

HOOGTE80 FESTIVAL PODIUMKUNSTENFESTIVAL IN ARNHEM



KASSETT & DANSBLOK

HOOGTE80 FESTIVAL

Jaarverslag 2025



De ontmoeting

Waar we samen komen, en samen verder gaan

Van donderdag 29 mei tot en met zondag 1 juni stond stadspark Hoogte 80 opnieuw in het teken van cultuur, ontmoeting en verwondering. We presenteerden een divers en prikkelend (theater)programma voor jong en oud, voor de geoefende én ongeefende liefhebber. In alle programmaonderdelen stond de ontmoeting centraal: tussen makers en publiek, tussen oude bekenden en nieuwe vrienden, en tussen generaties. Het festivalterrein werd een plek waar mensen met verschillende achtergronden elkaar leerden kennen, samen genoten van cultuur en in gesprek gingen. Bijna 9 op de 10 bezoekers (84%) vindt dat Hoogte80 Festival een gevoel van saamhorigheid creëert. Het festival stimuleerde bezoekers ook om vaker culturele activiteiten van jonge makers in de regio Arnhem te bezoeken: bijna de helft (47%) geeft aan dit van plan te zijn.

Hoogte80 Festival 2025 markeerde het begin van een vierjarige beweging richting co-creatie. We zetten de eerste stappen in het opbouwen van een community die steeds actiever gaat meedenken, meedoen en mee-maken. Jonge makers speelden daarin een belangrijke rol. Vanuit de Arnhemse Werkplaats werkten zij niet alleen aan hun eigen artistieke ontwikkeling, maar droegen zij ook actief bij aan de inhoud en vorm van het festival. Ze reflecteerden op maatschappelijke thema's, werkten samen met lokale partners en experimenteerden met nieuwe manieren van publieksbetrokkenheid.

In dit verslag vertellen we graag meer over wat we samen hebben bereikt en welke lessen we meenemen naar de volgende fase.

**Organisatie:**

Stichting Hoogte80 Festivals
Hommelseweg 510, 6821 LZ Arnhem
info@h80festival.nl www.h80festival.nl
KvK 60247274
IBAN NL55 TRIO 0198 4531 91
RSIN 853826596

Contactpersoon:

Harold Oddens
+31 (0)6 52539853
harold@h80festival.nl

1. Inleiding	2
2. Doelen en resultaten	4
Doelstelling 1: Diverser programma aanbieden	4
Doelstelling 2: Nieuwe doelgroepen bereiken	5
Doelstelling 3: Onze rol voor nieuwe makers in de keten bestendigen	6
Doelstelling 4: De organisatie verstevigen	8
Kwantitatieve doelstellingen	8
Impact	9
3. Publiek en communicatie	10
Bestaand publiek behouden	10
Nieuw publiek bereiken	10
Publieksonderzoek	11
4. Personeel	12
5. Samenwerkingen	13
6. Evaluatie	14
Successen	14
Leerpunten	15
7. Vooruitblik	16
8. Culturele codes	17

2. Doelen en resultaten



DIEHELEDING

Mensen maken Hoogte80 Festival. Al sinds 2009 vormt ons festival een plek waar publiek en makers vanuit verschillende achtergronden, met verschillende interesses en verschillende ideeën écht samenkomen. In vier dagen lang participeren zo'n 31.000 bezoekers uit uiteenlopende doelgroepen in een unieke mix van culturele uitingen, van muziektheater tot kleinkunst, van community art tot spoken word en van mime tot dans. Met- en rondom het culturele programma verbinden we makers, vrijwilligers en publiek omdat we door het delen van verhalen voeding willen geven aan een constructieve, maatschappelijke en noodzakelijke dialoog. In een polariserende samenleving, wordt die urgentie steeds groter.

Voor de periode 2025-2028 hebben we verschillende kwaliteitsdoelen gesteld. Met deze editie hebben we weer een stap in die richting gezet. Bij elke doelstelling kijken we terug op wat we tot nu toe hebben gedaan.

Doelstelling 1: Diverser programma aanbieden

- Door het festival samen met onze community vorm te geven.
- Door te programmeren in samenwerking met nieuwe en bestaande partners.
- Diverser programma aan te bieden door te werken met een publieksraad en een programma adviesraad.

Hoogte80 Festival 2025 markeerde de start van een vierjarige lijn waarin we toewerken naar een festival dat grotendeels in co-creatie tot stand komt. Co-creatie zorgt voor nieuwe ontmoetingen, verhalen en perspectieven, waardoor het festival van én voor iedereen wordt. In 2028 maken we het festival samen met theatermakers, kunstenaars, publiek, buurtbewoners en andere betrokkenen.

In 2025 zijn we gestart met een publieksraad. We hebben hiervoor een tijdelijke communitymanager aangesteld. Hij was aanwezig op het festivalterrein en ging in gesprek met

bezoekers over hun betrokkenheid bij het festival. Zo'n zestig mensen zijn geïnteresseerd om zich bij de nieuwe raad aan te sluiten. Een mooi resultaat! Samen met deze groep bepalen we de vorm van de publieksraad. Ook zijn we begonnen met het peilen van interesse in een kinderraad, en de eerste enthousiaste kinderen hebben zich gemeld. We vormen de programma adviesraad om tot makersraad, zodat we het inhoudelijk programma meer in gezamenlijkheid vorm kunnen geven.

