

---

Mei | 2016

# BEDRIJFSPLAN

Coöperatieve Vereniging u.a. Emoves

2017 - 2020

# Inhoud

<b>1. Voorwoord</b> .....	<b>2</b>
<b>2. Context</b> .....	<b>2</b>
<b>3. Strategie en beleid</b> .....	<b>3</b>
Missie.....	3
Visie .....	3
<b>4. Ambities</b> .....	<b>4</b>
4.1 Versterken van de organisatorische/ financiële mogelijkheden van de Urban initiatieven.....	4
4.2 Opzet van een Urban Culture & Sports Kennis- en Innovatiecentrum. ....	5
4.3 Het Emoves Festival .....	5
<b>5. Doelstellingen</b> .....	<b>6</b>
5.1 Festival .....	6
5.2 Organisatie ondersteuning .....	7
5.3 Opzet Kennis en Innovatiecentrum Urban Culture & Sports .....	8
<b>6. Publieke en culturele context</b> .....	<b>9</b>
<b>7. Educatie</b> .....	<b>9</b>
<b>8. SWOT van Emoves Platform en Festival</b> .....	<b>10</b>
Producten en markten.....	11
<b>9. Organisatie en personeel</b> .....	<b>11</b>
Organisatievorm Emoves .....	11
Personeelsbeleid.....	12
<b>10. Bedrijfsvoering</b> .....	<b>12</b>
<b>11. Huisvesting</b> .....	<b>12</b>
<b>12. Middelen</b> .....	<b>12</b>
Aandelen Coöperatieve Vereniging .....	12

## 1. Voorwoord

De Urban scene in Eindhoven kent een geschiedenis van 30 jaar. Hierover verscheen een mooie documentaire; Straatsterren in Lichtstad<sup>1</sup>. In die dertig jaar hebben de pioniers zich vanuit zeer verschillende gezichtspunten en startpunten gemanifesteerd in de stad. Vrijwel alle aspecten van de Urban Culture hebben een plek gekregen. Zo heeft de Urban Culture stevige wortels in het welzijnswerk, waar verbinden, ontwikkelen van identiteit en versterken van jongeren een belangrijke rol speelt. Daarnaast is de Urban scene actief bij het hergebruik van leegstand. En creëert hier, door zijn hippe imago, economische meerwaarde en draagt zo bij aan de gebiedsontwikkeling, bijvoorbeeld van Strijp S.

Urban Culture is een creatieve, artistieke lifestyle die gebaseerd is op de aangeleerde mentaliteit van learning by doing, ondernemerschap en innovatie. Deze lifestyle wordt geleefd door een brede doelgroep dwars door bevolkingslagen, etniciteit en leeftijden. Eindhoven maakt graag gebruik van de aanwezigheid van deze nieuwe cultuur in zijn stad in zijn nationale en internationale Citymarketing. De Urban Sports zijn vanzelfsprekend onderdeel van de Urban scene vanwege hun creatieve street-based verwantschap, de stad ziet sport-educatieve mogelijkheden en wil zich graag ook op dit gebied (inter)nationaal profileren.<sup>2</sup>

Vijf Urban Culture & Sports instellingen, Het Dynamo HiphopLab040, Area51, het BMX park040, gebouw 52 en The Ruggeds hebben een Coöperatieve Vereniging opgericht om op basis van samenwerken, ondernemerschap en verwantschap, te zorgen dat de Urban wereld de kansen voor ontwikkeling, groei, publiekstoename en professionalisering oppakt en uitwerkt. Onderstaand bedrijfsplan 2017-2020 geeft richting aan deze ambitie.

## 2. Context

Als voorbereiding op dit bedrijfsplan hebben de instellingen in september 2015 een visiestuk gepubliceerd: "Wij zijn Urban"<sup>3</sup>. In dit visiestuk is uiteengezet wat Urban is, kan zijn en hoe de samenwerkende instellingen denken te kunnen gaan bijdragen aan de gewenste Urban Culture & Sports ontwikkeling. Voor het juiste begrip van de aanvraag BIS-instelling Eindhoven, geven we hierbij de samenwerkingscontext.

De instellingen zijn ervan overtuigd dat hun vorm van samenwerken een sterk multiplier-effect heeft. Het is een samenwerking die de ontwikkel- en groeikansen van de eigen instellingen verlicht, omdat de Coöperatieve Vereniging Emoves, kennis inbrengt die de instellingen zelf niet kunnen genereren, gezien hun kleinschaligheid.<sup>4</sup>

De professionalisering van het veld kan in de komende jaren een grote stap voorwaarts maken, door binnen EMOVES met elkaar en voor elkaar te gaan werken. Ondernemerschap, fondswerving en marketing kunnen zo alle aandacht krijgen die nodig is voor verdere groei.

