

jaarverslag 2025

[illegible]

brainwash festival
brainwash festival
brainwash festival



jaarverslag 2025



inhoudsopgave
inhoudsopgave
inhoudsopgave
inhoudsopgave

i.	inleiding	7
ii.	activiteiten in 2025	8
iii.	samenwerkingspartners	24
iv.	marketing en publiek	25
v.	inclusiviteit, diversiteit en sociale veiligheid	31
vi.	organisatie en financiële situatie	34
vii.	een vooruitblik	41

i. inleiding

Waar staan wij voor bij Brainwash?

Stichting Brainwash organiseert verschillende publieksactiviteiten waarin kunst, literatuur en filosofie samenkomen rond de grote vragen van onze tijd. In onze programma's staat meerstemmigheid centraal en nodigen we bezoekers uit om vanuit verschillende perspectieven naar actuele maatschappelijke vraagstukken te kijken.

Wij stimuleren kritisch denken en het vermogen om vragen te stellen. In een tijd waarin meningen vaak tegenover elkaar staan, willen wij laten zien dat standpunten niet statisch zijn en dat twijfel, nuance en verbeeldingskracht juist ruimte kunnen bieden voor nieuwe inzichten.

In onze programmering staat het maken, denken en onderzoeken centraal. Daarbij beperken we ons niet tot één discipline of vorm. We brengen schrijvers, kunstenaars, denkers en performers samen om uiteenlopende perspectieven te laten zien en het gesprek tussen ideeën mogelijk te maken.

Brainwash wil een plek zijn waar bezoekers zich kunnen verdiepen, waar verschillende stemmen naast elkaar kunnen bestaan en waar ruimte ontstaat voor reflectie op de complexe wereld waarin we leven.

De Indiase schrijver Pankaj Mishra sprak tijdens Brainwash Festival 2025 de treffende woorden:

"The future is not something to be passively awaited, it is something that can be shaped. And we can do our bit as ordinary citizens."



boekenmarkt op brainwash festival

ii. activiteiten in 2025

De programmering van Brainwash in 2025 stond opnieuw in het teken van ontmoeting tussen verschillende disciplines. Literatuur, filosofie, journalistiek, kunst en performance werden met elkaar verbonden in gesprekken, lezingen, interviews en performances.

Literaire makers speelden hierin een belangrijke rol. Schrijvers traden op als gesprekspartner, performer of essayist en leverden nieuwe teksten die speciaal voor Brainwash werden ontwikkeld. Deze bijdragen vormden een belangrijk onderdeel van de inhoudelijke verdieping van het programma.

Door literatuur te combineren met andere kunstvormen en denktradities ontstaat een context waarin teksten niet alleen gelezen, maar ook besproken, bevraagd en geïnterpreteerd worden. Daarmee draagt Brainwash bij aan een levendige en toegankelijke literaire cultuur.

A. Festival 2025

Een greep uit het programma festival 2025

Ook in 2025 hebben we onze programmering voor Brainwash Festival zorgvuldig samengesteld aan de hand van de tijdgeest en een richtinggevend centraal thema. Dit jaar kozen we voor *'Beyond Boundaries'*, een thema dat de vele grenzen centraal stelt die ons leven en ons samenleven vormgeven.

Deze grenzen lagen zowel letterlijk als figuurlijk aan de basis van de programmering. Letterlijke grenzen kwamen terug in programma's over verschuivende landsgrenzen, geopolitieke conflicten, de opkomst van autocratische regimes, machtsverschuivingen en de planetaire grenzen die onze toekomst bepalen. Figuurlijke grenzen verkenden we via gesprekken over waarheid, moraliteit en de overtuigingen die lange tijd vanzelfsprekend leken, maar steeds vaker onder druk staan.

Het festival bood zo een breed spectrum aan perspectieven op de wereld van vandaag, met ruimte voor filosofische reflectie, artistieke verbeelding en maatschappelijke verdieping.

Dag 1: Brainwash Festival Night – donderdag 16 oktober 2025

De openingsavond vond plaats in het Skatecafé in Amsterdam-Noord en was een multidisciplinair programma gericht op een overwegend jong publiek (18-30 jaar), in lijn met de doelstelling van Brainwash Night.

Het festival startte met een speciaal voor deze editie ontwikkelde theatervoorstelling van De Veenfabriek in het restaurantgedeelte. Hierna verspreidde het programma zich over meerdere clubzalen, waar bezoekers konden schakelen tussen performances, muziek, gesprek en film. Met bijdragen van Lin An Phoa, Çağlar Köseoğlu, Frida Boeke, Paul Verhagen, Marjan Slob, Ayaan Abukar.

Een van de absolute hoogtepunten was de indrukwekkende klassieke performance van Miss Mazzy x Laurence, die door het publiek bijzonder werd gewaardeerd. De samenwerking met Movies that Matter was dit jaar een waardevolle toevoeging. In de kleine zaal achterin het Skatecafé toonden we een selectie korte films die thematisch aansloten op het festivalthema en veel aandacht trokken. De avond werd afgesloten met een energiek optreden van de band Droom Dit, dat uitstekend aansloeg bij het jonge publiek.

De opening was geslaagd in het neerzetten van een krachtige introductie op het festivalthema. De combinatie van kunstvormen, de intieme filmselectie en de muzikale afsluiting creëerden een sterke dynamiek. De aanwezigheid en betrokkenheid van de jonge doelgroep bevestigen dat de formule van Brainwash Night werkt. Voor een volgende editie zien we kansen om het programma nog beter te stroomlijnen over de verschillende plekken die het Skatecafé te bieden heeft om de eenheid tussen de verschillende programmaonderdelen nog beter te borgen.

Dag 2: Brainwash Festival Bookclub – zaterdag 18 oktober 2025

Op zaterdag organiseerden we twee kleinschalige maar inhoudelijk sterke Festival Book Clubs: in Skatecafé en in Contra. Met Sinan Çankaya bespraken we *Galmende Geschiedenissen*, waarin hij reflecteerde op selectieve verontwaardiging rond Gaza en de verwevenheid met zijn persoonlijke geschiedenis. In Contra ging Agnes Callard in gesprek over *Open Socrates*, en nodigde zij het publiek uit om denken weer te benaderen vanuit twijfel en vragen stellen.

Een derde internationale Book Club moest helaas op het laatste moment worden geannuleerd omdat de spreker verhinderd was vanwege persoonlijke omstandigheden.

Het format van de Book Clubs – kleinschalig, verdiepend en interactief – werkt sterk en nodigt uit tot echte betrokkenheid. Tegelijkertijd is het door de beperkte capaciteit niet kostenefficiënt. De uitdaging ligt in hoe we deze inhoudelijke kracht beter kunnen verbinden aan de schaal en spreiding van het festival, zodat de impact wordt vergroot.

Dag 3: Brainwash Festival Day – zondag 19 oktober 2025

Op zondag vond de centrale festivaldag plaats. Met 47 programma-onderdelen verspreid over 13 zalen op 5 verschillende locaties presenteerden we een rijk en pluriform programma waarin het jaarthema *Beyond Boundaries* vanuit uiteenlopende perspectieven werd onderzocht. Bezoekers stelden hun eigen route samen en konden het thema benaderen via filosofie, literatuur, wetenschap, journalistiek en kunst. Of, natuurlijk, in een combinatie van de verschillende disciplines.

In onze programmering hanteerden we vijf inhoudelijke pijlers: (1) talentontwikkeling, (2) makerschap en maatschappij, (3) verdieping en uitwisseling, (4) interactie en (5) online.

B. Specials: Urgentie versus haalbaarheid

De Specials waren inhoudelijk sterk, maar financieel kwetsbaar. Waar ze oorspronkelijk als inkomstenbron waren bedoeld, blijkt dat model onder druk te staan. Kosten stijgen, terwijl wij de toegankelijkheid voor een breed publiek willen waarborgen. Bovendien is het medialandschap veranderd: veel mensen laten zich online al breed bedienen.

