

HIP • WHAT A HOP TIME TO HUIS BE ALIVE

Management samenvatting

HipHopHuis, kloppend hart van hiphop hoofdstad Rotterdam

1.1 Energieke community

Het HipHopHuis is een energieke community van creatieve jongeren met een positief en kritisch wereldbeeld die dagelijks met hiphop-muziek, dans of street art bezig zijn. Zij vinden in het HipHopHuis hun plek voor culturele en persoonlijke groei.

In de afgelopen vier jaar groeiden we van een enkele dansstudio in een lekkende garage naar een sfeer vol centrum met 5 studio's. We hebben onze positie flink versterkt met sterke projecten, events, gigs en street shows, tekenend voor onze grenzeloze dadendrang. We bereikten jaarlijks 24.000 jonge mensen, dat worden er ruim 50.000.

1.2 Urban platform

Van rauwe rap battles, een festival rondom female leadership of een internationale black power-expositie in het Stedelijk Museum. Geen kans bleef onbenut om het HipHopHuis te profileren. Onze activiteiten zijn de afgelopen vier jaar ruim verdubbeld. Door de grote kortingen op kunst- en cultuursubsidies konden we financieel niet doorgroeien. De bezuinigingen waren geen verrassing, maar het wegvallen van urban podium 'De Nieuwe Oogst' wel. Daarmee verdwenen talentontwikkeling en community-activiteiten uit onze scene. Dat vonden we onacceptabel – dus pakten we dat op, zonder structureel budget; wat onze organisatie behoorlijk onder druk zette.

1.3 Financiële zekerheid

Ons publiek is financieel niet draagkrachtig, wat het moeilijk maakt om inkomsten te vergroten. Doordat we naast ons (les)programma ook het gat van 'De Nieuwe Oogst' moesten dichten, kregen we in 2014 een liquiditeitsprobleem. We organiseerden een benefiet dat 36.000 euro opbracht. Toen konden we weer vlammen. We verwierpen projectsubsidies voor masterclasses, coaching en community-events.

De geleerde lessen resulteerden onder andere in een nieuw bestuur, met kennis van financiën, organisatieontwikkeling, cultuur en hiphop. Klaar voor de toekomst.

1.4 Groeien in diepte en breedte

De komende vier jaar zijn we niet 5 maar 7 dagen per week open, om aan de vraag te voldoen naar meer activiteiten voor producers, dj's, dichters en dansers. We maken ruimte voor toptalent, maar behouden de laagdrempeligheid. Met evenementen als battles, talkshows, exposities en jam-sessies bereiken we een breder publiek. Dit werpt nu al vruchten af. Recente events rond muziek en street art trokken een nieuwe crowd: naast deelnemers ook toeschouwers.

1.5 Professionaliseren om te groeien

We hebben een groot en effectief bereik via social media. Zo groeiden onze Facebook-volgers in vier jaar van 500 naar 7000. We hebben recent gekozen voor meer inzet op marketing en communicatie. Dat continueren we met extra power. Daar is mankracht voor nodig.

Personele uitbreiding is ook nodig om organisatorisch de volgende stap te maken. Eerder vervangen we vrijwilligers voor betaalde floormanagers tijdens openingstijden. Nu moeten we meer kwaliteit brengen in ons 'bedrijfje'. Een muziekprogrammeur en een zakelijk leider zijn nodig om verantwoord te groeien.

1.6 Onmisbare schakel in culturele sector

We zijn geen vreemde eend, maar wel een buitenbeentje. Wij zijn 'young, gifted and black', grootstedelijke jongeren die moeiteloos vanuit onze dansarena de stap maken naar een Schouwburg of Kunsthal. We zijn de missing link in cultureel Rotterdam. Hiphop is de grootste jongerencultuur. Rotterdam is jong en wordt steeds jonger. Do the math..

Inhoudsopgave

Management samenvatting	pag. 3
Inleiding	pag. 6
1. Misie, Visie en Strategie	pag. 8
2. Terugblik en vooruitblik	pag. 9
3. Publieksbereik	pag. 14
4. Meerwaarde voor de stad	pag. 15
5. Cultuureducatie	pag. 16
6. Talentontwikkeling	pag. 17
Bijlagen	
A. Woordenlijst	pag. 19
B. Communities rondom het HipHopHuis	pag. 20

De betekenis van de schuingedrukte woorden zijn uitgelegd in de woordenlijst, bijlage A.

Inleiding

Hiphop for dummies

Hiphop is cultuur

Hiphop is een culturele stroming die is ontstaan is in de jaren zeventig en waarvan graffiti, breakdance, rap, beatbox en dj'ing de basis vormen. In de loop der jaren is deze basis verbreed met beatcreating, street art en een tiental dansstijlen zoals krumping, popping en experimental. Het fundament van hiphop kenmerkt zich door de oorspronkelijke kernwaarden 'peace, unity, love and having fun'.

De toekomst is hiphop

Na 40 jaar is duidelijk: Hiphop is 'here to stay'. Uit een analyse van Spotify komt dat hiphop het meest beluisterde genre is, het album van rapper Kendrick Lamar is wereldwijd gekozen tot het beste album van 2015 en Brits onderzoek laat zien dat de afgelopen 50 jaar geen enkele muziekstijl de popmuziek zo heeft beïnvloed als hiphop.

Ook in Nederland domineert hiphop de hitlijsten. Lokale artiesten zijn in eigen land mateloos populair en scoren zowel op YouTube als in de mainstream media. De popprijs van 2015 werd onlangs uitgereikt aan hiphop collectief New Wave. Dansprogramma's zijn kijkcijferkanonnen en dragen bij aan de grote populariteit van hiphop/streetdance als dansstijl. Dans is niet aan taal gebonden en mede daarom zeer internationaal. Nederlandse bboys worden wereldwijd uitgenodigd om te jureren of om zelf mee te doen aan *battles*.

Menno van Gorp hoort bij de beste 4 *breakers* van de wereld en slaapt nog zelden in zijn huis in Rotterdam-Zuid. Steeds meer dansers zijn ook commercieel succesvol. Zo spelen bboys van The Ruggeds uit Eindhoven een hoofdrol in een video van Justin Bieber en pendelt Timor Steffens heen en weer tussen Los Angeles en Hilversum. De Rotterdamse danser en choreograaf is kind aan huis in het mediapark waar zijn programma 'Battle on the Dance Floor' wordt opgenomen.

De roots en kernwaarden van hiphop

Hiphop ontstond halverwege de jaren zeventig in The Bronx – New York. *Block parties* in leegstaande panden brachten graffiti-schrijvers, rappers, dj's en bboys bij elkaar. Deze beweging werd hiphop genoemd. In een tijd en plaats die gekenmerkt werd door armoede, drugs en geweld bood hiphop een alternatief.

Hiphop werd verder ontwikkeld door tieners in verschillende wijken van New York. Jongeren uit verschillende etnische groepen zoals afro-Amerikanen, Caraïbische immigranten (o.a. Puerto Rico, Haïti, Jamaica, Dominicaanse Republiek) en in mindere mate blanken (o.a. Ieren en Italianen) vormden groepen en *crews*. Met de skills groeide ook het zelfbewustzijn. Hiphop bracht ook toen al eigenwaarde, trots en saamhorigheid. De verschillende genres van hiphop ontwikkelen zich in hoog tempo. De leercurves zijn groot, want in hiphop maak je geen fouten, afwijkingen zijn het begin zijn van iets nieuws: originaliteit is hoogst haalbare. Iedereen bepaalt zijn eigen route en tempo. Steeds geldt: je eigenheid is je kracht, maar je bent nooit uitgeleerd. Het Afrikaanse spreekwoord 'Each One Teach One' is een belangrijk begrip. Het houdt in dat iedere beoefenaar zich inspannt om de kunst over te dragen en zo steeds nieuwe generaties te betrekken. Jong leert van oud, maar ook andersom: een veteraan kan ook van een kind iets nieuws leren.

Van de The Bronx naar Rotterdam

Begin jaren tachtig werd *breakdance* een rage in Europa. De hiphop-film 'Beat Street' draaide in de bioscopen en de 'Rock Steady'-crew uit New York reisde door Europa om deze film te promoten. Zij hadden zelf een hit die nog steeds iedereen kent: 'Hey you, the Rock Steady Crew'. Breakdance is in die jaren een trend in de grote steden, waar met name kinderen van gastarbeiders zich spiegelen aan deze multiculturele sterren. Breakdance wordt later ingehaald door *rap* en *graffiti*: de verschillende disciplines groeien uit tot afzonderlijke industrieën. Rotterdam ontwikkelt zich al snel tot hiphophoofdstad van Nederland. In de jaren tachtig is de stad even beroemd als berucht. Rauw, jong, multicultureel en in de beleving van velen: de halve stad onder de armoedegrens. *Peace en unity* zijn ver te zoeken in deze tijd waarin gangsterrap de toon zet, maar een onomkeerbare beweging is in gang gezet: *hiphop is taking over*.