De opbouw en het onderhoud van een netwerk, dat de Urban scene kan ondersteunen, en helpen met raad en daad wordt op deze samenwerkende manier vormgegeven en geeft de Urban scene een zichtbare plaats in het culturele leven van Eindhoven.

Naast een aanvraag voor de activiteiten van de CV Emoves zullen de samenwerkende Urban instellingen hun eigen activiteiten die onder de noemer Urban Culture vallen ook in een meerjarig perspectief uitwerken. Dit omvat onder andere;

- a. De noodzakelijke huisvesting, de ontwikkelingen en toekomstvisie

---

<sup>1</sup> Gerealiseerd in opdracht van Eindhoven 365.

<https://www.youtube.com/watch?v=n80gCMOAawg/>

<sup>2</sup> Uitspraken van de wethouders cultuur en sport tijdens het congres Urban Goud van 19 juni 2015.

<http://www.hiphopedia.nl/content/event/758/symposium-urban-goud>

<sup>3</sup> Wij zijn Urban, september 2015, [www.emoves.nl](http://www.emoves.nl)

<sup>4</sup> In eerdere stukken spreken we over een ontwikkel en presentatieplatform of een Urban Cluster. IN de tekst hebben we het nu over de Coöperatieve Vereniging

- b. Welke programmadomeinen door deze instelling worden gefaciliteerd en wat daarbinnen bereikt wordt
- c. Hoe wordt samengewerkt tussen de Urban Instellingen en hoe met de andere culturele instellingen
- d. De educatie, zowel naschools als op het PO en VO
- e. Welke organisatorische ontwikkeling noodzakelijk is.
- f. Welke resultaten mogen worden verwacht in 2020

Alle instellingen zullen zoals afgesproken, aanvragen doen bij de Plusregeling. In deze aanvragen wordt de verbinding gelegd met de positie en rol van Emoves als ontwikkel en presentatieplatform. De individuele instellingen en hun activiteiten vormen de basis voor de activiteiten van de CV, de platformfunctie van de CV heeft alleen werking als de individuele instellingen hun eigen autonome ontwikkeling met kracht kunnen voortzetten.

De kleinschaligheid van de betrokken Urban instellingen en de hybride financiering uit verschillende potjes en de hoge eigen inkomsten is de succesfactor geweest. Maar nu ontstaat de noodzaak om de Urban scene te versterken, en te verbreden. De steeds groter wordende doelgroep verdient een krachtig cultureel antwoord van de stad Eindhoven.

### 3. Strategie en beleid

#### Missie

De coöperatieve vereniging Emoves wil de kwaliteiten en mogelijkheden van Urban Culture & Sports, toegankelijk en zichtbaar maken voor een zo'n breed mogelijk publiek van 8 – 68, door jaarlijks een inspirerend presentatiefestival te organiseren, nieuwe en bestaande Urban initiatieven te ondersteunen en door een nationaal innovatie en kenniscentrum te zijn voor Urban instellingen, overheden en partners als onderwijs, bedrijfsleven en collega cultuurinstellingen.

#### Visie

Urban Culture is de verzamelnaam van een grote variëteit van muzikale, visuele, fysieke en creatieve uitingsvormen van (jonge) mensen, die wonen en leven in de stad of in een stedelijke omgeving. Het is de cultuur van jonge mensen die (meestal) niet van huis uit toegang hebben tot het bestaande culturele leven van de stad. Het is de cultuur van jongvolwassenen die hun creatieve inspiratie halen uit alles wat ze tegenkomen op straat, ontdekken op het internet, de sociale media en bij hun leeftijdgenoten.

De veelheid van creatieve Urban Culture vormen, wordt in niches van min of meer sociale verbanden beleefd en gedeeld, met ieder zijn eigen codes en stijlen. Urban Culture is een uiting van een levensstijl, een eigen cultuur. Die levensstijl wordt gekenmerkt door het inzetten van allerlei vormen van creativiteit als antwoord op hoe ze de wereld waarin ze leven, ervaren. Die voortdurende individuele zoektocht naar nieuwe mogelijkheden om je te uiten en je leven vorm te geven, is iets wat velen in de Urban wereld herkennen bij elkaar.

