tweedehands festival

Dit is het

JAAR VERSLAG van TWEEDE HANDS het FESTIVAL

2025

Bestuurssamenstelling 3
Doelstelling volgens de statuten 3
Missie en visie 4
Inleiding 5
Tweedehands het Festival 2025 6
Tweedehands residenties 10
Samen met Gemeente Tilburg 11
Een spannend besluit 12
Succes en verbeterpunten 15
Team 17

Stichting Tweedehands het Festival

Officiële naam: Stichting Tweedehands het Festival
Bij publiek bekende naam: Tweedehands het Festival
KVK-nummer: 89543327
RSIN-nummer: 865016203
De stichting is gevestigd in de gemeente Tilburg
Professor Cobbenhagenlaan 494,
5037 DK Tilburg

info@tweedehandshetfestival.nl
www.tweedehandshetfestival.nl

Bestuurssamenstelling

Bestuursvoorzitter: Marjolein Fischer
Secretaris: Haiko Huvenaars
Penningmeester: Sophie Sanders

De leden van het bestuur van Tweedehands het Festival ontvangen geen vergoeding voor hun werkzaamheden.

Doelstelling volgens de statuten

Het organiseren van een jaarlijks terugkerend evenement dat in het teken staat van tweedehands, de kringloopwinkels en hergebruik, waarmee mensen bewust(er) gemaakt worden dat tweedehands winkelen en hergebruik niet alleen duurzaam of goedkoop is, maar ook leuk en verrassend, en het verrichten van al wat hiermee verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn. Tot dit doel behoort niet het doen van uitkeringen aan de oprichter(s) of aan hen die deel uitmaken van organen van de stichting.

Missie en visie

Tweedehands het Festival jaagt positieve verandering aan. We inspireren met verbeelding en plezier. We creëren een blijvende, optimistische beweging: we verbinden mensen, ideeën en initiatieven. Iedereen voelt zich welkom, of je nu ervaren kringloopliefhebber bent of gewoon nieuwsgierig rondkijkt. Tweedehands biedt eindeloze mogelijkheden voor iedereen: we laten zien dat de duurzame optie ook de leukste is.

Plezier en optimisme

We brengen plezier en maken mensen enthousiast over alles wat tweedehands is en kan zijn. Met humor, verbeeldingskracht en expertise vieren we tweedehands in alle vormen. Ons optimisme is aanstekelijk en inspireert mensen om de wereld toekomstbestendiger te maken. We geloven dat tweedehands de weg naar een duurzamere toekomst is, en verspreiden die boodschap met een glimlach.

Handen uit de mouwen

We zijn daadkrachtige doeners en vindingrijke pioniers. We durven de sprong te wagen en steken de handen uit de mouwen. Flexibel en gedreven door nieuwsgierigheid, ondernemingszin en daadkracht. Daarom zijn we altijd in beweging. We zijn kartrekkers in (lokale) ontwikkelingen in de tweedehands economie en niet bang om bestaande ideeën te doorbreken.

Samen

Samen zijn we Tweedehands en Tweedehands zijn we samen. We voelen ons betrokken bij de lokale gemeenschap, verbinden initiatieven en zijn persoonlijk betrokken. Altijd op zoek naar verbinding - daar schuilt onze kracht. Wij geloven dat we door samen te werken Tweedehands kunnen laten groeien tot een beweging die verschil maakt in Tilburg, in Nederland, in de wereld.

Drempels weg

We zijn geworteld in de lokale Tilburgse gemeenschap waar we zelf onderdeel van uitmaken. We vinden het belangrijk om zo veel mogelijk drempels weg te nemen en het festival zo toegankelijk mogelijk te maken voor iedereen. Zowel ervaren tweedehandsliefhebbers als nieuwsgierige rondkijkers voelen zich bij ons thuis. Onze aanpak is persoonlijk, ongedwongen en laagdrempelig - zo brengen we mensen samen en creëren we een inclusieve, levendige sfeer.

Inleiding

Tweedehands het Festival werd in 2023 opgericht uit een passie voor duurzaamheid en hergebruik. De succesvolle start in 2023 hebben we voortgezet in de jaren daarna. We organiseerden in maart 2025 voor de derde keer Tweedehands het Festival. Daarnaast pakten we waar mogelijk interessante andere projecten aan, zoals een campagne met Gemeente Tilburg en de Tweedehands Residenties.



