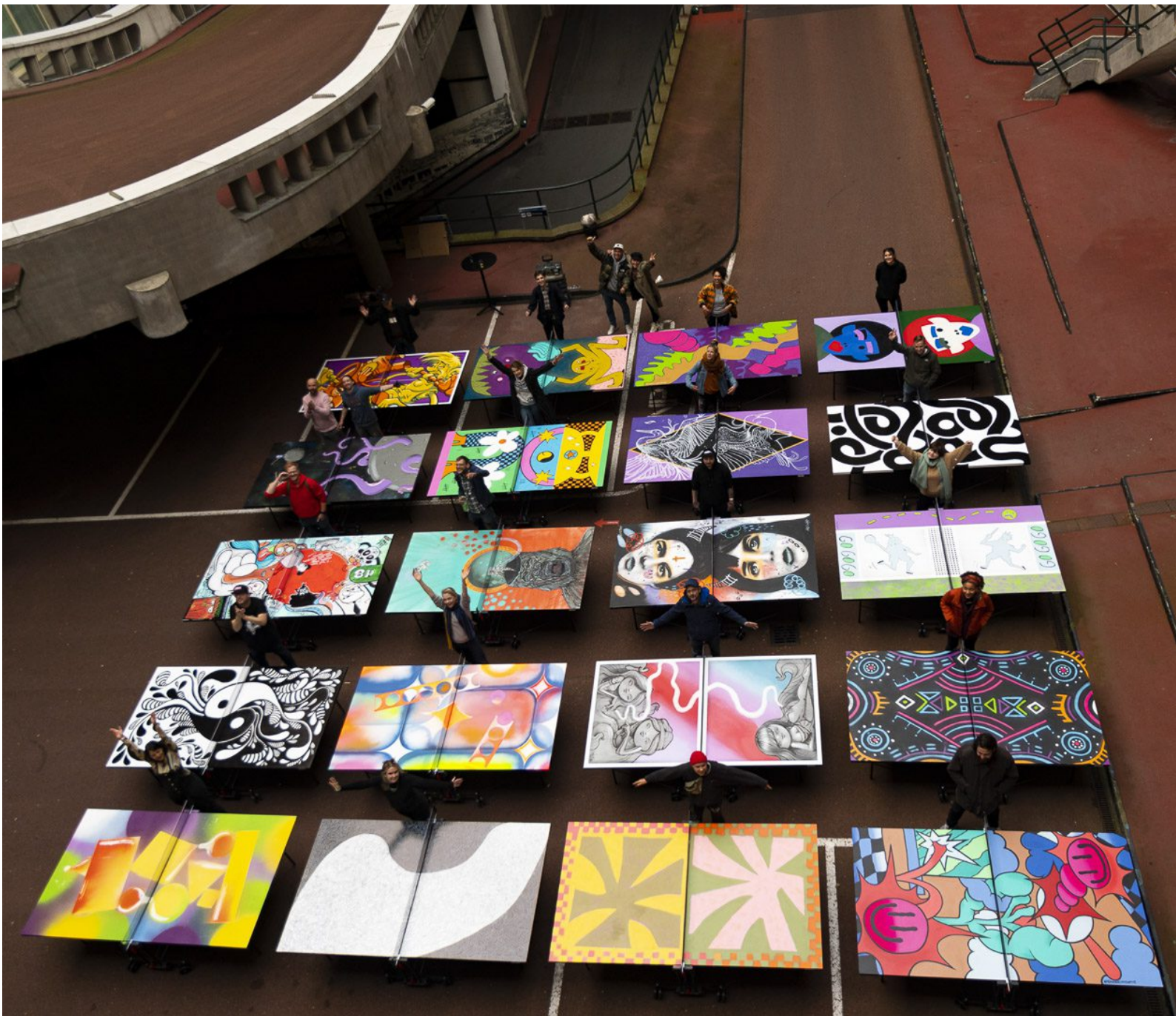


# HIPHOP INJESMOEL



**JAARPLAN 2023**

<b>INLEIDING</b>	<b>2</b>
<b>1. ACTIVITEITEN HIJS 2023</b>	<b>3</b>
1.1. ONLINE PLATFORM HIPHOP IN JE SMOEL	3
1.2. STREET ART – REWRITERS010	4
1.3. SPOKEN WORD	8
1.4. CULTUUREDUCTIE	8
1.5. ONDERNEMERSCHAP HIJS	8
<b>2. INCLUSIE, INNOVATIE EN INTERCONNECTIVITEIT</b>	<b>9</b>
2.1. INCLUSIE	9
2.2. INNOVATIE	9
2.3. INTERCONNECTIVITEIT	9
<b>3. FAIR PAY</b>	<b>9</b>
<b>4. GOVERNANCE</b>	<b>9</b>
4.1. PERSONEEL	9
4.2. HUISVESTING	10
4.3. BESTUUR HIJS	10
<b>5. TOELICHTING OP PUBLIEKSBEREIK / BEZOEKERSINFORMATIE</b>	<b>10</b>
5.1. INCLUSIVITEIT	10
5.2. MARKETING	10
5.3. ONLINE HIPHOP PLATFORM	11
5.4. STREET ART, BASEREN OP DE TALENENTRAP	11
5.5. SPOKEN WORD	11
5.6. EDUCATIE	11
<b>6. FINANCIËN</b>	<b>12</b>

## Inleiding

Stichting Hiphop In Je Smoel (HIJS) houdt in grote lijnen vast aan haar voorgenomen koers en activiteiten zoals beschreven in het meerjarenbeleidsplan 21-24 en jaarplan 2021: wij zijn een on- en offline platform voor talentontwikkeling voor de hiphopcultuur, met focus op muziek, street art en spoken word.

Conform de inrichtingseisen uit de jaarbrief 2023 (d.d. 25 april 2022) beschrijven wij in deze toelichting alleen de wijzigingen/afwijkingen/aanvullingen op het gebied van activiteiten en prestaties, op het gebied van de beleidsspeerpunten innovatie, inclusiviteit en interconnectiviteit, op het gebied van fair pay en op het gebied van governance.

Daarnaast geven we een toelichting op het prestatieraster, een eventuele toename aan digitale activiteiten, de begroting, het publieksbereik en de plannen voor het verhogen van het publieksbereik van de sector.

In 2023 zal de focus nog meer liggen op de inhoudelijke kwaliteit van onze prestaties en het organiseren van activiteiten die aansluiten op de vraag en actualiteit van de sector.

Daarnaast zal Hiphop In Je Smoel (HIJS) in 2023 nog meer de nadruk leggen op de professionalisering van de eigen organisatie. In 2021 en 2022 steeg het aantal aanvragen voor projecten en activiteiten naast de bestaande Cultuurplan-activiteiten. Door de groeiende werkdruk hebben we gekozen om meer afgewogen keuzes te maken tussen de projecten die we wel of niet uitvoeren. Of soms nemen we enkel een faciliterende rol in. Ten slotte gaat HIJS verder werken aan het uitbreiden van haar team.

