

Beat Stars Festival

Evaluatierapport

Op 8 oktober hebben we op het terrein van het Gooierhoofd het jongerenfestival Beat Stars Festival georganiseerd. Een event gericht op jongeren uit Huizen waar het bieden van een platform voor jong talent centraal staat. Tijdens Beat Stars Festival verbinden we diverse disciplines zoals dans, kunst, skaten, sport en muziek waar lekker eten niet kan ontbreken. Dit festival is gebaseerd op het Summer Sickness festival wat we vanuit Dynamic Arts sinds 2015 hebben opgezet.

De essentie van het Summer Sickness festival is een event waarbij naast kunst en cultuur een relaxte sfeer van de zomer bijdraagt aan het geheel. Het geheel waarbij jongeren een podium krijgen en geïnspireerd worden om met hun creativiteit aan de slag te gaan. Daarnaast programmeren we tijdens Summer Sickness ook altijd een nieuw competitie concept gericht op dans of muziek. Dit jaar tijdens Beat Stars Festival hebben we een nieuw dansbattle concept gelanceerd genaamd The Coindrop Battle.

Origineel was het plan om het festival in de zomer te laten plaatsvinden. Door verschillende omstandigheden is de datum van het festival doorgeschoven naar oktober waardoor Summer Sickness als naam niet meer voldeed. Hierdoor zijn we met een nieuwe naam en visuele branding gekomen. Uiteindelijk zijn we met de naam Beat Stars Festival verder gegaan wat in de programmering veelal dezelfde essentie draagt als Summer Sickness.

Proces

Het proces is zeker niet vanzelf gegaan. Het concept, de locatie en de motivatie was er vanaf het begin al. Inhoudelijk hadden we al vrij snel duidelijk wat we met dit festival wilde neerzetten. De locatie, Gooierhoofd, is een prachtige plek wat zich uitermate leent voor een jongeren festival. Een mooi spot in Huizen waar sport, kunst en cultuur samenkomt.

Samen met onze productie leider zijn we in april '22 aan de slag gegaan met het organiseren van het festival. Wat we al vrij snel merkte is dat het grootste knelpunt vooral zat in de aanvraag procedure van de vergunning. Omdat we zelf weinig ervaring hadden in het organiseren van een buitenfestival en de daarbij horende vergunningen, was dit proces nieuw voor ons. Hierdoor liepen we veel vertraging op in het voorbereidend werk en kwam de vergunningaanvraag moeizaam tot stand.

Door alle vertragingen hadden we een verzoek ingediend om het festival naar een binnen locatie te verplaatsen. Wij hebben meer expertise als het gaat om het organiseren van een binnen festival. Dit zou voor ons beter uitkomen ook in verband met de vergunningaanvraag die complexer is voor een buitenfestival dan voor een binnen event. Helaas is dit verzoek afgewezen door slechte ervaringen van andere jongerenorganisaties in Huizen die afgelopen jaar binnen events hebben georganiseerd. Dit bracht ons terug naar de tekentafel met de vraag hoe gaan we het buitenfestival toch realiseren.

Uiteindelijk zijn we in contact gebracht met Hans Borremans die enorm veel expertise heeft in het aanvragen van vergunningen en het organiseren van evenementen in Huizen. Door de sterke samenwerking van Hans Borremans, het technische team en onze productie leider stond Beat Stars Festival strak georganiseerd op 8 oktober op het Gooierhoofd.



Foto's door Nani

Pre-productie

Het team van Hans Borremans, de technische partij en onze productie leider hebben vooral gewerkt aan de productiekant van het festival. De artistieke inhoud van het festival lag in de handen van Sean Bogaers, Kim Tawjoeram, Sjoerd Poldermans en Gibrael Mustamu. Samen met een groep van stagiaires en vrijwilligers is gewerkt aan het verspreiden van brieven in de buurt, social media, het regelen van extra materialen voor tijdens het festival en het assisteren op de dag zelf.

