



THE URBAN COLLECTIVE

Urban Ambitie Rotterdam 2019 – 2024
MAPPING URBAN CULTURE



INLEIDING

Rotterdam heeft die Urban factor waar ze elders niet aan kunnen tippen.

Dit heeft te maken met de skyline, moderne architectuur, drie betaalde voetbalclubs, de haven, de mentaliteit en de *urban lifestyle*. Rotterdam is al jaren het epicentrum van urban culture en weet jong en oud aan zich te verbinden als stad van de mogelijkheden. Dit is waarom urban talenten, zoals bijvoorbeeld Wereldkampioen Break Menno van Gorp, naar Rotterdam verhuizen. Waar we als Rotterdamers echter minder goed in zijn, is het van de daken schreeuwen wat we (goed) doen. De Rotterdamse Urban Culture mag gezien en gehoord worden.

Links en rechts komt de term urban voorbij geslingerd. Zelfs na extensieve desk research van de Gemeente Rotterdam is er echter geen eenduidige definitie gevonden. De term urban kan vrij vertaald worden naar stedelijk. Urban Culture is echter deze definitie ontstegen, het is meer dan dat. Het slaat op een jongeren cultuur, ook wel street culture. Hiermee is tegenwoordig een nieuwe betekenis aan het woord urban toegeschreven.

Urban sports worden als volgt gedefinieerd: "Urban sports is een verzamelnaam van sporten, die zich kenmerken door een vrij (niet of los georganiseerd), expressief karakter, in een stedelijk/urbane setting."



Urban is een verzamelnaam. In het leven geroepen om een duidelijke noemer te hebben voor verschillende community's met vergelijkbare kernwaarden. Het is een paraplu-term voor op zichzelf staande culturen, met elk hun eigen community.

Er is een grote drang onder jongeren en jongvolwassenen om te sporten wanneer het hen uitkomt. De traditionele verenigingen zien een daling in het aantal leden. De urban cultuur spreekt veel jongeren aan door haar vrije karakter.

Het is van essentieel belang dat Rotterdamers geïnspireerd, gemotiveerd en geactiveerd worden (en blijven) om te sporten en zich te blijven ontwikkelen. Urban culture biedt hiervoor een fantastisch alternatief op het originele aanbod. Het biedt een way of life waarin men zelf de regels kan schrijven, creatief kan omgaan met hun lichaam en omgeving en gelijkgestemden kan ontmoeten.

Daarnaast verdient Urban Culture een herkenbaar, excentriek en uniek podium. Urban culture kan het unique selling point worden op het gebied van city marketing. Met te beginnen een herkenbaar, betrouwbaar platform. Een sterke community en wellicht een unieke, gemixte Urban Culture broedplaats in Feyenoord City. Een broedplaats waar drie pijlers bijeen komen, namelijk: Urban Culture Arts, Urban (top)Sports en Creatief ondernemerschap. Daarom moeten we Urban Culture omarmen. De grote uitdaging hierin is om iets wat per definitie ongeorganiseerd is, toch op een authentieke manier te supporten. Hoe kan de gemeente Rotterdam er voor zorgen dat er structureel gezorgd kan worden voor de groei van urban culture binnen Rotterdam?

Het antwoord: **het URBAN COLLECTIVE.**



Street Mekka, Denemarken

Wat is het **URBAN COLLECTIVE**?

In het kort – Het URBAN COLLECTIVE is een taskforce. Een klankbordgroep van initiatiefnemers binnen de urban culture op basis van de drie pijlers: Urban Culture Arts, Urban (top)Sports en Creatief ondernemerschap. Zij vormen de schakel tussen de urban culture en de gemeente Rotterdam en zorgen voor professionalisering, verbinding en informatie. Het wordt een centraal aanspreekpunt en een platform voor iedereen die van urban culture houdt. Zo ontwikkelend we de urban cultuur samen.