Deze jonge mensen zoeken door de manier waarop ze hun eigen culturele waarden invullen, niet als vanzelfsprekend aansluiting bij de gevestigde culturele instellingen. Ze hebben een autonome levensstijl gevonden die hun niet alleen de mogelijkheid geeft om zich uit te drukken, het biedt hen ook de kans om van hun creatieve vermogens hun beroep te maken. Ze zoeken naar hun eigen unieke vorm en brengen die tot perfectie.

Urban Culture is zeer veelzijdig en dynamisch. De cultuur bestaat uit diverse subculturen (scenes) die continu in ontwikkeling zijn, denk aan BMX, Breakdance, Skate, Rap, Freerunnen, Graffiti, Urban danstheater, etc. Tussen de verschillende elementen/ disciplines is er sprake van een constante kruisbestuiving. Vroeger werd Urban Culture vooral geassocieerd met het ruige karakter van Hip Hop en werd gezien als een belangrijk instrument om jongeren van de straat te houden. In deze tijd is Urban Culture een way of living geworden waarin verschillende smaken en voorkeuren voor extreme sports, street art, dans, muziek en representatie opgenomen zijn.

De oprichters van de CV Emoves werken al langer samen, zij hebben in 2011 een Urban festival opgezet, dat succesvol bleek en nu ook (inter)nationaal de aandacht trekt. De editie 2015 had het volgende resultaat

- 21.300 bezoekers/ deelnemers
- 17 events in 3 dagen op 4 locaties
- 82 demonstraties, workshops en clinics op 52 locaties door heel de stad.
- 40 landen vertegenwoordigd op het festival
- 270.000 likes op Facebook van al onze events
- 700.000 views op YouTube van onze events
- Totaal social mediabereik (YouTube/ facebook) 1.500.000

Het festival heeft een enorme groeipotentie. Er komen steeds meer Urban Culture deelnemers en het festival maakt ook voor niet ingewijden duidelijk wat een ongelooflijk creatieve en inspirerende cultuur dit is.

#### **4. Ambities**

De CV Emoves wil de komende 5 jaar de groeimogelijkheden van de Urban Culture benutten en bijdragen aan de ontwikkeling en versterking van de Urban Culture & Sports. Samenwerken en ondernemen zijn de key-woorden. Centraal hierin staat de platformfunctie van Emoves. We hebben de volgende ambities geformuleerd.

##### **4.1 Versterken van de organisatorische/ financiële mogelijkheden van de Urban initiatieven**

De partners van de CV Emoves zijn kleinschalige organisaties. Die kleinschaligheid is de kracht en tegelijkertijd de zwakte. De kracht omdat daardoor het specifieke vakgebied zich optimaal, in afzondering kan ontwikkelen en de zwakte omdat bij op grotere schaal samenwerken in onder andere het festival, de meerwaarde van  $1+1=3$  niet voldoende gehaald wordt. Om dit fenomeen te ondervangen is de CV opgericht. Zo kunnen in de Emoves organisatie een paar gezamenlijkheden ondergebracht worden, zoals

- Marketing coördinatie en kennisontwikkeling op het gebied van social media, waardoor de marketing van de deelnemende instellingen met minimale middelen, versterkt wordt en de branding van het festival en de Urban Culture maximaal wordt
- Evenementproductie, waardoor er organisatiesynergie en zakelijk voordeel te behalen valt bij de Festival productie
- De coördinatie en ontwikkeling van het educatief aanbod, waardoor Urban Culture beschikbaar komt, ook voor niet draagkrachtige inwoners van de regio Eindhoven
- Fonds en sponsorwerving waardoor de financiering van de verschillende initiatieven verbreed en versterkt kan worden
- Optreden als vertegenwoordiger van het Urban Cluster, waardoor vraagstukken op het gebied van huisvesting opgepakt kunnen worden, betrokkenen bij stedelijke ontwikkeling en citymarketing een sterke partner treffen. En nieuwe (culturele) partners op een eenvoudig manier tot samenwerken komen met de Urban instellingen.

- Met de CV Emoves wordt de Urbansector meer zichtbaar en in de gezamenlijkheid krijgt het Urban cluster zo een sterkere stem bij politiek, bedrijfsleven en maatschappelijke instellingen.

