

PROJECTPLAN MUTESOUNDS

3 DAAGS INTERNATIONAAL FESTIVAL:
MUZIEK, FILM, THEATER, KUNST EN INFORMATIE & EDUCATIE



STICHTING MUTESOUNDS
Den Haag
november 2012



Stichting MuteSounds

Postadres

Adres: Postbus: 10784

Postcode: 2501 HT

Plaats: Den Haag

E-mail: info@matesounds.nl

Website: www.matesounds.nl

KvK: 27338417

BTW NL: 8205.05.031

ABN AMRO: 59.94.83.229

Contactpersoon

Naam: Maks Oosterbaan

Tel: 06 16 94 84 01

E-mail: maks@matesounds.nl

Inhoud

Inleiding.....	4
1 Algemeen.....	5
1.1 Situatieschets.....	5
1.2 Missie	5
1.3 Visie	5
1.4 Imago.....	5
1.5 Organisatie.....	5
2 Doelgroep.....	9
3 Wat wil MuteSounds bereiken?.....	10
3.1 Hoofddoelstelling.....	10
3.2 Subdoelstellingen	10
4 Projectomschrijving.....	12
4.1 Talentontwikkeling	12
4.2 Randvoorwaarden.....	12
4.3 Programma.....	13
5 Publiciteit.....	17
6 Evaluatie.....	18
7 Begroting.....	19

Inleiding

Voor u ligt het projectplan van stichting MuteSounds. Een stichting die in 2009 is opgericht en komend jaar haar vijfjarig bestaan viert. Een jonge stichting met veel ervaring, kennis en vooral gedrevenheid en een passie voor MuteSounds!

Inmiddels hebben er in Den Haag en Scheveningen meerdere succesvolle edities van MuteSounds plaatsgevonden; Paard van Troje, Filmhuis Den Haag, BINK VIJF HOOE, Strandpaviljoen Whoosah en Buiten, en onlangs in Surfdorp F.A.S.T.

Uiteenlopende mensen, doof, slechthorend en horend hebben kennis gemaakt met een uniek festival in Den Haag. Enthousiaste bezoekers, nominaties, prijzen en prachtige woorden van burgemeester en wethouders heeft ertoe geleid dat MuteSounds in haar korte bestaan draagvlak heeft gecreëerd en een betrouwbare reputatie opgebouwd. Er is vraag en behoefte naar MuteSounds.

Tijd om terug te kijken, maar vooral om verder te kijken en natuurlijk om te vieren dat MuteSounds vijf jaar bestaat, vindt in augustus 2013 een driedaags internationaal festival met muziek, film, theater, kunst en informatie en educatie plaats in Surfdorp F.A.S.T. op het strand van Scheveningen.

Dit doet MuteSounds niet alleen. Naast de bestaande samenwerkingen met onderwijs, belangenorganisaties, professionals en vrijwilligers worden internationale organisaties uit de dovenwereld betrokken bij de tot stand koming van dit driedaagse festival.

De reputatie van MuteSounds heeft een positieve invloed op het sponsorbeleid. In 2012 is Unitron, wereldwijd bedrijf op het ontwikkelen van technologisch geavanceerde hoortoestellen, een duurzame samenwerking aangegaan met MuteSounds. Naast de traditionele fondsenwerving zetten wij in op Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen bij bedrijven en organisaties.

Kortom, in 2013 staat MuteSounds voor een nieuwe uitdaging!

Voor een impressie van MuteSounds met foto's en filmpjes verwijs ik u naar www.mutesounds.nl/8/. Voor artikelen over MuteSounds in de media, kunt u kijken op het pinterest profiel van MuteSounds www.pinterest.com/mutesoundsdh.

1 Algemeen

1.1 Situatieschets

In het dagelijks leven wordt niet vanzelfsprekend rekening gehouden met de beperking van doven en slechthorenden. Het uitgaansleven is één van de plekken waar te weinig rekening wordt gehouden met deze groep. De drempel is te hoog voor doven en slechthorenden om zich in het reguliere uitgaansleven te begeven. Een grote groep is daarom erg geïsoleerd en begeeft zich uitsluitend in de dovenwereld.

MuteSounds doorbreekt deze isolatie door zich in te zetten voor dove en slechthorende jongeren, waarbij ze in contact komen en zich begeven tussen horende jongeren. Dit biedt de horende jongeren de mogelijkheid zich tussen dove en slechthorende jongeren te begeven en kennis te maken met de dovencultuur. Dit draagt bij aan de participatie en integratie van dove en slechthorende jongeren in de horende samenleving.

