

CONCEPT PROJECTPLAN

Impuls Jongerencultuur

2023-2024



20 juni 2023, Nijmegen

Opsteller van het voorstel: Lindenberg Cultuurhuis

Inleiding

Naar aanleiding van de brief van de staatssecretaris Onderwijs, Cultuur en Welzijn Gunay Uslu *Hoofddlijnenbrief cultuur 2022: Herstel, vernieuwing en groei* (Kamerstuk 32820, nr. 467) kent het Rijk de gemeente Nijmegen middels een beschikking een specifieke uitkering toe in 2022. Het gaat hierbij om de SPUK Impuls Jongerencultuur (SiSacode D21). De regeling heeft betrekking op het jaar 2022. In 2023 en 2024 wordt de regeling verlengd.

Lindenberg Cultuurhuis treedt in 2022 – met uitvoering in 2023 - als penvoerder op voor de regeling. De intentie is om zoveel mogelijk activiteiten uit te zetten voor jongeren tussen de 14-27 jaar. Samen met tal van partners in de stad. Gericht op diverse doelgroepen van jongeren.

Beleidsdoelstelling van de regeling

Jongeren hebben in de coronaperiode veel moeten missen, ook op cultureel vlak. Dat terwijl cultuurdeelname positieve effecten heeft op ons welzijn. In het kader van herstel is er daarom in het bijzonder oog voor cultuurparticipatie door jongeren. Cultuurparticipatie verbindt jongeren met elkaar, draagt bij aan hun veerkracht en aan hun persoonlijke ontwikkeling.

De regeling is bedoeld om aan te sluiten bij de lokale uitgangssituatie en behoeften. Het budget wordt benut voor maatregelen die aansluiten bij het lopende beleid en de bestaande infrastructuur van de gemeente voor jongeren. We spelen in op de belevingswereld en wensen van lokale jongeren. Dit doen we door met hen in gesprek te blijven en open te staan voor initiatieven van jongeren zelf. Denk hierbij aan informele verbanden waar jongeren vaker bij betrokken zijn, tijdelijke projecten en tijdelijke plekken zoals festivals. Als primaire doelgroep richten we ons op jongeren in de leeftijdscategorie **14 t/m 27 jaar**.

Met de impuls wordt extra ondersteuning gegeven aan lokale plekken en initiatieven voor en door jongeren om zich creatief te ontwikkelen. De middelen worden onder andere besteed aan actieve cultuurparticipatie door jongeren, repetitieruimtes, broedplaatsen, creatieve hubs en andere plekken waar jongeren zich organiseren om nieuwe vormen van cultuur te maken. De middelen worden besteed aan een diversiteit van culturele disciplines. De middelen worden in beperkte mate besteed aan het positioneren en zichtbaar maken van de jongerencultuur.



Beschikbare budget

De gemeente heeft middels de specifieke uitkering impuls jongerencultuur een bedrag van €600.000,- aan Rijksmiddelen inclusief BTW ter beschikking voor de jaren 2023 en 2024.

Onderbouwing penvoerderschap

Lindenberg Cultuurhuis is graag bereid om wederom als penvoerder op te treden voor de uitvoering van de regeling. De onderbouwing daarvoor putten we graag uit de ervaringen van de nog lopende regeling d.d. 2022.

Vrijwel alle kinderen in Nijmegen krijgen cultuureducatie op de lagere school of nemen deel aan programma's waarbij ze receptief – als publiek – kunst en cultuur bezoeken. Dit sluit aan bij de visie van de gemeente (Groeii!): omdat het belangrijk is voor de ontwikkeling van het kind. In het VO loopt deze leerlijn (nog) niet automatisch door. Met deze impuls gaan we op zoek naar initiatieven die jongeren de kans geven deel te nemen aan cultuur in Nijmegen. In het bijzonder zetten we in op jongeren die nu nog niet worden bereikt binnen het reguliere cultuuraanbod. Extra investeren in de leeftijdsgroep 14 – 27 jaar maakt dat we in staat zijn gezamenlijk contact te houden of tot stand te brengen met een leeftijdsgroep die het na corona en met alle maatschappelijke problemen lastig heeft.

De scherpe afbakening van de regeling, ***jongeren/jongvolwassenen van 14 – 27 jaar zijn ofwel publiek bij cultuur ofwel deelnemer aan actieve cultuurparticipatie op het gebied van cultuur***, maakt dat de penvoerder een heldere opdracht heeft in het stimuleren en faciliteren van participatieprojecten.