Het wordt tijd dat de Rotterdamse urban culture op de kaart wordt gezet. URBAN COLLECTIVE is een taskforce, een klankbordgroep, een groep initiatiefnemers binnen de urban culture die kunnen zorgen voor ontwikkeling van de cultuur waar zij zo van houden.

Why?

Er zijn verschillende Rotterdamse talenten en urban culture initiatiefnemers actief in de stad. Zij hebben passie voor de cultuur waarin zij groot zijn geworden. Met die passie starten sommigen van hen initiatieven tot kleine ondernemingen, ze activeren de nieuwe generatie of hosten events in samenwerking met partners en gemeente Rotterdam. Voorbeelden van gepassioneerde urban, creatieve ondernemers zijn Thomas van Bemmelen (Skateland), Onur Eren (Street Spots), Aruna Vermeulen (Hiphop Huis) en zo zijn er nog ontelbare ondernemers die begonnen zijn vanuit hun passie. Echter ontbreekt er een duidelijke gezamenlijke visie en communicatie. De passie die zij hebben, dat is een gemeenschappelijke kernwaarde die zij allen kennen. Door een structuur te geven aan deze stakeholders kunnen de activiteiten en inspanningen gestroomlijnd worden en elkaar versterken. Het URBAN COLLECTIVE zorgt voor professionalisering van de urban culture sector en zorgt er voor dat 1+1 samen meer dan 2 is.

Het URBAN COLLECTIVE (huidige werktitel) gelooft in de kracht van urban culture om mensen te verbinden en om het beste uit mensen te halen.

De jongeren hebben de toekomst, en de jongeren hebben urban.

How?

Professionalisering – door ervaringen te delen binnen het collectief, zullen kleine organisaties groeien. Er worden verbindingen gemaakt tussen organisaties om elkaar te ondersteunen. Kennis overdracht vindt plaats tussen alle facetten van de urban culture. Daarnaast wordt er een structuur geboden aan de ontwikkeling van urban culture. De visie en missie worden duidelijk afgestemd en de stappen er naar toe worden in goede banen geleid. Zowel voor de verschillende community's, als voor de gemeente Rotterdam wordt de handelwijze duidelijk. Er zullen grote stappen gezet worden voor de ontwikkeling van urban culture en er worden daarmee duizenden jongeren bereikt met een passend sport en cultuur aanbod. Daarnaast krijgen verschillende initiatiefnemers de handvaten aangereikt om bonden op te starten. In samenwerking met NOC*NSF moet dit zorgen tot een professionalisering op internationaal niveau van de urban sporten. Hier kan Rotterdam Topsport een belangrijke partner in zijn.



Verbinding – het collectief zorgt actief voor het verbinden van personen binnen hun community's. Er geldt een proces met drie stappen. Namelijk ontmoeten, ontdekken en verdiepen. Er vindt veel crosssectionele activiteit plaats binnen de eerste stap van het proces. Op gemixte evenementen organiseert het URBAN COLLECTIVE de mogelijkheid voor jongeren om met verschillende culturen kennis te maken. Daarna vindt er een ontdekking plaats, waarin de jongeren aangestoken zijn door een community en het gaan uitproberen. Hier leren ze mensen kennen en testen ze de faciliteiten die ontwikkeld zijn. Er is nog genoeg mogelijkheid om tussen verschillende disciplines te switchen. In de laatste stap zullen de jongeren volledig in de cultuur worden opgenomen. Hierbij ontmoeten ze personen met zowel dezelfde kernwaarden, als dezelfde lifestyle. In al deze stappen worden op verschillende niveaus mensen met elkaar verbonden. Er worden nieuwe connecties gelegd binnen de jongeren die in aanraking komen met urban culture. Maar niet alleen bij hen, ook bij de verschillende organisaties, jongerenwerkers, urban stakeholders vindt kruisbestuiving plaats.

