

Rotterdam Festivals



Jaarverslag 2024

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting in Engels	4
Jaar in vogelvlucht	5
Festivals	6
Cultuurparticipatie	12
Marketing en communicatie	16
Bedrijfsvoering en personeel	19
Financiën	21
Verslag van de Raad van Toezicht	23



Voorwoord

Het jaar 2024 was succesvol en dynamisch voor Rotterdam Festivals. Met een divers festivalaanbod, mooie bezoekerscijfers en veelbelovende nieuwe initiatieven droegen we bij aan een levendig en toegankelijk cultuuraanbod in de stad. Een bijzonder hoogtepunt was onze rol in de organisatie van de Grand Départ van de Tour de France Femmes avec Zwift, 's werelds grootste wielerevenement voor vrouwen. Samen met Rotterdam Topsport en diverse cultuurpartners brachten we sport en cultuur op een unieke manier samen, wat drie dagen lang de stad en de media geel kleurde. Het was voor ons een inspirerend voorbeeld van domein overstijgend werken; iets wat we graag vaker doen.

Het jaar kende ook een onverwachte wending. Begin 2024 viel onze directeur, Renske Satijn, langdurig uit door ziekte. Dat was een ingrijpende gebeurtenis, zowel voor de organisatie als voor onze partners. In mei trad ik aan als interim-directeur van Rotterdam Festivals. Een opdracht die ik als eervol en uitdagend ervaar, maar tegelijkertijd hoop ik dat Renske in 2025 volledig herstelt.

Rotterdam Festivals is een organisatie die stevig staat. Waar ik vaak als interim-directeur word ingeschakeld bij interne of financiële problemen, trof ik hier juist een solide organisatie aan. De onderlinge samenwerking binnen het team én met externe partners is sterk en professioneel. Het managementteam heeft in de afwezigheid van de directeur het werk uitstekend voortgezet en dat verdient een groot compliment. Ook financieel staat de organisatie er goed voor. Dit is bovenal te danken aan Renske en haar inzet in de afgelopen jaren.

Onze kern blijft onveranderd: we ondersteunen en promoten het festival- en cultuuraanbod in Rotterdam en zorgen ervoor dat het aanbod aansluit bij het DNA van de stad - rauw, ondernemend en internationaal. We ondersteunen gevestigde namen als IFFR, NN North Sea Jazz Festival en MOMO Festival, maar hebben ook veel aandacht voor nieuwe initiatieven zoals The Couch en Network Festival. We baseren onze keuzes mede op onze jaarlijkse publieksonderzoeken en zetten ons daarbij in om cultuuraanbod voor alle Rotterdammers beschikbaar te

maken. The Couch, een nieuw festival op Zuid waar verschillende muziekstijlen samenkomen, is daar een goed voorbeeld van. Dit festival bereikt een jong en divers publiek dat op andere plekken in de stad minder goed bediend wordt.

We zorgen voor een cultuuraanbod dat past bij het DNA van de stad: rauw, ondernemend en internationaal. Dat Rotterdamse karakter was in 2024 op vele manieren zichtbaar en voelbaar.



Een belangrijke mijlpaal in 2024 was de verlenging van het contract met het NN North Sea Jazz Festival. Dit toonaangevende festival blijft nog minstens zeven jaar verbonden aan Rotterdam - een uitzonderlijk lange termijn in onze sector. Hieruit spreekt een groot vertrouwen in het festival en in de partners onderling. Ook kijken we met trots terug op onze samenwerking met Rotterdam Topsport en cultuurpartners tijdens de Tour de France Femmes avec Zwift, waar sport en cultuur elkaar versterkten.

Rotterdam Festivals blijft zich ontwikkelen. Voor iedere organisatie zijn er altijd mogelijkheden om de eigen kwaliteit te verhogen. Een belangrijk speerpunt is het verder onder de aandacht brengen van onze kennis en onderzoeksresultaten. Onze afdeling Cultuurparticipatie, onderzoek & expertise, waarbinnen het Culturele Doelgroepenmodel een cruciale plek inneemt, heeft veel te bieden - niet alleen voor Rotterdam, maar voor heel Nederland. Daarom zetten we in op een nog

breedere toepassing en gebruik van het model, ook in de rest van Nederland. Hierin werken we in de komende jaren nog intensiever samen met DEN, het landelijke kennisinstituut voor cultuur en digitale transformatie. In Rotterdam zelf gaan we het onderzoek naar de impact van het cultuuraanbod stevig uitbreiden.

In dit jaarverslag blikken we terug op 2024 en lichten we onze belangrijkste activiteiten en resultaten toe. We kijken ernaar uit om in 2025 samen met jullie verder te bouwen aan een bruisende stad - als bezoeker, partner en supporter van onze missie: **de stad laten leven!**

Frans Vreeke

Directeur Rotterdam Festivals ad interim

Annual Report Rotterdam Festivals

Rotterdam Festivals supports and promotes the wide range of culture and festivals offered in Rotterdam. We make sure that the events are in line with the city's DNA: raw, enterprising and international. In this annual report we look back on the year 2024.

Rotterdam Festivals looks back on a beautiful and successful year of events with excellent numbers of visitors, wonderful festival titles and very promising new events. In August 2024 the world's greatest cycling race for women came to Rotterdam: the Grand Départ of the Tour de France Femmes avec Zwift. To accompany this sports event, we organised a cultural programme in the city of Rotterdam in close collaboration with our culture partners.

Our organisation has been affected by the absence of our director Renske Satijn due to a long-term illness. We sincerely hope for her full recovery in 2025.

Festivals

Despite the increase in costs and the poor weather conditions at the beginning of the summer of 2024, many festivals still had excellent numbers of visitors. There were many unique collaborations last year, such as the O. Festival with the Dakendagen (Rotterdam Rooftop Days), the Maritime Museum with the Circusstad Festival (Circus City Festival), as well as the popular DIVA exhibition in museum Kunsthal. We also saw that new festival venues offered room for cultural innovation, for example in the Merwe-Vierhavens area.

Festivals in Rotterdam enjoyed media coverage both in the Netherlands and abroad. For example, the National Firework Show on 31 December was watched by 3 million viewers. Festivals such as MOMO Festival and Left of the Dial received praise from the press. The contract with the NN North Sea Jazz Festival was extended by another 7 years. It is a true milestone for Rotterdam to continue to host this international music event.

Free festivals such as Ketj Koti and Bevrijdingsfestival (Liberation Day) attracted large crowds in 2024. We also witnessed a few successful spin-offs last year from Zomer op Zuid held in the previous year (2023). New festivals such as The Couch and Network Festival are welcome additions to the range of culture already offered in the city of Rotterdam. What's more, Rotterdam Festivals invested in accessible and sustainable events and support for young makers.

The Grand Départ of the Tour de France Femmes avec Zwift

In August 2024, the Grand Départ of the Tour de France Femmes avec Zwift took place in Rotterdam. This sports event was accompanied by a cultural programme in the city which attracted 12,000 visitors. In close collaboration with Rotterdam Topsport, Rotterdam Festivals created a range of events combining culture and sports. The programme consisted of music, art, workshops and cycling-related events with themes such as 'Powerful Women' and 'Broaden your Horizon'. Partners such as MOMO Festival, North Sea Round Town and Circusstad Festival (Circus City Festival) contributed to this success. City dressing with 200 yellow banners and information material increased the visibility. The event was given an 8.9 out of 10 – the highest score for a sports event in Rotterdam ever.

Culture participation, research & expertise

In 2024 we continued to take major steps to strengthen the cultural sector by means of research, sharing knowledge, tools and consultancy. In 2024 our focus was on developing tools in more detail and closely collaborating with the cultural sector in how to reach the audience and make an impact. One of our most important goals is achieving a strong, data-informed sector with a widely varied audience and impact. The tools we use include the Cultural Segmentation Model (*Culturele Doelgroepenmodel*) and the Audience & Impact Dashboard (*Publiek & Impact Dashboard*).

The Cultural Segmentation Model helps cultural institutions to maximise and optimise their audience. The Model is increasingly being used throughout the Netherlands. In addition to making step-by-step plans and using various communications materials, we investigated how this Model aligns with other market segmentation models, such as the Lifestyle Finder (*Leefstijlvinder*). We also worked closely with organisations in the Netherlands such as DIP (Digital Information Platform) and the Dutch Museum Association (*Museumvereniging*).

We did a pilot project with the Audience & Impact Dashboard, allowing cultural institutions in Rotterdam to carry out surveys relatively quickly and easily. There are tailor-made surveys and the results are shown immediately providing new insights. This project will continue in 2025 due to the positive evaluation.

An important part of our mission is to increase the audience we reach and to involve a more widely varied audience. This is why we improved the standard reports in 2024, to provide organisations with insights into their audience and we updated the dashboards.

Sharing knowledge continued to be an important part of our work in 2024 in order to build a strong sector for culture and festivals. We organised knowledge meetings for professionals in our field sharing insights and exchanging best practices. We also developed tailor-made workshops to support cultural institutions in Rotterdam to strengthen their knowledge of data analysis and audience-focused approaches. We advised several cultural organisations so they could make the best possible use of the tools and data available from Rotterdam Festivals to continue to improve their strategies.

Insights based on research

In 2024 we also conducted our own research to better understand the trends and developments in the cultural sector. The studies we carried out include:

- *Onderzoek Reuring* (a study into liveliness and noise) providing us with insights into the right balance between inconvenience of events and livability in the city of Rotterdam. Nearly 80% of all citizens of Rotterdam visit one or more events every year. These events score an average of 7.6 out of 10. As many as 73% of the respondents (both visitors and non-visitors of festivals) find it important that festivals and events are organised in Rotterdam. They believe that festivals and events make the city more attractive and create a sense of community and solidarity. The majority agrees that enough measures are taken to reduce and/or prevent any inconvenience caused by events and festivals for the residents of Rotterdam.
- Festival surveys to study whether a specific event contributes to strengthening the cultural infrastructure and manages to involve a wide range of target audience groups. We ask visitors what they appreciate about the event and whether they will visit the festival again in the future. Safety and security, ticket pricing, quality of the event and city dressing also count. A total of 16 surveys were carried out, receiving an average score of 8.2 out of 10.

- A study of the Summer Carnaval (*Zomercarnaval*) to find out how this event can contribute to the visibility of culture and to the inclusiveness of cultural events.

Marketing & communication

Thanks to effective marketing & communication, Rotterdam Festivals makes its role as knowledge and expertise partner more visible in our field. We organise meetings, knowledge sessions and our website provides a great deal of information. We also work proactively with young makers via key figures in various cultural scenes.