Het programma is voor ongeveer 25% in co-creatie tot stand gekomen doordat we met nieuwe en bestaande partners programmeerden. We werkten in verschillende gradaties van participatie, van meedenken tot meedoen en medemaken. Zo vond het programma niet alleen plaats op het terrein, maar ook op locaties in de wijk Geitenkamp, waaronder Café de Tapperij, sportterrein Valkenhuizen en restaurant Enjoy & Learn. We ontwikkelden een kinderprogramma in samenwerking met drie basisscholen uit de gesegregeerde wijken Geitenkamp en Paasberg, Collectief Koppig en het KinderWijkTeam. Deze kinderen groeien op met weinig toegang tot cultuur en ontmoeten elkaar onderling nauwelijks. Samen ontwierpen zij grote vlaggen en liepen een theatrale parade over het festivalterrein, waardoor zij elkaar op een betekenisvolle manier ontmoetten en hun verhalen en ideeën deelden. De kinderen plaatsten de vlaggen daarna op het festivalterrein en werden zo mede eigenaar van Hoogte80 Festival. Trots namen ze hun ouders mee naar het festival om de vlaggen te bekijken.

De inhoudelijke programmering richtte zich op het thema ontmoeting. Zo liet de voorstelling *Voor Saus* van Collectief SNAK op humoristische en zintuiglijke wijze zien welke ontmoetingen plaatsvinden in een snackbar. In de spektakeltheatervoorstelling *FLITS* van Collectief ABSOLUUT (ontwikkeld in coproductie met Theater Oostpool) werd publiek deelgenoot van vluchtige ontmoetingen tussen ongrijpbare maaltijdbezorgers. In *DASHBOARD* van **DIEHELEDING** stapte het publiek letterlijk in een rijdend busje, waar ze onderdeel werden van een filmische roadtrip langs eenzaamheid en stadsdrukke. **JUKEBOX** nodigde het publiek uit om via koptelefoons mee te luisteren met de gedachten van een dakloze man die worstelt om zijn plek in de samenleving te vinden.



COLLECTIEF SNAK

2. Doelen en resultaten



Met deze aanpak zijn de eerste verbindingen gelegd. We hebben gewerkt aan een festival dat in samenwerking met onze community tot stand komt, waarin meerdere perspectieven, verhalen en vormen tot uiting komen. Er is meer ruimte ontstaan om samen te programmeren. We beseffen dat het opbouwen van een community en het realiseren van co-creatie veel tijd en aandacht vraagt. De inzet van een communitymanager is hierbij essentieel. Op dit moment is deze functie beperkt tot de festivalperiode en directe voorbereiding. Willen we deze rol structureel inzetten en de beweging richting co-creatie vasthouden en verdiepen, dan is aanvullende en/of externe financiering noodzakelijk.

Doelstelling 2: Nieuwe doelgroepen bereiken

- ▶ Door blijven in te zetten op het toegankelijk(er) maken van het festivalterrein en het programma voor mensen met een beperking (fysiek, inhoudelijk en financieel).
- ▶ Door uitwisseling te bevorderen met het publiek van het Posttheater en overige samenwerkingspartners.
- ▶ Door te programmeren in lijn met onze publiekswisie.
- ▶ Door vanaf 2025 het contextprogramma een volwaardige rol in het festival te geven.

In 2025 hebben we bewezen succesvolle fysieke aanpassingen (rolstoelpaden, et cetera) aangevuld met nieuwe inhoudelijke acties om het festival verder toegankelijk te maken. Daarbij hebben we ons extra gefocust op toegankelijkheid voor doven en slechthorenden. Iedere festivaldag waren schrijftolken en tolken Nederlandse gebarentaal aanwezig, hier konden bezoekers kosteloos gebruik van maken. 20 unieke bezoekers hebben dit gedaan. Het gratis toegankelijke gebarencafé, in samenwerking met Café Kroon, was een groot succes. Ook programmeerden we inclusief. Dansgezelschap 20Hertz dansten bijvoorbeeld *Disconnect*: een meeslepende dansvoorstelling waarin vijf dansers de delicate balans tussen connectie en disconnectie verkennen. Het team en de dansers van 20Hertz vormen een diverse mix van dove, slechthorende en horende mensen. De voorstelling is geschikt voor- en werd bezocht door mensen met alle auditieve gradaties en van alle leeftijden.

Mixed-abled theatergezelschap Speels Collectief speelde de interactieve performance *Take Me Out*. Hier ontmoette je echte mensen, geen profielen of filters. Terwijl publiek zat, keek, luisterde en misschien zelfs een beetje flirtte, namen personages hen mee in de chaos en de spanning van het daten.

Daarnaast hebben we deze acties duidelijker gecommuniceerd naar bezoekers. Zo hebben we, in het kader van financiële toegankelijkheid, meer aandacht besteed aan het betaal-wat-je-kunt principe voorafgaande aan het festival en op het terrein zelf. Dat heeft ertoe geleid dat 15% procent van het publiek het hoogste tarief koos, 48% het middelste



ARNHEM LACHT

en 37% het laagste. Dit ten opzichte van 14% hoog-, 40% middel- en 46% laagtarief in 2024. Op onze website en het festivalterrein gaven we duidelijk aan welke voorstellingen geschikt zijn voor: Language No Problem, mensen met een visuele beperking, 'Pluk-je-tolk', rolstoelgebruikers, verschillende leeftijden.

Om de uitwisseling met het publiek van het Posttheater te versterken, heeft het Posttheater een tent geprogrammeerd. Hier waren onder andere succesformule Arnhem Lacht en cabaretier Marlon Kicken te zien. Deze samenwerking heeft ertoe geleid dat 4 op de 5 deelnemers aan het publieksonderzoek aangeeft geïnteresseerd te zijn om ook het Posttheater te gaan bezoeken. Ook met andere samenwerkingspartners stimuleerden we uitwisseling met het publiek en boden we diverser programma aan. In samenwerking met Theater aan de Rijn in Arnhem en De Lindenberg in Nijmegen presenteerde Boys Won't Be Boys een kick-off van hun nieuwe productie op Hoogte80 Festival: *Girls Won't Be Girls* Arnhem / Nijmegen, met lokale spelers uit deze steden. Op het Hoogte80 Festival heeft Boys Won't Be Boys ook een aantal workshops rondom genderidentiteit gegeven in samenwerking met InDifferent.