#### 4.2 Opzet van een Urban Culture & Sports Kennis- en Innovatiecentrum.

De coöperatieve vereniging Emoves wil in de periode 2017- 2020 zich ontwikkelen tot een stevig Urban kennis- en innovatiecentrum/platform. De organisatie van het Emoves Festival wordt nu al regelmatig gevraagd door bedrijven, overheden, instellingen fondsen etc. om haar kennis met betrekking tot de Urban wereld te delen. De vraag concentreert zich vooral op het beter begrijpen van deze ‘ongeorganiseerde’ subcultuur om mogelijk vertalingen te maken naar de georganiseerde culturen of om ze beter te faciliteren. Overheden, sponsors en fondsen willen ook graag informatie om hun Urban visie/beleid te bepalen. Deze vragen wil de CV Emoves goed onderbouwd kunnen beantwoorden en de aanwezige kennis de komende jaren uitbreiden en verdiepen. De CV Emoves in de BIS biedt de mogelijkheid om ook op dit kennisgebied flinke stappen te maken. In de komende vier jaar gaan we alle Urban Culture kennis die we hebben ontsluiten en inzetten voor het Urban Culture & Sports Kennis- en Innovatiecentrum.

De potentie van de Urban Culture is enorm en zowel de lokale impact als de internationale uitstraling zijn unieke gegevens. De stad Eindhoven heeft in eerdere stukken deze kwaliteiten al gelijkgeschakeld met de DNA uitspraak dat Eindhoven de stad is van Design, Technologie en Kennis. Ondanks dat Urban Culture daar officieel niet aan is toegevoegd, vanwege de citymarketing, wordt het wel gezien als een belangrijke stroming. De gemeente heeft Urban Culture niet voor niets opgenomen in haar cultuurbeleid.

Om deze positie niet alleen lokaal, maar ook regionaal en nationaal vorm te geven is de inrichting van een Kennis en Innovatiecentrum van groot belang. Een centrum dat kennis Urban verzamelt, uitdraagt en ontsluit voor iedereen die geïnteresseerd is of die een project wil ontwikkelen.

Dit centrum wordt interactief ontwikkeld met het veld, waarbij samenwerking met regionale collega's in Brabant uitgangspunt is. We beginnen met een digitaal centrum (website, vraagbaak en database), maar in het ondernemende karakter van de CV ligt besloten dat het Centrum de komende vier jaar een vlucht zal nemen, waarbij ondersteuning van Urban projecten elders tot de mogelijkheden behoort, maar ook het onderzoeken van het grensgebied tussen de klassieke cultuur en de Urban Culture, of bijdragen aan het inrichten van een Urban Sports Centrum.

#### 4.3 Het Emoves Festival

Een jaarlijks terugkerend Urban evenement, is het Emoves Festival. Een showcase van alles wat Urban is en mogelijk zal worden.

- Het Festival Emoves is het jaarlijkse presentatieplatform, waar de Urban Culture zich presenteert, waar lokale talenten hun kans krijgen, waar de laatste (inter)nationale en ontwikkelingen worden getoond. Het is de etalage van alle mogelijkheden die Urban Culture biedt
- Het Festival versterkt zijn internationale uitstraling door programmatisch te zorgen dat de wereldtop aanwezig is bij de verschillende evenementen en zal daarom over 5 jaar in de scene gelden als het belangrijkste Europese Urban Festival.

- Voor de toeleiding van nieuwe deelnemers en jong talent gaat de CV Emoves zorgen dat het Primair en Voortgezet Onderwijs, door het jaar heen, gecoördineerd educatieprogramma's krijgt aangeboden van de partners. Educatief aanbod dat deze leerlingen creatief inspireert om deel te gaan nemen aan Urban Culture & Sports activiteiten. Aanvullend versterkt het festival zelf zijn eigen educatief aanbod in de aanloop naar het festival en na afloop van het festival, door middel van het project Emoves in de wijken.
- Talenten krijgen van de CV Emoves de mogelijkheid om zich te presenteren op het festival, wij ondersteunen ze inhoudelijk, artistiek en indien nodig ook met een bescheiden budget.

Verdere Festival ambities

- Meer interactie tijdens het festival in de vorm van workshops, clinics en masterclasses
- Meer demo's, showcases, entertainment naast de wedstrijden (ook i.s.m. sponsoren, bijv. een mini-cooper painten)
- Events van eigen kweek, met hoog TDK-gehalte, internationale uitstraling
- Groei van disciplines, urban watersporten: wakeboarden, slope style, dirt bikes etc.
- Meerdere muziekstijlen, urban/ punk / dance
- Hoger seminar gehalte, het festival is het dialoog/ discussie platform van Europa als het gaat om urban ontwikkelingen
- Festival als living lab, waar de nieuwste gadgets, faciliteiten etc. getest worden

## 5. Doelstellingen

Coöperatieve vereniging Emoves wil in 2020 het volgende bereiken hebben:

### 5.1 Festival

#### Doelstelling 1: Uitbreiden publiek

In 2020 heeft het Festival 28.000 bezoekers, waarvan 15.000 betaald en 13.000 op bezoek ter kennismaking. 1.500 deelnemers aan workshops en 1.500 toeschouwers, waarvan de helft potentiële deelnemer is, 8000 deelnemers aan educatieprojecten voor en na het festival.