Every year, Rotterdam Festivals organises two major networking events: the Meet-Up in the spring and the Culture & Festival Network Event in the autumn. Both events offer new inspiration and networking opportunities for culture professionals.

The corporate website of Rotterdam Festivals was updated and now offers a better structure and is more easily accessible for festival organisers. The website www.cultureledoelgroepenmodel.nl has also been improved and updated featuring an independent website and new animations.

Uitagenda Rotterdam attracted a record number of visitors and introduced new categories such as 'the night' and 'free events' as well as an English edition. Social media coverage increased significantly, with TikTok as a new channel. Offline visibility increased because of advertising on a tram, digital screens at various underground stations and additional digital screens throughout the city of Rotterdam, for example in Koopgoot shopping area and Markthal. The Uitagenda Magazine tried new formats and was distributed more strategically.

We also invested in media advertising and the campaign "Popping out of your Bubble" to encourage the citizens of Rotterdam to step outside of their cultural comfort zone.

Business operations and finance

Rotterdam Festivals invested in free festivals, including the Grand Départ of the Tour de France Femmes avec Zwift. The figures at the end of the year 2024 showed a small loss of €10.052. The total turnover was €11.887,442 in 2024. The number of locations for advertising in the city increased to 1.500 due to an increase in demand. The renovations of our office were completed and the rental agreement with Groothandelsgebouw was extended by another five years. Frans Vreeke was appointed as interim director because Renske Satijn is currently unable to work due to illness. The total number of employees of Rotterdam Festivals increased: a coordinator for city events was appointed as well as researchers for impact surveys in the culture sector.

Jaar in vogelvlucht - 2024

Rotterdam Festivals beleefde een divers en vernieuwend cultureel jaar in 2024. Deze cijfers vatten 2024 samen.



Bezoekersaantallen
evenementen

2.017.151

2023 → **2.526.694** * Inclusief Koningsdag
en Zomer op Zuid



Websitebezoekers
Uitagenda

1.245.007

2023 → **850.000**



Publiekswaardering

8,2



Kennisbijeenkomsten

24

22 sessies o.a. over werken aan publiek & impact

6 sessies over duurzaamheid

2 sessies voor nieuwe makers



85 evenementen
ontvingen een
financiële bijdrage



6 Nieuwe
evenementen in
Rotterdam



Aantal plekken voor
cultuuraffiches

1.350 naar → **1.500**

Festivals

Rotterdam Festivals kijkt terug op een mooi en geslaagd evenementenjaar. Met frisse namen, klinkende bezoekersaantallen én opvallend veel lovende media-aandacht. Dat laatste zien we als een erkenning voor jarenlang investeren, van ons en vooral van de organisatoren en het publiek.



Festivals

Het festivalseizoen kende twee gezichten. Er was wederom sprake van stijgende kosten voor organisatoren en voor sommige festivals tegenvallende kaartverkoop. Daartegenover was er veel waardering bij het publiek voor nieuwe initiatieven van organisatoren. Op de plekken die we kennen en ook op nieuwe locaties. Denk bijvoorbeeld aan het verder ontginnen van het Merwe-Vierhavensgebied, met innovatieve kunst en cultuur zoals TEC Art, Object Rotterdam, The New Current en Rotterdam Photo. ALL CAPS toog naar Beverwaard, waar de Rotterdam Street Culture Week juist verhuisde naar het centrum.

Samenwerkingen

Aan samenwerkingen geen gebrek in 2024. Zo ontwikkelden O. Festival for Opera. Music. Theatre. en de Rotterdamse Dakendagen een speciale locatievoorstelling op de Hofbogen die maar liefst door 14.000 bezoekers werd bewandeld. Ook vierde het Maritiem Museum het 150-jarig jubileum met extra culturele programmering. Dit in samenwerking met culturele partners zoals het Circusstad Festival.

Samenwerken gebeurde ook bij de populaire tentoonstelling DIVA in de Kunsthal, waar het culturele randprogramma met partijen

uit de stad de expositie versterkte en andersom. Het afscheid van burgemeester Aboutaleb werd subtiel vervlochten met het Weekend van de Romantische Muziek. Door de link met Sinfonia Maritiem Concert kreeg dit weekend een extra dimensie.

Tijdens de Rotterdam Architectuurmaand werd, in samenwerking met ZigZagCity, een crossover gemaakt tussen stedelijke ontwikkeling, beeldende kunst, architectuur en heden, verleden en toekomst van het Museumpark. Een hoogtepunt was Snakken naar Boijmans, waarmee Museum Boijmans van Beuningen met een tijdelijke openstelling en tentoonstelling het 175-jarig jubileum met het publiek kon vieren.



African Food Festival © Houcem Bellakoud

Daarnaast was het Museumpark weer beschikbaar voor evenementen. Goed nieuws voor Theaterfestival De Parade, dat hier voor het eerst sinds jaren weer neerstreek. En het Museumpark was de locatie voor de ploegenpresentatie en start van de eerste etappe van de Grand Départ van de Tour de France Femmes avec Zwift.

(Inter)nationale media-aandacht

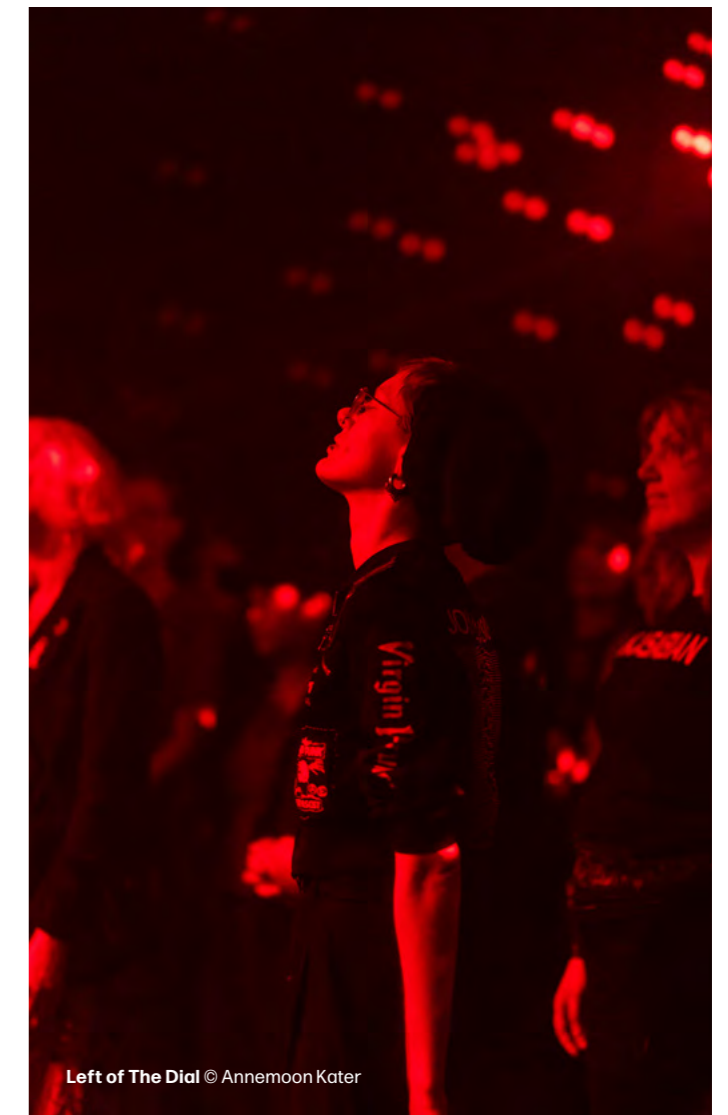
In 2024 kregen verschillende festivals landelijke en internationale media-aandacht. O. Festival, MOMO Festival, Circusstad Festival, Left of the Dial en Festival Downtown kregen lovende recensies in media zoals de Volkskrant, NRC en The Skinny. Het Nationale Vuurwerk was voor het eerst zowel op NPO 1 en NPO 2 als op RTV Rijnmond te zien, wat resulteerde in 3 miljoen kijkers. Dat is ruim drie keer meer dan de vorige editie. Left of the Dial heeft in 2024, met ondersteuning van Rotterdam Festivals, een effectief vervolg gegeven aan hun benadering van internationale media. Dit leidde tot uitstekende recensies voor zowel het festival als Rotterdam in (online) magazines en blogs uit het Verenigd Koninkrijk, België, Frankrijk en Duitsland.

“Rotterdam’s Left of the Dial isn’t like other festivals. The organisers come at it with a unique vision, and the artists who make up its lineup are its beating heart. First things first, if you didn’t already know it, Rotterdam as a city is cool as fuck.”

The Skinny, UK

Grillige weersomstandigheden

Wie een evenement aan het einde van de zomer organiseerde, had de weergoden mee. De organisatoren in de eerste helft van de zomer hadden pech met het matige weer. Voor een aantal evenementen zorgde dat voor tegenvallende bezoekersaantallen en inkomsten en moeilijke omstandigheden, zoals modderige terreinen. Dat was een bittere pil voor organisatoren van bijvoorbeeld Metropolis Festival, Reggae Woods en Network Festival. Rotterdam Festivals heeft een aantal organisatoren extra ondersteund om de geleden schade deels te compenseren.



Left of The Dial © Annemoon Kater

“De Circussolo van Diana Salles is aangrijpend door de intensiteit waarmee de prachtige transvrou haar binnenste naar buiten keert”

Annette Embrechts - ★★★ De Volkskrant

NN North Sea Jazz Festival langer in Rotterdam

Een mijlpaal in 2024 was de contractverlenging met het NN North Sea Jazz Festival. Dit internationaal gerenommeerde festival blijft nog eens zeven jaar verbonden aan de stad. Rotterdam Festivals is erg blij met deze contractverlenging, die mede te danken is aan de intensieve samenwerking tussen NN North Sea Jazz Festival, Ahoy Rotterdam, Havenbedrijf Rotterdam, de gemeente Rotterdam en Rotterdam Festivals. Daarbij kreeg North Sea Round Town weer voor vier jaar cultuursubsidie. Hierdoor kunnen we in de toekomst de synergie tussen deze twee evenementen blijven versterken.

Belang van gratis toegankelijke festivals

Het afgelopen jaar hebben we gewerkt aan een sterk en gratis toegankelijk festivalaanbod in de stad. De huidige tijdsgeest vraagt om verbondenheid en cultuur speelt hierin een belangrijke rol. Ook willen we cultuur toegankelijk houden voor iedere Rotterdammer. Hiermee onderstrepen we de maatschappelijke impact van cultuur. De komende jaren zetten we deze koers door.