In lijn met onze publiekswisie hebben we langs drie instaptreden geprogrammeerd: lage instap, middeninstap en hoge instap. Alle voorstellingen passen binnen onze artistieke speerpunten: het presenteren en ontwikkelen van de nieuwste generatie makers, het presenteren van vrije geluiden, het bieden van nieuwe perspectieven op actuele maatschappelijke ontwikkelingen en het presenteren van een dwarsdoorsnede van de kunsten en publiekssmaken. Het contextprogramma is geïntegreerd in het reguliere programma. KASSETT&Dansblok en Boys won't be Boys organiseerden nagesprekken bij hun voorstellingen. Samen met de zeefdrukkerij van Plaatsmaken maakten vrijwilligers en bezoekers dagkrantjes.

2. Doelen en resultaten



'Ik heb best een vooroordeel over theater, normaal laat ik voorstellingen altijd links liggen. Maar dit festival is wel een goede introductie hiervoor, het betaalsysteem was goed, en altijd iets te zien en te doen.'

- anonieme bezoeker -

Het festival verlaagde drempels op fysiek, financieel én inhoudelijk vlak, de inclusieve programmering werd opgemerkt en gewaardeerd. 82% van de bezoekers noemt het festival (zeer) inclusief en toegankelijk. Uit feedback op het festival zelf blijkt dat bezoekers met een beperking zich welkom voelen. De ticketverkoop is dit jaar 20% gestegen ten opzichte van vorig jaar. Daaruit blijkt dat we bezoekers succesvol stimuleren om (voor het eerst) voorstellingen te bezoeken. Daarnaast geeft bijna de helft (47%) van de bezoekers aan dat ze, na hun bezoek aan Hoogte80 Festival, vaker culturele activiteiten van jonge makers in regio Arnhem willen gaan bezoeken.

Doelstelling 3: Onze rol voor nieuwe makers in de keten bestendigen

- ▶ Door onder de vlag van de Arnhemse Werkplaats 2 jonge makers een residency te bieden.
- ▶ Door onder de vlag van de Arnhemse Werkplaats 20 jonge makers te ondersteunen via een workshopreeks.
- ▶ Door onder de vlag van de Arnhemse Werkplaats 2 open calls uit te zetten.
- ▶ Door kennis- en netwerkmomenten te organiseren in samenwerking met onze partners.
- ▶ Door toe te werken naar uitbetaling van professionele makers naar 100% cao Toneel & Dans in 2026. In 2025 streven we naar honorering van 90% van het dagtarief conform cao
- ▶ Door programmeurs van podia en festivals uit te nodigen (zowel landelijk als provinciaal) om kennis te maken met nieuwe makers.

In toenemende mate zoeken makers een plek waar ze zich kunnen verbinden aan een theater, gezelschap of festival om zich verder te ontwikkelen. Ze willen zich aansluiten bij een groep waarin ze zich gehoord en gezien voelen. Dit geeft hen rust om te groeien en ruimte om peer-to-peer te leren. Onderzoek door Bureau BUITEN, in opdracht van de Gemeente Arnhem, onderschrijft dit. Vanuit de overtuiging dat jonge makers via hun voorstellingen bewustwording creëren



FEMKE BRINKSMA

rondom polariserende onderwerpen en daarmee bijdragen aan een mooiere en socialere wereld, hebben we samen met het Posttheater onder de vlag van de Arnhemse Werkplaats deze makers ondersteund en met elkaar verbonden.

Zo hebben de leden van Chordslip tijdens een residency hun voorstelling *Chordslip around the World* ontwikkeld en gerepeteerd waarbij ze ondersteund werden door Pim Muda (Ashton Brothers), waarna deze in première ging op het festival. Collectief Teder werkte tijdens een residency hun voorstelling *NASA, 100 Tampons & Bloedende Schaamte* om tot een festivalvoorstelling.

De open call leverde zoveel talentvolle inzendingen op dat we in plaats van twee zelfs vier makers selecteerden. Twee van hen kregen coaching, de andere twee volstonden met een sparringpartner. Collectief Blos ontwikkelde onder het festival de 6+ voorstelling *BARST*, met ondersteuning op artistiek, dramaturgisch en zakelijk vlak. Teun Smeets verdiepte zijn intieme 1-op-1 performance *Wireful*—een onderzoek naar de onbenutte mogelijkheden van digitale communicatie—onder begeleiding van programmeur en theatermaker Karlijn van Kruchten. Daarnaast ondersteunden we STUDIO GEEN PROBLEEM x DONKERE MATERIE met *De Tussenruimte* en Femke Brinksma met *Een naderend einde*.

2. Doelen en resultaten



CHORDSLIP

"Dankzij de begeleiding vanuit de open call en deelname aan de workshops heb ik praktische tips gekregen om mijn werk beter te produceren, presenteren en promoten. Het was heel fijn om als jonge makers extra steun te krijgen door middel van workshops die ons meenamen in het werkveld. Het was heel waardevol dat ons een plek werd geboden waar we andere makers, zowel rond hetzelfde fase als makers met jaren ervaring, konden spreken en bevragen! - Soleil Reichardt, collectief BLOS."

Aan de workshops namen gedurende 2 dagen 22 makers uit 11 collectieven deel, alle deelnemende makers speelden op Hoogte80 Festival en zijn maximaal 5 jaar actief als professioneel maker. Onderwerpen die aan bod kwamen, zijn: productie en marketing in festivalcontext, artistieke ontwikkeling buiten de opleidingsstructuur, zakelijke ontwikkeling, netwerkvorming. De workshops werden gegeven door Luc de Groen (artistiek directeur Cafe Theater Festival), Jip Vuik (artistiek leider DIE HELE DING) en Juul Spoor (zakelijk leider 155 en DIE HELE DING)

In gezamenlijke sessies hebben we onderzocht in welke fase de makers zich bevinden; in verschillende fases komen er namelijk verschillende zaken op hen af waarbij ze elkaar kunnen helpen. 'Jonge talenten' zijn bijvoorbeeld bezig met: hoe kom ik aan genoeg projecten? Hoe financieer ik die? Hoe blijf ik me ontwikkelen nu ik los ben van de academie en hoe kom ik in contact met andere makers? Terwijl 'nieuwe helden' juist vragen hebben zoals: hoe bouw ik een structuur op? Blijf ik zelfstandig maker, of is een stichting misschien een goede vorm voor mij? Hoe vergroot ik mijn bereik, hoe zorg ik ervoor dat ik van lokaal naar regionaal en nationaal ga? Wat is

mijn stijl, mijn USP? Gezamenlijk hebben we ook vooruit gekeken naar de fase 'gevestigde helden'. Daar spelen vragen zoals werkgever/opdrachtgeverschap, het aansturen van een team, besteding van je praktijk, artistieke vernieuwing, samenwerkingen waarin jij de grote partij bent of overdracht van je specialisatie.