Tweedehands het Festival 2025

Het festival

Op 28, 29 en 30 maart 2025 vond de derde editie van Tweedehands het Festival plaats. In samenwerking met uiteenlopende lokale partners werd een divers programma samengesteld, dat ook dit jaar werd gedragen door Tilburg. Tweedehands het Festival 2025 trok ongeveer 5500 bezoekers. Een groot deel van deze bezoekers was lokaal georiënteerd, maar daarnaast was ook een deel afkomstig van buiten Tilburg en reisde een klein deel van buiten de provincie naar Tilburg voor het festival. Dit succes onderstreepte de lokale betrokkenheid en de interesse in tweedehands en hergebruik. Het toonde aan dat er een breed draagvlak is voor onze missie en activiteiten.

Herkomst bezoekers

Gemeente Tilburg	64%
Noord-Brabant excl. gemeente Tilburg	24%
Nederland excl. Noord-Brabant	11,5%
Buitenland	0,5%

Het was ontzettend fijn om te zien hoe Tilburg bruist tijdens Tweedehands het Festival. Van de binnenstad tot de buitenwijken. We hebben mooie reacties ontvangen. Zo hadden veel Tilburgse tweedehands winkels, makers en ondernemers een druk weekend en spraken we bezoekers uit het hele land, die vaak een weekend lang in Tilburg verbleven speciaal voor het festival. Deze mooie reacties zien we ook terug in ons publieksonderzoek: ons programma werd door bezoekers als zeer goed beoordeeld. Zo'n 90% van de bezoekers beoordeelt ons programma met minimaal een 8. De leeftijd van bezoekers was redelijk divers, met een piek van 29,2% van tussen de 26 en 35 jaar oud. Opvallend veel bezoekers (42,9%) gaf aan ons festival te kennen via vrienden of bekenden. Tweedehands het Festival verspreidt zich met name via mond-tot-mondreclame. Ziet kringlopen doet kringlopen, goed voorbeeld doet volgen.



Dit jaar maakten we voor het eerst een onderscheid tussen activiteiten (met een begin en eindtijd) en acties, zoals kortingen en koopzondagen. Ondanks dat deze acties dit jaar niet bij de activiteiten werden gerekend, bedroeg het festival toch zo'n 50 activiteiten op ongeveer 40 locaties. Veel bij vaste samenwerkingspartners, zoals De Nieuwe Vorst of Club Smederij, maar ook nieuwe plekken en organisaties haakten aan. Tweedehands het Festival heeft een breed publiek bereikt en Tilburg gepositioneerd als creatieve en circulaire stad. Een greep uit de activiteiten:

Vintage Treasure Markt
Ruim 1100 bezoekers trok de Vintage Treasure Markt op zondag in Club Smederij. Het was daarmee ons drukstbezochte programmaitem. Op de Vintage Treasure Markt boden uiteenlopende verkopers uit heel Nederland hun vintage spullen aan. Van vintage kleding tot upcycled interieuritems.

Workshopprogramma
Een grote publiekstrekker als de Vintage Treasure Markt werkt goed, maar het was fijn om ook te merken dat alle workshops op ons programma (over)vol waren, met her en der zelfs een wachtlijst. Het spectrum aan workshops was breed, van meubelrestauratie in wijkcentrum De Poorten tot kledingreparatie door Bindweefsel in de LocHal en een workshop bewust consumeren door style-influencer Edith Dohmen.

Het Ware Huis
Dit pop-up duurzame warenhuis kwam tot stand als afstudeerproject van drie Fontys-studenten. Na uitgebreid marktonderzoek organiseerden ze een try-out tijdens het festivalweekend. Een leegstaand winkelpand werd een warenhuis van de toekomst, vol duurzame en circulaire merken. Een echte springplank voor jong ondernemerschap. De resultaten en learnings van dit warenhuis worden gedeeld met binnenstadsmanagement, die een soortgelijk concept willen opzetten. Zo krijgt deze try-out hopelijk een toekomst in de Tilburgse binnenstad.