Wij blijven overtuigd van de waarde van fysieke samenkomst en gedeelde reflectie. Juist in de live ontmoeting ontstaat ruimte voor uitwisseling en verdieping die zich nergens anders op dezelfde manier laat organiseren. Tegelijkertijd vraagt de huidige opzet van de Specials om herijking: scherpere keuzes in programmering, meer nadruk op interactie en het actief betrekken van het publiek in het gesprek. Dat betekent mogelijk een lagere frequentie dan in 2025, maar met een duidelijker strategisch profiel en grotere impact per bijeenkomst.

C. Programma jongeren (18–30 jaar)

Brainwash wil nadrukkelijk ook een jong publiek bereiken en betrekken bij het festival. Daarom ontwikkelen we gedurende het jaar programma's die specifiek gericht zijn op jongeren tussen de 18 en 30 jaar. Deze activiteiten vormen een doorlopende lijn in onze programmering en zijn bedoeld om een nieuwe generatie bezoekers te enthousiasmeren voor literatuur, filosofie en het gesprek over maatschappelijke vraagstukken.

Brainwash Night – Do You Believe?

Brainwash Night is een terugkerend avondprogramma waarin we het festival-DNA vertalen naar een clubcontext en een jong, cultureel divers publiek (18–30 jaar). In RADION onderzochten we onder de noemer Do You Believe? hoe overtuigingen ontstaan, verschuiven en botsen – religieus, politiek, technologisch en persoonlijk.



Het programma bestond uit korte talks, performances, gesprekken, muziek en audiovisuele interventies, die bezoekers uitnodigden om te bewegen tussen verschillende zalen en perspectieven. Denkers en makers stonden niet los van elkaar, maar werden bewust gecombineerd, waardoor reflectie en ervaring elkaar versterkten. Brainwash Night functioneert daarmee als laagdrempelige toegang tot het denken dat we tijdens het festivalweekend verdiepen. De sterke opkomst en betrokkenheid bevestigen het belang van dit format als instapmoment voor nieuw en jong publiek.

Locatie: RADION, Amsterdam Nieuw-West
Datum: 13/02/2025
Aantal programma's: 15
Aantal bezoekers: 357 (waarvan 266 betalend en 91 onbetaald)
Samenwerkingspartners: ICK Dans, RADION, Omroep HUMAN, Mensen Zeggen Dingen, Movies That Matter

Brainwash x Down The Rabbit Hole

Tijdens Down The Rabbit Hole bracht Brainwash een speciaal programma waarin denken en festivalcultuur samenkwamen. In een informele setting gingen bezoekers in gesprek met filosofen, schrijvers en jonge denkers over thema's als identiteit, technologie en toekomstdenken.

Het overwegend jonge publiek bood een uitgelezen kans om Brainwash te introduceren bij mensen die ons niet vanzelfsprekend kennen. De combinatie van jonge talenten en meer gevestigde namen zorgde voor een open en toegankelijke sfeer, waarin nieuwsgierigheid en ontmoeting centraal stonden.

Locatie: Groene Heuvels, Beuningen
Datum: 4 - 7 juli 2025
Aantal bezoekers: 900 (over 3 dagen)
Samenwerkingspartners: Mojo

D. Brainwash Specials

Brainwash Special – Jonathan Haidt

Deze Brainwash Special stond in het teken van de impact van sociale media op mentale gezondheid, democratie en publieke moraal. In gesprek met Jonathan Haidt onderzochten we hoe digitale infrastructuren ons denken, voelen en samenleven beïnvloeden, en welke verantwoordelijkheid daarbij ligt bij individuen, platforms en instituties.

De avond bood nadrukkelijk ruimte aan context en reflectie, voorbij het boekgesprek alleen. In het tweede deel van het programma kregen een beginnend moderator en twee jonge denkers podiumruimte om het gesprek

brainwash night in RADION



vanuit hun generatieperspectief te verdiepen. Zo verbond deze Special internationale expertise aan talentontwikkeling en intergenerationele dialoog.

Locatie: TivoliVredenburg, Utrecht
Datum: 16/04/2025
Aantal bezoekers: 523 (498 betalend, 25 onbetaald)
Samenwerkingspartners: TivoliVredenburg, Uitgeverij Ten Have

Brainwash Special – Peter Singer

In deze Brainwash Special stond het denken van Peter Singer centraal, met bijzondere aandacht voor ethiek, dierenrechten en morele verantwoordelijkheid in een geglobaliseerde wereld. Het gesprek verkende de spanning tussen individuele keuzes en systemische verandering, en daagde het publiek uit om morele vanzelfsprekendheden kritisch te bevragen.

De locatie De Duif bood een passende context voor deze reflectie: een plek waar ethische vragen resoneren en ruimte is voor stilte, twijfel en debat. De grote betrokkenheid van het publiek onderstreept de urgentie van deze thema's.

Locatie: De Duif, Amsterdam
Datum: 09/06/2025
Aantal bezoekers: 4 25 (390 betalend, 35 onbetaald)
Samenwerkingspartners: Singel Uitgeverijen

Brainwash Special – Anne Applebaum

Met Anne Applebaum gingen we in gesprek over de opkomst van autocratische regimes, de fragiliteit van democratische instituties en de rol van burgers in tijden van politieke verschuiving. Haar historische en journalistieke analyses boden scherpe inzichten in hedendaagse machtsdynamieken.

Deze avond trok een breed en betrokken publiek en maakte voelbaar hoe groot de behoefte is aan duiding en context bij actuele geopolitieke ontwikkelingen. De Special bevestigde de rol van Brainwash als platform voor urgente maatschappelijke reflectie.

Locatie: TivoliVredenburg, Utrecht
Datum: 26/06/2025
Aantal bezoekers: 930 (900 betalend, 30 onbetaald)
Samenwerkingspartners: TivoliVredenburg, De Balie

Brainwash Special – Achille Mbembe

Deze Brainwash Special met Achille Mbembe maakte deel uit van de programmalijn *Worldly Thinkers*. In gesprek met Mbembe onderzochten we thema's als dekolonisatie, mondiale ongelijkheid en de morele verbeelding in een geglobaliseerde wereld.

De samenwerking met Wereldmuseum Amsterdam en Stichting Spinozalens onderstreepte de interdisciplinaire insteek van deze avond, waarin filosofisch denken werd verbonden met historische en culturele context. Het programma bood ruimte voor scherpe analyse én gezamenlijke reflectie.

Book Clubs: inhoudelijk sterk, organisatorisch kwetsbaar

De Book Clubs behoren tot onze meest geliefde formats: kleinschalig, interactief en verdiepend. Tegelijkertijd zijn ze financieel verlieslatend en kwetsbaar. De spanning tussen inhoudelijke kwaliteit en organisatorische haalbaarheid vraagt om een herijking van dit format: hoe kunnen we deze activiteit verankeren in onze programmering op een manier dat het zowel de kwaliteit behoudt als de organisatie versterkt.

Locatie: Wereldmuseum, Amsterdam-Oost
Datum: 26/11/2025
Aantal bezoekers: 400 (400 betalend)
Samenwerkingspartners: Wereldmuseum Amsterdam, Stichting Spinozalens.





E. Brainwash Book Club

Brainwash Book Club– Emma Holten

De Brainwash Book Club met Emma Holten bood een intieme setting voor verdieping en uitwisseling. Centraal stond haar werk over economische waardering, zorg en gender, en de vraag hoe maatschappelijke systemen bepalen wat – en wie – als waardevol wordt gezien.

Het gesprek werd gekenmerkt door actieve publieksdeelname en een open uitwisseling van ervaringen en perspectieven. Dit format stelt ons in staat om complexe thema's op een toegankelijke, persoonlijke manier te bespreken en sluit aan bij onze ambitie om denken te verbinden aan het dagelijks leven van ons publiek.