De 250 burens waren een week van te voren geïnformeerd dat het festival zou plaatsvinden en waren dus op de hoogte. We kregen leuke reacties van de burens op de mail die vooral blij waren dat er iets georganiseerd werd en dat ze tijdig waren geïnformeerd.

Naast het vaste team, vrijwilligers en stagiaires is er ook gewerkt met lokale en regionale partners. Denk hierbij aan Sportief Huizen, lokale Foodtrucks, Stichting Papageno, Meldpunt Discriminatie Gooi en Vechtstreek, Dekkie, Wakestyle Bussum, Versa Welzijn, Jongeren centrum Connect, Stichting Helder, wijk boa's en professionele dansers en artiesten.

Productie op de dag zelf

De opbouw van het festival begon op 7 oktober met de opzetten van de main tent. Tijdens de opbouw van de tent liepen we nog tegen het probleem dat de werkers die bezig waren met de straatwerkzaamheden hun auto's hadden geparkeerd op het terrein waar wij de ruimte nodig hadden. Gelukkig is dit opgelost en konden we doorgaan met de opbouw.

Het weer was erg goed op de dag zelf, wat enorm scheelde in de opbouw van het festival. We konden met een groot team aan vrijwilligers aan de slag waardoor we snel en efficiënt konden werken. Om 14:00 ging het festival open en stond alles klaar om te genieten van de dag.

Door de dag heen kwamen in groepjes de bezoekers langs. Overdag vooral voor het skaten en de muziekoftredens. Waar 's avonds juist de bezoekers kwamen voor The Coindrop Battle. The Coindrop Battle is een nieuw dans concept waarbij deelnemers elkaar uitdagen een daarbij muntjes inzetten. In verschillende 'cypher' rondes strijden ze tegen elkaar in een knock-out systeem waarbij diegene met de muntjes overblijft en doorgaat naar de volgende rondes. Voor het concept hebben we samengewerkt met een kunstenaar (Koen Roetman) die alle visuele uitingen heeft verzorgd voor de battle. Van de muntjes, score formulieren, spelregels tot de prijsposter. Daarnaast moesten er een systeem rondom de muntjes worden bedacht zodat het concept niet fraude gevoelig werd. Hiervoor hebben we gewerkt met Yondr tasjes die alleen met magneten geopend kunnen worden. De ervaring en de daarbijbehorende reacties van de dansers waren erg enthousiast. Voor ons een bevestiging dat het concept werkt en dat we dit concept verder kunnen uitbouwen.

Tijdens het festival is Lars Bogaers begonnen met een graffiti kunstwerk op het toilethuisje. We kregen veel bekijks tijdens het festival op het proces van Lars. Na het festival kregen we nog een mooi positief reactie op Facebook over het graffiti kunstwerk op het toilethuisje.

HET MOOIE DORP HUIZEN (N.H.) ... X
Christina Zoet · 49 m · 🌐

De collage met detailschilderingen welke ik vanochtend plaatste valt vast niet erg in de smaak, haha...
Tóch is er een gebouw, en wel het toiletgebouw op het Gooierhoofd, welke daar al jaren staat, totaal mee beschilderd. Ik vermoed dat het er nog maar kort op zit, want 'k zag het vorige week voor 't eerst en kom er toch regelmatig langs... Zie hier voor het complete gebouw!



👍❤️ 20 >

Petra Boersma-Vos
Geweldig... 👍🍀
46 m Vind ik leuk Beantwoorden 1 ❤️

Anke Oolbekkink-Drieënhuizen
Vrolijk! Vrees dat t geen lang leven beschoren is, binnen no time vol met graffiti...
28 m Vind ik leuk Beantwoorden 1 ❤️

Christina Zoet Het zit er (in zwart) op 2 plekj...

Linda Xa Anke Oolbekkink-Drieënhuizen "afkl...