Informatie – Parallel aan de ontwikkeling van de urban culture zal ook de vraag naar informatie toenemen. De jongeren hebben een plek nodig waar ze meer info kunnen opvragen over een discipline. Hier treffen zij informatie over de locatie, tijden, do's en dont's van de cultuur. Het URBAN COLLECTIVE zal deze vraag voorzichtig monitoren en voorzien in de informatiebehoefte. Daarnaast ontwikkelt het URBAN COLLECTIVE hiermee de handvaten voor onderzoek en het ontwikkelen van toekomstig beleid. Het collectief zal zich ook inzetten om de jongeren in Rotterdam van geschikt sportonderwijs te voorzien. Alle Rotterdamse jongeren moeten bewust worden van het feit dat je naast de traditionele sporten, ook veel urban sport en cultuur hebt.





What?

URBAN COLLECTIVE zal zich inzetten voor het ontwikkelen van verschillende projecten, zorgen voor verbinding en zal de ontwikkeling van urban culture als doel hebben. Hierin kent zij een aantal belangrijke targets in jaar 1:

1. Urban Taskforce
2. Intentieverklaring Urban Collective 2019 - 2024
3. Urban Collective (werktitel): online platform (website en socials incl. urban map, kalender en info)
4. Events: Gezamenlijk Urban Culture Evenement
5. Projects
6. Fund

1. Urban Taskforce

Het **URBAN COLLECTIVE** zal een aantal stakeholders binnen de urban culture verenigen en vormen tot een urban werkgroep onder de noemer **URBAN COLLECTIVE**. Samen zullen zij zich inzetten voor de professionalisering en ontwikkeling van de Rotterdamse urban culture. De taskforce krijgt een openbaar gezicht door haar ambassadeurs en zal fungeren als bijvoorbeeld een Raad van Toezicht, maar alle stakeholders en ondernemers binnen urban culture in Rotterdam zullen behoren tot de **URBAN COLLECTIVE**.

De kernwaarden van de leden van dit collectief zijn:

- Passie voor urban culture
- Rotterdamse roots
- Open voor samenwerken
- Creatieve, progressieve mindset
- Denkniveau strategisch
- Vertegenwoordigen elk minimaal één van de volgende culturen:

Freerunning
Straatvoetbal
Break
Basketbal (street, 3x3)
Skateboarden
Inline/stunt step
BMX
Urban arts (graffiti)
Street fashion
Music

2. Intentieverklaring Urban Collective 2019 – 2024

Een belangrijk doel van het **URBAN COLLECTIVE** is het samenbrengen van de urban culture. Hierin zullen de stakeholders binnen het collectief, in samenwerking met de gemeente Rotterdam, een intentieverklaring ondertekenen waarin zij hun ambities uitspreken en vastleggen voor de komende 5 jaar op het gebied van Rotterdamse urban culture. In deze intentieverklaring zullen v verwachtingen worden vastgelegd op het gebied van:

Visie omtrent urban culture in de periode 2019 – 2024

Meetbare targets en plan van aanpak

Jaarlijks collectief urban culture evenement

Urban Culture Paradise

3 U: online platform

Het **URBAN COLLECTIVE** creëert een online platform voor jongeren die geïnteresseerd zijn in de urban culture. Op deze website en haar sociale kanalen is alles te vinden voor urban culture liefhebbers. Met vaste rubrieken en flitsnieuws wordt de doelgroep aangesproken en aan het platform gebonden. Het **URBAN COLLECTIVE** stimuleert niet alleen de verbinding tussen fysieke community's, maar zal ook online werken aan het ontwikkelen van een community. Daarnaast wordt er een mobiele applicatie ontwikkeld waar dezelfde informatie in real time kan worden ontvangen door de doelgroep. Push meldingen over het laatste nieuws houden de doelgroep op de hoogte. Daarnaast zal dit een belangrijk middel zijn om informatie en data te vergaren over de doelgroep. Door een applicatie te ontwikkelen verzamelen we alle data over de urban culture doelgroep die nu nog zo vaak mist.