Hoewel de coronapandemie weinig invloed heeft gehad op onze prestaties in 2021 en 2022 - we werken immers veelal online en organiseren voornamelijk activiteiten in de buitenlucht - heeft de pandemie wel de ruimte gecreëerd om opnieuw kritisch te kijken naar onze prestaties. De hieruit ontstane wijzigingen zullen in deze toelichting worden beschreven.



The image shows the top section of the Hiphop In Je Smoel website. On the left is a yellow navigation menu with the following items: 'Achtergronden', 'Interviews', 'Nieuws', 'Dropzone tracks inzenden', 'Agenda', 'Kenniscentrum & Educatie', 'Over ons', 'Vacatures', and 'Contact'. The main header is black with white text for 'REWITERS', 'HIJSPOETRY', 'HIJSLIVE', 'ROTTERDAM', and 'KENNISBANK'. On the right of the header is a search bar with a magnifying glass icon, the text 'Zoeken', and 'GEAVANCEERD ZOEKEN' below it. The background of the header is a photograph of a man wearing a blue cap and sunglasses, looking upwards.

## Op muzikale reis met Kay Slice: “Ghana zal altijd interessant blijven”

door Jaap van der Doelen (tekst) | Elisabetta Agyeiwaa (beeld), 4 februari 2022



## 1. Activiteiten HIJS 2023

De activiteiten van HIJS kunnen worden onderverdeeld in vier verschillende pijlers. Anders dan ingediend in het Cultuurplan '21-'24 en het Jaarplan 2022 hebben we er vanaf de vaststelling 2021 voor gekozen om onze activiteiten anders te tellen. Na overleg met onze accounthouder, is ervoor gekozen om een andere indeling aan te houden. Deze manier van tellen zullen we nu ook aanhouden. We tellen nu de vier verschillende pijlers als presentaties en de on- en offline activiteiten als producties.

De vier verschillende presentaties van HIJS zijn: Online platform genaamd Hiphop In Je Smoel, Street art – Rewriters010, Spoken Word en Cultuureducatie. Cultuureducatie is geen afrekenbare presentatie van HIJS. Deze vier presentaties tellen gezamenlijk meer dan 120 producties.