Makers waardeerden vooral de peer-to-peer uitwisseling, iets wat ze in hun dagelijkse praktijk aangeven te missen:

"We hebben met ontzettend veel plezier gewerkt tijdens de residency. We hadden daar letterlijk en figuurlijk de ruimte om ideeën echt uit te proberen en groter te laten aanvoelen. Alles wat we nodig hadden was aanwezig, en het was heerlijk om ons volledig terug te kunnen trekken in onze eigen bubbel. Dankzij deze repetitieruimte konden we een volwaardige doorloop doen voor onze regisseur, inclusief geluid en een grote speelvloer. Dat was ontzettend waardevol in deze fase van het maakproces. De begeleiding heeft ons een beter beeld gegeven van waar we staan in onze carrière en hoe we ons verder kunnen ontwikkelen als makers. Kortom: we zijn heel blij dat we gebruik mochten maken van deze plek. Het heeft onze voorstelling absoluut naar een hoger niveau getild."- Clé Delphi & Isa Zwart (Collectief Teder)

In het kader van Fair Pay werken we toe naar volledige uitbetaling van professionele makers volgens cao Toneel & Dans, we streven ernaar dit doel in 2026 te behalen. In 2025 heeft 91% van de makers minimaal het dagtarief ontvangen. Daarmee hebben wij voldaan aan ons tussentijds doel van 90%.



COLLECTIEF BLOS

2. Doelen en resultaten



Ook dit jaar nodigden we programmeurs uit om jonge makers op het festival te ontmoeten. Hoewel het animo beperkt was, hebben enkele kleine en middelgrote festivals en podia hiervan gebruikgemaakt. We onderzoeken volgend jaar een alternatief waarmee we het bereik en de impact kunnen vergroten.

Doelstelling 4. De organisatie verstevigen

- ▶ Door samen te gaan met het Posttheater
- ▶ Door personeel te verlonen conform de cao Nederlandse Podia.
- ▶ Door ons vrijwilligersbestand verder te verbreden door te werven binnen de lokale samenleving, via sportverenigingen en clubs, G.O.A.T. Jongerenwerk en Heel Arnhem Schoon en door nieuwkomers te begeleiden.
- ▶ Door vrijwilligerscoördinatie te coachen in het werken met specifieke groepen.
- ▶ Door de financieringsmix te verbreden.

Hoogte80 Festival en het Posttheater zijn begin 2025 ondergebracht in één moederstichting: Stichting KAB Posttheater/Hoogte80 Festivals. Beide organisaties hebben hun eigen identiteit behouden, maar bundelen krachten vanuit een gezamenlijk bestuur. Personeel wordt betaald in lijn met de cao Nederlandse Podia.

Kwantitatieve doelstellingen

Onze kwantitatieve doelstellingen voor 2025 waren:

We hebben ons vrijwilligersbestand verder uitgebreid door actief te werven in de lokale samenleving, onder andere via sportclubs, scoutinggroepen, jongerenwerk (G.O.A.T.), Heel Arnhem Schoon en #Meedoen. Daarmee betrokken we ook jongeren, nieuwkomers en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Zij werkten zelfstandig of onder begeleiding mee aan de bouw en breek van het festival, stonden achter de bar of de informatiebalie, begeleidten artiesten, verkochten kaartjes en verzorgden het terrein.

Om nieuwe vrijwilligers op een laagdrempelige manier kennis te laten maken met elkaar en de organisatie, organiseerden we twee drukbezochte ontmoetingcafés. Tijdens de werkcafés werkten vrijwilligers mee aan thema's als gastvrijheid, duurzaamheid en horeca. Deze open sessies hebben geleid tot een hechte, diverse groep die elkaar ondersteunt en nieuwe mensen verwelkomt. De vrijwilligerscoördinatoren werden gecoacht in het begeleiden van specifieke doelgroepen.

Om onze financieringsmix te verbreden, werken we toe naar een Vriendenprogramma. Tijdens het festival experimenteerden we met donaties om de gratis toegang te kunnen behouden.

De Gelderlander wijdde er een artikel aan:
[Genoten? Geef iets terug – Hoogte80 legt uit hoe bezoekers kunnen helpen](#)



Doel	Beoogd bereik	Gerealiseerd bereik
Publieksbereik	30.000*	31.500
Aantal verschillende producties	50	45
Totaal aantal voorstellingen	300	425
Totaal capaciteit voorstellingen	20.000	20.205
Aantal betalende bezoekers	10.000	11.221
Aantal gratis bezoekers		3.826
Programma-instap	25% Laag, 45% Midden, 30% Hoog	24% Laag, 53% Midden, 22% Hoog
Typen makers	30% Jonge talenten, 45% Nieuwe helden 25% Helden	29% Jong Talent, 29% Nieuwe Helden, 42% Helden
De Arnhemse Werkplaats	• 2 makers maken nieuw werk tijdens een residency van 4 weken en spelen hun nieuwe voorstelling tijdens Hoogte80 Festival 2025. • 4 workshops voor 20 jonge makers die op Hoogte80 spelen. • Open call voor 2 jonge makers.	• 8 makers vanuit 2 collectieven hebben vanuit de residency werk gemaakt en op Hoogte80 Festival gespeeld: BLOS en Chordslip. • 4 workshops voor 22 jonge makers die op Hoogte80 spelen. • Open call voor 2 jonge makers, extra begeleiding voor nog 2 makers.