GeneratieKloffie
Bij GeneratieKloffie verkochten zeventigplussers hun vintage kleding aan jongere kopers. Deze ouderen koppelden we aan een jongere vrijwilliger, die al in aanloop naar de activiteit met hen afsprak om kleding te selecteren en verhalen op te halen. Deze verhalen hadden een belangrijke rol tijdens de middag. Door een bijdrage van VSB Fonds konden we GeneratieKloffie als zelfstandig project aanpakken, waar een projectcoördinator aan werd gekoppeld. Deze coördinator kon met volle aandacht zowel de zeventigplussers als de jongere vrijwilligers begeleiden. Deze aandacht loonde: voor én tijdens GeneratieKloffie zijn veel nieuwe, blijvende verbindingen ontstaan.

Tweedehands residenties
Dit jaar maakten we nog meer dan voorheen de verbinding tussen tweedehands en cultuur, met name door onze Tweedehands Residenties. Deze residenties waren succesvol zichtbaar in een eigen activiteit op het programma. Zo was Louis, de documentaire die Lara van Hoof maakte bij La Poubelle, tot drie keer toe uitverkocht.

Andere culturele programmaonderdelen waren bijvoorbeeld de try-out van een durational performance van Zwermers, de Barbie-modeshow van textielkunstenaar Riëtte Sommerdijk met modestudenten van Yonder en een filmvertoning in samenwerking met Pop-up Cinema.

De festivalcampagne

Met onze campagne in aanloop naar Tweedehands het Festival 2025 wilden we natuurlijk opnieuw zoveel mogelijk mensen naar Tweedehands het Festival trekken. Daarnaast diende de campagne ook om meer mensen kennis te laten maken met tweedehands in Tilburg. Zowel de Tilburgers zelf als de rest van het land. Om deze doelen te bereiken hebben we - zowel online als offline - uiteenlopende middelen ingezet.

Social media

We zijn het hele jaar actief op Facebook, Instagram, Tiktok en Linkedin. Op al deze platforms zorgde onze aanpak voor goed engagement. Tweedehands en de kringloopwinkel leven en we zien dit terug in onze views en likes. Met name op Instagram zijn we in aanloop naar het festival flink gegroeid, met zo'n duizend extra volgers in aanloop naar het festival. Op het moment van schrijven hebben we hier bijna 5000 volgers, in vergelijking met 3464 vorig jaar. Gerichte social media-advertenties vulden deze organische social media-aanpak aan. Hiervoor werkten we opnieuw samen met specialist Bart van den Hout van Bestoked. Deze advertentiecampagne heeft in totaal 256.872 unieke personen bereikt. Ook in ons nieuwe publieksonderzoek zien we de resultaten van deze aanpak. Ongeveer een derde van alle bezoekers kent Tweedehands het Festival via social media.

Website

Dit jaar hebben we op de programmapagina van onze website voor het eerst onderscheid gemaakt tussen activiteiten en ander programma. Alle Tilburgse tweedehands winkels werden hier (inclusief mogelijke acties) verzameld in 'Rondje Tweedehands', alle winkels in de binnenstad die (tijdens het weekend of doorlopend) naast nieuwe spullen ook tweedehands verkopen kwamen samen in 'Ook tweedehands' en bij 'Lenen, delen, ruilen' werden locaties gebundeld waar spullen niet worden verkocht, maar kunnen worden geleend, gedeeld en geruild. Dit werkte goed, omdat bezoekers zo rondom activiteiten ook een ronde konden maken langs verschillende winkels om zo Tilburg te ontdekken. Een flink aantal bezoekers maakte hier ook al gebruik van voor aanvang van het festival. Goed om te zien dat we op deze manier aan de zichtbaarheid van de lokale (tweedehands) economie werkten.

Lokale zichtbaarheid

In de weken voor het festival waren we lokaal te zien op een groot aantal abri's en driehoeksborden, verspreid over de gemeente. Hiervoor hebben we de samenwerking opgezocht met team Duurzame Stad binnen Gemeente Tilburg. Zij hielpen ons ook met lokale zichtbaarheid in een aantal wijkkranten, zoals die in de Reeshof, Udenhout en Berkel-Enschot. Op deze manier kwam Tweedehands het Festival ook buiten het Tilburgse stadscentrum onder de aandacht. Aanvullend hebben we zelf, met een klein team van vrijwilligers, A2-posters en flyers op strategische plekken in de stad verspreid. Waaronder op deelnemende locaties. In de week voor het festival kregen deelnemende locaties ook onze programmaboekjes, om bezoekers van hun winkel of locatie mee te enthousiasmeren.

