

zomerparkfeest

Jaarverslag 2025



versie: 24 april 2026

Inhoud

1. Introductie	5
2. Zomerparkfeest 2025	6
2.1 Een terugblik op het festivalprogramma	6
2.2 Talentontwikkeling	10
2.3 Educatie	11
2.4 Duurzaamheid & innovatie	12
3. Partners en samenwerkingen	14
3.1 Culturele en maatschappelijke partners	14
3.2 Sponsors	14
3.3 Vrienden van Zomerparkfeest	15
3.4 Vereniging Grootschalige Open Evenementen (VGOE)	15
4. Publieksbereik	18
4.1 Bezoekersaantallen	18
4.2 (Communicatie) doelgroepen	18
4.3 Online bereik	19
4.4 Publieksonderzoeken	19
4.5 Nieuwe potentiële doelgroepen	19
5. Bestuur en organisatie	20
5.1 Stichting Zomerparkfeest	20
5.2 Werkwijze	21
5.3 Vrijwilligers & HR	21
5.4 Risico's, kansen en beheersmaatregelen	22
5.5 Data-model	22
6. Culturele codes	24
6.1 Governance Code Cultuur	24
6.2 Code Diversiteit & Inclusie	24
6.3 Fair Practice Code	25
7. Financiën	26
7.1 Resultaten 2025	26
7.2 Wet Normering Topinkomens	26
8. Toekomstplannen	27
8.1 Vooruitblik nieuw artistiek profiel	27
8.2 Vooruitblik nieuw merkverhaal	28
8.3 De Waarde van Gratis	

1. Introductie

Zomerparkfeest wordt gezien als stadsicoon, diepgeworteld en gedragen door een loyale community die ons festival al decennialang als hun eigen erfgoed beschouwt. Tegelijkertijd streven we naar radicale relevantie, altijd op zoek naar acts die nú impact maken, soms ver buiten de comfortzone van diezelfde community.

Bij ons kom je voor iets bekends, maar ontdek je altijd iets nieuws. Grote namen staan naast opkomend talent. Muziek loopt over in theater, dans, film, literatuur, wetenschap en kunst.

De spanning tussen vertrouwd en vooruitstrevend maakt ons uniek. We zijn geen festival dat meegaat in voorspelbare trends, maar ook geen losgeslagen experiment. We vernieuwen en verrassen, samen met onze stad en de mensen die er wonen.

In 2025 werden in totaal ±92.000 bezoeken gebracht aan Zomerparkfeest (2024: 86.000). Het programma bestond uit meer dan 120 acts, voorstellingen, lezingen, films en andere programmaonderdelen in verschillende disciplines. Publiekstrekkingen waren onder andere Kensington, Pommeliën Thijs, Frenna & The Gang, S10 en Kraantje Pappie. De bandbreedte van de programmering werd opgerekt door onder andere Bas Haring, Matyas Bittenbinder, Bettie Serveert, Claw Boys Claw, Pieter de Graaf, Primaat, Sofie Kramer, Willem de Haan en het uitgebreide filmprogramma.

Wat bracht 2025 ons nog meer? We werden uitgeroepen tot Beste Publieksevenement van Nederland bij de uitreiking van de Nationale Evenementenprijs 2025. Daarnaast werd Zomerparkfeest in 2025 opgenomen in de lijst van Nederlands Immaterieel Erfgoed. Twee erkenningen waar we trots op zijn en die de relevantie en de bijzondere positie van ons festival benadrukken.

In 2025 zijn we daarnaast de Vereniging Grootschalige Open Evenementen (VGOE) gestart; een platform met vrijwel alle grootschalige gratis evenementen van Nederland. Deze evenementen vinden elkaar in de gedeelde uitdaging van het duurzaam en toekomstbestendig (blijven) organiseren van een gratis evenement in het huidige festivallandschap. Eén van de focuspunten is het genereren van aandacht voor het belang van vrij toegankelijke cultuur en het bijbehorende spanningsveld van de houdbaarheid van gratis evenementen. Gezamenlijk onderzoeken we onderwerpen als verduurzaming en lokale inbedding, samen met overheden, subsidiënten en andere partners.

Gratis toegang is en blijft geen vanzelfsprekendheid, maar voor ons wel een bewuste keuze. Het zorgt ervoor dat Zomerparkfeest jaarlijks tienduizenden mensen bereikt die anders minder snel met cultuur in aanraking komen. Tegelijkertijd betekent het dat we geen inkomsten uit ticketverkoop hebben en afhankelijk zijn van andere inkomstenbronnen.

Daarom hebben we in 2025 actief ingezet op het agenderen van 'de waarde van gratis'. Met partners, overheden en collega-festivals zijn we in gesprek gegaan over hoe vrij toegankelijke cultuur structureel kan worden geborgd. Deze inzet zetten we in 2026 voort, met als doel Zomerparkfeest duurzaam te verankeren in de sociale en culturele basisinfrastructuur van de gemeente.



2. Zomerparkfeest 2025

2.1 Een terugblik op het festivalprogramma

Het programma van Zomerparkfeest 2025 liet opnieuw zien waar we als festival voor staan: een brede en toegankelijke programmering waarin grote namen, nieuw talent, lokale makers en inhoudelijke verdieping vanzelfsprekend naast elkaar bestaan. Door ruimte te bieden aan muziek, theater, dans, film, literatuur en wetenschap ontstond wederom een festival dat verschillende generaties en doelgroepen wist aan te spreken. Juist in de combinatie van internationale allure, lokale verankering en samenwerkingen met culturele partners liet het programma zien hoe Zomerparkfeest een festival blijft dat verrast, verbindt en midden in de samenleving staat.

De donderdag: internationale kwaliteit en lokaal eigenaarschap op een vanzelfsprekende manier samengebracht in een breed en gelaagd programma.

Donderdag stond in het teken van een sterke mix tussen grote internationale namen, gevestigde artiesten, nieuw talent en lokale makers. Op muzikaal vlak bood de dag ruimte aan acts als Pommelen Thijs en The Amazons maar ook aan vertrouwde namen als Bettie Serveert en frisse acts als Ramkot en het nieuwe project van Jordy Dijkshoorn. Daarnaast was er volop aandacht voor de stad zelf en haar muzikale geschiedenis met De Leedjes van de Vrijbuiters als ode aan het lokale erfgoed.

De donderdag liet ook goed zien hoe breed het programma van Zomerparkfeest is. Zo was er met een clubnacht in samenwerking met het lokale collectief House of Confetti nadrukkelijk ruimte voor diversiteit binnen het nachtprogramma. Ook op theatervlak kreeg lokaal en interactief werk een plek met De Trut, De sportbar van Club Lam. Met deze productie bouwden we verder aan onze meerjarige samenwerking met Club Lam.

Ook werd op donderdag sterk ingezet op samenwerkingen met lokale cultuurpartners. Samen met het Limburgs Museum brachten we gedurende twee dagen de tentoonstelling Erotiek - voorbij schoonheid en schaamte van Lucas de Man vanuit het museum naar het festivalterrein.

Ook Fluja's x Panda gaf vier dagen lang een eigen invulling aan de entree van het festival door de abrilijsten bij de ingang te vullen met kunstwerken in postervorm waarin fotografie en dichttalent samenkwamen.

De samenwerking met Poppodium Grenswerk werd voortgezet als plek waar lokale bands en dj's een podium kregen. Daar waren onder meer F.I.X., Gianovni en KiraKira te zien.

Met Museum van Bommel van Dam en Willem de Haan ontwikkelden we Border Glue, dat vier dagen op het festival te zien was. Dit project draaide om een symbolische lijm die niet scheidt maar juist verbindt en daarmee de unieke karakters van de Venlose wijken samenbrengt. De deelnemers benadrukten dat het oversteken van grenzen zowel binnen de gemeente als richting het naburige Duitsland een vanzelfsprekend en waardevol onderdeel is van hun dagelijks leven. Grenzen zorgen voor diversiteit maar juist het moeiteloos oversteken ervan kenmerkt het Venlose bestaan.

Ook op filmgebied werd donderdag afgetrapt met een nieuwe samenwerking met Filmhuis De Nieuwe Scene. Naast het eigen filmprogramma was er vanaf deze dag iedere dag ook een film met een lokaal karakter te zien. Op donderdag startten we met Olli aangevuld met House of Broken Hearts en Vox Humana.

De vrijdag: hoe we traditie, vernieuwing, talentontwikkeling en maatschappelijke thema's samenbrengen in een programma dat verschillende generaties en doelgroepen aanspreekt.

Vrijdag begon traditiegetrouw met de Middag van het Sentiment. Dit programmaonderdeel is gericht op de oudste bezoekers van het festival en bracht ook dit jaar weer een vertrouwde en toegankelijke middag met optredens van De Meulezengers, Julia Beurskens, Vital Wolter + Kids, Bjorn & Mieke en Dennie Christian.

In de rest van het muziekprogramma was veel ruimte voor frisse Nederlandse acts. Op de podia stonden onder meer Bente, Hiqpy, Babs, MEROL en Frenna. Tegelijkertijd was er ook plek voor gevestigde namen zoals Blaudzun, die



met een nieuw album nog altijd op hoog niveau meedraait. Ook liefhebbers van het hardere werk kwamen aan hun trekken met optredens van Library Card en Tape Toy.