Rotterdam verbonden met hiphop

In de jaren negentig worden de originele waarden van hiphop opnieuw relevant als *breakdance* een *comeback* maakt. In Rotterdam zijn een aantal *die-hard bboys* altijd actief gebleven en zij zorgen mede voor een snelle opleving van deze gemeenschap in die periode. Een tiental *crews* zet Rotterdam weer op de kaart. Zo maakten in de jaren '90 de *010 bboys* in een voorstelling met het Scapino Ballet en kregen de dansers van *Freezone* een '*residency*' als workshopdocent bij de SKVR. Grote impact op de lokale én de internationale scene heeft in die jaren het jaarlijkse breakdancefestival 'International Breakdance Event' (IBE). Tijdens IBE, dat sinds 1998 jaarlijks plaatsvond in Nighttown was dé plek waar *breakers* uit tientallen landen elkaar treffen en waar legendarische *battles* plaatsvonden. Rotterdam veroverde hiermee een prominente plek in de wereldwijde *bboy*-community. En die plek heeft Rotterdam nog steeds.

Rotterdam laat vervolgens als Culturele Hoofdstad van Europa in 2001 zien dat hiphop een onderdeel is van het DNA van de stad. Dit legt een basis voor de oprichting van ons eigen HipHopHuis. De opening vindt plaats in 2002 dankzij inspanningen door dansers van *010 bboys* en *Freezone*, met steun van de SKVR en de RKS (Rotterdamse Kunst Stichting). Een voormalige dansstudio aan de Coolhaven wordt omgedoopt tot HipHopHuis. De disciplines dans, muziek en *street art* worden verenigd en oude waarden worden in de huidige tijd geplaatst. Dit markeert de start van een structurele connectie van deze jongerencultuur met de stad.

Een grote behoefte in een uitdagende scene

De HipHopHuis-formule is uniek: een *bottom up* georganiseerde *community* van jonge multiculturele Rotterdammers die straatcultuur een eigen plek geeft in Rotterdam. Waar publiek, deelnemers, docenten, medewerkers en vrijwilligers samen een gemeenschap vormen, die door het andere cultuuraanbod in Rotterdam niet bereikt wordt. Uit de loyaliteit en commitment die het HipHopHuis heeft spreekt een behoefte aan verbinding door cultuur. Het HipHopHuis beweegt tussen de *underground* en commerciële danswereld, de muziekindustrie en culturele instellingen. We spelen hierin een verbindende rol en stimuleren de continue groei van de *community* en jongerencultuur in de stad.

In de afgelopen twee decennia is de populariteit van hiphop toegenomen, maar zijn de meeste urban-initiatieven gesneuveld of uit de stad vertrokken. Het International Breakdance Event is bekend geworden in Nighttown, maar na het sluiten van Nighttown vertrokken naar Heerlen, waar het jaarlijks zo'n 10.000 internationale dansliefhebbers naar Limburg trekt. Recentelijk verkoos conferentie en festival 'Rotterdam Beats' Amsterdam boven Rotterdam. Een groot verlies voor de stad, en niet in de minste plaats voor het HipHopHuis dat hiermee een sterke partner ziet vertrekken.

De grootste impact heeft waarschijnlijk de mislukking van de 'Nieuwe Oogst' gehad, het urban podium voor talentontwikkeling in de Maassilo. Dit initiatief heeft de stad miljoenen gekost, waarvan de Rotterdamse scene nauwelijks heeft kunnen genieten. Het HipHopHuis heeft als satelliet veel geïnvesteerd in dit podium en trok veel nieuw publiek. De 'Nieuwe Oogst' kreeg echter in de vorige Cultuurplanronde een negatief advies en ging ter ziele. Het liet een gapend gat achter. In de afgelopen jaren heeft het HipHopHuis dat gat zo goed en zo kwaad als het kon opgevuld – vaak zonder financiële middelen- met allerlei events voor en door de *community*. Omdat die behoefte groot is en beter bediend moet worden, maken we daar komende periode werk van.

Ondanks de kaalslag om ons heen hebben wij als HipHopHuis overleefd. Onze *'hustle hard'*-mentaliteit (cultureel ondernemerschap) komt voort uit creativiteit en overlevingsdrang. Een benefiet leverde veel geld op en een klusprogramma zorgde voor een verbouwing.

Let's do this!

We zijn in de afgelopen periode zelfbewuster geworden en willen artistiek, zakelijk en maatschappelijk verder groeien. De plannen die we hier beschrijven zijn geen vage dromen of verzonnen plannen, maar het resultaat van lessen en succesformules uit de afgelopen 4 jaar.

Nu is het tijd om flink door te pakken. In 2017 bestaat het HipHopHuis 15 jaar en floreert hiphop hoofdstad Rotterdam als nooit tevoren.

Let's do this!

1. Missie, Visie en Strategie

1.1 HipHopHuis

Het HipHopHuis is een leergemeenschap die wordt aangevoerd door koplopers uit verschillende artistieke *communities*. Met Rotterdam als thuisbasis opereren we (inter-)nationaal, zowel binnen de hiphop-scene als daarbuiten. Dit doen wij in een toegankelijke en sfeervolle leeromgeving met een grensverleggend aanbod in verschillende hiphopstijlen, dans, muziek en *street-art*-disciplines.

1.2 Visie

In onze ogen zijn alle jongeren kans- en invloedrijk. Hiphop cultuur daagt je uit om je eigen kracht te ontdekken en van daaruit te groeien, samen met de mensen om je heen.

1.3 Missie

We veranderen de wereld met hiphop: we *upliften* het individu, de *community* en de samenleving.

1.4 Formule

Het fundament van hiphop geeft richting aan onze acties en communicatie. Onze *community* is zowel afzender als afnemer van de activiteiten. Het pand van het HipHopHuis is laagdrempelig, ademt een huiselijke sfeer en een familiegevoel. De docenten, artiesten, deelnemers, vrijwilligers en medewerkers werken samen aan een continu groeiproces in eigenheid, talent, autonomie, de *community* en de maatschappij. Zo creëren we samen een goede *vibe*, eigenaarschap, een sterk merk en vernieuwende programmering.

1.5 Waarden

Onze waarden vinden hun *roots* in de universele hiphop-waarden 'Peace, Unity, Love en Having Fun'. Deze universele waarden delen wij met andere hiphop *heads* wereldwijd. In het Rotterdam van 2016 gelden nieuwe waarden die ons als organisatie richting geven.

Grind

We zijn *go-getters*, houden elkaar scherp, zien en grijpen kansen. *Work hard, play hard and party hard.*

Skills

Onze *skills* zijn onze trots. We koesteren kwaliteit, maar het is nooit af: We blijven leren, artistiek en professioneel.

Real

Alle dansers weten: kracht komt uit je *core*. Blijf dichtbij jezelf anders val je om. *Keep it real* betekent authentiek zijn. Uiteindelijk levert het niks op als je niet jezelf kunt zijn.

Woke

Bewust zijn van *issues* in de samenleving, moreel leiderschap. Kritisch naar de wereld kijken, discussiëren en een eigen mening formuleren.

Positive

We redeneren vanuit kansen en groei. We bewegen met zelfvertrouwen en optimisme naar elkaar en naar buiten.

1.6 Wat is onze strategie?

Ons aanbod staat voor een complete beleving van hiphopcultuur met *knowledge, skills en fellowship*. Het programma is te verdelen in drie hoofdlijnen: Lessen en cursussen (Get with the program), projecten voor talent (Step up your game), en activiteiten voor de community (Welcome to the jungle).

'Get with the program' introduceert beginners aan hiphop.

Top-*teachers*, landelijk bekend en gerespecteerd in het *urban circuit*, delen hun *skills* en kennis. Het lesrooster loopt van september tot en met juni en is toegankelijk voor iedereen. Van absolute beginners tot doorgewinterde vedetten.

'Step up your game' helpt talent verder. Jongeren met een missie worden gecoacht en krijgen workshops en masterclasses van internationale pioniers en artiesten in alle disciplines. Talkshows en lectures brengen lokale geschiedenis en kennis naar boven.

'Welcome to the jungle' is een programma voor en door de community. Een homebase en programmering die deelnemers en publiek bij elkaar brengt met verschillende soorten *get-togethers*: wedstrijden, *jam-sessies* en *performances*.

Dit alles wordt mogelijk gemaakt door een professionele staf met wortels en tentakels in de *scene*, samen met een twintigtal *community leaders* en evenzoveel vrijwilligers. Deze *crew* wordt bijgestaan door een betrokken bestuur met een breed netwerk en kwaliteiten in bedrijfskunde, kunst, HR en hiphop.

In de strategie voor de komende vier jaar gaan we voor kwaliteit, continuïteit en breedte.

2. Terugblik en vooruitblik

2.1 Terugblik 2013 - 2016

2.1.1 Inleiding

In deze vier jaar hebben we onze passie en veerkracht getoond. We hebben onze prille tienerjaren beleefd met een lach en een traan. Het bezoek en de *lecture* van rapper KRS One, het geweten van hiphop, was een bijzonder hoogtepunt. Deze levende legende gaf ons *props* voor het voortzetten van de *culture*, en dat in ons eigen huis.

Kippenvol. Ons dieptepunt was kort daarna, toen we de huur bijna niet meer konden betalen. We hadden 'op papier' wel geld, maar niet op de bank. De wanhoop was van korte duur. We gingen in *survival mode* en kwamen met een alles-reddend benefiet. *Don't call it a comeback*.

2.1.2 Vestiging in Delftsestraat

De start van de afgelopen cultuurplanperiode vierden we uitbundig met ons 10 jarige jubileum en de opening van onze nieuwe locatie. Met de vestiging in de Delftsestraat ging een grote wens in vervulling: In dit pand was ruimte voor alle disciplines van hiphop. Drie muziek- en twee dansstudio's, voldoende kantoren en een ontvangstruimte, alles met een frisse uitstraling. Omdat wij het hele pand niet zelf konden vullen verhuurden we een deel van de kantoren en studio's aan een aantal sterke spelers in onze scene. Boekingsbureau 'Missin' Link', organisatiekantoor '45 Live' en rapcollectief 'Ecktuuh Ecktuuh' werden onze bureaus. Hiermee namen de geloofwaardigheid en bedrijvigheid toe en kreeg het HipHopHuis een centrale positie in de Rotterdamse *urban scene*. De weg was vrij voor een prachtig nieuw hoofdstuk. *The sky is the limit* was te lezen op onze kalender voor 2013.