MuteSounds organiseert festivals, dat toegankelijk is gemaakt voor dove, slechthorende en horende jongeren. Een festival waarbij de zintuigen op unieke wijze worden geprikkeld. MuteSounds bestaat uit een gevarieerd programma met muziek, film, theater, kunst en informatie en educatie.

De exacte invulling van MuteSounds wordt ontwikkeld in samenspraak met een denktank, bestaande dove en slechthorende jongeren. Het gehele organisatieproces, van begin tot het eind, voert MuteSounds met hen uit om zo dicht mogelijk aan te sluiten bij de wensen en behoeften van de doelgroep. Deze editie werkt de denktank ook samen met internationale pioniers uit de dovenwereld.

1.2 Missie

"MuteSounds doorbreekt muren en bouwt bruggen"

De muur die er bestaat tussen dove, slechthorende en horende jongeren doorbreken, een brug bouwen tussen deze doelgroep, de interactie op gang brengen, leren van elkaar door gebruik te maken van elkaars kwaliteiten in het samen organiseren van uiteenlopende projecten en activiteiten.

1.3 Visie

"MuteSounds maakt het verschil zo klein mogelijk"

Dove, slechthorende en horende jongeren zijn gelijk, er is praktisch geen verschil. Dove en slechthorende jongeren hebben een auditieve beperking en dat verschil maakt MuteSounds zo klein mogelijk en ziet dit niet als een beperking, maar als een mogelijkheid.

1.4 Imago

"Be free, be open and have fun!"

1.5 Organisatie

Stichting MuteSounds heeft zich in korte tijd geprofessionaliseerd naar een jong compact organisatieteam met een zakelijk- en programma leider, dat de basis vormen van MuteSounds. Samen met de Raad van Advies & Beleid, het bestuur en de denktank bepalen zij de koers van de stichting.

Bestuur

Jeroen Wielaard (33 jaar) is voorzitter van MuteSounds. Hij is in het bedrijfsleven partner en artdirector van het online communicatie bureau Just. Daarnaast is hij verantwoordelijk voor de communicatie rondom het Shoot Me Film Festival.

Valentijn Schulz (40 jaar) is secretaris van MuteSounds. Hij is coördinator van ACKU cultuurburo voor HBO studenten sinds 2002. ACKU wil studenten aan Den Haag binden door het aanbieden van activiteiten op gebied van cultuur, kunst en uitgaan.

Bert Taal (31 jaar) is penningmeester van MuteSounds. Hij is senior accountant bij een gerenommeerd internationaal accountancy- en adviesorganisatie, BDO Nederland.

Anja Hiddinga (59 jaar) is algemeen bestuurslid van MuteSounds. Zij is ervaringsdeskundige en specialist binnen de dovenwereld vanwege haar twee dove zoons en werkzaamheden. Anja is zelfstandig filmmaker met thema's over de dovencultuur, ze is hoofdredacteur van onafhankelijk dovenblad Woord en Gebaar en ze is professor aan de universiteit van Amsterdam waar ze onderzoek doet naar onder meer de dovencultuur en gebarentaal.

Annemarie Jeulink (29 jaar) is algemeen bestuurslid van MuteSounds. Zij studeert eventmanagement aan de Hogeschool Rotterdam.

Raad van Advies & Beleid

De Raad van Advies & Beleid biedt ondersteuning en advies bij het formuleren van het beleid van Stichting MuteSounds. Momenteel telt de raad twee leden; Amer Mohabir en Marcel de Wekker. Zij zijn mede- bedenker en oprichter van MuteSounds.

Zakelijk Leider

Maks Oosterbaan (33 jaar) is mede- bedenker, oprichter en zakelijk leider van MuteSounds. Hij is parttime werkzaam als marketing- en communicatiemedewerker bij PEP (Participatie Emancipatie Professionals) in Den Haag. Onder de naam MAKES Event Management voert hij uiteenlopende projecten uit voor festivals en evenementen binnen de muziek-, theater- en communicatiebranche.

Programma Leider

Meike Asselbergs (29 jaar) is mede- bedenker, oprichter en programma leider van MuteSounds. Onder de naam MEIK Productions doet zij de productie, organisatie en inhoudelijke programmering van festivals en evenementen. Zij werkt o.a. bij het Internationaal Film Festival Rotterdam, Cowork Company in Leiden en het Shoot Me Film Festival in Den Haag.

Denktank

Een essentieel onderdeel binnen de organisatie van MuteSounds is de denktank, bestaande uit dove en slechthorende jongeren.

