

VERSLAG EVENEMENTEN PROGRAMMA 2019

EMOVES in cijfers

In onderstaand overzicht zijn alle onderdelen en cijfers te zien die samen het totale bereik van EMOVES vormen.

Fysiek bereik

- 19 unieke evenementen / projecten (WLE, NLE, Festival in de stad, Urban en Technology en Projecten in de buurten)
- 51 losse activiteiten binnen het project (side-events, lezingen, jams, meetings, showcase-events)
- 1.806 artiesten / kunstenaars
- 122 workshops (educatieve programma's tijdens events, in de buurten en losse onderwijsprojecten)
- 49.706 bezoekers (niet actieve toeschouwers)
- 2.121 deelnemers (actieve beoefenaars)
- 50 landen (landen van herkomst van deelnemers en bezoekers)
- 25 publicaties in de media (artikelen in de traditionele media, inclusief traditionele nieuwssites)
- +/- 40 samenwerkingspartners (co-producenten, sponsors en leveranciers)
- 27 locaties in Eindhoven (workshoplocaties, event-locaties en showcase-locaties)

Online bereik

- 10.908.500 totaal bereik (het totale bereik van alle activiteiten gecombineerd; het aantal mensen dat één van de verschillende uitingen gezien op verschillende mediakanalen)
- 4.878.285 views (aantal views van videomateriaal van alle activiteiten: battles, aftermovies, interviews en live-uitzendingen)

Inhoudelijke verantwoording

EMOVES is verantwoordelijk voor de volledige breedte van de Urban Culture. Kort

samengevat staat onze organisatie voor vijf pijlers: Music, Arts, Spoken Arts, Dance en Sports. Belangrijk om te vermelden is dat het gaat over een grootstedelijke cultuur met roots in Amerikaanse steden. Iedere pijler omvat unieke en eigenwijze subculturen met een eigen geschiedenis, tradities en ongeschreven regels.

Sommige subculturen zijn groter dan andere en hebben daarmee logischerwijs een groter bereik. Denk aan Breakdance, Rap, Skate, BMX en Graffiti. Andere zijn opkomend en focussen zich op niches, zoals Freerunning, Step, Popping, House Dance en Spoken Arts. Iedere subcultuur heeft haar eigen grillen en ontwikkelingscurve. Zo nam de populariteit van Freerunning enorm toe en is Rap flink geprofessionaliseerd. Rapmuziek is de laatste jaren sterk gecommercialiseerd waardoor het dichterbij de popcultuur is komen te liggen. De top van het genre ligt daardoor ver boven ons bereik en is daardoor niet vertegenwoordigd in ons programma.

De coöperatie is voortdurend op zoek naar nieuwe Urban uitingen en vooral wanneer er sprake is van gemeenschapsvorming (of wanneer we die potentie zien) investeren we tijd en aandacht om deze opkomende scenes te helpen met hun ontwikkeling. Zo voegden we Freestyle Voetbal toe als partner-event en hebben we interesse getoond in de scenes rondom Longboarden en Stuntsteppen.

De sterkste subculturen worden vertegenwoordigd in World League- en National League Events. Andere, zoals Spoken Arts en de all-style battle, vinden hun plek tijdens het *EMOVES Urban Culture Weekend*.

De meest traditionele subculturen die in 2019 de volle aandacht hebben gekregen zijn Breakdance, Skate, Inline Skate, Street Art en Graffiti. Andere Urban dansstijlen die de coöperatie ondersteunt zijn House Dance, Popping Dance, Experimental Dance, Hip Hop, Streetdance en Experimental Hip Hop. De nieuwe culturen die we aandacht hebben gegeven zijn Freerunning, Tricking, Stuntsteppen en Freestyle Voetbal. Op het gebied van Urban Arts is er ook ruimte gekomen voor Spoken Arts.

De basisprincipes zijn altijd dezelfde. Wij geven de scene zelf ruimte en de mogelijkheid om iets te organiseren. We ondersteunen ze in de verschillende behoeftes zoals netwerk, financiën en strategisch advies. In het volgende hoofdstuk wordt ieder event kort uitgelicht.

EMOVES Festival in de stad.

Organisatie

De organisatie van het festival lag dit jaar in de handen van een nieuw team. Paperjam, Derde Divisie en Suna Producties waren verantwoordelijk voor het

design, de communicatie en de productie. Het team, voor het eerst in deze samenstelling, had de opdracht vorm te geven aan de visie van de coöperatie, met steun van onze partnerorganisaties: Urban Lab 040, Commit 040, On the One, Area 51, Downtown Promotions, Dynamo Jeugdwerk, Calisthenics Eindhoven, Jeugdfonds Sport en Cultuur, Carmen Verduyn, Losse Eindjes en Onuitgesproken, Dees, House the Vibe Community.

Het programma

Qua opzet heeft het EMOVES Festival hetzelfde DNA als voorgaande edities: competitie, entertainment en interactie zorgen ervoor dat een zo groot en breed mogelijke doelgroep wordt bediend. Aan de hand van internationale ontwikkelingen worden acts en showcases geprogrammeerd als inspiratiebron voor verschillende urban partijen uit de regio. Amateurs en professionals worden door deze opzet verbonden. Zo geven bijvoorbeeld de BMX'ers lessen aan de allerkleinsten en tussen de lessen door laten ze zien wat ze zelf kunnen, zodat de amateurs de profs in actie kunnen zien. Dit wordt ook in de bredere internationale context gekoesterd.

