



Jaarverslag 2024

Stichting Kopje Cultuur Steenwijkerland

Stationsplein 1 | 8331 GM Steenwijk | 06 30 69 66 95 | bestuur@kopjecultuur.nl | www.kopjecultuur.nl

Jaarverslag cultureel festival Kopje Cultuur 2024

Inhoud

1. Inleiding	3
2. Doelen en ambities	4
3. Programma 2024	5
4. Vrijwilligers	7
5. Promotie en communicatie	8
6. Ambassadeurs	11
7. Evaluatie	12
8. Organisatie	13
9. Financiën	14

Inleiding

Kopje Cultuur is een jaarlijks driedaags cultureel festival dat gehouden wordt in het centrum, op de stadswallen en in het stadspark van de vestingstad Steenwijk. Vanuit de gedachte 'Elke dag voor iedereen wat wils' is er van alles te zien en te beleven: (straat)theater, muziek, literatuur, circus, dans, film, poëzie, vertelkunst en beeldende kunst. Professionele artiesten uit binnen- en buitenland vertonen hun kunsten op karakteristieke locaties. Ook lokale en regionale amateurgroepen, zoals koren, muziek- en dansgroepen, toneelverenigingen en scholen treden op. De voorstellingen zijn (grotendeels) gratis toegankelijk. Dat lukt ieder jaar weer dankzij de financiële steun van de gemeente Steenwijkerland, de provincie Overijssel, diverse fondsen en onze partners.

In 2024 is Kopje Cultuur voor de 23-ste keer gehouden. Het festival trekt elk jaar meer bezoekers, de afgelopen edities rond de vijftiengtienduizend.



Festival zorgt voor verbondenheid

Kopje Cultuur wil impact maken. Cultuur daagt je uit, raakt je, laat je anders kijken én verbindt mensen. Het festival brengt cultuur dichterbij, prikkelt de verbeelding van bezoekers. Het brengt mensen samen en zorgt voor verbondenheid.

Daarnaast wil Kopje Cultuur jong talent een springplank bieden. Ze krijgen de gelegenheid om te laten zien wat het voor hen betekent om nu op te groeien, wat hen bezighoudt en wat ze voelen en denken. Dat zij dit podium krijgen, doet iets met hun autonomie en veerkracht, in positieve zin.

Festival wil sleutelrol spelen

Cultuur speelt een centrale rol in onze samenleving en kun je verbinden aan maatschappelijke vraagstukken. Kopje Cultuur ziet op dit vlak voor zichzelf een sleutelrol weggelegd. We kaarten maatschappelijke problemen aan in overleg met onder andere de gemeente. Een goed voorbeeld is het optreden van [Daisz](#), de rappende psycholoog die met haar muziek en raps over thema's als eenzaamheid, onzekerheid en depressie veel jongeren weet te bereiken.



Editie 2025 komt eraan!

Dit jaarverslag behandelt ook de hoogtepunten en leermomenten van de afgelopen editie. Kopje Cultuur heeft een aantal belangrijke stappen gezet als het gaat om het verder professionaliseren van de organisatie. Bestuur en vrijwilligers maken zich met veel toewijding op voor de komende editie op 5, 6 en 7 september.



2. Doelen en ambities

De doelstellingen van Kopje Cultuur zijn:

- **Verspreider van geluk**
Een onmogelijke balanceer act, een vuurspuwer in een donker park, Hamlet achter een eikenboom, de diverse voorstellingen en optredens brengen een moment van betovering teweeg, een onuitwisbare herinnering, een moment van geluk.
- **Brede cultuurparticipatie**
De festivalorganisatie stimuleert verenigingen, groepen, scholen et cetera om nieuwe producties te maken en deze tijdens Kopje Cultuur te presenteren.
- **Verbreding cultuurbereik**
Het programma is laagdrempelig; kinderen, hun ouders, jongeren en de oudere generatie genieten. Zo wekt de organisatie interesse voor kunst en cultuur en bereikt zij een nieuw en breed publiek. Kopje Cultuur brengt mensen bijeen, verbindt en zorgt voor nieuwe ontmoetingen.
- **Vernieuwing van het cultuuraanbod**
Het festivalprogramma verrijkt het cultureel aanbod in Steenwijkerland met nieuwe groepen, producties en activiteiten.
- **Versterken cultuurtoerisme**
De organisatie brengt Steenwijk positief in de aandacht en maakt met het festival de stad aantrekkelijker voor toeristisch bezoek.
- **Ontmoeting culturen en verbinden van diverse maatschappelijke groeperingen**

Door het brengen van een multicultureel/internationaal podium laat de organisatie ook andere culturen kennismaken met Kopje Cultuur.