De gratis toegankelijke vieringen en feesten zijn in 2024 druk bezocht, bijvoorbeeld het Bevrijdingsfestival. Rotterdam Chinese New Year, Holi Festival, Keti Koti Rotterdam, de Sinterklaasintocht, São João Rotterdam en Floating Pasar konden eveneens rekenen op hoge bezoekersaantallen.

Gratis festivals/evenementen

Provinciaal Bevrijdingsfestival

Rotterdam Chinese New Year

Floating Pasar

Holi Festival

Intocht Sinterklaas

Keti Koti Festival

Metropolis Festival

Nationale Vuurwerk

Rotterdam Unlimited Zomercarnaval

São João Rotterdam

Wereldhavendagen



Bevrijdingsfestival © Marc Nolte

Zomer op Zuid werpt vruchten af

In 2023 vestigde Rotterdam Festivals onder de noemer Zomer op Zuid de culturele aandacht op Rotterdam Zuid. Dit heeft haar vruchten afgeworpen, want afgelopen jaar vonden evenementen op Zuid plaats die voortvloeiden uit de Zomer op Zuid. Shine Festival, Toko op Zuid, de Grote Picknick op Zuid, Royal Roots Yard, 3:16 Urban Gospel Festival en de Oogstfeestparade op Zuid zijn spin-offs van Zomer op Zuid. Ook het African Food Festival was met zo'n 30.000 bezoekers, hoewel in 2024 gehouden op het Schouwburgplein, toe te schrijven aan de Zomer op Zuid; het was een doorslaand succes.

Nieuw op de festivalkalender

Het festivalseizoen kende een aantal nieuwe evenemententitels. Dit past bij een stad die zich continu wil blijven ontwikkelen. De credits hiervoor gaan naar de nieuwe makers die slimme samenwerkingen opzochten, creatieve ideeën samenvoegden, op vernieuwende wijze programmeerden en hiermee een grote diverse doelgroep aanspraken. Het Network Festival is hiervan een treffend voorbeeld. Een andere geslaagde nieuwkomer was The Couch in het Mallegatpark.

Nieuwe festivals/evenementen

The Couch

Network Festival

Yardbird

De Kade

Reggae Woods

Audio Obscura

Investeren in toegankelijke en veilige cultuur

Rotterdam Festivals investeert in een toegankelijke en veilige culturele sector. We werken daarbij onder andere samen met Rotterdam Onbeperkt van de gemeente Rotterdam. Zo droegen we bij aan een project dat Rotterdam Unlimited Zomercarnaval toegankelijk maakte voor mensen met een visuele en fysieke beperking. En Marianne Dijkshoorn van Welkom - Toegankelijkheid en Evenement heeft dankzij een financiële bijdrage van Rotterdam Festivals een toegankelijkheidsscan kunnen



The Couch © Ceyda Erdogan | @By.Ceyda

uitvoeren tijdens Culinesse. Ook kwam er een lift voor het festival Over de Bogen, zodat ook mensen met een fysieke beperking van het programma op het dak van de Hofbogen konden genieten. NN North Sea Jazz Festival, A State of Trance en de Vrienden van Amstel Live werkten samen met de Rotterdamse Uitdaging en stelden kaarten beschikbaar voor bezoekers die zich normaal gesproken geen toegangsbewijs kunnen veroorloven. Stichting Sexmatters heeft trainingen gegeven over sociale veiligheid op festivals bij onder meer Culinesse en Metropolis Festival.

Bij MOMO Festival vond een pilot plaats met het project De Nieuwkomers. Hierbij werd succesvol een brug geslagen tussen nieuwe Nederlanders en de vrijwilligerspoule van het festival. Tot slot vermeldenswaardig is de samenwerking met Superkracht, sinds afgelopen jaar nieuw in Rotterdam. Superkracht ontwikkelt voor de culturele sector de talenten van jongvolwassenen met een licht verstandelijke beperking. Na een eerste samenwerking met het MOMO Festival werkte Superkracht samen met culturele instellingen zoals Rotown en Stichting De Nieuwe Lichting. In totaal vonden tien Superkrachten hun weg naar Rotterdamse culturele organisaties.

Aandacht voor geestelijke gezondheid tijdens A State of Trance

Rotterdam Festivals droeg bij aan de zichtbaarheid en het stadsprogramma van een internationaal bekend festival dat in 2024 naar Rotterdam verhuisde: A State of Trance in Rotterdam Ahoy. Dat gebeurde onder andere met een activatie in de hal van het Centraal Station én een pop-up optreden van Armin van Buuren en Joris Voorn in een tram. Een prachtige en succesvolle samenwerking met de RET. Een belangrijk maatschappelijk thema bij dit evenement was geestelijke gezondheid. Onder de noemer A State of Mind deelde dj Armin van Buuren, onder andere aan studenten van Willem de Koning en Codarts, zijn persoonlijke mentale gezondheidsreis en besprak hoe hij zijn leven in evenwicht heeft weten te brengen. Zijn openheid sprak niet alleen de jongeren aan, maar moedigde hen ook aan om hun eigen uitdagingen te omarmen en te bespreken.

Duurzame deal: duurzaamheid blijft altijd maatwerk

In 2020 sloten elf evenementenorganisatoren, de gemeente Rotterdam en Rotterdam Festivals een duurzame deal om de duurzaamheid van evenementen te vergroten. Rotterdam Festivals investeerde in deze deal door organisatoren inhoudelijk en financieel te ondersteunen op het gebied van energietransitie, regelgeving (bijvoorbeeld over Single Use Plastic), omgaan met afval en slimme voedselkeuzes.

In 2024 hielpen we organisatoren met het verder verduurzamen van hun festival. Bijvoorbeeld met de implementatie van de Europese regelgeving rond Single Use Plastic. Het Circusstad Festival werkte aan hun ambitie om, onder de noemer Circ Cicular, geen gebruik meer te hoeven maken van plastic bekertjes of disposables. Festival Downtown en Eendracht Festival onderzochten hoe zij door blikjes te gebruiken aan de nieuwe SUP-regels konden voldoen. Verder maakten we het mede mogelijk dat bezoekers van de Wereldhavendagen een Waterstof Experience konden ervaren. De Wereldhavendagen was bovendien samen met Keti Koti Rotterdam het eerste Rotterdamse grootstedelijke evenement met een nieuw

hardcup systeem; plastic bekertjes werden geretourneerd, gewassen en opnieuw gebruikt. Tot slot deden we bij de diverse evenementen in het Zuiderpark en het Oeverpark Nesseland onderzoek naar de stroombehoeften en hoe we de energievoorziening in de toekomst kunnen verduurzamen.

We deelden onze kennis, live en via onze website en nieuwsbrieven. Dat was ook een voorwaarde uit de deal, en cruciaal om duurzaamheid in de sector een stap verder te brengen. Eind 2024 hebben we de Duurzame Deal afgerond en geëvalueerd. Kijk voor de uitgebreide evaluatie en aanbevelingen op Rotterdamfestivals.nl.

Drempels verlagen voor nieuwe makers

De eisen waaraan festivalorganisatoren moeten voldoen in Rotterdam zijn steeds hoger geworden. Vooral jonge makers ervaren drempels. En juist jonge makers zijn zo belangrijk voor de culturele vernieuwing in de stad. Door ze te helpen hun weg te vinden in (gemeentelijke) regelgeving en



financieringsmogelijkheden, helpen we drempels te verlagen. Zo dragen we bij aan hun groei en ontwikkeling én aan de culturele vernieuwing.

We organiseerden activiteiten voor nieuwe makers en initieerden nieuwe initiatieven om onze dienstverlening te blijven verbeteren. Een investering die we graag doen. Zo hebben we onder meer gevraagd welke specifieke behoeftes er leven bij groepen nieuwe makers. Dit resulteerde in een sessie die we samen met Cultuur+Ondernemen organiseerden over de financiële risico's van cultureel ondernemen. In samenwerking met Directie Veiligheid en Cultural Bridges verzorgden we een sessie over welke vergunningen nodig zijn om publieksactiviteiten in de openbare ruimte te organiseren en hoe Rotterdam Festivals daarbij kan helpen. Verder ondersteunden we stichting Pretty Girls Universe met adviesgesprekken over wat er komt kijken bij het oprichten van een stichting. Voor de bijkomende kosten stellen we een financiële bijdrage beschikbaar.

Kennis delen buiten Rotterdam

Ook met andere organisaties en steden delen we onze kennis, ervaringen en onze manier van werken. In 2024 deden we dat

met de organisaties van de Nijmeegse Vierdaagse Feesten en Molenbeek for Brussels 2030, met de steden Alkmaar, Almere, Amsterdam, Antwerpen, Dordrecht, Eindhoven, Groningen, en Utrecht. En met culturele delegaties uit Malta en Zuid-Afrika.

Impact NAVO-top op evenementenkalender beperkt

Jaarlijks stelt Rotterdam Festivals het B/C-evenementenoverzicht van Rotterdam samen. Dat doen we in samenwerking met Directie Veiligheid, de afdeling Cultuur en de betrokken diensten, waarna het College van B&W een besluit hierover neemt. Het samenstellen van de evenementenkalender voor 2025 was een grotere uitdaging dan normaal. Belangrijkste oorzaak hiervoor is de NAVO-top die in juni 2025 plaatsvindt in Den Haag. De politie-inzet die daar nodig is, is enorm en gaat ten koste van de capaciteit in de rest van het land. Dat heeft ook gevolgen voor de programmering van cultuur in onze stad. Rotterdam Festivals is er trots op dat het, dankzij de goede samenwerking met gemeente Rotterdam en diensten, zoals de politie, de veiligheidsregio en de RET, toch gelukt is om bijna alle evenementen een plek te geven op de kalender. Het betekent wel dat een aantal festivals op andere data plaatsvinden dan we gewend zijn.