Het programma wordt ingevuld door de coöperatieleden en organisaties achter de Eindhovense Urban scene. In tegenstelling tot voorgaande jaren is er echter gekozen om de focus niet alleen op de stad maar ook op de regio Brabant te leggen. Bij wijze van uitzondering werd in enkele gevallen gekozen voor een internationale artiest als hoogtepunt, maar vooral hebben we Eindhoven laten zien wat er allemaal mogelijk is in de stad en in de regio.

De slogan "Discover Urban Eindhoven" moet het publiek uitnodigen om te kijken wat er allemaal te doen is voor liefhebbers van Urban Arts en Sports, waar dat gebeurt en wie daarbij betrokken zijn. Daarnaast heeft de bijdrage van BIZ (Bedrijven Inversteringszone) Eindhoven de deuren geopend om de samenwerking te zoeken met Eindhovense bedrijven zoals de Bijenkorf (zie bijlage *EMOVES x Bijenkorf*) C&A en Boekhandel Van Piere, wat het programma en daarmee de beleving van *EMOVES Festival 2019* ten goede komt. Tot slot is EMOVES Festival dit jaar verrijkt met een door de stad bewegend programmaonderdeel: Pop Up Jam. Hierbij trekt een groep artiesten door de stad om op verschillende plekken shows en workshops te verzorgen voor het winkelend publiek.

Een kort overzicht EMOVES Festival 2019

- Ruim 383 artiesten
- Acht locaties in de stad (18 Septemberplein, Piazza, Nieuwe Emmasingel, Kruispunt V&D, Catharinaplein, Markt, ingang Heuvel Galerie, voor de winkel Sting)
- Elf evenementen, drie side-events en acht workshops

- Naar schatting 16.000 bezoekers, verspreid over het weekend
- Ruim 600 deelnemers aan workshops en activiteiten
- Dertien organiserende partijen leverden een bijdrage aan het programma

Randprogramma

De randprogrammering van het festival omvat alle onderdelen die plaatsvonden buiten het weekend van 21, 22 en 23 juni, maar wel in het teken van het EMOVES Festival stonden. Hiermee stimuleren we het experiment en bieden we partijen de mogelijkheid om zich anders te presenteren dan op het 18 Septemberplein mogelijk is, bijvoorbeeld d.m.v. een club-event of feest.

Theateretalage i.s.m. de Bijenkorf

In het kader van de samenwerking met BIZ Eindhoven hebben wij contact gezocht met de Bijenkorf op het 18 Septemberplein. Het idee was een reeks urban dansshows te tonen in de etalages van het warenhuis. Zodoende speelden op 15 en 16 juni vijf dansers drie shows voor het winkelend publiek. Alle shows zijn van hoge artistieke waarde en sloten daarmee volgens de Bijenkorf goed aan op hun “high end” marketing. Voor de toekomst is de wens uitgesproken om meer samen te doen, zoals het onderzoeken van de mogelijkheid tot een landelijk project en een samenwerking voor het Glow-festival.

We Love We Funk i.s.m. Dees en Area 51 en House The Vibe i.s.m. On the One & House Dance Community

Op vrijdag 21 juni vond *We Love We Funk* plaats in Area 51 en streek *House the Vibe* neer in TAC Eindhoven. Beide feesten worden georganiseerd door de vertegenwoordigers van de plaatselijke scene en liefhebbers van funk- en housemuziek. Met name *House the Vibe* heeft een sterke connectie met de opkomende House Dance-scene van Eindhoven. Met de dansstudio On the One als uitvalsbasis organiseren docenten en vrijwilligers een House Dance-feest, waarbij de bezoekers worden ondergedompeld in de clubsfeer van de jaren '90. Het gaat daarbij om vrijuit dansen en kennismaken met de stijl House Dance. *House the Vibe* trekt liefhebbers van de muziek en dans uit heel Nederland. Door de hulp van EMOVES was de organisatie in staat om dj's en gastdansers van buiten Nederland te boeken.

Hoofdprogramma vrijdag 21 juni

De officiële kick-off van het festival vond op vrijdagavond plaats op het 18 Septemberplein. Alle partners en disciplines maakten deel uit van een avond vol showcases. Freestyle Voetbal, vijf Urban dansstijlen, Tricking en Freerunning volgden elkaar op in een programma vermengd met Hip Hop-muziek en “Freestyle Cyphers” (ruimte voor ongeorganiseerde activiteiten – freestyles). Het

Piazza-monument werd de hele avond bezet door freerunners en op het plein waren freestyle voetballers actief.

Hoofdprogramma zaterdag 22 juni

Het hoofdprogramma van het festival vond op zaterdag en zondag plaats op het 18 Septemberplein, de Piazza, de Nieuwe Emmasingel en in de binnenstad. Met uitzondering van het podiumprogramma was de opstelling van het festival twee dagen hetzelfde. Het podium op het 18 Septemberplein fungeerde als centrum om aandacht te grijpen en werd iedere dag gevuld met unieke programmaonderdelen.