Pers

We zijn in verschillende kranten, tijdschriften en op online platforms verschenen. Tweedehands het Festival werd ook dit jaar goed opgepakt. Lokaal waren we zichtbaar via onder andere Indebuurt, Tilburg.com, Omroep Tilburg en 013Straatjes. Ook stonden we met een uitgebreid artikel in het

Brabants Dagblad, werd Tweedehands het Festival uitgebreid als tip genoemd op Radio 2 en prijkten we de dag na het festival op de voorpagina van Trouw. Voor onze persaanpak schreven we op persoonlijke noot verschillende journalisten aan. Ook werkten we samen met Citymarketing Tilburg voor een bredere persaanpak. We verspreidden samen onze persberichten en influencer Merel Wildschut bezocht Tilburg tijdens het festival op uitnodiging van Citymarketing Tilburg. Alle media waar we in zijn verschenen zijn verzameld in een publiciteitsoverzicht.

Programma
Door in ons programma een aantal strategische keuzes te maken, bereikten we onze doelgroep op een directe, maar toch organische manier. Zo werkten we samen met fashion motivator Edith Dohmen, die een omvangrijke (online) achterban heeft binnen onze doelgroep. We nodigden Edith niet uit als influencer, maar betrokken haar actief in ons programma. Zo gaf ze op zaterdag een lezing en workshop, waarvoor ze via haar eigen kanalen bezoekers uitnodigde.

Podcastmarathon
Op de zaterdag van het festival namen we een podcastmarathon op. Op één dag werden zeven gesprekken gevoerd met tweedehands voorlopers en kenners. Deze podcast werd gehost door het team van OnBrand-podcast. In de zomer kwam daarvan wekelijks een nieuwe aflevering online. Op deze manier bleven we online doorlopend zichtbaar en relevant.

Tweedehands residenties

Een rondje door de kringloopwinkel draait voor veel kringloopwinkelaars niet om het kopen, maar is deel van een hobby, van een levensstijl. Een zaterdags rondje door de tweedehandswinkel voelt vaak als een museumbezoek. Elke keer word je verrast en op nieuwe ideeën gebracht door de opmerkelijke dingen die je er tegenkomt. Je laat je inspireren door het toeval.

Deze expressieve kwaliteit van tweedehands winkelen benadrukten we in onze tweedehands residenties. Ze maakten daar nieuw werk en met inspiratie uit hun tweedehands omgeving. Vanaf het najaar van 2024 gingen vijf Tilburgse makers een werkweek lang in residentie bij een tweedehands winkel. In januari 2025 vond de laatste residentie van deze serie plaats. Michelle Daalhoff werkte een week lang mee bij kringloopwinkel LaVida in Tilburg West. Een gezellige, kleine kringloop met alle ruimte om jezelf te zijn. En dat voelde ook Michelle meteen.

Michelle werkte mee in de kringloopwinkel en werkte er aan gedichten. Ze liet zich inspireren door de mensen en de spullen in de winkel en nodigde tekenaar Wies Paree uit om illustraties te maken bij haar teksten. Het resultaat werd een kleine bundel die de sfeer van LaVida vangt en die werd feestelijk gepresenteerd tijdens Tweedehands het Festival 2025.



Samen met Gemeente Tilburg

Maak nieuw van oud

Tilburg en tweedehands gaan hand in hand. De gemeente zit vol met goede tweedehands winkels en initiatieven. Ook wonen er veel creatieve en bewuste inwoners, die - professioneel of uit liefhebberij - spullen repareren of upcyclen. Het maakt de stad duurzamer, bewuster én leuker.