René Schaap
Gaaf!
3 m Vind ik leuk Beantwoorden

Dinie Gielenkrook
Heel vrolijk.
26 m Vind ik leuk Beantwoorden 1 ❤️

Ria Hufener
Vind het leuk ziet er vrolijk uit.
2 m Vind ik leuk Beantwoorden

Lijsbeth Siegersma
Lekker vrolijk! Beter dan saai grijs.
43 m Vind ik leuk Beantwoorden 1 ❤️

Opmerkingen

Door de hele dag was er een aanloop naar het festival maar was het over het algemeen vrij rustig. Veel mensen wisten er niet vanaf of konden de locatie (Gooierhoofd!) opmerkelijk genoeg niet vinden. Van te voren kunnen we veel meer tijd en ruimte nemen voor de marketing van het festival. Nu weten we beter wat er nodig is en hoe we de tijd kunnen verdelen. Het flyeren op lokale markten zal al veel teweeg kunnen brengen om het festival onder de aandacht te brengen.

Daarnaast willen we voor de komende editie meer partners voor de programmering van het festival betrekken. Hierdoor kunnen jongeren via andere organisaties ook een plek krijgen en bereiken we meer jongeren. Een van de mogelijkheden hiervoor is het betrekken van scholen bij het festival. Als we de scholen meer betrekken bij het voorproces kunnen we het festival al onder de aandacht brengen en laten leven.

Voor ons is het organiseren van dit festival een enorme leercurve geweest. Voor een volgende editie zijn we veel beter voorbereid en weten we nu hoe we een buitenfestival willen en kunnen aanpakken. We kijken ondanks de lagere bezoekerscijfers terug op een enorm geslaagd festival. Juist door het leerproces, de saamhorigheid, gezelligheid en positieve reacties weten we dat dit festival indruk heeft gemaakt op de manier zoals wij het graag zien. We gaan liever voor kwaliteit dan voor kwantiteit, waardoor we voor een volgende editie de kwaliteit alleen maar naar een volgend niveau kunnen brengen. Het festival heeft een mooie standaard voor een buitenfestival in Huizen neergezet wat voor de toekomst alleen maar beter kan uitpakken.

Financien

Naast de financiële bijdrage vanuit Gemeente Huizen (€15.000) heeft ook Versa Welzijn (€10.000) een bijdrage geleverd aan het jongeren festival. In de laatste weken is er nog een financiële bijdrage bij gekomen vanuit Stichting Helder (€5000). Door de vertraging en onduidelijkheid welke kant we opgingen met het festival was het lastig om de oorspronkelijke financiering rond te krijgen. Door de vertraging is er veel tijd en energie gegaan in het produceren en organiseren van het festival. Hier is ook een groot percentage van de totale begroting naartoe gegaan. Dit heeft geresulteerd dat minder budget kon gaan naar marketing, de vergoeding van artiesten en vergoeding van het artistieke team.

De begroting lag oorspronkelijk veel hoger dan het uiteindelijke budget wat we tot onze beschikking hadden. Hierdoor hebben we vooral gekeken naar de kosten waar we op konden bezuinigen, want voor ons gaat kwaliteit boven kwantiteit. Met het budget wat er was hebben we toch de kwaliteit hoog weten te houden.

Door de samenwerking met diverse partners konden we veel van de onderdelen van het festival realiseren zoals de sponsoring van een Pipo wagen vanuit Stichting Papageno, Sportief Huizen die eigen gemaakte kosten op zich nam, Wakestyle Bussum die prijzen heeft

gesponsord voor de skate challenges en de wijk boa's die hebben geholpen met het vervoeren van spullen.

Voor de volledige financiële begroting bekijk de toegevoegde bijlage.

Cijfers

De verwachtingen qua bezoekersopkomst hadden we tijdens het organiseren al bijgesteld. Dit komt mede doordat het festival verplaatst werd naar oktober, hierdoor mis je de natuurlijke stroom bezoekers die tijdens de zomermaanden op het strand aanwezig is. Hierdoor wisten we dat het bezoekersaantal lager zou zitten dan eerder verwacht. Doordat we het festival laagdrempelig en gratis hebben gehouden was er een natuurlijk stroom van bezoekers op de dag zelf.