Bezoekersaantallen 2024

Event	Bezoekers
3:16 Urban Gospel Festival	1122
African Food Festival	3.500
ALL CAPS	5.000
Ambitie Expeditie Villa Zebra X Tour de Femmes	2.221
Architectuur Filmfestival Rotterdam	8.200
Baroeg Open Air	10.300
BIRDFEST	1.378
Camera Japan Festival	12.000
Circusstad Festival	30.573
Circusstad X Tour de Femmes	2.000
Cross Comix	1.215
Dag én Nacht van de Architectuur	7.500
De Grote Picknick op Zuid	500
De Kade Festival	700
Design Sediments	1.200
DIVA Festival: Rotterdamse Diva's in de Schijnwerpers	-
Festival Downtown	13.525
Floating Pasar	8.500
Het Kunstenaarsbal	2.000
Het Nationale Vuurwerk	70.000
Hiphophuis Opening 'Here Comes The Neighborhood'	1.250
Holi Festival	7.500
International Dance League	-
International Film Festival Rotterdam	264.090
Keti Koti festival en podium Schouwburgplein	21.750
Left of the Dial	17.342
Make A Scene	1.100
Maritiem Museum & Tour de Femmes	* zit in Volle Zomer Maritiem Festival
Metropolis Festival	6.000
Nationale Taptoe	19.200
NETWORK	2.000
NN North Sea Jazz Festival	90.000
North Sea Round Town	125.000
O. Festival for Opera.Music.Theatre.	21.500
O. X Tour de Femmes	500
OBJECT Rotterdam	7.500
Oogstfeest Parade	6.000

Opbouwdag	2.100
Parfum de BoemBoem	2.675
Provinciaal Bevrijdingsfestival	55.000
Rotterdam Arab Film Festival	5.285
Rotterdam Architectuur Maand	93.288
Rotterdam Bluegrass Festival	12.780
Rotterdam Chinese New Year	52.000
Rotterdam Photo	4.000
Rotterdam Street Culture Week	20.000
Rotterdam Unlimited	350.000
Rotterdamse Dakendagen	29.000
Royal Roots Yard	3.000
RSCW X Tour de Femmes	10.000
São João Rotterdam	-
Shine Festival	2.600
Sinfonia Maritiem Concert	5.500
Sint Nicolaas intocht Rotterdam	20.000
Slide Factory	9.000
Snakken naar Boijmans	40.000
Spot On Sciebrouck	3.300
Stadsprogramma A State of Trance	859
Stage de Femmes @ R'dam Central Station: Café Dox X North Sea Round Town	4.400
TEC ART	3.848
Terrasbioscoop Rotterdam	2.574
The Couch	2.039
The New Current: "Transitions: Navigating Humanity in a Shifting Reality"	5.000
Tour de France Femme - Rotown	1.300
Tour De France Femme // MOMO Playground	1.275
Unity in Diversity Art Markt	1.212
Verborgen Tuinen	2.272
Volle maritieme zomer met Maritiem Festival	49.740
Weekend van de Romantische Muziek	17.000
Weelde Festival	3.785
Wereldhavendagen	400.000
Wildlife Film Festival Rotterdam	27.103
Yardbird: United Culture Festival	1.050
Totaal	2.017.151

Bezoekersaantallen worden aangeleverd door de culturele instellingen en festivalorganisatoren.



Network Festival © Artleboef

Grand Départ van de Tour de France Femmes avec Zwift verbindt sport en cultuur

's Werelds grootste wielerevenement voor vrouwen streek in augustus 2024 neer in Rotterdam: Tour de France Femmes avec Zwift. In samenwerking met onze cultuurpartners hebben we een drie dagen durend, levendig cultureel stadsprogramma neergezet. Bezoekers genoten zo van een topsportevenement én een breed aanbod aan muziek, kunst en activiteiten. Met het driedaagse culturele stadsprogramma bereikten we in totaal 12.000 bezoekers.

Samenwerking Rotterdam Topsport

Voor het evenement werkten we intensief en prettig samen met Rotterdam Topsport. In opdracht van de gemeente Rotterdam was Rotterdam Topsport verantwoordelijk voor de uitvoering van het evenement. Rotterdam Topsport vroeg ons een cultureel stadsprogramma samen te stellen en bij te dragen aan de marketing, communicatie en citydressing voor het evenement. Hierdoor kwamen de werelden van cultuur en sport mooi samen en trok het event een breed publiek. De samenwerking biedt perspectief voor de toekomst.

Onze cultuurpartners profiteerden eveneens van de Tour de France Femmes avec Zwift. Ze konden experimenteren met nieuwe programma's op nieuwe locaties, én een ander publiek bereiken.

De geslaagde Grand Départ van de Tour de France Femmes avec Zwift in Rotterdam heeft een blijvende indruk gemaakt en benadrukte opnieuw de organisatiekracht die Rotterdam kenmerkt. Samen met Rotterdam Festivals hebben we een geweldig stadsprogramma opgezet. Gedurende drie dagen genoten bezoekers van een levendig en divers aanbod van muziek, kunst en activiteiten.

Lisette Eijgelsheim – Project Directeur Grand Départ van de Tour de France Femmes avec Zwift Rotterdam Topsport

Cultureel Stadsprogramma

De Tour de France Femmes avec Zwift ging over meer dan topsportprestaties alleen. Het werd een inspirerend evenement dat fietsen en een gezonde levensstijl promootte. Net zoals sporten verruimt cultuur de werelden van mensen. De overkoepelende thema's 'Powervrouwen' en 'Vergroot je Wereld' bepaalden de inhoud van het culturele programma, dat samen met de stad kon worden beleefd.

Zo kregen alle Rotterdammers op wielen de kans om voorafgaand aan de tour over het tijdrutparcours van ruim zes kilometer te razen, en werden bezoekers muzikaal verwelkomd door acts op het podium Stage de Femmes van North Sea Round Town en in samenwerking met Café Dox in de stationshal van Rotterdam Centraal. In samenwerking met Circusstad Festival organiseerden we de openingsact voor de officiële start bij Depot Rotterdam, uitgevoerd door De Skydancers van Bencha Theater. Motel Mozaïque verzorgde een gratis muziek- en kunstfestival met live muziektoptrédens, workshops en verschillende tours. Lokale en landelijke talenten die het podium betraden, konden op veel interesse rekenen.

Ook het fietsgerelateerde stadsprogramma werd goed bezocht. Bezoekers gingen onder andere met Stichting Give a Bike in gesprek over gendernormen, fietsmythes en ideale fietsmuziek. Op de expositie Tour de Freedom leerden geïnteresseerden uitgebreid over de geschiedenis van het vrouwelijke fietsen.



Tour de France Femmes Avec Zwift © Guus van der Aa

Met veel trots kijken wij terug op twee prachtige, zonnige dagen aan de Westersingel in het hart van Rotterdam, waarbij MOMO Playground functioneerde als verbindend element binnen het bredere programma van de Tour de France Femmes.

Rick Mouwen – directeur a.i. Stichting Motel Mozaïque

In Rotown was er een clubnacht met een uitverkocht 'gele trui concert' van Sophie Straat, en een Bolletjes-barbecue met live optredens. Villa Zebra werd een gezinsvriendelijke hub voor kinderactiviteiten, waaronder de Ambitie Expeditie, een creatieve workshop voor kinderen van 7 t/m 12 jaar en een fietsparcours voor de allerkleinsten.

Citydressing en communicatie

Door de citydressing kon haast niemand om de Tour de France Femmes avec Zwift heen. Er hingen 200 gele banieren door de stad, 630 rollen stickerfolie werden verspreid onder 400 winkeliers en er werden tien informatietorens van 3,5 meter geplaatst.

Wij zorgden ervoor dat de aankleding van het cultureel stadsprogramma naadloos aansloot bij de algehele citydressing van het evenement. Het motto Watch the Femmes vormde de basis van alle communicatie-uitingen. We zetten vrouwen in de sport in de schijnwerpers en inspireerden mensen om te kijken, te vieren en te leven. Een deel van de ontwikkelde materialen wordt hergebruikt. De opbrengst hiervan gaat naar een goed doel.

415.000 bezoekers aan de drie etappes van de Tour de France Femmes avec Zwift

79% van de bezoekers vindt dat het event bijdraagt aan het imago van Rotterdam

8,9 hoogste waardering voor een sportevenement in Rotterdam ooit

Uitagenda Rotterdam zorgde voor de social media content van het cultureel stadsprogramma. Deze content werd via de kanalen van de Tour de France Femmes avec Zwift verspreid. Bezoekers wisten de informatie op de Uitagenda goed te vinden. Zo is de ontdekpagina 26.302 keer bekeken. En de TSMQR-app met het blokkenschema was in drie dagen goed voor 18.756 bezoekers.

Onze samenwerkingspartners

- MOMO Festival
- North Sea Round Town
- Circusstad Festival
- Villa Zebra
- Rotown
- RSCW
- Maritiem Museum
- O. Festival
- Kunsthal
- Nieuwe Instituut

Meer weten?

Op de [site van de Tour de France Femmes avec Zwift](#) vind je meer informatie over de gekozen strategie, impact, hoogtepunten en cijfers van dit onvergetelijke wielerevenement.

Cultuurparticipatie, onderzoek & expertise

Ons streven: een sterke cultuursector met impact én een breed publiek voor kunst en cultuur in Rotterdam. Om deze doelen te bereiken, heeft Rotterdam Festivals zich afgelopen jaar meer dan ooit gericht op data geïnformeerd werken. Want op basis van de juiste gegevens kunnen instellingen de juiste beslissingen nemen.



Cultuurparticipatie, onderzoek & expertise

Organisaties zoals musea, theaters en festivals willen steeds vaker gebruikmaken van data om inzicht te krijgen in bezoekersgedrag, voorkeuren en trends. Data helpen bij het formuleren en aanscherpen van beleid, programmering, marketingcampagnes en het bereiken van nieuwe doelgroepen. Daarnaast helpen data bij het aantonen van de maatschappelijke impact van cultuur. Door data-geïnformeerd te werken, worden keuzes gemaakt op basis van feiten in plaats van op aannames. Rotterdam Festivals stimuleert en ondersteunt culturele organisaties bij het inzetten van data, met de focus op werken aan publiek en impact.

Sterke culturele sector met impact

De maatschappelijke impact en waarde van cultuur worden steeds breder onderkend. We brengen al in kaart wie kunst en cultuur bezoekt, met behulp van het Culturele Doelgroepenmodel – het segmentatiemodel voor de culturele sector. Daarnaast heeft Rotterdam Festivals het onderwerp impact omarmd en zet zich in om dit thema beter zichtbaar en meetbaar te maken. Samen met de sector willen we onderzoeken wat het effect van cultuur is op verschillende publieksgroepen. Dat doen we door het opzetten, uitvoeren en verder ontwikkelen van impactonderzoek, en door kennis en handvatten voor organisaties te bieden. Naast het ondersteunen van instellingen op dit onderwerp, delen we de overkoepelende uitkomsten vervolgens met de cultuursector en ver daarbuiten. Dit alles past bij het werk dat we doen op het gebied van onderzoek, advies en kennisdeling. En tevens bij de manier waarop we werken: data-geïnformeerd.