Eindhoven Dance Battle i.s.m. Urbanlab040, Dynamo Jeugdwerk & Stichting Cement

EDB is een showcase wedstrijd binnen de categorie 'dans voor beginners' voor kinderen uit Eindhoven. Zeven jongerencentra van Dynamo Jeugdwerk en Stichting Cement openden hun deuren voor Streetdance-choreografen. In acht weken maakten zij met de kinderen een showcase voor een finale op het festival. Ieder jongerencentrum vertegenwoordigt een Eindhovense wijk of buurt. Zo neemt Tongelre het bijvoorbeeld op tegen Strijp, of Acht tegen Meerhoven. De deelnemende teams worden beoordeeld door professionele juryleden. De choreograaf ontvangt ook een ereprijs voor zijn of haar werk. Dit jaar heeft de EDB plaatsgevonden op het hoofdpodium onder de overkapping van de Piazza. Het winnende team was *Fallen Angels* uit Meerhoven, ze mogen zich tot volgend jaar de beste van Eindhoven noemen.

Bboy & Bgirl '7 2 smoke' i.s.m. On The One

Op het hoofdpodium vonden drie Breakdancebattles plaats: twee keer een 7 2 *smoke* en een showcase battle van B-boys tegen B-girls. Hiervoor werden de Nederlandse beloftes op dit gebied uitgenodigd. In 30 minuten durende battles werd beslist wie de meeste tegenstanders kan 'smoken', oftewel: wie de meeste rondes wint. Een van de battles werd georganiseerd voor jongens, de andere voor meisjes. De laatste was een zeven tegen zeven showcase battle, waarbij de jongens en meisjes het tegen elkaar opnamen. Het battle-programma was vooral gericht op het inspireren van jongeren en ouders. De wedstrijden waren allemaal symbolisch, de eer om te winnen was belangrijker dan de awards. De battles werden ervaren als een van de hoogtepunten van het podiumprogramma.

Pumptrack en miniramp i.s.m. Area 51

De meest opvallende installatie van het 18 Septemberplein was ongetwijfeld de pumptrack van Area 51. BMX'ers, skaters en steppers demonstreerden wat er allemaal mogelijk is met Urban sports op wielen. Tussen de demonstraties door mochten kinderen gratis lessen nemen of even op een step of een fiets de baan

uitproberen onder begeleiding van de docenten van Area 51. Van alle workshopprogramma's was de pumptrack het meest geliefd bij de voorbijgangers.

Overig programma Urban Sports: Freestyle Voetbal, Calisthenics, Freerunning, Tricking i.s.m. Commit & UrbanLab040

De rest van het 18 Septemberplein was ingericht met kleinere programmaonderdelen van verschillende Urban Sports en Arts in Eindhoven. Zo demonstreerde de Calisthenics community haar kracht en behendigheid en nodigden ze voorbijgangers uit om de uitdaging aan te gaan in een workshop optrekken en balanceren. Zowel op zaterdag als op zondag werden degenen met de meeste pull-ups of push-ups tot winnaar uitgeroepen. Commit 040 leverde freerunners en trickers aan voor showcases en workshops op een area vol met matten bij het Piazza-monument naast de Bijenkorf. Een welkome toevoeging aan het hoofdprogramma was het onderdeel van de freestyle voetballers. Elke showcase met de toppers van Nederlandse bodem werd positief ontvangen. Aanvankelijk kregen ze een eigen area toegewezen maar door de hitte gedurende het weekend is besloten de jongens het hele plein te laten gebruiken voor jams, trucjes en uitleg.

Spoken word-programma i.s.m. Losse Eindjes, Onuitgesproken, Carmen Verduyn & Van Piere Boekhandel

Speciaal voor het *EMOVES Urban Culture* Weekend was op de Nieuwe Emmasingel een Spoken Arts-programma ontwikkeld. Dit bestond uit schrijfworkshops in Van Piere Boekhandel, voordrachten van gerenommeerde spoken word-artiesten uit Nederland en zogenaamde open mic-sessies in de schaduw van de gebouwen eromheen. Een intiem en verkoelend onderdeel en voor volwassener publiek op zoek naar diepgang.

Pop up Jam i.s.m. Down Town Promotions

Een vijftiental dansers, mc's en dj's trok door het centrum van de stad. Een dansvloer op de schouders en een krachtige mobiele box op wielen was alles wat ze nodig hadden om winkelend publiek even stil te laten staan. De hele dag bewoog deze "processie" tussen afgesproken plekken en verraste ze de omgeving met een half uur durende jamsessie. Daarvoor zijn uit de hele land dansers ingevlogen van verschillende genres, van FHK-studenten tot Amsterdamse breakers. Het was een kleurrijke, gemengde groep die een feestje verzorgde in de binnenstad. Als afsluiting hield het gezelschap een jam op het grote podium, maar dan samen met alle dansers aanwezig op het festival.

Hoofdprogramma zondag 22 juni

Naast de hieronder omschreven onderdelen was het programma van de zondag hetzelfde als dat van de zaterdag.