* Publieksbereik is afhankelijk van de weersomstandigheden.

2. Doelen en resultaten



Impact

Het Hoogte80 Festival 2025 bracht een kleurrijke mix van doelgroepen samen in een gedeelde ervaring van ontmoeting en culturele uitwisseling. Voor het brede publiek bood het festival laagdrempelige toegang tot een divers en prikkelend programma. Buurtbewoners werden actief betrokken via wijkgerichte programmering en samenwerkingen op locatie. Kinderen uit de omliggende wijken ervoeren eigenaarschap dankzij het deelproject Hoe hangt de vlag erbij? en een theatrale parade op het festivalterrein. Vrijwilligers speelden een sleutelrol in de organisatie en vormden een hechte gemeenschap waarbinnen nieuwe gezichten zich welkom en gewaardeerd voelden. Makers vonden een inspirerende plek voor ontwikkeling, samenwerking en uitwisseling met publiek en vakgenoten. Dankzij het gratis toegankelijke terrein, inclusieve voorzieningen en open sfeer bood het festival ook ruimte aan mensen die anders zelden met cultuur in aanraking komen. Zo bracht het festival op alle niveaus verrijking, verbinding én toegang tot cultuur.

3. Publiek en communicatie



MR. WEAZLEY

De Arnhemse studio's All Days Off en Marleen Vos hebben een campagneplan voor de komende vier jaar ontwikkeld. Dit jaar is daarvan de basis gelegd middels een brand design, zodat er duidelijke link is tussen de visuele identiteit en de inhoudelijke activiteiten.

De transformatie richting community gericht werken heeft ook invloed op de marketing. Waar voorheen de marketing van Hoogte80 grotendeels gericht was op 'zenden', zetten we sinds dit jaar meer op 'ontvangen'.

Bestaand publiek behouden

Uit ons publieksonderzoek blijkt de hoge mate van herhaalbezoek. Ruim een derde (36%) van de bezoekers geeft aan het festival ieder jaar te bezoeken, 43% komt bijna elk jaar. Het afwisselende programma en de goede sfeer op het festivalterrein spelen daarbij een belangrijke rol.

Met verschillende doelgroepen bouwen we gericht aan een langetermijn relatie. Voor publiek met een beperking, waaronder de gemeenschap van doven en slechthorenden, richtten we ons op herhaalbezoek en vergroten van bekendheid met gerichte communicatie via sociale media, Facebook groepen en andere online communities (zoals bijvoorbeeld de doven agenda), een offline campagne (bijvoorbeeld op scholen voor doven) en de nieuwsbrief van het Arnhems Platform Chronisch zieken en Gehandicapten (APCG). Voor mensen met een financiële drempel communiceerden we in 2025 actiever over gratis toegang en het 'betaal-wat-je-kan'-systeem, terwijl we bezoekers zonder financiële drempels online en offline stimuleerden om naar draagkracht bij te dragen. 80% van de bezoekers was hierdoor al voor het festival op de hoogte van deze methode.

Veel bezoekers geven aan dat ze bewust kiezen wat ze kunnen missen, rekening houdend met eigen financiële situatie én de wens om artiesten en het festival te ondersteunen. De hoge mate van toegankelijkheid op het festival en in onze communicatie wordt steeds beter opgemerkt: onze marketeer was te gast in de podcast van de Cultuur Academy, het kennisplatform voor de culturele sector in Arnhem en Nijmegen. Zij noemden Hoogte80 Festival als *good practice*.

We investeerden in community building via interactieve social content, opstart van een publieksraad en de opstart van een nieuwsbrief. Ook de marketing op het festivalterrein was gericht op uitwisseling. Zo maakten we samen met bezoekers dagelijks een krantje.

Nieuw publiek bereiken

Regionaal bereikten we nieuwe bezoekers via online advertenties, posters, regionale platforms en micro-influencers, met de nadruk op een laagdrempelig familiefeest. Landelijk werd Hoogte80 Festival getipt door de NS en RTL.nl.

Daarnaast bereikten we nieuw publiek via samenwerkingen, waaronder met het Posttheater. Het Posttheater heeft een tent geprogrammeerd op Hoogte80 Festival en de eigen achterban geënthousiasmeerd voor Hoogte80 Festival via posters, social media berichten en nieuwsbrieven. Die wisselwerking is vruchtbaar en gaan we komende jaren verdiepen. In 2025 bezocht 21% van onze bezoekers het festival voor het eerst.

"Ik vind het gewoon heel leuk, voor iedere doelgroep is er wat! Het is vrij en ruim, en je mag ook gewoon chillen."

- anonieme bezoeker -

3. Publiek en communicatie



COLLECTIEF ABSOLUUT

'Het spelen op het festival heeft ons de mogelijkheid gegeven om in gesprek te raken met nieuwe partners en presentatieplekken. Het was daarom voor ons ook een hele waardevolle speelplek - mede omdat H80 ons altijd een warm hart toedraagt en ze onze première wilden faciliteren.'

- Joppe Klein - Collectief ABSOLUUT.

Publieksonderzoek

In 2025 heeft onderzoeksbureau R2 een publieksonderzoek uitgevoerd, met als doel het in kaart brengen van het bezoekersprofiel, waardering en maatschappelijk effect van het Hoogte80 Festival en het vinden van verbeterpunten voor de 2026 editie.

