

# EVALUATIE

*MUTESOUNDS 2011*



STICHTING MUTESOUNDS  
Den Haag  
*januari 2012*



## Stichting MuteSounds

### Kantoor

Adres: Binckhorstlaan 36 – kamer M346

Postcode: 2516 BE

Plaats: Den Haag

### Postadres

Adres: Postbus: 10784

Postcode: 2501 HT

Plaats: Den Haag

E-mail: [info@mutesounds.nl](mailto:info@mutesounds.nl)

Website: [www.mutesounds.nl](http://www.mutesounds.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@mutesounds.nl](mailto:maks@mutesounds.nl)

## INHOUD

Inleiding.....	4
1. Inhoudelijke evaluatie.....	5
1.1 Korte projectomschrijving .....	5
1.2 Beschrijving activiteiten .....	5
1.2.1 Voorbereiding .....	5
1.2.2 Uitvoer .....	7
1.2.3 Afronding .....	10
1.3 Doelgroep .....	11
1.4 Doelstellingen .....	11
1.5 Resultaat.....	12
1.6 Inzet organisatie .....	14
1.7 Bezoekers .....	15
1.8 Publiciteit.....	15
1.9 Toekomstvisie .....	16
2 Financiële verantwoording .....	17

## Inleiding

MuteSounds is meer dan een beat alleen. Deze slogan hebben we tijdens de vierde editie van MuteSounds geïntroduceerd. Dit is waar MuteSounds voor staat. Met trilvloeren, theater, smaak, geur, muziekgebarentolken, interactieve installaties en entertainment zetten wij een beleving neer, die de grens tussen doof, slechthorend en horend doet vervagen.

De vierde editie van MuteSounds vond ditmaal plaats op zaterdag 3 september 2011 op het strand van Scheveningen in Strandpaviljoen Buiten aan het Zwarte Pad. MuteSounds was onderdeel van de **Haagse Museumnacht en een van de afterparty's tijdens dit culturele spektakel.**

De jubileumeditie (vijfde editie) vond plaats op zaterdag 3 december 2011 in het voormalige KPN gebouw BINK36 op de vijfde etage BINK VIJF HOOG, het kloppende culturele en creatieve hart van Den Haag.

Als jonge stichting blijft MuteSounds zich professionaliseren. Wij blijven continu opzoek naar samenwerkingspartners die ons kunnen ondersteunen en versterken in het bereiken van onze doelstellingen. De samenwerking tussen Hogeschool Inholland wordt elk jaar intensiever. Zo werken we samen met het leerwerkbedrijf NEWb, waarin tweedejaars communicatiestudenten 20 weken aan een project werken voor een opdrachtgever.

De samenwerking met Hulskamp Audiovisueel heeft inmiddels concrete vormen aangenomen. Samen met de expertise van Hulskamp en onze denktank spelen we nog meer in op de beleving van muziek en zoeken we naar innovatieve oplossingen via licht en videobeelden.

Kortom, samenwerking vormt een belangrijk onderdeel voor een stichting als MuteSounds.

De evaluatie is opgebouwd uit een inhoudelijke en financiële evaluatie. In het inhoudelijke stuk wordt het verloop van het project weergegeven en in het financiële onderdeel wordt inzicht gegeven in de inkomsten en uitgaven.

Voor beeldmateriaal van het project, zoals foto's, filmpjes, drukwerk en de persmap wordt u verwezen naar de website van MuteSounds [www.mutesounds.nl/126](http://www.mutesounds.nl/126), waar al het materiaal is te downloaden.

## 1. Inhoudelijke evaluatie

### 1.1 Korte projectomschrijving

MuteSounds is een **festival met verschillende facetten en uiteenlopende programma's**. Het gehele project (2 festivals) beslaat 12 maanden vanwege een intensieve voorbereiding, waarbij de inzet van dove en slechthorende jongeren (denktank) van essentieel belang is. Het festival is het klapstuk van een voorbereiding waar verschillende groepen veel van elkaar leren.

MuteSounds verrast het publiek keer op keer met een unieke beleving door de emotie van muziek op verschillende manieren te vertalen en de zintuigen te prikkelen met een trilvloer, een geur- en visual jockey, muziekgebarentolken, theater, live acts en specifieke licht-, video- en geluidsinstallaties. Deze middelen dragen bij aan de totaalbeleving van uitgaan, die dove en slechthorende jongeren normaliter missen in het reguliere uitgaansleven.

Tijdens de vierde en vijfde editie heeft MuteSounds verschillende concepten op succesvolle wijze geïntroduceerd binnen de huidige programmering. De smaakbeleving en geursensaties.

Theater is bijvoorbeeld gecombineerd met smaak, een lollymuur met 2000 lolly's speelde in op de zoete smaakpupillen en geurmachines verspreiden gedurende de avond verschillende geuren door de zaal om de beleving nog intenser over te brengen op het publiek.

### 1.2 Beschrijving activiteiten

#### 1.2.1 Voorbereiding

MuteSounds is een festival met verschillende facetten en uiteenlopende programma's.

##### Denktankbijeenkomsten

Een essentieel onderdeel van de organisatie is de denktank, bestaande uit dove en slechthorende jongeren. De denktank komt maandelijks vrijwillig bij elkaar om te vergaderen en brainstormen. De denktank denkt enerzijds mee met MuteSounds om het project invulling te geven, zodat er nauw kan worden aangesloten bij de wensen en behoeften van het dove en slechthorende publiek. Daarnaast wordt het gehele organisatieproces, van begin tot het eind, gezamenlijk uitgevoerd. Op deze manier biedt MuteSounds 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.