2.1.3 Verbreding programma en publiek

In ons nieuwe huis konden we het lesaanbod verdubbelen, omdat ons publiek in meerdere ruimtes tegelijk terecht kon. Dat gaf de speelruimte die we nodig hadden om nieuwe disciplines toe te voegen aan ons lesprogramma. Vanuit de nieuwe generatie kwam al sinds een paar jaar een luid en duidelijk signaal: meer populaire stijlen en disciplines uit het urban genre. *Krumping*, *waacking*, *dancehall*, *experimental* en *beatcreating* kregen een plek in het rooster. Nederlands beste en meest gepassioneerde *community leaders* werden aangetrokken om de lessen te geven.

Er is voor ieder wat wils en dat trekt een zeer divers publiek: van rauw en straat tot uitbundig en *fashionista*, van gepiercet en getatoeëerd tot *genderfluid* en *fabulous*. Hoe verschillend ook, voor alle stijlen geldt: bevlogen en toegewijd. Deze vernieuwingsslag was niet voor iedereen een welkome aanvulling. De puristen uit de achterban, met name uit de eerdere generaties, moesten even wennen aan deze wending. Inmiddels is de bredere benadering algemeen geaccepteerd, bijvoorbeeld ook bij wedstrijden is de variatie nu de norm. Iedereen beweegt moeiteloos door elkaar. Een indruk van de breedte van onze community geven we in Bijlage B.

2.1.4 Projecten voor talent

Toen duidelijk werd dat de 'Nieuwe Oogst' zou omvallen, hebben we een nieuw plan gemaakt voor de *kids* met potentie. Vanwege de lange procedures rond projectsubsidies duurde het even voordat we hiermee konden starten, maar in de tweede helft van deze cultuurplanperiode konden we weer *finesse* en diepgang brengen in de verschillende stijlen. Met gesprekken over geschiedenis en cultuur, evenementen voor beleving en krachtmeting, en masterclasses voor

de verfijning van specifieke skills. Maar ook door het daadwerkelijk te doen: Bijvoorbeeld samen met een docent van de Willem De Koning Academie en een verffabrikant benaderden we *upcoming street artists* om ons pand letterlijk kleur te geven. Er kwamen veel reacties op: De kunstenaars deden mee met een pitch, en de docent coachte de winnaars om te zorgen dat hun ingediende schets ook tot z'n recht zou komen op de muur. Ieder kwartaal kwam er een nieuwe *piece* bij en de verffabrikant bezorgde ons voldoende materialen en zorgde voor coole filmpjes van *the making off*.

Onze programma's waren niet allemaal gericht op de artistieke groei, maar ook op ondernemerschap en professionalisering. Zo was ons festival 'Firestarter' drie dagen lang gericht op inspiratie voor ondernemers in de *urban scene*. Met persoonlijke coaching hebben we zo'n 20 individuen gesteund in het verder ontwikkelen van hun initiatieven. Dat werkte heel goed. Sommige deelnemers hebben hun vleugels kunnen uitslaan naar een groter speelveld, zoals 'Beat M Up', die nu een landelijke wedstrijd organiseert voor *beatmakers*. Het collectief 'Sprakuhloos' heeft zich beter kunnen organiseren en structurele partnerships kunnen sluiten. Drie dansers werkten een idee en verdienmodel uit en zijn onder de noemer 'Quality of Motion' een bedrijf gestart in fitness en personal training. Het versterken van het zelf-organiserend vermogen van deze *scene* is van groot belang, zowel voor de initiatieven zelf, als voor het aantrekken van frisse aanjagers in het HipHopHuis.

2.1.5 Events

Naast de jaarlijkse grote seizoensafsluiters HipHopCity en Tuff Enuff Awards hebben we de afgelopen jaren zo veel mogelijk *community events* ondersteund, die door initiatiefnemers in onze achterban werden aangedragen. Bijvoorbeeld Wreckin' Shop, The Gully District, Vogue Ball, Rockin' Sunday en Return of the Bboy. Deze jams voor dansers, georganiseerd door lokale *crews*, waren soms in combinatie met masterclasses van (internationale) gasten. De energie van deze momenten zorgden voor balans in ons programma: De deelnemers van de lessen vonden hierin een moment om naartoe te werken: ze konden hun *skills* toetsen in een wedstrijd, hun passie delen met vrienden en helden. Daarnaast kwam er steeds een nieuw publiek kijken dat vervolgens kon aansluiten in ons vaste programma. Op deze manier hebben we ook leerlingen geworven voor de lessen. Dankzij de projectsubsidies hebben we dergelijke events met name in de tweede helft van deze afgelopen periode kunnen *supporten*.

2.1.6 Internationaal

Als organisatie kregen we steeds meer internationale erkenning: we werden als spreker uitgenodigd op conferenties in New York (NYU), Amsterdam (TED-X), Heerlen (IBE) en Berlijn (RedBull). Mede dankzij deze internationale erkenning hebben we, als pionier in het genre van hiphop-educatie, ons mondiale netwerk uitgebouwd. Onze mensen gingen de wereld voor workshops en wedstrijden. Ook vanuit Nederland is er gebouwd aan deze relaties: samen met onze partner '45 Live' hebben we jaarlijks internationale artiesten kunnen uitnodigen voor het festival 'The Notorious IBE'. Ook met BIRD en Roots & Routes hebben we deze formule toegepast. Dankzij deze samenwerking is het afgelopen jaren steeds gelukt om internationale artiesten ook naar Rotterdam te halen. Hoogtepunten waren bezoeken van Amerikaanse pioniers als KRS One, Slum Village, Stretch & Bobbito, Mr. Wiggles, Asia One, Crazy Legs en Archie Burnett. Deze artiesten trokken niet alleen volle zalen, maar onderstrepten onze visie.

Met de Canadese organisatie UNITY is de afgelopen vier jaar een speciale band ontstaan. We leerden elkaar kennen tijdens the Notorious IBE waar wij jaarlijks internationale workshops organiseren. De organisatie van UNITY lijkt op de onze, het team bestaat grotendeels uit jonge gedreven *hiphop heads* aangevuurd door oprichter en *bboy* Michael Prosserman. Onze programma's zijn inhoudelijk vergelijkbaar, maar de verschillen zijn dat UNITY vooral een sociaal doel heeft, ten dele door het bedrijfsleven gefinancierd wordt, geen eigen locatie heeft maar daarvoor nauw samenwerkt met scholen en buurthuizen. We hebben elkaar veel te bieden en hebben in de afgelopen tijd ook veel kennis uitgewisseld, zowel in Rotterdam als in Toronto.

2.1.7 Onderwijs

In het HipHopHuis zijn wij continu bezig met leren en talent ontwikkelen. Toch hebben we in de afgelopen periode gemerkt dat het reguliere onderwijs (basisscholen en middelbare scholen) te ver van ons af staat. Onze formule is voor en door de *urban community*. Scholen zijn een heel andere doelgroep, die niet bij onze werkwijze blijkt te passen. Onze ideeën en middelen om scholen te enthousiasmeren werkten onvoldoende. Mooie boekjes en filmpjes in kantine leverden positieve reacties op bij leerlingen, maar het aantal scholen dat workshops inkocht werd kleiner in plaats van groter. Dankzij trouwe klanten en samenwerking met partners als SKVR en TRIAS hebben we alsnog een aantal nieuwe scholen kunnen bedienen, maar dit bereikte niet de resultaten die we vooraf voor ogen hadden. Daarom gaan we in de toekomst anders om met het onderwijs.

2.1.8 Organisatie

Onze organisatie heeft een flinke ontwikkeling doorgemaakt, in volume en in professionaliteit. We hebben in korte tijd een reorganisatie in twee rondes doorgevoerd, in de eerste ronde betrokken we een nieuwe generatie bij de organisatie en namen we afscheid van 2 van de 3 oprichters. Dat was een grote ingreep met veel impact op de dagelijkse praktijk, zowel inhoudelijk als uitvoerend. De jongeren gaven een andere invulling dan de oude garde. Bovendien zorgde de verhuizing voor een totaal nieuwe situatie. In de tweede ronde hebben we een functiehuis opgesteld passend bij deze nieuwe setting. Een facilitair medewerker was noodzakelijk in zo'n multifunctioneel pand met onderhuurders en veel meer bezoekers. Ook hebben we tijdens openingstijden betaalde floormanagers ingezet, een communicatie-medewerker die op projectbasis werkte structureel aan ons verbonden. We hebben 'de juiste mensen op de juiste plek' kunnen plaatsen. Een interim zakelijk leider hielp bij deze omslag en legde de basis voor een verbeterde administratieve organisatie. Helaas konden wij deze zakelijk leider niet structureel betalen want op financiën was zowel verdedigen als aanvallen hoognodig.