<i>Locatie:</i>	<i>De Nederlandsche Bank, Amsterdam</i>
<i>Datum:</i>	<i>14/05/2025</i>
<i>Aantal bezoekers:</i>	<i>79 (77 betalend, 2 onbetaald)</i>
<i>Samenwerkingspartners:</i>	<i>De Nederlandse Bank, Singel Uitgeverijen</i>

Talentontwikkeling

Ook in 2025 investeerden we in trajecten waarin jonge makers en denkers zich inhoudelijk én professioneel konden ontwikkelen.

In samenwerking met Poetry Circle begeleiden we twee jonge spoken word-makers in een intensief maaktraject, gekoppeld aan gevestigde denkers. Hun performances rond “de grens van de mens” werden tweemaal gepresenteerd tijdens het festival. Een belangrijke stap was de doorstroom naar Explore the North, waarmee het traject een duurzamer karakter kreeg.

Met filosofieplatform Bij Nader Inzien ondersteunden we zes promovendi bij het toegankelijk maken van hun onderzoek voor een breed publiek. De combinatie van academische diepgang en publieksgericht presenteren (waarvoor zij ook een workshop kregen aangeboden) bleek opnieuw zeer waardevol.

Samen met De Brakke Grond en Theater Bellevue ontwikkelden drie jonge theatermakers nieuw werk dat tijdens het festival werd gepresenteerd, gevolgd door publieksgesprekken. Deze kruisbestuiving tussen maakproces en reflectie is een wezenlijk onderdeel van onze festivalidentiteit.

Ieder jaar geven we ruimte aan moderatoren, aan het begin van hun loopbaan, om de verscheidene gesprekken in goede banen te leiden. Door de interviews samen met een programmamaker voor te bereiden, is er ruimte voor ideeënuitswisseling en inhoudelijke ontwikkeling. Daarna is het ook een kwestie van vliegreun maken.



bezoekers op brainwash festival

Verder maakten we ook ruimte voor een junior programmamaker, die onder begeleiding ervaring opdeed in alle facetten van programmering. Deze constructie bleek inhoudelijk en organisatorisch versterkend en smaakt naar continuering.

Makerschap en maatschappij

In 2025 introduceerden we voor het eerst een gastcurator: schrijver en filosoof Safae el Khannoussi. Met twee door haar ontwikkelde programma's over postkoloniale identiteit en 'zones of sacrifice' bracht zij nieuwe perspectieven binnen het thema. De samenwerking verrijkte het festival inhoudelijk en bood een frisse blik op de programmalijn.

Ook de jaarlijkse schrijfopdrachten vormden een inhoudelijke ruggengraat van het festival. Auteurs als Maurits de Bruijn, Joost Oomen, Dilara Bilgiç en Laura van Dolron ontwikkelden nieuw werk rond uiteenlopende vormen van grenzen - van geopolitieke tot existentiële. Deze literaire interventies zorgden voor verdieping en verbeelding binnen actuele discussies.

Cross-overprojecten, zoals *Ancestors* van The Smartphone Orchestra, brachten technologie, verbeelding en collectieve ervaring samen. En Studio Vergezicht, de podcastcontainer op het Leidseplein, maakte het denken zichtbaar midden in de stad en trok zowel festivalbezoekers als toevallige voorbijgangers.

Verdieping en uitwisseling

In lijn met het thema nodigden we internationale denkers uit die op uiteenlopende manieren bestaande grenzen ter discussie stellen: tussen macht en moraal, tussen wetenschap en verbeelding, tussen individu en

brainwash op down the rabbit hole



samenleving. Dit jaar waren dat onder (veel) meer Peter Sloterdijk, Pankaj Mishra, Akwugo Emejulu, Agnes Callard, Parag Khanna en Manon Garcia.

Zij brachten niet alleen nieuwe ideeën, maar ook confrontatie en tegenspraak. Sloterdijk bevroeg de morele zelfverzekerdheid van het Westen, Mishra plaatste geopolitieke verhoudingen in een postkoloniaal perspectief, Emejulu analyseerde de grenzen van liberaal feminisme, Callard onderzocht wat het filosofisch gezien betekent om van mening te veranderen, Khanna verkende nieuwe machtsblokken in een verschuivende wereldorde en Garcia stelde vragen bij autonomie en afhankelijkheid.

Naast de internationale sprekers nodigen we ook een breed scala aan toonaangevende denkers, schrijvers en makers uit Nederland en België uit. Dit jaar waren dat onder (een heleboel) meer Tahrim Ramdjan, Karim Amghar, Francine Oomen, Rasha Hilwi, Eva Hofman, Marian Donner, Falun Ellie Koos, Leandros Kavadias, Hans Schnitzler en Paola Verhaert.

Wat deze gesprekken kenmerkten, was niet alleen hun inhoudelijke scherpheid, maar ook de manier waarop ze werden ingebed in het festival. Internationale perspectieven werden bijvoorbeeld bewust gekoppeld aan lokale stemmen. Zo ontstonden gesprekken die verder gingen dan een boekinterview of lezing: uitwisselingen waarin het publiek actief deelgenoot werd van het denkproces. Verdieping betekent bij Brainwash niet alleen langer of complexer, maar gelaagder.

Interactie

Interactie is bij Brainwash geen bijzaak, maar de kern. Denken gebeurt in relatie, zoals die tussen spreker en publiek, of tussen bezoekers onderling. In een tijd waarin gesprekken zich vaak terugtrekken in online bubbels, creëren wij als festival een fysieke ruimte om elkaar te ontmoeten en het langere gesprek te voeren. Waar het publiek niet alleen luistert, maar meedenkt, bevraagt en positie inneemt.

Bijvoorbeeld bij de interactieve performance Ancestors van The Smartphone Orchestra, werd het publiek mede-ontwikkelaar van een collectieve toekomstverkenning. In het programma De Ander als grens zette een ogenschijnlijk eenvoudige uitwisselingsopdracht aan het begin van een gesprek de toon voor een indringend gesprek. Formats als *Stand-Up Philosophy* (samen met The School of Life) en *Real Talk* (samen met Hatch) draaiden om directe uitwisseling: vragen uit de zaal, schurende perspectieven, gezamenlijk zoeken.

Zo maken we denken tot een gedeelde ervaring: kritisch, betrokken en in ontmoeting.

Online

Tijdens de festivaldag op zondag 19 oktober 2025 vonden livestreams van verschillende programma's plaats vanuit onze streamingzaal in De Balie. Deze programma's boden we ook gratis online aan, via YouTube en onze website. Hiermee zijn we gestart in 2021 en we ontvingen van veel (online) bezoekers dankbare reacties: zo konden ze er toch bij zijn (ondanks beperkte middelen of fysieke beperkingen).

Dit jaar heeft onze mediapartner Omroep HUMAN daarnaast een selectie van onze programma's opgenomen en achteraf verspreid als podcast. Hiermee werd weer een nieuwe doelgroep aangesproken en blijven deze programma's en kennis ook na het festival beschikbaar en toegankelijk. Zowel Omroep HUMAN als wij zijn enthousiast over deze vorm, waarmee we ook gehoor geven aan de vraag van een grote groep van bezoekers. We zijn voornemens om deze vorm van registratie komend jaar verder uit te bouwen.

<i>Locaties:</i>	<i>Skatecafe, Paradiso, Melkweg, Bellevue, De Balie, De Kring</i>
<i>Datum:</i>	<i>16, 18 en 19 oktober 2025</i>
<i>Aantal bezoekers:</i>	<i>1606 live en 1200 via Livestream (4 programma's)</i>
<i>Samenwerkingspartners:</i>	<i>Omroep HUMAN, SLAA, deBuren, Bij Nader Inzien, Poetry Circle Nowhere, School of Live, Triodos, Hatch</i>

Reflectie op de activiteiten in 2025

2025 was een inhoudelijk rijk jaar, met een uitzonderlijk aantal Specials. Sommige internationale sprekers vragen jarenlange relatieopbouw voordat een uitnodiging daadwerkelijk kan worden verzilverd. In 2025 kwamen meerdere van die plannen tegelijk tot bloei.