Het penvoerderschap extern beleggen maakt dat de scherpe afbakening gevolgd kan worden, maar vooral ook dat er snel akkoord gegeven kan worden. Als de aanvrager garandeert dat deze voldoet aan de voorwaarden, en garandeert dat de verantwoording binnen de voorwaarden zal vallen, dan kan de aanvrager door. Op deze manier zijn er in de Impulsregeling Jongerencultuur 2022 talloze matchingsvragen, aanvullende begrotingsbudgetten, maar ook *stand alone* financieringen gerealiseerd.

De laagdrempelige, doch duidelijke voorwaarden, maken dat een uitgebreide of ingewikkelde aanvraag niet aan de orde is. We merkten dat dit voor een aantal partijen die anders wellicht niet zouden aanvragen mogelijkheden gaf, en we merkten dat dit eveneens resulteerde in mooie last minute acties, waarbij bijvoorbeeld alsnog vele middelbare scholieren opeens naar een bijzondere voorstelling konden.

Als penvoerder past het ons om te bemiddelen ter versterking van het culturele veld. Voor cultuuronderwijs doen we dit al vele jaren en ook hier betrekken we talloze partijen en organisaties en instellingen en ZZP'ers uit Nijmegen bij. Als bemiddelaar vervullen we een neutrale rol waarbij we vraag en aanbod aan elkaar koppelen.

We geloven als bemiddelaar dat de stad gebaat is bij versterking van het culturele veld. Een sterk veld maakt het veld als geheel weerbaarder, en maakt dat jonge makers kunnen groeien en dat nieuw publiek ontstaat dat t.z.t. het culturele aanbod als bezoeker weet te vinden. Het stimuleren van de makers leidt ertoe dat er aanbod ontstaat dat past bij de vraag en behoefte van jongeren. Hiermee wordt cultuur toegankelijk(er) voor groepen die nu nog niet deelnemen, maar dat wel zouden willen als ze zich herkennen in het aanbod.

Als bemiddelaar kennen we talloze partijen in het Nijmeegse die bereid zijn een extra activiteit te ontwikkelen of aan te bieden in het kader van jongerencultuur. Ons grote netwerk maakt dat we breed kunnen uitvragen en dat we snel en nog steeds vragen weten te krijgen.

Als bemiddelaar weten we wat de kosten en resultaten zijn van de aanvragen. We kunnen goed beoordelen dat er een realistische balans zit tussen dat wat het kost en dat wat het oplevert. Als grootste aanbieder en als bemiddelaar voor cultuurparticipatie-en educatie zijn we er ons van bewust dat participatie niet vanzelf gaat. Het vinden van nieuwe doelgroepen en het realiseren van structurele aansluiting van de doelgroepen op het culturele veld (als maker, participant en bezoeker) vergt inzet. De impulsregeling maakt mogelijk dat we hier als stad tijdelijk extra op kunnen inzetten.

Als aanbieder weten we vaak wat de doelgroepen willen. En als we het niet weten, weten we de doelgroepen goed te vinden. Dan is het vaak een kwestie van de vraag ophalen bij de doelgroep en de organisatie of tussenpersoon, bijvoorbeeld de jongerenwerker, het icoon van de scene of de voorzitter van de wijkvereniging, kennen die de taal van de doelgroep spreekt.

Vanuit onze staande organisatie vinden we het normaal dat we een aantal kleinere organisaties een handje helpen met de uitvoering. Een gesprekje met onze HR-manager of de financieel deskundige helpt om een en ander vlot te laten verlopen.

Gedurende de looptijd van de regeling blijft Lindenberg Cultuurhuis in gesprek met de gemeente Nijmegen over de uitvoering van het penvoerderschap. Samen wordt gezien dat de middelen daar terecht komen waar we met elkaar afspraken over maken.

Met regelmaat ontvangt de gemeente updates over de activiteiten die lopen, afvallen en erbij komen.

Als we penvoerder blijven na 2022 kunnen we een aantal projecten meerjarig ondersteunen via dezelfde dynamiek. Zo kan er iets opgebouwd worden. Met de intentie dat er daarna iets blijvends achterblijft in het culturele veld waar in de jaren erna op voortgeborduurd kan worden.