#### Doelstelling 2; versterken van het programma

*Programmatisch*

20 % ingekochte internationale events, 80% eigen kweek

Deze investering in programmakwaliteit levert het volgende op:

80% meer publiek in 2020, 50% meer optredens in 2020., 100% meer deelnemers.

### **Doelstelling 3: Meer en gecoördineerde educatie PO en VO, en wijken**

#### *Educatie*

2015: 4210 deelnemers – 52 locaties (langere projecten, meer de diepte in gegaan).

2020: 9400 deelnemers – 60 locaties

15% meer scholen en wijkcentra worden bereikt en 123% meer deelnemers bij de partners en bij het festival

### **Doelstelling 4: Talenten doorbraak**

Jaarlijks breken 4 talenten door

## **5.2 Organisatie ondersteuning**

### **Doelstelling 5: versterken Marketing festival en partners**

#### *Centrale Marketing*

Centrale Marketing, social media campagne is gestart bij de 2016 editie, resultaat is in 2020 een totaal social media bereik van 2.000.000 (likes, hits, views, etc.)

### **Doelstelling 6 versterken festival concept/ zakelijke synergie**

#### *Centrale Festival Coördinatie en locatie*

Vanaf editie 2017 hebben we een gezamenlijk festivalterrein, omgeving Berenkuil, Universiteitsterrein en Karpendonkse Plas in Eindhoven. Deze centralisatie heeft een aantal grote voordelen. We kunnen een goede mix maken van gratis toegankelijk en betaalde evenementen. De festivalsfeer is optimaal. De kosten van het runnen van een samenhangend festivalterrein wegen op tegen de uitstralingswaarde, de ontmoeting tussen deelnemers en publiek en de hogere recettes.

De festivalproductie komt in één hand te liggen, wat financiële en organisatorische voordelen heeft.

### **Doelstelling 7 Verbeteren van de financiële mix van de instellingen en het Festival**

#### *Centrale Fonds en sponsorverving, t.b.v. festival en deelnemers/ partners*

Naast de beoogde twee hoofdfinanciers (Eindhoven en Brabant) zijn er vele mogelijkheden waar we nu onvoldoende aan toekomen. Er liggen kansen bij cultuur- en cultureel sociale Fondsen, maar ook kunnen we meer maatschappelijke organisaties bij ons werk betrekken. (zoals nu al met de educatieprogramma's). Emoves gaat in 2017 een fonds- en sponsorverwer aantrekken, die de voorbereidingen doet voor een actief en succesvol financieel fondswervingsprogramma, gericht op 2017 ev. Dit betekent onder andere dat de eerste contacten gelegd gaan worden, relaties worden

uitgenodigd bij het festival, databases van potentiële financiers worden aangelegd etc. In het verlengde hiervan coördineert deze medewerker, samen met de partners, voor een goede lobby richting stakeholders (o.a. fondsen, overheden, commissies, sponsors). Om de fundraising succesvol op te kunnen starten zullen we ook aandacht besteden aan een branding en marketingcampagne. Een belangrijke partner voor ons is Triple Double uit Eindhoven. Deze organisatie gaat voor het festival zorgen voor meer commerciële sponsoring.

We blijven ervoor zorgen dat jongeren uit de doelgroep die niet voldoende draagkrachtig zijn, toch mee kunnen doen/ mee kunnen beleven.

De financieringsmix van het festival verandert omdat we met dit (inter-) nationale programma meerdere financieringsbronnen kunnen aanboren waaronder sponsoring voor grote events als WK's en EK's.