Dankzij het overheidsprogramma Wijzer Werven hebben we twee verschillende trajecten gevolgd met ons kernteam. In dit groepsproces hebben we veel geleerd over verdienmodellen, *customer service*, onderhandelen en klantenbinding. Het continu sleutelen aan professionaliteit heeft bijgedragen aan een gemotiveerde sfeer op kantoor. TEDX-filmpjes over leiderschap werden regelmatig gedeeld via onze groeps-app. Op de vloer hebben we in de afgelopen periode veel nieuwe vrijwilligers ingewerkt. Ze hielpen ons zowel bij structurele werkzaamheden, als bij eenmalige evenementen en festivals. Het zijn allen enthousiaste ambassadeurs van het HipHopHuis, onze voelspriet in de achterban.

2.1.9 Financieel

Afgelopen periode was op financieel vlak uitdagend te noemen. Wij kijken positief naar de wereld en zien overal een kans, maar deze vier jaar waren echt taai. De subsidie van de gemeente was net voldoende om de basiskosten voor huur en personeel te dekken. Maar gezien de beperkte draagkracht van ons publiek en de hoogte van de vaste kosten in de nieuwe locatie konden we nauwelijks financieel bijsturen. Maar wie niet rijk is moet slim zijn: Met behulp van een klusprogramma van RTL 4 werd met een tiental vrijwilligers onder professionele begeleiding een volledige lesruimte opgeknapt. Onze behoefte om iets te doen aan geluidsisolatie bleek niet mediageniek genoeg, maar het inrichten van de nieuwe ruimte wel. Wij verschenen met een '*big smile*' voor de camera.

Een bijzondere achterban

Onze achterban, of community is een zeer creatief, maar financieel niet draagkrachtig. Lessen zijn onze core-business en onze meest kostbare activiteit. Onze community heeft onvoldoende ruimte om mee te kunnen blijven doen als we entreprijzen verhogen. Dat merken we ook als we op zoek zijn naar alternatieve inkomsten – die zullen voorlopig van buiten de community moeten blijven komen.

Ook een grootschalig benefiet heeft ons gered: We hadden te maken met een groeiend probleem rondom liquiditeit dat een hoogtepunt bereikte in 2014. Dit werd getackeld met een benefiet in het Nieuwe Luxor Theater. We kregen veel *goodwill* vanuit de directe achterban, de culturele sector, de media en uit de samenleving: Dankzij vele donateurs werd gezamenlijk ruim 35.000 euro bij elkaar gebracht. Dit was niet alleen het bedrag dat we nodig hadden om te overleven, maar ook een steun in de rug: Het HipHopHuis werd zichtbaar breed gedragen. Het grootste deel van de opbrengst kwam niet vanuit de directe achterban. De jeugd nam wel deel aan diverse acties om geld in te zamelen, maar kon zelf financieel niet veel bijdragen.

In de tweede helft van de periode werd het beter: na lange aanvraagprocedures konden we beschikken over meerdere projectsubsidies. Nog geen vetpot, maar hiermee hebben we het hoofd boven water kunnen houden.

2.1.10: Lessen

Op financieel en organisatorisch vlak hebben we ontzettend veel geleerd. Hieronder presenteren we puntsgewijs onze belangrijkste lessen.

- Het nieuwe pand vraagt continu aandacht. Onderhuurders, meer en deels anoniem publiek, meer personeel op de vloer, andere procedures en onderhoud vragen om continue aandacht en aansturing.
- Geld verdienen aan ons eigen publiek blijkt een lastige opgave. Ze hebben weinig te besteden en ontwijken commitment op lange termijn. Veel van onze jongste leden worden gesteund door het Jeugd Cultuur Fonds.
- Verhuringen vinden vooral plaats binnen onze eigen achterban. Zij hebben geen geld voor marktconforme tarieven. De huurinkomsten die we vooraf hadden ingeschat, vallen tegen.

- Het betrekken van bedrijven als partner of klant blijft lastig. Het lukt ons niet om substantieel geld te verdienen aan warme contacten. Wel is er uitwisseling van kennis, en ook kunnen we rekenen op goodwill. Bij befriet bleek dat dit netwerk in tijden van nood toch veel kan opleveren.
- Het bedenken van verdienmodellen is tof en geeft veel moed en energie, maar deskundig en toegewijd personeel om het uit te voeren is essentieel. Een zakelijk leider is noodzaak.
- Met de verbreding van onze publieksgroepen wordt communicatie steeds belangrijker. Op dit vlak is nog veel winnen.
- Van UNITY leerden wij dat sociale en maatschappelijke doelen veel organischer verweven kunnen worden dan wij dachten. *Social skills* vonden we vroeger een vies woord, tegenwoordig is het een onderdeel van het bouwen van een sterke persoonlijkheid. Met mentale kracht win je niet alleen *battles* op de dansvloer maar ook in een sollicitatiegesprek.
- Ontwikkelen in professionaliteit en ondernemerschap gaat samen met artistieke groei. Het staat niet los van elkaar, het is een totaal proces om te voorkomen dat artistiek talent strandt.
- Onze internationale programma's hebben veel impact op onze deelnemers. Dit zijn de onderscheidende momenten. We moeten blijven investeren in ons internationale netwerk.
- Onze achterban komt niet alleen voor kennis en kunde, maar ook nadrukkelijk voor vrienden en een familiegevoel.
- We zijn geen goede match met reguliere onderwijs programma's op scholen. Onze investering leverde onvoldoende op in bereik en cultureel opzicht.

2.2 Vooruitblik 2017-2020

We dromen van een stad waar jongeren goed in hun vel zitten, mondig zijn en zich creatief kunnen uitdrukken. Waar harmonie is in verscheidenheid. Waar hiphop een gewaardeerde kunstvorm is en waar vrije geesten de leiding nemen. Waar het HipHopHuis een begrip is als voorvechter van deze werkelijkheid.

Daar gaan we voor in de komende periode. We komen van ver, maar kunnen nog zo veel meer. Komende 4 jaar gaan we ons bereik verdubbelen. We gaan zeven dagen per week open. We zijn in staat verschillende publieksgroepen te bedienen en dat gaan we veel vaker doen. Een multidisciplinair programma met aandacht voor muziek en dans. En veel meer activiteiten naast de lessen. Voor ons publiek gaat een langgekoesterde wens in vervulling: van hiphop leren naar hiphop leven. Het HipHopHuis wordt nog meer een thuishaven, een plek om te *chillen*, *skills* te ontwikkelen en de cultuur te ervaren. Voor ons bedrijf zoeken we naar een nieuwe balans. Krachtig en flexibel. Daarvoor is meer expertise in huis nodig. Ons personeel willen we normaal waarderen. Van structureel onderbetaald naar de culturele norm. En de grootste wens is relatieve rust op financiën: van stressen in de file naar cruise control. Met een gezonde basis kunnen we weer ondernemen.

“Zonder muziek geen dans”

Wijze woorden van E-life, een hoog aangeschreven Rotterdamse muzikant en ervaren rot in de hiphop-scene. Hij trad in 2015 toe tot ons bestuur om onze kracht in muziek te vergroten. E-life: “Ronnie Flex is de meest gestreamde Nederlandse artiest, Typhoon spreekt alle generaties aan en het album van Great Minds is de hemel in geprezen – het HipHopHuis wordt nota bene genoemd in het nummer Dak van de Wereld. Geen wonder dat er hele troepen kids staan te trappelen om in de voetsporen van hun helden te treden. Daar moeten we als HipHopHuis aan bijdragen.”

Onze ambitie voor de komende vier jaar is het steviger neerzetten van het HipHopHuis als *place-to-be*.

Dat doen we met 4 strategische thema's:

1. *Meer variatie in lesprogramma 'Get with the program'.*
2. *Structurele programma's voor talent 'Step up your game'.*
3. *Meer ruimte voor de community 'Welcome to the jungle'.*
4. *Inhoudelijke en zakelijke professionalisering.*

2.2.1 Meer variatie in lesprogramma 'Get with the program'

We staan het meest bekend om onze open trainingen, lessen en cursussen. Dit blijft de basis van onze programmering. Op gebied van muziek en *street art* wordt het programma uitgebreid: meer aanbod voor dj's, *beatmakers*, producers, dichters en illustratoren, (*sign*) *painters* en *graffiti*-schrijvers. Waar we voor dans goed op de kaart staan, is voor een disciplinebreed aanbod meer expertise en netwerk in huis nodig op gebied van muziek en *street art*. Voor de discipline dans betekent dat met name een investering in meer selectieklassen. Voor muziek en *street art* is een andere benadering nodig. Daar zijn vooral ook korte cursussen en workshops nodig, in combinatie met selectieklassen en eenmalige concepten. Zo kunnen we vernieuwen en experimenteren.

We maken verbindingen met initiatieven in het veld en houden de stap tussen de les en de scene klein. De deelnemer moet makkelijk kunnen schakelen in de rol van leerling tot *performer*. De lessen worden geleid door toonaangevende artiesten uit de lokale en nationale hiphop-gemeenschap. Geen beroepsdocenten maar winnaars en vernieuwers binnen ieder genre. Absolute rolmodellen die symbool staan voor de waarden van hiphop en zo bijdragen aan de kwaliteit van de gemeenschap.

Muziek

Bij hiphopdansers is het volgen van lessen van verschillende docenten de gebruikelijke manier om te leren. Dat is voor muzikanten anders. Er is geen rapper die les volgt bij een andere rapper. Zelfs niet als het Jay Z is. Oefenen op je zolderkamer is voor de meeste MC's de gebruikelijke route. Voor dichters is dat al heel anders. Die zoeken elkaar op om samen te schrijven en aan elkaar voor te dragen. Onze *spoken word* lessen worden geleid door Gery Mendes, theatermaker, muzikant, rapper en dichter.