Tijdens dit project hebben de leden van de denktank op verschillende onderdelen een positieve bijdrage geleverd.

MuteSounds biedt ook een platform voor horende studenten om stage te lopen bij MuteSounds of in een projectgroep aan een opdracht van MuteSounds te werken.

##### Daniel Vicente

Daniel is 27 jaar, is doof vanaf zijn tweede jaar door een hersenvliesontsteking, en werkt als zelfstandig autoschadenhersteller.

Voor beide edities heeft Daniel een bijdrage geleverd aan het artistieke plan. Samen met Hulskamp heeft hij de ondersteunende licht- en video-effecten uitgewerkt.





#### Bjorn Verbeek

Bjorn is vanaf zijn geboorte doof, en werkt als machinedeskundige. In zijn vrije tijd maakt hij korte films met een groep dove vrijwilligers. Bjorn heeft met zijn kennis op het gebied van film, samen met Marie en Sara (horend / stagiaire HBO), een serie promotiefilmpjes van elk 10 seconden voor de vierde editie van het MuteSounds Festival ontwikkeld. Onder begeleiding van Jos Kel, vormgever voor alle uitingen van MuteSounds.

De productie, opnames en montage zijn door Bjorn gedaan. Het geluid is door Sara onder de filmpjes gezet. Marie heeft samen met Jos de vormgeving voor het filmpje gedaan. Het resultaat is een prachtige serie van promotiefilmpjes waarin elementen van MuteSounds zijn uitgelicht. Op het YouTube kanaal van MuteSounds zijn alle filmpjes te zien. Dit is de direct link naar de serie promotiefilmpjes: <http://www.youtube.com/playlist?list=PL95071851577528E2&feature=plcp>



#### Marie van Driessche

Marie is 24 jaar, is doof vanaf haar geboorte, en inmiddels afgestudeerd grafisch vormgever aan de Koninklijke Academie voor de Beeldende Kunsten in Den Haag. Omdat zij in haar afstudeerjaar zat heeft Marie een wat kleinere bijdrage geleverd aan MuteSounds. Zoals aangegeven, heeft Marie samen met Jos het format m.b.t. de vormgeving voor de promotiefilmpjes ontwikkeld.

#### Marisa Rivera Goemand

Marisa is 19 jaar en heeft vanaf haar vierde jaar Cochleair Implantaat (CI). Door de combinatie van CI en veel logopedie is ze goed verstaanbaar. Marisa heeft een jaar de toneelschool gedaan, maar moest stoppen omdat ze vanuit de opleiding niet werd geholpen vanwege haar handicap. Ze is overgestapt naar de opleiding administratief secretariaal medewerker. Naast haar studie is ze model en heeft ze diverse shoots en modeshows gedaan voor onder meer modeontwerper Janice en TMF. Haar hobby is en blijft toneelspelen. Momenteel doet ze dit op de jeugdtheaterschool in Rotterdam waar ze gelukkig goed wordt geholpen.



Marisa heeft samengewerkt met de producenten van de theateract. Samen met drie steltenlopers vormde zij het middelpunt van de act als dierentemmer. Een prachtige samenwerking tussen horende acteurs en een dove actrice. Een rol die Marisa op het lijf is geschreven en waar haar passie in terug is te zien.

#### Sharon Fles

Sharon is 16 jaar, is doof, maar met gehoorapparaten is zij slechthorend. Sharon woont in Amsterdam, zit in 5 Havo op een school voor speciaal voortgezet onderwijs. Zij wil graag de HBO opleiding Eventmanagement gaan volgen. Om die reden heeft Sharon een dag met MuteSounds meegelopen om een kijkje te nemen in de keuken van MuteSounds. Deze kans heeft MuteSounds haar gegeven tijdens de vijfde editie om te kunnen beoordelen of de opleiding Eventmanagent iets voor haar is. Dit was volgens Sharon een inspirerende en leervolle dag.





#### Martijn Zuidema

Martijn is slechthorend, draagt gehoorapparaten en is een behulpzame jongen. Martijn is het voorbeeld van een sociale slechthorende jongen die door de horende maatschappij erg onzeker is geworden over zijn eigen capaciteiten. Deze jongen heeft twee rechterhanden en ondersteunt MuteSounds op het productionele vlak. Hij maakt decorstukken, werkt keihard en is niet te stoppen. Toch is hij onzeker over zijn mogelijkheden. Erg jammer want bij horende, dove en slechthorenden is hij een geliefd persoon.

#### Jascha Blume

Jascha is doof, komt uit Amsterdam en is een gedreven dove jongen die in Amerika heeft gestudeerd en momenteel studeert aan de Rietveld Academie, specialisatie audiovisueel. Hij is een boegbeeld voor de dove gemeenschap. Verricht veel vrijwilligerswerk binnen verschillende verenigingen, produceert filmpjes waarin de dovencultuur centraal staat en is vooral erg ambitieus.

Voor MuteSounds heeft Jascha bijgedragen aan het filmprogramma, door een serie korte filmpjes te vertonen waarin op een leuke, maar ongedwongen manier de dovencultuur wordt gepresenteerd.