Gesprekken met onder anderen Jonathan Haidt (over de impact van sociale media op mentale gezondheid) en Anne Applebaum (over de opkomst van autocratische regimes) sloten sterk aan bij de actualiteit en bevestigden de urgentie van ons programma.

Tegelijkertijd bracht deze opeenstapeling organisatorische druk met zich mee. Door een directiewissel vervulde de artistiek leider in het voorjaar tevens de rol van interim-algemeen directeur. Binnen een grotendeels freelance team, waarvan de meeste capaciteit naar het festivalweekend gaat, vergde dit veel van de organisatie. Het jaar maakte duidelijk hoe kwetsbaar onze structuur is bij piekbelasting.

Educatie en talentontwikkeling

In 2025 hebben wij onze eerdere ambitie om educatie voor middelbare scholieren structureel te verankeren binnen het festivalweekend niet kunnen realiseren. De samenwerking met het Hyperion Lyceum, waarop deze ambitie deels was gebaseerd, bleek te afhankelijk van individuele contactpersonen en daardoor onvoldoende duurzaam. Toen deze docenten wegvielen, viel ook de samenwerking stil. Wij erkennen dat het zelfstandig opzetten van een educatie-tak (inclusief acquisitie bij scholen) buiten onze kerncompetentie en huidige capaciteit ligt.

Daarom kiezen we voor een gerichtere koers: talentontwikkeling als overkoepelende lijn waarbinnen educatie een plaats krijgt. In 2025 hebben we eerste verkennende stappen gezet, onder meer via workshops voor Nieuw Geluid (deBuren) en gesprekken met partners als Jong Parool en Bij Nader Inzien. Ook verkenden we samenwerking met een externe projectleider educatie.

In 2026 gaan we deze lijn bundelen in een samenhangend plan voor talentontwikkeling, **Brainwash Next**, waarmee we gericht aanvullende financiering kunnen aantrekken en duurzame verankering mogelijk maken.

Interactie en ontmoeting

Ontmoeting en uitwisseling vormen de kern van Brainwash Festival. Juist de momenten in en buiten de zaal – waar bezoekers met elkaar in gesprek raken – maken het festival onderscheidend ten opzichte van het online aanbod.

In 2025 hebben we interactieve formats ontwikkeld, maar wij zien nog ruimte om interactie fundamenteeler te integreren in de opzet van programma's. Voor 2026 stellen we onszelf de ambitie om bij een groter deel van het programma het format als vertrekpunt te nemen, waarbij inhoud en interactie elkaar versterken.

Daarnaast willen we meer fysieke ruimte creëren voor ontmoeting buiten de zalen – een duidelijker festivalhart dat reflectie en gesprek ook vóór en na programma's stimuleert.



iii. samenwerkingspartners

Brainwash Festival werkt samen met verschillende literaire, filosofische en wetenschappelijke partners die goed bij onze missie en doelstellingen passen. In 2025 werden circa 18 programma's in coproductie gerealiseerd, onder meer met SLAA, deBuren, Poetry Circle Nowhere, Bij Nader Inzien, Omroep HUMAN, Hatch en The School of Life. Deze samenwerkingen vergroten onze inhoudelijke kwaliteit, verbreden ons publiek en versterken onze maatschappelijke inbedding.

iv. marketing en publiek

Stichting Brainwash richt zich op een breed publiek dat geïnteresseerd is in kunst, literatuur, filosofie en maatschappelijke vraagstukken. De marketingstrategie richt zich op het bereiken van zowel een bestaand cultureel publiek als nieuwe bezoekers die op zoek zijn naar verdieping en gesprek.

Via sociale media, mediapartners en samenwerkingen met culturele organisaties werken we aan een groeiend en divers publiek. Daarbij zetten we zowel online kanalen als redactionele samenwerkingen in om inhoudelijke bijdragen en literaire producties zichtbaar te maken. Door deze aanpak bereikt Brainwash niet alleen bezoekers tijdens het festival zelf, maar ook een breder publiek via publicaties, interviews en digitale kanalen.

Dankzij de meerjarige steun van het Nederlands Letterenfonds en het Amsterdams Fonds voor de Kunst en de incidentele steun van diverse private fondsen waaronder VFonds, Fonds21 en Cultuurfonds, konden we in 2025 gericht investeren in de verdere ontwikkeling van onze publieksstrategie en communicatie. Deze bijdrage maakte het mogelijk om onze marketingaanpak te professionaliseren, nieuwe samenwerkingen aan te gaan en beter inzicht te krijgen in het gedrag en de verwachtingen van ons publiek, met name onder bezoekers jonger dan 30 jaar.

Concreet stelde deze ondersteuning ons onder andere in staat een jonge socialmediamedewerker aan te stellen, een eerste structurele publieksmeting uit te voeren en nieuwe publieksformats voor jongere bezoekers verder te ontwikkelen. Daarmee heeft de bijdrage direct bijgedragen aan het vergroten van de zichtbaarheid van Brainwash en aan het bereiken van nieuwe generaties bezoekers.

De resultaten van het afgelopen jaar bevestigen dat Brainwash een sterke inhoudelijke positie inneemt en een betrokken publiek weet te bereiken. Tegelijkertijd laten de analyses zien dat verdere groei vraagt om een scherpere vertaling van bereik naar daadwerkelijk bezoek. Met name op het gebied van timing van campagnes, positionering van programmaonderdelen en conversie van online bereik naar kaartverkoop liggen kansen voor verdere ontwikkeling.

Jonge bezoekers

In 2025 hebben we een duidelijke en aantoonbare stap gezet in het bereiken en binden van jongere publieksgroepen. Met de doorontwikkeling van Brainwash Night hebben we een format neergezet dat werkt: een toegankelijke, eigentijdse ingang tot het festival en het bredere programma. De resultaten onderstrepen dit. Het aandeel bezoekers onder de 30 jaar groeide tijdens het festival van 14% naar 17,5%, en bij Brainwash Festival Night zelfs naar 25%. Deze cijfers zijn geen tussenstand, maar een concreet bewijs dat onze publieksstrategie effect heeft. In een tijd waarin het bereiken van jongere generaties binnen het literaire en reflectieve domein steeds minder vanzelfsprekend is, laten deze resultaten zien dat wij in staat zijn om deze doelgroep wél te activeren en te betrekken. We beschouwen dit als een belangrijk succes én als een bevestiging van de koers die we hebben ingezet. De komende jaren bouwen we hier doelgericht op door: met verdere inhoudelijke vernieuwing, gerichte marketing en een consistente programmaliijn die jonge bezoekers niet alleen bereikt, maar ook duurzaam aan Brainwash verbindt.

Daarnaast werken we steeds nadrukkelijker met een doorlopende publiekslijn gedurende het jaar, waarin jong publiek op verschillende momenten en in verschillende contexten met Brainwash in aanraking kan komen. In 2025 bestond deze lijn onder meer uit Brainwash Night in RADION, een driedaags programma van Brainwash Breakfastclub op het festival Down The Rabbit Hole en Brainwash Festival Night in Skatecafe. Deze activiteiten functioneren als toegankelijke instapmomenten voor een jonger publiek en versterken de zichtbaarheid van Brainwash buiten het jaarlijkse festivalmoment.

Ook op het gebied van communicatie hebben we een duidelijke kwaliteitsimpuls gerealiseerd. Met het aantrekken van een jonge socialmedia-medewerker konden we onze zichtbaarheid op jongerenplatforms vergroten en experimenteren met nieuwe vormen van visuele en kortere content. Vooral op Instagram zien we hierdoor een groeiend bereik binnen jongere netwerken. Deze eerste resultaten bevestigen dat een gerichte investering in eigentijdse communicatievormen essentieel is om een nieuwe generatie bezoekers te bereiken.

Nulmeting publiek en bereik

Om onze publieksoontwikkeling niet alleen te volgen, maar ook strategisch te kunnen sturen, hebben we in 2025 voor het eerst een uitgebreide en systematische publieksmeting uitgevoerd. Daarmee markeert dit jaar een wezenlijke kanteling in onze werkwijze. Waar we voorheen beperkt inzicht hadden in publieksdata, beschikken we nu over een meer solide, data-gedreven fundament voor besluitvorming.

