale themalijn plaats waar wij invulling aan gaan geven en waarbij we ons zullen richten op leerlingen uit groep 7 en 8. Dit vormt tevens

een pilot die bij gebleken succes wordt toegepast in de periode 2017-2020. HIJS gaat zich binnen het cultuureducatieveld profileren als de enige hiphoppartij die in staat is om hiphopaanbod op maat voor cultuureducatie op school te maken. Wij zijn van mening dat hierbij de grootte van onze organisatie een meerwaarde is ten opzichte van de gevestigde instellingen die vaak niet in staat zijn om zich flexibel op te stellen. De in de organisatie aanwezige kennis over hiphop, die bij de meeste andere organisaties gemist wordt, spreekt voor zich. Ten slotte bieden wij vaste onderdelen aan die het gehele schooljaar afgenomen kunnen worden:

- Rewriters. Leerlingen lopen ter inspiratie een gedeelte van de Rewriters Street Art Route en mogen daarna zelf aan de slag met een eigen kunstwerk.
- HIJS Studio. Leerlingen leren de basis van het schrijven van een eigen rap en de beginselen van het produceren van beats. Beide elementen worden toegevoegd waardoor er in samenwerking met andere leerlingen een eigen nummer ontstaat als eindresultaat.
- Snack Rap. Leerlingen bepalen samen het onderwerp dat centraal staat. Aan de hand van het thema ontstaat er in de vorm van improvisatie een eigen nummer dat ook gezamenlijk wordt opgenomen.
- Rewriters Bingo is een bingospel dat verwerkt wordt in de reeds bestaande Rewriters-app. Met de Rewriters Bingo gaan deelnemers met elkaar de strijd aan om specifieke street art-werken te zoeken, terwijl zij ondertussen informatie krijgen over de boodschap van het desbetreffende werk. Het spel is individueel en als groep te spelen. Deelnemers krijgen in de Rewriters-app een bingokaart met beelden van opvallende street art in een bepaalde buurt.

Doelstelling is het verlevendigen en veelzijdiger maken van op scholen gerichte educatie, door middel van aanbod op scholen zelf. De doelgroep bestaat uit basisschoolleerlingen (11-12), leerlingen in het voortgezet onderwijs (12-18) en het MBO (16-20). Samenwerkingspartners zijn KCR voor de bemiddeling tussen scholen en aanbieders en de SKVR voor het invullen van de vraag naar hiphopeducatie die zij niet zelfstandig kunnen beantwoorden.

2.6 Talentontwikkeling

Vele partijen in de stad richten zich op cultuureducatie. Wanneer je als stad veel in educatie investeert, is het van wezenlijk belang om ook in talentontwikkelingsmogelijkheden te voorzien voor diegenen die door willen stromen. Talentontwikkeling zit in het DNA van HIJS. Wij willen ons hard maken voor de jongere die enthousiast is geworden van een hiphopworkshop op school en verder wil, maar niet per se met dans. Voor deze jongere biedt HIJS BoomDox (muziek), Rewriters (beeldende kunst), HIJS Poetry (spoken word) en HIJSBEATS (beatmaking). Zo springt HIJS in de leemte die er momenteel, ondanks de inspanningen van het HipHopHuis, bestaat op onderdelen die niet met dans te maken hebben.

TOT SLOT

Hiphop In Je Smoel
Roots in Rotterdam
Hiphophoofdstad nummer 1
Zo één is er geen één

Hiphop In Je Smoel
Talent, educatief
Brutaal, professioneel
Jong, rauw en creatief

Hiphop In Je Smoel
Flexibel en klein
Uniek, eigengereid
Groots en eigenwijs

Hiphop In Je Smoel
Stad en land, lifestyle
Muziek, beeldende kunst
Festival en straattaal