#### Studenten Hogeschool Inholland en Haagse Hogeschool

MuteSounds werkt al sinds de tweede editie (2009) samen met studenten van Hogeschool Inholland en sinds kort ook met studenten van de Haagse Hogeschool.

Voor de vierde editie heeft MuteSounds actief samengewerkt met een stagiaire van de Haagse Hogeschool. Voor de vijfde editie hebben vijf tweedejaars studenten van de opleiding Media en Entertainment Management van Hogeschool Inholland de mogelijkheid gekregen om in de praktijk de evenementenbranche te leren kennen. Onder begeleiding van MuteSounds hebben de studenten actief deelgenomen aan het gehele organisatieproces van een festival. Van conceptontwikkeling, fondsenwerving tot het samenstellen van het programma en uitvoeren van de productie.

#### Afrink college Zoetermeer

In het kader van maatschappelijke stages hebben een aantal leerlingen van het Afrink College in Zoetermeer meegedraaid voor, tijdens en na het festival om ervaring op te doen binnen een maatschappelijke organisatie zoals MuteSounds.

#### Overige vrijwilligers

Tijdens de uitvoering heeft een groep van vrijwilligers, bestaande uit dove, slechthorende en horende jongeren MuteSounds geholpen met de opbouw, afbouw en andere voorkomende klussen.

Vrijwilligers vormen een belangrijk onderdeel voor de totstandkoming van onze projecten. Gaandeweg wordt het vrijwilligersbestand steeds groter door naamsbekendheid en samenwerking met Hogeschool Inholland en de Haagse Hogeschool.

#### 1.2.2 Uitvoer

MuteSounds laat keer op keer zien dat muziek meer dan een beat alleen is. Het programma was opnieuw divers in aanbod. Beide locaties waren omgetoverd tot een muzikale speeltuin waar van alles was te doen. Van borduren, vj'en en een Chupa CHups Wall tot theater, muziek en film. Niemand heeft zich verveeld. De sfeer was ongedwongen, feestelijk en sommige bezoekers hadden het gevoel dat ze op een festival zoals *Oeral of Lowlands* waren beland. Dat is nou precies de sfeer die MuteSounds deze keer wilde creëren.

Naast de muziek waren uiteraard ook de extra faciliteiten aanwezig die ervoor zorgen dat het dove en slechthorende publiek de muziek kunnen ervaren. Er was weer van alles te beleven. Naast de basisfaciliteiten zoals de trilvloer, (muziek)gebarentolken, theateracts, interactieve installaties, is dit jaar het thema smaak en geur toegevoegd en waren de elementen zoals de 'I wish' muur en



ballonnen, de schildermuur, black light beschilderingen op de huid en de interactieve installaties een echte toevoeging voor beide edities. Uiteraard werd het horende publiek voorzien van gratis gehoorbeschermers.

A: programma Strandpaviljoen Buiten – zaterdag 3 september 2011

De headliner van de strandeditie was het optreden van de MC en poëet Typhoon, ondersteunt door zijn band en twee muziekgebarentolken, die de gesproken tekst via gebaren en de emotie van muziek op een expressieve manier vertalen. Daarnaast introduceerde MuteSounds Theater met een smaakje.

#### Muziekprogramma

##### *Typhoon en Band ondersteunt door twee muziekgebarentolken*

De unieke combinatie van een MC, muziekgebarentolken en live-band vormen een ware toevoeging voor het concept van MuteSounds. De gezongen tekst, die vol emoties zit, wordt door de muziekgebarentolken op een expressieve manier vertaald via gebaren. Een prachtige ervaring voor het publiek.



Quote Glenn de Randamie (Typhoon)

*“Het is voor ons een uitdaging om het optreden nog intenser naar te zetten voor o.a. het dove publiek. Wij geloven juist in het prikkelen van de overige zintuigen. De sfeer die er dan ontstaat, en de energie die vrijkomt, brengt ons samen met het publiek tot een hoger niveau. We hebben er zin in!”*

##### *Dekmantel Soundsystem*

Dit trio, onder leiding van de Haagse DJ Jan van Kampen, draaide al op *Lowlands*, *Mysteryland* en *Awakenings* en krijgen het met muziekstijlen als Disco, Detroit, Italo en Techno voor elkaar dat iedereen de muziek kan voelen.

##### *Sweatshop Soundsystem*

Muziekstijlen van Chicago House en UK garage. Het duo van Sweatshop Soundsystem produceert frisse sounds met gekke combinaties. Deze Haagse combinatie is het geluidssysteem van Sweatshop Skatepark.

#### Randprogramma



##### *Theater met smaakjes*

Theatercollectief Nynokë introduceerde deze editie voor het eerst het smaakloket. Op spectaculaire en onvergefelijke wijze heeft het publiek kennis gemaakt met *“theater met een smaakje”*. Speciaal, kleurrijk en verrassend. Een moment dat door iedereen geproefd en beleefd is. Tijdens het optreden van Dekmantel Soundsystem zorgden dit collectief voor een prachtige theatrale toevoeging. Een prachtige lichtshow en de indrukwekkende act zorgden voor een unieke ervaring van muziek.