### 1.1. Online Platform Hiphop In Je Smoel

Ons online platform blijft een groeiend aantal bezoekers trekken. Mede dankzij journalistieke en kwalitatieve artikelen rond grote artiesten, zowel nationaal als internationaal.

Daarnaast geven we een platform aan opkomende artiesten met diepte-interviews die je nergens anders kunt lezen. Hierin kunnen zij op een laagdrempelige manier een breder en/of dieper verhaal kwijt over hun muziek, beweegredenen en initiatieven. Zowel de artiesten als wij zien hier een grote meerwaarde in, daar het aantal journalistieke hiphopwebsites in Nederland al jaren daalt, terwijl de behoefte aan verdieping er nog altijd is. Zo blijven we werken aan het grootste hiphoparchief van Nederland, dat iedere vorm (van graffiti tot spoken word) belicht met het geschreven woord. Deze koers zetten we in 2023 door.

In 2022 zijn we begonnen met een extra impuls te geven aan de productie van podcasts op gebied van de hiphopcultuur. Deze koers blijven we ook in 2023 volgen.

Tijdens de pandemie hebben we gezien dat dit een groeiend en populair medium is. We hebben hierin op gebied van materiaal reeds geïnvesteerd in 2022. In 2023 zullen we dit ook doen op het gebied van personeel. Er bestaan al diverse podcasts over hiphop, maar naar ons inziens bieden deze te weinig diepgang en hebben ze een korte levensduur omdat ze gebaseerd zijn op de actualiteit. In onze podcasts snijden we ontwikkelingen en gebeurtenissen aan die relevant zijn op de langere termijn. Dit komt de duurzaamheid van de content ten goede en je voegt tevens iets toe aan het huidige landschap. Dit concept is in 2022 succesvol gebleken en zullen we in 2023 voortzetten.

**Jaarlijks aantal artikelen: 42 Rotterdamse items en 30 overige items**

**Podcast HIJS: 11**

## 1.2. Street art – Rewriters010

In ons meerjarenbeleidsplan hebben we een trap voor talentontwikkeling beschreven waarmee we kunnen inspelen op de verschillende behoeften van street art kunstenaars (zie afbeelding A). Daarbij is het ook mogelijk dat kunstenaars die zich ontwikkelen alle trappen kunnen doorlopen. In 2021 hebben we al ondervonden dat er onder kunstenaars een grotere behoefte bestaat voor onze programma's rond talentontwikkeling. Ook concludeerden we toen al dat we teveel verschillende activiteiten aanboden en dat sommige daarvan niet naadloos aansloten bij de behoefte van kunstenaars. Op basis van deze conclusies hebben we de activiteiten voor 2022 aangepast; deze activiteiten hebben we wederom getoetst en gefinetuned om tot het best passende en relevante activiteitenprogramma te komen.



AFBEELDING A

**Figuur A:**  
**Treden van talentontwikkeling Rewriters**

### **Trap 1**

#### **Streetart inloop**

In aanloop naar het derde jaar van deze Cultuurplan-periode merken we dat we laagdrempeliger te benaderen zijn voor de net startende kunstenaar. De behoefte van kunstenaars ligt vooral op het gebied van techniek en materiaal. Maar ook het netwerk vergroten is belangrijk. Om dit te kunnen faciliteren starten we in 2023 met drie inloop jamsessies. Deze street-art variant van een open mic/podiumavond is een moment voor beginnende 'jonge' kunstenaars om te netwerken, en daarnaast nieuwe technieken en materialen te leren kennen.

**Aantal: 3**

### **Trap 2**

#### **HIJS Hook-Ups**

Tijdens de Hook Ups koppelen we kunstenaars met uiteenlopende stijlen en netwerken aan elkaar. Om vrij te kunnen werken is het fijn voor de kunstenaars om met een veilige besloten groep in een aparte ruimte te werken. Waar de eerste edities van de Hook-Ups publieksevenementen waren, hebben we gemerkt dat de behoefte van kunstenaars om in privacy te werken groter is dan we dachten.

De resultaten van de Hook-ups verdienen uiteraard wel aandacht en worden daarom uiteindelijk tegelijkertijd tentoongesteld. Zo krijgen ze wel de exposure maar is het gevoel van veiligheid groter dan tijdens live-painting. De planning van de Hook-ups ligt in het begin van het jaar, zodat de deelnemende kunstenaars gedurende het buitenseizoen in het voorjaar en de zomer gelijk gebruik kunnen maken van hun nieuwe netwerk.