“Alleen maar blijde mensen”

Hoe geslaagd was het festival als verspreider van geluk? Deze vraag heeft de organisatie in 2024 aan de bezoekers gesteld. Uit de reacties blijkt dat Kopje Cultuur erin geslaagd is dit doel te bereiken:

- ☐ Fijn om in Steenwijk te wonen met al deze leuke activiteiten
- ☐ Heerlijk muzikaal en ander entertainment, I love it!
- ☐ De blijheid en de lach door theater en muziek
- ☐ Door een zeer knap georganiseerd evenement met voor elk wat wils heb ik heel veel blijde mensen zien lopen en genieten
- ☐ Dat er zoveel te doen was en de grote verscheidenheid in aanbod
- ☐ Ik heb alleen maar blijde mensen gezien
- ☐ Veel enthousiaste vrijwilligers, goedlopend programma en een duidelijke app
- ☐ Het zorgt voor verbinding in Steenwijkerland, je ziet alleen maar blijde mensen, in contact met elkaar. Verwondering over de acts. Ontmoeting
- ☐ Het spatte van de gezichten van de bezoekers af

3. Programma 2024

“Beste Kopje Cultuur ooit”

Programmeur Roel van de Zweerde: “We hebben dit jaar echt stappen gezet. We hebben een gevarieerd aanbod kunnen samenstellen en zijn goed zichtbaar geweest op social media. De artiesten treden ook graag op bij ons festival.”

Uit bovenstaand citaat blijkt wel dat de organisatie met tevredenheid terugkijkt op het programma van 2024. De opening was zeer geslaagd, met voor de tweede keer de ‘Avond van de Filmmuziek’ en er was een gevarieerd aanbod aan culturele optredens. Dat waarden mensen, jong en oud had plezier. Ook de kunstmarkt, met maar liefst zestig kunstenaars, bleek een schot in de roos. Net als de diverse optredens van de lokale koren en dansscholen. Kortom, deze editie was veelzijdig en goed georganiseerd.



“Dit was de beste Kopje Cultuur en dat kunnen we ook met cijfers staven. De app is heel goed gedownload en gebruikt en de berichten op de diverse social media scoren ook hoog”, aldus voorzitter Luc Greven.



Nieuwe projecten

Met hulp van fondsen heeft Kopje Cultuur nieuwe projecten kunnen initiëren, zoals de Avond van de Filmmuziek, Karavaan der beloften, waarbij jongeren hun talenten kunnen laten zien, Klassiek op sokken, een onderdeel voor jonge mantelzorgers en de inzet van muziektolken.

In samenwerking met het lokale ‘cultuurmenu’ is de programmering voor kinderen versterkt.

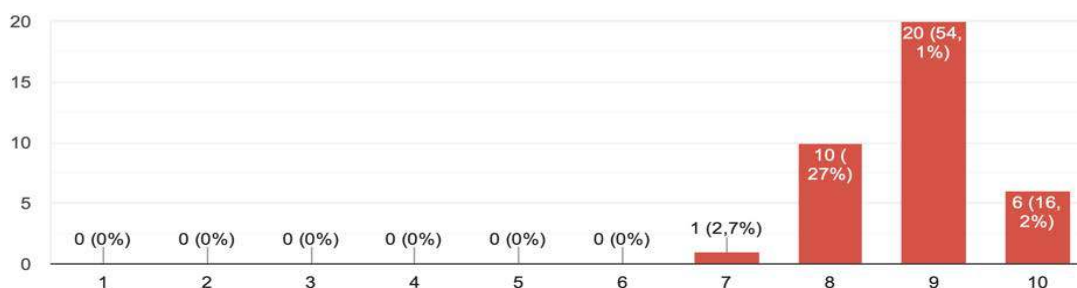


Publiek geeft programma 9-

Uit de jaarlijks gehouden publieksenquête blijkt dat bezoekers het programma van 2024 een gemiddelde waardering van 9- geven.

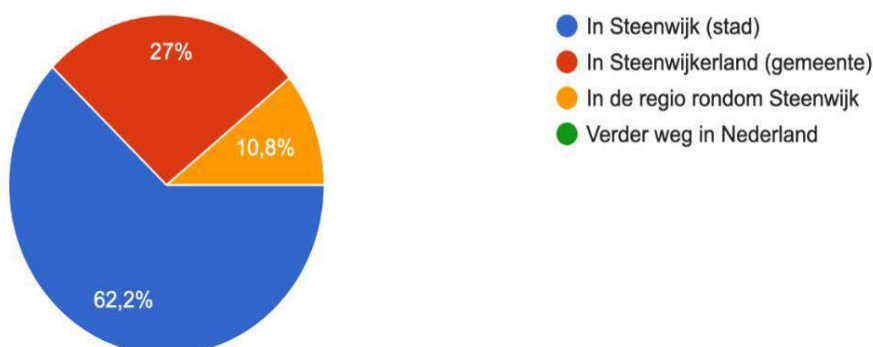
Algemene indruk. Welk cijfer wil je ons geven?