Floor is Yours i.s.m. Jeugdfonds Sport & Cultuur (JSC)

Uit de samenwerking tussen EMOVES en JSC komt het unieke programma *The Floor is Yours* voort. In verschillende Nederlandse steden krijgen kinderen zonder danservaring, vaak uit kansarme buurten, les in Breakdance. De kinderen vormen heuse crews en worden klaargestoomd om deel te nemen aan hun eerste battle. Daarin nemen de steden het tegen elkaar op in een *city vs city*-format waarin de crews elkaar battlen, helemaal zoals de pro's met juryleden en prijzen. Dit jaar werd er gekozen om de *city vs city*-finale in Eindhoven te houden tijdens het *Urban Culture Weekend*. Twaalf crews uit verschillende steden van Nederland reisden met ouders en aanhang in volgeladen bussen naar Eindhoven en dansten voor de eer en de prijzen. De prijzen werden mede mogelijk gemaakt door de BIZ Eindhoven, C&A en de winkeliersvereniging van Piazza. Alle deelnemers ontvingen goodiebags en de winnende crew, afkomstig uit Eindhoven, kreeg speciale prijzen van C&A.

City 2 City Battle i.s.m Downtown Promotions

Het concept *City 2 City* vindt net als vorig jaar exclusief tijdens het EMOVES-festival plaats. Daar waar *The Floor is Yours* zich focust op beginnende kinderen in de specifieke dansstijl breakdance, is *City 2 City* een wedstrijd voor professionals in de breedte van de urban dans. Parijs, Brussel, Rotterdam, Amsterdam, Tilburg, Antwerpen en Londen stuurde hun beste vijf dansers naar Eindhoven om het als stad op te nemen tegen andere steden. Dit jaar was Parijs de sterkste stad en mochten ze een geldprijs meenemen, wederom mede mogelijk gemaakt door BIZ Eindhoven.

Marketing en Communicatie

Om het gratis binnenstadfestival *EMOVES Urban Culture Weekend* te herintroduceren hebben we enkele aanpassingen in onze communicatie doorgevoerd. Het doel van het festival is veelal het inspireren van de stad en het faciliteren van een kennismaking met de cultuur. Omdat wij, Eindhoven, de term "Urban Culture" in het geheugen willen branden, gaven we het festival deze naam. Daarnaast vinden we het als festivalcluster belangrijker dat de organisatoren van de topevenementen zoals *Step In The Arena*, *World Bboy Classic* en *Urban Dans Dagen* de aandacht krijgen dan dat we zelf in de spotlights staan. Deze keuze leidde tot veranderingen in onze media-uitingen, website en huisstijl, zoals beschreven in het hoofdstuk 'EMOVES in cijfers'. Het werd een plek voor inspiratie, met unieke content met cultuurgerelateerde inhoud. Ervaren, ontdekken, lezen en proeven. Om ons te helpen hebben wij contact gezocht met Nederlands grootste urban online magazine Hip Hop In Je Smoel (HIJS), met hen werken we samen om kwalitatieve

content, zoals diepte-interviews, te genereren. Marketingbureau Triple Double helpt ons met de marketingstrategie en dataverzameling.

Onze social media strategie is gericht op de twee grootste kanalen: Facebook en Instagram. Een team van twee contentmakers zorgt ervoor dat het niet stilvalt door het jaar heen. Voor EMOVES Festival hebben de partnerorganisaties ook hun eigen achterban aangesproken. Er werd gepromoot door influencers uit de scene om de aandacht te genereren.

Voor offline communicatie hebben we gekozen voor promotie via City Beacons en een persbericht in het Eindhovens Dagblad. We hebben een poster- en flyercampagne gedaan in de regio en we hebben promotie gemaakt bij de partnerorganisaties en workshops van EMOVES in de Buurten.

Workshops tijdens het festival

Een essentieel onderdeel van Urban Culture is onderwijs. Ook tijdens de laatste editie van het festival is cultuurbreed ingezet op gratis workshops. Het 18 Septemberplein, Piazza en Van Pierre waren ingedeeld in verschillende areas waarbij verschillende disciplines de ruimte kregen om, naast hun presentatiemomenten of battles, gratis workshops aan te bieden aan de voorbijgangers. Docenten en beoefenaars van de aanwezige disciplines (Popping, Hiphop, Breaking, House Dance, Spoken Arts, Freestyle Voetbal, Calisthenics, Tricking, Freerunning, BMX en Step) hebben voorbijgangers geworven om mee te doen. Vooral de step en BMX-area waren populair. Spoken Arts-workshops vonden plaats in Van Piere Boekhandel; deze deelnemers werden geworven in de winkel maar ook vanuit de achterban en connecties van de organisatie zelf.

World League Events

World Bboy Classic - 7,8 september

6 organisaties

1.100 bezoekers

150 deelnemers

92.000 live-stream kijkers

10.000.000+ social media-bereik

Wederom was Eindhoven een weekend lang het strijdtoneel van een van de meest prestigieuze en goed bekeken Breakdance-evenementen ter wereld. We waren erg

blij met het aantal deelnemers dit jaar: 112 volwassen duo's, achttien kids-duo's en twaalf bgirl-teams namen deel aan de kwalificaties. Het evenement was een succes en op zaterdag uitverkocht. Helaas zorgde dit er wel voor dat er ondanks regelmatige communicatie over de beperkte capaciteit er toch meer dan 100 mensen, waaronder buitenlandse bezoekers, niet in de Effenaar terecht konden. Hoewel dit natuurlijk niet onze schuld is en onze bezoekers zelf natuurlijk op tijd kaarten hadden moeten kopen, is dat wel iets wat ze als zeer negatief hebben ervaren. We willen volgend jaar naar een venue met groeipotentie, zodat we deze problemen kunnen vermijden in de toekomst.