In samenwerking met team Duurzame Stad van Gemeente Tilburg werkten we net voor de zomer van 2025 opnieuw aan een campagne rond deze bewuste inwoners - net zoals in 2024. We portretteerden zes tweedehands voorlopers in Tilburg, zowel ondernemers als liefhebbers. Stuk voor stuk echte Tilburgers, met een passie voor tweedehands, reparatie en upcycling. Want waar we ons in 2024 hebben gericht op Tilburgers die tweedehands kopen of verkopen, lag de focus nu op mensen die spullen repareren en upcyclen. Een positieve campagne om reparatie en upcycling in Tilburg in het zonnetje te zetten. Met de tagline ‘Maak nieuw van oud’. Met in de hoofdrol:

→ Elise Lamp, die vanuit haar werkplaats meubels restaureert
→ Sandy Keulemans, die uit liefhebberij vintage meubels opknapt en upcyclet
→ Berber Postma, die vanuit haar thuisatelier oude kleding nieuw leven geeft
→ Benjamin Mensah, die als vrijwilliger bij een repair café actief is
→ Bouke Brinkman, die vanuit haar Studio Bouks kleding upcyclet
→ Rogier de Nijs, die afval nieuw leven inblaast door er muziek mee te maken

Van deze zes voorlopers werd een fotoportret gemaakt en een interview afgenomen en van drie van hen werd ook een videoportret gemaakt. De interviews waren te lezen op duurzamertilburg.nl en de (video)portretten waren te zien op sociale media en op mupi’s in de stad.De fotografie van de campagne was in handen van Seye Cadmus. Voor de videografie was Yentl Vlachos verantwoordelijk.

Klimaatweek

Voor het programma in de Klimaatweek in november 2025 werkten we opnieuw samen met Gemeente Tilburg. Met hen organiseerden we een serie workshops in die week. Een deel van de workshopdocenten was eerder te zien in de Maak nieuw van oud-campagne, zoals Berber Postma die een workshop Sashiko gaf.

Een spannend besluit

In de zomer van 2025 maakten we een spannende beslissing. Na drie succesvolle edities kozen we ervoor om in 2026 geen reguliere festivaleditie te organiseren. Een bewuste keuze. Een tussenjaar dat we aangrijpen om te werken aan duurzame groei, een stabiele inkomstenstroom en een vernieuwde visie op de toekomst van het festival.

Wat is de reden van het besluit?

Tweedehands het Festival ontstond ruim drie jaar geleden. Een reactie op de groeiende behoefte aan een inspirerende en toegankelijke plek voor hergebruik, ambacht en creativiteit. Het succes van de eerste editie in 2023 overdonderde ons - op een positieve manier. We werden gedragen door het enthousiasme en de betrokkenheid van de stad. Tweedehands het Festival bloeide sindsdien op tot een drukbezocht en levendig festival met een divers programma: markten, workshops, performances en panelgesprekken.

Het festival groeide en we pakten daarnaast waar mogelijk enthousiast nieuwe projecten aan. Team Tweedehands het Festival stond geen moment stil. Terwijl stilstaan soms nodig is om vooruit te gaan. Voor rust, reflectie en het leggen van een fundament is ruimte nodig.

Die ruimte besloten we te pakken. Ruimte om te vernieuwen en te verdiepen. Niet uit angst, maar uit zin in de toekomst. De aanstaande pauze in 2026 biedt de ruimte om stil te staan, terug te kijken én vooruit te denken. We stellen onszelf kritische vragen over vorm, schaal en impact. We willen geen festival zijn dat jaarlijks ‘moet’, maar een platform dat betekenisvol is en blijft. Dat betekent: de moed hebben om even niet te produceren, maar te reflecteren en te ontwerpen.

Wat betekent het besluit voor ons als organisatie?

Een ding is zeker: ook nu gaan we niet stil zitten. We gaan aan de slag om zowel onze organisatie als onze plannen te bestendigen. We werken toe naar een aantal doelen:

1. **We bouwen aan een duurzame organisatie.**

We ontwikkelen een organisatiemodel dat past bij ons en bij onze ambities. Denk aan het anders inrichten van rollen in de organisatie, het toekomstbestendig maken van de werkstructuur en van de samenwerking met partners en andere instellingen.

2. **We werken aan een duurzame inkomstenstroom.**

We willen minder afhankelijk zijn van tijdelijke projectsubsidies en toe naar een stabiele inkomstenstroom. Daarom richten we ons op meerjarige partnerschappen, sterkere cofinanciering, cultureel ondernemerschap en een breder draagvlak in de gemeente en provincie.