De deelnemers hebben verschillende achtergronden en beschikken over allerlei talanten. MuteSounds biedt hen de mogelijkheid hun eigen talenten te ontwikkelen en ontplooien. Het blijkt dat diverse getalenteerde dove en slechthorende jongeren gefrustreerd zijn in pogingen tot zelfontplooiing door mensen die overtuigd zijn van hun onmogelijkheid hiervan. MuteSounds bewijst het tegendeel.

Uit eerdere projecten is gebleken dat de deelnemers op verschillende onderdelen voor een bijzonder resultaat hebben gezorgd. Zowel persoonlijk als voor de organisatie. Momenteel bestaat de denktank uit vijf enthousiaste deelnemers.

Deze editie gaat de denktank ook samenwerken met internationale pioniers uit de dovenwereld om kennis met elkaar te delen, van elkaar te leren en vooral om elkaar te inspireren.

Samenwerkingspartners

MuteSounds gaat samenwerkingen aan op nationaal en internationaal vlak om het festival Europees op de kaart te zetten. Er wordt o.a. samengewerkt met pioniers uit de dovenwereld, zowel nationaal

als internationaal. Onderwijs, belangenorganisaties, professionals en vrijwilligers leveren een belangrijke bijdrage aan de tot stand koming van dit driedaagse internationale festival.

Lokaal (Den Haag en Scheveningen)

- Hogeschool Inholland (NEWb, stage opdrachten studenten)
- F.A.S.T. Surfdorp (coproductie festivallocatie)
- Huls Kamp audiovisueel (techniek licht, geluid en video)

Nationaal

- Jongerencommissie (landelijke belangenorganisatie dove jongeren)
- Koninklijke Nederlandse Doven Sport Bond afdeling Volleybal (KNDSB)
- Stichting DoofBlinden Netwerk (DBN)
- Nederlandse Vereniging Voor Slechthorenden (NVVS)
- Unitron
- Overige: alle opdrachtgevers worden geacht samen te werken met dove en slechthorende jongeren ten behoeve van de volledige integratie van dove en slechthorende jongeren in de maatschappij

Internationaal

Samenwerking met twee pioniers uit de dovenwereld draagt bij aan het neerzetten van een internationaal onderdeel bestaande uit dove artiesten.

Hokin Zerga (Toulouse, Frankrijk)

Hokin is een dove man uit Frankrijk en erkend lid van een internationaal doof netwerk voor kunst en cultuur. Hij werkt samen met verschillende collectieven uit Frankrijk, Engeland, Noorwegen en treedt zelf op als dove artiest op verschillende Europese evenementen.

Hokin richt zich op de verzoening tussen dove en horende mensen. Dit doet hij via visuele artistieke concepten waarin hij de identiteit van taal, muziek, dans en ontmoeting als uitgangspunt gebruikt. In een multidisciplinair netwerk ontwikkelt Hokin innovatieve concepten voor dove en horende mensen.

Troi Lee (Londen, Engeland)

Troi is een dove DJ uit Engeland en is de oprichter van Deaf Rave, die dove mensen kansen biedt, aanmoedigt en inspireert tot het uitoefenen van hun passie en ontwikkelen van vaardigheden via de evenementen van Deaf Rave.

Deaf Rave bestaat uit een uiteenlopende groep van dove artiesten die komen en gaan. Deze groep bestaat uit verschillende disciplines: kunstenaars, DJ's, performers, dansers, dichters, musici, enzovoort. Zo krijgen dove artiesten de kans hun talent te tonen aan het publiek. Dove mensen benaderen Deaf Rave, maar Troi scout ook dove mensen, niet alleen in Engeland, maar ook ver daarbuiten. Troi staat voor Deaf Power, en zet met Deaf Rave deze cultuurtrend wereldwijd op de kaart.

Beide zijn pioniers binnen de dovenwereld en vertegenwoordigen een uitgebreid netwerk binnen de dovenwereld op nationaal en internationaal niveau.

Erkenning

Tweede plek "Burgerschapsprijs" 2008 (september '08)

Jaarlijkse prijs van € 25.000, - die Fonds Burgerschap van de gemeente Den Haag verstrekt aan het project wat de meeste stemmen van alle Hagenaars krijgt. Met 19 stemmen verschil heeft MuteSounds de tweede plek behaald en € 2500,- binnengehaald.

Winnaar "Lenteprijs" 2007 (Juni '07)

Initiatief van Fonds1818 en het Algemeen Dagblad Haagsche Courant om jongeren te stimuleren door zich in te zetten voor de samenleving. MuteSounds heeft de eerste plek behaald en een geldprijs van € 10.000,- gewonnen.

2 Doelgroep

Horend

Afkomstig uit regio Den Haag en de Randstad.

Focus: toename bezoekers uit randstad.