Het festival trekt een breed publiek van uiteenlopende leeftijden. Het aandeel jongeren (tot en met 29 jaar) is dit jaar toegenomen (30% vs. 24% in 2024), terwijl het aantal dertigers juist is afgenomen (16% vs. 24% in 2024). Tegelijkertijd is het aantal 50-plussers licht toegenomen (34% vs. 29% in 2024). Hierdoor blijft de gemiddelde leeftijd, net als vorig jaar, stabiel op 42 jaar. 80% van de bezoekers komt uit regio Arnhem (waarvan 64% uit Arnhem zelf), 20% reist vanuit andere delen van Nederland naar het festival.

Bezoekers beoordelen het festival gemiddeld met een 8,0. De sfeer, vriendelijkheid van personeel en de ongedwongen setting worden als grootste pluspunten genoemd. In vergelijking met vorig jaar wordt het programma vaker als divers (80% vs. 70% in 2024) en uniek (66% vs. 60% in 2024) beoordeeld. Verbeterpunten liggen vooral op gebied van de horeca, zoals de plaatsing van de barren.

De belangrijkste maatschappelijke waarde van het festival wordt gecreëerd op gebied sociale cohesie en cultuurparticipatie. Maar liefst 84% van de bezoekers ervaart tijdens het festival een gevoel van saamhorigheid. 54% heeft nieuwe mensen ontmoet, 82% vindt dat het festival ook verschillende typen mensen bij elkaar brengt. Het festival heeft een positieve impact op cultuurparticipatie, met bijna de helft van de bezoekers die aangeeft door Hoogte80 geïnspireerd te zijn om meer werk van jonge makers in de regio te gaan zien.

4. Personeel



MAN II CO

Hoogte80 Festival heeft een Raad van Toezicht-model met een directeur-bestuurder. Leden vervullen hun functie onbezoldigd. Met het samengaan van Hoogte80 Festival en het Posttheater onder één moederstichting is ervoor gekozen om de Raad van Toezicht in 2026 voltallig vertegenwoordigd te houden, zodat de identiteiten van beide stichtingen goed vertegenwoordigd bleven in deze transitieperiode. Voorafgaand aan de fusie is vastgesteld dat deze raad zou slinken tot 5 leden per 01-01-2026. Twee leden zijn gedurende het jaar al afgetreden (mevrouw M. Verhagen en de heer D.C.M. Fisscher), twee leden treden per 01-01-2026 uit de RvT (de heer H. Heerink en de heer M. Derksen). Op 31 december 2025 bestond de Raad van Toezicht uit:



OUMAR

Naam	Rol	Startdatum 1e termijn	Einddatum 1e termijn	Herbenoembaar ja/nee
De heer B.M.J. van Meer	Voorzitter	01-01-2025	01-01-2029	Ja
Mevrouw N. Koning	Lid met portefeuille financiën	01-01-2025	01-01-2029	Ja
De heer H. Heerink	Lid	01-01-2025	01-01-2026	Treedt af
De heer A.M. Hoex	Lid	01-01-2025	01-01-2029	Ja
Mevrouw C. Hermesdorf	Lid	01-01-2025	01-01-2029	Ja
De heer B. Heuts	Lid	01-01-2025	01-01-2029	Ja
De heer M. Derksen	Lid	01-01-2025	01-01-2026	Treedt af

Het bestuur wordt gevormd door:

Naam	Rol
De heer H.C.M. Oddens	Directeur-bestuurder

5. Samenwerkingen



OOPSIE DAISY

In 2025 heeft Hoogte80 Festival weer intensief samengewerkt met lokale, regionale en landelijke partners. We zijn goed ingebed in de stad en wijk en onderhouden relaties met culturele, maatschappelijke en educatieve partners, netwerken en stakeholders.

Lokale en regionale inbedding

- Met het Posttheater wordt op het gebied van personeel nauw samengewerkt. De marketing, administratie en vrijwilligerscoördinatie worden vanuit een gezamenlijk team verzorgd. Bijeenkomsten van medewerkers, vrijwilligers en makers vonden plaats in het Posttheater. In 2025 zijn we ook inhoudelijk intensiever gaan samenwerken: rondom de Arnhemse Werkplaats en kruisbestuiving van programma en publieksbereik.
- Diverse artistieke (Arnhemse) partners presenteerden aanbod op het festivalterrein, zoals Theater Oostpool en grafiekwerkplaats Plaatsmaken.
- Café Theater Festival (CTF) begeleidt en ontwikkelt de workshops voor makers. Hoogte80 programmeert de publieks- en jurywinnaars van de verschillende lokale edities op het Hoogte80 Festival. De artistiek directeur van CTF adviseert over het aanbod van voor ons nog onbekende makers.
- In samenwerking met Theater aan de Rijn in Arnhem en De Lindenberg in Nijmegen presenteerde Boys Won't Be Boys een kick-off van hun nieuwe productie op Hoogte80 Festival: Girls Won't Be Girls Arnhem / Nijmegen.

- In 2025 hebben we intensiever samengewerkt met partners uit de wijk: Café de Tapperij, sportterrein Valkenhuizen en restaurant Enjoy & Learn.
- Het gratis toegankelijke gebarencafé, in samenwerking met Café Kroon, was een groot succes.

Educatief

- Hogescholen (ArtEZ en ROC Rijn IJssel) leveren programma-inhoudelijke bijdragen met de examenvoorstellingen.
- We ontwikkelden een kinderprogramma in samenwerking met drie basisscholen uit de gesegregeerde wijken Geitenkamp en Paasberg, Collectief Koppig en het KinderWijkTeam.

Netwerken

- Hoogte80 is actief lid van de Vereniging van Buitentheater Festivals Nederland (VBFN) om bij te dragen aan een sterkere sector en buitentheater als volwaardige discipline in Nederland op de kaart te zetten.
- Hoogte80 is lid van de stuurgroep van de Verenigde Podiumkunsten Festivals om bij te dragen aan kennisuitwisseling en een sterke festivalsector.

Stakeholders

Hoogte80 Festival onderhoudt goede relaties met diverse stakeholders en subsidiënten, zoals Gemeente Arnhem, Fonds Podiumkunsten, VSBfonds en Dioraphte. Jaarlijks werken we samen met diverse aanvullende fondsen.