We verzamelden kwantitatieve data uit verschillende bronnen, waaronder

ticketregistraties, sociale media en Google Analytics, en vulden dit aan met een publieksenquête tijdens en na het festival (n=250). Deze combinatie levert niet alleen inzicht op in waardering van programma, sfeer, toegankelijkheid en publieksbegeleiding, maar maakt ook zichtbaar wie ons publiek is, hoe zij zich bewegen en wat hen motiveert om deel te nemen.

Deze eerste integrale meting vormt de basis van een structureel evaluatiekader dat ons in staat stelt om toekomstige keuzes rond programmering, formats, locaties en marketing onderbouwd en doelgericht te maken. Daarmee versterken we onze slagkracht, vergroten we onze impact en bouwen we aan een duurzame relatie met ons publiek.

Bereik via eigen kanalen

Brainwash bereikt zijn publiek via een combinatie van eigen communicatiekanalen en strategische partnerschappen. De website (brainwashfestival.nl) trekt jaarlijks circa 150.000 bezoekers en fungeert als centrale plek voor programma-informatie en kaartverkoop.

Daarnaast speelt de nieuwsbrief een belangrijke rol in het opbouwen van een betrokken publieksgemeenschap. We hebben een bestand van ruim 14.000 e-mailadressen opgebouwd en versturen met regelmaat e-mails, waarbij segmentatie een grote rol speelt. Door gesegmenteerde nieuwsbrieven te versturen, bereiken we het beoogde publiek en verbeteren we onze conversie.

Op sociale media hebben we onze strategie in 2025 aangescherpt. Facebook speelt inmiddels een geen rol meer, de focus is verschoven naar Instagram (circa 6.600 volgers) en LinkedIn (2.000 volgers). In plaats van sterk te leunen op betaalde campagnes zetten we vooral in op inhoudelijke samenwerkingen, gedeelde netwerken en organisch bereik. Door een goede contentstrategie vergroten we ons bereik.

Bereik via partners en netwerken

Een belangrijk onderdeel van onze publieksstrategie is het werken met partners. In 2025 hebben we dit netwerk aanzienlijk uitgebreid: het aantal communicatiepartners groeide van 15 naar 30. Programma-, locatie- en mediapartners deelden actief content via hun eigen kanalen, waaronder nieuwsbrieven en sociale media, wat de zichtbaarheid van Brainwash aanzienlijk vergrootte.

Ook de betrokkenheid van sprekers en moderators droeg hier sterk aan bij. Ruim 50% van hen communiceerde voorafgaand aan het festival via hun eigen netwerken over hun deelname. Hierdoor ontstond een breed gedragen communicatiecampagne waarin het festival vanuit verschillende perspectieven zichtbaar werd gemaakt.



brainwash night 2026

Publieksstrategie

In 2025 hebben we bewust ingezet op een bredere en meer gedifferentieerde publieksbenadering, met speciale aandacht voor jongere doelgroepen (18–30 jaar), zonder het bestaande kernpubliek uit het oog te verliezen. Deze strategie is gebaseerd op de overtuiging dat de maatschappelijke vragen die Brainwash agendeert juist voor jongere generaties urgent zijn, maar dat vorm, toon en toegankelijkheid bepalend zijn voor daadwerkelijke betrokkenheid.

Binnen de programmering kozen we nadrukkelijk voor jonge denkers, makers en moderatoren die inhoudelijke scherpte combineren met een andere esthetiek, taal en uitstraling. Zij fungeerden niet alleen als deelnemers, maar ook als belangrijke ambassadeurs richting hun eigen netwerken. Door deze stemmen in de communicatie zichtbaar te maken werd het beeld van Brainwash herkenbaarder en toegankelijker voor een jonger publiek.

In onze communicatiestrategie hebben we daarnaast sterk ingezet op visuele en kortere content, passend bij de media gewoonten van jongere doelgroepen. Dit leidde tot een toename van bereik en interactie op sociale media. Tegelijkertijd werd duidelijk dat organisch bereik alleen niet voldoende is om structureel nieuwe publieksgroepen te bereiken. Verdere ontwikkeling van gerichte campagnes in samenwerking met onze ad agency partner en samenwerkingen met jongerenorganisaties en onderwijsinstellingen blijft daarom een belangrijke opgave.

Om financiële drempels te verlagen hebben we het studententarif vervangen door een bredere jongerenkorting voor bezoekers onder de 30 jaar. Deze maatregel werd positief ontvangen en droeg bij aan een divers publiek. Tegelijk blijft betaalbaarheid een aandachtspunt, met name bij programmaonderdelen met internationale sprekers en hogere productiekosten.

Reflectie

De ervaringen van 2025 laten zien dat een combinatie van inhoudelijke kwaliteit, een eigentijdse vormtaal en strategische samenwerkingen effectief kan zijn in het bereiken van nieuwe publieksgroepen. Formats zoals Brainwash Night en samenwerkingen met festivals zoals Down The Rabbit Hole spelen hierin een belangrijke rol.

Tegelijkertijd werd duidelijk dat het structureel bereiken van jong publiek buiten de hogeropgeleide stedelijke context nog een uitdaging blijft. Ook blijkt het lastig om nieuwe bezoekers langdurig aan Brainwash te binden buiten afzonderlijke evenementen om.

In 2026 willen we daarom sterker inzetten op publieksopbouw over meerdere momenten en formats heen. Door het festival, Brainwash Night en andere activiteiten nadrukkelijker met elkaar te verbinden, werken we aan een duurzame relatie met een nieuwe generatie bezoekers en aan een verdere verbreding van het publiek van Brainwash.



v. inclusiviteit, diversiteit en sociale veiligheid

Brainwash onderschrijft de Code Culturele Diversiteit & Inclusie, de Fair Practice Code en de Governance Code Cultuur, niet als afvinklijst, maar als richtinggevende principes voor ons handelen. Wij zien inclusiviteit niet alleen als representatie op het podium, maar ook als een vraag naar toegankelijkheid, machtsverhoudingen, werkpraktijken en sociale veiligheid binnen de organisatie en richting publiek.

Diversiteit en inclusie in programmering

In de programmering van 2025 hebben we actief gestuurd op meerstemmigheid, zowel in perspectieven als in achtergronden van sprekers en makers. Dit kwam onder meer tot uiting in de aanstelling van een gastcurator, die nieuwe inhoudelijke en esthetische invalshoeken binnenbracht, en in de bewuste koppeling van internationale denkers aan lokale stemmen.

We zijn ons er tegelijkertijd van bewust dat diversiteit niet vanzelf ontstaat en dat blinde vlekken blijven bestaan. Met name binnen sommige filosofische en academische programmalijnen blijft de instroom van niet-westerse en niet-academische perspectieven kwetsbaar. Dit vraagt om langdurige relatieopbouw en andere vormen van kenniswaardering. Werving, selectie en Fair Practice

In 2025 hebben we ons wervings- en selectiebeleid aangescherpt. Vacatures zijn breed uitgezet via diverse netwerken (waaronder Binoq Atana, Colourful Jobs en culturele vacatureplatforms), met expliciete aandacht voor inclusieve taal en toegankelijkheid. Voor het aanscherpen van dit proces is extern advies ingewonnen. Binnen de mogelijkheden van onze schaal streven we naar eerlijke vergoedingen conform de Fair Practice Code. Tegelijkertijd blijft het werken met een klein kernteam en veel freelancers kwetsbaar. De piekbelasting rond het festival legt druk op mensen en vraagt om realistische planning en duidelijke afbakening van rollen.



