

Spraakuhloos

CULTUURPLAN 2025-2028



WWW.SPRAAKUHLOOS.COM

Voorwoord	1
Profiel	2
SWOT-analyse	4
Strategie & Ambitie	4
Kenmerken van de spoken word scene	6
Aanbod	7
Kwantitatief activiteitenoverzicht	10
Doelgroepen	12
Organisatie	13
Sectorale zichtbaarheid	14
Gemeentelijke speerpunten	17
Culturele codes	19
Slotwoord	20

1. VOORWOORD

Beste commissieleden,

Wij vragen ons publiek altijd om zichzelf te voorzien van een hapje en een drankje. Pak dus iets lekkers, ontspan en sluit uw ogen. Haal diep adem (u kunt dit waarschijnlijk niet direct lezen, aangezien uw ogen gesloten zouden moeten zijn...) en neem een pauze van de dagelijkse sleur. Pas wanneer u klaar bent, vragen wij u uw vingers op te warmen met wat 'finger snaps' en uw stembanden met 'whoop whoop'-chants. Vanaf nu bent u een waardevol onderdeel van de spoken word-gemeenschap. Aangezien wij ons publiek vragen te snappen en te chanten bij het voelen van de boodschap in teksten, vragen wij dat ook van u. Veel leesplezier, cheers. Welkom in de spoken word-community.

Aangenaam, wij zijn Spraakuhloos. Opgericht door Garryl Tjon Poen Gie (1989) en Tomáš de Paauw (1991) in 2014, begon Spraakuhloos als een bescheiden spoken word-avond in Rotterdam. Dit initiatief, ontstaan uit de behoefte om jonge verhalenvertellers een podium te bieden, trok snel de aandacht en groeide uit tot een belangrijk cultureel verzamelpunt in de stad. Met spoken word als middelpunt en een mix van beatbox, zang, dans en rap, ontstond er een dynamische community. Dit werd de basis voor ons groeiende netwerk van jonge creatievelingen. Onze activiteiten trokken een divers publiek en een scala aan artiesten aan. Dit inspireerde ons om Spraakuhloos verder uit te bouwen, niet alleen qua aanbod maar ook in de organisatorische structuur. Tijdens een leertraject bij het HipHopHuis schreven we onze eerste projectaanvraag en richtten we onze stichting op. Langzaam maar zeker zetten we stappen om bij te dragen aan het culturele ecosysteem van Rotterdam.

De erkenning en financiële steun van fondsen zoals JBR, Snelloket, Gebiedscommissie, Rotterdam Festivals en Fonds Cultuur Participatie hielpen ons verder te groeien. Onze eerste projectsubsidie van de Gemeente Rotterdam in 2016 stelde ons zelfs in staat om een heel jaar lang programma's aan te bieden, totdat wij door een opmerking in het Cultuurplanadvies 2017-2020 gewezen werden op de ondervertegenwoordiging van spoken word-initiatieven in de culturele sector. Wij waren ons niet bewust van het bestaan van

een systeem voor structurele subsidie. Deze eyeopener leidde tot het besef dat er ruimte voor ons was binnen het gevestigde cultuurplansysteem. Toen we ons dit realiseerden, lanceerden we in 2017 ons eerste spoken word-festival, 'O10 SAYS IT ALL', in samenwerking met diverse spoken word-organisaties. Het succes van het festival – gemarkeerd door de eerste Doro Siepel prijs – versterkte onze positie binnen de culturele sector. Dit stimuleerde ons om in 2020 een Meerjarenbeleidsplan in te dienen bij de Gemeente Rotterdam, wat resulteerde in een toekenning van structurele subsidie, als grootste nieuwkomer. Van wind in de rug belandden we in de coronastorm. De pandemie bracht uitdagingen, maar ook kansen met zich mee. Ons eerste spoken word-muziekalbum 'BinnensteBuiten', beschikbaar op Spotify, en de bijbehorende documentaire 'Waar Spoken Word Thuis komt', benadrukken onze inspanningen om diverse verhalen toegankelijk te maken.

De eerste tien jaar van Spraakuhloos lijken soms wel op een sprookje. Veel dromen zijn omgezet in daden. We vinden een balans tussen het stimuleren van jong lokaal talent en het presenteren van de absolute wereldtop. We geloven dat spoken word complexe verhalen transformeert in toegankelijke vormen, zowel voor vertellers als luisteraars. In Rotterdam, waar deze verhalen in overvloed zijn, vervullen wij een unieke rol. Als initiatiefnemers die elke stap in onze instelling hebben doorlopen, streven wij ernaar dat Rotterdammers toegang hebben tot een duurzame spoken word-infrastructuur, die zowel weerspiegelt als ondersteunt, voor en door ongehoorde stemmen.

In dit plan nemen we u mee door de geschiedenis van spoken word, de ontwikkeling ervan in Nederland, hoe Rotterdam een voorloper werd, en waarom dit dé tijd is om te manifesteren. We belichten ook het kruispunt waar ambitie en realisme samenkomen. Onze werkwijze gaat verder dan het podium bieden aan diverse stemmen; we zetten ons in voor duurzame ontwikkeling en innovatie binnen de culturele sector. We creëren een blijvende impact op de Rotterdamse gemeenschap, dankzij lokale, nationale en internationale samenwerkingen. Dit alles draagt bij aan de laagdrempeligheid, toegankelijkheid en professionalisering van de spoken word-scene binnen en buiten het cultureel landschap.

**“Rotterdam ademt spoken word;
Spraakuhloos voorziet in de zuurstof.”**



2. PROFIEL

2.1 MISSIE

Wij zetten ons in voor een authentieke presentatie van spoken word. Met diep respect voor de oorsprong van deze kunstvorm, erkennen we de wortels ervan in urgentie en onderdrukking. Het is onze missie om de essentie van spoken word te behouden en te beschermen tegen vervorming. Vanuit deze kern streven we ernaar de integriteit en kracht van spoken word te waarborgen. Wij stimuleren verbale zelfexpressie en dragen bij aan persoonlijke zelfontwikkeling en sociaal-maatschappelijke vooruitgang. Van een toegankelijke en laagdrempelige open mic tot ondersteuning in ontwikkeltrajecten en een agency, tot doorgroeimogelijkheden in ons festival. Wij zijn er voor spoken word-artiesten en liefhebbers van de kunstvorm.

2.2 VISIE

Spoken word vindt de oorsprong in sociaal-maatschappelijke onderdrukking. Deze kunstvorm fungeert als middel voor zelfexpressie en sociale verandering. Onze visie is het bevorderen van universele erkenning en waardering voor spoken word als een krachtige en invloedrijke kunstvorm, zowel binnen de publieke sfeer, de kunst- en cultuursector, het onderwijs als in institutionele en sociale contexten. Hierbij streven we naar het erkennen van zijn unieke waarde in het uitdrukken van sociale kwesties en het stimuleren van persoonlijke en maatschappelijke groei. We streven naar een wereld waarin elke stem gehoord wordt, met name die van gemarginaliseerde groepen.

2.3 DOEL

We streven ernaar Rotterdam te ontwikkelen tot de spoken word-hoofdstad van niet alleen Nederland, maar ook van Europa.



2.4 WAAROM (BESTAAT SPRAAKUHLOOS)?

Het artistieke activisme voortkomend uit spoken word, geïnspireerd door de culturele Hip Hop-beweging, heeft een unieke plek in de kunst- en cultuursector. Helaas ontbreken er nationale instellingen met internationaal draagvlak. In een werkklimaat waarin een term als 'urban'¹ genormaliseerd is, blijft het een uitdaging om dit te realiseren.

Desondanks geloven wij in het ongeëvenaarde potentieel van spoken word. Deze kunstvorm geeft woorden aan onderdrukte gedachten en gevoelens. Het is persoonlijk, maatschappelijk betrokken, en eigentijds.

Spoken word heeft in vele vormen een rol gespeeld bij monumentale gebeurtenissen, van film en theater tot publieke oproepen voor sociaal-maatschappelijke rechtvaardigheid.

Een overzicht met klikbare linkjes:

[Charlie Chaplin - Final Speech from The Great Dictator](#) ↗

[I Have a Dream speech by Martin Luther King Jr.](#) ↗

['Still I Rise' by Maya Angelou \(1987, Live performance\)](#) ↗

[Lin-Manuel Miranda Performs at the White House Poetry Jam](#) ↗

[John Boyega makes impassioned speech at Black Lives Matter protest in London](#) ↗

[Amanda Gorman reads inauguration poem, 'The Hill We Climb'](#) ↗

[Amara van der Elst: Spoken Word - Dodenherdenking](#) ↗

[Zaïre Krieger vertaalt De Troonrede | Khalid en Sophie](#) ↗

Het is opmerkelijk hoe relevant de woorden van Charlie Chaplin, een komiek uit de jaren '30, vandaag de dag zijn en hoe Zaïre Krieger anno 2022 dezelfde problemen in de huidige politiek aankaart. Sinds Martin Luther King Jr. dromen we over inclusie, maar John Boyega schreeuwt tijdens de Black Lives Matter-beweging over hoe ver we ervan verwijderd zijn. Vrouwen zoals Maya Angelou en Amara van der Elst, die hun roots verwerken in teksten en het podium krijgen om deze te delen, zijn op één hand te tellen. En Lin-Manuel Miranda werd aanvankelijk speels uitgelachen voordat hij de grootste musical aller tijden schreef, waaruit Amanda Gorman meerdere citaten gebruikte voor haar voordracht tijdens de inauguratie van Joe Biden.

Spoken word is een middel om vragen te stellen, argumenten te verbreden en antwoorden behapbaar te maken. Wij zien een wereld voor ons waarin iedereen zijn of haar gedachten, emoties en ervaringen beter leert verwoorden.

Jana Beranova, voormalig stadsdichter van Rotterdam, schreef voor Amnesty International:

“Als niemand luistert naar niemand, vallen er doden in plaats van woorden.”