##### *A-GAEKE analog vj-team*

Dit is vj'en zoals niemand gewend is. Allemaal live. Dit team besmeurt de omgeving met ambachtelijk gebakken visuals, handgemaakte maskers, verf, te veel om op te noemen. Het publiek werd uitgedaagd om actief mee te doen en dat zorgde voor interactie tussen publiek en artiest.

##### *PIXELS*

Het publiek kon met maar liefst 45 kubussen hun eigen bouwwerk creëren. De met led verlichte kubussen zorgden voor een prachtig schouwspel. Op het strand en later op de avond binnen in de strandtent.







#### *Tegendraads (live borduren)*

Tijdens MuteSounds konden bezoekers op hun eigen T-shirt gratis een zelfverzonnen woord in het gebarenalfabet laten borduren bij de mobiele borduurmachine van Tegendraads. Dit is de manier om de dovencultuur op een ongedwongen manier bij het horende publiek over te brengen.

B: programma BINK VIJF HOOG – zaterdag 3 december 2011

Voor deze jubileumeditie hebben wij alles uit de kast getrokken om de bezoekers een nog intensere beleving mee te geven. Naast de bekende trilvloer (voelen), visuals (zien) en muziekacts (horen), zijn nu ook geurelementen (ruiken) en een lollymuur (proeven) toegevoegd om alle zintuigen bij het festival te betrekken. Bij binnenkomst werd de bezoeker gelijk geconfronteerd met het zintuigprikkelend programma. Acteurs in de lift, popcorn, blacklightverf. Niets is te gek voor MuteSounds. Headliner tijdens deze editie waren Boef en de Gelogeerde Aap ondersteunt door twee muziekgebarentolken.

#### Muziekprogramma



#### *Boef en de Gelogeerde Aap ondersteunt door twee muziekgebarentolken*

Dit ambitieuze duo won in 2009 de Muzikanten- en Publieksprijs van de Grote Prijs van Nederland en bracht in hetzelfde jaar hun eerste album 'Vind Ons' uit. De jongens blijven zich ontwikkelen, want speciaal voor MuteSounds trad dit duo op met twee muziekgebarentolken, die de gesproken tekst en de emotie van de muziek via gebaren op een expressieve manier vertalen. De heren zijn bekend van de grote festivals *Lowlands*, *Mundial* en *Solar Weekend*.

#### *Henzel & Disco Nova (VAgE gASTEN)*

Dit duo is onderdeel van het kunstenaarscollectief Vage Gasten. Met hun energieke stijl van draaien en performance nemen zij het publiek mee op een mix van muziekstijlen, van UK Garage tot Baltimore en Electro. Deze twee jonge DJ's hebben gedraaid op festivals als *Lowlands*, *Bevrijdingspop* en *Solar Weekend*.

#### *Guerilla Speakerz*

Nog nieuw in het veld, maar je ziet ze al overal. De speciale muziekstijl heeft ervoor gezorgd dat zij mochten draaien met internationale grootheden. Daarbij wonnen ze de Gouden Kabouter voor 'beste nieuwe dj' in maart 2009. Met in 2009 een definitieve doorbraak voor de jongens met optredens op festivals als *Dance Valley*, *Mysteryland* en *Solar Weekend*.

#### *DJ Irn Dru*

Deze Haagse held is resident DJ van feesten als Sparkplug en Apaert en een 2 maandelijkse residency in het Paardcafe, naast diverse optredens in Het Paard van Troje, de Pip, de Supermarkt en de Cabalerofabriek is hij bekend in het Haagse uitgaansleven.

#### Randprogramma

##### *Nynokë*

Het theatercollectief nam ditmaal de bezoeker mee in een schouwspel van bewegingen tussen een dierentemmer en drie wilde dieren op stelten. Speciaal voor deze editie werkten zij samen met Marisa, een actrice die doof is. De combinatie was uniek en zorgde voor een speciaal chemie.



### *Ledwork*

Ledwork zijn tastbare elementen die mensen met licht, ruimte en elkaar verbind. Zodra je een ledwork vastpakt wordt hij gevoed door je beweging en zal hij hierop reageren met zijn gekleurde licht. Aan elkaar gekoppeld vormen ze een levendige structuur waarin de Ledwork communiceren via licht. Ze reageren als een zwerm vogels waarbij de vogels constant reageren op elkaar en hun omgeving.

### *Tegendraads (live borduren)*

Zie omschrijving programma Strandpaviljoen Buiten.

### *Film*

Korte filmpjes, gemaakt door dove filmmakers waarin de bezoekers kennismaken met de dovencultuur en de beleving van dove jongeren in de horende wereld. De korte filmpjes varieerden van nationaal tot internationale filmmakers.



### *A-GAEKE analog vj-team*

Zie omschrijving programma Strandpaviljoen Buiten.

### *Game of Life*

Door het scherm te bewegen zaai je leven in deze tweedimensionale wereld van de Game of Life. Het leven verschijnt als witte vakjes die zich over de oppervlakte verspreiden in mooie patronen die onafhankelijk over het scherm kruipen en uiteindelijk zullen uitsterven. Maar waar leven is zal een blauwe laag van afval ontstaan. Wanneer je

probeert om meer leven te maken in een vervuilde omgeving, merk je dat het leven sneller uitsterft dan in bijna onvervuilde gebieden.

### *Chupa Chups Wall en Popcorn*

Een lollymuur van 2 x 2 meter met maar liefst 2000 lolly's en een popcornautomaat bracht een extra element mee voor de smaakbeleving. Lekkere zoete smaken zoals oa aardbei, kersen en druiven.