Inclusiviteit en sociale veiligheid zijn structureel onderdeel van onze werkwijze. In 2025 hebben we:

- Vacatures breed uitgezet via diverse netwerken (o.a. Binoq Atana, Colourful Jobs).
- Advies ingewonnen over werving en selectie.
- Vrijwilligers geworven via vluchtelingen- en lokale netwerken.
- Een gastcurator aangesteld die inhoudelijk én qua uitstraling bijdroeg aan meerstemmigheid.
- Vertrouwenspersoon aangesteld
- Gedragscode en regeling omgangsvormen opgesteld, calamiteitenprotocol voor sprekers en moderators, calamiteitenprotocol voor locatiemanagers en vrijwilligers en een escalatie protocol media.

Sociale veiligheid

Sociale veiligheid heeft daarbij nadrukkelijk onze aandacht. Na interne reflectie en gesprekken met externe adviseurs hebben we stappen gezet om Brainwash explicieter te positioneren als een plek waar mensen zich welkom en veilig voelen. Dit betekent aandacht voor aanspreekbaarheid, duidelijke communicatie vooraf en een cultuur waarin feedback mogelijk is. Ook is er in 2025 een externe vertrouwenspersoon aangetrokken. Tijdens het festival hebben we een social safety room ingericht waar zowel publiek, sprekers als medewerkers en vrijwilligers terecht konden. Ook zijn er verschillende protocollen opgesteld voor sprekers, vrijwilligers, moderators en medewerkers hoe te handelen bij het zien van onveilige situaties. Tegelijkertijd erkennen we dat sociale veiligheid een continu proces is en geen afgerond project.

Reflectie en ontwikkelpunten

De toepassing van de codes in 2025 heeft geleid tot bewustere keuzes, maar ook tot scherpe inzichten in onze beperkingen. Niet alles is gelukt: structurele diversiteit in alle lagen van de organisatie vraagt meer tijd, middelen en continuïteit dan momenteel beschikbaar is. Voor 2026 willen we deze principes nog explicieter verbinden aan concrete doelen en evaluatiemomenten, zodat inclusiviteit, fair practice en goed bestuur geen intenties blijven, maar richting geven aan verdere professionalisering. We blijven kritisch kijken naar onze uitstraling en toegankelijkheid, met de vraag hoe we ook mensen bereiken die zich minder thuis voelen bij een uitgesproken intellectueel profiel.

vi. organisatie en financiële situatie

Team

In 2025 bestond Stichting Brainwash uit een klein kernteam van artistiek leider (0,67 FTE in vaste dienst) en zakelijk leider (0,4 FTE freelance), aangevuld met freelance specialisten voor programma, productie, vormgeving en marketing, en een grote groep vrijwilligers. Deze flexibele structuur biedt inhoudelijke slagkracht, maar is kwetsbaar bij piekbelasting. Het team combineert vaste medewerkers, freelancers en vrijwilligers die zich tijdelijk aan het festival verbinden. Momenteel is één medewerker in vaste dienst; uitbreiding is gepland zodra de financiële ruimte dit toelaat.

Het vaste kernteam vormt de dagelijkse directie van de stichting en zijn benoemd door het bestuur. De taken en verantwoordelijkheden van de directie liggen vast in de stichtingsstatuten. De bezoldiging van de dagelijks bestuurders worden gebaseerd op de Cao Toneel en Dans. Eventuele variabele bezoldigingscomponenten worden vooraf vastgelegd. De (aanvaarding van) nevenfuncties worden altijd vooraf gemeld aan het bestuur. Daarbij wordt bepaald of er sprake kan zijn van (potentieel) tegenstrijdige belangen, mogelijke belangenverstrengeling of de schijn daarvan. Om de artistieke en zakelijke component te waarborgen, wordt de jaarrekening opgesteld door een gerenommeerd extern administratiekantoor.

Vrijwilligers

Vrijwilligers zijn onmisbaar voor Brainwash. In 2025 werkten ongeveer 95 vrijwilligers mee. Werving vond plaats via bestaande netwerken en nieuwe kanalen, waaronder vluchtelingeninitiatieven en lokale vrijwilligerscentrales.

Bestuur

Stichting Brainwash hanteert het bestuur-directiemodel en handelt conform de Governance Code Cultuur. In 2025 bestond het bestuur uit vijf leden: Ted Tettero (voorzitter), Paulien Loerts, Zihni Özdil, Nadine Ridder en Thijs Launspach.

Gedurende het jaar trad Paulien Loerts af. Na een open en zorgvuldige procedure is Maarten Bul benoemd als haar opvolger, met een sterk financieel profiel en aanvullende expertise op het gebied van fondsenwerving, marketing en positionering.

Per februari 2026 zal Nadine Ridder terugtreden. Haar bijdrage, met name op het vlak van diversiteit, inclusie en maatschappelijke positionering, is van grote waarde geweest. De werving voor een nieuw bestuurslid richt zich op versterking van de bestaande expertise en het borgen van een evenwichtig en toekomstbestendig bestuur.

Het bestuur is eindverantwoordelijk voor het beleid en het toezicht op de uitvoering. In 2025 is binnen de bestuursvergaderingen expliciet aandacht besteed aan de kwaliteit van governance. Het bestuursreglement is getoetst aan de Governance Code Cultuur en het bestuur heeft een zelfevaluatie uitgevoerd om de eigen werkwijze en besluitvorming kritisch te reflecteren en waar nodig te versterken.

Ter voorkoming van belangenverstrengeling zijn in de statuten en reglementen heldere kaders vastgelegd. Personen met een direct of indirect belang bij de stichting kunnen geen zitting nemen in het bestuur. Bestuursleden melden (potentiële) tegenstrijdige belangen en onthouden zich in dat geval van beraadslaging en besluitvorming. Ook de directie handelt uitsluitend in het belang van de stichting en volgt een meldingsplicht bij mogelijke belangenconflicten. Deze afspraken zijn uitgewerkt in het Bestuurs- en Directiereglement.

Het bestuur en de directie vergaderen minimaal viermaal per jaar; alle vergaderingen worden schriftelijk vastgelegd. Bestuursleden ontvangen geen bezoldiging en worden benoemd voor een termijn van maximaal tweemaal vier jaar. Met het oog op continuïteit en de verdere ontwikkeling van de organisatie richting 2026 wordt ingezet op gefaseerde vernieuwing van het bestuur.

De Codes

Fair Pay

Sinds 2021 hanteert Brainwash de principes van Fair Pay als structureel uitgangspunt binnen de organisatie. Als lid van VLAM21 werken wij actief samen met collega-organisaties aan het verbeteren van arbeidsvoorwaarden en het versterken van een eerlijke culturele arbeidsmarkt.

Voor de verloning en tariefbepaling van freelancers baseren wij ons op de cao Toneel en Dans en volgen wij consequent de daarin vastgelegde loonontwikkelingen. In de afgelopen jaren zijn tarieven voor freelancers stapsgewijs verhoogd, in lijn met functie, ervaring en verantwoordelijkheden. Hiermee bewegen we nadrukkelijk richting duurzame en marktconforme beloning. De medewerker in loondienst beschikt over een pensioenvoorziening, waarmee ook op lange termijn wordt bijgedragen aan goed werkgeverschap.



jonathan haidt Tivoli

Voor sprekers, makers en andere deelnemers hanteert Brainwash vaste en transparante betalingsrichtlijnen, gebaseerd op sectorale normen zoals de cao Toneel en Dans, LIRA en de richtlijnen van de Schrijverscentrale. Door deze systematische aanpak draagt Brainwash actief bij aan een rechtvaardige, professionele en toekomstbestendige culturele praktijk, waarin eerlijke beloning geen uitzondering is maar de norm. Tegelijkertijd vraagt dit, gezien de financiële realiteit van het festival, om blijvende inzet en ondersteuning van fondsen om deze lijn verder te bestendigen en te verdiepen.

Sociale veiligheid

Bij Brainwash Festival staat niet alleen de inhoud centraal, maar ook de manier waarop mensen elkaar ontmoeten. We werken bewust aan een omgeving waarin bezoekers, sprekers, makers en medewerkers zich veilig, gezien en gehoord voelen. Sociale veiligheid beschouwen wij als een randvoorwaarde voor artistieke en maatschappelijke kwaliteit.