37 antwoorden



Ten slotte. We willen graag een idee krijgen van de spreiding van onze bezoekers. Daarom: waar woon je?

37 antwoorden



Specifieke doelgroepen

'Elke dag voor iedereen wat wils', is het motto. Daarom biedt Kopje Cultuur een programma aan dat ook gericht is op jongeren, senioren, mensen met een beperking, met geringe financiële middelen en jonge mantelzorgers. Ook daagt het programma uit om actief mee te doen in de voorbereiding en uitvoering.

Uit de evaluatie komt naar voren dat bezoekers publieksgerichte, laagdrempelige activiteiten voor specifieke doelgroepen waarderen. Dat geldt ook voor de onderdelen die uitdagen tot actief participeren.

Om deze doelgroepen te bereiken, werkt de organisatie nauw samen met onder meer met Sociaal Werk De Kop, Poppodium de Buze, Jongerenwerk De Kop, BLINK Kunstcollectief, de Bibliotheek Kop van Overijssel, de Jonge Mantelzorgers, Woonzorgcentrum Nijenstede, Woonzorgcentrum Zonnekamp, Droom XL, Dansvlinders, DansVonk en Makershuis VAKTOR (het Overijssels podium voor talentvolle makers).



4. Vrijwilligers maken Kopje Cultuur mogelijk

Er zijn circa zestig vrijwilligers betrokken bij het festival (buiten de nog elfhonderd uitvoerenden in de koren, fanfares, theaterstukken, kunstmarkt, literaire workshops et cetera). Vrijwilligers werken graag mee aan Kopje Cultuur om samen geluk te verspreiden.

Een bestuurslid coördineert de groep vrijwilligers. Aandachtspunten zijn (meer) onderlinge kennismaking en goede afspraken maken over taken en verantwoordelijkheden. Het centrale draaiboek heeft een flinke upgrade gekregen, waardoor er tijdens het weekend veel 'rust' was.

Inzet

De groep vrijwilligers zet zich in op verschillende manieren. In het festivalweekende is er een team gastvrouwen en gastheren die helpen bij alle voorkomende werkzaamheden. Bijvoorbeeld bij het ontvangen van de artiesten en bezoekers en het beantwoorden van vragen. Ze droegen een paarse polo en zijn daardoor een goed zichtbaar visitekaartje en herkenbaar aanspreekpunt voor artiesten en bezoekers geweest.

Daarnaast is de bouwploeg voor, tijdens en na het weekend actief. Zij zorgen voor het geluid, de belichting, de podia, de bankjes voor het publiek en alle andere randvoorwaarden, zodat de artiesten hun acts kunnen uitvoeren en het publiek kan genieten. Een groep fotografen maakt op vrijwillige basis foto's die we gebruiken voor publicitaire en promotionele activiteiten.

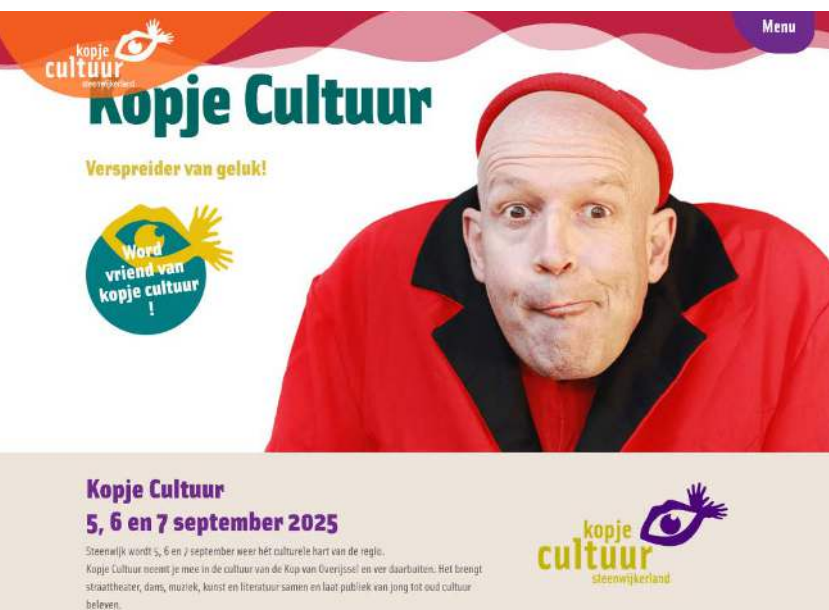
Vrijwilligersavonden

De organisatie organiseert elk jaar een aantal avonden voor de vrijwilligers. In mei was er een avond met het accent op het verwelkomen van nieuwe vrijwilligers, in augustus een avond waarop de planning en praktische zaken zijn besproken en in oktober is de groep samengekomen om te evalueren.

