

DE HELLING

VERSLAG

JAAAR VERSLAG

2024

DEHELLING.NL

JAAAR

INHOUDSOPGAVE

Inleiding	3
1. Visie, missie en kengetallen	5
Visie	5
Missie	6
Kengetallen 2024	7
2. Artistiek inhoudelijk	10
Concerten	11
Club	12
Festivals	14
OPEN	15
Educatie	18
3. Marketing	19
Publieksprofiel	19
Tickets en bezoekers	21
Communicatiekanalen	22
Analytics	23
4. Horeca	24
Meest gedronken in De Helling	24
Gemiddelde omzet per bezoeker	24
Verloren horecaomzet	25
Personeel	26
Nieuwe horeca deal met Ab InBev	26
5. Organisatie en omgeving	27
Organogram	27
Van bestuur naar Raad van Toezicht	27
Uitdagingen en kansen	30
Omgeving	31
Fair Practice Code	33



INLEIDING

Werken bij een podium heeft als voordeel dat je een jaar vol hoogtepunten beleeft. Bijna dagelijks treden er artiesten op in uiteenlopende genres: van breekbare singer/songwriters, tot keiharde metal en eeuwigdurende beats in de nacht. Als medewerker krijg ik, zelfs na al die jaren nog, kippenvel als het publiek massaal meegaat in de emotie van de artiest. Moshpits, meezingers, stilte of samen met de vuist in de lucht dansen op de climax. Wat waren er een hoogtepunten in 2024. Zaz, Ploegendienst, Spanish Love Songs, Distant, J. Bernardt, Dying Fetus, She Past Away, The Haunted Youth, Emma Ruth Rundle, Elmer, Kanonenfieber, The Indien, Joel Domingos, Green Lizard, Gotu Jim en de uitzinnige nachten bij Janey, HUSH., Guitig, Mythology, Getikt en PANN.

Het succes van HE:LEEN festival met o.a. de nieuwe Belgische belofte Ño die een mix maken van saudade, indie en electronica, en de Utrechtse global sounds van Collignon. Natuurlijk het nieuwe darkwave electro festival Momentum en vaste waarde in Utrecht Le Guess Who?, waar De Helling al sinds 2008 onderdeel van uitmaakt.

We bleven innoveren in ons Virtual Reality project en het educatieprogramma werd voor het tweede jaar in rij opgetuigd.

2024 had ook uitdagingen. De knaldrang verdween, de inflatie rees verder, het minimumloon steeg en er kwam een nachttoeslag. Dit maakte kostenbeheersing het thema van het jaar. De aanvragen voor vierjarige subsidie bij Gemeente Utrecht en Fonds Podiumkunsten werden geschreven en gehonoreerd. We hopen dat de extra gelden, die daarbij vrijkomen, de extra kosten compenseren in de komende jaren. Het blijft wel belangrijk dat bezoekersaantallen gelijk blijven.

De externe financieringsbronnen blijven belangrijk voor de bestending van de toekomst van De Helling. Echter, horeca blijft de grootste inkomensbron. Daarom is er veel tijd en energie gestoken in een vernieuwd horecacontract. Eind 2024 kozen we opnieuw en vol overtuiging voor AB Inbev met een nieuw bier op de tap: Hertog Jan.





Einde cultuurnota

2024 was ook het einde van de vierjarige cultuurnota periode 2021 – 2024 van gemeente Utrecht. Een roerige periode. 2021 en een deel 2022 waren coronajaren. We gingen open met De Nacht staat Op, een protest tegen het blijvende sluiten van de nacht door de overheid. De knaldrang die na de opening ontstond was ongelooflijk, de bezoekers waren uitzinnig. Dat was kippenvel en tegelijk opletten geblazen. Veel bezoekers leken hun eigen grenzen niet meer te herkennen en daarmee werd sociale veiligheid een belangrijk thema. Tegelijk begon de Russische invasie van de (rest van) Oekraïne. Dit resulteerde in een enorme kostenstijging van bijvoorbeeld de inkoop van bier (veelal gebrouwen uit graan vanuit de Oekraïne) en vooral energie.