Voor hiphopliefhebbers is de vrijdag al jaren een vaste festivaldag en ook dit jaar was dat duidelijk terug te zien in het programma. Met namen als Frenna, Milolaathetlukken, Siggý & D1ns en Noah kreeg het genre een prominente plek binnen de dag. De avond werd in dezelfde lijn doorgetrokken met een afterparty in Poppodium Grenswerk, waar de lokale collectieven United en Wave een clubnacht verzorgden binnen hetzelfde genre.

Daarnaast bood de vrijdag ook ruimte aan inhoudelijke verdieping en muzikale breedte. Met Al Qasar kreeg het programma een internationaal tintje terwijl Primaat juist paste binnen de veelzijdigheid van het Nederlandse aanbod. Ook binnen literatuur en gesproken woord was er een brede invulling met schrijver Bas Haring en het project Dichter in je Oor met Eric Hoogeweg. In dit concept nam de bezoeker plaats in een biechthokje voor een kort één op één gesprek waarna direct een persoonlijk gedicht werd voorgedragen. Een intieme vorm die zorgde voor een bijzondere ontmoeting tussen maker en publiek.

Ook was er ruimte voor voorstellingen die inhoudelijke verdieping brachten binnen het programma. Die lijn kwam sterk naar voren in de performance Pan~//Catwalk van Zwermers. In deze visuele en muzikale voorstelling namen twee performers en een violist het publiek mee langs identiteiten, stijlen en stereotypebeelden. Met een eindeloze stroom outfits liet de performance zien hoe veelzijdig mensen zijn en hoe snel we geneigd zijn om elkaar in hokjes te plaatsen. Daarmee was het een fysieke en prikkelende performance die verwonderde en bleef hangen.

Lokaal talent kreeg op vrijdag eveneens volop ruimte. Op AMIGO gebeurde dat via het project Ik Speel Op Zomerparkfeest in samenwerking met Grenswerk. Ook in GRENSWERK COMPOUND was opnieuw plek voor talentontwikkeling en lokale makers. Daar was ruimte voor het UNITED Hip Hop Collectief met Varellos, Cetje & Band en

YPLD. Binnen live elektronische muziek stonden Volksfreude, Soundcommander en afsluiter DJ Manzel op het programma.

Ook het filmprogramma liep op vrijdag door met vertoningen van Freeride in C, €955,- excl en Jungle. In samenwerking met De Nieuwe Scene was daarnaast opnieuw een Limburgse film te zien: Hard, Harder Ysselsteyn.

De zaterdag: hoe we grootschalige publieksacts en inhoudelijke verdieping combineren met ruimte voor traditie, talentontwikkeling en bijzondere makers.

Zaterdag begon dit jaar eerder dan ooit. Voor het eerst voegden we extra tijdslots toe die werden ingevuld door enkele van de grootste Nederlandse namen van dit moment. Op MAIN stonden onder meer Diggy Dex, Hannah Mae, Kraantje Pappie en S10. Daarnaast was er ook ruimte voor internationale acts zoals Leoniden en voor gevestigde namen als Claw Boys Claw, die tijdens hun afscheidstour Zomerparkfeest niet wilden overslaan.

Ook op zaterdag was er volop ruimte voor traditie. Een jaarlijks terugkerend onderdeel is de Picknick der Gebroken Harten. Met namen als Patriek Verdriet, DJ Fred Honig, Jelske, Aevel, Kafke en Jelske bleef dit programmaonderdeel ook dit jaar een vaste en herkenbare waarde binnen het festival.

Naast muziek was er opnieuw aandacht voor andere disciplines binnen het programma. Op het gebied van cabaret bracht Kim Karssen met OC/DC een absurdistische en confronterende voorstelling over angst en de neerwaartse spiraal van gedachten waar je niet aan ontsnapt. Een ongemakkelijk en tegelijk grappig half uur dat het publiek niet onberoerd liet. Ook literatuur kreeg een plek met schrijver en activist Bregje Hofstede.

Met Leoniden was er bovendien nadrukkelijk aandacht voor onze Duitse bezoekers. Deze act weet in Duitsland grote zalen en stadions te vullen en vormde daarmee een sterke schakel tussen het lokale festival en het internationale publiek uit de regio.

Bijzondere aandacht was er ook voor De Niemanders. Dit project, dat in samenwerking met asielzoekers tot stand komt, bracht een meeslepende mix van afrobeat, desert rock, psychedelica en alternatieve rock. Gezongen in meerdere talen en gedragen door muzikanten uit asielzoekerscentra stond de groep voor een bezielde show vol verhalen, rauwe energie en muzikale diversiteit. Een optreden dat muziek nadrukkelijk liet voelen als menselijk manifest.

Ook dans kreeg op zaterdag een prominente plek binnen het programma met onder andere Arno Schuitemaker. Sofie Kramer bracht een opvallende performance waarin de paal veranderde in een heilig object en een poort naar een andere wereld. De voorstelling speelde met de clichés van paaldansen en met de verwachtingen van het publiek en riep vragen op over verbondenheid met technologie en de relatie tussen controle en intuïtie. Daarnaast was er ruimte voor de aangrijpende neoklassieke klanken van Pieter de Graaf.

Lokale helden en dance talent kregen op zaterdag eveneens een prominente plek. Luca van de Hombergh maakte dat misschien wel het duidelijkst zichtbaar. Waar hij een jaar eerder nog in onze kleinste tent: TEATRO, draaide, was zijn groei inmiddels zo groot dat ZELT uitpilde. Ook met Nachtwinkel presents: Styn & Chinnamasta was er ruimte voor vernieuwende dance acts binnen het programma terwijl DJ Bliss & DJ Latin Sense met hun salsa set voor extra muzikale kleur zorgden. De zaterdagavond werd vervolgens in stijl afgesloten met een afterparty verzorgd door de lokale dance radiozender Traplab.

Net als op de andere dagen waren ook terugkerende projecten en makers weer aanwezig op het terrein. Club Lam, Willem de Haan, Fluja x Panda en Dichter in je Oor waren ook op zaterdag weer onderdeel van het festivalprogramma.

De zondag: het moeiteloos combineren van familievriendelijkheid, participatie, verdieping en een breed muzikaal aanbod

Zondag begon traditiegetrouw met veel aandacht voor het kinderprogramma. Kinderen en gezinnen konden zich de hele dag vermaken met een breed aanbod aan activiteiten. Zo konden bezoekers liedjes zingen met Collin Hoeve, verhalen beluisteren in de voorleestent van Joris & Jeroen, de kinderfilm Down in the Dumps kijken, luisteren naar een gespeeld prentenboek van Sjors en Ruud of zelf lezen in de Chillbieb in samenwerking met Bibliotheek Venlo. Daarmee bleef de zondag een dag waarop jonge bezoekers op een laagdrempelige en inhoudelijke manier kennis konden maken met cultuur in brede zin.

Naast het podiumprogramma was er ook volop ruimte voor stille verwondering. De Waardeloze Winkel keerde terug naar het festivalterrein als een plek waar falen, dwalen en verbeelding juist ruimte kregen. In deze absurde winkel konden bezoekers hun meest waardeloze spullen inruilen voor Flutten, waarmee vervolgens weer andere nutteloze objecten gekocht konden worden. Alles draaide om creativiteit, herwaardering en het bevragen van wat waarde eigenlijk betekent. Juist aan de taxatiebalie ontstonden gesprekken over afval, schaarste, herinneringen en onverwachte schoonheid. Daarmee was De Waardeloze Winkel opnieuw een speelse en prikkelende ervaring die bezoekers op een andere manier naar bezit liet kijken.

Ondertussen draaide ook het muziekprogramma op volle toeren door. Met acts als Flaire en Lola Cedès was er ruimte voor poptalent van de toekomst terwijl Calle Mambo zorgde voor Mexicaanse ritmes en energie op het terrein. Ook hiphop kreeg een sterke invulling met Fresku en Gotu Jim. Daarnaast was er plek voor het scherpe geluid van DOOL en voor de hitgedreven energie rond Lotje. De dag werd afgesloten door Kensington, dat zich op overtuigende wijze presenteerde als een mainstage waardige afsluiter.

Ook op zondag was er ruimte voor inhoud en verdieping binnen het programma. Matyas Bittenbinder bracht een les over gif en binnen dans maakte Serioos indruk met de voorstelling DIEP. Met grove kwetsbaarheid en krachtige bewegingen werd de enge diepte tastbaar gemaakt. De voorstelling ging over de dieptes waar mensen bang voor zijn en over de manier waarop juist die diepte betekenis kan geven. Een indringende productie die het publiek meenam langs verdriet, geluk, liefde en ontregeling.

Tot slot verdient ook de samenwerking met Muziekwinkel Sounds een speciale vermelding. Als een van de weinige overgebleven platenzaken van Nederland hostte Sounds vier dagen lang een eigen podium waar favoriete nummers van toen en nu werden gedeeld met het publiek. Daarmee bracht deze samenwerking niet alleen muzikaal plezier maar ook zichtbaar liefde voor muziekcultuur en fysieke platenzaken naar het festivalterrein.