**Aantal: 4**

### **Trap 3**

#### **Graffiti Jams**

De seizoensopening in de vorm van de 'oliebollenjam' is terug van weggeweest. Tijdens de jam worden kunstenaars uitgenodigd om gezamenlijk te werken op één locatie. Later in het jaar lichten we een Rotterdamse crew uit, met wie er een speciale jam wordt georganiseerd. Binnen de sector is er een trend gaande waarbij instellingen zich richten op post graffiti of post vandalisme-exposities. Zij vermijden hierbij de termen graffiti en street art, terwijl deze stromingen uit elkaar voortkomen. Vreemd genoeg zijn deze instellingen niet afkomstig uit de graffiti- en/of street art-cultuur en ontbreekt het hen vaak aan kennis. Wij blijven trouw aan de geschiedenis van graffiti en street art. Daarnaast zien we onze jams als een activiteit waarbij kennisoverdracht plaatsvindt tussen de kunstenaars, maar ook een podium voor deze subcultuur biedt dat voor iedereen te bezoeken is.

De graffiti jam is de ultieme manier voor een graffitikunstenaar om te laten zien wat hij in huis heeft. Met als doel de rest van de line-up te 'burnen' (verslaan met mooiere kunst) zijn de graffiti jams de plekken waar niet zomaar wat gespoten wordt op de legale graffitimuur genaamd Hall Of Fame. Tijdens de jams draait het om wie de beste can control, oftewel behendigheid met de spuitbus, heeft en de beste techniek kan etaleren. Per graffiti jam kijken we welke kunstenaars geselecteerd worden om tot een zo mooi mogelijk kunstwerk te komen. Er wordt hierbij geëvalueerd op het gebied van kwaliteit, originaliteit en inclusiviteit.

**Aantal: 2**

### **Trap 3/4/5**

#### **Masterclass**

Dit onderdeel is vanuit het (online) street-art vragenuur in 2021 naar live street-art sessies in 2022, doorgroeit tot dit nieuwe concept: Masterclasses.

De masterclasses zullen voornamelijk gaan over kennis binnen de niche waar geen opleiding voor bestaat of waar men minder makkelijk een YouTube tutorial over kan vinden. Per onderwerp zoeken we een specialist uit de scene die de masterclass zal geven.

**Aantal: 3**

#### **Trap 4/5 Slash Expo**

Deze samenwerking met WORM//SLASH blijft bestaan. We onderzoeken tijdens deze expo's het grijze gebied tussen street art en haar illegale graffiti roots. Welke overeenkomsten hebben ze, welke kunstenaars bewegen zich binnen beide scenes en hoe krijgen we liefhebbers van beide scenes dicht bij elkaar. Na het succes van de Balaclava show met o.a. 1UP in 2018 hebben we besloten om de samenwerking voort te zetten.

**Aantal: 1**

#### **Trap 5 Support budget**

In 2021 en 2022 viel dit onder het project: HIJSkamer Expo's. Hierbij lag de focus op het financieel ondersteunen van kunstenaars bij het organiseren van hun eigen solo-exposities.

Uit evaluaties is gebleken dat het faciliteren van een expositieruimte voor kunstenaars belangrijker was dan financiële ondersteuning. Het komt wel regelmatig voor dat kunstenaars een financieel tekort hebben bij het realiseren van uiteenlopende projecten (muurschilderingen, sculpturen en participatie projecten). Met ingang van 2023 worden De HIJSkamer-budgetten om expo's te realiseren breder getrokken zodat we zoveel mogelijk kunstenaars kunnen ondersteunen. Het kan hier zowel gaan over een kunstenaars-fee of een tekort aan materiaalbudget. We spreken vanaf 2023 over 'support budget'.

**Aantal: 2**



**DIY DODICI; FOTO GINA SAAD**

#### **Trap 5 DIY (Do It Yourself) Expo's**

We blijven vier DIY's uitvoeren zodat wij onze eigen expositieruimte ook openstellen voor andere projecten. De kunstenaars die hiervoor in aanmerking komen zijn al een stap verder als de kunstenaars die de HIJSkamer expo's deden. Ze weten al wat ze willen en hebben eigenlijk alleen ondersteuning nodig bij het vinden van een locatie van hun show.

Ook hier zal het HIJS-team de kunstenaar ondersteunen in productie en (social media) marketing en is er een artist fee beschikbaar voor de kunstenaar. Het faciliteren van de expositieruimte vormt de belangrijkste rol van HIJS.