In de programmering wisten we een festivalervaring te creëren met een educatief en entertainend programma bij *On The One* op zaterdag, met workshops gesponsord door Red Bull. Daarna was er een barbecue die voor iedereen toegankelijk was, zodat deelnemers ook de artiesten konden ontmoeten in een relaxte setting. 's Avonds konden bezoekers op de pre-party in de Hoogste Tijd terecht.

Op het gebied van sponsoring hebben we meer waar weten te maken dan in de voorgaande jaren. We zijn erg blij dat de moeite die we hierin hebben gestoken ook resultaat heeft opgeleverd. We merken dat we voor de volgende editie wederom op tijd moeten beginnen en goed moeten kijken hoe we onze sponsoren kunnen embedden in het DNA van het evenement.

We hebben dit jaar voor het eerst met een groter team gewerkt, wat de nodige uitdagingen met zich meebracht bij de overdracht van kennis en ervaring. Wel hebben we nu een sterk en ingewerkt team en weten we waar de aandachtspunten liggen voor de volgende editie.

Het doel van *World Bboy Classic* is om een rauw Breakdance-event te organiseren, dat tegelijkertijd toegankelijk is voor bezoekers van alle walks of life en een podium te creëren van de grootst mogelijke waarde voor de dansers; een groot bereik, goede beelden en sponsoren om de prijzenpot zo hoog mogelijk te krijgen. We hebben het gevoel dat we ieder jaar een stap in de goede richting zetten en dat we steeds dichterbij een vorm van het evenement komen waarin deze doelen zo goed mogelijk bereikt worden. *World Bboy Classic* is een van de grootste digitale platforms ter wereld op het gebied van breaking. Het is een van de weinige goed bekeken live uitgezonden events in de wereld en dat zie je terug in het digitale bereik van *WBC* (bijlage: *EMOVES* bereik).

Step in the Arena - 8,9 juni

32 organisaties

7.500 bezoekers

130 kunstenaars

12 landen van herkomst
15 publicaties voor jubileumeditie
32.211 social media-bereik

De tiende editie van *Step in the Arena*, het grootste Graffiti-festival ter wereld, vond dit jaar opnieuw plaats in de Berenkuil te Eindhoven. Alle soorten Graffiti en straatkunst zijn hier te zien: letters, cartoon, fotorealistische en postmoderne graffiti. Een culturele betekenis van *Step in the Arena* voor zowel EMOVES als de stad Eindhoven is te lezen in het artikel "Die hele acceptatie is veranderd". Hierin omschrijft Dave van den Berg de waarde van het festival en de ontwikkelingen van de afgelopen jaren: "Op het Stadhuis vond de erkenning plaats voor het vandalisme van vroeger. Ik weet niet of ik het daarvoor gedaan heb, maar het gebeurde wel."

In totaal namen 130 internationale artiesten deel aan het festival. Hiervan is 56% Nederlands, 16% Duits/Belgisch en 28% heeft een andere afkomst: Bulgarije, Engeland, Frankrijk, Griekenland, Hongarije, Italië, Oekraïne, Rusland, Spanje en Zweden.

Het festival trok 7500 bezoekers. De grootste groepen bezoekers zijn gezinnen uit Brainportregio Eindhoven en urban culture-liefhebbers. De gratis toegankelijkheid en bekendheid van het festival maken dat er veel regionale bezoekers zijn (75%). De internationale line-up maakt dat er uit andere delen van het land (20%) en internationaal (5%) graffiti- en street art-liefhebbers naar Eindhoven komen voor *Step in the Arena*.

Tijdens de editie 2019 is geen bezoekersonderzoek uitgevoerd. Tientallen samenwerkingspartners hebben het festival bezocht. Deze zijn allen uitgenodigd door Dave van den Berg. Gezien het online bezoekersaantal is de minimale eis ruimschoots gehaald. Zo hebben alleen al de berichten op Facebook in de week van het festival (van 3 t/m 9 juni) een bereik van 39.734 gehaald.

Step in the Arena kenmerkt zich door het grote aantal vrijwilligers dat zich inzet voor het festival. In de voorbereiding en tijdens het festival hebben 100 jongeren (en een aantal volwassenen) uit Eindhoven en omgeving zich sterk gemaakt om dit jaar het festival weer tot een groot succes te maken. Voor het bewaken van de veiligheid op het terrein gingen we de samenwerking aan met Stichting Halt, Scoutinggroep Philipsgroep uit Strijp en Scoutinggroep Pere Kerstens uit Stratum.

Step in the Arena heeft sponsoring ontvangen van verschillende partijen: Casroc, Verfkampioen, Boels, Power4You, 123 Feestverhuur, Red Bull, Bavaria en Holiday Inn. Deze sponsordeals zijn op factuur en in natura gemaakt. Naast deze sponsors heeft *Step in the Arena* samengewerkt met de volgende leveranciers: Rijdende

Gerechten, Verbakel Party & More, Renewi, Ergon, PPS Security, 3BE Backpackers hostel, Lanthers BV, Adriaanse busverhuur en Ron's Textiel.