Pilot Publiek & Impact dashboard

Rotterdam Festivals heeft in 2024 een pilot gedaan met het Publiek & Impact dashboard, dat we samen met Cigarbox ontwikkelden. Met dit dashboard kunnen instellingen op maat gemaakte vragenlijsten samenstellen en onderzoek doen naar hun publiek, de beleving en effecten van hun activiteiten. De instellingen kunnen direct de resultaten zien. Uiteraard is het dashboard ook gekoppeld aan de Culturele Doelgroepen. Vanaf 2025 kunnen alle culturele instellingen in Rotterdam gebruikmaken van dit dashboard. Zo ontstaat er één taal voor het onderzoek doen naar het publiek en de impact. De uitkomsten van het onderzoek kunnen instellingen

gebruiken om hun culturele activiteiten verder te optimaliseren en om te rapporteren naar hun stakeholders. Daarnaast hebben instellingen de mogelijkheid om hun uitkomsten te vergelijken met de sector via de benchmarks.

Bij de pilot zijn 25 culturele instellingen betrokken geweest. Er zijn in totaal elf onderzoeken uitgezet. Daarnaast hebben instellingen analyses gemaakt van hun publiek aan de hand van het Culturele Doelgroepenmodel. Uit de evaluatie van de pilot blijkt dat 83% van de deelnemers aan de pilot het werken met het dashboard (zeer) makkelijk vond. De gemeente Rotterdam heeft middelen beschikbaar gesteld om het Publiek & Impact dashboard ook in 2025 voort te zetten.

Vergeleken met publieksenquêtes in het verleden is het met het dashboard ontzettend makkelijk om een vragenlijst aan te maken voor verschillende evenementen. Publieks- en impactanalyses worden ineens toegankelijker.

Deelnemer aan de pilot Publiek & Impact dashboard

Groot publieksbereik

De Rotterdamse culturele instellingen hebben afgesproken dat ze samen zo veel mogelijk Rotterdammers willen laten genieten van het culturele aanbod. Samen met de instellingen werken



we aan een breed publiek. Rotterdam Festivals ondersteunt dit onder meer door het vergroten van kennis naar gedrag, wensen en behoeften van het publiek. In dit kader doen we (publieks) onderzoeken en delen we actief onze kennis.

Inzicht in publieksbereik via de jaarlijkse rapporten en dashboards

Voor alle cultuurplaninstellingen maken wij jaarlijkse rapporten. Via deze analyses krijgen instellingen inzicht in hun publieksbereik van het afgelopen jaar. Om in kaart te brengen wie we met de complete sector bereiken, doen we dit ook voor organisaties die op een andere manier worden gefinancierd. Ook brengen we met Cultuur Concreet de lokale culturele initiatieven in kaart.

In 2024 kreeg het basisrapport van de publieksanalyses met het Culturele Doelgroepenmodel een opfrisbeurt met meer uitkomsten en adviezen. Daarnaast hebben we in 2024 het dashboard over de Culturele Doelgroepen uitgebreid met informatie over

onder andere de drempels, motieven en informatiebehoeften die het publiek ervaart.

Het Culturele Doelgroepenmodel

Het Culturele Doelgroepenmodel is het segmentatiemodel voor de culturele sector om te werken aan publieksbereik. Rotterdam Festivals ontwikkelt en beheert dit model en rolt het in samenwerking met landelijke partners verder uit over het land. Het afgelopen jaar hebben we aandacht besteed aan het inhoudelijk versterken van het model, het verbeteren van de communicatie erover en aan de adaptie van het model in de rest van Nederland.

Het model in ontwikkeling

Samen met Digitaal Informatieplatform Podiumkunsten (DIP) voerden we een pilot uit om samen te werken met de publieks-

monitor, de tool die DIP beheert. Daarnaast hebben we groen licht gekregen om het profiel van de museumkaarthouders in kaart te brengen aan de hand van het Culturele Doelgroepenmodel. Dit geeft organisaties inzicht in de mogelijkheden van het inzetten van de pas. Datzelfde gaan we doen voor de pashouders van CJP, Cineville en de Rotterdamdampas.

Een andere ontwikkeling is het onderzoek naar de verhouding tussen het Culturele Doelgroepenmodel en de Leefstijlvinder Vakantie en Vrije Tijd, een segmentatiemodel dat door gemeenten wordt gebruikt om inzicht te krijgen op het gebied van toerisme. Door de beide modellen naast elkaar te leggen, wordt het gemakkelijker om verbanden te leggen. Het draagt bovendien bij aan de adaptatie van het Culturele Doelgroepenmodel in gemeenten in Nederland.

Aandacht op internationaal congres

Op het internationale congres 'Empowering the Cultural and Creative Sectors in Data-Driven Audience Development' benoemde Barbera Wolfensberger (Directeur-generaal Cultuur en Media van het ministerie van OCW) in een plenaire sessie de aanpak in Rotterdam en het Culturele Doelgroepenmodel als mooi voorbeeld.

Op weg naar landelijke standaard

De interesse in het Culturele Doelgroepenmodel neemt toe. Zowel in Rotterdam als daarbuiten. Samen met DEN werken we verder toe naar één landelijke taal en aanpak. Dit doen we door het huidige landelijke netwerk te versterken en nieuwe partners aan te sluiten. Het doel is landelijke dekking met actieve regiopartners, die samen heel Nederland bestrijken.

Op dit moment zijn zes organisaties aanspreekpunt voor organisaties in het betreffende gebied die willen werken met het model:

- Rotterdam: Rotterdam Festivals
- Den Haag: The Hague & Partners
- Amsterdam: Amsterdam & Partners
- Provincie Utrecht en stad Utrecht: Utrecht Marketing
- Provincie Brabant: Kunstloc Brabant
- Gemeentes in Zuid-Holland: Kunstgebouw Zuid-Holland

Met verschillende andere regio's, gemeentes en steden in Nederland zijn we in gesprek. Daarnaast hebben we afgelopen jaar op verschillende plekken in Nederland presentaties, sessies en workshops gegeven.

Kennis delen met cultuurmakers

De inzichten die we ophalen, delen we met alle cultuurmakers. Op basis hiervan kunnen zij hun beleid bepalen. En samen nóg beter zorgen voor een aantrekkelijk en divers culturaanbod, waar voor iedere Rotterdammer iets bij zit. Ons doel is jaarlijks minimaal tien kennissessies te organiseren. Rotterdam Festivals organiseerde in 2024 elf 'doelgroepkwartiertjes' voor 75 deelnemers en twaalf kennissessies / workshops voor 214 deelnemers.

Kennis delen

Op verschillende manieren en via verschillende platforms delen we onze kennis met uiteenlopende doelgroepen. We lichten er enkele bijzondere sessies en workshops uit.

- **Kennismaken met de drie jongste doelgroepen uit het Doelgroepenmodel**
Rotterdam Festivals organiseerde de workshop 'Kennismaken met de drie jongste doelgroepen uit het Doelgroepenmodel'. Dat deden we onder meer live tijdens een van onze jaarlijkse evenementen. Deelnemers konden aan de hand van puzzelstukken de Culturele Doelgroepen identificeren.
- **Culturele Doelgroepenmodel in de praktijk**
De kennissessie 'Het Culturele Doelgroepenmodel in de praktijk' vond in 2024 twee keer plaats. In de eerste sessie liet een data-analist aan de hand van diverse voorbeelden uit de sector zien hoe je met het Culturele Doelgroepenmodel analyses kan maken. In het najaar vertelden RPHO en Stadstheater Zoetermeer over hoe zij werken met het Culturele Doelgroepenmodel. Ze vertelden onder meer hoe zij online in gesprek zijn gegaan met een Culturele Doelgroep.



Open Monumentendag © Mark Bolk

De Culturele Doelgroepen zijn veel meer gaan leven. We hebben nu een goed beeld van de groepen; ook de verschillen zijn heel duidelijk.

Deelnemer van workshop persona maken

- **Nieuwe workshop: persona maken**
Afgelopen jaar ontwikkelde Rotterdam Festivals een workshop om een persona te maken vanuit een doelgroep van het Culturele Doelgroepenmodel. Zo'n levendig beeld helpt organisaties onder meer bij het voeren van de interne dialoog over publieksbereik en het creëren van meer draagvlak.
- **Speeddatesessie voor Rotterdamse organisaties**
Ieder jaar ontvangen Rotterdamse culturele organisaties inzicht in hun publieksbereik. Met de uitkomsten kunnen zij aan de slag. Na een korte introductie gingen de culturele organisaties kort één op één in gesprek met een andere culturele organisatie over hun publieksbereik, ervaring, wensen en ambities om zo kennis uit te wisselen en mee te denken met elkaar.



Bluegrass Festival © Johannes Odé

Onderzoeken

Rotterdam Festivals doet voortdurend onderzoek naar de behoeften en wensen van cultuurpubliek. Die onderzoeken worden altijd gekoppeld aan de doelgroepen uit het Culturele Doelgroepenmodel. De uitkomsten, die we gratis via onze kennisbank beschikbaar stellen, geven inzichten voor iedereen die actief is in de cultuursector. Daarnaast delen we relevante onderzoeken van derden en doen we onderzoeken in het kader van onze eigen activiteiten.

Publiekswaardering

Rotterdam Festivals heeft in 2024 onderzoek gedaan naar de publiekswaardering van festivals en evenementen. We vroegen onder meer naar de waardering van bezoekers en of ze het evenement nog een keer willen bezoeken. Ook veiligheid, prijs, kwaliteit en aankleding werden onderzocht. In totaal zijn er zestien evenementen onderzocht. De gemiddelde waardering van bezoekers was een 8,2.

De inflatie was ook bij de festivals te merken in de prijzen van toegang en consumpties. De prijs/kwaliteitverhouding werd van de ondervraagde aspecten gemiddeld het laagste beoordeeld met een 7,6, een daling ten opzichte van 2022, toen dit onderdeel een 7,8 kreeg. De hoogste gemiddelde beoordeling kreeg het aspect 'gevoel van veiligheid': 8,8.

Onderzoek naar balans tussen rust en reuring

In augustus 2024 heeft Rotterdam Festivals onder de bewoners van Rotterdam een onderzoek laten verrichten naar hoe bewoners festivals en evenementen in de stad beleven. Aanleiding was de maatschappelijke discussie over dit onderwerp. Bijna 80% van de Rotterdammers bezoekt jaarlijks een of meerdere evenementen en waardeert deze gemiddeld met een 7,6. In totaal 73% van de ondervraagden (zowel bezoekers als niet-bezoekers van festivals) vinden het belangrijk dat er festivals en evenementen in Rotterdam worden georganiseerd. Zij vinden dat festivals en evenementen zorgen voor een aantrekkelijke stad en een groter gevoel voor gemeenschap en saamhorigheid. De meerderheid vindt dat er voldoende maatregelen worden genomen om ongemak voor de inwoners te voorkomen, zowel in het algemeen (76%) als bij het festival zelf (86%). De meeste Rotterdammers kunnen de evenementen in de stad waarderen en accepteren ook enige vorm van overlast.