Zonder vrijwilligers geen Kopje Cultuur!

Voorzitter Luc Greven heeft in een filmpje zijn waardering uitgesproken voor onze vrijwilligers. Op de Dag van de Vrijwilliger is dit filmpje gedeeld op social media en in de Whatsappgroep.





5. Promotie en communicatie

De commissie communicatie is in 2024 opgezet en versterkt. Naast de bestaande communicatiefunctionaris hebben daar drie leden, met aanvullende competenties en ervaring, zitting in genomen. Dit heeft onder meer geleid tot een uitbouw van onze huisstijl, een nieuwe [website](#) en meer (online) zichtbaarheid.

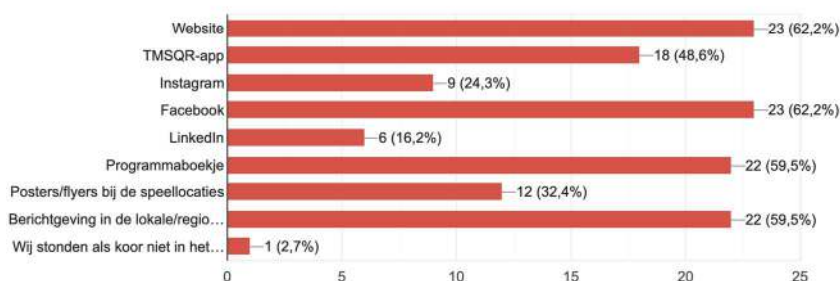
Website

Op de website staan onder meer het programma, informatie over de app, nieuwsberichten en interviews met onze ambassadeurs. Ook worden de sponsors en fondsen vermeld.

Favoriete informatiekanal vooraf aan het festival

Promotie en informatie. Via welke kanalen wil je graag voorafgaand aan ons festival kennis kunnen nemen van het programma?

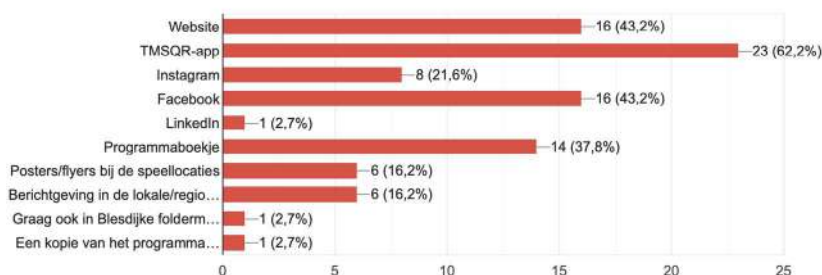
37 antwoorden



Favoriete informatiekanal tijdens festival

En via welke kanalen wil je graag tijdens ons festival kennis kunnen nemen van het programma (en eventuele wijzigingen daarin)?

37 antwoorden



Social media

Om onze online zichtbaarheid te vergroten, heeft de commissie sterk ingezet op Facebook, Instagram en LinkedIn.

Cijfers:

Het aantal volgers op Facebook is netto met 521 toegenomen tot 3.195.

Het aantal volgers op Instagram is netto met 217 toegenomen tot 987.

Het bereik op Facebook was 585.300 accounts.

Het bereik op Instagram was 8.800 accounts.

Op Facebook heeft de reel van [Nellie de Hippo](#) het grootste bereik met 360.312 accounts, 510.266 afspeelmomenten, 1.600 likes, 125 opmerkingen, 93 keer gedeeld. De Steamroadsters hadden een bereik van 136.252 accounts, 149.665 afspeelmomenten, 1.800 likes, 138 opmerkingen, 155 keer gedeeld.



Reels scoren goed

Over het algemeen geldt dat de reels die we tijdens het festival hebben geplaatst goed hebben gescoord op Facebook. Die zorgen voor een toename van het bereik van 535,5% ten opzichte van 2023, naar een totaal van 585.300 accounts.