Als penvoerder zetten we een goed bereikbaar en deskundig projectleider in om de aanvragers te helpen met praktische ondersteuning en de monitoring goed te laten verlopen. Hierdoor zal ook de verantwoording kloppend zijn en als één geheel met goedkeurende verklaring worden aangeleverd.



Doel van het traject

Velen in onze stad voelen de urgentie om jongeren aansluiting te laten vinden. Welke urgentie gevoeld wordt hangt af van de doelgroep. De een wil jongeren een kans in het leven geven, de ander wil talent zich laten ontwikkelen, de volgende wil jongeren uit hun isolement halen, weer een ander gunt het de jongere om zich een keer te kunnen ontspannen omdat de kleine portemonnee dat niet altijd toelaat. Zo kunnen we nog wel even doorgaan: door middel van cultuur de deur van technologie en AI openen voor jongeren, diversiteit stimuleren binnen cultuur, nieuwkomers zich thuis laten voelen, jongeren hun mening laten geven omdat die ertoe doet en cultuur daar haar voordeel mee kan doen. Of gewoon even genieten van kunst.

Al deze individuele of organisatorische argumenten en overwegingen leiden tot een overkoepelend doel, waarbij dus vele subdoelen – of hogere doelen – bereikt worden.

Het overkoepelende doel. We schreven het hierboven al, is het vinden van nieuwe doelgroepen en het realiseren van structurele aansluiting van de doelgroepen op het culturele veld, bijvoorbeeld als maker, participant en/of bezoeker. De impulsregeling maakt mogelijk dat we hier als stad tijdelijk extra op kunnen inzetten.

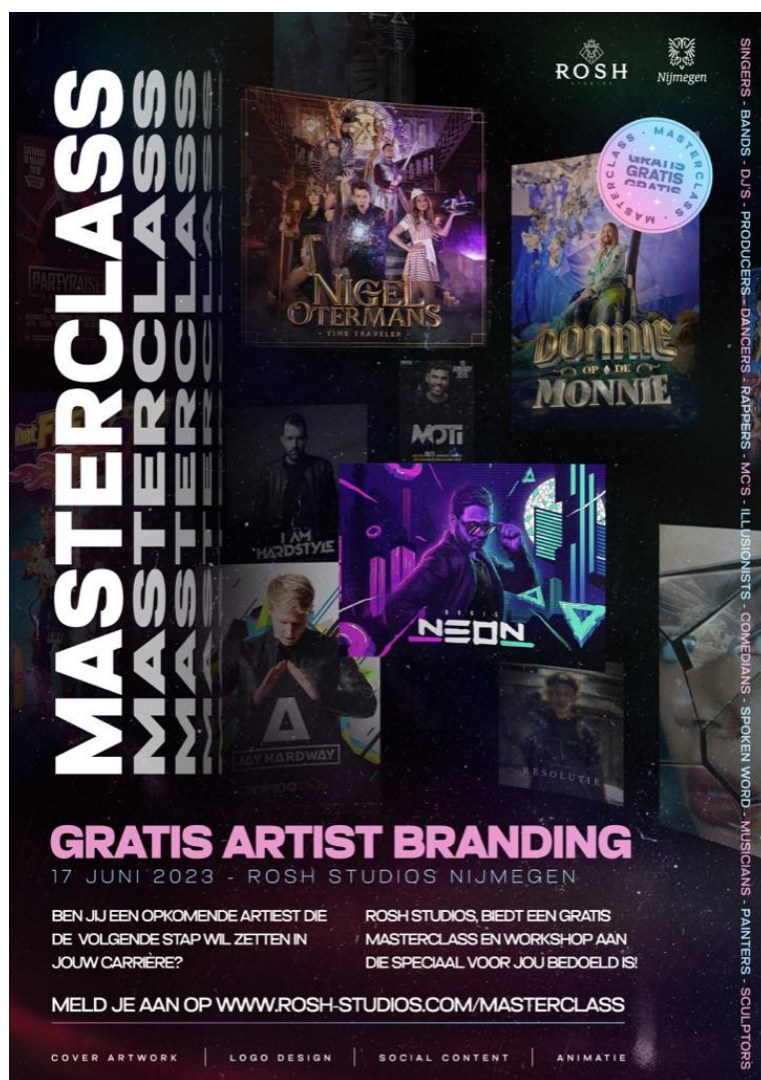


Lessons learned in 2022

De Impulsregeling 2022 loopt natuurlijk nog volop, maar we hebben al wel zicht op enkele geleerde lessen. Met de bemerking dat we niet volledig zijn op dit moment van schrijven.