¹ <https://www.standard.co.uk/lifestyle/why-brands-stop-using-term-urban-a4462831.html>
<https://theboar.org/2020/06/why-urban-is-outdated/>

3. SWOT-ANALYSE

Om een beeld te schetsen van onze organisatie hebben wij een SWOT-analyse opgesteld. Deze analyse nemen wij mee in onze strategie en ambitie.

STERKTES (STRENGTHS)

1. Inclusieve programmering en organisatie
2. Toegankelijke programmering
3. Stabiel op zakelijk gebied
4. Innovatief
5. Verbinder van eigen community en spoken word organisaties op (inter)nationaal gebied

ZWAKTES (WEAKNESS)

1. Beperkte personele capaciteit
2. Zelfonderschatting op het gebied van impact
3. Beperkte fysieke ruimte en faciliteiten
4. Inconsistente communicatiestrategie

KANSEN (OPPORTUNITIES)

1. Door uitbreiding van financieringsmix meer kunnen investeren in makers en activiteiten
2. Toegankelijkheidsinitiatieven
3. Verspreiden van spoken word op digitale platformen
4. Internationale uitwisselingsprogramma's
5. Data-gedreven marketingstrategieën

BEDREIGING (THREATS)

1. Niet genoeg financiële middelen om door te groeien
2. Gebrek aan locatiestabiliteit
3. Financiële ongelijkheid in het aantrekken van talent en het organiseren van activiteiten
4. Technologische veranderingen

4. STRATEGIE & AMBITIE

Om spoken word toekomstbestendig te presenteren, zonder afbreuk te doen aan haar rijke geschiedenis, hebben we drie hoofdstrategieën uitgewerkt: Authentiek en Erkend, Inclusief en Veilig, en Professioneel en Geborgd.. Uit deze strategieën vloeit ons aanbod voort (zie Hoofdstuk 6: Aanbod). Elke strategie wordt toegelicht met een analyse, een beschrijving van het probleem en een duurzame oplossing.

4.1 AUTHENTIEK EN ERKEND

Analyse: In Nederland is de kennis over de geschiedenis van spoken word beperkt. Om deze kunstvorm in haar oorspronkelijke betekenis te behouden, is het essentieel om bijdragen van organisaties zoals Crime Jazz en Palabras, actief eind jaren '90, te erkennen en te integreren in de huidige en toekomstige ontwikkeling van spoken word.

Probleem: Het huidige imago van spoken word als 'urban' draagt bij aan een gebrek aan een duurzaam ecosysteem, waarin de verhalen van gemarginaliseerde groepen centraal staan. Dit wordt versterkt door onvoldoende historisch inzicht.

Oplossing: Wij concentreren ons op het bevorderen van historisch bewustzijn en de positie van spoken word binnen de kunst- en cultuursector. Door continuïteit in financiering en ondersteuning, samenwerkingsverbanden en het uitdragen van de veelzijdigheid van spoken word, leggen we een stevig fundament voor de toekomst.

Aanbod: Workshops, schrijverskamp, presentatieavonden en partnerships (zie Hoofdstuk 6: Aanbod voor toelichting).

Sterktes en kansen: Inclusieve, verbindende en toegankelijkheidsinitiatieven.

4.2 INCLUSIEF EN VEILIG

Analyse: Door het versterken van gemarginaliseerde stemmen in onze activiteiten en community-betrokkenheid, bevorderen we een inclusiever beeld van de Rotterdamse kunst- en cultuursector.

Probleem: Discriminatie in vele vormen leidt tot misplaatste zelfbeelden bij jongeren, wat bijdraagt aan maatschappelijke ongelijkheid. Hoewel Rotterdam progressieve stappen maakt, is er ongelijkheid in behandeling en dienstverlening.

Oplossing: We streven ernaar een aanbod te realiseren dat zelfexpressie binnen een veilige en inclusieve community stimuleert. Dit verhoogt het zelfbeeld van jongeren en biedt inzicht in hun sociale impact.

Aanbod: Open mic, online content en festival (zie Hoofdstuk 6: Aanbod voor toelichting).

Sterktes en kansen: Inclusief, toegankelijk, innovatief, verbindend en internationale uitwisselingen.

4.3 PROFESSIONEEL EN GEBORGD

Analyse: Het aantal fulltime spoken word-artiesten en organisaties in Nederland is relatief laag. Deze situatie weerspiegelt de beperkte ondersteuning binnen de sector.

Probleem: De beperkte groei sinds eind jaren '90 toont een gebrek aan structurele ondersteuning, resulterend in een focus op kortetermijnprojecten.

Oplossing: Door kennis en expertise te combineren met jeugdig enthousiasme, ondersteunen we artiesten in hun zakelijke en administratieve aspecten. Dit verbetert de kwaliteit en impact van hun werk en helpt spoken word-artiesten groeien in organisatorische vaardigheden.

Aanbod: Agency en Level UP (zie Hoofdstuk 6: Aanbod voor toelichting).

Sterktes en kansen: Stabiliteit op zakelijk gebied, uitbreiding financieringsmix en data-gedreven marketing.



5. KENMERKEN VAN DE SPOKEN WORD SCENE

5.1 VOORGESCHIEDENIS

Om te weten waar we naartoe gaan, moeten we weten waar we vandaan komen. Gepassioneerd verhalen vertellen is iets van alle tijden en culturen. Hier volgt een kort overzicht van de ontwikkeling van spoken word:

- Harlem Renaissance: In de 20e eeuw kreeg spoken word vorm tijdens de Harlem Renaissance. Afro-Amerikaanse artiesten gebruikten woorden om hun ervaringen en strijd uit te drukken.
- Beat Generation: In de jaren '50 en '60 won spoken word aan populariteit binnen de Beat Generation. Dichters als Allen Ginsberg en Jack Kerouac gebruikten spontane, ritmische woordkunst in hun werk.
- Civil Rights Movement: Gedurende de jaren '60 werd spoken word een medium voor sociale en politieke expressie, gericht op rechtvaardigheid en het bestrijden van onderdrukking.
- Hiphopcultuur: In de jaren '70 en '80 droeg de opkomst van hiphopmuziek bij aan de populariteit van spoken word. Hiphopartiesten gebruikten rap (rhythm and poetry) als een vorm van spoken word om hun ervaringen en sociale kwesties te uiten.

Spoken word werd in Nederland geïntroduceerd door Crime Jazz (1998-2008) in Rotterdam en Palabras (2001-2010) in Amsterdam. Deze organisaties werden geprezen om hun diversiteit en sociaal-maatschappelijke impact. Ze programmeerden zowel nationaal talent als internationale headliners. Als erfgenamen van hun werk en nalatenschap moeten we ze eer bewijzen. Zonder Crime Jazz en Palabras zou Spraakuhloos niet bestaan.

Hoewel deze organisaties urgent waren, vooral in hun tijd, hebben ze niet langer dan tien jaar bestaan. 'Hoe kan dat?' Om het verhaal vanuit organisatorisch oogpunt te horen, namen we contact op met de initiatiefnemer Babs Gons van Palabras.

Zij wees ons op de volgende punten:

- Spoken word is nooit omarmd binnen de witte en elitaire literaire sector. Sterker nog, het werd altijd afgedaan als 'urban', alsof het geen volwaardige kunstvorm is.

- Fondsen hebben jarenlang gekozen om spoken word niet als kunstvorm op te nemen in hun aanvragen. Het was 'literatuur of theater', nooit een combinatie van beide.
- De kern van spoken word is het aankaarten van ongelijkheid. Dit leidt tot ongemak. In de Nederlandse maatschappij, waar de dominante cultuur westers, wit en heterogeen is, overheerst een mentaliteit die dit liever niet aankaart.

Deze punten betreffen de periode van 1998 tot 2010, maar als we eerlijk zijn, zijn ze deels nog steeds relevant. Sinds 2010 zijn er verschillende spoken word organisaties opgericht, tegen dezelfde punten aangelopen, en opgeheven. De grootste voorbeelden hiervan zijn Late Night Poetry Jam, van Kenneth Asporaat. En Paginagroots, van Derek Otte. Gelukkig zijn er ook organisaties die afsteveneren op een lang bestaansrecht en - samen met ons, in de voetsporen van Crime Jazz en Palabras - bijdragen aan een duurzame infrastructuur. Hieronder lichten we deze organisaties toe middels een concurrentieanalyse.

5.2 CONCURRENTIEANALYSE

In de concurrentieanalyse van de Nederlandse spoken word-scene, met gebruik van Porter's model, nemen we de invloed van verschillende organisaties in overweging. Het is echter belangrijk op te merken dat deze analyse niet alle concurrenten in de sector volledig beschrijft. Het biedt eerder een representatieve steekproef om de invloed van verschillende organisaties te illustreren en een beeld te schetsen van de competitieve dynamiek binnen de spoken word-scene.

1. Dreiging van Nieuwe Toetreders:

Nieuwe organisaties kunnen zich onderscheiden door een unieke benadering, zoals Sprazzz doet met muziek en The Word Club met wekelijkse schrijfsessies voor spoken word-artiesten. Deze organisaties tonen aan dat er ruimte is voor innovatie en specifieke missies binnen de spoken word-scene.

2. Dreiging van Substituten:

Organisaties zoals Poetry Circle en SPOKEN, die landelijk spoken word-workshops aanbieden en spoken word combineren met een awardshow, bieden ervaringen die moeilijk vervangbaar zijn door andere organisaties. De lesprogramma's en awardshows verhogen de waarde van spoken word.

3. Onderhandelingsmacht van Leveranciers:

Spoken Agency verhoogt de onderhandelingsmacht van artiesten door hen te koppelen aan commerciële partijen, waardoor zij meer invloed en mogelijkheden krijgen binnen de sector.

4. Onderhandelingsmacht van Afnemers:

Organisaties zoals AFK Spoken Word Festival, Mensen Zeggen Dingen, We the People en Woorden Worden Zinnen spelen een rol in het betrekken van het publiek door diverse en aantrekkelijke programma's aan te bieden, wat essentieel is voor het succes van evenementen.