2.2 Talentontwikkeling

Samen met Grenswerk en Maaspoort in Venlo vervullen we een belangrijke en unieke rol in de talentketen in de regio. Samen kijken we naar waar een artiest/jong talent het beste (als eerste) kan staan om genoeg publiek te vergaren. Is dat op een kleiner podium op Zomerparkfeest of wellicht al het grote podium van theater Maaspoort? Hierbij kijken we niet zozeer naar ons festival of betreffende locaties, maar vooral naar wat de artiest nodig heeft en welke flow de artiest hiervoor en daarna doormaakt. De lijnen tussen de partners zijn kort en we zijn op de hoogte van wat er bij elkaar speelt. Ook hebben we hierdoor (jonge) talenten sneller op de radar en kunnen we hen in een vroeg stadium boeken. Voor (lokale) talenten is Zomerparkfeest een grote springplank en vaak een startpunt van hun professionele carrière. Maar niet alleen voor de (jonge) talenten, ook voor kleine of beginnende (culturele) organisaties is Zomerparkfeest een belangrijke samenwerkingspartner om te kunnen groeien. Voor ons is het een feest om een 'jonge act' op Zomerparkfeest te zien groeien en deze een halfjaar later bij Grenswerk te zien shinen.

Veel talenten komen bovendien via de initiatieven die we met onze partners opzetten of door de ruimte die we aan ontwikkelingsinstellingen geven. Enkele voorbeelden van deze projecten zijn:

- 'Ik Speel Op Zomerparkfeest', het talentontwikkelingstraject voor jonge lokale muzikanten tot 18 jaar dat opgezet is door Grenswerk, Maaspoort, componist Geronimo Snijsheuvel, Limburgs Museum en Zomerparkfeest. Aan de hand van audities worden singer-songwriters uitgekozen, die in verschillende workshops en try-outs worden klaargestoomd voor een optreden op Zomerparkfeest.
- Talentontwikkelingsorganisatie VIA ZUID en Zomerparkfeest staan in nauw contact. Talenten die onderdeel uitmaken van VIA ZUID krijgen met regelmaat een speellek op Zomerparkfeest. In 2025 stonden bijvoorbeeld Marco en Sebas met de productie PUSSY en ook Club Lam met de voorstelling Vote op onze podia. En er heeft al een productionele samenwerking plaatsgevonden die we ons ook voor toekomstige samenwerking voornemen. Zo is in 2018 de installatie Day Dream Space in coproductie met VIA ZUID tot stand gekomen.
- Een vast programmaonderdeel is de Kunstbende Zomertour met jonge regionale talenten tussen 13 en 19 jaar. We zetten deze creatieve en kunstzinnige jongeren in de spotlight op de omgebouwde brandweerwagen van Kunstbende die het festivalterrein fraai opfleurt.
- Ook wordt er al jarenlang in samenwerking met Pop in Limburg een podium geboden aan talentvolle muzikanten, muziekcollectieven en andere talenten met een hart voor popmuziek.

Het scouten en begeleiden van (nieuw) talent doen we niet alleen; hiervoor werken we, naast al eerder genoemde partners, ook nog samen met ons brede netwerk en diverse (informele) jongerenbroedplaatsen uit de regio.

2.3 Educatie

In onze visie op educatie spreken wij de overtuiging uit dat kinderen de sleutel zijn tot het creëren van een betere toekomst en daarom willen we hen graag een centrale plek geven binnen de activiteiten van Zomerparkfeest. De macht en inspraak van de kinderen zelf staat centraal bij het ontwikkelen van een kinderprogramma. Want wie weet beter wat ze willen ervaren en beleven tijdens ons festival dan de kinderen zelf?

In 2025 hebben we jonge experts samengebracht met onze kinderprogrammeur. Hiervoor zijn we in 2023 al van start gegaan met het verzamelen van de groep jonge experts die backstage op snuffelstage mochten komen. Ze zullen een sleutelrol spelen in het vormgeven van het kinderprogramma. In de toekomst mogen ze ook zelf projecten initiëren en medezeggenschap hebben over wat er op het programma staat.

Specifiek op het gebied van beeldende kunst en design willen we de bezoekers van Zomerparkfeest uitdagen met educatieve activiteiten en interventies. Dit gaat niet alleen om jonge kinderen, maar moet een ervaring worden voor alle leeftijden. Samen met musea en andere partners uit de beeldende kunst in Venlo en de regio gaan we onderzoeken hoe we bezoekers op een laagdrempelige manier kunnen verbinden met participatieve projecten.

Om kunst actiever te ervaren op Zomerparkfeest zal er een duurzaam project ontstaan dat bezoekers zullen gaan herkennen en willen opzoeken op het festivalterrein. Maar ook online in de app laten we kunst terugkomen. Ook hier zal de presentatie van de educatieve interventies altijd actueel en ieder jaar anders zijn, afhankelijk van de samenwerking met onze partners. Wel kunnen we al enkele voorbeelden geven van dit programmaonderdeel:

- Zelf tentoonstellen: Leerlingen maken eigen werk (gekoppeld aan een actueel thema of in samenwerking met een kunstenaar) en kunnen dit tentoonstellen op Zomerparkfeest.
- Een reactie op: Een samenwerking met een zorginstelling waarin bewoners/cliënten



reageren op de kunstprogrammering vanuit hun eigen perspectief of ervaringen.

- De koppeling maken: Een samenwerking met een culturele gemeenschap waarin we verbanden leggen tussen de tentoongestelde kunst op Zomerparkfeest en de eigen cultuur.
- Hoe klinkt dit werk: Een samenwerking met onder andere Muziekgebouw aan 't IJ in hoe muziek en kunst kunnen samenwerken en elkaar kunnen beïnvloeden.

2.4 Duurzaamheid & innovatie

Zomerparkfeest investeert volop in duurzaamheid, met maatregelen die doorlopen in alle aspecten van het evenement, van energiegebruik en transport tot het gebruik van gerecycled materiaal en duurzaam bestek. We zetten in op het verkleinen van onze ecologische voetafdruk. Sinds 10 jaar werkt ons dedicated duurzaamheidsteam samen met de Gemeente Venlo om het festival verder duurzaam te laten groeien.

Zomerparkfeest vindt het belangrijk om het voortouw te nemen in de verduurzaming van evenementen. Aanvullend op de eigen keuzes (zie een selectie hieronder) proberen we actief bij te dragen aan het verduurzamen van de gehele sector middels een actieve rol in het project Zomerparkfeest TestLab (meer info op zomerparkfeest.nl/testlab). Daarin wordt het festival als testlocatie gebruikt voor innovatieve oplossingen en technieken. Aan dit project wordt invulling gegeven door een consortium dat verder bestaat uit Ondernemend Venlo, Rabobank Venlo&omstreken, LIOF, Brightlands Campus Greenport Venlo, Bluehub, Fontys Hogeschool Venlo en Circular Design Group. Daarnaast organiseerden we in 2025 voor de tweede keer een duurzaamheidsmiddag, waar we vragen en oplossingen delen met evenementenorganisatoren in de regio. Voorbeelden duurzame oplossingen/keuzes Zomerparkfeest:

- Introductie van de herbruikbare 'Venlobaeker' vanaf 2025.
- Sinds 2014 heeft Zomerparkfeest een vaste stroomaansluiting ter vervanging van 12 dieselaggregaten en dat scheelt jaarlijks 21,9 ton CO2 uitstoot. Deze aansluiting is ook beschikbaar voor andere evenementen in het

Julianapark.

- Ook in 2025 reden we, wat betreft het vervoer voor artiesten, volledig elektrisch.
- In 2024 zijn we overgestapt op blauwe diesel, op basis van hernieuwbare plantaardige oliën, voor ons eigen rijdend materieel zoals heftrucks. Dit is 30% minder vervuilend en hiermee besparen we meer dan 3 ton CO2 uitstoot per festivaleditie.
- In 2025 was het voorwaardelijk dat iedere cateraar minimaal 1 vegetarisch gerecht in het aanbod heeft.
- Achter de schermen maken we gebruik van composteerbaar bestek, dat door de producent wordt opgehaald en verwerkt tot nieuw bestek.



3. Partners en samenwerkingen

3.1 Culturele en maatschappelijke partners

Dankzij de samenwerking met lokale en provinciale musea, festivals en andere cultuurpartners kan op Zomerparkfeest een reeks aan inspirerende activiteiten bezocht worden die doorlopend te zien zijn op het festivalterrein. De samenwerkingen komen voort vanuit een diverse mix van disciplines en maatschappelijke thema's. In 2025 werkten we onder andere samen met:

- Bibliotheek Venlo: De samenwerking met de bibliotheek gaan we verankeren. Zo werkten we bijvoorbeeld eerder met de bibliotheek samen bij het programmeren van Hedy d'Ancona en Joris & Jeroen op ons festival. Dit kan zorgen voor meer naamsbekendheid van beide partijen en kan er bijvoorbeeld aan bijdragen dat de samenwerking op het gebied van educatie met Lokaal C verder uitgebouwd kan worden door een extra investering van de bibliotheek.
- Lokaal C: Lokaal C is de organisatie die uitvoering geeft aan het landelijke programma 'Cultuur met Kwaliteit' in Noord-Limburg. Ze ondersteunen ons door kinderen backstage mee te laten helpen en te laten proeven van de festivalorganisatie (de 'snuffelstage' / junior experts). De komende jaren willen we de samenwerking verder uitbreiden door te faciliteren dat kinderen zelf mee kunnen denken over het programma. Lokaal C is een belangrijke partner hierbij in zowel het werven als in de begeleiding van deze kinderen.
- Museum van Bommel van Dam, Venlo: Het museum is met bijzondere projecten en uitgelichte kunstwerken tijdens het festival zichtbaar op ons festivalterrein. In samenwerking met de conservator en curatoren onderzoeken we ieder jaar opnieuw wat een onderscheidende bijdrage kan zijn.
- Limburgs Museum, Venlo: Het festival vindt niet alleen plaats in de 'achtertuin' van het museum, maar we maken ook al jaren gebruik van de filmzaal van het Limburgs Museum. Voor de komende jaren willen we deze samenwerking verder uitbreiden door samen de lopende exposities van het museum tijdens het festival bij het festival betrekken.
- Innofest, Brightlands Campus Greenport Venlo, de Rabobank, LIOF, Ondernemend Venlo, de gemeente Venlo en Circular Design

Group: gezamenlijk geven we enkele startups de kans om het festival als proeftuin in te zetten. Innofest fungeert hierbij als springplank voor innovatieve impactondernemers. Tijdens het festival krijgen ondernemers de kans om hun duurzame of sociale innovatie te testen bij het Zomerparkfeestpubliek. Door zichzelf 'voor de leeuwen' te gooien, ontvangen de ondernemers relevante feedback waarmee ze hun product of dienst kunnen verbeteren.