LinkedIn

Om onze regionale en landelijke zichtbaarheid te vergroten, heeft de commissie communicatie op LinkedIn een bedrijfspagina gemaakt. We zetten dit platform ook in om onze (samenwerkings) partners en fondsen die ons steunen, over het voetlicht te brengen.

Programmaboekje en app

Ook dit jaar heeft Kopje Cultuur programmaboekje uitgebracht dat breed is verspreid.

Voor het eerst heeft de organisatie gewerkt met de festivalapp TMSQR. Daarin staat het volledige actuele programma en kunnen wijzigingen via pushberichten gedeeld worden met de bezoekers. Via diverse kanalen is de app gepromoot. Onder het winkellend publiek is een flyer uitgedeeld.



In de pers

Diverse persberichten zijn uitgestuurd, onder meer over het programma, de nieuwe ambassadeurs, de app, de uitkomsten van onze publieksenquête en de publieksprijzen.

De voorzitter en de programmeur zijn geïnterviewd door de lokale radio, de Stentor en RTV Oost.

De Steenwijker Courant publiceerde een uitgebreid sfeerverslag van het festival: 'Kopje Cultuur is prachtig feeëriek sprookje met tal van diamantjes. Iedereen gaat met kippenvel naar huis'. Ook de opening, de Avond van Filmmuziek, heeft veel publiciteit opgeleverd.

In de week voorafgaan aan het festivalweekeinde verscheen een spread in de huis-aan-huis editie van de Steenwijker Courant, met daarin onder meer het volledige programma, vermelding van de partners en hoe mensen de app konden downloaden. In allerlei andere kanalen zijn berichten verschenen over het festival. In de lokale krant de Kop van Steenwijkerland is na afloop van het festival een bedankadvertentie geplaatst.

De artiesten en amateurgezelschappen hebben ook via hun eigen kanalen Kopje Cultuur gepromoot.

Promotiefilmpje

Een promotiefilmpje heeft in de weken voorafgaand aan het festival in de bioscopen van Luxor Cinemas gedraaid.

Informatiestand

Tijdens het festival is er voor het eerst gewerkt met een informatiestand die op de Markt en in park Rams Woerthe heeft gestaan. Vrijwilligers hebben diverse vragen over onder meer het programma of de speellocaties beantwoord en mensen geholpen met de app.

Het park is aangekleed met spandoeken, met daarop de QR-code voor het downloaden van de app, een tikkie voor Kopje Cultuur en een verwijzing naar onze gedragsregels. Op een aantal plekken in de stad stonden driehoeksborden met verwijzing naar het festival.

Nieuwsbrief

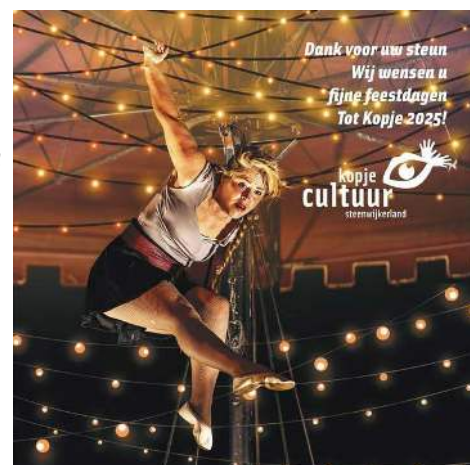
De nieuwsbrief is vijf keer verstuurd naar de partners, vrijwilligers en bestuur. Daarin hebben we informatie gedeeld over onder meer het programma en de organisatie, zoals het vermelden van het veiligheidsbeleid en de gedragsregels.

Sterker profiel

De eerste stappen zijn gezet naar een sterker profiel: Kopje Cultuur verleidt tot cultuurparticipatie en verspreidt geluk, onder cultuurmakers en publiek. Bezoekers van het festival komen op een laagdrempelige manier in aanraking met diverse vormen van cultuur.

Het gaat voor de organisatie nog een stap verder: geluk is een belangrijke drijfveer in de diverse relaties die we aangaan en vormt een leidraad voor onze organisatie. In de media-uitingen en in de beelden draagt Kopje Cultuur deze boodschap uit.

Alle vrijwilligers, partners en andere relaties hebben een kerstkaart gekregen.



6. Ambassadeurs

Ambassadeur Karin Klomp:

“Kopje Cultuur mag eigenwijs zijn: het gaat om ervaren, beleven én ontmoeten!”

Een groep van twaalf [ambassadeurs](#) heeft zich verbonden aan Kopje Cultuur. Ze komen uit diverse geledingen: van openbaar bestuur, het bedrijfsleven, kunst- en onderwijssector en een landelijke organisatie. Zij gaan helpen om de ambitie van Kopje Cultuur, via cultuur geluk verspreiden, uit te dragen. Met hun expertise en netwerk kunnen zij de helpende hand bieden door onder meer de weg naar nieuwe doelgroepen te helpen ontsluiten, en de verbinding te vormen met de lokale en regionale samenleving.