5. Rivaliteit tussen Bestaande Organisaties:

Er is een gezonde rivaliteit tussen organisaties als Alfabetsoep, Het Zwarte Schaap, Productiehuis Flow en Unwanted Words, elk met hun eigen niche.

Onze organisatie speelt een cruciale rol in de Nederlandse spoken word-infrastructuur door alle fasen van artistieke ontwikkeling te faciliteren.

6. AANBOD

Nu dat we een duidelijk beeld hebben van ons werkveld, is het tijd om ons aanbod te presenteren.

6.1 TELL 'EM FESTIVAL

Sinds 2017 organiseren we ons Tell 'em spoken word festival. Hier brengen we diverse woordkunstorganisaties samen voor een meerdaags evenement. Dit festival werd een verbindend en gevierd moment in de spoken word-sector, en daarbuiten. Zo wonnen we de eerste Doro Siepelprijs ter waarde van €10.000. Ons festival biedt niet alleen een podium aan gevestigde artiesten, maar ook aan opkomend talent. We werken samen met taalkundige, visuele en muzikale partners om een zo breed en divers mogelijk programma te bieden. Vanaf 2025 zetten we een stap verder door ons te richten op het internationaliseren van het festival. We hebben de ambitie om Rotterdam de spoken word-hoofdstad van Europa te maken. Hiervoor hebben we - samen met de World Poetry Slam Organisation - een plan ingediend voor een meerjarige Europese subsidie.

Impact: Ons festival speelt een cruciale rol in het versterken van de spoken word-scene in Nederland en draagt bij aan de ontwikkeling van een duurzame infrastructuur voor de sector. We bieden een uniek platform voor zowel nieuwe als gevestigde artiesten en stimuleren sociale cohesie, educatie en bewustwording. Met workshops, open podia, thematische programma's en afterparties bieden we een rijk en divers aanbod dat de spoken word-cultuur viert en promoot.

Van talentontwikkeling tot internationale samenwerkingen, bieden wij een uniek platform waar alle aspecten van spoken word tot bloei komen. Ons programma richt zich op het integreren van een breed scala aan perspectieven en stijlen, wat bijdraagt aan culturele diversiteit en de verrijking van de kunstvorm. We onderscheiden ons door onze inclusieve aanpak, met specifieke aandacht voor artiesten en bezoekers met mentale en/of fysieke beperkingen. Deze focus garandeert dat onze evenementen en activiteiten toegankelijk zijn voor een breed publiek, waardoor we een transformerende rol spelen in de ontwikkeling en diversificatie van de spoken word-infrastructuur. Door deze geïntegreerde aanpak versterken we onze missie om een veilige en stimulerende omgeving te bieden voor alle verhalenvertellers en luisteraars.

6.2 WORKSHOPS

In Rotterdam vinden verschillende spoken word-workshops plaats. Dat juichen we toe. Alleen waren er tot voor kort geen workshops die toegankelijk waren. Sinds september 2023 organiseren we workshops voor jongeren met mentale en/of fysieke beperkingen, geleid door Chery Salinas. Deze workshops, gehouden in het Luxor Theater, zijn toegespitst op het accommoderen van diverse beperkingen en omvatten gebieden zoals zicht, mobiliteit, spraak, gehoor, sensitiviteit en mentale weerbaarheid. Gedurende acht weken leren deelnemers in twee uur durende sessies hoe zij hun gevoelens en ervaringen kunnen verwoorden, culminerend in een presentatieavond.

Impact: In 2023 werkten we samen met Willem Phillipsen van Rotterdam Onbeperkt aan een vierweekse workshopreeks, die succesvol werd afgesloten met een performance-avond in BIRD. Dit succes leidde tot de vraag naar een uitgebreider programma, waarvoor we een jaarbudget van €100.000 van de Gemeente ontvingen. Hierdoor konden we Chery Salinas een jaarcontract aanbieden en het programma uitbreiden met doorlopende workshops, performance-avonden en een fysieke bundel. Vanaf 2025 zullen we ons programma verder uitbreiden, met name tijdens [de Week van de Toegankelijkheid](#).

6.3 OPEN MIC

Onze open mic werd in 2014 geïntroduceerd als een spontaan randprogramma tijdens onze reguliere evenementen. Wij boden bezoekers de kans om onverwacht hun eigen verhaal te delen, wat al snel resulteerde in een groeiende belangstelling voor actieve deelname. Deze dynamiek heeft zich ontwikkeld tot volwaardige open mic-avonden vanaf 2015, waarbij gemiddeld 25 jongeren per avond hun verhaal delen binnen een tijdslimiet van twee en een halve minuut. Onze open mic-avonden zijn meer dan alleen een podium; ze zijn een broedplaats voor nieuw talent en een testruimte voor ervaren artiesten. Zo heeft Luc Howie Duzzit zijn tekst bij ons kunnen oefenen, voordat hij de dag erna een SPOKEN Award won. Wij benadrukken respect en ondersteuning, ongeacht de diversiteit in thema's zoals kansenongelijkheid en kwetsbaarheid. Onze gemeenschap, die zich nu uitstrekt tot ver buiten Rotterdam en Nederland, wordt gekenmerkt door een inclusieve en laagdrempelige first come, first serve-benadering, waarbij het publiek haar waardering toont door middel van 'finger snaps'. Vanaf 2025 breiden wij deze missie uit met tien georganiseerde open mic-avonden per jaar.

Impact: Deze avonden zijn essentieel voor het versterken van onze gemeenschap, het bieden van een veilige ruimte voor persoonlijke expressie en creatieve groei, en het stimuleren van culturele en sociale bewustwording. Ze bieden niet alleen podiumkansen voor lokaal talent, maar dragen ook bij aan het verminderen van polarisatie en het bevorderen van saamhorigheid. Door deze aanpak blijven wij een belangrijk platform voor jongeren om gehoord te worden en hun verhalen te delen.

6.4 LEVEL UP

Voor de Open Mic begint, organiseren we een 'Level UP'-bijeenkomst. Hiermee ondersteunen we onze gemeenschap in praktische vaardigheden zoals KvK-inschrijving, facturering, belastingaangifte en subsidieaanvragen. De onderwerpen worden bepaald via Instagram-polls en ervaringsdeskundigen uit ons netwerk verzorgen de presentaties. Dit bevordert kennisdeling en versterkt onze gemeenschap, wat bijdraagt aan de groei en stabiliteit van de spoken word-scene in Rotterdam.

Impact: Onze 'Level UP'-bijeenkomsten bieden ondersteuning aan zowel Rotterdammers met mentale en/of fysieke beperkingen als aan iedereen die zich wil ontwikkelen. Het doel is om de kwaliteit van spoken word-optredens in Rotterdam te verhogen en een stabiele groei in de scene te bevorderen. Deze maandelijkse bijeenkomsten dienen als een ontmoetingsplaats voor kennisuitwisseling en netwerkvorming, wat de versterking van onze artistieke gemeenschap bevordert.

6.5 SCHRIJVERSKAMP

Tijdens de coronapandemie in 2021 zagen we een unieke kans om jong talent te ondersteunen. Ons eerste [schrijverskamp](#) met 16 spoken word-artiesten resulteerde in een Spotify-album dat de tijdsgeest vastlegde. Deze succesvolle ervaring heeft ons geïnspireerd om vanaf 2025 jaarlijks schrijverskampen te organiseren, met verschillende focusgebieden. In de oneven jaren, zoals 2025 en 2027, ligt de nadruk op het creëren van literaire bundels, begeleid door Zaire Krieger en uitgegeven door Uitgeverij Meulenhoff tijdens ons festival. In de even jaren, zoals 2026 en 2028, werken talenten samen aan collectieve producties onder regie van Gavin Viano, die debutteren op ons festival en daarna op andere podia te zien zijn.

Impact: Onze schrijverskampen zijn gericht op jongeren met spoken word-ervaring, maar die nog geen fulltime artiesten zijn. We bieden tien talenten per jaar een inspirerende ervaring met volledige voorzieningen, inclusief slaapplekken, catering en coaching, om zich volledig te kunnen richten op hun artistieke groei, of het nu gaat om een bundel, een voorstelling of een EP. Deze activiteiten worden gedocumenteerd en gedeeld via sociale media en een jaarlijkse documentaire die tijdens ons festival in première gaat, om de impact van ons schrijverskamp te benadrukken.

6.6 PRESENTATIEAVOND

Onze [presentatieavonden](#) vormen de bekroning van het werk uit onze jaarlijkse schrijverskampen, waar tien opkomende artiesten hun diversiteit en creativiteit tonen. Deze avonden zijn meer dan showcases; ze vieren de vele stemmen in onze gemeenschap. Gedurende een jaar krijgen jongeren de kans om hun talent te ontwikkelen, en artiesten zoals Daniëlle Zawadi, Gavin Reijnders en Roziena Salihu stonden al bij ons op het podium voordat ze nationaal doorbraken, wat jongeren inspireert omdat ze zichzelf kunnen herkennen in de gedeelde verhalen.

Impact: Deze avonden versterken niet alleen de spoken word-gemeenschap in Rotterdam en daarbuiten, maar benadrukken ook het belang van kunst als middel voor zelfexpressie en maatschappelijke betrokkenheid. Ze bevorderen samenwerking tussen jonge makers, iets dat niet gebruikelijk is binnen de spoken word-scene. Elk co-creatieproces is uniek en wordt gedocumenteerd. Al het opgenomen beeldmateriaal en het eindproduct worden gepresenteerd tijdens ons Tell 'em festival, met als boodschap: "Jonge maker, je mag er zijn."

6.7 PARTNERSHIPS

Naast onze eigen avonden werken we nauw samen met diverse organisaties, waaronder het Boekenweek Festival, Friday Night Live (Kunsthal), Museumnacht, Poëzieweek, Rotterdamse Dakendagen, Rotterdam Street Culture Weekend (RSCW), Week van de Toegankelijkheid (Rotterdam Onbeperkt) en Vrijheidsmaaltijden. Deze organisaties vragen ons om bij te dragen aan hun programma's, wat niet alleen ons aanbod verrijkt, maar ook spoken word naar een breder en gevarieerder publiek brengt. Dankzij deze samenwerkingen treden onze artiesten op diverse locaties op, wat kansen biedt om hun talent aan verschillende doelgroepen te tonen en de zichtbaarheid en impact van spoken word in de Rotterdamse culturele scene te vergroten.