Het beleid op dit vlak wordt continu doorontwikkeld en aangescherpt. Teamleden hebben trainingen gevolgd gericht op sociale veiligheid en het herkennen en hanteren van grensoverschrijdend gedrag. Deze kennis is vertaald naar een concreet en actief protocol, dat wordt gedeeld via briefings en publiek toegankelijk is via de website.

Tijdens programma's met een verhoogd risicoprofiel is altijd een kernteamlid aanwezig en is er een duidelijk aanspreekpunt voor sociale veiligheid. Signalen en ervaringen kunnen zowel tijdens het festival als achteraf worden gedeeld, onder meer via een anonieme enquête. Daarnaast is een externe vertrouwenspersoon beschikbaar, in samenwerking met VLAM21, toegankelijk voor zowel publiek als medewerkers.

Voor Brainwash is sociale veiligheid geen sluitpost, maar een noodzakelijke voorwaarde voor betekenisvolle ontmoeting en uitwisseling. Alleen binnen een veilige context kunnen nieuwe perspectieven ontstaan en kunnen makers, denkers en publiek zich werkelijk tot elkaar verhouden. Met steun van fondsen willen wij deze werkwijze verder professionaliseren, verdiepen en duurzaam verankeren in alle lagen van de organisatie.

Governance Code Cultuur

Stichting Brainwash handelt conform de principes van de Governance Code Cultuur en ziet governance als een levend onderdeel van de organisatieontwikkeling. De taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden van bestuur en directie zijn vastgelegd in een bestuursreglement, dat periodiek wordt geëvalueerd en waar nodig geactualiseerd.

Sinds 2019 werkt de stichting volgens het bestuur-plus-directiemodel. Het bestuur vervult een toezichthoudende en voorwaardenscheppende rol, met nadruk op het bewaken van strategie, financiële continuïteit, integriteit en risicobeheersing. De directie is verantwoordelijk voor de dagelijkse leiding en de artistiek-inhoudelijke koers, en opereert binnen een helder vastgesteld mandaat.

De samenwerking tussen bestuur en directie is gebaseerd op een duidelijke rolverdeling, met aandacht voor onafhankelijkheid, transparantie en wederzijds vertrouwen. Bestuursleden worden geselecteerd op relevante expertise, bestuurlijke ervaring en maatschappelijke betrokkenheid. Daarbij is expliciet aandacht voor diversiteit in perspectieven en achtergronden, zodat het bestuur in staat is om de complexiteit van het werkveld en de stedelijke context goed te weerspiegelen.

Transparantie, professionele verantwoording en periodieke zelfevaluatie vormen structurele onderdelen van de governancepraktijk. Hiermee borgt Brainwash niet alleen de kwaliteit van bestuur en toezicht, maar ook het vermogen om zich als organisatie kritisch te blijven ontwikkelen.

Diversiteit, inclusie en toegankelijkheid

De Code Diversiteit & Inclusie is integraal onderdeel van de visie en werkwijze van Brainwash en wordt doorvertaald naar alle aspecten van het festival en de organisatie. De programmering is inclusief en representatief: sprekers, makers en onderwerpen weerspiegelen een breed palet aan achtergronden, disciplines en perspectieven. Diversiteit wordt daarbij niet benaderd als thematisch kader, maar als een vanzelfsprekend uitgangspunt in de gehele programmering.

Samenwerkingen met partners en communities die elk hun eigen publiek bereiken, versterken deze aanpak en dragen bij aan een bredere en meer diverse publieksbasis. Ook binnen het team is zichtbaar dat de samenstelling steeds beter aansluit bij het publiek dat Brainwash wil bereiken en bedienen.

Toegankelijkheid wordt breed en in samenhang benaderd:

- **Sociale toegankelijkheid:** het creëren van laagdrempelige, inclusieve festivalomgevingen waarin iedereen zich welkom en gerespecteerd voelt en waar geen ruimte is voor discriminatie.
- **Financiële toegankelijkheid:** het aanbieden van betaalbare tickets, met gerichte prijsdifferentiatie, waaronder speciale tarieven voor jongeren tot 30 jaar, om drempels tot deelname te verlagen.

- **Fysieke toegankelijkheid:** het selecteren van theaters, podia en debatcentra die zo goed mogelijk toegankelijk zijn voor verschillende doelgroepen, aangevuld met online programmaonderdelen die deelname op afstand mogelijk maken.
- **Informatieve en digitale toegankelijkheid:** heldere, transparante en toegankelijke communicatie via website en social media, veelal tweetalig (Engels), zodat informatie voor een breed en internationaal publiek beschikbaar is.

Met deze integrale benadering werkt Brainwash aan een festival dat niet alleen inhoudelijk uitnodigt tot nieuwe perspectieven, maar ook daadwerkelijk toegankelijk is voor een breed en divers publiek. Verdere investeringen zijn nodig om deze ambitie duurzaam te verdiepen en te blijven aansluiten bij een veranderende stedelijke en maatschappelijke context.

vii. vooruitblik

In 2026 zetten we in op:

- Verhuizing naar Tolhuistuin en programma uitbreiding naar twee volwaardige festivaldagen.
- Scherper gekozen Specials met een helder strategisch doel.
- Verdere uitwerking van talentontwikkeling (Brainwash Next) als samenhangende lijn.
- Versterking van interactie en ontmoeting, met een duidelijker festivalhart.
- Verdere professionalisering van organisatie en governance.

Met deze koers willen we Brainwash Festival inhoudelijk scherp, maatschappelijk relevant en organisatorisch duurzaam verder ontwikkelen.

Financieel

2025 markeerde voor Stichting Brainwash het eerste jaar van de nieuwe kunstenplanperiode 2025–2028. Na een intensieve periode van organisatorische veranderingen in 2024 en de eerste helft van 2025, lag de focus in de tweede helft van het jaar op het consolideren van de organisatie en het herstellen van de financiële basis. Daarbij werd duidelijk dat deze basis kwetsbaar is en in belangrijke mate afhankelijk blijft van zowel structurele als incidentele fondsen en subsidies.

Tegelijkertijd moesten financiële tegenvallers uit het voorgaande jaar worden opgevangen, wat de druk op de exploitatie verder vergrootte. Dit vroeg om scherpe keuzes, aanvullende financiering en het ontwikkelen van nieuwe strategieën om de continuïteit van de organisatie te waarborgen. De noodzaak om te komen tot een duurzamer en minder kwetsbaar financieel model is daarmee nadrukkelijk op de voorgrond komen te staan.

In 2025 zijn belangrijke stappen gezet op het gebied van fondsenwerving van private fondsen. De inkomsten uit kaartverkoop zijn onvoldoende om een gezonde bedrijfsvoering op te bouwen. Daardoor was het noodzakelijk om meer inkomsten te realiseren. De financiële positie is positief maar staat onder druk door stijgende kosten en een dalende solvabiliteit. Dit vraagt om strategische keuzes in schaal, formats en personele bezetting.

Toelichting bij de realisatie

Onderstaand treft u de toelichting bij de financiële realisatie van Brainwash Festival 2025.



bezoekers op brainwash festival

Inkomsten

De totale baten in 2025 zijn €496.554 ten opzichte van € 366.574. Deze groei is met name te danken aan de vierjarige subsidie van AFK en Nederlands Letterenfonds en aan de bijdrage van private fondsen.

De inkomsten uit kaartverkoop zijn lager uitgevallen: €72.356 t.o.v. €77.130 in 2024. In totaal zijn er in 2025 6.344 kaarten verkocht, waarvan 5.837 betaald.

Een deel van de te verkopen kaarten zijn met korting beschikbaar gesteld voor jongeren door de leeftijdsgrens te verhogen naar jonger dan 30 jaar waardoor we achterbleven op het resultaat maar wel onze doelstelling op het bereiken van deze groep hebben bereikt.