Onze ambassadeurs versterken Kopje Cultuur door:

- Met passie onze ambitie om middels kunst en cultuur geluk te verspreiden, te omarmen en helpen uitdragen;
- Het bestuur gevraagd en ongevraagd te adviseren;
- De spinaker van Kopje Cultuur te vormen, door projecten of initiatieven te helpen versnellen;
- De verbinding te vormen met de lokale en regionale samenleving en de grotere cultuurwereld;
- Ondersteunende krachten uit eigen organisatie en netwerk te ontsluiten ten gunste van Kopje Cultuur;
- De weg naar nieuwe partners en bijzondere doelgroepen te helpen ontsluiten;
- 1 à 2x jaarlijks deel te nemen aan een gezamenlijk overleg.

De ambassadeurs zijn uitgenodigd voor de VIP-bijeenkomst, voorafgaand aan de opening van het festival. Daarnaast hebben ze elkaar ontmoet tijdens een bijeenkomst, waarin met een aantal bestuursleden gesproken is over hun rol en betrokkenheid.





7. Evaluatie

Op verschillende manieren heeft de organisatie de festivaleditie 2024 geëvalueerd:

1. Vanuit het bestuur, commissies en de programmeur
2. Aangedragen punten vanuit vrijwilligers (avond 25 september)
3. Aangedragen punten vanuit koren & kerken, inclusief kunstmarkt
4. Uitkomsten publieksenquête 2024

Al deze punten zijn geduid en verdeeld naar vijf categorieën: 'algemeen', 'programma', 'communicatie', 'faciliteiten' en 'vrijwilligers'.

Bij de algemene punten gaat het enerzijds om reflectie/visie op de programmatische invulling van het festival:

- a) Signatuur van het festival: samenhang tussen amateur & professioneel, stad & park, door de ogen van onze doelgroepen, combinatie met monumentendag
- b) Verdere ambitie De avond van de filmmuziek (plafond qua techniek, maken van show, streaming, en hoe vaak nog)
- c) Festivalopzet zaterdagavond (begin- en eindtijd, inzet foodtrucks, gehorigheid muziekkoepeel, festivalentrees, aankleding, invulling Veld 4)
- d) Kaders voor programmeur betreffende inkoop professionele acts 2025/2026



Verbeterthema's

Daarnaast levert de evaluatie een aantal verbeterthema's op:

- Beter gebruik van tent op de Markt, in samenwerking met Vestingstad
- Invulling VIP-ontvangst op vrijdagavond
- Ontvangstlocatie voor grote groepen uitvoerenden
- Uitbouwen inclusiviteit/toegankelijkheid (waaronder doventolken) en diversiteit (multiculturele doelgroepen)
- Verfijning van veiligheidsplan en -organisatie

Binnen het bestuur zijn actiehouders verbonden aan deze vijf thema's.



8. Organisatie

Kopje Cultuur is een netwerkorganisatie en werkt samen met culturele instellingen die tijdens het festival een podium krijgen en daarbij hun eigen middelen en organisatie inbrengen. Er is structureel contact met BLINK Kunstcollectief, Kunst in de Kop, Lions, de openbare bibliotheek Kop van Overijssel, fotoclubs, dansclubs, de culturele commissies van de kerken, Rabo Theater de Meenthe, Stichting Hendrick de Keyser, Stichting JC Bloem, de Anne Beeltje Cultuurprijs, diverse scholen voor primair en voortgezet onderwijs, Jongerencentrum de Buze, de verzorgingshuizen, MOL producties, Makershuis VAKTOR, Sociaal Werk De Kop, Kunstkring Steenwijkerland, Stichting Kunst en Cultuur Kleine Kerk, de Commissie Beeldende Kunst Steenwijkerland, Museumhuis Rams Woerthe, De Laatste Eer, Schrijversklik en de Jonge Mantelzorgers.

Samenwerking met andere festivals

Voor de internationale programmering werkt de programmeur met andere culturele festivals in het land om de kosten beheersbaar te houden. Die samenwerking betreft onder meer Stift International Music Festival, het Verleidingfestival in Leiden, Deventer op stelten en Oeverloos in Zutphen.

Kopje Cultuur is lid van de Vereniging van Buitentheater Festivals Nederland (VBFN).