Impact: Onze partnerships tonen aan dat spoken word een integraal onderdeel is van het culturele landschap van Rotterdam. Artiesten worden sneller ontdekt en krijgen nieuwe boekingen dankzij deze zichtbaarheid in de sector. Bovendien stimuleren we interdisciplinaire samenwerkingen, waardoor spoken word interessant wordt voor kunst disciplines die nog niet eerder met spoken word artiesten hebben samengewerkt, zoals [beatbox](#), [skaten](#), [freerunnen](#), [basketbal](#), [dans](#) en [muurschilderingen](#). Deze samenwerkingen benadrukken de veelzijdigheid en relevantie van spoken word, waardoor we de grenzen van deze kunstvorm kunnen verleggen en nieuwe doelgroepen kunnen bereiken.

6.8 AGENCY

Sinds 2023 fungeren we ook als een agentschap voor artiesten. Deze rol begon in 2021 tijdens ons eerste schrijverskamp, waar de vraag rees of we artiesten konden vertegenwoordigen. Inmiddels vertegenwoordigen we vijf getalenteerde artiesten - [Amara van der Elst](#), [Geoffrey van der Ven](#), [Ivan Words](#), [Tyler Koudijzer](#) en [Zaire Krieger](#) - en we plannen om ons artiestenbestand verder uit te breiden. Ons agentschap richt zich op het verminderen van de werkdruk voor onze artiesten door de zakelijke aspecten, zoals onderhandelingen en facturatie, te beheren. Om de professionele groei en het succes van onze artiesten te versterken, koppelen we een expert uit ons team aan de artiesten die hen helpt bij het aanvragen van subsidieaanvragen en zakelijke vraagstukken. Wij bieden een professionele ondersteuning voor spoken word-artiesten, waardoor ze hun carrière kunnen ontwikkelen zonder afgeleid te worden door de randzaken. Dit draagt bij aan de professionalisering van de spoken word scene in Rotterdam en daarbuiten, terwijl we ook de zichtbaarheid en merkwaarde van onze artiesten verhogen.

Impact: Artiesten worden administratief ontlast en hebben meer ruimte voor creatieve denkprocessen. Dit heeft geleid tot avondvullende programma's van zowel Tyler Koudijzer (De Gesuikerde Onderneming) als Geoffrey van der Ven (Het Is Niet Nieuw). Onze Agency ondersteunt artiesten niet alleen bij het verspreiden van bestaand werk, maar draagt ook bij aan nieuwe initiatieven met bijbehorende fondsenwerving.

6.9 ONLINE CONTENT

Tijdens de pandemie ontdekten we dat online content naadloos aansluit bij spoken word. We produceerden videoclips met street artiesten en realiseerden een hybride samenwerking met freestyle rapper Harry Mack. Onze digitale aanwezigheid werd versterkt door wekelijkse Instagram Live open mic-evenementen, waarbij honderden artiesten wereldwijd betrokken waren. Dit inspireerde ons om het spoken word-muziekalbum '[Binnenste Buiten](#)' te produceren. Dit album leidde tot een muzikale theaterproductie en een documentaire over ons 8-jarig bestaan. Geïnspireerd door deze ontwikkelingen, richten we ons vanaf 2025 meer op online content, met name op platforms als TikTok en Instagram. Onze TikTok-content bestaat uit korte, grappige filmpjes met puns, bars en oneliners, terwijl we op Instagram spoken word-muziekvideo's delen die cross-overs met andere kunstvormen laten zien. We gebruiken ook YouTube voor diepgaande content over het maakproces van artiesten en Facebook om onze evenementen te delen met een breder publiek, inclusief de 50+ gemeenschap.

Impact: Onlangs hebben wij drie getalenteerde artiesten, [Benzokarim](#), [Tyler Koudijzer](#) (Minuut 43:08 - 52:13) en [Zaire Krieger](#) (Minuut 1:30 - 06:30), begeleid tijdens een schrijverskamp. Hun ontwikkelde teksten werden vervolgens ingezet in een workshop voor het televisieprogramma DREAM SCHOOL op NPO Start, waarbij de artiesten jongeren hielpen hun emoties te verwoorden en te presenteren. Deze digitale vertoning sluit naadloos aan bij de visie van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap op 'Doordacht Digitaliseren', waarbij jongeren op een interactieve manier leren. Hoewel onze content niet primair als lesmateriaal is bedoeld, heeft het toch een educatieve waarde. Het toont de kracht van onze benadering om via digitale kanalen een jong, dynamisch publiek te bereiken. Dit draagt bij aan het bouwen van een brug tussen onze fysieke en digitale gemeenschappen, terwijl we content beheren die jongeren aanspreekt en waar zij zich in kunnen herkennen.

7. KWANTITATIEF ACTIVITEITENOVERZICHT

Voordat we - op de volgende pagina - ons activiteitenoverzicht toelichten, introduceren we u hieronder aan het activiteitenoverzicht dat wij hadden ingediend in ons vorige Cultuurplan.

2021-2024 Gemiddeld per jaar	Open podium	Workshop	Geprogrammeerde avond	Geprogrammeerde avond XL	Festival	Podcast	Totaal
Aantal activiteiten	5	60	1	1	1 (4 dagen)	7	75 activiteiten
Artiesten	100	600	8	8	77	7	800 artiesten
Publiek	500	N.v.t.	300	500	1.000	7.000 digitaal bereik	2.300 betaald En 7.000+ digitaal

Destijds hadden we weinig weet van hoe producties en presentaties van elkaar gescheiden waren, en noemden we alles "een activiteit". Zelfs als wij ons totaal aantal producties verdubbelen met ieder een eigen digitaal presentatie moment, waren we op maximaal 75 producties en 150 presentaties uitgekomen. Deze getallen hebben wij de afgelopen jaren bijna verdubbeld, en al onze workshops zijn ondergebracht in de Agency. En dan hebben we het nog niet eens over het digitale bereik.

We vermelden dit om twee redenen:

- 1, Zelfs zonder de honorering van Fonds Cultuurparticipatie op ons meerjarenplan hebben wij - vele malen - meer georganiseerd dan waar we voor hadden aangevraagd.
- 2, Ditmaal brengen we nauwkeurig in beeld wat we gerealiseerd hebben, én waar we in de toekomst toe in staat zijn. Het is dan ook niet de vraag of, maar hoeveel we doorgroeien.

	Festival	Workshop	Open mic	Level UP	Schrijverskamp	Presentatieavond	Partnerships	Agency	Online content	Totaal
Producties 2023	1	2	5	0	0	1	5	77	42	133
Producties 2025-2029	1	8	10	10	1	1	8	168	50	257
Presentaties 2023	3	2	5	0	0	2	10	144	84	250
Presentaties 2025-2029	3	26	20	10	1	2	8	336	100	496
Bezoekers en weergaven 2023	2.200	0	250	0	0	150	500	22.200	222.991	248.291
Bezoekers en weergaven 2025-2029	3.000	0	250	0	0	150	800	25.000	300.000	326.750
Artiesten 2023	80	16	100	0	0	10	50	5	52	313
Artiesten 2025-2029	100	64	200	100	10	10	80	7	60	631

FESTIVAL:

- **2023:** 1 productie, 3 presentaties, 80 artiesten, 2.200 bezoekers.
- **2025-2029:** 1 productie, 3 presentaties, groei naar 100 artiesten, 3.000 bezoekers.

Iedere productie heeft 3 presentaties (dagen), 100 artiesten en 3.000 betaalde bezoekers.

WORKSHOPS:

- **2023:** 2 producties, 2 presentaties voor 16 artiesten.
- **2025-2029:** 3 producties, 24 presentaties voor 24 artiesten.

Iedere productie(cursus) heeft 8 lessen en begeleidt 8 artiesten met een beperking.

OPEN MIC:

- **2023:** 5 producties, 10 presentaties (live + digitaal) met 100 artiesten, 250 bezoekers.
- **2025-2029:** 10 producties, 20 presentaties met 200 artiesten, 500 bezoekers.

Iedere productie heeft twee presenteer momenten (live en digitaal) 20 artiesten en 50 bezoekers.

LEVEL UP:

- **2023:** Groeiende vraag naar persoonlijke en collectieve begeleiding.
- **2025-2029:** 10 producties gepland voor 100 artiesten.

Voor iedere open mic houden we een Level UP sessie voor maximaal 10 artiesten.

SCHRIJVERSKAMP:

- **2023:** Toenemende vraag naar collectieve begeleiding.
- **2025-2029:** 1 productie gepland voor 10 artiesten.

Jaarlijks begeleiden we jonge artiesten om te werken aan een gezamenlijke bundel, voorstelling of EP.

PRESENTAIEAVOND:

- **2023:** 1 productie, 2 presentaties, 10 artiesten, 150 bezoekers.
- **2025-2029:** 1 productie, 2 presentaties, 10 artiesten, 150 bezoekers.

Het werk van het schrijverskamp presenteren we - live en digitaal - met een programma.

PARTNERSHIPS:

- **2023:** 5 producties, 10 presentaties, 50 artiesten en 500 bezoekers.
- **2025-2029:** 8 producties, 16 presentaties, 80 artiesten en 800 bezoekers

Iedere productie heeft twee presenteer momenten (live en digitaal), 10 artiesten en 100 bezoekers.

AGENCY:

- **2023:** 5 artiesten vertegenwoordigd in 77 producties, 144 presentaties, 22.200 bezoekers en weergaven.
- **2025-2029:** Uitbreiding naar 7 artiesten, 168 producties, 336 presentaties, 25.000 verwachte bezoekers en weergaven.