Dankzij de resultaten op het gebied van fondsenwerving zijn de inkomsten, ondanks de tegenvallende inkomsten op kaartverkoop, positief. In totaal hebben we € 122.850 aan bijdragen uit private fondsen binnen gekregen t.o.v. € 67.700 in 2024. In de begroting was hier nog enige voorzichtigheid betracht, maar dankzij deze honoreringen konden de artistieke ambities van het festival volledig worden waargemaakt. Daarmee komen we op een bedrag van € 236.291 aan eigen inkomsten (t.o.v € 184.970 in 2024).

Door de structurele subsidie bijdrage van AFK en Nederlands Letterenfonds is er in 2025 een stabiele financiële basis ontstaan.

Lasten

De totale lasten zijn in 2025 gestegen van €395.818 naar €478.774 in 2025. Deze stijging wordt onder andere veroorzaakt door groei in activiteiten en de toename van de personeelslast.

Beheerslasten

De totale beheerslasten waren € 211.536 (tov €170.588 in 2024). Met name de personeelslasten zijn gestegen, van €148.218 in 2024 naar €183.169 in 2025. Deze stijging komt voort uit twee bewuste keuzes. Enerzijds hebben we, na het vertrek van de algemeen directeur, de directiestructuur heringericht naar een tweehoofdige directie met een artistiek leider en een zakelijk leider. Anderzijds hebben we het aantal uren binnen het team realistischer ingericht, omdat in de praktijk bleek dat de beschikbare capaciteit niet altijd in verhouding stond tot de werkzaamheden. Daarnaast is een loonstijging van 4% doorgevoerd, in lijn met de CAO-ontwikkeling voor 2025 en volgens de richtlijnen voor Fair Pay.

Deze aanpassingen hebben geleid tot meer continuïteit in de bedrijfsvoering en bieden tegelijkertijd ruimte voor duurzame inzet en interne doorgroei binnen het team.



Activiteitenlasten

De totale activiteitenlasten waren in 2025 € 267.238 ten opzichte van € 254.779 in 2024. Dit komt doordat we iets meer sprekers hebben geprogrammeerd dan aanvankelijk voorzien en doordat de honoraria van enkele internationale gasten hoger uitvielen dan begroot. Deze uitbreiding heeft geleid tot een sterker en diverser programma, met meer internationale perspectieven en interdisciplinair gedachtegoed. De overschrijding is dus inhoudelijk goed te verantwoorden.

Locatiekosten

De locatiekosten kwamen hoger uit dan begroot. Deze stijging is het gevolg van hogere huurprijzen en bijkomende facilitaire en personele kosten die worden doorbelast door de verschillende locaties. We hebben gezocht naar manieren om deze stijging op te vangen zonder concessies te doen aan de publieksbeleving of veiligheid. Voor komende edities onderzoeken we alternatieve locaties en samenwerkingen om de stijgende huurprijzen het hoofd te bieden.

Productiekosten

De productiekosten zijn licht gestegen ten opzichte van de raming. Door efficiënter en slimmer te produceren en enkele meevallers, bleef de stijging beperkt. De productiekosten zijn inmiddels op een niveau waarop verdere besparingen de kwaliteit van het festival zouden aantasten.

Publiciteit & Marketing

De uitgaven aan publiciteit en marketing zijn €35.783 (tov € 28.957 in 2024). Er is gekozen voor een andere marketingstrategie, we hebben minder besteed aan drukwerk en meer aan online advertenties en socialmediacampagnes. Daarmee is het festival beter zichtbaar geweest onder jonge doelgroepen, wat aansluit bij onze meerjarige strategie om het publiek te verjongen.

Activiteitenlasten personeel

De personele lasten voor uitvoering en productie zijn iets gestegen doordat er een CAO verhoging van 4% is doorgevoerd. De artistiek leider heeft naast haar werkzaamheden als artistiek leider een deel van de programmering op zich genomen, waardoor de kosten voor externe programmamakers iets lager lagen. Daartegenover stonden extra uren voor de vrijwilligerscoördinator, die nodig waren om een diverse groep vrijwilligers te begeleiden waaronder vrijwilligers uit het AZC.

Totaalbeeld

Per saldo sluit de realisatie nauw aan bij de oorspronkelijke begroting. De lichte overschrijdingen op programma- en locatiekosten zijn inhoudelijk goed te verantwoorden en worden gecompenseerd door een hoger totaal

aan baten. De besteding van de middelen is zorgvuldig en doelgericht geweest, met behoud van kwaliteit en impact van het festival.

Risico inventarisatie

Brainwash Festival realiseert een omvangrijk programma met een relatief kleine organisatie en begroting. Dit vraagt om efficiënte samenwerking, scherpe keuzes en een hoge mate van flexibiliteit. Tegelijkertijd staat dit model onder druk. De afgelopen jaren zijn de kosten voor fair pay en inflatie substantieel gestegen, terwijl ook het aandeel organisatiekosten binnen de totale begroting toeneemt. Dit legt direct druk op het beschikbare budget voor programma en activiteiten.

De extra middelen die worden aangevraagd zijn noodzakelijk om eerlijke betaling van sprekers en medewerkers te waarborgen, ruimte te blijven bieden aan makerschap en te investeren in de verdere ontwikkeling van onder andere Brainwash Night in Nieuw-West.

De belangrijkste risico's voor de komende periode zijn:

- 1. Inflatie en fair pay**
Locatie- en productiekosten zijn in 2025 opnieuw gestegen. Voor de komende jaren wordt rekening gehouden met een structurele kostenstijging van circa 5%. Tegelijkertijd blijft Brainwash zich committeren aan fair pay, wat de druk op de begroting verder vergroot.
- 2. Kwetsbare inkomstenbasis: kaartverkoop en fondsenafhankelijkheid**
De inkomsten uit kaartverkoop staan onder druk. Hoewel het festivalpubliek relatief stabiel is, beperkt de wens om toegankelijk te blijven de ruimte om ticketprijzen te verhogen. De inkomsten uit specials gedurende het jaar zijn bovendien sterk afhankelijk van sprekers en thema's en daarmee moeilijk voorspelbaar. Tegelijkertijd is de organisatie in hoge mate afhankelijk van zowel structurele als incidentele bijdragen van publieke en private fondsen. Deze afhankelijkheid maakt de financiële basis kwetsbaar en gevoelig voor externe ontwikkelingen.
- 3. Omvang en belasting van de organisatie**
Brainwash werkt met een klein team aan een complex en omvangrijk project. Dit maakt de organisatie efficiënt, maar ook kwetsbaar. Bij uitval van medewerkers ontstaat direct risico op kennisverlies en continuïteitsproblemen. Daarnaast leidt de toenemende druk op de organisatie tot een stijgend aandeel organisatiekosten, wat ten koste kan gaan van de programmaruimte.

Deze risico's kunnen slechts gedeeltelijk worden opgevangen door aanvullende bijdragen van fondsen en sponsors. Tegelijkertijd is er een duidelijke noodzaak om de financiële en organisatorische basis structureel te versterken.

De verhuizing naar Tolhuistuin in Amsterdam-Noord per 2026 is in dit kader een belangrijke strategische stap. Deze keuze is niet alleen inhoudelijk gemotiveerd, maar grijpt ook in op de kostenstructuur en de inrichting van het festival. Door het festival compacter en samenhangender te organiseren, wordt beoogd het festivalhart te versterken en de publieksbeleving te verbeteren.

Tegelijkertijd is deze stap geen op zichzelf staande oplossing voor de bredere financiële en organisatorische uitdagingen. De ontwikkeling naar een duurzamer model vraagt om een combinatie van maatregelen. In 2026 wordt daarom ingezet op een verdere evaluatie van de organisatiestructuur, het aanscherpen van de publieksstrategie op basis van het lopende doelgroeponderzoek (na de nulmeting) en het versterken van de inkomstenmix.

De directie heeft vertrouwen dat met deze samenhangende aanpak — waarin inhoudelijke keuzes, organisatieontwikkeling en financiële strategie in balans worden gebracht — Brainwash de komende jaren kan toewerken naar een robuuster en toekomstbestendig fundament.

BRAINWASH