### *I-wish en blacklight*

Bezoekers konden een wens doen met de i-wish wensballonnen gevuld met helium en daaraan een wenskaartje. De ballon werd buiten opgelaten.

Met blacklightverf konden de bezoekers hun handen en gezicht laten beschilderen. Dit gaf een leuk effect op de dansvloer in combinatie met de blacklightkanonnen. De schilderijen lichten op zodra er blacklight op schijnt.



### 1.2.3 Afronding

Het gehele project is geëvalueerd op product- en procesniveau met de denktank, samenwerkingspartners, bestuur MuteSounds, Raad van Advies & Beleid MuteSounds.

Speerpunten hierbij zijn de voorbereiding, uitvoering en resultaat van het project. Deze resultaten worden meegenomen naar het volgende project zodat MuteSounds zich blijft professionaliseren.

### 1.3 Doelgroep

De huidige doelgroep van MuteSounds is uiteen te zetten in acht focusgroepen.

#### Horend

De horende bezoekers zijn over het algemeen afkomstig uit regio Den Haag met een uitloop naar de Randstad. MuteSounds streeft ernaar om een grotere groep horende jongeren buiten regio Den Haag aan te spreken.

Focusgroep 1: jongeren in de leeftijdscategorie 15 t/m 20 jaar.

Focusgroep 2: jong volwassenen in de leeftijdscategorie 20 t/m 30 jaar.

Focusgroep 3: horende volwassenen in de leeftijdscategorie 30+.

#### Doof & Slechthorend

De dove en slechthorende bezoekers leven verspreid over het hele land en zijn daarom afkomstig vanuit heel Nederland.

Focusgroep 4: jongeren in de leeftijdscategorie 15 t/m 20 jaar.

Focusgroep 5: jongvolwassenen in de leeftijdscategorie 20 t/m 30 jaar.

Focusgroep 6: volwassenen in de leeftijdscategorie 30+.

#### Doofblind

MuteSounds heeft tijdens haar voorgaande editie in 2010 een nieuwe doelgroep bereikt en toegevoegd aan de focusgroepen.

Focusgroep 7: doofblinde bezoekers uit heel Nederland in de leeftijd van 15 t/m 30 jaar met een uitloop van 30+.

#### Artiesten & Kunstenaars

Artiesten en kunstenaars worden door MuteSounds uitgedaagd een bijdrage te leveren aan het overbrengen van de emotie van onder meer de muziek. Zij krijgen de mogelijkheid om door inzet van expertise, professionaliteit en creativiteit hun visie te uiten via de kunstvorm die zij hanteren.

Focusgroep 8: artiesten en kunstenaars in alle leeftijden afkomstig uit heel Nederland.

### 1.4 Doelstellingen

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

#### Hoofddoelstelling

Projecten en activiteiten ontwikkelen die laagdrempelig zijn voor dove, slechthorende en horende jongeren om hen dichter bij 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.

#### Cultuur

MuteSounds is constant opzoek 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.

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.

### Educatie & Preventie

MuteSounds organiseert activiteiten onder horende jongeren op het gebied van voorlichting en preventie van het gehoor (gehoorbeschadiging, bescherming), zodat zij zich bewust worden van het grote belang van auditieve communicatie.

## 1.5 Resultaat

### Cultuur

MuteSounds staat onder meer voor het overbrengen van cultuur op uiteenlopende wijze van muziek, film, kunst en het overbrengen van een subcultuur, de dovencultuur. Muziek wordt afgestemd op de doelgroep, allerlei zintuigen worden gebruikt om de emotie van muziek over te brengen, kunst wordt ingezet om de beleving van de overige zintuigen te stimuleren en de films verschaffen achtergrond informatie over de dovencultuur.

Keer op keer is MuteSounds opzoek naar innovatieve oplossingen om de overige zintuigen te prikkelen en de emotie van muziek over te brengen. Ditmaal zijn de zintuigen smaak en geur toegevoegd aan het programma.

### Integratie

Met dit project zijn 1350 dove, slechthorende en horende bezoekers bereikt. Dit heeft bijgedragen aan de participatie en integratie van dove en slechthorende jongeren in de horende samenleving, maar ook aan horende jongeren, die kennis hebben gemaakt met de dovencultuur.

De opkomst van doofblinden bezoekers bevindt zich in een stijgende lijn. Ook zij beleven een avond in heet uitgaansleven. Want voor hen is het des te moeilijker om naar een reguliere uitgaansgelegenheid te gaan.

De brug is gebouwd en wordt steeds verder uitgebreid. Steeds meer horenden vinden het leuk om via gebarentaal in contact te komen met doven en slechthorenden. Gebarentaal wint ook onder de horenden steeds meer terrein. Er komt meer aandacht voor doven en slechthorenden en respect van horenden, die gaan begrijpen dat deze doelgroep veel meer mogelijkheden en kansen hebben, dan zij van tevoren gedacht hadden.

Het uitdragen van de gebarentaal is voor MuteSounds een belangrijk element in de activiteiten die worden aangeboden.

## Talentontwikkeling

Vanaf het begin van MuteSounds wordt er gewerkt met een denktank bestaande uit dove en slechthorende jongeren.