We vertegenwoordigen 7 artiesten. Iedere artiest heeft (minimaal) twee opdrachten per maand. $7 \times 2 \times 12 = 168$ producties. Iedere productie heeft gemiddeld 150 bezoekers en een digitale weergave, 336 presentaties.

ONLINE CONTENT:

- **2023:** 42 producties, 84 presentaties, 222.991 weergaven op eigen kanalen.
- **2025-2029:** 50 producties, 100 presentaties, 250.000 weergaven op eigen kanalen.

Iedere productie heeft 2 presentaties (Instagram en TikTok) en 2.500 weergaven op eigen kanalen.

8. DOELGROEPEN

We volgen het Culturele Doelgroepenmodel van Rotterdam Festivals. In 2023 publiceerden zij een brochure waarin wordt aangegeven welke typen cultuurliefhebbers er zijn: intensief, medium of licht. Vervolgens voerden zij ook een onderzoek uit onder onze doelgroep. Daaruit blijkt dat de Sociale Cultuurhoppers (19%) en Flanerende Plezierzoekers (17%) in Rotterdam procentueel onze grootste doelgroepen zijn. Beide horen in de categorie lichte cultuurgebruikers, maar ons aanbod spreekt hen bovengemiddeld aan (hoger percentage in ons publiek dan in Rotterdam). We zien onder ons publiek ook een oververtegenwoordiging van de jongere doelgroep met licht cultuurgebruik (Nieuwsgierige Toekomstgrijpers) en de mediumgroepen (Startende Cultuurspeurders, Actieve Vermaakvangers en Proevende Buitenwijkers). Er is volgens deze analyse slechts één groep met intensief cultuurgebruik oververtegenwoordigd in ons publiek: de Kindrijke Cultuurvreters. Rotterdam Festivals vermeldt het volgende over Spraakuhloos: "Kijken we naar Rotterdam, dan zien we een sterke oververtegenwoordiging van de Kindrijke Cultuurvreters, de Sociale Cultuurhoppers, de Actieve Vermaakvangers, de Proevende Buitenwijkers en de Startende Cultuurspeurders. Deze zijn onder het publiek van Spraakuhloos meer aanwezig dan dat zij procentueel aanwezig zijn in Rotterdam". Kortom: voor hen is het aanbod van Spraakuhloos bovengemiddeld aantrekkelijk. Ook de Flanerende Plezierzoekers en de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers zien we iets meer onder het publiek van Spraakuhloos dan in Rotterdam.

Het overgrote deel van de doelgroepen zijn lichte en medium gebruikers. Binnen de doelgroepen

van Rotterdam Festivals richten wij ons voornamelijk op de jongere generaties (16-24). Om onze doelgroepen gericht aan te spreken, hebben we voor ons zelf persona's ontwikkeld. Deze persona's noemen we de Storytellers, Vibey Peeps en Cool Calm & Collected. Deze zijn tot stand gekomen naar aanleiding van interne publieksonderzoeken, interactieve social media content, en input vanuit onze partnerprogrammeurs, ambassadeurs en artiesten.

STORYTELLERS

houden van verhalen die gaan over maatschappelijke thema's zoals vrijheid, gendergelijkheid en milieubewustzijn. Ze delen hun visie via Instagram en TikTok en zijn betrokken bij demonstraties en activistische bijeenkomsten. Deze jongeren worden aangeduid als Gen Z, en uiten zich zowel kritisch als kwetsbaar. Ze zijn fan van Beyoncé, stemmen op BIJ1 of SP en zijn lid van Omroep ZWART. In Rotterdam moeten zij het eerder hebben van underground feestjes dan gesubsidieerd aanbod. Foto's van deze jongeren hangen door heel de stad tijdens diversiteitscampagnes, maar weinig jongeren herkennen zich in de huidige beleidsmakers. Storytellers groeien op zonder uitzicht op een woning en ervaren anxiety door klimaatverandering, economische en sociale polarisatie, en wereldwijde oorlogen.

VIBEY PEEPS

zijn sociaal, genieten van culturele evenementen en maken gemakkelijk vrienden. Hoewel ze niet uitgesproken activistisch zijn, dragen ze bij aan progressieve verandering. Deze groep werkt, studeert, en focust zich op specifieke maat-

schappelijke knelpunten. Naast dat ze stemmen op GroenLinks, PvdA, PvdD of D66, zijn ze hier ook betaald lid. Deze jongeren worden aangeduid als Millennials. Ze gebruiken vooral digitale platforms zoals YouTube en Reddit voor kennisvergaring. Hier zijn ze vaste klanten van BOOS en Last Week Tonight. Ze bezoeken culturele evenementen voor infotainment en laten zich graag verrassen door nieuwe locaties te bezoeken. Vibey Peeps zijn gewend aan een studieschuld van €50.000 en wonen tot hun 30ste bij hun ouders. Ze zijn transparant over hun gezondheid en leren collectieve statements te maken onder het mom van 'tot hier en niet verder'.

COOL, CALM & COLLECTED

kun je enkel zijn als je geen last hebt van FOMO. Deze doelgroep checkt hun energie voordat ze keuzes maken en is niet vatbaar voor hypes. Ze zijn geïnteresseerd in een breed scala aan activiteiten, maar voelen niet de urgentie om overal bij te zijn. Ze stemmen op DENK en VOLT en zijn vaak betaald lid van meerdere partijen. Sommigen van hen wonen zelfs samen met een partner in een huurwoning. Deze groep geniet evenveel van een avondje thuis op de bank als van een evenement of festival. Voor onderzoek richten ze zich eerder op ChatGPT dan op mainstream media.

We kunnen duidelijk vaststellen wie binding heeft met spoken word. Jongeren die te maken hebben met sociaal-maatschappelijke uitsluiting vormen de kern van onze doelgroep. De uitsluiting die zij ervaren is gebaseerd op factoren als kleur, achtergrond, taal, opleiding, financiën, levensovertuiging, geaardheid, seksualiteit, leeftijd en politiek.

9. ORGANISATIE

9.1 OVERZICHT VAN ONS TEAM EN SAMENWERKINGEN

RAAD VAN TOEZICHT

Sinds 2020 volgen we de Code of Cultural Governance en hebben we een driekoppige Raad van Toezicht, bestaande uit Chloë Neeleman, Giovanni de Fretes en Tamara Bakker. We vergaderen (minimaal) vier keer per jaar. Alle formele werken zoals subsidieaanvragen, ons jaarverslag en onze jaarrekening, worden goedgekeurd voordat we deze indienen of online publiceren.

FINANCIËLE ADMINISTRATIE

Zakelijk worden we ondersteund door Henk van Dillen (0,2 Fte) en Roland van Daalen (0,2 Fte). Henk staat Garryl bij als Controller in financiële zaken, terwijl Roland de financiële administratie beheert, belastingaangifte doet en de jaarrekening opmaakt.

AGENCY

Conchitta Bottse (0,4 Fte) is onze Agent voor opdrachtgevers die onze artiesten boeken. Zij onderhandelt, update agenda's en verstuurt opdrachtbevestigingen. Noni Jonas en Sachi Rihal hebben op hun beurt de werkdruk binnen de Agency verlicht, beiden voor 0,2 Fte per persoon. Noni stelt het acquisitieplan op, houdt statistieken bij en netwerkt met potentiële partners, terwijl Sachi fungeert als aanspreekpunt voor onze artiesten na het binnenhalen van een opdracht. Zij stuurt de briefing en het draaiboek door naar de artiest, ondersteunt in het contact en evalueert iedere opdracht.

DIRECTIE

De directie van Spraakuhloos, bestaande uit Garryl Tjon Poen Gie en Tomás de Paauw, die respectievelijk de zakelijke en artistieke leiding op zich nemen, beiden voor 1 Fte per persoon, vertegenwoordigt een mix van formeel geschoolde en autodidactische expertise. Deze combinatie zorgt voor een dynamische leiding, waarbij traditionele kennis en zelfverworven inzichten elkaar aanvullen.

ASPIRANT CREATIEF THERAPEUT

In 2024 hebben we Chery Salinas aangenomen als Aspirant Creatief Therapeut voor 0,4 Fte. Vanwege haar fibromyalgie is Chery arbeidsbeperkt en staat geregistreerd in het doelgroeppregister, waardoor zij recht heeft op Loonkostensubsidie (LKS). Met haar opleiding tot Creatief Therapeut kan zij zowel artistieke als psychologische hulpmiddelen aanbieden. Dit verbreedt ons aanbod, en draagt bij aan een toegankelijke letterensector. Momenteel werkt Chery een accessibility plan voor onze stichting. Dit moet ons aanbod, live en fysiek, toegankelijker maken.

MARKETINGCOMMUNICATIE

Onze Marketing en Communicatie afdeling bestaat uit Bram van der Loon (0,3 Fte), onze marketeer, die het marketingplan opstelt, nieuwsbrieven verstuurt en onze twintig ambassadeurs coördineert.

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT EN VORMGEVING

Gavin Reijnders (0,3 Fte), onze social media manager, doet de vormgeving in samenwerking met RDG Design en beheert onze digitale content, voornamelijk op TikTok en Instagram.

TECHNIEK

NEW JAMM voorziet ons van techniek, zoals licht en geluid.

PRODUCTIE

Tijdens activiteiten is Loubna Sabri onze productie leider i.s.m. La Mila Connexz en Kavita Badloe.

HOST

Onze evenementen worden op projectbasis gehost door Jermaine Berkhoudt en Chido Schurgers.

BEELD

Rosa Quist (fotografie), Roger Donk en Elyssio Ramos (videografie), Francesca Von Cigno (live verslaggeving) en Kalyan Artsen (content creation) vormen op projectbasis ons content team.

FONDSENWERVING

Montgo Kunstmanagement.



9.2 MAATSCHAPPELIJKE VERANTWOORDELIJKHEID EN ORGANISATIEONTWIKKELING

BRANDING

Onze brandingstrategie is ontwikkeld door Gyor More. Als designer heeft hij Ketí Koti vormgegeven en werkt hij samen met NikkiTutorials en BNN-Vara.