Onderzoek Rotterdam Unlimited Zomercarnaval

Rotterdam Festivals heeft samen met Rotterdam Unlimited Zomercarnaval een onderzoek uitgevoerd naar de verwachtingen en wensen die bezoekers en niet-bezoekers hebben ten aanzien van het Zomercarnaval. Aanleiding voor het onderzoek waren de extra veiligheidsmaatregelen die vanaf 2024 van kracht zijn geworden. Uit het onderzoek, waaraan 1.800 personen hebben deelgenomen, komt naar voren dat de Zomercarnaval straatparade de meest populaire en een van de meest gewaardeerde activiteiten van het Zomercarnaval is. Het is de 'publiekstrekker' van het carnaval. Andere programma's die veel worden bezocht en gewaardeerd zijn het podiumprogramma op de Coolsingel na afloop van de parade, festivalmarkt Mercado en het gratis toegankelijke programma met brassbands op de Coolsingel op vrijdagavond.

Een van de belangrijkste conclusies uit het onderzoek is dan ook dat het (potentiële) publiek graag een terugkeer van dit programma op vrijdagavond op de Coolsingel ziet. Deze bevindingen uit het onderzoek hebben we gebruikt als onderbouwing voor ons advies aan de gemeente Rotterdam over het B/C-evenementenoverzicht.



Rotterdam Unlimited Zomercarnaval © MKras

Marketing en communicatie

Rotterdam Festivals ondersteunt en promoot festival- en cultuuraanbod dat past bij het DNA van de stad: rauw, internationaal en ondernemend. Met doeltreffende en verfrissende marketing en communicatie geven we invulling aan onze missie.



Marketing en communicatie

Rotterdam Festivals is steeds beter in staat haar kennis- en expertiserol voor de culturele sector op de kaart te zetten. Dit doen we met bijeenkomsten gericht op kennisoverdracht, inspiratie en verbinding én met een informatieve website. Ook hebben we een eerste bijeenkomst voor nieuwe makers georganiseerd. Daarnaast blijkt ook onze marketing- en communicatiestrategie richting publiek effectief: het aantal bezoekers van onze website steeg het afgelopen jaar met bijna 50%.

Zakelijke communicatie: focus op kennis- en expertiserol

In ons [meeriarenbeleidsplan](#) staat dat we onze kennis- en expertiserol in de culturele sector willen verstevigen en zichtbaarder willen maken. Ten behoeve van het doel van een aantrekkelijke en levendige stad, is het belangrijk om voortdurend in gesprek te blijven met het openbaar bestuur, de cultuuraanbieders en organisatoren over ontwikkelingen in de sector. We signaleren, adviseren, verbinden, delen en informeren actief. Dit doen we in onze rol als verbinder en in onze kennis- en expertrol.

Kennis delen en verbinden op Rotterdam Festivals bijeenkomsten

Onze rol als verbinder en kennisdeler pakken we proactief op. Daarom organiseert Rotterdam Festivals twee keer per jaar een grote bijeenkomst voor de culturele sector.

In het voorjaar was dat de Meet-up (nieuwe naam) in LantarenVenster. Deze jaarlijkse bijeenkomst staat in het teken van kennisdeling, inspiratie en netwerken. Naast kennissessies over impact meten, het Culturele Doelgroepenmodel en AI voor marketing en communicatie konden aanwezig ook inspiratie halen uit de best practices van het MOMO Festival, Circusstad Rotterdam en Museumnacht.

In het najaar stond in Brutus de Cultuur- & Festivalborrel op het programma. Hier kwamen cultuur- en festivalcollega's samen om elkaar te ontmoeten, kennis uit te wisselen, inspiratie op te doen, elkaar te inspireren én te vieren dat we samen de stad levendig maken. We startten de borrel dit jaar met een indrukwekkende mash-up van muziek, opera en acrobatiek. Daarnaast vond tijdens de borrel traditiegetrouw de uitreiking van de Cultuurpenning en de Doro Siepelprijs plaats door Said Kasmi, wethouder Onderwijs, Cultuur en Evenementen.

Naast onze corporate bijeenkomsten zoeken we actief jonge nieuwe makers op. Dat gebeurt onder andere via sleutelfiguren met een breed netwerk in een bepaalde culturele scene.



Website vernieuwd

Ook via online kanalen maken we de juiste informatie toegankelijk voor de juiste doelgroep, zoals via onze corporate website, rotterdamfestivals.nl. Het afgelopen jaar hebben we onze website flink vernieuwd en verbeterd. Een heldere structuur met nieuwe informatieve en instructieve teksten, gecombineerd met ondersteunende artikelen, interviews en blogs, maken de informatie en spelregels over het organiseren van een festival of evenement in de stad toegankelijker én beter vindbaar voor makers en festivalorganisatoren.

Communicatie over Culturele Doelgroepenmodel

Exemplarisch voor onze kennis- en expertiserol is het Culturele Doelgroepenmodel, dat wij zelf ontwikkelen en beheren en landelijk kan worden toegepast. In 2024 hebben we meer aandacht besteed aan de communicatie over dit model, onder meer door de zelfstandige website cultureledoelgroepenmodel.nl te herstructureren en te verrijken. Bovendien zijn animaties ontwikkeld die de informatie over het model toegankelijker maken.

Uitagenda Rotterdam: recordaantal bezoekers van de website

Cultuurbezoekers bereiken we onder andere via Uitagenda Rotterdam. Met de website behaalden we klinkende bereikcijfers in

Bezoekers website



2023 → 850.000

2024 → 1.245.007

Instagram Groei van 8.830 volgers



2023 24.368

2024 33.198

2024; een forse stijging van het aantal bezoekers ten opzichte van het jaar ervoor. Ook zien we dat bezoekers een stuk actiever zijn op de site en langer blijven hangen. De content die wij maken, is dus interessant, net als de programmering van de organisatoren in de stad. We hebben extra aandacht besteed aan zoekoptimalisatie (seo). Daarnaast voegden we nieuwe en relevante rubrieken toe op de website, zoals een nachtrubriek. Bovendien is het genre 'gratis' toegevoegd en wordt elke locatie op de website voorzien van toegankelijkheidsinformatie. Tot slot hebben we grote delen van de website ook in het Engels vertaald. Op al deze manieren worden meer en andere doelgroepen aangesproken.

Ook met de wekelijkse Uitmail hebben we professionaliseringslagen gemaakt. We hebben volop getest met het personaliseren van de mails. Aangezien we nu genoeg data hebben van onze nieuwsbriefinschrijvers, krijgt iedereen een mail gebaseerd op zijn of haar interesse. Door personalisatie van de nieuwsbrief maken we de inhoud relevanter voor de diverse doelgroepen.

Bereik online kanalen uitgebreid

Rotterdam Festivals heeft daarnaast verschillende social mediakanalen omarmd of uitgebreid. Zo zijn we afgelopen jaar begonnen met TikTok, naast onze bestaande kanalen Instagram en Facebook. Voor die laatste twee maakten we een mooie groei door. En met TikTok boren we een jongere doelgroep aan, die we op deze aanvullende manier proberen te bereiken en aan te spreken met culturele programmering.

TikTok



1.706 Volgers

(+11 miljoen videoweergaves)

Facebook Groei van 666 volgers



2023 61.068

2024 61.734

Op meer plekken zichtbaar in de stad

Natuurlijk willen we niet alleen online zichtbaar zijn. Maar zeker ook in de stad. Want dáár gebeurt het. Rotterdammers en bezoekers van de stad kwamen de Uitagenda Rotterdam op steeds meer plekken tegen. Zo reed er het hele jaar door een Uitagenda Rotterdam tram door de stad. Ook hadden we in samenwerking met de RET een aantal keer in het jaar zichtbaarheid voor de culturele programmering op schermen in de metrostations. En de uitingen van Rotterdam Festivals waren op meer digitale schermen in de stad te zien: van twee naar zes plekken. Ook het aantal plekken voor postercampagnes (CAR) groeide. 'Wat ga jij doen vandaag?'; een herkenbare slogan op iedere straathoek.

Experimenteren met Uitagenda Magazine

Iedere twee maanden verscheen het Uitagenda Magazine. Sinds afgelopen jaar wordt het magazine met een bestickerde Uitagenda bakfiets bezorgd, weer een extra zichtbaar en herkenbaar element in de stad. Voor het magazine schuwden we het experiment niet, zowel in inhoud als in vorm. Zo hebben we een editie uitgebracht met een buiten- en binnenummer in één. Dikker, en op twee manieren te lezen. De ene kant van het blad had de focus op buitenactiviteiten en als je het omdraaide heb je een editie voor binnenactiviteiten in je handen. Ook maakten we een compleet nachtnummer; een ode aan het nachtleven van Rotterdam.

Bovendien werken we sinds 2024 met een nieuwe verspreider. We weten nu precies waar onze magazines liggen in Rotterdam,