Veiligheidsplan

Het veiligheidsplan is geactualiseerd, met als doel:

- meer inzicht te krijgen in en afspraken vast te leggen over de veiligheid van het evenement;
- de veiligheid te verbeteren voor publiek, artiesten en leden van de organisatie;
- het risicobewustzijn te vergroten.

Tijdens het festivalweekend 2024 hebben zich geen veiligheidsincidenten voorgedaan. Een externe adviseur heeft tijdens het weekend meegelopen achter de schermen.

Dat heeft enkele verbeterpunten opgeleverd, die de organisatie meeneemt in het veiligheidsplan 2025.



Commissies

Kopje Cultuur werkt met een aantal commissies: commissie fondsen, commissie partnerschap en sponsoring, programmacommissie, commissie communicatie, commissie techniek en veiligheid en de commissie vrijwilligers.

Bestuurlijk

Het bestuur bestaat uit 14 leden. Het dagelijks bestuur wordt gevormd door voorzitter Luc Greven, penningmeester Jeroen Dingerdis en het secretariaat werd gevoerd door Maarten Sinnema. Twee bestuurders, Frans van der Velden en Lida Andriol, hadden zitting in de programmacommissie die geleid werd door een (bezoldigde) festivalprogrammeur.

De werving van subsidies en sponsors beruiste bij de bestuursleden Han Evers, Luc Greven en Frans van der Velden. Er is een fondsenwervingscommissie samengesteld voor het aanschrijven van grotere culturele fondsen.

Scholing

De bestuursleden hebben diverse scholingen gevolgd: workshops 'Presteren door communiceren', 'Geld Genereren', 'Organiseren', 'Werken met vrijwilligers', aangeboden door de Rabobank.

Kopje Cultuur is zich als festivalorganisatie bewust van haar verantwoordelijkheid in en voor de culturele sector. Daarom wordt de Fair Practice Code, de Code Diversiteit & Inclusie in de culturele sector en de Cultural Governance Code (bestuur-directiemodel) actief toegepast.



Kopje Cultuur is een stichting met een oprichtingsakte en statuten vastgesteld op 28 januari 2004 bij notaris Eenhorst en is ingeschreven bij het handelsregister onder KvK-nummer 05074402. Er is een WA-verzekering en er worden BUMA-rechten afgedragen.



9. Financiën

Kopje Cultuur is mogelijk gemaakt door (financiële) ondersteuning van diverse partners. De stichting mag jaarlijks rekenen op een bijdrage van inmiddels circa driehonderd donateurs. Hoofdsponsor Kornelis Caps and Closure leverde weer een geweldige bijdrage aan het festival op basis van een langdurig samenwerkingscontract. Diverse fondsen en subsidiegevers zijn het festival gunstig gezind (onder andere de gemeente Steenwijkerland, de provincie Overijssel en het Cultuurfonds, Rabobank, Bercoop Fonds, Fonds Cultuurparticipatie en Blasius Fonds). Met hulp van het lokale en regionale bedrijfsleven is een groot gedeelte van de begroting gedekt.

Vaste bijdragen in de vorm van voorstellingen of voorzieningen worden (nagenoeg) jaarlijks geleverd door MOL productiehuis, Rabo Theater De Meenthe, Stichting Kunst in de Kop, bibliotheek Kop van Overijssel en vele anderen. Dat zorgt voor stabiliteit in de organisatie en in de uitgaven van het festival.

Begroting

Op grond van voornoemde opzet en programma heeft het bestuur in het voorjaar van 2024 een definitieve begroting en

het kostendekkingsplan vastgesteld. Uitgangspunt daarbij was: wanneer er minder inkomsten worden ontvangen dan voorzien zal het programma en daarmee de begroting al naar gelang worden aangepast. Zo zijn minimale financiële risico's genomen.

De begroting is de afgelopen jaren gegroeid van rond € 35.000 naar € 45.000/€ 50.000, in het jubileumjaar (2021) naar € 75.000, in 2022 naar ruim € 60.000, in 2023 naar € 72.000.

Voor 2024 is uitgegaan van een begroting van € 81.000. Door een tussentijdse toekenning vanuit het Fonds Cultuurparticipatie is de begroting uitgezet. De kosten voor het festival zijn uitgekomen op bijna € 92.000. De inkomsten zijn gestegen van begroot € 81.000 naar gerealiseerd € 113.000 (vanwege de genoemde donatie van het Fonds Cultuurparticipatie). Het overschot van € 21.000 wordt toegevoegd aan de algemene reserve/reserve jubileum 2026. De afgelopen jaren is een kleine reserve opgebouwd die ingezet kan worden bij tegenvallers of in jubileumjaren.