KLACHTENPROCEDURE

Als organisatie hebben we een klachtenprocedure opgesteld. Deze diende als voorbeeld tijdens een Directeurenoverleg over veiligheid en grensoverschrijdend gedrag. Dit heeft meerdere collega's aangemoedigd om ook een klachtenprocedure op te stellen. Bovendien hebben we vanuit MORES een contactpersoon voor het melden van ongewenst gedrag. Momenteel voeren wij gesprekken met een vertrouwenspersoon om structureel mee samen te werken.

PARTICIPANT IDENTIFICATION CODE (PIC)

Begin 2024 heeft onze organisatie een Participant Identification Code (PIC) verkregen, wat een significante vooruitgang betekent. Deze verworven PIC maakt het mogelijk om samen met de World Poetry Slam Organization Europese subsidies aan te vragen. Hierdoor kunnen wij actief deelnemen aan door de EU gefinancierde projecten en initiatieven op het gebied van kunst, cultuur en literatuur. Deze ontwikkeling biedt ons kansen om internationale culturele samenwerkingen en evenementen te initiëren, waardoor we ons bereik kunnen uitbreiden naar een Europees publiek. De PIC bevestigt onze status als officiële kandidaat om het Europees Kampioenschap Poetry Slam van 2028 in Rotterdam te organiseren.

ALGEMEEN NUT BEOGENDE INSTELLING (ANBI)

We hebben een aanvraag ingediend om erkend te worden als een Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI). Dit onderstreepst onze toewijding aan het algemeen welzijn en onze maatschappelijke betrokkenheid. Deze toekomstige erkenning versterkt niet alleen onze reputatie, maar stelt ons ook in staat om onze missie effectiever uit te voeren. Met verhoogde geloofwaardigheid en fiscale voordelen voor onze donateurs.

10. SECTORALE ZICHTBAARHEID

Naast het werk dat we doen voor onze stichting, zijn we betrokken bij veel sectorbrede vraagstukken, zoals: Hoe ondersteunen we makers die niet in aanmerking komen voor een cultuurplanaanvraag? Hoe zorgen we voor een continue instroom van nieuwkomers binnen het cultuurplan? Hoe ziet de transitieperiode 2029-2033 eruit?

In 2017 ondertekenden we, samen met 80 jonge makers, de brief van Kenneth Asporaat gericht aan de toenmalige wethouder van kunst- en cultuur. In deze brief werd geconstateerd dat honderden makers buiten de boot vallen zolang het ecosysteem rondom subsidieaanvragen niet verandert. Niet veel later werden we door Christian Melsen betrokken bij het maakproces van de gemeentelijke subsidieregeling Pitcher Perfect.

10.1 FINANCIËLE TOEGANKELIJKHEID

Als jongerenorganisatie die zag hoe veel jonge makers afgeschrikt werden door de formaliteiten bij een subsidieaanvraag, gaven we input over informele eisen. Infotainment en communitygerichtheid waren onze sleutelpijlers die zijn meegenomen in hoe Pitcher Perfect er vandaag de dag uitziet: laagdrempelig, toegankelijk en gericht op de gemeenschap. Ondertussen zijn er tien Pitcher Perfect-subsidierondes geweest en is er €900.000 verdeeld onder jonge makers in Rotterdam.

10.2 PROJECTSUBSIDIECOMMISSIES

Naast het meedenken over nieuwe subsidieregelingen maken we deel uit van projectsubsidiecommissies. Elk kwartaal zitten we met collega-commissieleden en de gemeente aan tafel om ons advies te geven over projectplannen. Niet lang geleden merken wij dat onze plannen niet goed begrepen werden door de betreffende commissies. Nu zitten we aan dezelfde tafel als schakel tussen makers en commissieleden. Aangezien deze commissies een geheimhoudingsplicht hebben, kunnen we niet ingaan op de inhoud. Maar we hopen dat u ons gelooft wanneer we schrijven dat veel nieuwe makers subsidie hebben ontvangen dankzij ons positieve advies. Zonder onze betrokkenheid zouden sommige makers wellicht onbegrepen blijven door bepaalde commissies.

10.3 AGENDACOMMISSIE

Nadat we onderdeel werden van het Cultuurplan, werden we toegelaten tot het Rotterdams Directeurenoverleg van culturele instellingen. Dit overleg wordt vertegenwoordigd door de agendacommissie. In 2021 zocht de agendacommissie naar nieuwe leden, met een focus op informatievoorziening voor nieuwkomers en het waarborgen van diversiteit. Wij werden voorgedragen en traden toe tot deze commissie. Tussen 2021 en 2024 hebben we de letterensector en nieuwkomers vertegenwoordigd. Elke drie weken hadden we overleg met de andere leden van de agendacommissie en gaven we advies over beleidsstukken. Tijdens de pandemie hebben we actief bijgedragen aan de culturele sector door het organiseren van een innovatieve livestream genaamd 'Kunstlab'. Daarnaast hebben we een website ontwikkeld ter ondersteuning van het directeurenoverleg. We hebben het initiatief genomen om fair pay-sessies te organiseren voor nieuwkomers in de sector en hebben het belangrijke onderwerp van sociale veiligheid op de agenda gezet. Recentelijk hebben we een speeddate-sessie gefaciliteerd, waarbij kennisuitwisseling plaatsvond tussen gevestigde instellingen en nieuwe aanvragers voor het Cultuurplan. Deze sessie bood nieuwe aanvragers de kans zich beter voor te bereiden op het indienen van een aanvraag voor het Cultuurplan, wat bijdraagt aan een sterker en meer verbonden cultureel landschap.

10.4 KERNTTEAM & CULTURAL BRIDGES

Hiernaast zijn we onderdeel van het Kernteam (Transitie Cultuur Rotterdam) en een sparringpartner voor Cultural Bridges.

Het Kernteam, opgericht medio 2023, buigt zich over de vraag "Hoe ziet de transitieperiode 2029-2033 eruit?" De Gemeente heeft twintig kandidaten geselecteerd, waaronder directieleden van Boijmans, de Doelen en het SKVR, om hier invulling aan te geven. Wij stellen onze werkplek beschikbaar voor vergaderingen en sparren regelmatig met de recent aangestelde kwartiermaker, Heleen Ririassa.

Cultural Bridges, ook medio 2023 opgericht, vergadert over de kwestie "Hoe waarborgt de cultuursector verbinding met makers die niet in het Cultuurplan opgenomen worden?" Samen met Sammie Sedano (Cult North) en Gordon Sana (Creatieve Coalitie) verbinden we nieuwe makers en gevestigde instellingen aan elkaar. We geloven dat er meer ruimte is voor structurele en duurzame samenwerking, al begint het in de vorm van kantooruimtes delen of repetitiestudio's aanbieden. Samen zetten we ons in om vraagstukken van nieuwe makers en gevestigde instellingen te overbruggen.

10.5 AMBASSADEURS

Sinds 2014 melden jongeren uit onze community zich aan op vrijwillige basis om ervaring op te doen in het werkveld. Sinds 2023 werken we samen met twintig ambassadeurs die ons bijstaan op het gebied van promotie, zichtbaarheid en communitybuilding. Het merendeel van onze ambassadeurs is aspirant-artiest en bevindt zich tegen het randje van fulltime ondernemerschap. In 2023 waren onder anderen Natascha Bodde (stadsdichter Nissewaard), Luc Howie Duzzit (winnaar SPOKEN awards), en Kylie Lyandra (finalist NK Poetry Slam) onze ambassadeurs. Kylie maakt in 2024 de stap van ambassadeur naar de 10-jarig jubileumcast. Als jong talent van 19 jaar geldt Kylie als boegbeeld van waar ons collectief van ambassadeurs voor staat. Je kunt jong en laagdrempelig instromen, maar wanneer wij zien dat je klaar bent om te professionaliseren, ondersteunen we je op een duurzame manier.

Ook bieden we onze ambassadeurs opdrachten aan met Fair Pay als richtlijn. Voor een student kan een vrijwilligersdeclaratie van €150,- net zo waardevol zijn als voor een doorgewinterde artiest die €300,- factureert, maar 40% moet afstaan aan de belasting en 10% aan de boekhouding.

Onze ambassadeurs zijn jong, ambitieus en hebben een groeiende following op social media. Zij vertegenwoordigen jonge doelgroepen en gelden als de volgende generatie artiesten, makers en organisatoren die spoken word - op hun eigen manier - doorgeven aan de generaties die na hen komen. Ambassadeurs mogen in- en uitstappen wanneer zij willen. We werken op vrijwillige basis en ruilen onze tijd en expertise in voor hun enthousiasme en potentie. Uiteraard krijgen ambassadeurs leuke bonussen, zoals merchandise en vrijkaartjes voor onze activiteiten. Maar belangrijker dan dat, stimuleren we communitybuilding. We moedigen onze ambassadeurs aan om elkaar op de hoogte te houden van evenementen en optredens. Zo onderhouden we een evenwichtige relatie met onze ambassadeurs, waarin ze niet enkel worden aangesproken wanneer 'wij hen nodig hebben', maar onderhouden we contact - als community - en zijn we actief betrokken, ook wanneer Spraakuhloos niet centraal staat.

10.6 LOKAAL

De Woordalliantie is een samenwerking tussen zeven Rotterdamse letterenorganisaties, zowel van binnen als buiten het huidige Cultuurplan: Alfabetsoep, Cult North, Frontaal Podium, Poetry International, Spraakuhloos, The Writer's Guide (to the Galaxy) en Unwanted Words. Wat ons bindt, is onze intersectionele werkwijze en de daarbij behorende doelgroep: jong en divers. Intersectionaliteit betekent voor ons dat mensen op meerdere assen kunnen afwijken van wat doorgaans als norm wordt beschouwd, en dat die assen elkaar beïnvloeden en iemands positie in de maatschappij bepalen.