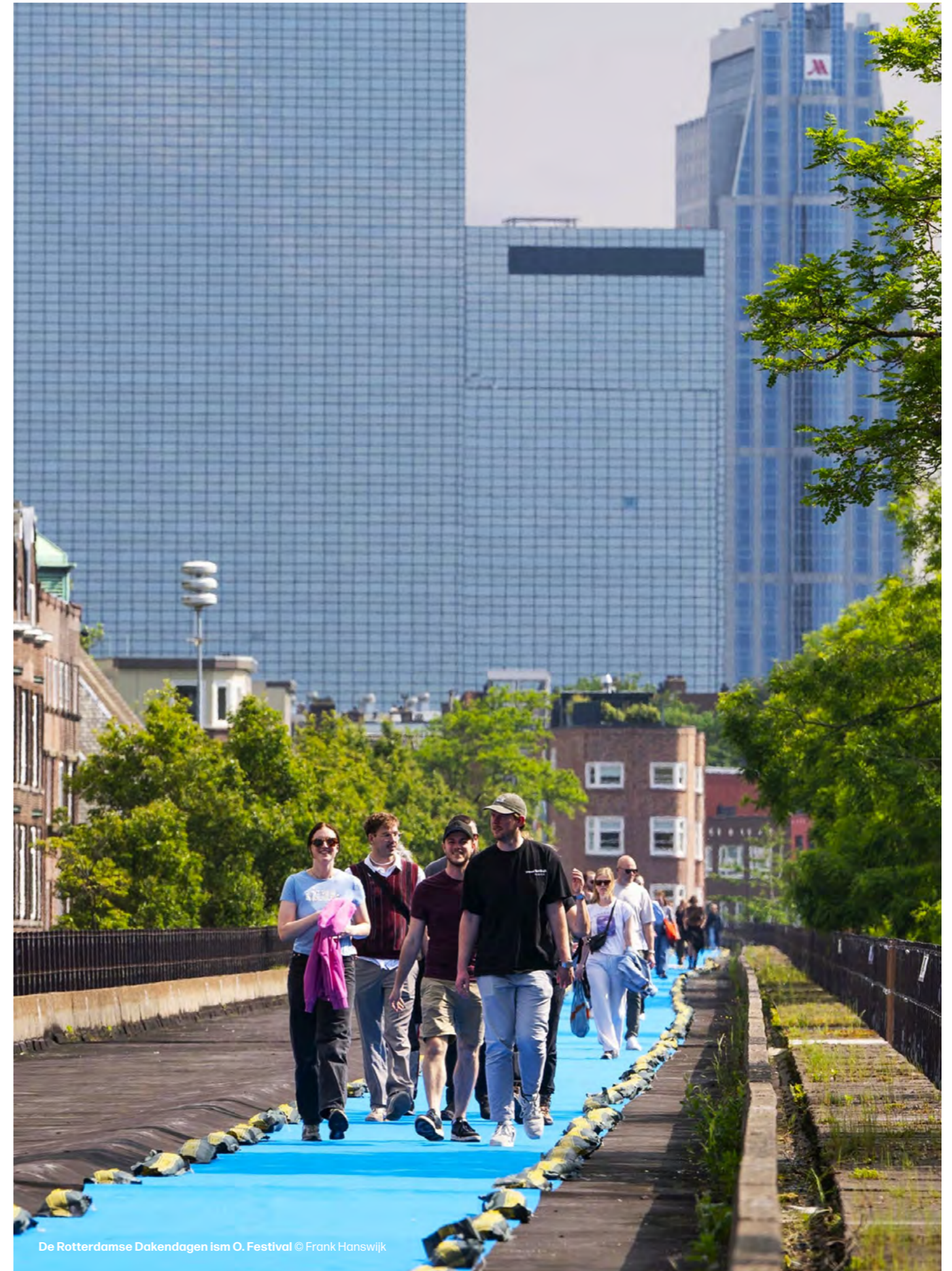
hoeveel exemplaren er terugkomen en we zorgen ervoor dat ze in mooie netmanden of displays worden gepresenteerd. Door deze data kunnen we dit proces nog beter gaan optimaliseren en zullen hopelijk nog meer Rotterdammers ons blad lezen.

Adverteren in media blijft effectief

Rotterdam Festivals heeft in 2024 de advertenties in de verschillende regionale media voorgezet. Zo verschijnt een maandelijkse bijdrage in het AD, en in iedere editie van de Havenloods staat een agenda. Ook de creatieve content op Indebuurt.nl scoort goed.

Pop uit je bubbel

De online campagne Pop uit je Bubbel verleidt bezoekers om hun culturele interesses te vergroten. In 2024 vond deze campagne twee keer plaats, in de zomer en in de winter.



De Rotterdamse Dakendagen ism O. Festival © Frank Hanswijk

Bedrijfsvoering en personeel

De herinrichting van het kantoor is afgerond, het team van Rotterdam Festivals uitgebreid. Vanuit een sterk fundament zetten we ons in om de stad te laten leven.



Facilitair

Rotterdam Festivals wil toegankelijk zijn voor iedere partner in de culturele sector. Daar helpt de centrale plek in het Groothandelsgebouw bij. Vanaf 2025 is het huurcontract met vijf jaar verlengd. Daarnaast is afgelopen jaar de interne verbouwing van ons kantoor succesvol afgerond. Door slimme, duurzame aanpassingen en hergebruik van meubilair hebben we een eigentijdse, ruime en huiselijke werkplek gecreëerd, in de huisstijl van Rotterdam Festivals.

Personeel

Door de langdurige ziekte van directeur Renske Satijn is halverwege 2024 Frans Vreeke aangesteld als interim directeur. Verder is het team Festivals uitgebreid met een tweede coördinator Stedelijke Evenementen. Ook op het gebied van onderzoek heeft Rotterdam Festivals het team kunnen uitbreiden, in eerste instantie voor een onderzoek naar de maatschappelijke impact van cultuur.



Team Rotterdam Festivals © Gaby Jongenelen

Directie

Renske Satijn - Directeur / bestuurder

- Lid Raad van Advies Inholland Rotterdam eo
- Bestuurder Stichting Nationale Evenementenprijzen

MT-leden

Arjan Bouwers - Manager Bedrijfsvoering

Franc Faaij - Manager Festivalteam

- Lid Raad van Toezicht SPRING Performing Arts Festival, Utrecht
- Lid adviescommissie Kwalitatieve criteria evenementen, gemeente Utrecht
- Bestuurslid Stichting Nationale Evenementenprijzen

Mariska van Elsen - Hoofd Cultuurparticipatie / Onderzoek & Expertise

- Extern deskundige bij afstudeerzittingen Hogeschool Rotterdam / opleiding Leisure & Events Management van de Willem de Kooning Academie Hogeschool Rotterdam

Marly Oosterwijk - Manager Marketing & Communicatie

Medewerkers

Annick Beukers - Coördinator Stedelijke Evenementen

Charlotte Schillemans - Projectleider Festivals en Strategisch adviseur

Dion Jongerius - Medewerker Bedrijfsvoering

Eielse van Arendonk - Barends - Brand Manager Uitagenda

Emma Dellius - Junior Projectleider Festivals

Eric Elphick - Senior Medewerker Onderzoek

Eva Lemstra - Medewerker Onderzoek & Expertise

- Bestuurslid Grafische Werkplaats Den Haag

Fauve Smits - Trafficmedewerker

Gerdine Kruik - Senior Marketing- en Communicatieadviseur

Hedwig Hupkes - Senior Projectleider Festivals

- Lid Beroepenveldcommissie LEM (Leisure & Events Management) van de Willem De Koning - Hogeschool Rotterdam

Jeroen Veenstra - Online Content Redacteur

Joost Trines - Coördinator Stedelijke Evenementen

Kels Xuan - Junior Projectleider Festivals

Lisanne Meeder - Medewerker Onderzoek

Manon van der Velde - HR Adviseur | Directie Assistent

Maureen Al - Trafficmedewerker

Monique Kras - Managementassistent

Petra Kalkman - Managementassistent Festivals

Sophie Kreuze - Hoofdredacteur Uitagenda Rotterdam

Financiën

In dit jaarverslag presenteren we de belangrijke financiële kerncijfers van Rotterdam Festivals over 2024.



Financiële resultaten

Het afgelopen jaar heeft Rotterdam Festivals willen investeren in het gratis festivalaanbod in de stad. Dat gebeurde onder andere door een bedrag te reserveren voor de festiviteiten rond de Tour de France Femmes avec Zwift. Hiervoor spraken wij onze bestemmingsreserves aan. Daarmee calculeerden we een verlies in, dat door een efficiënte bedrijfsvoering kleiner uitpakte dan we aanvankelijk verwachtten. Rotterdam Festivals heeft 2024 afgesloten met een klein verlies van € 10.052. Onze omzet in 2024 was € 11.887.442.

Inkomsten uit CAR

Rotterdam Festivals genereert advertentie-inkomsten uit CAR. Het aanbod aan plekken in de stad om te afficheren is afgelopen jaar uitgebreid van 1.350 naar 1.500. Dit hebben we met de gemeente Rotterdam afgesproken, omdat de vraag uit de culturele sector om posters in de stad op te hangen groeide. We zijn blij dat de mogelijkheden voor culturele instellingen om te adverteren in de stad zijn toegenomen.



Financiële bijdragen aan festivals

Internationaal Film Festival Rotterdam	€ 40.000	De Kade Festival	€ 5.000
Beeldende Kunst en Design Festivals		DIVA Festival: Rotterdamse Diva's in de Schijnwerpers	€ 30.000
The New Current	€ 22.000	Eendracht Festival 2024	€ 1.000
Design Sediments	€ 10.000	Festival Downtown	€ 55.860
TEC ART	€ 40.000	Floating Pasar	€ 12.500
Het Kunstenaarsbal	€ 12.500	Het Nationale Vuurwerk	€ 814.100
OBJECT Rotterdam	€ 22.500	Hiphophuis Opening 'Here Comes The Neighborhood'	€ 5.000
Rotterdam Photo	€ 14.000	Holi Festival	€ 35.000
Unity in Diversity Art Markt	€ 12.500	Keti Koti festival	€ 112.217
Maritiem Weekend		Kingsland	€ 800
Sinfonia Maritiem Concert	€ 20.000	Left of the Dial	€ 45.800
Volle maritieme zomer met Maritiem Festival	€ 75.000	Make A Scene	€ 15.000
Wereldhavendagen	€ 388.600	Maritiem Museum & Tour de Femmes	€ 31.335
Jazz Weken		Metropolis Festival	€ 321.678
NN North Sea Jazz Festival	€ 912.000	MOMO Festival	€ 2.756
North Sea Round Town	€ 209.200	Nationale Taptoe	€ 244.900
Rotterdam Street Culture Week		NETWORK	€ 43.500
ALL CAPS	€ 125.000	O. Festival for Opera.Music.Theatre.	€ 442.800
International Dance League	€ 30.000	O. X Tour de Femmes	€ 4.750
Rotterdam Street Culture Week	€ 150.000	Oogstfeest Parade	€ 10.000
Rotterdam Architectuur Maand		Pretty Girl Universe	€ 6.000
Dag én Nacht van de Architectuur	€ 40.000	Provinciaal Bevrijdingsfestival	€ 179.500
Opbouwdag	€ 10.000	Re-branding Rotterdam Art Week	€ 10.000
Parfum de BoemBoem	€ 23.500	Rotterdam Arab Film Festival	€ 103.400
Rotterdam Architectuur Maand	€ 210.000	Rotterdam Bluegrass Festival	€ 70.000
Snakken naar Boijmans	€ 80.000	Rotterdam Chinese New Year	€ 70.000
Verborgten Tuinen	€ 4.000	Rotterdamse Dakendagen	€ 175.100
Rotterdam Topsport Sportevenementen	€ 32.000	Rotterdam Unlimited	€ 1.133.400
Festivals algemeen		Royal Roots Yard	€ 6.200
3:16 Urban Gospel Festival	€ 25.000	RSCW X Tour de Femmes	€ 10.650
A State of Trance	€ 50.000	São João Rotterdam	€ 35.000
African Food Festival	€ 25.000	Shine Festival	€ 45.000
Ambitie Expeditie Villa Zebra X Tour de Femmes	€ 21.000	Sint Nicolaas intocht Rotterdam	€ 45.100
Architectuur Filmfestival Rotterdam	€ 68.200	Slide Factory	€ 10.000
Baroeg Open Air	€ 34.120	Spot on Sciebroeck	€ 5.500
BIRDFEST	€ 20.000	Stage de Femmes @ R'dam Central Station: Café	€ 29.950
BLUE Festival	€ 1.750	Dox X North Sea Round Town	
Camera Japan Festival	€ 27.500	Superkracht	€ 15.000
Circusstad Festival	€ 314.120	Terrasbioscoop Rotterdam	€ 8.000
Circusstad X Tour de Femmes	€ 25.900	The Couch	€ 25.000
Crazy Sexy Cool	€ 2.750	Toffler Festival	€ 5.000
Cross Comix	€ 87.768	Toko op Zuid	€ 30.000
Culinesse	€ 5.250	Tour de France Femme - Rotown	€ 12.400
De Grote Picknick op Zuid	€ 22.500	Tour De France Femme // MOMO Playground	€ 153.882
		Weekend van de Romantische Muziek	€ 33.000
		Weelde Festival	€ 30.000
		Wildlife Film Festival Rotterdam	€ 20.000
		Yarbird: United Culture Festival	€ 8.000
		Totaal	€ 7.722.736