Totaal aantal bezoekers: 500 a 600 bezoekers

- leeftijd van 6 t/m 65 jaar waarvan 75% jongeren

Kernteam: 5 personen

Vrijwilligers: 30 jongeren uit de regio

Media team: 5 jonge talenten uit de regio

- Fotograaf, social media en videograaf

Muzikanten: 25 jonge talenten uit de regio

- Rappers, producers en singer/song writers

Deelnemende dansers: 60 personen

- Waarvan 30% jongeren onder de 14 jaar en 70% jongeren boven de 16 jaar

Opmerkingen

Doordat we minder aandacht aan de marketing konden besteden hebben we op het festival een groep jongeren gemist in de leeftijd tussen 14 en 16 jaar.

Er zijn 2 groepen jongeren: jongeren in met de leeftijd 10 t/m 13 jaar en jongeren vanaf 14+. De jongeren t/m 13 jaar wisten de weg naar het festival makkelijker te vinden dan de groep van 14+. We hebben op scholen en social media reclame gemaakt maar deze groep heeft een andere aanpak nodig. Jongeren vanaf 14 jaar moeten het gevoel hebben dat het festival iets is wat van hen zelf is en waar zij centraal staan.

Voor een volgende editie willen we de scholen en andere jongeren organisaties sterker betrekken bij het voorproces. Dit zien we door middel van een scholentour waarbij jongeren kunnen toewerken naar een eindpresentatie wat plaats zou vinden op het festival zelf. Daarnaast zullen we verschillende jongeren organisaties bij het festival betrekken waar jongeren al aanwezig zijn zoals dansscholen, sport verenigingen en muziekstudio's.

Partners

Voor dit project hebben we met een aantal partners samengewerkt. Dit zijn partners die inhoudelijk en productioneel hebben bijgedragen.

- Stichting Papageno Laren
Stichting Papageno heeft een pipo wagen beschikbaar gesteld voor het festival. Hierdoor konden de jongerenwerkers van het jongerencentrum Connect binnen in de wagen gamen met jongeren en andere activiteiten aanbieden.

- Versa Welzijn
Versa Welzijn heeft niet alleen financieel bijgedragen aan het festival maar ook in het voorproces. Dit door middel van het beschikbaar stellen van repetitie ruimte in het jongerencentrum Connect voor de artiesten die ruimte nodig hadden om hun act voor te bereiden. Daarnaast waren jongerenwerkers aanwezig op het festival met jongerenactiviteiten.

- Wijkboa's
De wijkboa's hebben ons geholpen met het vervoeren van spullen en waren aanwezig op het festival zelf.

- Sportief Huizen
Sportief Huizen heeft een sportprogramma aangeboden op de dag zelf. Met de buurtsport coach hebben we gekeken welke sportactiviteiten geschikt waren tijdens het festival.

- Basketbalvereniging Quick Lions
Op het basketbal terrein zouden de Quick Lions op de dag zelf basketbal challenges verzorgen. Helaas waren op de dag zelf heel wat leden ziek en kon het basketbalprogramma niet doorgaan.

- Dekkie skateschool
Overdag waren er verschillende skate activiteiten en challenges verzorgd door Dekkie. Zij hebben workshops verzorgd en een aantal challenges waarbij de jongeren prijzen konden winnen.

- Skatewinkel Wakestyle
Wakestyle heeft voor het festival verschillende skate prijzen beschikbaar gesteld voor de skate challenges.

- Hans Borremans
In samenwerking met Hans Borremans heeft het festival kunnen plaats vinden. Hij

heeft gezorgd dat de vergunningen rond waren, zijn netwerk ingezet en was de spin in het web tussen de gemeente, technische partijen en productie leider.

- Foodtrucks - Van Wou & Kanu Food

We hebben nauw samengewerkt met de lokale foodtrucks Van Wou en Kanu Food. Samen hebben we gekeken wat qua eten goed bij het festival past. Laagdrempelig maar wel lekker en voedzaam voor iedereen.