Met de denktank wordt het programma zo goed mogelijk afgestemd op de doelgroep waarbij talentontwikkeling een belangrijk onderdeel is van beleid van MuteSounds. Dit varieerde van vormgeving, filmen, productie, aansturen van vrijwilligers tot het fungeren als projectleider.

De leden van de denktank hebben de kans gekregen om te leren en zichzelf te ontwikkelen en verder te ontplooiën. MuteSounds heeft hun kennis en talenten ingezet om dit project in zijn geheel te organiseren. Dove en slechthorende jongeren beschikken over genoeg talenten en MuteSounds is er voor hen om deze talenten in te zetten.

Dit heeft geleid tot professionele resultaten met nieuwe inzichten. De leden van de denktank hebben zichzelf kunnen bewijzen en op de kaart gezet. Het zelfvertrouwen is hierdoor vergroot, de integratie versterkt en de kansen op de arbeidsmarkt zijn vergroot. Hun CV is uitgebreid en biedt kansen.

MuteSounds richt zich op talentontwikkeling bij vooral dove en slechthorende jongeren, maar iedereen die meewerkt aan MuteSounds wordt uitgedaagd zijn/haar talenten te ontwikkelen. Studenten van Hogeschool Inholland krijgen de kans zichzelf te ontwikkelen binnen het werkveld, artiesten worden aangesproken op hun creatieve talenten, student gebarentolken kunnen ervaring opdoen in het werkveld en leveranciers (licht, geluid) kunnen hun expertise creatief inzetten. Kortom, MuteSounds is een kweekvijver voor het ontdekken van talenten!

Maatschappelijke stages voor horende scholieren van een middelbare school en een snuffelstage van een doof meisje hoort ook bij talentontwikkeling en was dus deze edities ook mogelijk binnen MuteSounds.

## Educatie & Preventie

MuteSounds treedt op als voorlichter voor horende jongeren op het gebied van voorlichting en preventie van het gehoor (gehoorbeschadiging, bescherming), zodat zij zich bewust worden van het grote belang van auditieve communicatie. Door het gratis uitdelen van gehoorbescherming en het voorlichten over het belang hiervan, draagt 90% van de horende bezoekers gehoorbescherming tijdens de festivals van MuteSounds.

## Samenwerking

Er worden steeds meer samenwerkingen aangegaan met organisaties die het concept van MuteSounds versterken. Zo zijn er al samenwerkingen met landelijke belangenorganisatie voor doven, leveranciers, locaties en andere belangstellenden die een positieve bijdrage leveren.

Zoals aangegeven in de inleiding wordt de samenwerking tussen Hogeschool Inholland elk jaar intensiever. Zo werken we samen met het leerwerkbedrijf NEWb, waarin tweedejaars communicatiestudenten 20 weken aan een project werken voor een opdrachtgever.

De samenwerking met Hulskamp Audiovisueel heeft inmiddels concrete vormen aangenomen. Samen met de expertise van Hulskamp en onze denktank spelen we nog meer in op de beleving van muziek en zoeken we naar innovatieve oplossingen via licht en videobeelden.

## 1.6 Inzet organisatie

### Samenstelling Bestuur MuteSounds

- Jeroen wielaard voorzitter
- Bert Taal penningmeester
- Valentijn Schulz secretaris
- Anja Hiddinga algemeen bestuurslid
- Annemarie Jeulink algemeen bestuurslid

### Samenstelling Raad van Advies & Beleid

- Amer Mohabir
- Marcel de Wekker

### Samenstelling projectteam MuteSounds

- Maks Oosterbaan, Zakelijk Leider verantwoordelijk voor de Fondsenwerving, Financiële administratie en de PR & Marketing
- Meike Asselbergs, Programma Leider verantwoordelijk voor het Programma, Productie en Talentontwikkeling
- Stagiaires HBO

### Samenstelling Denktank

- Marie van Driessche,
- Bjorn Verbeek
- Daniel Vicente
- Marisa Rivera Goemand
- Martijn Zuidema
- Jascha Blume
- Sharon Fles

Tijdens MuteSounds hebben in totaal 100 vrijwilligers en professionals meegewerkt. Van programma en productie tot artiesten en gebarentolken. Op alle vlakken is er hard gewerkt aan de totstandkoming van twee edities van MuteSounds in 2011.

Daarnaast hebben veel organisaties met MuteSounds samen gewerkt en/of gesteund:

Paard van Troje (coproductie)

BINK VIJF HOOG (coproductie)

Strandpaviljoen Buiten (coproductie)

Hogeschool Inholland

Haagse Hogeschool

MAKS Event Management

MEIK Productions

Hulskamp audiovisueel

Fonds NutsOhra

Fonds 1818

Gemeente Den Haag, afdeling cultuur en gehandicaptenbeleid

Madurodam Steunfonds

NSGK voor het gehandicapte kind

VSBfonds

Haags Groene Kruis Fonds

Prins Bernhard Cultuurfonds

Stinafo

Van Ommeren de Voogt

Comfoor

## 1.7 Bezoekers

Totaal 1350 bezoekers hebben een bezoek gebracht aan beide edities van MuteSounds.