3. **We reflecteren op de vorm en inhoud van het festival.**

Een heroverweging van het huidige festivalconcept, passend bij de tijdsgeest en bij bezoekers, makers en partners. Wat werkt al goed, maar wat kan misschien ook beter? Zoals:

- de balans tussen inhoud, beleving en consumeren
- de rol van educatie en community in onze festivalprogrammering en organisatie
- de spreiding over de gemeente en de samenwerking met partners

Hoe ziet de toekomst van Tweedehands het Festival eruit?

De eerstvolgende volledige editie van Tweedehands het Festival vindt plaats in maart 2027. Deze editie wordt meer dan een herhaling van eerdere jaren. Een vernieuwd festival, met een stevigere basis, meer ruimte voor verdieping, en een helderdere langetermijnvisie.

De tweede helft van 2025 hebben we benut om huidige partners in te lichten over onze beslissing en met ze in gesprek te gaan. We willen de komende periode partnerschappen versterken, nieuwe makers en initiatieven betrekken en onderzoeken hoe het festival als platform maatschappelijk nog relevanter kan zijn. In 2027 hebben we dan het volgende bereikt:

- Een wendbare organisatie, met duurzame partnerschappen en een helder profiel.
- Tweedehands het Festival is een festival dat inhoudelijk verdiept, zonder in te boeten op plezier en beleving.
- De programmering van ThF biedt ruimte voor makers, denkers, doeners én publiek.
- Tweedehands het Festival heeft een rol als stedelijk platform voor circulariteit. Het hele jaar zichtbaar, met een piek in het laatste weekend van maart.

We blijven doen waar we goed in zijn en waar we in geloven: toegankelijk programmeren, duurzaam denken én mensen activeren om zelf aan de slag te gaan.

Vooruitblik op 2026

Hoewel er in 2026 geen volledige editie van het festival plaatsvindt, blijft Tweedehands het Festival wel actief en zichtbaar. We onderzoeken de mogelijkheid om in maart 2026 een kleiner alternatief evenement te organiseren. Maar met name geeft dit besluit ruimte voor nieuwe, andere plannen die de tweedehands wereld verbinden en versterken. In de tussenliggende periode werken we aan campagnes, samenwerkingen en communityprojecten, die het gedachtegoed van ThF ook buiten het festival voelbaar maken.

We geloven in continuïteit op een andere manier: niet door jaarlijks te herhalen, maar door ons verhaal op allerlei manieren te vertellen. Online en offline. In het groot én klein. Samen met de mensen en organisaties die ThF de afgelopen jaren hebben gedragen.

In oktober van 2025 vroegen we daarom bij Gemeente Tilburg en bij Provincie Noord-Brabant subsidie aan voor een jaarprogramma verspreid over 2026. Net voor de start van het nieuwe jaar hoorden we dat deze beide subsidies aan ons worden toegekend. Dit geeft ons de ruimte om met deze geplande activiteiten een stevige programmabasis op te bouwen, een uitvoerend team aan ons te verbinden en ook tijdens ons pauzejaar zichtbaar en relevant te blijven.

Succes en verbeterpunten

Successen

- **Breed en landelijk publiek:** bezoekers kwamen niet alleen uit Tilburg en omstreken, maar ook uit de rest van Nederland (tot aan Den Haag, Blaricum en Ruinerwold) en België.

- **Stimulans in de lokale economie**: bezoekers kwamen vaak van ver en verbleven regelmatig het hele weekend in Tilburg, wat ook leidde tot verhoogde omzet bij lokale ondernemers zoals koffiezaak Buutvrij, die een recordomzet draaide. Met name onze festivalzaterdag bleek volgens een rapport van BMT, net zoals vorig jaar, een van de drukste dagen van de maand in het kernwinkelgebied.

- **Professionalisering van het team**: Jasper Edwards is in aanloop naar het festival tijdelijk als productiemedewerker aan het team toegevoegd. Daarnaast hebben we ook een betrokken groep vrijwilligers aan ons weten te binden.

- **Publieksonderzoek geïntroduceerd**: voor het eerst hebben we een laagdrempelige, effectieve meetmethode toegepast. Deze werkte simpel door een scheurtje te maken. Deze manier van onderzoeken is geïnspireerd op Rotterdams voorbeeld en kan voor meer (Tilburgse) evenementen interessant zijn. We delen graag onze bevindingen met deze initiatieven, zoals Kaapstad of andere stadsbrede evenementen.