6. Evaluatie



PATRICK NEDERKOORN

Successen

► Een van de meest tastbare resultaten is de stijging van de ticketverkoop met ongeveer twintig procent. Dit is een duidelijke indicatie dat het festival de culturele interesse onder bezoekers vergroot en actieve deelname aan cultuur stimuleert. Bezoekers kiezen er vaker voor om een voorstelling bij te wonen. Dit geldt als belangrijke graadmeter voor de aantrekkingskracht van het programma en de maatschappelijke waarde ervan.

► Met de opstart van een publieksraad en kinderraad werd een stevige basis gelegd voor een festival dat in de toekomst volledig samen met het publiek en de wijk tot stand komt. Ongeveer een kwart van het programma kwam dit jaar al tot stand door samenwerking met partners, scholen en buurtinitiatieven. Bezoekers van alle leeftijden waarden Hoogte80 Festival bijzonder hoog, omdat het voor hen voelt als 'een soort familie.'

► Hoogte80 bood via de Arnhemse Werkplaats begeleiding aan jonge makers in de vorm van workshops, coaching en speelkansen. Makers als Chordslip, BLOS en Collectief Teder presenteerden hun nieuwe werk aan het publiek. Deelnemers gaven aan dat zij beter inzicht kregen in hun ontwikkelingsfase en dat de uitwisseling met collega-makers hen verder heeft geholpen.

► We hebben onze voorzieningen voor mensen met een beperking weer verbeterd, zoals schrijftolken, gebarentaal, een speciaal café en duidelijke toegangscommunicatie.

► Ook het principe waarbij bezoekers zelf kiezen wat zij betalen werd beter gecommuniceerd. Daarnaast bood het programma ruimte aan artiesten met diverse achtergronden en vaardigheden, zoals in de dansvoorstelling van 20Hertz. Hierdoor konden meer mensen zich herkennen in wat er op het podium te zien was.

► Het festival vond plaats op verschillende plekken in de wijk Geitenkamp, zoals een sportveld, scholen, een café en een ontwikkelplek voor jongeren. Buurtbewoners en kinderen werden actief betrokken, waardoor zij zich welkom en serieus genomen voelden.

► Meer dan honderd vrijwilligers waren actief tijdens de opbouw, het festival zelf en de afbouw. Onder hen waren nieuwkomers, jongeren en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Via werkbijeenkomsten en informele ontmoetingen kregen zij de ruimte om ook inhoudelijk bij te dragen. Dit zorgde voor onderlinge verbondenheid en eigenaarschap.

► Bezoekers omschreven Hoogte80 als een warme en inclusieve plek. De Gelderlander besteedde aandacht aan de geefbereidheid van bezoekers, we werden getipt in de landelijke media en de Cultuur Academy noemde het festival een goed voorbeeld van toegankelijke communicatie in de culturele sector.

6. Evaluatie



STUDIO GEEN PROBLEEM

Leerpunten

► De overgang naar een festival dat in co-creatie met de community wordt vormgegeven is veelbelovend, maar ook intensief. Hoewel de start succesvol was met de oprichting van een publieksraad en kinderraad, vraagt het opbouwen van duurzame relaties meer dan alleen inzet rond het festival. Continuïteit, beschikbaarheid van mensen en een heldere structuur zijn essentieel. We willen onszelf en anderen in de sector daarom het volgende aanbevelen: investeer het hele jaar door in community-building, niet alleen tijdens de festivalperiode. Structurele inzet van een communitymanager en budget voor regelmatige ontmoetingen buiten het festival om zijn noodzakelijk om betrokkenheid te verdiepen. Als er (nog) geen aanvullende financiering beschikbaar is, begin dan op kleine schaal.

► Het betrekken van vrijwilligers via ontmoetingcafés en werk-bijeenkomsten werkte goed. Vooral het feit dat vrijwilligers inhoudelijk konden meedenken werd gewaardeerd. Tegelijk vraagt het werken met specifieke groepen, zoals nieuwkomers of mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, om extra coaching en begeleiding. Aanbeveling: Behoud het persoonlijke karakter van het vrijwilligersbeleid, maar investeer in training voor coördinatoren in het begeleiden van diverse groepen.

► De workshopreeks en begeleiding van jonge makers leverde veel op. Tegelijk bleek dat makers zich in verschillende fasen van hun ontwikkeling bevinden en dus ook verschillende behoeften hebben. Een eenvormig traject werkt niet voor

iedereen. Aanbeveling: Werk met een modulair programma waarin makers zich kunnen aansluiten op basis van hun ontwikkelfase. Koppel jonge makers aan meer ervaren makers voor peer-to-peer reflectie.

► Het festival is goed toegankelijk. Maar uit gesprekken en feedback bleek dat niet alle bezoekers op de hoogte zijn van de geboden mogelijkheden, zoals gebarentolken. Aanbeveling: Maak informatie over toegankelijkheid nog beter zichtbaar. Gebruik visuele middelen, pictogrammen en geef vrijwilligers instructie over hoe ze publiek hierop kunnen attenderen.

► De groei van de ticketverkoop met twintig procent laat zien dat het publiek bereid is te investeren in cultuur. Dat vraagt om een organisatie die professioneel en veerkrachtig genoeg is om deze groei te ondersteunen. Aanbeveling: Versterk de interne organisatie door te blijven investeren in professionele verloning, samenwerking met partners en het verbreden van de financieringsmix, onder andere via donaties en in de toekomst een vriendenprogramma.

► Ondanks inspanningen om programmeurs van andere podia te betrekken bij de ontwikkeling van jonge makers, bleef het landelijke animo beperkt. Aanbeveling: Zoek nieuwe vormen van presentatie en ontmoeting buiten het festival, bijvoorbeeld via werkbezoeken of digitale showcases, en betrek het netwerk eerder in het maakproces.