Doof & Slechthorend

Afkomstig uit Nederland, België, Duistland, Frankrijk en Engeland.

Focus: toename bezoekers uit omliggende Europese landen.

Doofblind

Afkomstig uit Nederland.

Leeftijd

Kinderen van 8 t/m 15 jaar

Jongeren van 16 tot 25 jaar

Jong volwassenen van 26 tot 35 jaar

Totaal bereik doelgroep tijdens voorgaande edities van MuteSounds

2008: 1058 (1 editie)

2009: 1700 (1 editie van 4 dagen)

2010: 1370 (2 edities)

2011: 1350 (2 edities)

2012: 1000 (1 editie)

3 Wat wil MuteSounds bereiken?

MuteSounds hanteert een hoofddoelstelling waaruit vier subdoelstellingen voortvloeien om de vier pijlers *Cultuur, Talentontwikkeling, Integratie en Educatie*  *Preventie* te realiseren.

3.1 Hoofddoelstelling

Projecten en activiteiten ontwikkelen die laagdrempelig zijn voor dove, slechthorende en horende jongeren om hen dichterbij elkaar te brengen en kansen te bieden. MuteSounds laat zien aan horenden wat de toegevoegde waarde van een project is wanneer het toegankelijk is voor doven en slechthorenden. Tijdens deze projecten bevordert MuteSounds de dialoog tussen de horenden en dove- en slechthorenden. Hiermee bouwt MuteSounds aan een duurzame relatie tussen dove, slechthorende en horende jongeren in de maatschappij op nationaal en internationaal niveau.

3.2 Subdoelstellingen

Cultuur

MuteSounds is constant op zoek naar de uitdaging om op een innovatieve wijze een totale beleving te creëren om de emotie van muziek via de zintuigen op uiteenlopende wijze over te brengen. Daarbij is in elk project het overbrengen van de dovencultuur een belangrijk aspect. Op deze manier kan iedereen kennismaken met cultuur in de breedste zin van het woord.

Talentontwikkeling

Stimuleren, motiveren en ondersteunen van dove- en slechthorende jongeren om op basis van eigen kracht actief deel te nemen aan activiteiten die voor hen in eerste instantie niet toegankelijk zijn. Benutten van eigen kwaliteiten en aanzetten tot talentontwikkeling bij dove- en slechthorende jongeren op nationaal en internationaal niveau.

MuteSounds biedt hen de mogelijkheid werkervaring op te doen bij professionals zodat zij zich kunnen ontwikkelen en met zelfvertrouwen hun toekomst tegemoet kunnen zien. In eventueel de baan van hun dromen. Van alle samenwerkingspartners en opdrachtnemers verwacht MuteSounds optimale inspanning om dit te realiseren.

Integratie

MuteSounds streeft naar zoveel mogelijk participatie en integratie van dove en slechthorende jongeren in de horende samenleving. MuteSounds maakt het verschil zo klein mogelijk, doorbreekt muren, bouwt bruggen en zet aan tot interactie.

Inmiddels is de brug gebouwd en die gaat MuteSounds verder uitbreiden. Er is meer aandacht voor dove- en slechthorende jongeren en respect van horende jongeren, die begrijpen dat deze doelgroep veel meer mogelijkheden en kansen hebben, dan zij van tevoren gedacht hadden.

Educatie, preventie en voorlichting

MuteSounds maakt via voorlichting horende jongeren attent op het gebruik van gehoorbescherming ter voorkoming van gehoorbeschadiging, zodat zij zich bewust worden van het grote belang van auditieve communicatie.

MuteSounds biedt workshops aan waarbij de doelgroep kennismaakt met de dovencultuur, gebarentaal, muziek beleven en andere interessante maatschappelijke onderwerpen om het referentiekader te vergroten en van elkaar te leren.

Waardering

Burgemeester Jozias van Aartsen van de gemeente Den Haag

"Voor doven en slechthorenden is het geweldig om hier in het Paard van Troje zo'n feest te hebben. MuteSounds in Den Haag moeten we volgend jaar weer doen. Dit is echt fantastisch!" (26 juni 2009)

Wethouder Bert van Alphen sector Welzijn, Volksgezondheid en Emancipatie van de gemeente Den Haag:

"Vanwege het succes en de integratie van doven en slechthorenden, heeft wethouder Bert van Alphen het festival voor de komende jaren alvast gegarandeerd." (24 juni 2009)

4 Projectomschrijving

Een driedaags internationaal festival met muziek, film, theater, kunst en informatie en educatie in augustus 2013 in Surfdorp F.A.S.T. (Free Architecture Surf Terrain) op het strand van Scheveningen.