3.2 Sponsors

In 2025 kon Zomerparkfeest opnieuw rekenen op brede steun vanuit het bedrijfsleven en maatschappelijke partners. In totaal waren 154 sponsors betrokken bij het festival, die gezamenlijk een belangrijke bijdrage leverden aan de realisatie van het programma en de toegankelijkheid van het evenement. De sponsorbijdragen waren als volgt verdeeld:

- Kortingsponsors: € 72.977
- Facilitaire sponsors: € 245.130
- Cash sponsors: € 186.892

Met name de facilitaire sponsoring vormt een substantiële pijler onder de organisatie van Zomerparkfeest. Door het beschikbaar stellen van materialen, diensten en expertise dragen partners direct bij aan de kwaliteit en uitvoerbaarheid van het festival. Het overgrote deel van onze sponsors is afkomstig uit Venlo en directe omgeving. Dit onderstreept het sterke lokale draagvlak en het maatschappelijke belang van Zomerparkfeest voor de Venlose gemeenschap. Lokale ondernemers en organisaties herkennen het festival als een verbindend cultureel evenement dat bijdraagt aan de leefbaarheid, zichtbaarheid en economische dynamiek van de stad.

Tegelijkertijd ziet Zomerparkfeest de noodzaak om de sponsorbasis in de komende jaren verder te verbreden. Om de continuïteit en groei van het festival te waarborgen, wordt geleidelijk ingezet op het aantrekken van nieuwe partners buiten de stadsgrenzen van Venlo. Hiermee wil de organisatie haar netwerk versterken, financiële spreiding realiseren en nieuwe samenwerkingskansen ontwikkelen, zonder het sterke lokale karakter uit het oog te verliezen.

3.3 Vrienden van Zomerparkfeest

Zomerparkfeest wordt structureel gesteund door de Vrienden van Zomerparkfeest. Dit is een groeiende groep van donateurs die hun betrokkenheid bij het festival bekrachtigen met een jaarlijkse financiële bijdrage. In 2025 bereikte Zomerparkfeest een mijlpaal met het verwelkomen van de 2.000e Vriend; nooit eerder had het festival zoveel vrienden. De Vrienden zijn georganiseerd in een aparte stichting die losstaat van de festivalorganisatie. Met deze stichting vormen ze een financiële backup voor het festival en werken ze aan de verdere versterking van de binding met de lokale gemeenschap. Vrienden van Zomerparkfeest is daarmee een belangrijke partner in de verdere ontwikkeling van Zomerparkfeest, zowel financieel als op het gebied van lokale inbedding.

3.4 Vereniging Grootschalige Open Evenementen (VGOE)

In 2025 is Zomerparkfeest aangesloten bij een landelijk platform: Vereniging Grootschalige Open Evenementen (VGOE). De VGOE bestaat bij de oprichting uit:

- Big Rivers Festival (Dordrecht),
- Deventer op Stelten,
- Glow Eindhoven,
- Koningsdag Apeldoorn,
- Koningsdag Arnhem,
- Rotterdam Unlimited Zomercarnaval,
- TT Festival (Assen),
- Vierdaagsefeesten (Nijmegen),
- Wageningen45 (4 en 5 mei),
- Wereldhavendagen (Rotterdam)
- Zomerparkfeest (Venlo).

"De uitdagingen voor onze leden wordt steeds groter. Bij tegenvallende omstandigheden, zoals slecht weer, zijn alle kosten al gemaakt terwijl inkomsten ver achterblijven. Dat zorgt ervoor dat het voorbestaan van de evenementen op de lange termijn soms onzeker is. En dat terwijl juist de vrij toegankelijke evenementen zorgen voor verbinding in onze samenleving. Juist bij de grootschalige, vrij toegankelijke evenementen ontmoeten alle mensen in ons land elkaar: dat is de unieke kracht van onze leden! We zien het

daarom als onze plicht om naast de gezamenlijke belevings- en economische waarde ook die verbindende waarde voor de toekomst te borgen. Op dit moment delen we daarom al kennis en expertise met elkaar. Maar zullen we bijvoorbeeld ook schaalvoordelen als gezamenlijke inkoop, marketing of partnerships onderzoeken. En op termijn sluiten we niet uit dat we de handen ineen zullen slaan voor de politieke lobby."
– Joris Bouwmeester, voorzitter VGOE



4. Publieksbereik

4.1 Bezoekersaantallen

In 2025 telde Zomerparkfeest in totaal circa 92.000 bezoeken¹ (2024: 86.000).

De telling van bezoekersaantallen vindt plaats met een professioneel telsysteem van CrowdCom. Dit systeem wordt jaarlijks getest en gevalideerd op betrouwbaarheid.

De in- en uitstroom van bezoekers wordt continu gemonitord via vier sensoren die zijn bevestigd aan de constructies bij de in- en uitgangen van het festivalterrein. Deze sensoren registreren real-time alle bewegingen, waarbij de data direct inzichtelijk is via het CrowdCom-dashboard. Deze informatie wordt zowel in de centrale post als via mobiele apparaten gevolgd.

Ter verificatie worden de gemeten bezoekersaantallen vergeleken met onafhankelijke schattingen van de politie en het beveiligingsbedrijf. Door deze combinatie van real-time metingen en externe validatie ontstaat een betrouwbare en controleerbare onderbouwing van de bezoekersaantallen.

Zomerparkfeest trekt een breed publiek, van jong tot oud: van ouderen tot jongeren, van gezinnen met kinderen tot cultuurliefhebbers. Dit gevarieerde publiek wordt bereikt via een combinatie van online en offline campagnes, samenwerkingen met (lokale) media en een sterke aanwezigheid op sociale media.

In 2025 is er in het verlengde van een nieuwe opgestelde artistieke visie, gewerkt aan een nieuw merkverhaal voor Zomerparkfeest, inclusief herdefiniëring van onze belangrijkste doelgroepen.

4.2 (Communicatie) doelgroepen

Locals

- Trouwe bezoeker: Publiek dat Zomerparkfeest al jaren bezoekt, vaak met familie of vrienden, sterk lokaal verbonden. Belangrijk om het 'erfgoed gevoel' vast te houden en tegelijk uit te leggen waarom we vernieuwen.
- Nieuwe aanwas 12 tot 16 jaar: De doelgroep die wij vaak voor het eerst laten kennismaken met een festival en die vooral komt voor muziek en beleving. Dit is ook de volgende generatie vrijwilligers en makers.

Buiten Venlo, Nederland

- Festivalpubliek uit de regio: Bezoekers uit de driehoek Venray, Roermond en Weert die bereid zijn om voor een vrije entree, goed programma en prettige sfeer te reizen.
- Festivalpubliek uit steden: Mensen uit Nijmegen, Eindhoven en Maastricht die openstaan voor ontdekkingen, cross-overs en een festival met een verhaal.

Buiten Venlo, buitenland

- Bewoners van het directe grensgebied in Duitsland: Publiek uit plaatsen net over de grens die nu al naar Venlo komt, maar Zomerparkfeest nog niet automatisch op de kalender heeft.
- Festivalpubliek uit het Duitse achterland: Vergelijkbaar met Nijmegen en Eindhoven aan Nederlandse kant. Mensen die voor cultuur en muziek willen reizen, als het programma spannend genoeg is.
- Festivalpubliek uit het Belgische achterland: We programmeren veel Belgische acts en hebben dus de potentie ook Belgische festivalbezoekers aan te trekken.

Pers

- Niche platforms, regionale en landelijke pers: Aan deze doelgroep zelfverzekerd ons verhaal vertellen, met een duidelijk artistiek profiel en een helder maatschappelijk nut. We willen vaker zelf het initiatief nemen, verhalen aanbieden en laten zien dat Zomerparkfeest meer is dan een zomaar een gratis toegankelijk feestje.

4.3 Online bereik

Tijdens de vier dagen van Zomerparkfeest 2025 realiseerden we een sterk en volledig organisch online bereik. Op Instagram bereikten we met 14.900 volgers ruim 1 miljoen weergaven. Facebook telde 20.400 volgers en genereerde 925.400 weergaven, eveneens volledig organisch. Op LinkedIn bereikten we met 1.969 volgers in totaal 10.789 impressies.