- **Infopunt**: het infopunt werd ook dit jaar goed bezocht. De Naaierij is het hele weekend druk geweest met reparaties, zelfs zo druk dat een stop nodig was. De programmaboekjes zijn opgeraakt.

- **Samenwerkingen**: dit jaar is er weer samengewerkt met een breed scala aan partners. Van afstuderende studenten tot kunstenaars, senioren, kringloopwinkels en kleine ondernemers.

- **Kaartverkoop in eigen beheer**: voor het eerst is de ticketing voor losse programmaonderdelen zelfstandig uitgevoerd, wat meer controle en inzicht in bezoekers opleverde.

Aandachtspunten

- **Duidelijkere routing en communicatie**: bezoekers gaven aan behoefte te hebben aan meer overzicht in het programma en sturing tijdens hun bezoek. Duidelijkere looproutes en visuele middelen kunnen hierbij helpen. We onderzoeken hoe we dit in het vervolg vorm kunnen geven.

- **Grotere oplage programmaboekjes**: op een aantal deelnemende locaties was de vraag naar boekjes groter dan verwacht, een ruimere verspreiding is wenselijk.

- **Vroeger starten met de programmering**: een eerdere start in de voorbereiding biedt ruimte voor betere spreiding en verdieping. We overwegen hiervoor het organiseren van een of

meerdere infobijeenkomsten voor partners en deelnemers. De timing van ons festival ten opzichte van de (toezegging van de) evenementensubsidie is hiervoor niet optimaal. We onderzoeken hoe we dit in de toekomst kunnen aanpakken. Daarnaast onderzoeken we ook het opzetten van een lokale adviesraad, met wie we inhoudelijke richting kunnen geven aan onze koers en identiteit.

- **Beter spreiden van publieksdrukte**: de Vintage Treasure Markt trok gemiddeld zo'n 200 bezoekers per uur, te veel voor de ruimte zo bleek. In de toekomst is op deze piekmomenten betere spreiding of een grotere locatie nodig. Er is in Tilburg slechts een beperkt aantal locaties dat deze drukte kan dragen.

- **Ontwikkeling van een centraal festivalhart**: bezoekers zoeken naar een plek om samen te komen tijdens of na programmaonderdelen. We willen onderzoeken hoe we hier beter op kunnen inspelen, bijvoorbeeld door de vernieuwde Smederijtuin straks als ontmoetingsplek te benutten.

- Om onze **organisatie stabieler en wendbaarder** te maken werken we in 2026 aan een uitvoerend team. Op deze manier zijn we beter voorbereid op de toekomst.

Team

Het uitvoerende team van Tweedehands het Festival bestaat uit Marleen van Beers en Kelly van den Bosch. Dit kleine kernteam neemt overkoepelende taken op zich, zoals communicatie, programmering en productie. Een klein team dat zich op structurele zzp-basis aan het festival verbindt. Daarnaast wordt voor een aantal werkzaamheden, zoals het drukwerk en webdesign, samengewerkt met externe partners.

In 2025 waren onze inkomsten enigszins lager dan begroot. Om deze reden hebben we niet, zoals vorig jaar wel het geval was, een programmeur voor het festival aan kunnen trekken. Origineel was in de begroting de ambitie ingezet om in aanloop naar Tweedehands het Festival 2025 onze organisatie te bestendigen en meer (leidinggevende) taken bij deze kern neer te leggen. Vanwege tegenvallende inkomsten is deze ambitie niet ingelost, en heeft deze kern zich zelf op de organisatie van het festival gericht, zonder daarbij een team aan zich te kunnen binden. Voor productietaken hebben we op freelance-basis samengewerkt met Jasper Edwards, en we hebben de activiteiten zo kunnen uitvoeren zoals beschreven door de inzet van vrijwilligers in een aantal van de uitvoerende rollen. Ook zijn de honoraria voor de artistieke en zakelijke kern lager dan oorsponkelijk begroot.

FINANCIERING

Met een kleine reserve uit de inkomsten uit 2023 zijn dit jaar overheadkosten zoals webhosting betaald. Om de terugkeer van het festival te kunnen garanderen was het echter nodig om op zoek te gaan naar nieuwe financieringsvormen. Voor de financiering van Tweedehands het Festival 2024 vroegen we verschillende fondsen en subsidies aan.