Dit unieke surfdorp beschikt over een beach-hostel, kampeer- en camperplaatsen, een bar, een restaurant, diverse kunstprojecten, een surfwinkel, surflessen etc. Kortom de ideale locatie om het ultieme festivalgevoel te creëren.

De locatie biedt de mogelijkheid voor verschillende podia, ruimtes en plekken om het programma creatief in te vullen.

4.1 Talentontwikkeling

Binnen alle projecten die MuteSounds organiseert, richt de organisatie zich op het benutten van eigen kwaliteiten en zet aan tot talentontwikkeling bij dove en slechthorende jongeren. MuteSounds biedt hen hiermee de mogelijkheid werkervaring op te doen zodat zij zich persoonlijk kunnen ontwikkelen en met zelfvertrouwen hun toekomst tegemoet kunnen zien.

Dove en slechthorende jongeren leren zelfstandig te handelen door ervaring en acceptatie waardoor zij groeien tot mensen die volwaardig participeren in een maatschappij die is gericht op horenden. MuteSounds zoekt naar organisaties voor samenwerking op het gebied van talentontwikkeling en bouwt hierin een volwaardig netwerk om te bouwen aan een duurzame integrale samenwerking tussen organisaties, dove en slechthorende jongeren en MuteSounds.

Talentontwikkeling draagt bij aan de versterking van bindingen in de samenleving. Creativiteit stimuleert ontmoeting en overstijgt culturele achtergronden. Maar misschien wel de belangrijkste drijfveer achter de ontwikkeling van het creatieve vermogen (talent) is die op persoonlijk niveau. Het ontwikkelen van creatieve vaardigheden werkt versterkend voor het welzijn van het individu en daarmee kansen op de toekomst binnen de arbeidsmarkt.

De deelnemers krijgen de mogelijkheid hun talenten in te zetten binnen de verschillende facetten die komen kijken bij de organisatie van een festival als MuteSounds. Meedraaien in de organisatie, de communicatie rond een festival, meedoen in het eigen programma, festivalvoorzieningen bouwen en de styling van de locatie. De deelnemers draaien volledig mee binnen de organisatie, krijgen verantwoordelijkheid en worden waar mogelijk aangesteld als projectleider.

Voor de komende editie worden Internationale dovenorganisaties betrokken bij talentontwikkeling. Een integrale samenwerking tussen nationale en internationale dove en slechthorende jongeren om hun talenten te ontwikkelen en om van elkaar te leren.

4.2 Randvoorwaarden

Om het festival toegankelijk te maken voor dove, slechthorende en doofblinde bezoekers moet MuteSounds rekening houden met enkele belangrijke randvoorwaarden.

Gebarentolken

Er wordt gebruik gemaakt van erkende gebarentolken. Zij zijn van essentieel belang als tolk voor de communicatie tussen de bezoekers en het personeel. Op strategische plekken worden gebarentolken ingezet: ingang, garderobe, bar, nooduitgang en bij de portiers.

Daarnaast worden gebarentolken ingezet om het dove, slechthorende, doofblinde en horende publiek dichter bij elkaar te brengen. Zij zorgen ervoor dat de anders 'hoge' drempel om te communiceren tussen de verschillende doelgroepen aanzienlijk lager is.

Licht

Licht heeft twee functies binnen MuteSounds. Enerzijds de muziek visueel te vertalen en anderzijds praktisch bij het communiceren. Het gehele terrein moet goed verlicht zijn zodat dove en doofblinde bezoekers kunnen communiceren. Zij doen dit via de handen en deze moeten dus goed zichtbaar zijn. Daarnaast is het voor doofblinden belangrijk dat er geen obstakels zijn en de looproutes goed verlicht zijn.

Geluid

Voor dove, slechthorende en doofblinde bezoekers moet de geluidsinstallatie voldoen aan hoge eisen. De opstelling van het geluid, de kwaliteit en het vermogen zijn belangrijk om de beleving van muziek goed over te brengen. Doven voelen de muziek door middel van trillingen in het lichaam, slechthorende mensen horen de muziek minder dan horende mensen en bij hen moet er rekening worden gehouden met hun gehoorapparaat. De muziek voor slechthorenden moet juist niet te hard staan want anders ontstaat er storing in het gehoorapparaat. Uiteraard houdt MuteSounds zich aan de wettelijke geluidseisen om gehoorbeschadiging onder horenden te voorkomen.

Trilvloer

De trilvloer is een belangrijk hulpmiddel voor dove, slechthorende en doofblinde bezoekers om de muziek mee te maken. Maar ook iets extra's voor het horende publiek. Het ritme van de muziek wordt voelbaar door de trillingen van de trilvloer. De trilvloer zorgt ervoor dat de maat van de muziek is te voelen onder de voeten.