Voor DJ's, producers en beatmakers zijn structurele lessen ook niet ideaal. Een combinatie van korte cursussen en masterclasses werkt hier beter. *Beatcreating* is een goed voorbeeld van deze formule: een van Nederland's beste muziekproducers is *Killing Skills*, geboren als Jaap Wielewel, geeft sinds kort cursussen in het HipHopHuis. Rondom deze lessen vinden *beatsessies* plaats van het Rotterdamse

collectief 'The Beatmakers Union', waar *beatmakers* van verschillende niveaus elkaar ontmoeten om aan de hand van een thema samen beats te maken. Killing Skills is erbij betrokken en moedigt zijn leerlingen aan om deel te nemen. De sessies vinden plaats in huiskamersfeer en trekken zo'n 20-50 *beatmakers* en *producers* aan. Op deze manier wordt het HipHopHuis bevestigd als *go-to place* voor *beatcreators*, en wordt Killing Skills als docent door de scene gedragen. Het gevolg is dat gevestigde *beatmakers* ook potentiële deelnemers in hun netwerk verwijzen naar de cursussen.

Dans

Het dansprogramma is succesvol in het HipHopHuis. We breiden het aantal laagdrempelige lessen niet uit, maar creëren aan de bovenkant meer ruimte voor selectieklassen. Daar is grote behoefte aan. In het HipHopHuis is de toegang heel laagdrempelig. Je kunt instappen wanneer je wilt – en dat blijven we aanbieden. Voor beginners is het fijn om te kunnen shoppen in het aanbod, maar bij lessen voor gevorderden en selectieklassen dansers is continuïteit in de groep erg belangrijk. Bij selectiegroepen is nieuwe instroom alleen mogelijk op vastgestelde momenten zodat de docent ergens naartoe kan werken. Het meest onderscheidende van de selectieklassen is het niveau en de op maat gemaakte coaching. Deze gevorderde groepen worden samengesteld door de vaste trainers, soms via een auditie. Deze groepen vormen een groep die uit kan groeien tot een showteam of een *battle*-team. De leerlingen bepalen samen met hun coach de inhoud van hun programma en de *guest-teachers*. Ze krijgen les van specialisten uit het HipHopHuis en daarbuiten.

Street art

In de connectie die we afgelopen jaren maakten met verschillende *street art communities* merkten we behoefte aan lessen. Een introductie cursus met *sign-painting*, illustratie, kalligrafie en graffiti. Hiermee starten we een nieuwe discipline in het HipHopHuis, voor kids, tieners en volwassenen. Afhankelijk van de belangstelling volgen na de introductie cursus ook vervolgentrainingen op de onderdelen waar vraag naar is. De juiste trainers voor deze cursus vinden we in samenwerking met onze partners Opperclaus, Galery RR en Rewriters, en artiesten uit onze achterban waarmee we gewerkt hebben zoals Lucky Dubz, Stacii Samidin, Venour, Resuk en Lastplak. Ook deze *street art*-cursus hangt samen met evenementen in huis. Exposities, muurschilderingen, talkshows en lectures.

In cijfers: Per jaar bieden we meer dan 3120 uur les in 19 verschillende disciplines. Daarnaast 720 uur per jaar open practise. Hier doen zo'n 24.000 deelnemers aan mee.

2.2.2 Structurele programma's voor talent 'Step up your game'

Nieuwsgierige en ambitieuze deelnemers kunnen steeds verder blijven groeien. Ze verdiepen hun *skills* in selectieklassen, internationale masterclasses, inspiratiesessies en gesprekken met hun voorbeelden. Daarnaast is er coaching op leiderschap en ondernemerschap. Deelnemers groeien zowel inhoudelijk als zakelijk. De uitkomst is een iemand met eigenheid en sterke vaardigheden, kennis van de cultuur, geschiedenis en het internationale veld. Een zelfbewust individu met een visie op ondernemerschap, een toekomstige leider binnen en buiten de gemeenschap. Gebaseerd op de ervaringen van de afgelopen 4 jaar zetten we in op de volgende componenten als onderdeel van 'Step up your game':

Coaching in ondernemerschap

We bieden structurele coaching aan op het gebied van ondernemerschap en organisatie voor *start-ups* en initiatieven uit de *scene*. Jaarlijks begeleiden we 15- 20 initiatieven, die elk in aanmerking komen voor tweewekelijkse persoonlijke coaching.

Pioniers: A Night with...

Zes keer per jaar nodigen wij zelf een internationale grootheid uit voor het avondvullende programma 'a Night with...'. Deze pionier geeft niet alleen een masterclass, maar gaat ook in gesprek met het publiek en doet mee aan een open training. Deze sessie wordt op schrift en op video geregistreerd en gedeeld via mediapartners als 'FunX' en 'HipHopInJeSmoel' (HHIJS).

Masterclasses

Jaarlijks organiseren we 12 Internationale masterclasses. Die worden ad hoc geprogrammeerd zodra de gelegenheid zich voordoet. De artiesten zijn in het land op uitnodiging van iemand uit ons netwerk. Door goede afstemming en een relatief klein budget kunnen deze masterclasses gerealiseerd worden zonder dat voor iedere internationale gast de vlucht en een uitgebreid verblijf betaald hoeven te worden.

Talkshow Real Talk

In de talkshow 'Real talk' staan lokale koplopers centraal die aan de hand van videofragmenten vertellen over de loop van hun carrière en maatschappelijke thema's. Ieder gast neemt zijn of haar rolmodel mee. De oude meester die hen inspireerde. Op deze manier leert het publiek ook een andere generatie kennen, en daarmee de Rotterdamse hiphop-geschiedenis. Het gesprek gaat over *roots*, *stijl*, *hustle* en *struggle*. Deze talkshow kan plaatsvinden in het HipHopHuis, maar ook op locatie, zoals de foyer van de Rotterdamse Schouwburg, of op een festival.

In cijfers: per jaar coachen we 15-20 initiatieven, organiseren we 12 inspiratiesessies rondom ondernemerschap, 12 internationale workshops, 8 'Real talk'-gesprekken, 6 x 'a Night with' masterclass-programma met internationale pionier. Hier komen 2040 bezoekers af.

2.2.3 Meer ruimte voor de community 'Welcome to the jungle'

Het leren van hiphop is tof, maar het beleven van hiphop is daarvoor de motor. Dat doen we enerzijds het creëren van een *homebase* in het pand, anderzijds door meer events en activiteiten voor een grotere achterban en breder publiek.

Voor veel jongeren is het HipHopHuis een tweede huis, vandaar dat we de *homebase* openen. Sinds de verhuizing naar de Delftsestraat vraagt onze jeugd om een hangplek met de sfeer van een huiskamer en de functie van een kantine. Een ruimte waar onze kids kunnen *chillen*, hangen, eten, *gamen*, video's bekijken en praten. Het gezamenlijk eten brengt de familiefseer waar het HipHopHuis zo bekend om staat. Het is een moment waarop men tot elkaar komt. Deze kantine is een plek waar niet de *skills* centraal staan, maar ontspanning en samen-zijn. Een ruimte ook waar plek is voor het gesprek met een maatschappelijk thema, iets waarvan we de urgentie voelen in deze tijd. Naast de *homebase* breiden we onze activiteiten verder uit, waarmee we ons pand elke dag van de week gebruiken. Hieronder worden de verschillende programmaonderdelen toegelicht.

In cijfers: 1 homebase die 7 dagen per week open is, toegankelijk voor de hele community

2.2.4: Community events

Performance is de ultieme ervaring, en ervaring is de beste leermeester. Het beleven van hiphop is een essentieel element in de rol van het HipHopHuis. Het uitvoeren van je vaardigheden in een arena of op een podium. Het toetsen van je *skills* in een wedstrijd, het delen van je passie met je vrienden en je helden. Daarom organiseren we events, zowel voor de deelnemers als voor het publiek. De deelnemers krijgen een podium voor hun 'lesstof' en het motiveert enorm om te trainen voor een *battle*. Daarnaast komt er steeds een nieuw publiek kijken dat zich mogelijk aansluit bij de *community*. Zo vergroot het HipHopHuis de publieksfunctie en organiseert tevens de toestroom van nieuwe aanwas. Uit een recent onderzoek blijkt dat de meeste nieuwe leden via bestaande deelnemers instromen.

De events worden in nauwe samenwerking met initiatiefnemers uit de *urban* en de culturele sector georganiseerd. Onze *community leaders* zetten hun netwerk in om interessante gasten uit te nodigen, hun achterban te mobiliseren en vernieuwende concepten te lanceren. 'Welcome to the jungle' is heel belangrijk in de zichtbaarheid van het HipHopHuis en onze leiders en deelnemers.

Het HipHopHuis zorgt de komende 4 jaar nog beter voor de randvoorwaarden om deze evenementen te laten plaatsvinden en ondersteunt door hen te verbinden met fondsen en instellingen of zorgt voor vergunningen, begrotingen of de juiste faciliteiten. Daarbij past ook dat het HipHopHuis bijdraagt aan de kosten van events die zichzelf niet terugverdienen; een groot deel van onze *community* is immers niet typisch de meest financieel draagkrachtige.

In cijfers: we dragen bij aan de organisatie van 12 community events per jaar. Deze worden bezocht door zo'n 600 bezoekers.