Naast het vormen van een community zal het platform ook voorzien in de informatiebehoefte. Vragen als 'waar kan ik een les freerunnen volgen? Bij wie kan ik meer leren over straatvoetbal?' worden op de website beantwoord. De volgende onderdelen mogen niet ontbreken:

Urban Map

- Wie bevindt zich waar? Rotterdamse urban culture wordt letterlijk in kaart gebracht

Agenda

- Wat gebeurt wanneer? Alle urban culture events worden in deze kalender bijgehouden.

Info

- Contactgegevens van de verschillende stakeholders waar jongeren terecht kunnen voor vragen, informatie over de verschillende sporten en culturen en nog veel meer informatie zal te vinden zijn op de kanalen van het **URBAN COLLECTIVE**.
- Vergelijkbaar: Stadsmariniers van Rotterdam. Achtergrondinformatie, missie en visie en contactgegevens. Fungeert als trechter en kompas voor jonge urban talenten en geïnteresseerden.

Nieuws

- De laatste updates uit de Urban Culture.

Hall of Fame

- De boegbeelden van de urban culture worden hier geëerd en zullen inspiratie vormen voor de toekomstige talenten. Gelijk gekoppeld aan missie, visie en contactgegevens. Om geïnteresseerden op een laagdrempelige manier te betrekken in de cultuur.



KPI's:

- Lancering platform tijdens WOOOSH 2019
- 2020: 50.000 unieke bezoekers per maand

4 Events: Gezamenlijk Urban Culture Evenement

Met initiatieven als de Urban Culture Week en RSCW! is er een krachtige pilot gedraaid voor een urban culture evenement in Rotterdam. Met de structuur en professionalisering die het **URBAN COLLECTIVE** bewerkstelligt zal dit gezamenlijke evenement naar een hoger niveau kunnen worden getild.

Samen met Rotterdam Festivals en Rotterdam Topsport zal er gewerkt worden aan een evenement van wereldniveau. Door structuur te geven aan de organisatie en uitvoer zal er op grotere schaal betrokkenheid kunnen worden gevonden door verschillende stakeholders en partners.



Het evenement is de perfecte gelegenheid voor drie werelden om elkaar te ontmoeten. Enerzijds zijn er de absolute toppers binnen de urban culture. De wereldwijde top zal in Rotterdam gaan strijden om de felbegeerde titels binnen hun urban cultuur. Daarnaast zal er een grote groep Nederlandse en Rotterdamse urban sport en culture fans op het evenement afkomen om elkaar te ontmoeten en skills uit te wisselen. De derde groep zal bestaan uit Rotterdammers die wellicht weinig van urban culture weten, maar door het evenement in aanraking komen met de verschillende culturen. Jongeren kunnen proeven van de cultuur en komen in aanraking met gelijkgestemden en de stakeholders van het URBAN COLLECTIVE.

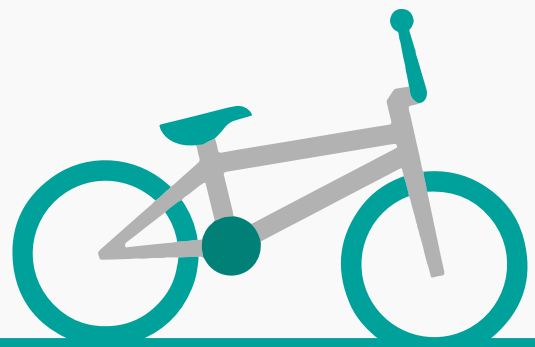
In 2019 ligt de focus op RSCW wat zal plaatsvinden in september. In de aanloop naar dit evenement zullen er tien kleinschalige evenementen kunnen worden georganiseerd, enerzijds ter promotie van RSCW en anderszijds als activering van de lokale jeugd. De initiatiefnemers tijdens RSCW worden hierin in staat gesteld om hun achterban (en nieuwe fans) op te zoeken in de wijken, om ze vervolgens aan zich te binden voor het RSCW-event.