**Aantal: 4**



## **Trap 5**

### **Rewriters streetart project +100m2**

De droom voor iedere street art kunstenaar is het realiseren van een grote muurschildering in de openbare ruimte. Tijdens dit open call-proces maak je als Rotterdamse kunstenaar kans om geselecteerd te worden om een mural te kunnen realiseren met volledige artistieke vrijheid.

Voor de street art-liefhebber is natuurlijk het eindresultaat het belangrijkste, maar het HIJS-team neemt de kunstenaar mee in het volledige proces van het maken van de schildering:

Calculatie, materiaalkeuze, regelgeving, social media, marketing en communicatie. Geselecteerd worden voor dit project betekent voor de kunstenaar niet alleen een mooie muur voor het portfolio. De kunstenaars krijgen ook de handvatten om in het vervolg van hun carrière op een professionele manier een muurschildering uit te kunnen voeren.

**Aantal: 2**

**Totaal aantal presentaties: 21**



**MUURSCHILDING MARIJE MARIA; FOTO SHOTS BY SHALI**



### **1.3. Spoken Word**

#### **Podcast: Groeipijnen**

In veertig Tekstuur-afleveringen hebben we de afgelopen jaren een mooi overzicht opgebouwd van sleutelspelers in de spoken word-community en hun inspiratiebronnen. In diezelfde periode heeft de kunstvorm haar weg naar het grotere publiek gevonden. Artiesten uit de spoken word-community wonnen theater- en literatuurprijzen en partijen in zowel de culturele sector als daarbuiten staan in de rij om de samenwerking aan te gaan met makers uit de spoken word-community. Dit biedt kansen, maar ergens schuurt het ook. In sommige gevallen popt de vraag op: zoek je écht de aansluiting met de kunstvorm en haar community, of is het de handigste manier om jongeren te bereiken en en passant de diversiteit-en-inclusie-boxes af te vinken? En hoe waarborg je als maker de cultuur van waaruit je vertrok? Kortom: de kunstvorm groeit snel en dat levert zowel kansen als groeipijnen op. Daarover gaat de podcastserie die we in 2023 maken. We spreken twaalf mensen (prominente makers, organisatoren, beleidsmakers etc) om deze ontwikkelingen in kaart te brengen en dat monteren we tot een nader te bepalen aantal podcastafleveringen. Beoogde gasten zijn o.a. artiesten Babs Gons en Luan Buleshkaj, Zoe Zee (Spoken FM en Luxor Theater), Reinier Weers (Poetry International) en Marijn Sikken (redacteur Atlas Contact).

**Aantal: 12**

#### **Achtergrondartikelen**

Net als de afgelopen jaren: vier artikelen die inzoomen op ontwikkelingen in spoken word, van gevestigde namen tot startende initiatieven.

**Aantal: 4**

### **1.4. Cultuureducatie**

In samenwerking met Linda Ammerlaan hebben we in 2020/2021 onderzocht wat de kansen en mogelijkheden zijn voor educatieprojecten gericht op de hiphopcultuur; dit resulteerde in een mooie analyse. In 2022 hebben we ons bereik verhoogd met projecten in het onderwijs (VO) van 200 deelnemers naar 400. Vanuit het Cultuurplan blijven we ons richten op het Cultuurtraject in samenwerking met KCR. Vanuit de analyse ambiëren we meer cultuureducatie, maar dat zullen wij bestempelen als extra activiteiten (niet afrekenbaar). In 2021 en ook tijdens het schrijven van dit plan al in 2022, neemt het aantal aanvragen nog steeds toe. Linda is op dit moment bezig van het creëren van een structureel en passend aanbod voor de verschillende scholen. Daarnaast zijn we in kaart aan het brengen wat de daadwerkelijke kosten zijn van de cultuureducatie. Doordat wij educatie op het gebied van de hiphopcultuur erg belangrijk en waardevol vinden hebben wij hierin altijd geïnvesteerd. Stichting HIJS zal in de komende twee jaar onderzoeken of dit niet ook een groter aandeel moet hebben in de volgende Cultuurplanperiode.

**Aantal: 400 deelnemers**

### **1.5. Ondernemerschap HIJS**

Naast de hierboven beschreven activiteiten binnen het Cultuurplan weet de sector HIJS nog steeds goed te vinden voor uiteenlopende projecten. We kijken steeds kritischer naar de artistieke inhoud en kwaliteit van de projecten en of deze aansluiten bij onze doelstellingen.

In de afgelopen jaren hebben we, naast onze reguliere projecten, ieder jaar een groot project uitgevoerd.

In 2021 waren we partner als city dresser voor het Eurovisie Songfestival, in 2022 voeren we in samenwerking met CityLab010 het project Art Court uit en voor 2023 staat Greenpiece op de rol.