De Woordalliantie is opgericht vanuit de gedeelde wens om de letteren aantrekkelijk te maken voor een doelgroep die zich niet herkend voelt of hier geen toegang toe heeft. We strekken daarbij graag de definitie van letteren op, evenals de grenzen van de canon. Dit doen we door ruimte te geven aan iedereen wiens stem nog niet of te weinig wordt gehoord. We hebben allemaal dezelfde doelen en dromen en zetten onze expertises en netwerken in om die te verwezenlijken. De kracht van de Woordalliantie zit in onze verschillen, de specialisaties van de organisaties: grootschalige spoken word (Spraakuhloos), kleinschalige spoken word (Alfabetsoep), educatie (The Writer's Guide (to the Galaxy)), internationale poëzie (Poetry International), proza (Frontaal), queerness (Unwanted Words) en interdisciplinair (Cult North). Samen vormen we een intersectioneel letterenblok dat zich inzet voor de representatie van gemarginaliseerde groepen en voor een letterensector die de stad weerspiegelt. Want wij geloven: you can't be what you can't see! Op landelijk niveau zien we de

inspanningen die, net als in Rotterdam, worden gedaan om de letterensector diverser en inclusiever te maken. Tegelijkertijd zien we dat de sector, vooral op het niveau van de instituten en uitgeverijen, nog overwegend wit en traditioneel is. We zijn blij dat Rotterdam in dit landelijke plaatje opvalt door haar rijke, diverse en levendige letterenscene. Maar er valt nog veel te winnen als het aankomt op cohesie en infrastructuur. Als Woordalliantie dragen we bij aan een toegankelijk en overzichtelijk ecosysteem: door onze krachten te bundelen hebben we een scherper beeld van wat er speelt in de stad, leggen we verbanden tussen onze eigen organisaties en individuele schrijvers en organisaties buiten de alliantie. Door van en met elkaar te leren, bereiken we meer doelgroepen dan wanneer we als losstaande entiteiten opereren.

Hoe ziet de Woordalliantie er in de praktijk uit?

- We komen minimaal eens per kwartaal bijeen om ervaringen en kennis te delen.
- We nodigen elkaar uit om programma te maken voor elkaars activiteiten.
- We wisselen mogelijke routes uit voor startende schrijftalenten.
- We stemmen programma's op elkaar af.
- We promoten elkaars activiteiten en moedigen onze achterban aan ook elkaars activiteiten te bezoeken.
- De komende Cultuurplanperiode onderzoeken we of we onze krachten nog meer kunnen verenigen in de vorm van een letteren-hub: een fysieke locatie waarin we een podium, boekencafé en kantooruimte delen.

10.7 NATIONAAL

Regionaal werken we samen met onze Woordalliantie-partners, en op nationaal niveau doen we dat met het Spoken Word Network Nederland. Dit netwerk is opgericht door Cees de Beer, medeoprichter van Mensen Zeggen Dingen. Cees initieerde in 2020 transparant en structureel onderling contact tussen spoken word-organisaties en artiesten. In dit netwerk zitten onder andere Poetry Circle, Mensen Zeggen Dingen, Babs Gons en Elten Kiene. We komen ieder kwartaal samen in het Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst (LKCA) en werken samen aan een gezamenlijke spoken word-agenda. Daarnaast heeft het Internationaal Literatuur Festival Utrecht (ILFU) de intentie naar ons uitgesproken om samen te werken op het gebied van hun NK Poetry Slam. De volgende tekst staat in hun meerjaren aanvraag: "Daarnaast bood het NK Poetry Slam als vanouds een groot podium voor beginnende dichters, maar constateerden we ook dat het evenement onvoldoende aansluiting vindt bij de bloeiende spoken word scene. Die verbinding willen we i.s.m. toonaangevende spoken word-organisaties zoals Spraakuhloos in de komende periode intensiveren." De Rijksoverheid heeft aangegeven dat kunstvormen zoals spoken word landelijk ondervertegenwoordigd zijn in financiering. Dit vormt voor ons een extra motivatie een aanvraag in te dienen bij de BIS voor 2029-2033.

10.8 INTERNATIONAAL

Sinds 2018 hebben we ook internationale partners. Rooted & Radical, voorheen Louder Than A Bomb, is het grootste spoken word-festival ter wereld, gevestigd in Chicago. Zij voorzien ons via digitale vergaderingen van kennis en advies met betrekking tot ons festival. Ook onderzoeken we mogelijkheden voor een jaarlijks uitwisselingsprogramma, waarbij we artiesten en organisatoren kunnen overvliegen om elkaars cultuur en werkwijze beter te leren kennen en deze ervaring door te geven aan onze eigen community.

Daarnaast werken we sinds 2018 samen met het Transylvania International Spoken Word Festival. Ieder jaar wisselen we artiesten, docenten en organisatoren uit. Deze uitwisselingen bieden inzicht in hoeveel onze communities met elkaar gemeen hebben, ondanks dat ze een compleet andere taal spreken. De strijd voor sociale rechtvaardigheid kent vele vormen en klanken, en onze Roemeense collega's zijn een vast onderdeel van ons festivalprogramma, en vice versa.

In 2024 heeft Philip Meersman, voorzitter van de World Poetry Slam Organisation, de intentie naar ons uitgesproken om het Europees Kampioenschap Poetry Slam van 2028 in Rotterdam te organiseren. Dit Europees Kampioenschap brengt dertig nationale slamkampioenen samen, die strijden voor de titel Europees Kampioen Poetry Slam. Van 16 tot en met 19 januari van dit jaar hebben we in Antwerpen samen gewerkt aan ons projectplan, dat we indienen bij Funding & Tender Opportunities Single Electronic Data Interchange Area (SEDIA) voor een meerjarige Europese subsidie.

10.9 MERKZICHTBAARHEID

Hier zijn enkele hoogtepunten van waar we de afgelopen tien jaar zichtbaar zijn geweest.

EVENEMENTEN EN FESTIVALS:

Eurovisie Songfestival, Internationaal Literatuur Festival Utrecht (ILFU), Internationaal Film Festival Rotterdam (IFFR), Koningsdag in Rotterdam, Lowlands, Queer Filmfestival Utrecht, Rooted & Radical (VS) - Spoken Word Festival, Transylvania International Spoken Word Festival (Roemenië), Week van de Alfabetisering, Week van de Toegankelijkheid, Zinnig Zuiden.

MEDIA EN ENTERTAINMENT:

AHOY, BNN-VARA, Carré, NOS, NPO, RTL.

CULTURELE EN HISTORISCHE INSTELLINGEN:

Herdenkingskamp Amersfoort, Indisch Herinneringscentrum, Kunstgebouw, Nationaal Archief Nederland, UNESCO, Zorg en Veiligheidshuis Rijnmond.

MAATSCHAPPELIJKE EN HUMANITAIRE ORGANISATIES:

De Armoedeconferentie, Nederland Leest, Oxfam.

ONDERWIJS:

Albeda College, Cultuurschool, Emmaus College, Erasmus Universiteit, Hogeschool Rotterdam, Loesje, ThiemeMeulenhoff, Thorbecke Lyceum, Zadkine.

COMMERCIELE BEDRIJVEN:

Andrélon, Samsung, Red Bull.

11. GEMEENTELIJKE SPEERPUNTEN

Hierboven hebben we cross-sectorale prestaties beschreven. Hieronder vindt u de gemeentelijke speerpunten:

11.1 INTERCONNECTIVITEIT

Spoken word in Rotterdam bloeit dankzij samenwerkingen in drie categorieën: Locaties, Genres en Partners. We werken samen met locaties zoals de Centrale Bibliotheek, Café Dox en het Luxor Theater. In hun meerjarenbeleidsplan noemt het Luxor Theater ons als volgt: "Spoken Word Library - Samen met Spraakuhloos ontwikkelen wij een concept, plek en podium voor spoken word teksten. Een boekenkast waar de achterkant van boeken spoken word poems bevat. Elke keer is er een andere bekende spoken word artiest, die de winkel 'beheert' en een selectie inspiratieboeken meeneemt."

Daarnaast combineren we spoken word met kunstvormen zoals rap, zang, dans en comedy, en verbinden we het met street art zoals graffiti. Dit resulteert in dynamische podiumpresentaties. Cruciaal zijn onze partners, die zijn onderverdeeld in regionale, nationale en internationale groepen. Regionaal werken we samen binnen de Woordalliantie voor publieksbereik en sectorale ondersteuning. Bovendien hebben we plannen om de Poetry Slam Rotterdam finale toe te voegen aan ons festivalprogramma. Op nationaal niveau maken we deel uit van het Spoken Word Netwerk Nederland en werken we samen met het Internationaal Literatuur Festival Utrecht (ILFU) tijdens het NK Poetry Slam. Op internationaal niveau werken we samen met Rooted & Radical, Transilvanian Spoken Word Festival en de World Poetry Slam Organisation (WPSO). Met de laatstgenoemde hebben we een Europese subsidie aangevraagd om gezamenlijk het Europees Kampioenschap Poetry Slam in 2028 op ons festival te presenteren.

11.2 INNOVATIE

In onze innovatieve benadering verrijken we het festival met een mix van kunstvormen, waarbij spoken word de hoofdrol speelt. We integreren muziek, dans, en AI-gegenereerde kunst, en omarmen nieuwe technologieën zoals Virtual Reality, 3D-printing, en hologrammen voor een nieuwe dimensie in artistieke expressie en interactie. Ook nodigen we een postdoctoraal DNA-onderzoeker uit voor een lezing die gericht is op het verbinden van mensen met een diaspora-achtergrond met hun erfgoed. Dit programma, ontworpen om inclusief en interactief te zijn, benadrukt ons streven naar een samenhangende, inclusieve gemeenschap, ondersteund door lokale en internationale samenwerkingen.

11.3 INCLUSIE

Sinds 2017 staan we bekend om ons brede publieksbereik, als eerste winnaars van de Doro Siepelprijs. We bereiken doelgroepen die zich zelden vertegenwoordigd voelen in de culturele sector. Rotterdam Festivals definieert deze groepen als 'medium of light users'. Wij weten uit ervaring dat we binnen deze doelgroepen specifiek het jongere publiek van rond de 20 jaar aantrekken. Wij zien het als onze rol om Rotterdammers die vaak als 'minderheid' worden gezien te bedienen.