Rolstoeltoegankelijk

Onder de doelgroep zijn er ook bezoekers die in een rolstoel zitten of moeilijk te been zijn. Het terrein moet rolstoeltoegankelijk zijn met gelijkvloerse voorzieningen en voldoende licht.

4.3 Programma

Het programma is divers, gevarieerd en uitdagend met verschillende facetten: muziek, film, theater, kunst en informatie en educatie via workshops en een informatiemarkt. Deze editie introduceert MuteSounds een muziekprogramma voor kinderen van 8 t/m 15 jaar. Drie dagen lang een gevuld programma: ochtend, middag, avond en nacht.

Film

Het filmprogramma richt zich op de filmbeleving met films die gerelateerd zijn aan voor de doelgroep actuele thema's. Aan de hand van de vertoonde films worden Q&A's, lezingen en/of discussies georganiseerd. Op die manier biedt MuteSounds meer verdieping aan het publiek rond de thema's en creëren we een beeld van de dove, slechthorende en doofblinde gemeenschap. Juist deze onderdelen dragen bij aan een positieve beeldvorming. Daarnaast wordt het publiek uitgedaagd om te participeren binnen discussies. Dit zorgt ervoor dat het horende publiek actief bezig is met dove, slechthorende en doofblinden en hun positie in de samenleving.

Muziek

Tijdens het muziekprogramma wordt de muziek niet alleen bereikt via het zintuig gehoor, maar wordt er juist nadruk gelegd op de andere zintuigen. De kracht is om de emotie van muziek te vertalen via de overige zintuigen.

Het dove, slechthorende en doofblinde publiek beleeft de muziek vooral via de overige zintuigen zien, voelen, ruiken en proeven, die worden gestimuleerd via verschillende middelen en materialen. Om de zintuigen te bereiken en te prikkelen wordt er gebruik gemaakt van DJ's, live artiesten, VJ's, een trilvloer, muziekgebarentolken, theateracts, expressieve dansers, interactieve installaties, lichtshows, videoprojecties en geur- en smaaksensaties.

Een unieke ervaring voor het dove, slechthorende, doofblinde en horende publiek. Daarnaast beleeft het horende publiek de muziek op een totaal nieuwe manier en komen ze in contact met een groep mensen, die ze normaal gesproken voorbij lopen.

MuteSounds programmeert een gevarieerde line-up, die visueel aantrekkelijk is om zo goed mogelijk aan te sluiten bij de behoefte van de doelgroep van het festival. Samen met de denktank wordt de line-up geprogrammeerd. Doof, slechthorend, doofblind en horend bundelen hun expertise om tot een goed uitdagende line-up te komen.

In samenwerking met internationale dove organisaties worden internationale dove artiesten ingezet om onder andere de dovencultuur uit te dragen. Denk aan DJ's, VJ's, dansers en theaterperformances. Zij beschikken over een kweekvijver met dove artiesten.

Muziekgebarentolken

De gesproken tekst wordt visueel vertaald via gebaren en op een expressieve manier wordt tevens de emotie van de muziek en het ritme via dans en bewegingen vertaald. Het dove en slechthorende publiek kan zo het lied, de tekst en de muziek begrijpen en de emoties ervaren

Theater

Theater is een belangrijk visueel aspect voor het dove en slechthorende publiek. Ook dit jaar ontwikkelt een theatercollectief een verrassende en interactieve theaterperformance, die wederom het publiek zal doen verbazen en de emotie op een unieke manier vertaald.

Dans

Energieke dansers stimuleren het publiek tot bewegen en zorgen voor constante vernieuwende belevingen tijdens de avond.

Visual Jockey (VJ)

De VJ brengt door middel van beelden de emotie van de muziek over. Dit is erg belangrijk voor het dove en slechthorende publiek. Op deze manier kunnen zij de vertaling van het gevoel van de muziek ook meemaken door de beelden van de VJ.

Interactieve installaties

De Installaties kan het publiek zelf uitproberen waarbij de verschillende zintuigen worden geprikkeld.

Geur

De geur draagt bij aan een relaxed ontspannen gevoel, actief en energiek of kan andere emoties oproepen, die voor een totaalbeleving zorgen.

Smaak

Smaaksensatie voor de mond. Kleine hapjes zullen tijdens MuteSounds de smaakpupillen prikkelen en wederom een extra dimensie en emotie aan de beleving van het festival geven.