Step in the Arena Kids Battle

11 organisaties

8 locaties in Eindhoven

40 workshops

225 deelnemers

2 publicaties in de media

Op 5 juni 2019 vond de negende editie van het Graffiti-evenement *Kids Battle* plaats in de Berenkuil te Eindhoven. De *Kids Battle* is een side-event van het internationale Graffiti-festival *Step in the Arena*. Voorafgaand aan het evenement wordt er een cursus Graffiti gegeven aan de deelnemende scholen. De workshopreeks bestaat uit vier lessen. Deze worden gecoördineerd vanuit Dynamo, dat samenwerkt met de gemeente, Projects040, de scholen en een aantal professionele Graffiti-docenten. Het thema van de *Kids Battle* van 2019 is "Passie!".

Kinderen komen op een positieve manier in aanraking met Graffiti. Kids Battle zet de profs uit de scene samen met stagiairs van Projects040 en Dynamo. De wedstrijd zelf vindt plaats in de Berenkuil, een erkende Graffiti-spot in Eindhoven. De kids battle promoot vooral creativiteit en samenwerken. Kinderen krijgen les in basistechnieken en veilige omgang met spuitbussen. Ze verzinnen eigen ontwerpen binnen het thema. Vervolgens voeren ze de ontwerpen uit in teams van 5 tot 8 mensen. In totaal hebben er zo'n 200 kinderen deelgenomen. Deze kinderen kwamen uit de groepen 6, 7 en 8 van zes basisscholen uit Eindhoven: Kameleon (Gestel), Slingertouw (Strijp), Wethouder van Eupen (Woensel-Zuid), De Boog (Tongelre), Wilakkers en Reis van Brandaan (Stratum).

Ook dit jaar heeft een grote groep stagiairs zich ingezet voor het evenement: zo'n 25 jongeren uit omgeving Eindhoven hebben zich sterk gemaakt om de Kidsbattle weer tot een groot succes te maken. Een deel van deze jongeren hielp mee vanuit hun stage bij Dynamo, een ander deel vanuit hun stage bij Projects040, waarmee we al jaren samenwerken.

Winterclash - 14 februari - inline skating

- Meer dan 1.000 bezoekers uit 50 landen
- 185 amateurdeelnemers
- 32 vrouwelijke deelnemers
- 26 juniors 16- deelnemers
- 50 professionele deelnemers

- zeven wedstrijdvormen
- drie discussiepanels
- twee filmvertoningen
- één workshop camp voor kinderen
- twee feesten

Winterclash is een Inline Skate-evenement in skatepark Area 51. Het doel is om de afnemende interesse in Inline Skate (en Rollerblade) tegen te gaan en als positieve ontwikkelplek te fungeren voor de huidige beoefenaars en potentiële talenten. *Winterclash* heeft als doel om de doe-het-zelf-cultuur van inline skaters met hun kennis te ondersteunen in hun emancipatie en professionalisering.

Naast het main event (de Rollerblade-wedstrijd met gasten uit 50 landen) is er een reeks side-events georganiseerd met de focus op talentontwikkeling en professionalisering. De thema's waren lesgeven aan kinderen, omgaan met sociale media en gezond leven en bewegen.

Winterclash is naast een evenement ook een organisatie die zich sinds 2005 inzet voor de Inline Skate-community. Het is de organisatorische partner van Area 51. Het evenement *Winterclash* vindt jaarlijks plaats in Eindhoven en wordt wereldwijd gezien als een van de meest toonaangevende festivals op het gebied van competitieve inline skating.

NATIONAL LEAGUE EVENTS

Perfect Beat Challenge - 12 mei en 15 december - beat producing

300 bezoekers

6 workshop programma's

50 deelnemers

6 landen van deelnemers

Voor beatmakers binnen verschillende disciplines van de Urban muziekgenres is het platform *Perfect Beat Challenge* in het leven geroepen. Beatmakers vormen een aparte doelgroep binnen het urban genre: kenmerkend aan deze makers is dat het "loners" zijn en dat ze zich niet echt laten vormen tot een gemeenschap. Op zondag 12 mei organiseerde EMOVES de tweede editie van *Perfect Beat Challenge*, voor het eerst in Dynamo Eindhoven, in samenwerking met Urban Lab 040 en Ableton.

De *Beginners Workshop Beat Making* van D-Felic kon met vijftien deelnemers rekenen op een goede opkomst. De *Masterclass Mix & Mastering* door Neenah kende 21 deelnemers. Ook de opkomst van de *Perfect Beat Challenge* was goed: producers vanuit heel de regio en ver daarbuiten waren gekomen om mee te doen. Productioneel had Dynamo alles goed georganiseerd en het geluid was optimaal. Tijdens het luisterproces kwam er nieuw publiek binnen dat speciaal voor deze sessie kwam. Gedurende de dag hadden we rond de 200 bezoekers, inclusief alle deelnemers. Het tweede deel van PBD vond plaats op 15 december tijdens de *Urban Dans Dagen* en had een andere opzet. De workshops waren gericht op het hele gezin. Zo was er beat producing voor ouders en voor kinderen was er de mogelijkheid om met fruit en groente geluiden op te nemen en via speciaal gemaakte machines beats te maken.

NBL Kick-Off - 28 april - breakdance

3 activiteiten en workshops

331 bezoekers

160 18- deelnemers

Op zondag 28 april kwamen jongeren uit Eindhoven maar ook uit de rest van het land om mee te doen aan de landelijke breakdance-competitie *Nederlandse Breaking League (NBL)*. De competitie vond plaats in Dynamo Eindhoven. De dansers lieten hun kunsten, dans en moves zien voor de jury die uiteindelijk besliste wie naar de volgende ronde mocht. De Eindhovense groep *Coincidental Chemistry* en de Eindhovense BBoy Maik (allen actief bij *On the One*) namen de prijzen mee naar huis.