De website werd bezocht door 54.457 unieke bezoekers, een stijging van 14,7% ten opzichte van 2024. Het grootste deel van het verkeer kwam uit Limburg (38,46%), gevolgd door Zuid-Holland, Noord-Brabant en Noord-Holland.

Daarnaast werd de Zomerparkfeest-app 3.238 keer gedownload, waarbij 85,7% van de gebruikers afkomstig was uit Limburg. Deze cijfers onderstrepen zowel de sterke lokale verankering als het groeiende landelijke bereik van het festival.

4.4 Publieksonderzoeken

Naast de telling van bezoekersaantallen voert Zomerparkfeest jaarlijks een kwantitatief bezoekersonderzoek uit. Via een digitale vragenlijst, die in circa 4 tot 5 minuten kan worden ingevuld, worden bezoekers bevroegd over hun ervaring, gedrag en waardering van het festival. De enquête wordt verspreid via de Zomerparkfeest-app en via posters op het terrein. Als stimulans maken deelnemers kans op consumptietegoed.

In 2025 heeft dit geleid tot ruim 1.400 respondenten, waarmee de doelstelling van minimaal 1.000 respondenten is behaald. Om uitspraken te kunnen doen over de totale populatie worden de resultaten gewogen op basis van leeftijd, aangezien jongere bezoekers oververtegenwoordigd zijn in de respons.

De uitkomsten in 2025 laten zien dat Zomerparkfeest een breed en lokaal verankerd publiek bereikt: de gemiddelde waardering ligt steevast hoog: een 8,4 in. Circa 60% van de bezoekers komt uit Venlo, met daarnaast een sterke regionale spreiding. De verdeling naar

geslacht is evenwichtig. De betrokkenheid is hoog: 85% van de bezoekers bezoekt het festival jaarlijks en meer dan de helft is vier dagen aanwezig.

Vanaf 2025 worden de resultaten van het bezoekersonderzoek gekoppeld aan geanonimiseerde data uit de Zomerparkfeest-app. Dit maakt het mogelijk om gedrag, waardering en publieksprofielen beter te analyseren. De inzichten worden gebruikt als onderbouwde basis voor evaluatie, beleidskeuzes en verdere ontwikkeling van het festival.

4.5 Nieuwe potentiële doelgroepen

Hoewel Zomerparkfeest jaarlijks meer mensen op de been krijgt ligt onze focus niet op groei in aantallen, maar op het waarborgen van kwaliteit en een betere spreiding van bezoekers. De komende jaren blijven we meebewegen met de demografie in de provincie. We zien namelijk grote demografische bewegingen in Venlo, die ook zullen doorwerken op ons publiek. Zo wordt geschat dat in 2025 in Venlo en overig Noord-Limburg het migratiesaldo (mensen met een migratieachtergrond woonachtig in de gemeente) een grote toename heeft. Hier spelen we nu al op in door bijvoorbeeld acts met een Marokkaanse, Turkse of andere etnische achtergrond te programmeren. De komende periode zal hier meer nadruk op komen te liggen. Om deze doelgroepen beter te kunnen aanspreken is vanaf 2025 de website ook in het Engels beschikbaar.

¹Zomerparkfeest telt het aantal bezoeken, niet het aantal unieke bezoekers.

5. Bestuur en organisatie

5.1 Stichting Zomerparkfeest

Het festival wordt georganiseerd door Stichting Zomerparkfeest, deze stichting is per 1 april 2025 overgegaan naar een One Tier organisatiemodel. Als eerste stap is een Toezichthoudend Bestuur aangesteld, de verdere implementatie wordt momenteel verder uitgewerkt en doorgevoerd in de gehele organisatie. Hierbij wordt gewerkt met inachtneming van de aanbevelingen in de Governance Code Cultuur.

Het Uitvoerend Bestuur van Zomerparkfeest heeft een vernieuwing doorgemaakt, met de benoeming van Manpreet Gill als voorzitter vorig jaar. Onder zijn leiding en met de toevoeging van jonge aanwas op belangrijke posten (programma, financiën, marketing en vrijwilligers), is er een verrassende nieuwe dynamiek ontstaan. Dit biedt het festival een frisse kijk op de toekomst, met de ambitie om altijd nieuwer te blijven. Elk bestuurslid geeft leiding aan haar of zijn eigen team (zie portefeuilleverdeling). In totaal telt Zomerparkfeest circa 150 teamleden. Voor hen worden enkele avonden georganiseerd zodat zij zo snel mogelijk betrokken zijn bij wijzigingen van beleid.

Toezichthoudend Bestuur

Naam	Rol	Aantreden	Aftreden	Zittings-termijn
Manpreet Gill	Voorzitter Toezichthoudend Bestuur	09-2024	09-2028	Eerste
Madeleine Kremers	Lid Toezichthoudend Bestuur	04-2025	04-2029	Eerste
Yvonne Kusters	Lid Toezichthoudend Bestuur	04-2025	04-2029	Eerste
Martijn Hendriks	Lid Toezichthoudend Bestuur	04-2025	04-2029	Eerste

Uitvoerend Bestuur

Naam	Rol	Aantreden	Aftreden	Zittings-termijn
Ward Verkuylen	Veiligheid & Gezondheid (vice-voorzitter)	04-2021	4-2029	Tweede
Luuk Stroucken	Financiën	01-2025	01-2029	Eerste
Lotte Heijligers - van Bergen	HR & Vrijwilligers	11-2023	11-2027	Eerste
Bob Canters	Programmateam	01-2025	01-2029	Eerste
Pim Uiting	Techniek	09-2022	09-2026	Eerste
Saskia Bettinger	Horeca	02-2023	02-2027	Eerste
Marijn Hoekman	Sponsoring & fondsenwerving	XX	XX	Eerste
Pam van den Broek	Marketing & Communicatie	01-2024	01-2028	Eerste

5.2 Werkwijze

Wat betreft de organisatie- en overlegstructuur hanteert Zomerparkfeest van oudsher een reguliere cascade methodiek, de zogenoemde lijnorganisatie. Er is een matrixstructuur toegevoegd aan de bestaande lijnorganisatie, hierdoor kunnen evaluatiepunten multidisciplinair worden benaderd en integraal opgepakt. Het bestuur van Zomerparkfeest komt, uitgezonderd de maanden juli en augustus, maandelijks bij elkaar voor een formele bestuursvergadering. Daarnaast ontmoet men elkaar frequenter in de aanloop naar de nieuwe editie. De uitvoering hiervan is georganiseerd via Thematafels waarin verschillende tams zijn vertegenwoordigd. 2025 kende de Thematafels Look and feel, Bikers, Accreditatie, en Op- en afbouw.

Aanvullend zijn er projectteams opgezet die werken aan onderwerpen met een meerjarig karakter. Dit zijn doorgaans onderwerpen waar de uitvoerende festivalteams en/of het bestuur in hun doorlopende werkzaamheden niet aan toe komen. Een voorbeeld van een dergelijke projectlijn zijn benchmarks en tenders. Hiermee zetten we met het aanschrijven van meerdere partijen in op het terugbrengen van de kosten met gelijkblijvende kwaliteit. In 2025 zijn op deze manier succesvol enkele horecaleveranciers gebenchmarkt, vervolgens is gestart met de (momenteel lopende) benchmark en tender van de security.

Er is in 2025 een Team Subsidies opgezet dat invulling geeft aan een structureel en integraal subsidiebeleid van Zomerparkfeest. Hiermee wordt het proces van subsidies aanvragen, monitoren en verantwoorden verder geprofessionaliseerd. Aanvullend is het doel om met het team nieuwe potentiële financieringsbronnen in kaart te brengen om daarmee te werken aan een bredere en toekomstbestendige mix van publieke en private financiering.

5.3 Vrijwilligers & HR

Zomerparkfeest draait op een grote groep vrijwilligers: zo'n 550 mensen helpen jaarlijks mee, aangevuld met vrijwilligers van

verenigingen, vooral achter de bar. Voor de eigen vrijwilligers hebben we in 2025 twee bijeenkomsten georganiseerd. Veiligheid en plezier staan centraal. Vrijwilligers krijgen duidelijke taken en kunnen trainingen en certificaten behalen. Er wordt veel in hen geïnvesteerd, zowel om hen goed voorbereid te houden als om waardering te tonen.

Ongeveer 150 teamleden werken het hele jaar aan de organisatie van het festival, zodat tijdens het festival meer dan 1.000 vrijwilligers goed kunnen functioneren. De missie is dat iedereen zich verbonden voelt met het festival. Dit wordt uitgewerkt in vier pijlers:

- Zomerparkfeest is voor iedereen: een inclusieve omgeving waarin iedereen zich gerespecteerd voelt.
- We zien je: beter gebruik van data om werk af te stemmen op talenten, vaardigheden en motivatie.
- We investeren in je: focus op waardevolle taken, ontwikkeling en inspirerend vrijwilligerswerk.
- Je bent welkom: aandacht voor instroom van nieuwe doelgroepen en samenwerking met andere organisaties.

Vrijwilligers worden gezien als het belangrijkste kapitaal. Daarom wordt geïnvesteerd in opleidingen, veiligheid (zoals werkschoenen en instructies) en functiegerichte trainingen, bijvoorbeeld voor barpersoneel.

Daarnaast zijn er ontwikkeltrajecten zoals "groe als vrijwilliger" en begeleiding door een vrijwilligerscoach. Samenwerkingen, onder andere met Fontys Venlo, betrekken studenten en stimuleren ontwikkeling en vitaliteit.