Na corona startte De Helling met een bijna volledig nieuw team. Dit betekende dat veel basis-processen opnieuw uitgevonden moesten worden. Dat leidde tot uitval en stress. In 2023 stabiliseerde de popindustrie zich grotendeels en ook in De Helling werden normale patronen in kaartverkoop en aanbod weer zichtbaar.

Er waren veel hoogtepunten in de afgelopen vier jaar, waaronder Paolo Nutini, Zaz, Wende, Sherelle, The Notwist, Bizzey, Dool, Froukje, Ploegendienst, Alberta Balsem, Fresku, Sophie Straat en IAMX.

De Helling zette HE:LEEN festival door, ontwikkelde een nieuw educatieprogramma en richtte zich op innovatie met een langlopend VR project, waarbij 8 Miljard Ikken te zien was op diverse internationale filmfestivals en goede kritieken kreeg.

In de afgelopen vier jaar onstond een nieuw activisme bij De Helling. Medewerkers zijn zich bewust van toenemende onverdraagzaamheid en afnemende bescherming van mensenrechten in de wereld. De Helling neemt daardoor steeds vaker een openlijk standpunt in, die recht doet aan de verdere bescherming van de rechten van de mens en dan vooral mensen die gemarginaliseerd worden. Daarmee willen we dat onze bezoekers en medewerkers zich blijvend veilig en thuis voelen. Wie we ook zijn en met respect voor elkaar.

Arlette de Jong,
Directeur De Helling



1. VISIE, MISSIE EN KENGETALLEN 2024

De Helling is een middelgroot onafhankelijk Utrechts (kern)podium met een maximale capaciteit van 490 bezoekers. De capaciteit en programmering maken De Helling een belangrijke schakel in het landelijke en Utrechtse ecosysteem van podia. Jaarlijks bezoeken 70.000 liefhebbers De Helling.

De programmering van De Helling is divers en bevindt zich op de uiteinden van het popculturele spectrum en op de kruispunten van genres, met een nadruk op heavy, bass music, boundary-crossing music en hiphop. Hoewel de basis breder is dan de uiteinden van het spectrum geven deze spikes kleur aan het programma. De Helling is een podium voor zowel de doorgewinterde muziekliefhebber als de enthousiaste nieuwkomer.

De rauwe look van ons pand, de 24-uursvergunning, het station en hotel naast de deur, het kwalitatief hoogstaande aanbod, de professionele staf en, last but not least, het steengoede geluid; deze zorgen er gezamenlijk voor dat het bezoeken van De Helling thuiskomen is voor muziekliefhebbers. Ongeacht of dat een concert of clubnacht is. Voor deze bezoekers is popcultuur belangrijk voor hun identiteit, geluk en sociale omgeving.

De organisatie van De Helling is een netwerkorganisatie: een klein professioneel team gericht op wisselende samenwerkingen. Externe curatoren worden actief gezocht, benaderd en soms opgeleid. De Helling heeft hierdoor haar voelsprietten voor trends op veel plekken en is divers en inclusief. Daarnaast geeft het podium volop ruimte aan talentontwikkeling en ondernemerschap, zowel (inter)nationaal als regionaal.

Visie

Wij staan voor het verbinden van maker en liefhebber van identiteitsbepalende popcultuur. We zijn overtuigd dat artistieke ontwikkeling de toekomst is voor deze popcultuur. Identiteitsbepalende popcultuur wordt door zowel makers als liefhebbers doorleefd en bevindt zich meestal buiten de mainstream. Het overstijgt het waarderen van bepaalde artiesten of muziekstijlen. Liefhebbers ervaren de stroming, muziek of artiest als verlengstuk en onderdeel van hun identiteit, zijn toegewijd en bezoeken festivals, clubnachten en concerten door heel Europa. Makers vormen vaak een hechte community en vinden elkaar regelmatig in nieuwe (cross-over) projecten.