MAGIC TOM & YURI

In de komende jaren bouwen we verder aan de beweging die we in 2025 zijn gestart: richting een festival dat in cocreatie met publiek, makers, vrijwilligers en buurtbewoners tot stand komt. In een tijd waarin maatschappelijke tegenstellingen groter lijken te worden, blijft deze beweging aan urgentie winnen. Om deze nieuwe manier van werken te kunnen integreren in de organisatie, en relaties met (nieuwe) stakeholders en partners op te bouwen, geven we de ontwikkeling vorm in een vierjarige thematische lijn: ontmoeting (2025), dialoog (2026), weerspiegeling (2027) en cocreatie (2028). In deze route gaan we ruimte nemen om te experimenteren, te leren en waar nodig bij te sturen.

In 2026 gaat het thema 'de dialoog' centraal staan. Dit gaat vorm krijgen via voorstellingen, wijkgerichte programmering, contextactiviteiten en samenwerkingen met lokale culturele en maatschappelijke partners, onderwijsinstellingen en makerscollectieven. Ook gaan we verder bouwen aan community-activiteiten, de inzet van vrijwilligers en de ontwikkeling van een publieksraad. Ons doel is dat in 2026 ongeveer 45% van het programma tot stand gaat komen vanuit of samen met onze community.

Om de dialoog met de directe omgeving van het festival te versterken, gaan we vanaf 2026 intensiever samenwerken met partners in de wijk. Daarmee gaat het festival sterker in de buurt worden verankerd en gaan bewoners en ondernemers zich meer betrokken voelen. De communitybuilder, die in 2025 nog eenmalig op projectbasis aan het festival verbonden was, komt in 2026 jaarrond in dienst.

Jonge makers blijven een belangrijke bouwsteen van het

festival. We bouwen de Arnhemse Werkplaats komende jaren verder uit. Ook gaan we vanaf 2026 een meerjarige samenwerking aan met ArtEZ Muziektheater en Rijn IJssel. We zien we dat de kosten voor het organiseren van festivals blijven stijgen. Daarom gaan we de komende jaren blijven investeren in een sterke organisatie, duurzame samenwerkingen en een bredere financieringsmix, zodat we onze artistieke en maatschappelijke ambities kunnen blijven realiseren.

8. Culturele codes



	Code Diversiteit en Inclusie	Code Cultural Governance	Fair Practice Code
Startpositie: Hoe is de situatie/toepassing/realisatie bij aanvang van het verslagjaar?	Een breed publiek bereikt, goede relatie met community van doven en slechthorenden, hoog gewaardeerde toegankelijkheidsmaatregelen.	Alle voorbereidingen getroffen voor samengaan Hoogte80 Festival en Posttheater onder één moederstichting.	61% van de makers ontving 90% of meer van de dagvergoeding van cao Toneel & Dans.
Wat was de doelstelling voor het verslagjaar?	Versterken pay-what-you-can prijsbeleid door te stimuleren dat bezoekers (die het kunnen missen) gebruikmaken van het hogere tarief. Daarmee financiële ruimte te creëren voor publiek met kleine beurs om het lage tarief te betalen.	Daadwerkelijke transitie.	Streven om 90% van de makers 100% of meer van de dagvergoeding cao Toneel & Dans te betalen.
Wat waren de activiteiten/ontwikkelingen in het verslagjaar?	Meer publiciteit/aandacht voor- en tijdens festival voor pay-what-you can prijsbeleid. Betere afspiegeling van de samenleving op het podium en daarmee verhoogde sociale toegankelijkheid via programmering van inclusieve gezelschappen en via nieuwe samenwerkingen, zoals rondom <i>Girls won't be girls</i>. Meer aandacht voor fysieke toegankelijkheidsmaatregelen in marketing. Diverse toegankelijkheidsmaatregelen op terrein. Contact onderhouden met community doven/slechthorenden. Eerste stappen gezet richting community-programma. Vrijwilligersbestand verbreed en meer toegankelijk gemaakt voor diverse doelgroepen, o.a. nieuwkomers, jongeren met afstand tot de arbeidsmarkt.	Aanscherpen profielen RvT en terugbrengen RvT naar gewenste aantal van 5 leden (op 01-01-2026).	Geheel risicodragend programmeren: het totale bedrag aan uitbetaalde honoraria voor artiesten is gestegen van €51.140,- in 2019 naar €79.750,- in 2023 naar €92.615 in 2024 naar €103.843 in 2025. Nieuw personeelsbeleid opgesteld en personeel gehonoreerd volgens cao Nederlandse Podia.
Wat is de stand van zaken aan het eind van het jaar en wat is de doelstelling voor het komende jaar?	Stand einde jaar: Succesvolle stijging verkoop hoog tarief. Verhoogde bekendheid van toegankelijkheidsmaatregelen. Hoge publiekswaardering mate van toegankelijkheid en diversiteit in programma en op festival. Nieuwe vrijwilligers betrokken. Doelstelling: Verder verbreden vrijwilligersbestand. Verderbouwen aan community. Onderzoeken hoe de website verder toegankelijk gemaakt kan worden. Opzetten prikkelarme middag.	Stand einde jaar: RvT teruggebracht tot 7 leden op 31-12-2025, op 01-01-2026 treden de volgende twee leden af. Doelstelling: In 2026 worden de profielschetsen opnieuw onder de loep genomen wat zal leiden tot een nieuwe samenstelling per 01-01-2027.	Stand einde jaar: In 2025 hebben we 91% van de makers minimaal het dagtarief kunnen honoreren, daarmee hebben wij voldaan aan ons tussentijds doel van 90% en het in de aanvraag voorgenomen beloningsbeleid uitgevoerd. Doelstelling: In 2026 willen wij 100% van de artiesten minimaal het dagtarief honoreren. Aansluiten bij meldpunt. Aanstellen externe vertrouwenspersoon.



HOOGTE80 FESTIVAL

www.h80festival.nl