Voor instroom en doorstroom is er een vrijwilligerscoördinator. Sinds 2020 is er ook een HR-team dat werkt aan strategisch personeelsbeleid, met aandacht voor talentontwikkeling en datagebruik.

Tot slot richt Zomerparkfeest zich actief op nieuwe doelgroepen, zoals anderstaligen, ouderen en vluchtelingen. Dit gebeurt in samenwerking met meerdere organisaties en blijkt succesvol in het aantrekken van nieuwe vrijwilligers.

5.4 Risico's, kansen en beheersmaatregelen

Zomerparkfeest opereert in een dynamisch en veranderend festivallandschap. In 2023 is een SWOT-analyse uitgevoerd (zie bijlage A), die ook in 2025 geleidt heeft tot gerichte maatregelen om risico's te beheersen en kansen te benutten.

Risico's en beheersing

Belangrijke risico's voor de bedrijfsvoering zijn stijgende kosten, met name op het gebied van productie en inkoop, en de toenemende druk op het vrijwilligersmodel. Om deze risico's te beheersen is in 2025 een team Inkoop ingericht, dat verantwoordelijk is voor het centraliseren van grote contracten en het uitvoeren van benchmarks tussen leveranciers. Dit heeft onder andere geleid tot een nieuwe drankleverancier en meer grip op kostenontwikkelingen.

Daarnaast blijft de duurzame inzetbaarheid van vrijwilligers een aandachtspunt. Door structureel te investeren in organisatieontwikkeling en een verbeterde organisatiestructuur (geïmplementeerd in 2025) wordt gewerkt aan een stabiele en toekomstbestendige organisatie.

Kansen

De sterke positie van het merk Zomerparkfeest is in 2025 verder bevestigd door de erkenning als Immaterieel Erfgoed en de uitverkiezing tot Beste Publieksevenement van Nederland. Deze erkenningen versterken de zichtbaarheid en het draagvlak van het festival.

Ook op het gebied van publieksonwikkeling wordt actief gestuurd. Het bezoekersonderzoek is doorontwikkeld en in 2025 is gestart met het opstellen van bezoekersprofielen, waarmee gericht kan worden ingespeeld op specifieke doelgroepen.

Op financieel vlak wordt ingezet op een breder en toekomstbestendig verdienmodel. In 2025 is een team Subsidies en Fondsen opgericht, dat werkt aan een structureel subsidiebeleid en het aanboren van nieuwe financieringsbronnen. Hiermee wordt de afhankelijkheid van bestaande inkomstenstromen verminderd.

Doorontwikkeling en samenwerking

Om te blijven leren en ontwikkelen is in 2025 de samenwerking met andere grote gratis evenementen geïntensiveerd via het platform VGOE. Dit biedt mogelijkheden voor kennisdeling en gezamenlijke oplossingen voor gedeelde uitdagingen.

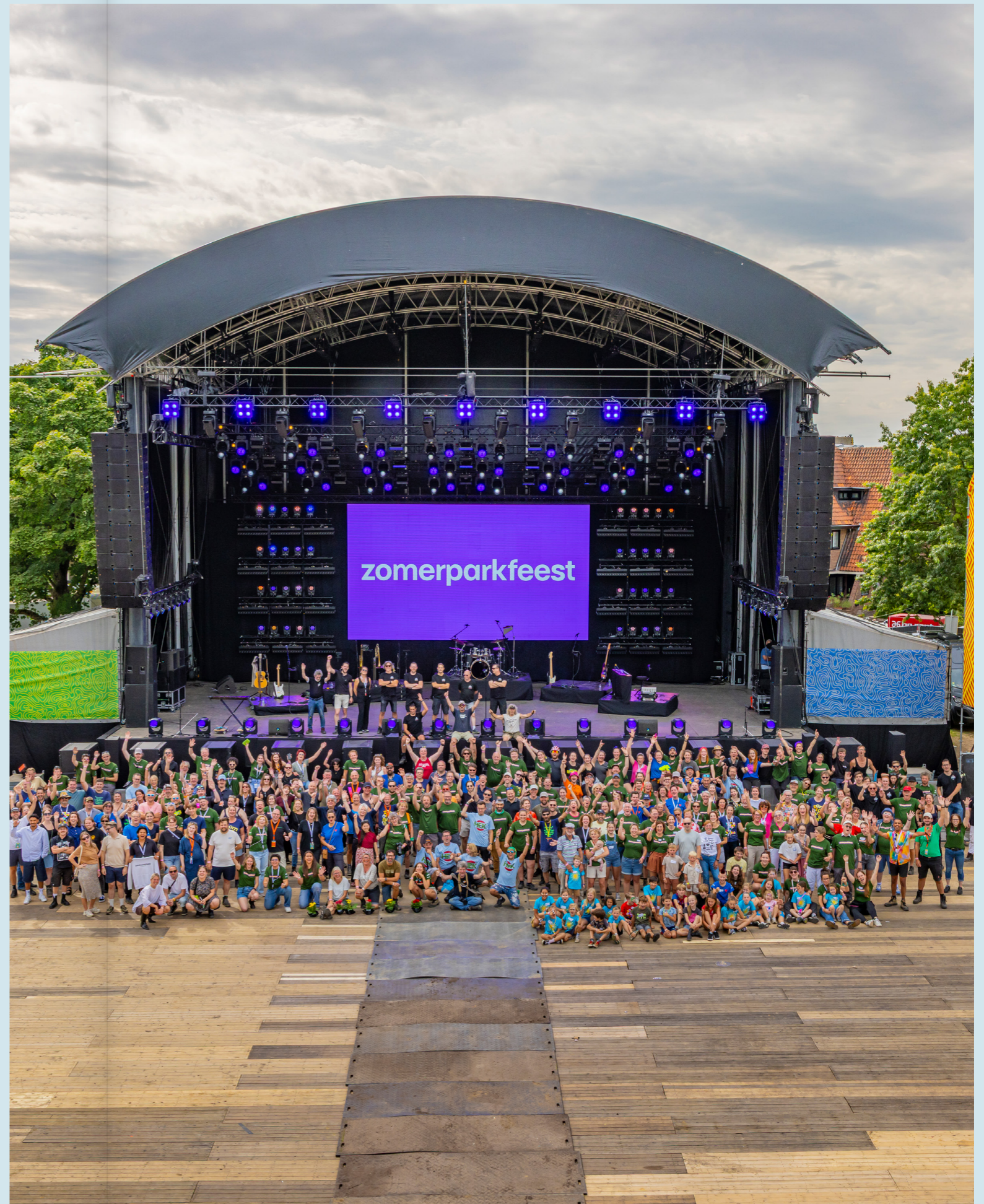
Daarnaast is geïnvesteerd in het gebruik van data. Sinds 2023 wordt gewerkt aan een dataplatform dat in 2025 operationeel is geworden. Door data uit verschillende bronnen te combineren, wordt de besluitvorming verder onderbouwd en kan sneller worden bijgestuurd. Meer hierover is te lezen in de volgende paragraaf.

5.5 Data-model

In 2023 is gestart met de ontwikkeling van een data-platform voor het integraal verzamelen van relevante gegevens zoals bezoekersaantallen, omzetten, programmakosten, weersinvloeden en bezoekersonderzoeken. Het doel is om met analyses van deze data inzichten te krijgen die kunnen ondersteunen bij beleid- en besluitvorming op het gebied van bedrijfsvoering en financiën. Naar aanleiding van pilots in 2023 en 2024, zijn voor 2025 al enkele besluiten genomen ondersteund door de data-analyse:

- Op zondag gaat het terrein een uur eerder dicht;
- Op zaterdag gaat van 14:00 tot 17:00 uur het gehele terrein open in plaats van slechts twee podia (=30% van het terrein, zoals gebruikelijk tot 2025);
- Op basis van de data is de gehele personeelsplanning inclusief de barbezetting herzien, waardoor vraag en aanbod beter op elkaar aansluiten.

Het datamodel wordt de komende jaren verder ontwikkeld met het oog op een nog betere en effectievere toepassing. Deze ontwikkeling wordt ook gedeeld binnen de Vereniging Grootschalige Open Evenementen waar Zomerparkfeest onderdeel van is. Daar wordt onder andere bekeken of/hoe Zomerparkfeest het model (betaald) beschikbaar kan maken voor de evenementen die zijn aangesloten bij dit collectief.



6. Culturele codes

Zomerparkfeest spreekt al jaren de ambitie uit om 'de codes' volledig toe te passen. Echter merken we, anno 2025, dat vele zaken nog niet op de goede manier zijn verankerd in de organisatie. Er is een verandering in gang gezet, maar eerlijkheid biedt ons toe te geven dat er nog vele stappen te maken zijn.

Het bestuur heeft in 2025 zichzelf de dwingende taak opgelegd om hier per 2026 de grootst mogelijke prioriteit aan te geven. Mede door het begin 2026 aannemen van een bestuurssecretaris met als expliciete taak het bewaken en agenderen van de Governance Code Cultuur, Code Diversiteit & Inclusie en Fair Practice zijn de codes beter in de organisatie verankerd.

6.1 Governance Code Cultuur

Zoals in Paragraaf 5.1 is beschreven heeft Zomerparkfeest in 2025 gekozen voor het toepassen van het One Tier-model. Dit besluit is mede gemaakt om beter aan te sluiten op de governance code cultuur.