Popcultuur vormt een niet te onderschatten deel van de sociale en persoonlijke identiteitsvorming van (jonge) mensen: ze draagt bij aan de mentale gezondheid en verschaft kennis over de wereld. Popcultuur daagt de status-quo uit en morrelt aan heersende normen en perspectieven (in elke tijd – van David Bowie tot Janelle Monáe en Elmer). Identiteitsbepalende cultuur is niet alleen het conserveren en consumeren van kunst en erfgoed binnen daarvoor bepaalde ruimtes. Het is een waardenset die mensen niet alleen internaliseren en eigen maken; zij dragen deze ook graag uit. Dit gebeurt middels kleding, interieur, gedrag, nonverbale communicatie, sociale contacten, de mensen met wie zij zich omringen en media. Het op zoek gaan naar verschillende menselijke uitingen en perspectieven draagt bij aan kennisontwikkeling en visieverbreding. Een show van hiphop-artiest Fresku bijvoorbeeld, daagt bezoekers (hopelijk) uit om op andere manieren over bepaalde maatschappelijke problematiek na te denken.

Bij identiteitsbepalende popcultuur komt de sociale en persoonlijke identiteit van artiesten en publiek naar voren. Zij delen vaak afwijkende perspectieven en normen en brengen specifieke kennis, trends en activisme mee. Hierdoor nam De Helling regelmatig stelling in het popculturele en maatschappelijke debat. Via benefietconcerten, interactieve/multi-disciplinaire programma's over polyamorie en queer communities en kunstprojecten met nieuwkomers. En spraken we ons ook uit tegen racisme, gender-ongelijkheid, discriminatie en oorlog.

Missie

De Helling biedt creatieve (regionale) makers en liefhebbers een thuisbasis, stimuleert een hoge mate van authenticiteit, huisvest een diversiteit aan voorkeuren, leeftijden en achtergronden en geeft ruimte aan ontplooiing en ontwikkeling van genres die elders weinig te zien zijn, onder andere door een team van goed ingevoerde programmeurs en een groot en sterk (cultureel) netwerk van externe partners. Dit alles vanuit de overtuiging dat artistieke ontwikkeling onmisbaar is voor popcultuur. Dit maakt De Helling een plek die inclusiviteit ademt, op trends inspeelt en vooruitstrevend buiten de gebaande paden innoveert en een onmisbare haven voor talentontwikkeling is, zowel voor als achter het podium.



Kengetallen 2024

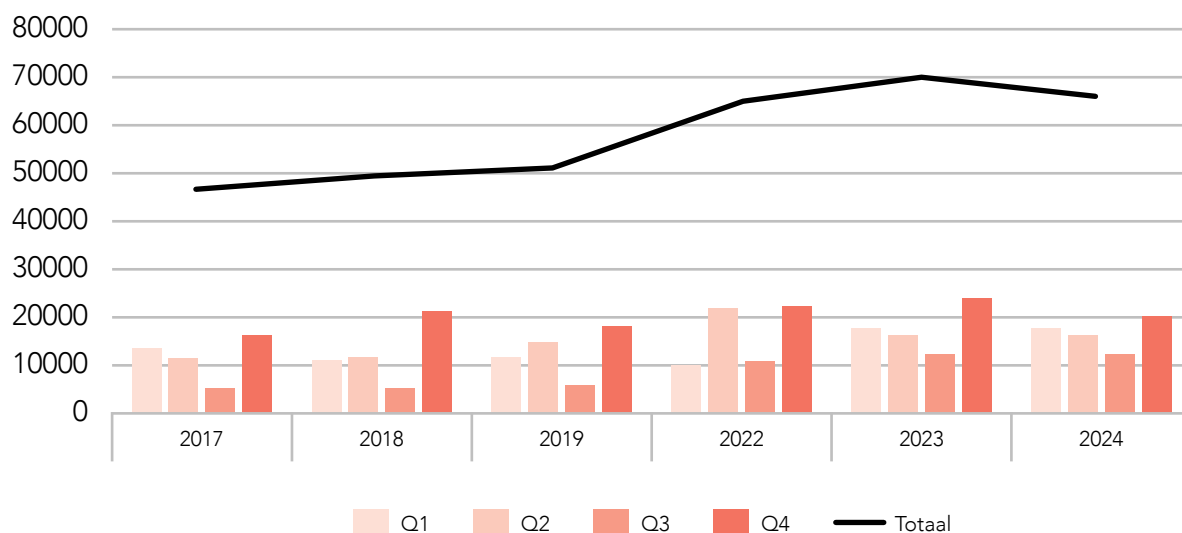
De doelstelling voor 2024 was 67.000 bezoekers in 250 producties. In totaal ontvingen we 66.612 bezoekers verdeeld over 283 producties. Waarvan er 61 uitverkocht waren, dat is 22% van het totaal en 7% meer dan vorig jaar. Het aantal bezoekers stabiliseerde zich in 2024 en lag lager dan in 2023 (72.000 bezoekers). Grootste oorzaak is een teruglopend gemiddeld aantal bezoekers per productie en de viering van het 20-jarig jubileum van De Helling in 2023 met een extra reeks concerten en dus extra bezoekers in kwartaal vier van 2023.