## 2. Inclusie, innovatie en interconnectiviteit

### 2.1. Inclusie

Als aanjager en duider van de hiphopcultuur voelt HIJS zich verantwoordelijk om ook die groepen te vertegenwoordigen die geen of weinig podium krijgen. In 2021 hebben we reeds een aantal features uitgelicht van artiesten en thema's die nog weinig tot geen aandacht kregen in de Nederlandse media. Op een ongedwongen en organische manier benadrukken we de volle breedte van de straatcultuur en maken we ruimte voor artiesten die hier van oudsher ondervertegenwoordigd in zijn, zoals vrouwen of personen die zich als queer identificeren. Dit doen we puur op basis van hun kwaliteiten, zonder daarbij met een scheef oog naar een politiek wenselijk quotum te kijken. In 2022 gaan we hiermee door. Wij stellen ons ten doel om programma's aan te bieden op uiteenlopende locaties verspreid in Rotterdam. Zo krijgt iedereen de kans om onze programma's te bezoeken.

### 2.2. Innovatie

Innovatie zit in het DNA van HIJS. Daarbij houden we nieuwe ontwikkelingen en trendcurves in de gaten. Op basis van het huidige plan zit de innovatie bij de invulling van de podcast (zoals beschreven onder paragraaf 1.1), want dat is iets wat nog ontbreekt. Daarnaast is onze verwachting dat het werken met nog meer milieuvriendelijke materialen gaat plaatsvinden binnen onze street art-projecten. Ten slotte vindt de innovatie vaak op korte termijn plaats omdat trends zich binnen de hiphopcultuur snel opvolgen. Welke innovatieve activiteiten er nog meer zullen plaatsvinden moet blijken binnen 2022 (inspelen op de actualiteit). Hierbij zullen we niet uit het oog verliezen dat kwaliteit belangrijker is dan kwantiteit.

### 2.3. Interconnectiviteit

De collega-instellingen WORM, KCR, RSCW en Stichting De Nieuwe Lichting zijn vaste samenwerkingen waar we ook in 2023 mee in zee gaan. Op dit moment staan er geen nieuwe samenwerkingen gepland (naast wat we al genoemd hebben in het MJB), maar wij stellen ons altijd open voor nieuwe samenwerkingen en dat zal ongetwijfeld ook gaan gebeuren.

## 3. Fair Pay

In de afgelopen jaren hebben we gemerkt dat een deel van onze doelgroep niet kan factureren doordat ze (nog) niet zijn ingeschreven bij de KVK. Omdat wij het wel belangrijk vinden om deze groep te supporten door middel van materialen en kennisoverdracht.

Het overige Fair Pay-budget komt ten goede van team HIJS; in eerdere jaren bleek dat er diverse mensen teveel uren maakten voor het gereserveerde budget. Met behulp van deze extra financiële impuls heeft HIJS een goed begin kunnen maken om iedereen fair te betalen.

## 4. Governance

### 4.1. Personeel

Vanaf de begindagen van HIJS is er gewerkt met een klein maar steady team; allemaal mensen met hart voor de hiphopcultuur en de organisatie. HIJS heeft in de afgelopen jaren een groei doorgemaakt en zich ontwikkeld tot een professionele organisatie met een gevestigde naam in de Rotterdamse culturele sector en omstreken. De groei en professionalisering die Stichting HIJS een aantal jaar geleden heeft ingezet, wordt ook in 2023 doorgezet.

Zo heeft algemeen directeur Dave Vanderheijden de financiële en administratieve taken overgedragen aan hoofd productie Katherina Doxiadis en heeft hij hier zo veel mogelijk alleen een controlerende taak. Deze

ontwikkeling zal ook in 2023 worden doorgezet zodat er meer ruimte ontstaat om de richting en koers van HIJS uit te zetten, en zal de verantwoordelijkheid niet enkel op één persoon rusten. Een vergelijkbaar proces is ingezet voor art director Daniel Claessens; waar hij in eerdere jaren veelal curatie, voortraject, en uitvoer van projecten op zich nam, zullen we in 2023 meer zelfstandigen inzetten voor de uitvoer en productie van projecten. Hierdoor ontstaat ook voor hem meer ruimte om zich bezig te houden met de hoofdtaak: art directie. Naast deze veranderingen in het management team, wil HIJS ook op de andere kerngebieden (platform, spoken word, street art en educatie) zorgen voor een groter team, waarbij steeds één iemand verantwoordelijk is voor het eigen kerngebied.