- we bereiken veel jongeren via het onderwijs (VO, ROC en universiteit), welzijn en de culturele instellingen. Dit is waardevol om op in te blijven zetten.
- we zouden volgende keer ook graag jongeren betrekken die naar festivals willen. We merken dat de organisatoren van dit aanbod niet veel verder komen in de werving dan een marketingplan. We gaan nadenken hoe we gericht kunnen komen tot een uitnodiging dan alleen via marketing.
- we bereiken veel jongeren die in het zicht van organisaties en instellingen zijn. Ook een aantal nichegroepen weten we te bereiken. We zouden de niches graag uitbreiden, en de “gewone jongeren” uit de wijk bereiken. Die niet voor hoogstaande kunst gaan, maar wel dolgraag een concert in bijvoorbeeld Doornroosje, Down The Rabbit Hole of de Vereeniging bijwonen van hun favo Nederlandstalige artiest of vette hardrock band.
- we bereiken veel jongeren tot begin twintig; de oudere jongere tot 27 jaar is lastiger te bereiken.
- we merken dat de combinatie met beeldend niet vanzelf gaat, daarentegen is de combinatie van “branding, technology and innovation” onverwacht en prettig succesvol.
- we merken dat er steeds meer vraag komt uit de markt, we verwachten dat dit volgend jaar doorzet. Ook kleinere organisaties weten ons te vinden en stellen vragen.

- voor kleinere organisaties die de formaliteit van een organisatievorm missen zouden we graag een oplossing formuleren zodat ze toch aanbod kunnen wegzetten. The Guild hebben we daar afgelopen jaar mee geholpen. Zij zijn nu een stichting.
- we merken dat commerciële partijen heel mooi aanbod kunnen leveren, zoals bijvoorbeeld de workshop Artistbranding, die goed bezocht werd en positief werd geëvalueerd. We willen verkennen of dat een uitgebreid kan worden.
- voor nieuwkomers zit er best veel in het aanbod: mooi om dat te continueren.
- sommige partijen werken razendsnel, andere partijen doen er lang over om te leveren. Daar ligt een risico omdat wij ons dan afvragen of het wel doorgaat en we willen zorgen dat de middelen dan elders goed terecht komen. Tijdig informeren en regelmatig checken werkt goed.
- verbindingen leggen tussen jongeren uit verschillende culturen staat op het wensenlijstje.
- er zijn tal van successen afgelopen periode, en dan hebben we nog niet eens alle activiteiten achter de rug. Een aantal successen leveren kansen op structurele versterking of broodnodige groei op van de betreffende organisatie, of nemen drempels weg voor jongeren of helpen jongeren om hun weg te vinden. In de begroting op de laatste pagina van dit stuk zie je de projecten terugkomen die succesvol waren en de projecten waarvan we verwachten dat ze in 2022 succesvol zullen zijn.



De uitvoering

We activeren jongeren en jongvolwassenen om mee te doen: als publiek of actief in de vorm van cultuurparticipatie. Om de doelgroep te bereiken werken we enerzijds via bekende partners en organisaties in Nijmegen. Deze partijen kunnen contacten leggen via de bestaande netwerken. Anderzijds zoeken we naar de vraag onder de doelgroep. Dit doen we door in het netwerk in gesprek te gaan met doelgroepen.

Doelgroepen jongeren en jongvolwassenen

We richten ons op diverse doelgroepen van jongeren en jongvolwassenen waaronder scholieren, studenten, jongeren uit de wijk, nieuwkomers en makers. Naast jongeren die wat makkelijker meedoen aan het dagelijkse leven, zetten we in op verbinding met kwetsbare jongeren. Denk hierbij aan jongeren met een beperking, als nieuwkomer of statushouder uit een andere cultuur, of met een kleine portemonnee, met gezondheidsklachten, eenzaam of vanuit een onveilige thuissituatie.

De input van jongeren wordt meegenomen vanuit de contacten die de samenwerkende partners hebben met de jongeren en jongvolwassenen.