A. Urban Sport Awards

Er bestaan nog geen sportverkiezingen voor urban sporters. Dit is een groot gemis en het organiseren van een dergelijke verkiezing zal de bekendheid en professionalisering van de sporten ten goede komen. Het URBAN COLLECTIVE, in samenwerking met gemeente Rotterdam, heeft de expertise en het netwerk om deze awards te organiseren in Rotterdam. Een jaarlijkse verkiezing om de allerbeste, opvallendste, meest innovatieve urban sporters in het zonnetje te zetten. Waarvan de eerste editie zal plaatsvinden tijdens RSCW 2019.

B. Cursus urban ondernemen

De urban sport talenten worden vaak ZZP'ers in deze sector, ze worden gevraagd voor verschillende optredens en projecten. De opdrachtgevers vragen vaak naar een factuur en KVK-gegevens. De meeste urban sporters hebben dan geen idee wat ze allemaal als zelfstandig ondernemer te wachten staat. De cursus is bedoeld voor iedereen die als zelfstandige of freelancer aan de slag wil in zijn of haar creatieve vakgebied en die goed voorbereid wil zijn op het hebben van een eigen bedrijf. Ook is deze cursus nuttig voor mensen die in loondienst zijn en te maken krijgen met het tevreden houden van klanten, deadlines, netwerkbeheer en andere zaken die je tegen kan komen in het ondernemerschap.



KPI's:

2019 aanloop naar RSCW:

- 10 mini-events vanuit 5 verschillende sporten
- Minimaal 2.500 bezoekers

Na 2019:

- 20 mini-events in de wijken
- Minimaal 5.000 bezoekers
- RSCW
- Minimaal 25.000 bezoekers

5. Projects

Het URBAN COLLECTIVE zal verschillende projecten initiëren en/of ondersteunen ten behoeve van de ontwikkeling van de urban cultuur van Rotterdam. Waaronder in jaar één:

KPI's:

- Allereerste editie tijdens WOOSH 2019
- Minimaal 200 bezoekers 2019
- 2020: 500 bezoekers



KPI's:

- 5 lessen per reeks
- Minimaal 1 reeks
- Minimaal 10 deelnemers

C. Mixed Up

Dit project moet zorgen voor een culturele samensmelting binnen urban. Zoals eerder behandeld, de culturen die we hebben bestempeld als urban, delen verschillende kernwaarden, maar zijn wel echt op zichzelf staande culturen. Met behulp van Mixed Up willen we deze culturen elkaar laten ontmoeten en laten leren van elkaar. Er worden een aantal (6-10) urban talenten geselecteerd welke samen een gemixte urban sportsshow gaan ontwikkelen. Binnen dit kader zullen ze samen gaan repeteren en van elkaar moeten leren om de verschillende disciplines op de juiste manier met elkaar te mixen. Deze show zal uitgevoerd worden in verschillende theaters en bij urban culture events.

D. Leider Sportieve Recreatie

De opleiding Leider Sportieve Recreatie (LSR) 3 is erkend door NOC*NSF en de Academie voor Sportkader van NOC*NSF. De basis is de opleiding SLR 3 met in de praktijklessen veel aandacht voor Martial Arts die veelvoudig terug komen in urban sports. Het bijzondere van deze opleiding is dat deze niet op één specifieke tak van de urban sports is gericht, maar uit gaat van de voldoende eigenvaardigheid van de cursisten in de eigen sport en daar de didactische en methodische kwaliteiten van het verantwoord en veilig lesgeven aan koppelt.

E. Urban Playground

Urban kent haar oorsprong in de grootstedelijke cultuur. Waarbij veelal het doel werd om samen met, of in samenwerking met, de stad te bewegen. Urban artiesten vormden hun kunsten naar de vormen van de stad. In de Urban Playground wordt dit omgedraaid. Urban artiesten vormen de stad. Elk jaar zal een groep jonge urban artiesten een spot in Rotterdam op hun manier kunnen invullen. De spot wordt een urban wisselbokaal en tegelijkertijd test case voor de toekomst. Elk jaar wordt de spot vernieuwd en zal een nieuwe werkgroep van urban artiesten er een nieuwe draai aan geven. Dit stimuleert innovatie in Rotterdamse urban culture en stimuleert samenwerking tussen de urban disciplines.