Zaken die op dit moment nog ontbreken en in 2026 met prioriteit worden opgepakt zijn o.a.:

- Beleid rondom risicobeheersing;
- Afspraken m.b.t. informatievoorziening binnen het bestuur;
- Functioneringsgesprekken voor bestuursleden;
- Rapportage richting externe belanghebbenden;
- Zelf-evaluatie van het bestuur, in 2026 samen met een externe;
- Opstellen van een introductieprogramma voor bestuursleden, zowel toezichthoudend bestuur en uitvoerend bestuur.

6.2 Code Diversiteit & Inclusie

Zomerparkfeest zet zich in voor de Code Diversiteit & Inclusie. We willen dat cultuur altijd, overal en voor iedereen is.

Programma

Startpositie: Het programma richtte zich al op een breed publiek, maar representatie was nog geen expliciet onderdeel van het artistiek beleid. Doelstelling: Het versterken van representatie en inclusie binnen de programmering.

Acties: In het in 2025 vastgestelde artistiek profiel is de ambitie opgenomen om te werken aan een evenwichtige man-vrouwverdeling op het podium. Daarnaast blijven we inzetten op programmaonderdelen voor specifieke doelgroepen, zoals het kinderprogramma en de ouderenmiddag.

Evaluatie: De eerste stappen zijn gezet en inclusie is nadrukkelijker onderdeel van de programmering geworden.

Toekomstplan: Verdere uitwerking van inclusiedoelstellingen, verbreding naar andere vormen van representatie en het actief monitoren van de samenstelling van het programma.

Partners

Startpositie: Samenwerkingen waren aanwezig, maar niet expliciet gericht op diversiteit en inclusie.

Doelstelling: Het aangaan van samenwerkingen die bijdragen aan een breder en diverser bereik. Acties: Samenwerkingen zijn gestart en versterkt met partners die nieuwe doelgroepen en perspectieven inbrengen, waaronder culturele partners met een divers publiek.

Evaluatie: Deze samenwerkingen zorgen voor nieuwe invalshoeken en een bredere uitstraling van het festival.

Toekomstplan: Verdere verdieping van deze samenwerkingen en gerichte uitbreiding van het partnernetwerk om inclusie structureel te versterken.

Vrijwilligers en personeel

Startpositie: Het team bestond grotendeels uit medewerkers met een vergelijkbare achtergrond en diversiteit was nog geen expliciet onderdeel van het beleid.

Doelstelling: Het ontwikkelen van een meerstemmige organisatie en het vergroten van diversiteit binnen het team.

Acties: Vacatures zijn breder uitgezet, ook via gespecialiseerde bureaus en in het Engels. Er is actief geworven onder verschillende doelgroepen, zoals ouderen, anderstaligen en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Teams worden bewust samengesteld met aandacht voor diversiteit.

Evaluatie: Er is meer diversiteit zichtbaar binnen het team en inclusie is een structureel onderwerp van gesprek geworden. Het team bestaat inmiddels uit 18 verschillende nationaliteiten.

Toekomstplan: Verdere verankering van diversiteit in beleid en werving, en het blijven stimuleren van een inclusieve en veilige werkomgeving.

Publiek

Startpositie: Het festival was vrij toegankelijk, maar toegankelijkheid en bereik waren nog niet volledig uitgewerkt in beleid.

Doelstelling: Het verbeteren van toegankelijkheid en het bereiken van een breder publiek.

Acties: De website is uitgebreid met informatie in het Engels en Duits. Daarnaast is in 2025 gewerkt aan fysieke toegankelijkheid, met onder andere aangepaste paden en een rolstoeldeck bij MAIN.

Evaluatie: Het festival is toegankelijker geworden, zowel fysiek als in communicatie, en bereikt een breder publiek.

Toekomstplan: Verdere verbetering van digitale en fysieke toegankelijkheid en het blijven verlagen van drempels voor verschillende doelgroepen.

6.3 Fair Practice Code

We onderschrijven de uitgangspunten van de Fair Practice Code en hanteren daarbij de kernwaarden solidariteit, diversiteit, vertrouwen, duurzaamheid en transparantie als leidraad. Hoewel de organisatie grotendeels draait op vrijwilligers en er geen vergoedingen worden uitgekeerd aan de kernorganisatie (niet te verwarren met de uitvoering van het festival; artiesten, technici en andere professionals worden marktconform betaald), zijn we ons bewust van de spanning die dit model met zich meebrengt. Vanuit het principe van solidariteit maken we bewuste afwegingen over welke werkzaamheden passend zijn voor vrijwilligers en waar professionele inzet noodzakelijk is.

We investeren in de duurzame inzetbaarheid van vrijwilligers en bieden ruime mogelijkheden voor ontwikkeling en training. Ongeveer 10% van de totale begroting (circa €125.000) wordt besteed aan vrijwilligersbeleid, waaronder opleiding, begeleiding, faciliteiten en waardering. Daarmee geven we invulling aan duurzaamheid en bouwen we aan langdurige betrokkenheid. Tegelijkertijd streven we naar een veilige, inclusieve en toegankelijke werkomgeving, waarin diversiteit wordt gestimuleerd en iedereen gelijke kansen krijgt om bij te dragen.

Daarnaast werken we volgens duidelijke afspraken en rolverdelingen, met aandacht voor transparantie en een open aanspreekcultuur. Vrijwilligers weten waar ze aan toe zijn en worden actief betrokken bij de organisatie en doorontwikkeling van het festival. Vanuit vertrouwen creëren we ruimte voor eigenaarschap en verantwoordelijkheid, zowel binnen de organisatie als in de samenwerking met leveranciers en partners, waarbij we streven naar eerlijke afspraken en zorgvuldige omgang met mensen en middelen.

Ons vrijwilligersbeleid, samengevat in "Zonder vrijwilligers, geen Zomerparkfeest", richt zich op het versterken van betrokkenheid, eigenaarschap en langdurige binding. De ambitie is om ons menselijke kapitaal verder te verduurzamen en als organisatie een voorbeeld te zijn in hoe je vrijwilligers op een eerlijke en toekomstbestendige manier kunt organiseren, verbinden en ontwikkelen.



7. Financiën

7.1 Resultaten 2025

In 2025 is Zomerparkeest er in geslaagd om de negatieve resultaten van de afgelopen jaren om te buigen in een positief resultaat van € 238.745. Dit komt onder andere door het positieve weerscenario waar we tijdens editie 2025 mee hadden te maken. Daarnaast is er aan de voorkant fors gesneden in de budgetten van alle teams. Vrijwel alle teams hebben de opdracht gekregen om 10% in te krimpen in hun begroting. Dat is grotendeels gelukt. Daarnaast is er veel energie gestoken in betere inkoop-deals wat resulteerde in een hoger resultaat. De consumptieprijs is in 2025 gelijk gebleven aan de prijs van editie 2024, zijnde € 3,80.

De omzet horeca laat in 2025 een stijging van ruim € 110.000 zien waarbij we de inkoopwaarde hebben weten te verlagen door betere afspraken. Subsidies zijn in 2025 met € 45.000 gestegen. Dit betreft de 4-jarige subsidies van FPK, provincie Limburg en gemeente Venlo.

Ondanks dat we tevreden terugkijken op de financiële ontwikkeling van Zomerparkeest in 2025, zijn we realistisch en niet louter positief over de toekomst. Voor 2026 wordt rekening gehouden met een algehele stijging van 3,56% in kosten. Om deze kostenstijging op te vangen is het realistisch dat de consumptieprijs ook zal stijgen. Daarnaast moeten we verder onderzoeken hoe we de middenmix van inkomsten kunnen verbreden en daarmee minder afhankelijk te zijn van de horeca-inkomsten. Ook hebben we de ambitie ons festival nog laagdrempeliger te maken, door het gratis maken van toiletten en fietsenstallingen, om de dalende inkomsten te compenseren die dit met zich mee zal brengen, zal alternatieve dekking gevonden moeten worden.

7.2 Wet Normering Topinkomens

De Wet normering topinkomens (WNT) is niet van toepassing op de organisatie van Zomerparkeest. De WNT beoogt normering en transparantie te waarborgen ten aanzien van bezoldigingen van topfunctionarissen binnen (semi)publieke instellingen die met publieke middelen worden gefinancierd en waar sprake is van een formele dienstbetrekking of bezoldigingsrelatie.

In het geval van Zomerparkeest is hiervan geen sprake. De organisatie van het evenement wordt volledig gedragen door vrijwilligers. Er zijn geen functionarissen die op basis van een arbeidsovereenkomst, aanstelling of anderszins een bezoldigde topfunctie vervullen. Evenmin is er sprake van structurele beloningen, salarissen of andere vormen van bezoldiging zoals bedoeld in de WNT. Eventuele vergoedingen die worden verstrekt, beperken zich tot onkostenvergoedingen of vrijwilligersvergoedingen binnen de fiscaal toegestane kaders, en kunnen niet worden aangemerkt als bezoldiging in de zin van de WNT.