Bereik en communicatie

We schatten nu in dat we meer dan 10.000 jongeren bereiken. Eind van het jaar wordt duidelijk hoeveel jongeren we in 2022 daadwerkelijk hebben bereikt. Dit zijn grote getallen. Sommige trajecten zijn intensief (geweest) en geven jongeren en jongvolwassenen een boost in het zelfvertrouwen en zelfinzicht. Andere activiteiten zijn een eerste kennismaking met cultuur en daardoor een luchtige, mooie herinnering. Bij alles geldt dat de inzet is dat de jongere en jongvolwassene weet dat we het in Nijmegen belangrijk vinden dat ze er zijn, dat ze er toe doen en dat ze gezien en gehoord worden.

Belangrijk is dus dat de doelgroep zich betrokken en gekend voelt. Daartoe zullen we de komende twee jaar een positionering inzetten d.m.v. een herkenbaar logo en een campagne. De regeling kent zo een eigen gezicht en een eigen stem. Passend bij de jongerencultuur. Het is goed om zichtbaar te maken dat de gemeente en haar partners in de stad geven om de Jongerencultuur. We zoeken hierin de wederkerigheid: we laten jongeren zelf de social media campagne en de video campagne uitvoeren. Van jongeren, voor jongeren. Omdat Nijmegen de jongerencultuur belangrijk vindt. Wat betreft de campagne denken we aan een video waarbij we de jongerencultuur op de juiste en creatieve en een aansprekende manier neerzetten. Kort en sterk. Eventueel in combinatie met 3D animatie, of misschien zelfs alleen met 3D animatie. Het script, de storyboard, de pre-productie en productie doen we samen met jongeren.

De social media campagne zetten we in gedurende 5 maanden. We zetten in op verschillende kanalen op verschillende platforms. Denk hierbij aan Instagram, Facebook, TikTok, Snapchat etc. We beheren de kanalen met minimaal 3 posts per week. Uiteraard is onderdeel van de content de video die we maken, maar we plaatsen ook tags en linkjes bij activiteiten die gerealiseerd worden door de Impulsregeling en bij nieuwsitems uit de (social) media die gelieerd zijn.

Lessons learned in 2023 en 2024

We delen een evaluatieformulier met de deelnemende organisatoren om op te halen wat hun lessons learned, feedback en successen zijn. We vragen de deelnemende organisatoren of ze bereid

zijn om hun kennis te delen met de andere partners zodat we in een sessie kunnen ophalen waar drempels liggen en hoe we die kunnen wegnemen.

Samenwerkende partners

We werken samen met tal van partners uit het Nijmeegse. Denk hierbij aan @VOCampus, Ieder Talent Telt, ROC, Openbare Bibliotheek, Vereniging/Schouwburg, Bindkracht10, Jongerenlab, Stevenskerk, LUX, Doornroosje, Cultuur op de Campus, Vrijheidsprogramma, Prutswerk, Dekker v.d. Vegt, Hubert, ROSH, Kunstnacht, New Rootz, Beatwise, Innovate en de gezamenlijke Urban Sport & Cultuur partijen. Deze opsomming is niet uitputtend.

We bereiken ook organisaties die normaliter niet snel een subsidieaanvraag doen, maar die wel mooie activiteiten weten te realiseren nu de drempel laag is.

Er zijn ook organisaties die we nog niet bereikt of benoemd hebben. We hebben budget opgenomen voor nieuwe initiatieven om aan te haken aan de regeling.

Er zijn verschillende motieven voor partners om een aanvraag te doen:

- de intrinsieke wil om iets te doen voor de doelgroep;
- de wens om iets te bouwen dat blijft voortbestaan;
- de incentive die de regeling geeft om nu te starten;
- de (logische) aansluiting bij de opdracht die een organisatie of instelling heeft.



Activiteiten

We zetten in op een diversiteit aan activiteiten. De voorbeelden die we hier geven zijn niet uitputtend, maar slechts voorbeelden.

De activiteiten zijn gericht op een diversiteit aan disciplines en smaken: van urban tot literatuur, van verhalenvertellers tot festivalbezoek, van samen koken tot vloggen, van theater en cabaret tot muziekles en danscursus, van fantasy tot graffiti.

Sommige activiteiten krijgen een bijdrage op een totaalbegroting uit de Impulsregeling. Met deze bijdrage richten ze zich speciaal op onze doelgroep of hierdoor wordt het mogelijk om de activiteit uit te voeren: zeg maar net het extra duwtje dat de activiteit nodig heeft om tot realisatie over te kunnen gaan op korte termijn.