6. Fund

Het URBAN COLLECTIVE beheert een budget waarmee het initiatiefnemers binnen Urban Culture in Rotterdam een extra steuntje in de rug kan geven. Aanvullend op de eenmalige subsidie urban sports, geeft dit urban cultuur in Rotterdam een extra boost om zich te ontwikkelen. Subsidies zullen flexibeler kunnen worden toegekend aan initiatieven, daarnaast kan elke ondernemer binnen urban cultuur aanspraak maken op dit fonds. Hierbij wordt er geen onderscheid gemaakt tussen sport of cultuur, enkel in het feit of het wel of niet bijdraagt aan Urban Sport en Cultuur. Daarnaast kunnen zowel stichtingen, verenigingen, particulieren en ondernemingen een aanvraag doen bij het Fund for U. Hierdoor worden ook kleine ondernemers binnen de urban cultuur de handvaten geboden om hun steentje bij te dragen aan de urban cultuur.

- KPI's:**
- **Minimaal 15 Urban initiatieven ondersteunt**
 - **Minimaal bereik van 300.000 jongeren**
 - **Impact op minimaal 30.000 jongeren**

KPI's:

- **Minimaal 6 artiesten betrokken (excl. Choreograaf)**
- **Minimaal 5 repetities en 3 optredens**



KPI's:

- **Minimaal 40 uur les per reeks**
- **Minimaal 30 uur stageperiode per reeks**
- **Minimaal twee reeksen in 2019**
- **Minimaal 10 deelnemers**
- **2020: Minimaal 20 deelnemers in 4 reeksen**

KPI's:

- **Minimaal 5 deelnemers aan werkgroep**
- **Ontwikkeling Urban Playground v1 in 2019**

AMBITIE

Het **URBAN COLLECTIVE** wil urban culture op de kaart zetten, en in kaart brengen. Rotterdam leeft, heeft veel talent, maar mist nog een duidelijke visie. Het **URBAN COLLECTIVE** kan zorgen dat deze rauwe talenten op een goede manier begeleid en gemotiveerd kunnen worden. Het zal zorgen voor een professionalisering in de urban sector en zorgt voor ontwikkelingen op het gebied van sport- en cultuurparticipatie van jongeren.

Klankbordgroep

In de toekomst zijn jongeren in heel Rotterdam bekend met het **URBAN COLLECTIVE**. Het collectief is voor hen hét aanspreekpunt op het gebied van urban culture. Zij kennen de gezichten van de organisatie en herkennen zichzelf in hen. Er is een constante feedbackloop tussen de stakeholders, de doelgroep en de gemeente. Het **URBAN COLLECTIVE** dient hierin als klankbordgroep voor hen allen. Binnen dit collectief ontstaan nieuwe ideeën en worden bestaande ambities waar gemaakt.

Beleidsverbindingen sport en cultuur

In het **URBAN COLLECTIVE** komen twee werelden, die zijn gescheiden op basis van het maken van beleid, weer bij elkaar op een natuurlijke wijze. Veel culturen binnen deze groep bevinden zich op de lijn tussen cultuur en sport. Het is een breed verspreide ontwikkeling in het leven van mensen, en vooral jongeren. Cultuur en sport versmelten met elkaar, en urban culture is hier slechts een voorbeeldje van. Wat je doet hoort bij je identiteit, hoort bij de manier waarop je je kleedt, met wat voor vrienden je omgaat en hoe je in het leven staat. Sporten maakt jouw lifestyle en andersom. Het **URBAN COLLECTIVE** is de verlicaming deze samensmelting.

Onderzoek



Het is nog steeds erg lastig om concrete cijfers op te leveren wat betreft het draagvlak van urban culture. Door haar ongeorganiseerde aard vallen er geen lidmaatschappen te tellen. Het **URBAN COLLECTIVE** zal haar middelen inzetten om te zorgen voor een kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de urban cultuur. Door professionalisering van de verschillende initiatieven en een centralisatie van alle informatie zal er een grote toename zijn in de kennis op het gebied van urban culture. Voor toekomstig beleid is dit van essentieel belang.