Bij Gemeente Tilburg vroegen we twee subsidies aan: de evenementensubsidie en een subsidie ‘Projecten Mondiale Bewustwording’. Beide subsidies werden aan ons toegekend. Ook ontvingen we een fijne bijdrage van het lokale Klimaatfonds en van Rabobank Tilburg e.o..

In het najaar van 2024 vroegen we een aantal subsidies aan voor het festival in 2025. We maakten opnieuw aanspraak op de evenementensubsidie en subsidie ‘Projecten Mondiale Bewustwording’ van gemeente Tilburg. Beide werden aan ons toegekend.

Bij Provincie Noord-Brabant vroegen we eerder (in 2023) een bijdrage aan voor het opzetten van ‘tweedehands residenties’, die eveneens aan ons werd toegekend. In de jaarrekening is een bijdrage van Levendig Brabant zichtbaar van €22.540. Deze subsidie van Provincie Noord-Brabant ontvingen we voor het opzetten van onze Tweedehands residenties. De ambitie was dit project al vóór Tweedehands het Festival 2024 plaats te laten vinden. Dat is niet gelukt, maar het project vond alsnog doorgang in 2024. De uitwerkingen van deze residenties zullen te zien zijn op het festival in 2025. De bijdrage van Levendig Brabant is direct met dit doel gereserveerd.

Ook hebben we dit jaar, mede vanwege ruimer budget, een programmeur aan ons team kunnen toevoegen. Deze programmeur konden we een werkbudget bieden van €15.000. In aanloop naar het festival bleek minder werkbudget nodig dan vooraf gedacht, waardoor we een reserve konden opbouwen. Deze reserve bood ons kleine team wat ruimte voor werkzaamheden in de rest van 2024. Voor bijvoorbeeld het afsluiten van nieuwe partnerschappen, het opzetten van fondsenwerving en het inwerken van de artistiek coördinator van eerder genoemde residenties.

Een van onze ambities voor 2024 was het professionaliseren van de organisatie. Een onderdeel van deze professionalisering was het vinden van een boekhouder wiens waarden passen bij onze doelstellingen. We vonden deze boekhouder in De Groene Boekhouder, een boekhoudkantoor dat - net zoals wij - zuinig wil zijn op onze planeet.

VOORUITBLIK OP 2025

In maart 2025 organiseren we alweer de derde editie van Tweedehands het Festival. We zetten het succes van de eerste twee edities voort en vullen dit aan met een aantal ambities:

- Vorig jaar was dit onze ambitie en ook dit jaar: Het bestendigen van onze organisatie en de activiteiten. Het verder uitbouwen van wat we tijdens de eerste twee edities hebben opgezet met onze huidige partners. Niet groter, maar beter. We willen opnieuw samenwerken met de partijen die we eerder al aan ons hebben verbonden en onze band met hen versterken. We zoeken jaarlijks een beperkt aantal aanvullende partners.
- Samenwerken met onderwijsinstellingen, om op deze manier jonge, betrokken mensen bij onze activiteiten te betrekken. En ook van hen te leren. We willen in 2025 nog meer samenwerken met onderwijs in de volledige breedte: van een basisschool tot Tilburgse universiteit. Samenwerken met jongeren(organisaties) ervaren we als zeer waardevol. Juist deze jonge generatie daagt ons uit om op een andere manier naar het thema te kijken.
- We willen met een groter inspirerend aanbod van workshops, tips en sprekersavonden bezoekers nog meer de vaardigheden en kennis bieden om zelf - ook na afloop van het festival - aan de slag te gaan.
- We vragen opnieuw subsidie aan bij Gemeente Tilburg, voor maximaal 50% van onze begrote kosten. Daarnaast onderzoeken we hoe we onze fondsenwerving diverser kunnen maken, zoals door het inrichten van een eigen inkomstenstroom, het ontwikkelen van een zakelijk aanbod voor sponsoring en aanvragen bij andere fondsen.
- We richten ons voor de derde editie van Tweedehands het Festival op een kleine groei in het aantal bezoekers als tijdens eerdere edities, met een totaal van 6000 bezoekers.
- Naast het festival in maart 2025 organiseren we ook drie kleinere, lokale activiteiten.