MuteSounds KIDS

Op zondagmiddag vindt er een MuteSounds KIDS plaats voor dove, slechthorende, doofblinde en horende kinderen. De basiselementen van MuteSounds: horen, zien, voelen, proeven en ruiken worden ingezet om ook de kleintjes muziek te laten beleven en de integratie onderling te bevorderen.

Uiteraard wordt het programma afgestemd op de belevingswereld van de kinderen met artiesten en acts die voor hen van toepassing zijn.

Workshops

In het kader van talentontwikkeling en informatie en educatie worden er overdag diverse workshops georganiseerd. De workshops dagen de bezoekers uit hun (verborgen) talenten te ontdekken en kennis te maken met thema's die voor hen niet altijd vanzelfsprekend zijn.

De workshops zijn geschikt voor de hele doelgroep. De workshops worden samengesteld met professionals uit hun eigen vakgebied. De workshopleiders zijn net zoals de deelnemers gemixt. Dat is de kracht van de workshops.

Overzicht workshops:

- **Gebarentaal**
Dove gebarendocenten leren deelnemers op een interactieve manier Nederlandse gebarentaal en straattaal gebarentaal.
- **DJ workshop**
Hoe mix je muziek als je niks kunt horen? Deze workshop wordt gegeven door een dove DJ, die zelf muziek mixt op feesten.
- **Dans**
Een professionele choreograaf leert de basisprincipes van bepaalde dansmoves op de trilvloer.
- **VJ**
Wat voor beelden heb je nodig als Visual Jockey? Hoe vertaal je de emotie van muziek in beeld?
- **Film**
Hoe maak je een kort filmpje? Wat komt er allemaal bij kijken? Van scenario tot productie.
- **Muziek beleven zonder gehoor**
Hoe beleeft iemand muziek zonder te horen? Alle overige zintuigen worden ingezet om muziek te ervaren zonder gehoor.

Activiteiten

Om de integratie en ontmoeting te bevorderen vinden er overdag in en rondom het terrein activiteiten plaats waar bezoekers aan mee kunnen doen. Iedereen kan meedoen aan de activiteiten. Bezoekers die overnachten op het terrein, mensen van buiten het terrein, mensen die toevallig langs lopen.

Overzicht activiteiten:

- Volleybaltoernooi, georganiseerd door de Koninklijke Nederlandse Doven Sport Bond – afdeling volleybal
- Surfclinic
- Skateboardclinic
- longboardtour (skeeleren) door Scheveningen
- Fietstour door Scheveningen en Den Haag verzorgd door nachburgemeester van Den Haag René Bom
- Yogales
- Gezamenlijk ontbijt
- Gezamenlijke BBQ

Informatiemarkt

De informatiemarkt verschaft onder meer informatie over gehoorbescherming, gehoorapparaten, gebarentaal en biedt voor organisaties en samenwerkingspartners een plek om de bezoekers te informeren over uiteenlopende onderwerpen.

De organisaties die op de informatiemarkt staan hebben op welke manier dan ook een relatie met de doelgroep. Dat is een eis die MuteSounds stelt aan deelname.

Verwacht resultaat

Hieronder volgen de succesfactoren voor een geslaagd festival.

- MuteSounds zet in op een totaal bereik van 3000 bezoekers.
 - 2700 jongeren en jong volwassen waarvan 200 overnachten op het festivalterrein en in omringende hostels
 - 300 kinderen
- Internationale samenwerking met dove en slechthorende organisaties uit Europa draagt bij aan een toename (25%) van het aantal internationale bezoekers aan het festival,. Publiciteit via netwerk internationale organisaties.
- MuteSounds zet tevens in op een toename (25%) van horende bezoekers buiten Den Haag (regio Den Haag en omliggende gemeenten) die een bezoek brengt aan het festival. Gerichte publiciteit (targeting) in de regio en via internet.
- Economische impuls horeca en hotels
 - Bezoekers overnachten in het beachhostel van F.A.S.T. en hotels in de omgeving.
 - Naast het bezoeken van het festival heeft dit een positieve invloed op het consumptiegedrag in de badplaats en het centrum van Den Haag.
(De ervaring leert dat bezoekers van buiten de stad de omgeving verkennen, een consumptie nuttigen en overnachten in hotels.)
- Publieksbereik doof/slechthorend tegenover horend: 50%/50%, 60%/40%, 40%/60% ter bevordering van de integratie.
- Positieve bijdrage beïnvloeding beeldvorming van horenden t.o.v. dove, slechthorende en doofblinden. Horenden ervaren dat ook mensen met een auditieve beperking van muziek kunnen genieten, van uitgaan houden en kunnen communiceren met horenden. Het ondergaan hiervan draagt bij aan een positieve beeldvorming.
- Eigenaren van uitgaanslocaties uit Den Haag zijn zich na het festival bewust van vooral dove en slechthorende bezoekers in het uitgaansleven. Zij houden hier rekening mee in de toekomst en passen het beleid aan op deze doelgroep variërend van aanpassingen in communicatie en omgangsvormen tot het toegankelijk maken van de locatie. Door publiciteit rondom MuteSounds en/of een bezoek aan het festival maakt hen hiervan bewust.
- Zowel het dove, slechthorende en doofblinde als het horende publiek beleeft een unieke avond met een innovatief programma, waarbij de emotie van muziek via de verschillende zintuigen wordt overgebracht. Intensieve samenwerking met artiesten, kunstenaars, doelgroep ea draagt bij aan het totaalconcept van MuteSounds.
- Positieve publiciteit in lokale en landelijke media door MuteSounds en indirect voor uw organisatie.