Vanaf 2024 zal breakdance op het programma staan van de Olympische Spelen in Parijs en daar werd naast de battles aandacht aan besteed. Paul van Dal, Tyrone van der Meer en BBoy Mounir (FR) kwamen langs en gaven een toespraak hoe alles vorm krijgt en hoe dit georganiseerd wordt, zowel in Nederland als wereldwijd. De Algemene Nederlandse Dansbond (NADB) was hier ook bij aanwezig. De *Kick Off* van 2019 was een succes met een hoge opkomst. De ruimtes in Dynamo waren gevuld met gemiddeld 400 bezoekers. *NBL* in Eindhoven werd mede mogelijk gemaakt door EMOVES in samenwerking met Dynamo.

DBC NK Breakdance - 7 december - breakdance

453 bezoekers

14e editie in Eindhoven

200 deelnemers

4 categorieën

DBC is een van de langst lopende Breakdance-battles van Nederland. Traditioneel wordt *DBC* gezien als het NK van Nederland. Voor het derde jaar op rij vindt het plaats tijdens *Urban Dans Dagen* en voor het eerst werd het NK een partner-evenement van EMOVES. maar liefst 200 b-boys en b-girls namen het tegen elkaar op in vier categorieën: crew battles, solo kinderen, solo heren en solo dames. In het kader van de Olympische toekomst wordt het NK gezien als het portaal evenement voor Nederlandse breakers.

Planet Popping - 15 december - popping dance

4 organisaties

240 deelnemers

48 deelnemende landen

180.000 wedstrijdviews

Planet Popping is een Eindhovens platform, toegewijd aan de Popping-dans. De twee Eindhovense kartrekkers Jing Wang en Delphine Nguyen zijn twee wereldgrootheden op het gebied van Popping en zetten zich als dansers, docenten en organisatoren in voor het behoud en ontwikkeling van de Popping-dans. Daarvoor hebben ze een uniek programma ontwikkeld, deels online en deels in het fysieke domein. De *Dance like a robot* online challenge is een wedstrijd waarbij dansers uit de hele wereld zich via Instagram-filmpjes van een minuut kwalificeren voor de voorrondes. Een jury kiest een top zestien uit deze inzendingen en de online community kiest vervolgens de top acht en de top vier. Begin 2020 wordt een winnaar gekozen. Hij of zij vliegt in 2020 naar het fysieke *Planet Popping*-event in Eindhoven. 240 deelnemers uit 48 landen werden toegelaten op het *Planet*

Popping-kanaal met hun beste robotfilmpje wat resulteerde in een bereik van ongeveer een kwart miljoen kijkers wereldwijd.

NK Freestyle Voetbal - 21 september - freestyle voetbal

5 categorieën

250 bezoekers

30 deelnemers

148.540 social media-bereik

Op zaterdag 21 september 2019 vertoonden de beste freestyle voetballers uit Nederland hun kunsten tijdens het *NK Freestyle Voetbal* in Eindhoven. Voor zo'n 30 mannelijke en vrouwelijke freestylers was dit hét moment om de vele trainingsuren te laten gelden en zichzelf te belonen met een goede performance. In de middag vonden de kwalificaties plaats en in de avond de finales. De organiserende partij Stichting Freestyle Voetbal Nederland heeft samen met Dynamo Jeugdwerk en Urban lab 040 vijf categorieën opgezet: Rookie, Intermediate, Challenger, Male en Female. De evenement kreeg steun (geen sponsoring) vanuit RedBull, PSV en meerdere prominente freestyle voetballers, zoals de bekende freestyle YouTuber Touzani en het *I am Freestyler*-kanaal dat resulteerde in een bereik rondom 150000 kijkers. Live keken er ongeveer 5000 mensen mee via Facebook. Freestyle voetbal is een nieuwe en dynamische Urban subcultuur met hoge potentie en brede online vertegenwoordiging.

NK Dutch Open Bowl Series - 23 november - skateboarding

4 activiteiten

350 bezoekers en deelnemers

12.000 social media-bereik

1 NK-winnaar uit Eindhoven

Een samenwerking tussen MU en de Technische Universiteit van Eindhoven zorgde voor de totstandkoming van de bowl en opening van Area51, medio 2002. De bowl is sindsdien al meerdere malen het strijdtoneel geweest van nationale en internationale kampioenschappen op het gebied van skateboarden en inline skaten. Bowl is de park-discipline van skateboarden die volgend jaar ook bij de Olympische Spelen te zien is en de houten bowl van Area51 is de enige van deze omvang op een indoor locatie in de Benelux. De Bowl Battle werd georganiseerd in samenwerking met de Skateboard Federatie Nederland en was onderdeel van de Dutch Open Park Series waarbij de beste Nederlander met de titel Nederlands Kampioen Bowl naar huis ging.

Tijdens de wedstrijd werd er door de vakjury onder andere gelet op flow, creativiteit, stijl, originaliteit en tricks. De wedstrijdonderdelen waren Masters, voor de veteranen, en pro/am voor de skaters van alle niveaus. Uiteindelijk was het Deen Jonas Bünger die de wedstrijd won en skate docent van Area51 Nick Bax die zich na deze thuiswedstrijd Nederlands Kampioen Bowl mag noemen.