Daarbij komt dat de reikwijdte van de WNT zich richt op instellingen die kwalificeren als WNT-instelling. Zomerparkeest kan niet als zodanig worden aangemerkt, nu geen sprake is van een organisatie met bezoldigde topfunctionarissen of een bestuursstructuur waarin beloning plaatsvindt die onder de normeringsregels valt. Gelet op het voorgaande wordt geconcludeerd dat de WNT niet van toepassing is

8. Toekomstplannen

8.1 Vooruitblik nieuw artistiek profiel

Omdat we willen en moeten inspelen op de actualiteit is eind 2025 een nieuw artistiek profiel opgesteld, met als rode draad de artistieke structuur die we de afgelopen jaren hebben ingezet. Het artistieke profiel bestaat uit vijf kaders:

1. Artistieke kwaliteit als basis

Artistieke kwaliteit vormt altijd de basis. Iedere act moet overtuigen in vakmanschap, zeggingskracht en oorspronkelijkheid. Kwaliteit is geen bijzaak, maar het fundament waarop het programma rust.

2. Relevantie en actualiteit als leidraad

Zomerparkeest staat midden in de samenleving en zoekt actief aansluiting bij wat er speelt. Het programma bevat bewust ruimte voor actuele thema's, die op een zorgvuldige en inhoudelijke manier worden verwerkt. Dit zorgt voor verdieping en maakt het festival betekenisvol in het hier en nu.

3. Balans tussen publieksgericht en niche

Grote namen en toegankelijke acts trekken een breed publiek, terwijl ruimte blijft voor experiment, nieuwe makers en minder voor de hand liggende keuzes. Deze spanning is essentieel en maakt het programma dynamisch en onderscheidend.

4. Verrassen is essentieel onderdeel van de ervaring

We verbinden disciplines, stimuleren cross-overs en zoeken naar onverwachte combinaties in programmering en gebruik van het terrein. Bezoekers worden uitgedaagd om buiten hun vaste patronen te kijken en nieuwe vormen van kunst en cultuur te ontdekken.

5. Inclusiviteit en diversiteit

Het festival wil een afspiegeling zijn van de samenleving en werkt toe naar een evenwichtige representatie op het podium. Inclusiviteit gaat daarbij verder dan de line-up en richt zich ook op het bereiken en betrekken van verschillende doelgroepen, zowel op als voor het podium.

8.2 Vooruitblik nieuw merkverhaal

De komende jaren zetten we nadrukkelijk in op het scherper vertellen van ons verhaal. Waar Zomerparkeest al decennialang stevig verankerd is in Venlo en gedragen wordt door een loyale community, ligt er een duidelijke opgave om deze kracht ook explicieter en consistentier uit te dragen. Eind 2025 is hiervoor een eerste aanzet gemaakt met de ontwikkeling van een aangescherpt merkverhaal, waarin de spanning tussen lokale verankering en artistieke vernieuwing centraal staat.

Zomerparkeest positioneert zich daarin als stadsicoon én als aanjager van radicale relevantie. Juist de sterke band met de stad en het publiek geeft ons de ruimte om te verrassen, te schuren en nieuwe perspectieven te introduceren. We bouwen voort op wat vertrouwd is, maar dagen tegelijkertijd uit om verder te kijken dan het bekende. Die balans tussen herkenning en vernieuwing vormt de kern van onze identiteit en onderscheidt ons binnen het festivallandschap.

In de komende periode vertalen we dit merkverhaal door naar alle onderdelen van de organisatie, van programmering en partnerships tot communicatie en publieksbenadering. Zo zorgen we ervoor dat niet alleen het festival zelf, maar ook de manier waarop we ons presenteren, aansluit bij wie we zijn en waar we voor staan.

8.3 De Waarde van Gratis

Zomerparkfeest beweegt zich voortdurend in het spanningsveld tussen het toekomstbestendig organiseren van een vrij toegankelijk evenement met een breed en kwalitatief hoogstaand cultureel programma, en de financiële realiteit van het huidige festivallandschap. In die context is het feit dat het festival volledig wordt gedragen door vrijwilligers van onschatbare waarde, zowel financieel als in termen van lokale inbedding, draagvlak en sociaal-maatschappelijke betekenis.

Zomerparkfeest is met 47 edities het oudste en grootste gratis meerdaagse cultuurfestival in Nederland in zijn soort. Al decennialang zoeken we de balans tussen een divers programma, een gezonde exploitatie en een sterke vrijwilligersorganisatie. Sinds de coronapandemie zijn de omstandigheden echter veranderd. De bereidheid tot vrijwilligerswerk neemt af, productiekosten stijgen en bezoekers geven minder uit. Deze ontwikkelingen maken aanpassingen noodzakelijk om het festival duurzaam te kunnen blijven organiseren.

Tegelijkertijd staat één uitgangspunt voor ons niet ter discussie: Zomerparkfeest blijft vrij toegankelijk. Juist dat maakt het festival van waarde. Het biedt laagdrempelige toegang tot cultuur en vervult een belangrijke rol als ontmoetingsplek in stad en regio.

Om deze waarde te borgen, is in 2025 gestart met een gerichte strategie die we 'de waarde van gratis' zijn gaan noemen. Tijdens de festivaleditie organiseerden we een partnermeeting waarin we met betrokken partijen in gesprek gingen over de maatschappelijke betekenis van vrij toegankelijke cultuur. In november 2025 volgde een verdiepend panelgesprek met experts, beleidsmakers en partners over de toekomstbestendigheid van gratis festivals.

Deze lijn wordt in 2026 doorgezet met een actieve lobby richting de gemeenteraad van Venlo, gekoppeld aan de vierjaarlijkse subsidieaanvraag. Doel is om Zomerparkfeest structureel te verankeren binnen de sociale en culturele basisinfrastructuur van de stad. Hiermee willen we de continuïteit van het festival borgen en voorkomen dat de toegankelijkheid onder druk komt te staan.

De ontwikkelingen in het festivallandschap maken duidelijk dat dit geen vanzelfsprekendheid meer is. Juist daarom zetten we in op een koers waarin inhoud, toegankelijkheid en financiële duurzaamheid in balans blijven.



Sterkte

Gratis cultureel aanbod/beleving

- Laagdrempelig
- Voor iedereen toegankelijk

Breed cultureel aanbod – programmering

- Beleving
- Maakt diversiteit
- Veelzijdig in genres, type artiesten en doelgroepen

Merk/identiteit

- Lokaal
- Sociale functie (ontmoeten)
- Verbinding
- Potentie in de regio
- Wil je bij horen
- Vernieuwend

Locatie

- Ontmoetingsplek
- Goede bereikbaarheid
- Sfeer

Loyaliteit vrijwilligers (familie)

- Vriendschap
- Inclusief
- Commitment
- Incentives

Professionaliteit (vrijwilligers)organisatie

- Divers en toegewijd bestuur
- Expertise/kennisontwikkeling
- Raad van Advies
- Hospitality
- Ambitieuw

Zwakte

Communicatielijnen

- Niet optimaal/duidelijk
- Bestuur – Commissies
- Veel mensen, elkaar niet kunnen vinden
- Solo's, onduidelijkheid rollen tussen teams

Afhankelijkheid van vrijwilligers

- Werkdruk
- Belasting: 2 weken vrij nemen
- Wat zelf doen – wat uitbesteden
- Verhouding betaald/onbetaald werk

Samenwerken met – Leren van andere evenementen

- Te weinig inspiratie extern opdoen
- Geen samenwerking met andere lokale evenementen

Inzicht in bezoeker

- Wie is de bezoeker, wat is de behoefte
- Doelkomst
- Verwachtingen
- Leeftijd
- Aansluiting op wat geboden wordt

Operatie

- Systemen e.d.; maakt werk vrijwilligers lastig
- Niet alle punten komen naar voren in evaluatie

Externe communicatie

- Net steeds stapje te laat
- Reactief
- Nauwelijks communicatie gedurende het jaar
- Vooral inhoudelijk
- Onvoldoende profileren wie we zijn

Locatie

- 15.000 bezoekers is maximum

Kans

Samenwerken – Partnerships

- Met binnenstad
- Met andere evenementen/organisaties
- Met muziekschool
- Met Gilde Opleidingen
- Ook info ophalen hoe anderen het doen

Diversiteit – inclusiviteit

- Aanspreken meer doelgroepen
- Inspelen op veranderende demografie (leeftijd, afkomst, e.d.)
- Duits achterland
- Breedte – diepte

Verdienmodel

- Onderzoeken mogelijkheden
- Andere subsidies
- Sponsors

Mogelijkheden aanbod – Services & diensten

- Commerciële programmeren
- Meer dimensies in aanbod programma/horeca (breedte en diepte)
- Gebruik data
- Inspelen op trends

Bedreiging

Inflatie – prijsstijging

- Effect op bezoekers
- Effect op kosten
- Effect op verdienmodel (gratis onder druk)
- Alles in verhouding blijven

Ontwikkeling vrijwilligers

- Vrijwilligers minder uren beschikbaar / meer vrijwilligers nodig
- Aantal verenigingen neemt af (krijgen inzet mensen niet rond)

Strengere wet & regelgeving en eisen Governance Code

- Vergunningen, privacy etc.
- Vraagt meer van de organisatie
- Zorgt voor stijging kosten (bijv. beveiliging)
- Steeds meer afhankelijk van professionals

Demografie

- Vergrijzing
- Migranten
- Effect op interesses – binding bezoekers

Volle evenementenkalender

- Effect op keuzes bezoekers
- Effect op beschikbaarheid materiaal
- Effect op productiefaciliteiten
- Effect op inzet vrijwilligers (elders betaald)
- Zijn/blijven we interessant genoeg voor de artiesten

Locatie

- Grenzen aan mogelijkheden
- Parkeergarage?