Voor 2025 wordt gewerkt met een begroting van € 102.000. De ambities om door te groeien naar beeldbepalend evenement liggen in lijn met de begrotingsgroei van de afgelopen jaren. Ze zijn weergegeven in de Meerjarenbegroting 2023-2027 en lopen op naar € 120.000,- in 2027.



(Foto's: Tara Kiers, Peter de Haan, Klaas Brinkman, Angelien Bos, Freek Dolstra, Erna Rijnbout)



Gegevens over de organisatie

Stichting Kopje Cultuur Steenwijk

Stationsplein 1

8331 GM Steenwijk

www.kopjecultuur.nl

info@kopjecultuur.nl

Bankrekening NL39RAB00361293119

Inschrijving KvK 05074402

Programmeur:

Roel van de Zwerde, 0623757214, roel@kopjecultuur.nl

Voorzitter:

Luc Greven, 0630696695, luc@kopjecultuur.nl

BEDANKT ALLE PARTNERS EN VRIENDEN

Hoofdsponsor



**ZONDER U IS DIT
PRACHTIGE FESTIVAL
NIET MOGELIJK,
TOT KOPJE 2025!**

Agrifac, Agro Giethoorn, Ankerloge Odd Fellows, BijzonderDruk, Bibliotheek Steenwijkerland, Café Brasserie Zus en Zo, Daves tenten en Horecaverhuur, DIJKA, De Heren van de Rechter, De Laatste Eer, Eleq Electroworld A.Oosterhof, Heerlijke Huisjes, Houthandel Wicherson, Koel ICT, Kruiden workwear, Luxor cinema's Moore MKW, Onderlinge Steenwijk Brandassurantie/Verzekeringen, Polak Specerijen, St. Steenwijk Vestingstad Univé, Vredenburg Installatietechniek, Woody's House Steenwijk, Teresa Jonkman Grafische Vormgeving

Partners in Fondsen en Subsidies

Bercoop Fonds, Fonds voor Cultuurparticipatie, Gemeente Steenwijkerland,
Het Cultuur Fonds waaroder Blasiusfonds, Provincie Overijssel, Rabo Clubsupport

Overige partners:

Blijham Dakwerken, BijzonderOnline, Bouma Advocatuur,
Doornbos Accountants en Belasting Adviseurs, G. Hellinga BV, Kroek en Van Weert Notarissen, My Hotel,
Schoonmaakbedrijf Rein Gaal, Van Stenwic Makelaardij, Zijlstra schoenen

Club van 100:

AH van Etten, Aberson, Assurantiekantoor Strijker hypotheek en verzekeringen, Bakkerbouw b.v., B & B De Stadssingel, Bakkerij Muis, Belisol, Bestaria Steenwijk, Berto, Bouw & Project, Bloemisterij Gaal, Bouwbedrijf Holleboom, Busscher DW, Carin v.d. Velden, Colors@Home, Coelingh Loodgieters-Installatiebedrijf, Cordes en Beukers Dranken, De Jong Optiek, Etos Steenwijk, Falkena glas & schilderwerken, Frans Autoglans, Fredeshiem, GR Auto's BV, Geert van Essen & Zoon, Greveling Adviesgroep, HDV Computers, Hollands Venetie, Holkamp Dakwerken, Huisman Bedden, Juwelier Maas Jefe Shipsupply fam. Braad, Kingma Schilderwerken, Kapsalon Edwin, Kreulen Accountants en Adviseurs, Mijn Makelaar Steenwijk, Mo's Place, Muurling Oogzorg, Nautic Blue, OdieWijn & BiervanEick, Pannenkoekenboerderij Reformhuis, Regiobank Steenwijk, Rosenboom Repair, Snack Delivery Steenwijk, Snack Resto Woldplein, Stoffeerhuis, Stukadoor Moolenkamp, Ten Oever Mannenmode, Van Kerkvoorde en Hollander

Partners in diensten en cadeaubonnen:

Banketbakkerij Strampel, Bistro De Opschepper, Bowlingcentrum Steenwijk, Brouwer Totaalinstallatie, BWS Bedrijfsauto's, Domino's Pizza, Genieten Bij Bert, Gemakverhuur, Hobbygereedschap Bert Pen, IJsmakers, Intertoys, JL Catering, Miranda's Beautysalon, Michel's American Diner, New York Pizza, Reborn Feet Steenwijk, Sisl, Van Rees verhuur

Samenwerkingspartners:

Kunst in de Kop, Scholen in Steenwijkerland, Kunstkring Steenwijkerland, Theater de Meenthe, MOL producties, BINK docentencollectief, Sociaal Werk De Kop, Vele kerken en monumenten in Steenwijk, Lokale (culturele) verenigingen