Vanuit Brabant Sport en Univé werd een scholentour georganiseerd met Area51 als laatste halte. Daar kregen 30 basisschoolleerlingen uit Eindhoven en Den Bosch een workshop skateboard en BMX en daarnaast woonden ze de wedstrijd bij.

Emoves in de buurten

6 partnerorganisaties

5 buurten van Eindhoven

8 verschillende soorten activiteiten

15 workshops

1.445 bezoekers

Jaarlijks vindt het *EMOVES in de buurten*-programma plaats in verschillende wijken in Eindhoven. Mede door de ondersteuning van Woonbedrijf, CKE en een partnerschap met Dynamo Jeugdwerk brengen we de Urban Culture en Sports vanuit de grote evenementen naar de buurten en de buurthuizen. Ons buurtenprogramma heeft twee verschillende routes: de verdiepingstrajecten *Eindhoven Dance Battle* en *Step in the Arena Kids Battle* en anderzijds de buurtprojecten in verschillende wijken. De verdiepingstrajecten richten zich op één discipline. Voor *EDB* is dat Hip Hop Dans en voor de *SITA Kidsbattle* is dat Graffiti. De buurtprojecten zijn gericht op een kennismaking met het volledige palet aan Urban Arts en Sports, van Freerunning tot BMX en alles daartussen. In totaal gaven we 102 workshops op 31 verschillende locaties. 445 kinderen, docenten en begeleiders deden mee, allemaal gekoppeld aan tien verschillende activiteiten. *EDB* en *SITA Kidsbattle* hebben plaatsgevonden binnen kaders van een ander festival (zie *EMOVES Urban Culture Weekend* en *Step in The Arena*). De overige activiteiten waren gericht op de buurten. Een team gedreven docenten en performers ging de wijken in om demonstraties en workshops te geven. Dit gebeurde onder andere in Strijp, Woensel Noord, Woensel Zuid en Jagershoef.

Urban en technology

In het kort:

14 project pitchers

1 custom project

20.000 bezoekers tijdens Dutch Design Week

EMOVES heeft zich sinds haar oprichting geprofileerd als expert binnen de Urban Culture en Sports. Ons doel is om te voorzien in de behoeftes van onze leden en partners en naast professionalisering en financiering is innovatie een van de grootste. In elk aspect van de cultuur liggen mogelijkheden tot technologische en conceptuele innovatie. De inhoudelijke innovatie vertrouwen we toe aan de cultuur zelf, in de behoefte aan technologische innovatie voorzien we door middel van pitches en uitgezette opdrachten. Zo vond ontwerpster [Ulrike Jurklies](#) met haar designstudio een vernieuwende manier om 3D-geprinte “waves” te ontwikkelen als obstakels voor de skaters. Deze nieuwe obstakels werden tijdens de *Dutch Design Week* gepresenteerd en ze hebben nu een permanente plek in het Area51 Skatepark. Ook werd er tijdens de *DDW* een pitchmiddag georganiseerd waarbij de creatieve sector van Eindhoven hun innoverende ideeën kon presenteren aan de jury. Veertien veelal jonge organisaties presenteerden hun ideeën, variërend van een programma dat dans omzet in algoritmes, een nieuw jureringssysteem voor Breakdance, augmented reality of led-lampen als gereedschappen voor de Graffiti-artiesten.

Voor de volgende ronde hebben we een vijftal pitches gekozen en hebben we elke organisatie gekoppeld aan een expert die het idee kon voorzien van inhoudelijke feedback. Samen met deze expert hebben we uiteindelijk gekozen om het project van Selim Haase in 2020 te gaan ondersteunen. Selim Haase, student industrial design aan de TU/e en hiphop producer, heeft een tool ontwikkeld waarmee rappers zelf op hun microfoon hun stem kunnen vervormen. Deze ‘[auto-tune](#)’ effecten zijn hét kenmerkende geluid van de hedendaagse hiphop alleen heeft de rapper normaal gesproken zelf geen controle over dit ‘instrument’. De tool van Selim zal veel positieve invloed hebben op de live-performance van zowel beginnende als gevorderde artiesten.

Dankwoord

Onze dank gaat naar alle organisaties en deelnemers die ons programma mogelijk maken: Andrey Grekhov, Jasper van Es, Klim van de Laarschot, Niels Bakkerus, Marco Martens, Pim van den Bos, Carmen Verduyn, Kareem Gazuani, Niek Traa, Jing Wang, Delphine Nguyen, Jair Franken, Dewi van Maaren, Paul van Dal, Leanne Carlisle, Rahiel Parauti, Mario Walden, Tyrone van der Meer. Dynamo Eindhoven, Parktheater, Triple Double, Paperjam, Derde Divise, Suna Producties, Collabros, Pro Dance Channel, PopEye, De Collabro’s, Stichting Cultuur Eindhoven, Kunstloc, Prins Bernard Cultuur Fonds, Jeugdfonds sport en cultuur, stichting NBL, Downtown Promotions, Samplism, Muziek Gebouw Eindhoven, Gemeente Eindhoven, Eindhoven 365, Eindhoven 247, Eindhoven BIZ.