- Streetart door Lars Bogaers

Een van onze wensen tijdens het festival was om het toilethuisje te voorzien van een graffiti kunstwerk. Dit hebben we in samenwerking met de Larense kunstenaar Lars Bogaers kunnen realiseren. Lars is op de dag van het festival begonnen en het heeft het de dag erna af kunnen maken.

- Kringloopwinkel Naarden

Een van de belangrijke aspecten van het festival is een chill gedeelte. De kringloopwinkel Naarden heeft een chill hoek gefaciliteerd met banken en tafels.



Foto's Koko EXG

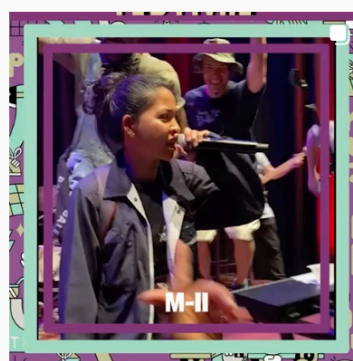
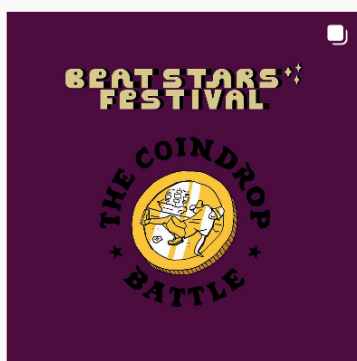
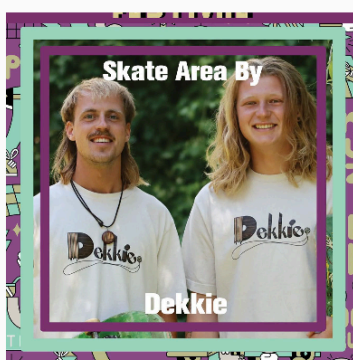
Publiciteit

Nieuwsblad voor Huizen heeft twee artikelen gepubliceerd rondom Beat Stars Festival. [Het eerste artikel](#) was de aankondiging van het festival zelf waarin de visie en missie van het festival uitgelegd werd. [Het tweede artikel](#) was op de dag zelf, waarin werd beschreven hoe wij als organisatie het festival hebben ervaren en wat onze toekomst plannen zijn. Beide artikelen hebben zowel in hun online, als papieren krant gestaan.

Online

Voor de online promotie van het Beat Stars Festival hebben we gebruik gemaakt van de social kanalen van Dynamic Arts. Ons focus kanaal was Instagram, hier zitten de meeste jongeren en konden we onze content gericht targeten. Daarnaast hebben we gebruik gemaakt van Facebook waar vooral ouders en partners uit het netwerk zich bevinden.

Voor Instagram hebben we verschillende posts opgemaakt voor de aankondiging van het festival. Dit in de huisstijl van het festival waarin we alle elementen van het festival hebben uitgelicht. Van de workshops tot de dj's en partners van het event. Hieronder een impressie van de Instagram feed.



Twee weken voor het festival hebben we een aantal gerichte betaalde campagne's op Instagram gedraaid, dit om het online bereik te vergroten. Omdat Instagram tijd nodig heeft om de advertenties te kunnen promoten merkte we op dat het niet een groot verschil maakte in het bereik. Daarnaast hadden we ook niet het budget om iemand voor de marketing in te zetten, waardoor we minder promotie capaciteit hadden voor het festival.

Instagram cijfers

Bereikte accounts: 2310 via betaalde en organische berichten

Grootste bereik in berichten: De Instagram Reels zijn het best bekeken met 1061 bereikte accounts

Leeftijd: Bereik het grootst in de leeftijd 18-24 jaar (43%) daarna 25-34 (22%)

Verdeling: De verdeling tussen mannen en vrouwen is veelal gelijk, 52% mannen vs 48% vrouwen

Hoogtepunten en reacties

Tijdens het festival hebben we mooie reacties gekregen van het publiek, de artiesten en vanuit de organisatie zelf. Hieronder een aantal quotes:

“Het festival was enorm leuk, goed en strak georganiseerd.”