Hierbij een overzicht van mogelijke en waarschijnlijke activiteiten:

- Jongeren als makers voor social media campagne en videocreatie
- Kookfestijn
- Spelletjes Extravaganza
- Literaire events
- Activiteiten met Cultuur op de Campus
- Theaterparticipatie en -bezoek (structureel maken en meedoen)
- Workshops en talentontwikkeling rap, dance en creating in de wijk

- Workshops en talentontwikkeling Urban Sports and Culture
- Talentontwikkeling DJ
- Workshops Artist Branding
- Muzieklessen, danslessen etc. voor nieuwkomers
- Festival voor jongeren uit de wijk
- Festival over wetenschap en techniek en cultuur
- Festival over innovatie, techniek en kunst
- Festival over storytelling
- Podium voor jonge makers
- Kunst van zwerfjongeren
- Samen naar de film, festival, schouwburg e.a.
- Etc....



Stadsschouwburg
Nijmegen
Concertgebouw
De Vereniging

Jongerenpremière
Wolfgang, het wonderjong
gratis tickets

 15 dec 2022 | 19:00 uur | Stadsschouwburg Nijmegen

Speciale Jongerenpremière
gratis tickets jongeren dankzij regeling Impuls Jongeren Gemeente Nijmegen

Planning

We starten de activiteiten in 2022. De activiteiten worden daarna z.s.m. en uiterlijk in 2024 uitgevoerd.

Begroting

De begrotingsposten zijn indicatief en op hoofdlijnen. We denken aan middelen voor de volgende thema's, waarbij we de input van jongeren en jongvolwassenen meenemen.

Impuls Jongerencultuur (incl. BTW)

CONCEPT SPUK Impuls Jongerencultuur 2023-2024	prognose '23 en '24 incl. BTW		Wat
Jongerenparticipatie cultuur en welzijn	€ 2.500,00		Nimma Talks
	€ 2.000,00		ITT: Koken en cultuur (jongeren met autisme)
	€ 1.000,00		The Guild: Spelletjes Extravaganza
	€ 7.500,00		Place to Belong: gezamenlijk artwork
	€ 20.000,00		Activiteiten voor nieuwkomers en statushouders
	€ 15.000,00		Beatwise: urban talentworkshops
	€ 40.000,00		On The Block: urban workshops in de wijk
	€ 15.000,00	€ 103.000,00	<i>nieuwe activiteiten</i>
Diverse (culturele) festivals	€ 25.000,00		OBGZ e.a.: literair event
	€ 10.000,00		Podium aan de Waal: jonge amateurs en jonge makers
	€ 5.000,00		Jong Roze Woensdag
	€ 30.000,00		Urban Sports & Culture
	€ 15.000,00		Hubert: participatie met kunst
	€ 15.000,00		Night of the Nerds: kunst en technologie en wetenschap
	€ 15.000,00		Innovate: innovatie, wetenschap en kunst met studenten
	€ 15.000,00	€ 130.000,00	<i>nieuwe activiteiten</i>
Jongeren aan het woord	€ 10.000,00		ROC en BK10: Kleur in de Stad
	€ 45.000,00		Cultuur Academy: Jongeren aan het woord in de Raden van Toezicht
	€ 10.000,00		Meneer Otis: Storytelling
	€ 15.000,00		Lindenberg en Programma Vrijheid: Reflecting Freedom
	€ 40.000,00		LUX: participatietheater en publiek
	€ 40.000,00		Schouwburg/Vereeniging: participatietheater en publiek
	€ 15.000,00		New Rootz: dansvoorstellingen met jongeren
	€ 10.000,00		VOCampus: voorstellingen voor jongeren (participatietheater publiek)
	€ 15.000,00	€ 200.000,00	<i>nieuwe activiteiten</i>
Divers participatie aanbod	€ 40.000,00		Doornroosje: talentworkshops
	€ 15.000,00		ROSH: artistbranding
	€ 15.000,00		video campagne met en voor jongeren
	€ 20.000,00	€ 90.000,00	social media campagne met en voor jongeren
Positionering jongerencultuur	€ 15.000,00		naamsontwikkeling, logo design, huisstijl design en artwork campagne
	€ 15.000,00		ontwikkeling en design en vullen website
	€ 5.000,00	€ 35.000,00	SEO en social media advertising
Algemene kosten	€ 6.400,00		accountant
	€ 20.000,00		projectondersteuning
	€ 5.000,00	€ 31.400,00	administratie
Totaalbudget	€ 589.400,00		
Budget	€ 589.400,00		
Saldo	€ -		