ORGANISATIE

Het **URBAN COLLECTIVE** is een initiatief van Stichting Urban Culture Lab. Als onafhankelijke, strategische partij binnen urban culture kan zij de organisatie en samensmelting van culturen begeleiden. Één projectleider zorgt voor een centralisatie van alle initiatieven en bewaakt de missie en visie. Als rechterhand van zowel de gemeente Rotterdam, als de urban culture kan hij of zij op operationeel niveau assisteren bij het uitvoeren, plannen en managen van de verschillende projecten.



Planning (globaal)*:

10 mini-events voor RSCW19	Juli - September 2019
Ontwikkeling platform	September 2019 - Maart 2020
Oprichting Urban Taskforce: The Urban Collective	September 2019 (lancering tijdens RSCW19)
Intentieverklaring Urban Collective	September 2019 (presentative tijdens RSCW19)
20 mini-events na RSCW19	September 2019 - Februari 2020
Urban Sport Awards	September 2019 (tijdens opening RSCW19)
Mixed Up Repetities	Oktober 2019 – December 2019
Mixed Up Optreden	December 2019
Ontwikkeling businesscase Urban Culture Paradise:	Januari 2020
Urban Playground	Januari – Mei 2020
Cursus Urban Ondernemen	Februari – Maart 2020
Leider Sportieve Recreatie	Februari – Juni 2020

* Mocht de huidige projectplanning te ambitieus zijn in verband met het termijn van het toekennen van de subsidie, dan kan er gekozen worden om de plannen te richten rondom RSCW20 in September 2020.

FINANCIËN

2019 - 2020

Onderwerp	Eenheid	Prijs
Projectleider Urban Collective	1 fe	€ 50.000,-
Ontwikkelen business case Urban Culture Paradise	100 uur	€ 12.500,-
Urban collective: online platform	1	€ 55.000,-
- Website & App		
- Huisstijl en branding		
- Video- en fotoproductie		
Events	10	€ 10.000,-
- Mini-events in aanloop van RSCW 2019		
Urban Sport Awards 2019 tijdens RSCW	1	€ 15.000,-
Cursus Urban Ondernemen		€ 6.500,-
Mixed Up		€ 28.000,-
Leider Sportieve Recreatie 3	1	€ 7.500,-
Urban Playground	1	€ 15.000,-
- Bijeenkomst		
- Conceptvorming		
- Ontwerpfase		
- Opbouw		
- Programmering		
Fund	1	€ 75.000,-

Dekkingsplan:	
Totaal kosten	€ 274.500,-
Bijdrage Subsidie Urban Sports	€ 75.000,-
Bijdrage Rotterdam Festivals	€ 15.000,-
Bijdrage Rotterdam Topsport	€ 25.000,-
Bijdrage Sportbedrijf Rotterdam	€ 20.000,-
Benodigde bijdrage Citylab010	€ 139.500,-

Totaal: € 274.500,-

2020 - 2021
(toekomst)

Onderwerp	Eenheid	Prijs
Projectleider Urban Collective	1 fe	€ 50.000,-
Ontwikkelen ontwerp Urban Culture Paradise	1	€ 2.500,-
U; online platform	1	€ 1.000,-
- Doorontwikkeling		
Events for U	1	€ 100.000,-
- RSCW 2020		
Urban Sport Awards 2020 tijdens RSCW	1	€ 20.000,-
Cursus Urban Ondernemen	1	€ 6.500,-
Mixed Up	1	€ 28.000,-
Leider Sportieve Recreatie 3	1	€ 7.500,-
Urban Playground	1	€ 15.000,-
- Bijeenkomst		
- Conceptvorming		
- Ontwerpfase		
- Opbouw		
- Programmering		
Fund for U	1	€ 100.000,-

Totaal: € 330.500,-