Deze mix ziet er dan als volgt uit:

10 % recettes

45% subsidie, waarvan 60% lokaal, 40% landelijk

40 % sponsoring (o.a. met behulp van Triple Double) en fondsen

5 % commerciële inkomsten

## 5.3 Opzet Kennis en Innovatiecentrum Urban Culture & Sports

### Doelstelling 8

#### *Kennis & innovatie Centrum Urban Culture*

We gaan een breed kennis- en innovatiecentrum Urban Culture & Sports ontwikkelen langs drie lijnen. Het centrum verzamelt Urban kennis, ontsluit Urban kennis en jaagt innovaties aan in het Urban veld. In 2020 is het centrum volledig operationeel, zichtbaar en actief aanwezig in Eindhoven en Brabant. Een subdoelstelling is, om via het Centrum bij te dragen aan een sterke en vernieuwende Urban Culture visie in Nederland en mogelijk Europa. We hebben op dit moment nog geen precies beeld hoe omvangrijk dit kenniscentrum wordt, maar de vragen die ons de laatste jaren zijn gesteld, laat zien dat er een behoefte is aan kennis over het Urban veld. De eerste stappen voor de CV zijn om de behoefte in het veld nader te inventariseren en ook het veld te bevragen naar de vorm van ontsluiting van de kennis, waaronder digitale ontsluiting en offline in de vorm van adviezen.

#### *Kennis verzamelen*

De CV gaat actief kennis verzamelen over de Urbanwereld. Kennis over de verschijningsvormen, de creatieve en economische potentie, de educatieve kwaliteiten, de nieuwste ontwikkelingen enzovoorts. We hebben al veel bestaande kennis beschikbaar in ons netwerk. We breiden deze kennis uit door een reeks gerichte gesprekken met aanbieders en de vragers op de Urban markt, nationaal en internationaal.

### *Kennis ontsluiten*

We bundelen de resultaten en zorgen voor een digitale ontsluiting, door middel bijvoorbeeld van een openbare database met belangwekkende initiatieven.

Een tweede vorm van ontsluiting is het organiseren van workshops, seminars en het schrijven van adviezen, al dan niet in opdracht van een vragende partij (overheid, bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties, waaronder collega instellingen)

Ook gerichte onderzoeksopdrachten kunnen bijdragen aan vergroten van de kennis en het versterken van de ontsluiting.

Een speciale vorm van ontsluiting is het beschikbaar stellen van zijn netwerk voor toptalenten en ze bij te staan met (zakelijke) adviezen.

### *Bijdragen aan innovatie.*

De CV Emoves wil de verzamelde kennis en netwerk inzetten om innovatie te bewerkstelligen.

Innovatie in de Urban cultuur zelf, denk hierbij bijv. aan de ontwikkeling van nieuwe type events, faciliteiten en begeleiding van toptalent (amateur tot toptalent).

En innovatie in het maatschappelijk middenveld, introduceren van het gedachtegoed van de Urban cultuur bij het denken over o.a. omgaan met leegstand, inrichting openbare ruimte, marketing en reclame. Het Kenniscentrum wil invloed ontwikkelen om bij beslissingen die worden genomen over bijvoorbeeld de inrichting van de stad, betrokken te worden. We willen met onderbouwde argumenten, sponsors overtuigen dat investeren in deze cultuur zeer waardevol en winstgevend is.

Einddoel is een omgeving te creëren waar het Urban talent zich op het hoogste niveau kan ontwikkelen en de sector zichtbaar en gewaardeerd aanwezig is in het stedelijk beleid.

## **6. Publieke en culturele context**

Urban Culture & sports heeft een stevige vlucht genomen in de thuisbasis Eindhoven. Deze stad van Technologie, Design Kennis, een innovatieve stad, heeft de Urban scene omarmt

Het lukt de Urban instellingen om met name jonge mensen, die niet direct toegang hebben tot de meer klassieke cultuur, te bewegen hun creatieve talenten te ontwikkelen. Deze krachtige culturele beweging met zijn vele verschijningsvormen, ontwikkelt zich snel in kwaliteit en kwantiteit. Ook ontstaan er telkens weer nieuwe vormen, onder invloed van de sociale media. De wereld van de Urban Culture is internationaal.

Door de samenwerking tussen de verschillende instellingen concreet te maken en praktische invulling te geven ontstaat er een sterk platform dat een belangrijke rol kan spelen in het verbreden van de publieke en culturele context. Eindhoven heeft dan als eerste stad in Nederland een sterk instrument dat de opkomende Urban Culture ondersteunt.

## **7. Educatie**

De afgelopen jaren hebben de oprichters van de CV een brede educatieportefeuille opgebouwd.

Iedere Urbanvorm kent zijn eigen workshops en demonstraties, ze worden gegeven op vele momenten en vele plekken. Soms op uitnodiging van een onderwijsinstelling, soms ter gelegenheid van een evenement, soms in een wijk.

Zo bereiken de Urban instellingen hun jonge doelgroep via scholen (PO en VO), het buurtwerk. Enthousiastelingen komen in hun vrije tijd workshops volgen of gaan hun eigen act uitdenken en uitvoeren.