5 Publiciteit

Met de inzet van publiciteit moet het medium (kanaal) van de boodschap afgestemd worden op de diverse doelgroep van MuteSounds.

Bij horende jongeren kunnen alle beschikbare mediums worden toegepast in tegenstelling tot dove en slechthorende jongeren. Zij hebben te kampen met een auditieve beperking en hebben geen baat bij mediums die via het gehoor binnenkomen. Daarom is het visuele aspect zoals beeld en tekst erg belangrijk binnen de communicatie.

Een van de belangrijkste doeleinden van de publiciteit is het bereiken van de pers. De beeldvorming van doven en slechthorenden in Nederland wordt hierdoor op lokaal en landelijk niveau positief beïnvloed. Het beeld van de zielige (auditieve) gehandicapte die continu zorg en ondersteuning nodig heeft en niet zelfredzaam is, wordt door MuteSounds omver gegooid. De kansen van dove en slechthorende jongeren in de samenleving verbeteren hierdoor. En horenden maken kennis met een groep prachtige mensen.

Campagne

In de publiciteitscampagne worden de elementen uit de marketingcommunicatiemix toegepast: reclame, persoonlijke verkoop, sales promotion, pr en direct marketing. Afhankelijk van het project wordt de zwaarte van de campagne bepaald voor de publiciteit.

De speerpunten van MuteSounds tijdens de verschillende campagnes zijn het bereiken van de media voor free publicity en het inzetten van online marketing. Online marketing is erg belangrijk om naast de traditionele reclame-uitingen de doelgroep op een effectieve manier te bereiken. En niet te vergeten om in contact te komen met de doelgroep. Sociale Media is hier een uitstekende tool voor.

Via de vele mogelijkheden van Internet maakt MuteSounds zich kenbaar naar de doelgroep door Juiste en aantrekkelijke informatie aan te bieden. Het is belangrijk dat deze informatie op een aantrekkelijke manier wordt gebracht. Vooral omdat dove en slechthorende jongeren erg visueel ingesteld zijn, is deze tool zeer geschikt.

De website en Sociale Media kanalen van MuteSounds zijn vanwege de diverse doelgroep het belangrijkste communicatiemiddel. De website en de nieuwsbrief van MuteSounds zijn een belangrijk medium om de projecten van MuteSounds kenbaar te maken naar de doelgroep. Daarnaast wordt Sociale Media zoals Facebook, Blogwebsites en Twitter ingezet om te communiceren met de doelgroep door middel van het zogenaamde Crowdsourcing. De doelgroep kan daadwerkelijk een bijdrage leveren aan MuteSounds. Zo worden ontwerpen van de poster getoetst bij de doelgroep d.m.v. een stemming, de invulling van het thema wordt voorgelegd en andere aansprekende onderwerpen.

De doelgroep krijgt op deze manier de kans om via Internet mee te denken over huidige en toekomstige projecten van MuteSounds. Op deze manier creëert MuteSounds fans rondom de verschillende projecten. En fans zijn indirect ambassadeurs van MuteSounds.

MuteSounds = Social			
Facebook fanpagina	471	Nieuwsbrief MuteSounds	1255
Facebook groep	388	Hyves	351
Twitter	973		

6 Evaluatie

Het project wordt geëvalueerd op product- en procesniveau met de samenwerkingspartners, denktank, bestuur en de Raad van Advies & Beleid

Speerpunten bij de evaluatie zijn de voorbereiding, uitvoering, resultaat en het publieksbereik van het betreffende project.

De uitkomsten van de evaluatie worden vastgelegd in een rapport zodat verbeterpunten eenvoudig kunnen worden aangepast. Dit draagt bij aan de constante kwaliteit die MuteSounds nastreeft.

7 Begroting