Bezoekers 3 september 2011

- 750 totale bereik

Aard beperking	Totaal aantal pers.	Jongeren van 16 tot 27 jaar			Zwaarte van de beperking		
		Aantal	Leeftijd		Licht	Matig	Ernstig
			van	tot			
<input checked="" type="checkbox"/> geen beperking	325	300	16	27 jr.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<input checked="" type="checkbox"/> auditief (doof en slechthorenden)	425	400	16	27 jr.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

*NB: de Haagse Museumnacht heeft in totaal 9000 bezoekers getrokken. Dit betekent dat MuteSounds een bereik heeft gehad van meer dan 9000 mensen.*

Bezoekers 3 december 2011

- 600 totale bereik

Aard beperking	Totaal aantal pers.	Jongeren van 16 tot 27 jaar			Zwaarte van de beperking		
		Aantal	Leeftijd		Licht	Matig	Ernstig
			van	tot			
<input checked="" type="checkbox"/> geen beperking	290	250	16	27 jr.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
<input checked="" type="checkbox"/> auditief (doof en slechthorenden)	310	270	16	27 jr.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

## 1.8 Publiciteit

In de publiciteitscampagne moet MuteSounds het medium (kanaal) van de boodschap afstemmen op drie doelgroepen.

In de publiciteitscampagne heeft MuteSounds dit gedaan door gebruik te maken van de elementen uit de marketingcommunicatiemix: reclame, persoonlijke verkoop, sales promotion, pr en direct marketing.

De speerpunten tijdens deze campagne waren het bereiken van de media en online marketing. De online marketing is in deze campagne verder ontwikkeld en uiteengezet door het benutten van de volgers en fans op de Sociale Media platformen.

### Reclame

- Poster: verspreid in cafés en uitgaansgelegenheden in Den Haag, Rotterdam, Utrecht en Amsterdam.
- Flyer: in cafés en uitgaansgelegenheden in Den Haag, Rotterdam, Utrecht en Amsterdam. Flyers uitgedeeld op uitgaansplekken in Den Haag.
- Serie van 30 korte promotiefilmpje: online uitgezet.
- Banner: opgehangen op druk uitgaansplein in Den Haag.
- Overige: via de reclame-uitingen van samenwerkingspartners en sponsors.
- Solar Weekend: publiek van Solar heeft op een laagdrempelige manier kennism gemaakt met het concept van MuteSounds via een korte les gebarentaal en het borduren van de eigen naam in het gebarenalfabet op een T-shirt.



## Online Marketing

- Internet
- Website MuteSounds: steeds meer bezoekers vinden de website van MuteSounds. Ook is de kaartverkoop aanzienlijk toegenomen via onze online ticketshop op de website, en minder op de locaties. Zo kunnen we gegevens verzamelen van onze doelgroep en direct met ze communiceren.
- Nieuwsbrief MuteSounds: momenteel 1223 e-mailadressen.
- Doelgroepgerelateerde website: doven- en slechthorende organisaties, uitgaansagenda's enz.
- Sociale Media:
  - Hyves: 387
  - Facebook groep: 435
  - Facebook fan 310
  - Twitter: 777

## PR

Er zijn verschillende persberichten verstuurd naar de landelijke media om aandacht te generen voor MuteSounds. Dit heeft onder meer geresulteerd in artikelen in de Volkskrant, de Telegraaf, Algemeen Dagblad, lokale kranten, Radio interview op landelijke en regionale zenders zoals radio6, KINK FM, Radio West. Daarnaast is MuteSounds opgenomen in de uitgaansrubrieken van uiteenlopende media.

## 1.9 Toekomstvisie

De toekomstvisie van MuteSounds is kort en krachtig:

### Huidige activiteiten

Huidige activiteiten continueren naar twee festivals per jaar, zomer- en winter festival.

### Festivalconcept

MuteSounds creëert een eigen plek (area, podium) op een bestaand festival zoals *Solar Weekend*, *Oerol Festival* en dergelijke festivals om horende bezoekers op een laagdrempelige manier in contact te brengen met oa gebarentaal en de dovencultuur.

In augustus van 2011 hebben wij met MuteSounds een nieuw concept uitgeprobeerd op *Solar Weekend*. Nadat wij door de creatief directeur Cindy Pielstroom zijn benaderd, hebben wij dit direct opgepakt.

Op een laagdrempelige manier hebben de bezoekers van *Solar Weekend* kennis gemaakt met gebarentaal en de dovencultuur. De bezoekers konden op hun eigen T-shirt hun naam in gebarentaal laten borduren. Daarnaast konden zij van dove jongeren en gebarentolken gebarentaal leren door middel van een mini schoolklas.

### Educatie en preventie

Educatie en preventie van gehoorbeschadiging en bescherming uitbouwen onder horende jongeren.

De begrootte kosten in de rode kolommen zijn gebaseerd op de definitieve begroting die op 12 augustus 2011 ter bevestiging is gestuurd aan de betreffende fondsen.