2.2.5 Inhoudelijke en zakelijke professionalisering

Verankeren van kennis

Artistieke, didactische en maatschappelijke kennis die nu vooral in mensen (medewerkers en docenten) zit, gaan we vastleggen in reguliere procedures en zo gaan we beter sturen op kwaliteit. Het HipHopHuis heeft in de afgelopen jaren geprobeerd zich te gedragen naar de standaard van het model 'culturele instelling'. Hoe divers de culturele sector ook is, deze mal past ons niet. Het is nodig om verder te ontwikkelen, om te groeien in onze betekenis, maar ook om evenwichtige samenwerkingsverbanden aan te gaan. Onze maatschappelijke benadering van hiphop geeft veel kansen voor verbindingen. Nadere uitwerking van onze artistieke en maatschappelijke visie zorgt ervoor dat deze programma's, die onderscheidend, scherp en actueel zijn, door meerdere mensen uitgevoerd kunnen worden.

Samen met Unity organiseert het HipHopHuis een jaarlijkse docenten training, die aansluit op een groot landelijk *urban*-event als 'Summer Dance Forever' of 'the Notorious IBE'. Deze koppeling zorgt voor bewustwording, kennis, onderlinge binding in het team en voor een onderdompeling in de internationale scene.

In cijfers: per jaar organiseren we 1 docententraining i.s.m. 'Unity', 'the Notorious IBE' en/of 'Summer Dance Forever'. Hieraan doen 20+ artiesten mee.

Versterking zakelijke organisatie.

Onze formule is gebaseerd op aandrijving door de doelgroep, waarvan de kracht op artistiek en operationeel niveau zit. Er is behoefte aan een betere balans tussen deze juniors uit de *urban*-scene en ervaren professionals. Dit is o.a. nodig voor een gelijkwaardige uitgangspositie bij samenwerkingen met grote of traditionele organisaties. Personele uitbreiding aan zakelijke kant is noodzakelijk voor besteding op bedrijfsvoering en stabiliteit en groei op financiën. Adviseurs die onderzoek bij ons deden, bevestigen dit beeld. Om de uitgewerkte verdienmodellen en diensten voor de zakelijke markt daadwerkelijk uit te voeren mist het HipHopHuis een aantal functies met een commercieel profiel zoals *sales* en zakelijke leiding. Om commerciële kansen te benutten is tijd en toewijding nodig.

In cijfers: we voegen 1 zakelijk leider toe aan onze organisatie

Een nieuw bestuur

Juist ook om een nieuwe zakelijkheid te borgen is fors geïnvesteerd in het vinden van nieuwe bestuurders. Vanaf medio 2016 staat een sinds eind 2014 ingefaseerd volledig nieuw bestuur aan de lat. Zij brengen gezamenlijk financiële expertise, organisatorische ervaring, culturele kennis en geloofwaardigheid vanuit de hiphop community aan tafel. Deze frisse wind past bij een nieuwe fase.

3. Publieksbereik

3.1 Publiek en bereik

Dagelijks publiek

Sinds de verhuizing naar de Delftsestraat is ons bereik verdubbeld. De centrale ligging en uitstekende bereikbaarheid helpen daarbij. Vanuit heel de stad en ver daarbuiten komen jongeren op ons programma af. Ons publiek is multicultureel. We vinden dat vanzelfsprekend. We hebben niet onderzocht waar de *roots* van onze deelnemers liggen. Want: hiphop is kleurenblind, maar we hebben wél alle kleuren in huis.

We hebben een sterke band met ons publiek. Iedere avond is er een andere sfeer. De bezoekers verschillen enorm: puberende tienermeisjes in de choreo-lessen van Sheree en Meyline, zelfbewuste fashionista's die komen voor de waacking-sessies met Amber 'Ambiance' Vineyard en in de 'experimental'-les van Gil heeft niemand nog z'n natuurlijke haarkleur. Iedere trainer heeft z'n eigen 'following', waar andere codes gelden.

Hoe meer lessen en disciplines het HipHopHuis kan aanbieden, des te meer van dergelijke *communities* aan ons verbonden zijn. Buiten de lessen om spreken de jongeren elkaar over thema's die hen bezig houden. Uitgaan, school, stageplaatsen, racisme, gender, relaties et cetera.

De floormanagers en vrijwilligers worden regelmatig geraadpleegd over allerlei onderwerpen. Veel van onze leerlingen zitten op het MBO. Dat merken we aan de stage aanvragen die we krijgen via de floormanagers.

In de lessen bereiken we nu zo'n 13.000 deelnemers, dat aantal stijgt naar 20.000. De enige beperking is de capaciteit van de zalen. We verruimen de openingstijden van 5 naar 7 dagen per week.

Bereik door Events

Naast lessen spelen eenmalige activiteiten een steeds grotere rol. Hierop komen niet alleen deelnemers af, maar ook toeschouwers. Dit zorgt voor enorme groei van ons bereik. Op de opening van een expositie komen andere toeschouwers dan bij een *lecture* van een rapper. Een filmavond met een BBQ trekt weer een andere *crowd*. Afgelopen jaar hebben we gemerkt dat er veel mensen ons voor het eerst bezochten. Iedere keer als de bel van de voordeur ging betrof het een nieuwkomer, want verder weet iedereen dat de achterdeur de hoofdingang is. Het geeft ons vertrouwen dat nieuwe concepten, zoals een film en een Q&A met Stretch en Bobbito de zaal kunnen uitverkopen, aan een publiek waarvan de helft nooit eerder bij ons geweest is.

Bij community events zoals *battles* en *showcase* avonden nemen deelnemers zelf publiek mee om hen aan te moedigen. Vrienden, familie en klasgenoten komen kijken. De drempel om ook een keer mee te doen wordt hiermee kleiner: Ze zijn al een keer in het HipHopHuis geweest en hebben de sfeer geproefd.

Een andere groeikans is onze zichtbaarheid buiten onze scene: De programmering van talkshows en evenementen zorgt voor nieuwswaarde die ook door de reguliere pers wordt opgepakt. We spreken hierbij namelijk een breder publiek aan: Naast actieve deelnemers en hiphop liefhebbers komt hier ook de algemene muziek- en cultuurliefhebber.

3.2 Marketing en positionering

Het HipHopHuis is een sterk merk. Dat merken we aan de interactie op sociale media, aan de mening van onze stakeholders, aan de rating die we krijgen op Facebook, aan de snelheid waarmee onze merchandise uitverkocht is. De manier waarop we ons merk en onze *community* uitdragen zorgt voor grote betrokkenheid bij de achterban. Onze docenten zijn helden, rolmodellen van de doelgroep. Zij zijn zowel onderwerp als middel in onze strategie. Interviews, video's en quotes van de docenten worden gedeeld, zowel door het HipHopHuis als door de docenten zelf. Dit is een bewuste keuze: Onze deelnemers voelen zich sterk verbonden met de docent.

Het HipHopHuis communiceert voornamelijk online, op Facebook, Instagram en Snapchat. Maar ook offline staan de docenten centraal: Foto's van alle docenten hangen bij de entree, twee keer per jaar verspreiden we een lesrooster en vier keer per jaar we een nieuwsbrief met artikelen over docenten, projecten en artiesten waar we mee samenwerken. Op deze manier geven de toonaangevende leiders in de hiphop gemeenschap smoel aan de waarden van hiphop die het HipHopHuis in de huisstijl door middel van quotes uitdraagt.

In de komende periode willen we de kans grijpen om online meer inhoud te communiceren. De doelgroep spendeert dagelijks minstens 3 uur online. Door naast (nieuws) berichten te plaatsen ook meer inhoudelijke berichten te delen kan het HipHopHuis zich steeds meer profileren als platform waar de *lifestyle* wordt beleefd. Hiervoor is in de organisatie een uitbreiding en verbinding nodig op communicatie en programmering. Het daadwerkelijk programmeren van online content. Zo zet de beleving van het HipHopHuis zich voort buiten de lessen en evenementen om, en wordt de culturele context steeds duidelijker. Dit zal de profilering ten goede komen.

Om ons huidige publiek beter te binden werken we aan loyaliteitsacties. Veel leden betalen nu per keer, terwijl ze wel bijna iedere week komen. Door abonnementen leggen we hun *commitment* vast. De meeste nieuwe leden komen via bestaande leden binnen, dus ook daar liggen kansen. Acties als *'Bring a friend'*, waarbij leden die iemand meenamen exclusieve workshops konden volgen, leverden in het verleden al veel op. Deze formule maken we structureel.

4. Meerwaarde voor de stad

Rotterdam is jong en multicultureel. Het HipHopHuis is dat ook. Hierdoor trekken we jongeren aan die zonder het HipHopHuis geen kennis zouden maken met cultuur en culturele instellingen. Bijna geen enkele culturele instelling in Rotterdam is in staat om de jongeren aan te spreken en te betrekken die het HipHopHuis wel bedient.

4.1 Het HipHopHuis programmeert hiphop

De meest toonaangevende (muziek)cultuur in Nederland is nauwelijks vertegenwoordigd in het aanbod in Rotterdam. En zeker niet breed verankerd in een cultureel programma waarbij leren, ontwikkelen en interactie centraal staat. Het HipHopHuis voorziet slechts in een fractie van de behoefte.

4.2 Het HipHopHuis bestaat voor en door jongeren

In het culturele aanbod zijn jongeren zwaar onderbedeeld. In de jongste stad van Nederland, die nota bene steeds jonger wordt, worden jongeren niet serieus genomen in het culturele aanbod. Het HipHopHuis bestaat voor en door jongeren. De deelnemers hebben een stem in de programmering, de huisregels, de faciliteiten en de communicatie. Het wordt gerund door tieners, twintigers, dertigers en een enkele veertiger, allen geworteld in de *hiphop-community*. Het is een klein wonder dat het HipHopHuis heeft kunnen ontstaan en overleven en het is een grote uitdaging om deze formule te handhaven in de huidige culturele infrastructuur.