- Hans Borremans, organisatie

“Iedereen wil elkaar supporten en daardoor ontstaat er een hele positieve energie en dat is heel mooi om te zien.”

- Jarpi, artiest

“Mooie samenwerking tussen de rap, breakdance en skate cultuur. Dan heb je ook nog alle families die langskwamen, die niet zoveel weten over deze culturen maar iedereen vond het heel leuk.”

– Dex, skater

“Gewoon heel gezellig en tof om naar de dans battles te kijken. Wil zeker bij de volgende editie nog een keer terugkomen.”

– Livia, publiek

“Ik heb veel mensen gesproken die zeiden wat goed en leuk dat er iets wordt georganiseerd voor jongeren in Huizen.”

– Kim Tawjoeram, organisatie

“Dankbaar voor alle mensen die vrijwillig hebben meegeholpen. En dankbaar voor diegene die hun hart en ziel op het podium hebben neergezet.”

– Sean Bogaers, organisatie

“Dat zoiets wordt georganiseerd dat maakt wel indruk in Huizen”

– Oumou, publiek

What's next?

Het is van groot belang dat wat we hebben neergezet met het Beat Stars Festival niet eindigt bij deze editie. Er zijn daarom een aantal plannen gemaakt om dit event zo duurzaam mogelijk voort te zetten.

Aftermovie

In samenwerking met Joost Elffers hebben we twee [aftermovies](#) (een reportage en korte sfeer impressie) gemaakt die de sfeer duidelijk laat zien van het festival. Tijdens het festival hebben we met zo veel mogelijk lokale jonge talenten gewerkt waaronder ook Joost. Naast de twee aftermovies van het festival zijn er op de dag zelf ook video's gemaakt door een van de media stagiaires van Dynamic Arts. Deze video's hebben we gebruikt op ons Instagram kanaal en zijn waardevol voor de duurzaamheid van het festival. De foto's en video's die we hebben van het festival zijn herbruikbaar als promotie materiaal voor volgende edities.

Beat Stars Festival - Scholentour

Het festival moet veel meer leven onder de jongeren zelf. Hierdoor willen we een Beat Stars Scholentour opzetten waarbij de verschillende kunstdisciplines centraal staan en we jongeren kunnen motiveren met hun talenten. Een scholentour zien we in verschillende formats:

- Eenmalige workshop rap, muziek, dans, theater en streetart. Hierdoor kunnen we jongeren prikkelen en laten kennismaken met deze kunstvormen. In de workshop zelf zullen we een klein wedstrijdelement inbrengen waardoor we jonge talenten kunnen stimuleren om verder te gaan met hun talent. Een van de prijzen die ze kunnen winnen is een masterclass met een professionele artiest.
- Workshop reeks van een X aantal lessen op het gebied van rap, muziek, dans, theater en streetart. Hierdoor kunnen we langer met een groep aan de slag en de jongeren al verder begeleiden in hun talentontwikkeling.
- Een scholenbattle waarbij we jonge talenten op het gebied van muziek en dans begeleiden om uiteindelijk te strijden in een scholen battle. Op deze manier kunnen we jongeren prikkelen hun talenten ook te laten zien in een competitie element. Dit kan een springplank zijn om de talenten naar een groter platform te brengen.

Samenwerkingen met andere culturele partners uit Huizen

In Huizen zijn er meerdere organisaties die evenementen voor jongeren organiseren. Het is ook een uitgesproken kans om met andere organisaties te kijken naar een samenwerking voor een volgend jongerenfestival. Hierdoor kunnen we de krachten bundelen en meer jongeren bedienen in Huizen. Dit met het idee om een jaarlijks buiten event te verzorgen voor jongeren in Huizen. In die samenwerking kunnen we Beat Stars elementen terugbrengen en kunnen verschillende concepten naast elkaar bestaan.

Financieel overzicht - Zie bijlage