Hieronder de verdeling van het programma in programmatypen:

Werkelijk	Aantal	Bezoekers	Gemiddeld
Club	104	30665	295
Educatie	21	1941	92
Festival	11	5688	517
Concert	63	18677	296
Extern	12	692	58
OPEN	36	1845	51
Repetitie	6	85	14
Cross-over	17	3864	227
Verhuur	13	3155	243
TOTAAL	283	66.612	235

De verdeling over kwartalen blijft 'stabiel' ten opzichte van eerdere jaren. Het derde kwartaal is het laagst qua bezoekers en producties, vanwege de zomerstop.

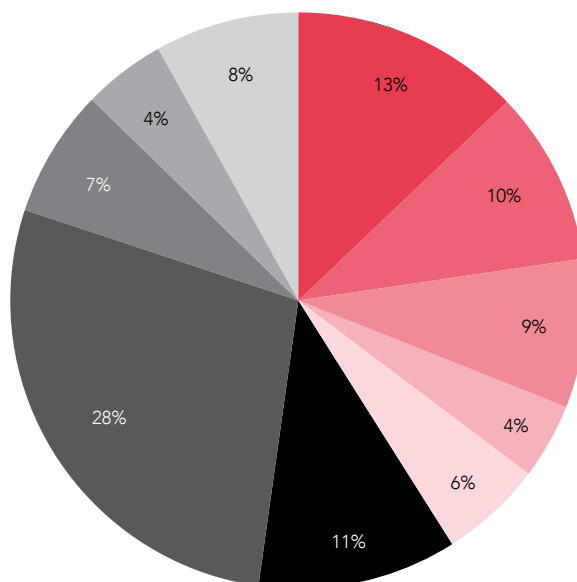
Aantal bezoekers per kwartaal van 2017 - 2024



Totaal aantal bezoekers per kwartaal en per jaar

Financieringsmix

- Heavy
- Boundary Crossing Music
- Bass Music
- Theater/dans/film
- Panel/showcase/quiz
- House/Techno/Disco
- Pop
- Hiphop
- Indie
- Educatie



Figuur 11 De financieringsmix van De Helling in procenten in 2023

Zoals we beschreven in ons vierjarenplan, focust De Helling zich op een aantal kerngenres: Heavy, Bass Music, Boundary Crossing Music en Hiphop. Voor 2024 gold dat het grootste genre pop(rock) is. Onder dit breed gedefinieerde genre vallen veel artiesten en clubnachten, zoals alle 'decennium-avonden (80's of 90's) en veel clubnachten voor de LHBTQI+ gemeenschap. Heavy volgt met 13%, daar is fors in geïnvesteerd in de afgelopen jaren. Als derde het brede house/techno/disco genre, waarin De Helling graag blijft investeren: wij zijn een ideale club voor dj's en organisatoren in dit genre, vanwege ons inhoudelijke profiel, een mogelijke late eindtijd en het goede geluid. Boundary Crossing Music staat al op 10%. Bass Music en Hiphop zijn relatief kleinere, niche genres, maar blijven vaste waarden binnen ons programma.