Er is veel belangstelling voor de Urban cultuur, soms ziet een school er een moderne vorm van cultuurontwikkeling in van hun leerlingen (aanboren van creatieve talenten), soms wordt gefocust op de fysieke kwaliteiten van Urban (bestrijden obesitas, veel bewegen is gezond), soms wordt als uitgangspunt de educatieve waarde genomen van de culturele uiting, zoals het ontwikkelen van je vermogen om tegenslagen te incasseren en het versterken van de eigenwaarde van de leerling.

De instellingen gaan samen met de CV werken aan een versterking en verbreding van de educatie. We gaan onderzoeken waar nog witte vlekken zijn, we stimuleren ontwikkeling van nieuwe en sterke workshops en demonstraties, we zoeken uit waar potentiële financiers van dit educatieaanbod zitten. Op deze manier kunnen we in gezamenlijkheid ervoor zorgen dat de Urbaninstellingen jaar in, jaar uit alle jonge mensen uit Eindhoven bereiken en hun zo in contact brengt met Urban Culture mogelijkheden. Ook jonge mensen die moeten leven binnen minimale financiële omstandigheden, ook jonge mensen die door hun achtergrond niet gewend zijn om hun creativiteit aan te boren

## 8. SWOT van Emoves Platform en Festival

### STERKTES

- Kennisopbouw en uitwisseling Urban Culture lokaal en regionaal
- Door samenwerking sterker
- Bottom up, commitment is basis
- Mogelijkheden tot vernieuwen, volgen of inzetten (internationale) trends
- Groeipotentie ook buiten de grenzen van Eindhoven
- Urban kan met één mond spreken richting overheid, bedrijfsleven

### ZWAKTES

- Kleine partnerorganisaties die met moeite overeind blijven. (Professionaliteit)
- Nog geen sterke lobby richting stakeholders (bedrijfsleven, overheid)
- Razendsnelle veranderingen, nieuwe trends
- Het zijn individuen die de sector dragen

### KANSEN

- Professionaliseren sector en instellingen
- Groeikansen kunnen benutten
- Mogelijkheid tot versterken financiële positie van de instellingen, d.m.v. fondswerven, sponsoring en andere financieringsbronnen
- Alle jonge mensen bereiken, ook de financieel en sociaal zwakkeren

### BEDREIGINGEN

- Gevaar van institutionalisering
- Samenwerken is een kunst die persoonlijk commitment vraagt
- Te weinig outputgroei
- Te weinig nieuwe financiële mogelijkheden
- Nederlandse steden die soortgelijke events organiseren i.v.m. sponsoring.

## Producten en markten

- Programmering en productie van een jaarlijks meerdaags Festival. Doelgroep breed, van jong tot oud, deelnemen en kennismaken, presteren op het hoogste niveau, internationaal aansprekend.
- Educatieprogrammering. Rond het festival organiseert Emoves in de wijken een educatief aanbod voor jonge mensen, waarmee ze in aanraking komen met de verschillende aspecten van Urban Culture. Het is een samenwerking met de Woning Corporatie, en de partners instellingen van Emoves. Laagdrempelig, gericht op inspiratie, bezoek aan het festival, mogelijk toekomstig beoefenaar van een Urban activiteit
- Organisatie ondersteuning. Ondersteuning van de partner organisaties en andere Urban initiatieven bij hun professionalisering, en organisatieontwikkeling. Onder andere steun bij fondswerving, marketing en productie
- Urban kennis en innovatiecentrum. Adviezen voor overheden, bedrijfsleven, nieuwe initiatieven entameren bij Urban instellingen, kennis delen richting beginnende Urban initiatieven lokaal en regionaal.

## 9. Organisatie en personeel

### Organisatievorm Emoves

Emoves is een coöperatieve vereniging u.a. (CV) in oprichting

De CV voert de **platformfunctie** uit en organiseert jaarlijks het **Emoves-festival**

De basis voor de vereniging Emoves is de ledenvergadering.

Door natuurlijk verloop kunnen er nieuwe leden toetreden en of leden verlaten de vereniging. De statuten voorzien in de mogelijkheid van aspirant-leden

Nieuwe instellingen, initiatieven die in de komende jaren van grote waarde blijken te zijn om de doelstellingen van de CV mede te realiseren, kunnen via deze weg toetreden.

De ledenvergadering kiest een voorzitter uit hun midden. We overwegen nog om voor een periode een externe voorzitter te vragen om ons proces te begeleiden.

De ledenraad benoemt voor de periode 2017-2020 een dagelijks bestuur bestaande uit 2 personen.