4.3 Het HipHopHuis verbindt jongeren en hiphop met culturele instellingen

Het HipHopHuis opent graag deuren door te programmeren bij andere instellingen, zodat ons publiek geen drempel voelt en hiphop ervaart in een andere setting. De afgelopen jaren introduceerden we ons publiek bijvoorbeeld bij de Rotterdamse Schouwburg, De Doelen, museum Boijmans, Witte De With, TENT, het Nieuwe Luxor theater en de Kunsthal. Met een combinatie van programma en communicatie weten we de brug te slaan, met zeer positief resultaat en een meerwaarde voor alle betrokkenen. Het HipHopHuis presenteert zich ook op plekken als BIRD, Annabel, Showroom Mama en theater Zuidplein, waar de drempel veel lager is.

4.4 Het HipHopHuis is een multiculturele organisatie.

‘Wat je zegt ben je zelf’. Daar geloven wij in. In ons vak en voor ons publiek is geloofwaardigheid essentieel. Het HipHopHuis is opgericht door 3 (gekleurde) persoonlijkheden uit de Rotterdamse hiphop-scene en opgevolgd door een klein tiental jonge multiculturele aankomende zwaargewichten. Hierbij is etnische afkomst geen criterium, maar zijn vaardigheid en visie op hiphop dit wel. In hedendaags Rotterdam is het echter ondenkbaar om als organisatie wit en tegelijkertijd relevant bij de multiculturele jeugd te zijn. Wij voelen ook de kracht van herkenning als ons publiek ziet dat in alle lagen van de organisatie alle kleuren en smaken vertegenwoordigd zijn. Men voelt zich thuis. Dat geldt helaas niet altijd voor alle samenwerkingspartners uit de culturele sector en nog niet voor het bredere, meer traditionele bedrijfsleven. Die moeten vaak wennen aan ons personeel en onze werkwijze die vaak informeler en directer is dan men gewend is. In de komende periode willen we verkennen of de kentering die we menen te zien bij een aantal Rotterdamse bedrijven ook omgezet kan worden in succesvollere partnerships.

Nieuwe verbindingen

De urban scene is omvangrijk en de impact op jeugd en cultuur is groot. Dit zien ook steeds meer bedrijven buiten onze scene. We zijn al enkele samenwerkingen gestart met bedrijven die onze kernwaarden delen. Zij waren belangrijk bij het overleven van het HipHopHuis. We delen nu vooral voor kennis en kunde – bijdragen in de vorm van geldelijke sponsoring vinden blijft lastig. Samen met onze supporters bij de Rabobank, RebelGroup en Rotterdam Partners zoeken we naar verbreding van deze basis. Onze nieuwe bestuurders brengen daarbij een zeer waardevol netwerk in. De beoogd zakelijk leider gaat daarmee aan de slag.

4.5 Het HipHopHuis heeft een multicultureel publiek.

De deelnemers en bezoekers hebben veel verschillende culturele achtergronden. Welke achtergronden dit zijn, komt nauwelijks ter sprake – verscheidenheid is een gegeven. We hebben dit ook niet onderzocht. Dat we divers zijn in etniciteit, leeftijd, gender en geartheid is voor ons vanzelfsprekend en voor iedereen iedere dag zichtbaar. In het HipHopHuis hebben we het vooral over wat ons bindt, en niet over wat ons scheidt.

4.6 Het HipHopHuis is grass-roots georganiseerd.

De deelnemers hebben een stem in ons beleid. Via ambassadeurs, floormanagers, baliemedewerkers, vrijwilligers en docenten komen de wensen van het publiek bij ons terecht. Daar waar behoefte aan is, wordt aangeboden. Hierdoor is het programma van het HipHopHuis altijd relevant, voelen deelnemers zich betrokken en zijn we verzekerd van bezoekers.

4.7 Hiphop vergroot de kansen van Rotterdammers.

Het beoefenen van dans of muziek of het maken van *urban art* bouwt aan de persoonlijke groei van de deelnemers. Uit onderzoek dat we hebben laten uitvoeren, blijkt dat zelfvertrouwen, discipline, samenwerken en creatief denken resultaten zijn van ons aanbod. Sterker nog: uit datzelfde onderzoek blijkt onze bezoekers bewuster omgaan met voeding sinds ze bij ons komen. Dat laat zien dat de invloed op onze *community* heel breed is. Dit zijn effecten die ontegenzeggelijk invloed hebben op andere prestaties, zoals op school of werk.

4.8 Het HipHopHuis is aanjager van nieuwe initiatieven.

Een nieuwe generatie van initiatiefnemers ontpopt onder de vleugels van het HipHopHuis. Via inspiratiesessies en coaching groeien zij verder buiten de deuren van het HipHopHuis en zelfs buiten de *urban-scene*. Deze cultureel ondernemers in de dop zijn belangrijk voor de vitaliteit van de Rotterdamse culturele sector. Het zijn de vernieuwers van de toekomst.

4.9 Het HipHopHuis trekt bezoekers naar Rotterdam.

Het HipHopHuis is een sterk merk en heeft een regionale aantrekkingskracht. Voor het reguliere lesprogramma maar vooral voor de eenmalige programma's komen bezoekers uit het hele land naar ons toe.

5. Cultuureducatie

4.10 Het HipHopHuis draagt bij aan de levendigheid in Central District East.

Het gebied tussen Centraal Station en Hofplein heeft een eigen karakter. Met de ligging naast Annabel, de Biergarten, BAR en via de Luchtsingel ook BIRD, zit het HipHopHuis in het midden van de actie. Door openingstijden die precies tussen kantoor tijden en uitgaanstijden in zitten overbrugt het HipHopHuis een stil moment in het gebied. Het profiel van het HipHopHuis is ook in dit gebied uniek, maar past heel goed bij de overige initiatieven. Door in de komende cultuurplanperiode 7 dagen per week te openen, zorgen we voor een continue aanloop in het gebied.

5.1 Leren en ontwikkelen

Educatie is verankerd in de waarden van hiphop. Het delen van kennis, het overdragen van *skills* en *culture* is voor iedere *hiphophead* vanzelfsprekend. Iedereen leert van elkaar, ongeacht niveau, leeftijd of status. Als beginner merk je dat mensen die al veel verder zijn van je willen leren. Het gevoel van erkenning geeft je vleugels. In breakdance is het goed zichtbaar: ieder mens is anders gebouwd en ieder lichaam reageert anders op verschillende bewegingen. Iemand die heel sterk en gespierd is kan sterk zijn in *powermoves*, terwijl iemand die tenger en lenig is juist bepaalde freezes makkelijk kan vasthouden. Zo heeft iedereen wel ergens een voorsprong en een achterstand.

We hebben moeite met het begrip educatie in zijn traditionele opvatting, omdat het vaak zorgt voor verwarring. Wij spreken liever van leren en ontwikkelen.

Wij zijn een gemeenschap waarin 'leren' centraal staat in al onze programma's. Dat is niet te vergelijken met een museum of podium dat een educatief programma heeft voor scholieren. Zij doen aan incidentele educatie. Wij dragen structureel bij aan de culturele ontwikkeling van jongeren. Dat is *core-business* voor ons.

Kijkend naar ons programma passen de lessen en cursussen in 'Get with the program' het beste bij de noemer educatie, hoewel de deelnemers veel vrijheid hebben, zowel in de lessen zelf als in de opzet. Beginners en gevorderden kunnen met hun strippenkaart zelf shoppen in het aanbod. 'Open practice' (2 tot 3 uur lang vrij trainen voor 1 euro) is de basis van zelfontplooiing. Hier ontmoet jong en oud, beginner en professional elkaar op de dansvloer. Hier worden stijlen technieken en oefeningen uitgewisseld en informeel van elkaar geleerd. Deze ervaring kunnen deelnemers aanvullen met lessen. Ze kunnen ten dele ieder moment instappen, wisselen en pauzeren. De deelnemers bepalen zelf wat ze willen doen. De docent is klankbord. Gevorderden worden persoonlijk begeleid in de selectieklassen waarin de deelnemers samen met de docent bepalen waar aandacht aan besteed wordt. Samen met Unity bieden we een "train the trainer's" programma aan om ook onze docenten te laten groeien en blijvend aan ons te binden.

Epke Zonderland als docent?

Nee. Epke gaat geen les geven bij ons. Maar de analogie is niet zo gek. We hebben wereldkampioenen in huis. Vernieuwers, winnaars en helden in de scene. Zij geven iedere week les in het HipHopHuis. Met een toewijding die met geen geld te betalen is. We kunnen ze financieel niet veel bieden, maar we investeren wel in het binden van deze toppers. Dat doen we door ze een teachers training aan te bieden waarin we tevens onze kernwaarden borgen. We kunnen onze teachers niet de tarieven van Epke aanbieden maar wel een plek waar ze trots op zijn.