#### **4.2. Huisvesting**

In het begin van 2022 is HIJS met het kantoor verhuisd. Van het gedeelde kantoor op de vierde verdieping, zijn we naar de begane grond verhuisd. Deze verdieping biedt ons meer ruimte en rust. Naast een ruim kantoor hebben we nu een in house expositieruimte en een vergaderruimte waar we ook podcasts kunnen opnemen. Tegelijkertijd is het erg fijn dat we nog steeds op de Delftsestraat in een pand kunnen werken met veel culturele collega-instellingen.

Helaas is er nog steeds weinig zekerheid over de toekomst van het Schiekadeblok en is Dave constant bezig met het zoeken naar andere werkruimtes. Dit zal ook in 2023 prioriteit hebben.

#### **4.3. Bestuur HIJS**

In november 2023 zal Mart Bechtold. (algemeen bestuurslid) aftreden. In 2020 en 2021 heeft HIJS geïnvesteerd in een gevarieerd en groot bestuur. Met het aftreden van Mart blijven er nog steeds vijf leden in het bestuur. Er is geen noodzaak om een nieuw bestuurslid te zoeken en benoemen.

## **5. Toelichting op publieksbereik / bezoekersinformatie**

#### **5.1. Inclusiviteit**

Sinds de New Yorkse begindagen is hiphop een inclusieve, hybride cultuur geweest. Zwarte Amerikanen en migranten uit de Caraïben en Puerto Rico, stonden in het New York van de jaren 70 gezamenlijk aan de wieg van deze cultuur. Er was bovendien een grote overlap in interesses met de destijds in de onderklasse opkomende punkcultuur, waardoor zij al snel gezelschap kregen van nieuwsgierige, jonge, witte New Yorkers. Eind jaren 70 en begin jaren 80 sloeg hiphop haar vleugels uit naar de rest van de wereld, waar juist die hybride eigenschappen van hiphop het een uitermate aansprekende en toegankelijke cultuur maakten voor migranten. Zo ontstond in Frankrijk, onder aanvoering van voornamelijk Afrikaanse immigranten, in de jaren 80 al een Franstalige hiphopcultuur die in eigen land binnen rap tempo minstens even groot en populair als de Amerikaanse evenknie was. In Nederland is de door Nederlandse hiphop gepopulariseerde straattaal, waarin woorden uit het Sranan (Surinaams), Papiaments, Berbers, Arabisch en Engels vermengd worden binnen Nederlandse grammatica, eveneens een typisch voorbeeld van de unieke, gemeenschappelijke cultuur die hiphopliefhebbers van diverse achtergronden met elkaar delen. De achtergronden van al die verschillende participanten lieten sporen na in wat de hiphopcultuur nu is. Een inclusievere culturele beweging is er in de moderne popcultuur simpelweg niet te vinden; sampling en het creëren van culturele cocktails heeft altijd al in het DNA van hiphop gezeten. Hiphop is inclusiviteit. Het enige waar binnen hiphop geen plek voor is, is het uitsluiten van bevolkingsgroepen.

#### **5.2. Marketing**

In 2023 moet er een vaste marketeer actief zijn binnen de organisatie, die de marketingstrategie kan uitvoeren. Deze strategie is tegelijkertijd met de rebranding en nieuwe website in 2022 ontwikkeld. Tot op heden werden de marketingwerkzaamheden verdeeld onder diverse collega's, maar met ingang van 2023 wordt een vaste marketeer toegevoegd aan het team. Dit vormt de basis voor de verdere groei naar een marketingafdeling.



### **5.3. Online hiphop platform**

Onderzoek wijst uit dat muziek uit je tienerjaren de rest van je leven favoriet blijft. De dertigplussers van nu kijken dan ook met nostalgie terug op het online HIJS platform van twintig jaar geleden en de content die HIJS destijds creëerde. HIJS was voor hen de eerste Nederlandse hiphopwebsite die aandacht besteedde aan deze subcultuur waar veel jongeren van toen hun identiteit aan ontleenden. De hiphopscene anno nu is niet langer dezelfde als die van de begin jaren 90. Datzelfde geldt voor de doelgroepen en lezers van het platform. De hiphopdoelgroep wordt jonger (15-25 jaar) en ouder tegelijkertijd (30-45 jaar). Fans van bijvoorbeeld Opgezwolle (met hun hoogtepunt tussen 2003 en 2006) hebben nu kinderen, terwijl de rappers van die groep nog steeds muziek maken. Om relevant en inclusief te blijven dient HIJS mee te bewegen met de ontwikkelingen in de hiphopcultuur en de jonge liefhebbers van nu. Om nieuw publiek te binden en publiek te behouden gaat HIJS de behoeften onder deze groepen voor het online platform nader onderzoeken en indien nodig de website en content-strategie daarop aanpassen. De leeftijd van het merendeel van de lezers van ons online platform ligt tussen de 18 en 44 jaar, maar de kern van het publiek is tussen de 25 en 34 jaar.