Dit dagelijks bestuur is aanspreekpersoon voor specifieke portefeuilles. Zij maken plannen en leggen die voor aan de ledenraad. Als een plan wordt goedgekeurd, en het past binnen de financiële mogelijkheden van de coöperatieve vereniging Emoves, dan kan het plan daarna worden uitgevoerd.

Voor de financiële organisatie trekt de CV een (parttime)zakelijk directeur aan.

Deze directeur bewaakt de financiële kaders.

Daarnaast zit in zijn/ haar portefeuille het secretariaat van de CV en begeleidt deze directeur de fonds en sponsorwerving.

De leden vergaderen ca 6 keer per jaar om de voortgang te bespreken.

- Stand van zaken lopende projecten
- Evaluaties van afgeronde projecten
- Bespreken en indien gewenst, accorderen van nieuwe projecten

De zakelijk directeur Emoves zorgt voor de correcte financiële behandeling, afrekening etc. van de projecten

De Ledenraad is het hoogste orgaan van de C.V.

Instellingen worden lid van de vereniging en de instelling draagt iemand voor, die de C.V. EMOVES vorm en inhoud geeft.

De ledenraad benoemt een dagelijks bestuur.

Voor 2017-2020 zijn de volgende functies ingevuld.

**Dagelijks bestuur** Coöperatieve Vereniging u.a. EMOVES

Dave van den Berg (art, sport, educatie, contacten overheden, marketing)  
Angelo Martinus (muziek, dans, fondsen en sponsoring, culturele instellingen, educatie)  
Het werk van het dagelijks bestuur gebeurt op basis van contracten die door de vereniging met hen worden afgesloten.

De oprichtingsleden zijn:

- Stichting Lumens (Dynamo HiphopLab040)
- Stichting SSEE (Area51)
- Stichting BMX Freestyle (040BMXPark)
- Stichting Gebouw 52
- Stichting Rugged Solutions (The Rugged)

Er is per 1 september 2016 een vacature voor een zakelijk directeur.  
De CV is Btw-plichtig,

### **Personeelsbeleid**

De CV gaat met uitzondering van eventueel de zakelijk directeur geen medewerkers in dienst nemen. Diensten zoals marketing ondersteuning, dagelijks bestuurstaken, fondswerving, gebeurt allemaal op basis van overeenkomsten met de dienstverlener. De eigen administratie is daarmee zeer eenvoudig. Op twee momenten van het jaar spreekt de ledenvergadering zich uit over het functioneren de CV. Bij de bespreking van de jaarcijfers (medio april) en bij de bespreking van het jaarplan (medio oktober) Uitdrukkelijk aan de orde komt dan, het functioneren van de directie en het dagelijks bestuur, naast de controle of de doelstellingen gerealiseerd worden

## **10. Bedrijfsvoering**

Omdat Emoves een platformfunctie heeft en werkt in een netwerk, is de bedrijfsvoering beperkt. Het belangrijkste aspect van de bedrijfsvoering is zorgen voor transparant zakelijk verkeer rond alle activiteiten van de organisatie. Dat betekent zorgen voor een goede zakelijke administratie en voor heldere contractvorming met dienstleveranciers. De directeur doet het werk, hij zorgt dat de kaders zoals aangegeven in dit bedrijfsplan, niet worden overschreden. De ledenraad heeft de mogelijkheid om met kascommissies het werk van DB en zakelijk directeur te volgen.

## **11.Huisvesting**

De CV gaat bij een van de partners zijn kantoor houden. Daarmee worden de kosten laag gehouden.

## **12.Middelen**

### **Startkapitaal Coöperatieve Vereniging**

Om de organisatie te kunnen starten moet de CV enig startkapitaal hebben.

De vijf leden/ instellingen van het eerste uur, brengen bij wijze van startkapitaal € 60.000, -- in.

De inbreng van het startkapitaal wordt gedaan naar draagkracht.

De inbreng heeft geen invloed op het stemrecht van de leden

Het startkapitaal wordt in het eerste jaar ingezet om een zakelijk directeur te kunnen aantrekken.

Zijn/ haar salaris uiteindelijk gefinancierd door gerealiseerde sponsor en fondsbijdrage en mogelijk andere dienstverlening in de sector.

Met deze investering door de leden in de start van de organisatie wordt mede uitgedrukt dat alle instellingen het belang van dit platform inzien. Dat ze bereid zijn om hierop een ondernemersrisico te nemen. Als de fonds en sponsordoelstellingen van de CV niet gehaald worden, dan gaat dat ten koste van het kapitaal van de leden.