De impact hiervan strekt verder dan culturele betrokkenheid; het raakt aan bredere maatschappelijke en politieke participatie. Met lage opkomstpercentages bij gemeenteraads- en nationale verkiezingen, zien we de noodzaak om niet alleen Rotterdammers, maar alle Nederlanders een stem te geven in de maatschappij. Onze doelgroepen zijn diep geworteld in kunst en cultuur, een domein dat vaak is gekoloniseerd en verwaarloosd. Als spoken word-platform geven wij gemarginaliseerde stemmen een podium, zowel artistiek als politiek.

We bieden spoken word in diverse vormen aan, van toegankelijke open mics tot professionele voorstellingen. Onze programmeurs, als ambassadeurs van deze kunstvorm, vertalen urgentie naar podia, festivals en digitale content. Partners dragen bij aan intersectionele representatie, terwijl ons personeel de diversiteit van Rotterdam weerspiegelt: jong, saamhorig en werelds. Onlangs hebben we Chery Salinas, een aspirant creatief therapeut in het Doelgroepregister vanwege fibromyalgie, aangenomen om spoken word ook toegankelijk te maken voor Rotterdammers met mentale en/of fysieke beperkingen.

12. CULTURELE CODES

Naast de Rotterdamse speerpunten verhouden we ons tot de nationale culturele codes. Aangezien de Code of Cultural Governance een aparte bijlage is, lichten we deze toe in bijlage F.

12.1 DIVERSITEIT EN INCLUSIE

PROGRAMMA:

Doelstelling:
Opname op de Landkaart Inclusieve Podiumkunsten van het LKCA.

Huidige stand:
Inzet van de Aspirant Creatief Therapeut voor toegankelijke programma's en samenwerking met potentiële partners.

Toekomstige acties:
Diepgaande verkenning van de Agenda Inclusieve Podiumkunsten en voortdurend contact met Claudia Morelli van het LKCA. Het is cruciaal om feedback van deelnemers en partners te integreren om programma's voortdurend aan te passen en te verbeteren.

Stand eind 2028:
Succesvolle opname van activiteiten op de Landkaart Inclusieve Podiumkunsten, weerspiegeld in een breed scala aan toegankelijke en inclusieve evenementen.

PUBLIEK:

Doelstelling:
Implementatie van een omvattend Accessibility plan.

Huidige stand:
Uitvoering van een nulmeting op gebied van zowel fysieke als sociale toegankelijkheid.

Toekomstige acties:
Ontwikkelen en implementeren van verbeterde communicatiestrategieën en toegankelijkheidsmaatregelen, zoals gebarentolkdiensten, audiobeschrijvingen, en aangepaste zitplaatsen. Dit omvat ook het versterken van online aanwezigheid en digitale toegankelijkheid.

Stand eind 2028:
Een volledig geïmplementeerd en effectief Accessibility plan, resulterend in een meer divers en breed publiek.

PERSONEEL:

Doelstelling:
Divers en representatief personeelsbestand dat onze doelgroep en aanbod weerspiegelt.

Huidige stand:
De aanstelling van Chery Salinas als Aspirant Creatief Therapeut, ondersteund door Loonkosten-subsidie.

Toekomstige acties:
Het actief werven van personeel uit diverse gemeenschappen, met een focus op mensen met een arbeidsbeperking en andere ondervertegenwoordigde groepen. Het bevorderen van een inclusieve werkomgeving door training en bewustwording.

Stand eind 2028:
Een sterke, diverse personeelsgroep met meer vaste contracten, weerspiegeld de diversiteit van de gemeenschap en dienend als ambassadeurs van inclusie.

PARTNERS:

Doelstelling: Constructieve samenwerkingen met partners die diversiteit en inclusie intrinsiek waarborgen.

Huidige Stand:
Samenwerking met twintig diverse partners op regionaal, lokaal, nationaal en internationaal niveau.

Toekomstige Acties:
Selectief partnerschappen aangaan met organisaties die gedeelde waarden van diversiteit en inclusie delen. Dit omvat het afwijzen van relaties die enkel als diversiteitsmiddel dienen, en het opbouwen van een zelfstandig instituut met gelijkgestemde entiteiten.

Stand eind 2028: Een netwerk van partners die gezamenlijk een voorbeeldfunctie innemen op het gebied van gelijkwaardige en diverse samenwerkingen.

In voortgangsgesprekken en monitoring van deze doelstellingen voeren we regelmatig evaluaties uit, waarbij zowel kwantitatieve als kwalitatieve data wordt gebruikt om de impact te meten. Dit houdt in dat er op gezette tijden beoordelingen plaatsvinden om de effectiviteit van het beleid te waarborgen, met aanpassingen waar nodig. Door deze benadering te hanteren, zorgen we voor een continu proces van verbetering en aanpassing, in lijn met de principes van diversiteit en inclusie.



12.2 FAIR PRACTICE

Solidariteit en Fair Pay vormen een fundament in onze benadering als de grootste spoken word-instelling van Rotterdam. Wij erkennen onze verantwoordelijkheid om solidair te zijn met de gehele spoken word-gemeenschap, inclusief het hanteren van eerlijke vergoedingen voor artiesten, ZZP'ers en werknemers. We hanteren toegankelijke toegangsprijzen, variërend van gratis tot €30, om een breed publiek aan te trekken. Daarbij richten we ons voornamelijk op het stimuleren van een licht bezoekerspubliek, in plaats van het nastreven van hogere inkomsten uit tickets en merchandise. Onze artiestenvergoedingen zijn opgedeeld in drie categorieën, variërend van kleine bedragen voor amateur-artiesten op onze open mic-avonden tot gages tot €2000 voor meer ervaren artiesten. Dit alles met het doel om alle deelnemende artiesten eerlijk te compenseren. Voor onze ZZP-werknemers geldt een minimumtarief van €40 per uur, en onze werknemers in loondienst worden betaald volgens de CAO Podiumkunsten. Dit weerspiegelt onze toewijding aan fair pay.

Diversiteit is een ander speerpunt van onze organisatie. In lijn met het gemeentelijk speerpunt inclusie en de Culturele Code Diversiteit en Inclusie, streven we ernaar om een afspiegeling van de samenleving te zijn en bieden we ruimte en kansen aan gemarginaliseerde groepen. Deze diversiteit is geen statisch doel, maar een voortdurend proces van verbetering en ontwikkeling, gestoeld op intrinsieke motivatie. Vertrouwen wordt bij ons opgebouwd door middel van transparante communicatie en het bevorderen van een open dialoog en feedbackcultuur binnen onze organisatie. We streven ernaar om een veilige omgeving te creëren voor iedereen die betrokken is bij onze activiteiten. Hierin ligt de focus meer op de outcome van onze inspanningen dan op de output van kwaliteit en kwantiteit. Daarnaast hebben we een externe vertrouwenspersoon aangesteld voor onze artiesten, bezoekers, ZZP'ers en werknemers. Transparantie is een andere kernwaarde, geïnspireerd door de 'each one teach one'-filosofie uit hiphop. We streven naar een open bedrijfsvoering, waarbij we onze plannen en resultaten beschikbaar stellen op onze website. Onze financieringsstrategie is gericht op een gezonde mix van verschillende bronnen. We geven de voorkeur aan het bieden van eigenaarschap aan de community, zonder een monopolypositie over de kunstvorm na te streven.

Duurzaamheid is zowel sociaal als ecologisch geïntegreerd in onze organisatie. We luisteren actief naar de sociaal-maatschappelijke vraagstukken van gemarginaliseerde gemeenschappen en brengen deze onder de aandacht binnen onze netwerken. Ecologisch streven we naar een zo klein mogelijke voetafdruk door het stimuleren van duurzame transportmiddelen, het serveren van veganistische catering, het gebruik van biologisch afbreekbare materialen en het samenwerken met lokale groene ondernemers. Professioneel zorgen we voor een infrastructuur waarbinnen zowel beginnende als gevorderde artiesten zich kunnen ontwikkelen. Van een eerste optreden op onze open mic tot ondersteuning bij het oprichten van een eigen stichting, bieden wij leertrajecten aan.

13. SLOTWOORD

Beste commissieleden,

We naderen het einde van dit plan. Het is geen geheim dat dit vierjaarlijkse evaluatiemoment spannend is voor ons. Niettemin hebben we enorm genoten van het vooronderzoek, de artistieke ontwikkeling en het zakelijke finetunen. Onze liefde voor spoken word hebben we in dit plan op een vernieuwende manier leren kennen en verwoorden.

We willen u bedanken voor de tijd die u heeft genomen om alles door te nemen. Als dit de kers op de taart is, dan hopen we dat hij u smaakt. En niet alleen bij u, maar ook bij een zo representatief mogelijke groep Rotterdammers. Steeds meer inwoners van Rotterdam komen namelijk in aanraking met spoken word. Deze kunstvorm verbindt artistieke individualiteit met collectieve gedachten. Spoken word biedt ruimte voor moeilijke vragen, uitdagende thema's en antwoorden die nog geschreven moeten worden. Daarom geloven we dat het essentieel is om verschillende perspectieven in gedachten te houden. Terwijl wij geloven dat spoken word moet blijven groeien in onze mondige stad en institutioneel mag worden, hebben al onze collega's hun eigen plannen en overtuigingen. We wensen u veel plezier bij het lezen van alle plannen die Rotterdam op hun eigen manier verrijken.

Heeft u het drankje nog dat we u vroegen klaar te zetten in ons Voorwoord? Zo niet, schenk dan iets lekkers in. Proost, op een prachtige Cultuurplanperiode 2025-2029.

**“Tussen klank en rijm
momentum en tijd
blijven we strijden
voor sociale gerechtigheid**

**Artistiek activistisch
zakelijk strak
opgeschreven
uitgesproken**

**Hier begint
het pas”**

Spraakuhloos

Waar Spoken Word Thuiskomt