### **5.4. Street Art, baseren op de talententrap**

We organiseren verschillende programma's waar beginnende talenten en bekende kunstenaars in de scene elkaar ontmoeten. De talenten zijn tussen de 15 en 30 jaar; zij onderscheiden zich in stijl en techniek en worden binnen de scene gezien als 'de nieuwe generatie'. De bekende kunstenaars zijn tussen de 25 en 60 jaar; zij hebben minimaal 10 tot 30 jaar ervaring met graffiti en hebben binnen de scene hun sporen verdiend en zijn nationaal, Europees of zelfs wereldwijd bekend in de graffiti scene. Onze talententrap zie 1.2, is gebaseerd op kunstenaars tussen de 15 en 60 jaar. Onze programmering houdt rekening met de factoren ervaring, behoeftes en niveau om de doelgroep zo breed mogelijk te kunnen bedienen.

### **5.5. Spoken Word**

Woordkunstliefhebbers in heel NL, 18-35. Huidige generatie makers en hun volgers (waaronder de volgende generatie makers). Grotendeels woonachtig in de randstad, waarbij onze nadruk op Rotterdam ligt.

### **5.6. Educatie**

De primaire doelgroep bestaat uit jongeren binnen het Voortgezet Onderwijs (VO) en het MBO voor leerlingen en studenten tussen de 12 en 25 jaar. In beginsel zullen we ons richten op street art (beeldende kunst). Als blijkt dat scholen vraag hebben naar programma's in andere disciplines van de hiphopcultuur, dan speelt HIJS daar graag op in. REWRITERS010 Studentes Algemene Cultuurwetenschappen wandelen door Rotterdam met één van de gidsen uit het Rewriters team. "Rewriters heeft enorm veel kennis over street art, vormen, stijlen, internationale en nationale kunstenaars. Zij weten dit te vertalen naar interessante educatieve programma's binnen en buiten de schoolmuren voor leerlingen en docenten uit Rotterdam en Nederland. Voor WIRED Rotterdam weten wij met elkaar altijd iets spannends te bedenken wat aansluit bij de vraag van de school, de actualiteit van de jeugd en met de eigenheid van streetart." – Linda Ammerlaan, projectleider Kenniscentrum Cultuureducatie Rotterdam (KCR) De doelgroep waar HIJS zich binnen het nieuwe cultuurplan ook actief op gaat richten zijn jongeren die zich in hun vrije tijd willen ontwikkelen op gebied van street art, vanuit hun behoefte aan verdieping en persoonlijke ontwikkeling als kunstenaar. Regelmatig ontvangt HIJS vragen vanuit deze groep. Ook kunnen we via de school zorgen voor doorgeleiding naar ons vrijetijdsaanbod en netwerk. We starten met het aanbieden van stadstours in combinatie met graffiti- en street art-workshops. Dit aanbod bieden we via het online HIJS platform aan.

## 6. Financiën

Bij de vaststelling van het Jaarplan 2021 hebben we samen met de boekhouder gekozen voor een andere indeling van de begroting. Door deze nieuwe indeling (vanaf 2022) kunnen we meer financieel inzichtelijk maken. Deze professionalisering zullen we in 2023 voortzetten. Dit betekent dat de begroting 2023 afwijkt van de meerjarenbegroting '21-'24 en de ingediende begroting van 2022.

Toelichting op de begroting, alleen de afwijkingen worden benoemd.

### A. Opbrengsten

De opbrengsten die HIJS heeft geregenereerd door het uitvoeren van diverse commerciële opdrachten en werk in opdracht en diverse workshops. De stonden voorheen op A4 en A5 geboekt en worden nu begroot als overige directe inkomsten.

Deze post hebben we hoger begroot dan voorheen, omdat de realisatie van 2021 en de voorspelling van 2022 hoger waren.

### B. Subsidies

### C. Beheerslasten

De personele beheerslasten hebben we ongeveer gelijk gelaten aan de begroting van 2022. Dit is hoger dan eerder begroot, maar is realistisch binnen de beoogde groei van het kernteam.

### D. De materiële activiteitenlasten hebben we substantieel hoger begroot dan in het jaarplan 2022 en de meerjarenbegroting. Ook deze cijfers baseren we op de realisatie van 2021 en de voorspelling van 2022.



MUURSCHILDING GYMZAAL DILK; FOTO: GINA SAAD