		Begroot	Afrekening		Begroot	Afrekening	Begroot	Afrekening
Code	Omschrijving	Totaal	Totaal		Zomer	Zomer	Winter	Winter
<b>Beheerlasten personeel</b>								
K1	Zakelijk leider	10.000	10.000		5.000	5.000	5.000	5.000
K2	Programma leider	9.000	9.000		4.500	4.500	4.500	4.500
<b>Beheerlasten materieel</b>								
K7	Kantoorartikelen	1.000	1.350		500	675	500	675
K8	Kantoorruimte	1.000	1.000		500	500	500	500
K9	Verzekeringen	1.250	730		625	225	625	505
K10	Abonnementen	126	36		63	18	63	18
K11	Internet	200	180		100	90	100	90
K12	Financiële administratie	0	600		-	-	-	600
K13	Website	198	436		99	238	99	198
K14	Telefoonkosten	1.000	1.000		500	500	500	500
K15	Bankkosten	66	66		33	33	33	33
<b>Activiteitenlasten personeel</b>								
K20	Productiemedewerker	6.000	6.000		3.000	3.000	3.000	3.000
K21	Gebarentolken	0	879		-	879	-	-
K22	Publiciteitsmedewerker	6.000	6.000		3.000	3.000	3.000	3.000
K23	Vrijwilligers	1.000	1.500		500	500	500	1.000
K24	Coaches	8.000	8.000		4.000	4.000	4.000	4.000
<b>Activiteitenlasten programma</b>								
K31	DJ's / Artiesten / muzikanten	7.265	6.788		3.265	3.263	4.000	3.525
K32	Muziekgebarentolken	2.500	2.404		1.250	1.122	1.250	1.282
K33	Huur films, ondertiteling en gasten	1.500	64		-	-	1.500	64
K34	Theateracts	3.500	3.200		1.500	1.600	2.000	1.600
K35	Interactieve installaties	4.340	2.525		1.340	1.420	3.000	1.105
K36	Visueel Jockey	800	800		300	300	500	500
K37	Decor	2.000	1.005		-	-	2.000	1.005
K38	Geur/smaak	1.000	680		500	400	500	280
<b>Activiteitenlasten productie &amp; techniek</b>								
K47	Locaties	2.400	1.162		-	-	2.400	1.162
K48	Catering / inkoop drank	2.250	2.246		750	949	1.500	1.297
K49	Portofoons	0	179		-	-	-	179
K50	Licht en geluid	5.750	6.331		2.750	3.331	3.000	3.000
K51	Trilvoer	3.500	2.870		1.750	1.435	1.750	1.435
K52	Inkoop materiaal	4.000	2.945		2.000	945	2.000	2.000
K53	Overige productiekosten	2.050	2.042		550	42	1.500	2.000
K54	Reiskosten en sejour	1.000	1.000		500	713	500	287
K55	Paard van Troje	950	356		950	356	-	-
K56	Stagemanager	0	250		-	-	-	250
K57	Pendelbussen	0	286		-	-	-	286

<b>Promotielasten</b>							
K58	Vormgever	1.500	1.615	750	1.205	750	410
K59	Drukkerij	2.054	1.862	1.054	1.112	1.000	750
K60	Advertenties/agenda's	0	400	-	400	-	-
K61	Verspreiding	1.000	895	500	525	500	370
K62	Verslaglegging	500	1.126	250	500	250	626
K63	Vertaling teksten ned-eng	600	300	300	300	300	-
K64	Solar	0	720	-	360	-	360
<b>Eigen opbrengsten</b>							
O1	Kaartverkoop	7.290	3.524	3.645	1.513	3.645	2.011
O2	Drank	4.000	-	-	-	4.000	-
<b>Sponsoringen</b>							
O5	Inholland	500	420	500	420	-	-
O6	MEIK Productions	7.500	7.500	3.750	3.750	3.750	3.750
O7	MAKS Event Management	7.500	7.500	3.750	3.750	3.750	3.750
<b>Subsidies/fondsen</b>							
O13	Gemeente Den Haag / Stadsdeel Centrum	7.500	7.500	-	-	7.500	7.500
O14	Gemeente Den Haag OCW / Gehandicapttenbeleid	3.300	6.000	3.000	3.000	300	3.000
O15	Fonds 1818	7.500	7.500	7.500	7.500	-	-
O16	VSBfonds	10.000	10.000	5.000	5.000	5.000	5.000
O17	Groene Kruis Fonds	5.000	5.000	2.500	2.500	2.500	2.500
O18	NSGK	7.500	7.500	3.750	3.750	3.750	3.750
O19	Madurodam Steunfonds	7.500	7.500	3.750	3.750	3.750	3.750
O20	Prins Bernhard Cultuurfonds	4.000	4.000	2.000	2.000	2.000	2.000
O21	Fonds NutsOhra	9.000	9.000	4.500	4.500	4.500	4.500
O22	Van Ommeren de Voogt	0	2.500	-	-	-	2.500
O23	Stinafo	0	3.000	-	-	-	3.000
O24	Menzis	0	2.404	-	1.122	-	1.282
<b>Totaal kosten</b>		<b>95.299</b>	<b>90.828</b>	<b>42.679</b>	<b>43.436</b>	<b>52.620</b>	<b>47.392</b>
<b>Totaal opbrengsten</b>		<b>88.090</b>	<b>90.848</b>	<b>43.645</b>	<b>42.555</b>	<b>44.445</b>	<b>48.293</b>
<b>Resultaat</b>		<b>-7.209</b>	<b>20</b>	<b>966</b>	<b>(881)</b>	<b>(8.175)</b>	<b>901</b>

#### 02 Drankomzet

We hebben omzet gegenereerd met de verkoop van drank. Dit is alleen niet terug te vinden in de eindafrekening omdat de omzet direct is verrekend met de locatie. We hadden een overeenkomst met de locatie dat de drankomzet wordt gedeeld en verrekend met de locatiekosten, die tevens ook zijn gedeeld.