Verlag van de Raad van Toezicht



Verslag van de Raad van Toezicht

Geachte lezer,

Als Raad van Toezicht van Rotterdam Festivals kijken we terug op een zeer geslaagd cultuur- en festivaljaar met een ruim en divers aanbod. Het team heeft voor 2024 een mooie en diverse festivalkalender kunnen opstellen en heeft menig organisator kunnen helpen bij de uitvoering. Daarbij is de Raad van Toezicht tevreden over de extra aandacht die het team heeft gegeven aan thema's als Diversiteit & Inclusiviteit (toegankelijkheid) en duurzaamheid bij festivals. Het is goed te zien dat het team zich hierin heeft verdiept, 'best practices' heeft opgehaald en samen met stakeholders tot mooie innovaties is gekomen.

In samenwerking met Rotterdam Festivals zijn in 2024 een aantal nieuwe festivals van de grond gekomen, zoals The Couch en Network Festival. Spraakmakend was onze bijdrage aan de Grand Départ van de Tour de France Femmes avec Zwift. Samen met Rotterdam Topsport organiseerden we een geslaagd evenement met topsport en cultuur in de gemeente Rotterdam. De Raad van Toezicht is tijdens de vergaderingen en daarbuiten steeds goed aangesloten gebleven bij alle activiteiten en is absoluut trots op het eindresultaat dat het team van Rotterdam Festivals samen met diverse organisatoren heeft neergezet. De leden van de Raad van Toezicht zijn ook persoonlijk aanwezig geweest bij verschillende kleine en grotere festivals, zoals A State of Trance, MOMO Festival, het Rotterdam Unlimited Zomercarnaval en het NN North Sea Jazz festival.

In 2024 zijn de uitdagingen voor festivals en evenementen in vergelijking met 2023 niet kleiner geworden. De kostenstijgingen in de sector houden bepaald geen gelijke tred met de ontwikkeling van de inkomsten. In enkele gevallen leidde dit tot afvallers in het evenementendomein. Gelukkig staan daar nieuwkomers tegenover. Met de nieuwe cultuurnota 2025 - 2028 bestaat voor alle partijen duidelijkheid voor de komende vier jaar. Drie grote evenementen worden niet langer door de gemeente gesubsidieerd. Daarnaast is er € 300.000 bezuinigd op het budget van Rotterdam Festivals en eveneens € 300.000 op het Evenementenfonds Cultuur.

Als Raad van Toezicht kijken we met waardering naar de samenwerking tussen de gemeente en Rotterdam Festivals en zijn we blij dat de vruchtbare samenwerking zich ook in de komende vier jaar voortzet. We zien dit ook als een groot compliment aan het team.

De Raad van Toezicht bestond in 2024 uit zes leden met ruime ervaring binnen het bedrijfsleven en het openbaar bestuur. De leden beschikken, in lijn met de behoefte van de organisatie, over specifieke kennis op het gebied van marketing en communicatie, juridische en governance gerelateerde zaken, financiën, culturele zaken en stedelijke ontwikkeling.

In 2024 is de Raad van Toezicht vier keer bij elkaar gekomen voor de reguliere vergaderingen met het bestuur. In deze vergaderingen is onder andere gesproken over: inhoudelijk en financieel jaarverslag 2023, de KPI's, de externe vertrouwenspersoon, het jaarplan en de begroting 2025. Tijdens de vergaderingen hebben medewerkers van Rotterdam Festivals presentaties gegeven over onderwerpen als: de resultaten van het tweejaarlijks publieksonderzoek, het stadsprogramma van de Tour de France Femmes avec Zwift, het Culturele Doelgroepenmodel, de samenstelling van de B/C evenementenkalender, het onderzoek over 'rust & reuring' en de zakelijke communicatiestrategie. Daarnaast heeft de Raad van Toezicht diverse keren overleg gehad over de te betreuren

langdurige uitval van de directeur van Rotterdam Festivals. Hierin heeft de Raad van Toezicht zich ingespannen om het team met raad en daad bij te staan en een interim-directeur aangesteld om het team van Rotterdam Festivals te versterken. Een aantal leden van de Raad van Toezicht hebben deelgenomen aan een kennisuitwisselingsprogramma voor toezichthouders in de culturele sector.

De leden van de Raad van Toezicht zijn, naast toezichthouder, werkgever, sparringpartner en adviseur, met veel plezier en trots ambassadeurs voor de organisatie van Rotterdam Festivals. Vanuit een grote betrokkenheid bij de stad zet de Raad van Toezicht zich in om het culturele klimaat en daarmee de aantrekkelijkheid van Rotterdam te versterken.

Wij danken het team van Rotterdam Festivals voor hun tomeloze inzet in uitdagende tijden en zijn trots op wat het team in 2024 allemaal heeft kunnen organiseren en ondersteunen.

Vivienne de Leeuw,
Voorzitter Raad van Toezicht Rotterdam Festivals

Feiten

Governance Code Cultuur
Rotterdam Festivals volgt de Governance Code Cultuur. Deze code biedt een normatief kader voor goed bestuur en toezicht in culturele organisaties. Daarmee laten de verantwoordelijke bestuurders en toezichthouders aan de buitenwereld zien wat de gangbare standaarden zijn voor goed bestuur in de cultuursector.

Vaststelling
Het jaarverslag alsmede de jaarrekening 2024 zijn op 13 maart 2025 vastgesteld door de Raad van Toezicht.

Raad van Toezicht, samenstelling per 31 december 2024

Vivienne de Leeuw (voorzitter)

- CFO Havenbedrijf Rotterdam
- Voorzitter Raad van Commissarissen Portbase
- Voorzitter SmartPort
- Voorzitter PortXL Stichtingsbestuur
- Voorzitter Cruise Policy Board

Merel van Delft - van Thiel (secretaris)

- Partner/Consultant bij 'De Nieuwe Secretaris'
- Lid van Raad van Toezicht Stichting Toys 'n Wrap
- Lid en Secretaris Ouderraad Erasmiaans Gymnasium (Rotterdam)

Ron van der Jagt

- Directeur Koninklijke Nederlandse Vereniging van Rentmeesters
- Voorzitter bestuur branchevereniging VACO
- Lid algemeen bestuur Koninklijke vereniging MKB Nederland
- Lid Raad van Commissarissen KWH, kennisinstituut woningcorporatiesector
- Lid Raad van Toezicht School's cool Nederland

Mike Bindraban

- Managing Consultant & Senior Plus bij EMMA Experts in Media & Maatschappij
- Adviseur Fonds Podiumkunsten

Mickel Beckers

- Gemeentesecretaris / Algemeen Directeur gemeente Lansingerland
- Coördinerend Gemeentesecretaris voor de Veiligheidsregio Rotterdam Rijnmond

Bülent Sel

- Algemeen Directeur / CEO Hell's Kitchen Horeca Groep

Colofon

Projectleiding

Marly Oosterwijk, Rotterdam Festivals

Projectcoördinatie

Monique Kras, Rotterdam Festivals

Tekst en interviews

Matthijs Timmers, Bureau Goed Verhaal

Ontwerp

Tymen Cieraad, Buro Goedwijs

Partners, dank jullie wel!

Waar zouden we zijn zonder jullie? Alle activiteiten konden we realiseren dankzij gemeente Rotterdam, onze belangrijkste opdrachtgever, waarvan we al dertig jaar vertrouwen en steun krijgen, waardoor we vooruit kunnen kijken en resultaten kunnen halen. En natuurlijk dankzij de samenwerking met al onze fantastische initiatiefnemers, organisatoren, culturele instellingen in en buiten Rotterdam, ondernemers, onderwijsinstellingen, ondersteunende diensten en adviseurs. Samen met jullie maken we de stad mooier, voor Rotterdammers en voor bezoekers.

Hoewel de teksten in deze publicatie met de grootst mogelijke zorgvuldigheid tot stand zijn gekomen kunnen door gebruik ervan geen rechten ontleend worden aan of aanspraak gemaakt worden op de juistheid en volledigheid van de inhoud. Ook aanvaarden wij geen aansprakelijkheid voor eventuele schade die daardoor kan ontstaan. Rotterdam Festivals heeft geprobeerd alle rechthebbende van de in deze uitgave opgenomen foto's te achterhalen. Wanneer u meent rechthebbende te zijn van foto's dient u contact op te nemen met Rotterdam Festivals (info@rotterdamfestivals.nl).

Copyright Rotterdam Festivals 2025



Rotterdam Festivals laat de stad leven!

Rotterdam Festivals ondersteunt en promoot festival- en cultuuraanbod dat past bij het DNA van de stad: rauw, internationaal en ondernemend. Samen met creatieve festivalorganisatoren en cultuurmakers zorgen we ervoor dat Rotterdam die interessante metropool blijft, waar altijd wat bijzonders te beleven is. We staan midden in het culturele landschap, weten wat er speelt en signaleren trends als eerste. Vanuit die expertise adviseren we de Rotterdamse bestuurders over de culturele invulling van de openbare ruimte. Ook doen we onderzoek naar ons festivalpubliek, hun verwachtingen en behoeften, waaruit we waardevolle kennis halen.

contact

info@rotterdamfestivals.nl

010 - 433 25 11

www.rotterdamfestivals.nl

www.uitagendarotterdam.nl

UIT Uitagenda
Rotterdam