6. Talentontwikkeling

5.2 HipHopHuis in het onderwijs

De gemeente maakt onderscheid tussen onderwijs en vrije tijd. Wij richten ons de komende periode volledig op vrije tijd. Wij hebben de keus gemaakt om voorlopig defensief om te gaan met onderwijs. We hebben geen specifiek aanbod dat past op de mal van scholen. De 'onderwijsmarkt' is heel anders dan 'jongerenmarkt'. Wij zijn flexibel, sterk in de korte termijn, *bottom up* en in onze inhoud en communicatie gericht op jongeren. Wij doen ons eigen ding en als scholen daar interesse in hebben zijn ze natuurlijk van harte welkom. Ze kunnen ze bij ons terecht voor workshops, *lectures* of andere projecten. Op deze basis hebben we jaarlijks reeds een tiental scholen in huis, en dat blijft zo.

Ook blijven we voor het delen van kennis en ervaring betrokken bij de SKVR en museum Boijmans. Met beide instellingen hebben we afgelopen jaren samengewerkt in het onderwijs. In de komende periode zijn wij geen aanjager, maar meer een klankbord en 'content provider'. We gebruiken de komende tijd om uit te vinden wat wel zou passen.

Daarom zijn we aangesloten bij het stedelijke netwerk 'Cultuureducatie en Talentontwikkeling'. Zo volgen we wel de ontwikkelingen en krijgen we meer grip op deze doelgroep. Ook gaan we een *pilot* doen in samenwerking met het KCR, om te onderzoeken of we een passend (inspirerend, vernieuwend, relevant) programma kunnen samenstellen in kader van het Cultuurtraject. We zien geen uitdaging in het afdraaien van breakdance-lessen in een galmende gymzaal, maar wel in het inspireren van scholieren in een toffe omgeving. Een kansrijke combinatie is een samenwerking van het HipHopHuis met de nieuwe buurvrouw, poppodium Annabel. Op het gebied van prestaties maken we realistische beloftes.

Wij zien vrijwel alles wat we doen als talentontwikkeling. In het HipHopHuis gaat het om bewust worden van je talenten, het beste uit je unieke zelf halen. Een goede hiphop-artiest word je niet alleen met *skills*. Om indruk te maken heb je meer aan een sterke persoonlijkheid. *Building character*: bouwen aan hun zelfvertrouwen, creativiteit, discipline en samenwerken. De docenten zijn artiesten die continu doorgroeien in hun artistieke vak en op gebied van docentschap. Ons personeel bestaat uit frisse gedreven jongeren uit de *community* die in een organisatie functioneren. De *communities* die aan ons verbonden zijn ontwikkelen in professionaliteit en ondernemerschap, dat zetten we ook door in de programmaliijn 'Step up your game'.

De hiphop-filosofie sluit niet goed aan bij een schoolse aanpak. We diplomeren onze leerlingen dan ook niet, maar we motiveren ze wel: de leerlingen die zich positief onderscheiden in hun leerproces worden door hun docenten genomineerd voor een 'Tuff Enuff Award'. Deze jaarlijkse *awards* worden vlak voor de kerstvakantie uitgereikt. Iedere docent kiest zelf de winnaar van deze *award*. Aan de *award* is geen prijs verbonden, maar het gaat om de eer. Een aantal docenten die nu lesgeven in het HipHopHuis hebben zelf ooit een 'Tuff Enuff Award' gewonnen.

Volgens het netwerk 'Talentontwikkeling en Cultuureducatie' bepaalt de rol van de deelnemer het onderscheid tussen educatie en talentontwikkeling: bij educatie wordt het aanbod aangereikt, de deelnemer heeft hier geen invloed op. Bij talentontwikkeling is het talent zelf initiatiefnemer van zijn /haar groeiproces. Bij het HipHopHuis werken we met een continue schakeling tussen deze twee vormen, waarbij we veel aandacht hebben voor de culturele verankering van het leren in de kunsten binnen hiphop: dans, muziek en beeldende kunst.

Bijlagen

Bijlage A

Woordenlijst

Graffiti - Teksten of tekeningen die meestal zonder uitnodiging zijn gekrabbeld, gekrast of geverfd op een muur of ander oppervlak, vaak in een publieke plaats. Graffiti kan variëren van tags, geschreven woorden tot uitgebreide schilderijen. Verf (vooral spuitverf) en markeerstiften zijn de meest gebruikte graffiti materialen.

Breakdance - B-boying of breaking, ook breakdance genoemd, is een acrobatische stijl van dansen met bewegingen zoals headspins en backspins. Breakdance wordt voornamelijk opgedeeld in vier type bewegingen: toprock, footwork, freezes en power moves. Er wordt meestal gedanst op hiphopmuziek, funkmuziek en vooral breakbeats.

Bboys - Een breakdancer wordt in de hiphop gemeenschap een b-boy, b-girl of breaker genoemd

Rap - de term rappen (ook gebruikt als MC'ing) verwijst naar het "op een ritmische manier uitspreken van een rijmende tekst". Rappen verschilt zich vooral van spoken word/poëzie in de zin dat het wordt uitgevoerd op muziek.

Beatbox - de belangrijkste kenmerk van beatboxen is het nadoen van percussie geluiden met je mond en stem. Ook vocal scratching (het imiteren van het scratch-geluid van een draaitafel) of het imiteren van elk denkbaar geluid kan gerekend worden tot de beatbox.

Dj'ing - opgenomen muziek afspelen, meestal voor een radio of nachtclub publiek. Oorspronkelijk verwijst "disc" naar vinyl platen, niet naar cd's die pas later uitkwamen. Tegenwoordig omvat de term alle vormen van playback muziek, ongeacht het medium (vinyl, CD's, MP3). Hiphop dj's maken ook gebruik van meerdere draaitafels om te scratchen. Dit wordt ook turntablism genoemd.

Turntablism - een techniek waarbij de DJ, de turntablist, zijn draaitafels als muziekinstrument gebruikt door met platen, muziek te scratchen en andere technieken toe te passen. Hij probeert daarmee bestaande muziek ritmisch te ondersteunen of volledig nieuwe muziek te componeren.

Beatcreating - Synoniem voor muziek produceren, maar vaak iets specifiekker. De persoon die de beat maakt voor een nummer, inclusief melodie, samples enzovoort.

Street art – een containerbegrip voor ongevraagde kunst in publiek ruimtes, specifiek op straat. Graffiti, stencil graffiti, posterkunst, stickerkunst en straat-installaties of beeldhouwwerken zijn de meest voorkomende vormen van street art.

Battles - de competitieve kant van hiphop waarbij artiesten met hun vaardigheden de strijd met elkaar aangaan. Het is één van de meest fundamentele rituelen binnen hiphopcultuur waarbij het doel meestal draait om uitwisseling, jezelf meten en het verdienen van respect. Battles worden ook gedaan om meningsverschillen op te lossen of om een prijs te winnen.

Crews - een groep mensen, meestal vrienden of partners, met een gezamenlijk artistiek doel. Onderdeel zijn van een crew was vroeger de enige manier om een stijl te leren toen hiphop begon en niet onderwezen werden op een georganiseerde manier. Door het vormen en participeren in een crew kon je oefenen, beter worden, vrienden maken en relaties bouwen.

Block Party – straatfeest

Die-hard - purist

Bottom up - betekent letterlijk 'van onderen naar boven' en verwijst naar een benadering of methode waarbij de dingen van onderuit groeien. Staat tegenover een hiërarchische benadering.

Community - een sociale groep die gemeenschappelijke waarden deelt. Dit kan lokaal zijn maar ook wereldwijd

Urban Scene - grootstedelijke cultuur, ontwikkeld door jongeren

Hustle Hard - alles eraan doen om te slagen

Upliften - verhogen naar een hogere sociale, intellectuele of morele toestand

Roots - oorsprong

Keep It Real - wanneer iemand zichzelf blijft ondanks ingrijpende veranderingen of maatschappelijke druk

Issues - problemen

Survival Mode - op overlevingsstand

Don't Call It A Comeback - quote uit het nummer "Mama Said Knock You Out" van de Amerikaanse rapper LL Cool J.

The Sky Is The Limit - er is geen limiet

Fashionista - een persoon die zich toewijdt aan de laatste mode.

Genderfluid - iemand die genderfluid is kan zich presenteren als een mix van twee geslachten, soms meer man dan vrouw of andersom

Finesse - Verfijning van prestatie, uitvoering en vakmanschap

The Making Off - een registratie van het proces achter-de-schermen

Fabulous - verbazingwekkend

Skills - capaciteiten, vaardigheden of talent

Supporten - goedkeuren, goedkeuring tonen, helpen of assisteren

Scene - een sociale groep die gemeenschappelijke waarden deelt. Dit kan lokaal zijn maar ook wereldwijd

Hiphop Heads - iemand die hiphopcultuur belichaamt, wat zich uit in grote belangstelling voor hiphopmuziek, hiphopdans of street art

Customer Service – actief onderhouden van de klant relatie d.m.v. ondersteuning

Goodwill - de positieve reputatie van een organisatie en steun van het netwerk

Showcase - een presentatie, een optreden

Lifestyle - de gewoontes, houdingen, smaak, morele standaarden, economisch niveau, et cetera

Culture - een gemeenschap met eigen overtuiging, waarden, manier van leven, taal, et cetera

Powermove – breakdance beweging gebaseerd op rotatie, snelheid, momentum en acrobatiek

Freeze – Pose. Een houding die de beweging stopt, bij voorkeur op maat van de muziek

Content Provider - iemand die informatie aanbiedt, voornamelijk online

Building Character - verbeteren van eigenschappen in iemands karakter

Award – een prijs, iets wat je geeft aan een persoon of groep als erkenning van een prestatie

Bijlage B.

Communities rondom het HipHopHuis