Er waren twaalf producties die zich specifiek richten op de LHBTQI+ gemeenschap, dat is 4% van het totaal. Concerten van queerartiesten zijn niet in dit percentage meegenomen.





2. ARTISTIEK INHOUDELIJK

In 2023 en 2024 werd in de vierjarenplannen de artistieke positionering van De Helling gedetailleerd uitgewerkt. Hierbij vormt samenwerking met kerncommunities en – genres het uitgangspunt. We zeiden daarover:

Binnen de programmering van De Helling ligt de focus op muzikale specialismes en kruispunten van genres: Heavy, Bass Music, Hiphop en Boundary Crossing Music. Door de programmering, de locatie en het geluidssysteem van De Helling vormen wij een onmisbare schakel in het nachtleven.

De programmeurs en marketeers van De Helling werkten samen met de kerncommunities rondom deze genres: dit zijn organisatoren, artiesten of publiek. Zij brachten specifieke kennis, nieuwe perspectieven en activisme mee. Dankzij deze samenwerking kreeg De Helling specifieke wensen, trends en behoeftes al vroeg op de radar. De onderlinge verbondenheid en afwijkende perspectieven binnen deze gemeenschappen zijn voor veel mensen een verademing en slaan bruggen in een polariserende wereld.

Naast de focus op deze genres en bijbehorende communities is De Helling onderdeel van de fijnmazige muzikale keten in Utrecht. Hierin vullen de capaciteiten en de positionering van de verschillende podia (dB's, EKKO, De Helling en TivoliVredenburg) elkaar goed aan. Deze keten zorgt ook voor een bloeiende muzikscene in Utrecht.

De Helling is een verzamelplek van communities, maar heeft niet één overkoepelende community. En dat is juist de kracht. De keuzes binnen de programmering worden gebaseerd op het identificeren en invullen van niches binnen het culturele aanbod en worden beoordeeld op de kernwaarden: kwaliteit, authenticiteit, diversiteit, talentontwikkeling en/of educatief vermogen.





Concerten

In het eerste kwartaal van 2024 vonden 12 concerten plaats met een gemiddeld bezoekersaantal van 324. Heavy hoogtepunten waren er van Ploegendienst, de '100% Anti Alles' punkband rondom rapper Ray Fuego, oldschool 'New Wave Of British Heavy Metal' Angel Witch en de lokale punkrockers van Tusky en Bongloard. Ander lokaal talent was er met de rootsgroep Five Dollar Shake en indiepopgroep Cape Sleep, die beiden hun album kwamen presenteren. Voor een diverser geluid stonden de Brits-Ierse folk van Skinny Lister en de 'mestizo' groep Eskorzo uit Granada garant. Half maart organiseerden we in Brewpub De Kromme Haring een eerste show waar nieuw talent debuteerde. Met een capaciteit van 85 mensen is deze zaal bij uitstek geschikt om acts aan een Utrechts publiek te introduceren. De Belgische indiepopgroep met '80s invloeden Oproer gaf een zeer overtuigend optreden en plantte daarmee succesvol hun zaadjes voor een volgende passage in de zaal van De Helling.

Net als in 2023, was er van april tot begin mei een dip in het concertaanbod. Nederlandse en Belgische tournees stoppen eind maart om zich op de festivals te richten. Door de nationale en internationale festivals zijn boekingen vanaf half mei en in juni makkelijker, omdat festivals een financiële basis leggen voor de tour en boekers eromheen zaaloptredens plannen. De positie van De Helling en onze goede bezoekersaantallen geven steeds meer vertrouwen aan boekers om die paar optredens buiten de festivals om bij De Helling te plannen.

Memorabel in het tweede kwartaal waren de showcase van J. Bernardt, Balthazar frontman op de solo tour, die zijn nieuwe album vol 'pop noir' juweeltjes kwam opvoeren en de verzengende death metal show van cultband Dying Fetus voor een uitzinnig publiek in juni. Daarnaast verwelkomden we twee festivals. Allereerst was er in mei Walk On samen met TivoliVredenburg, een initiatief van singersongwriter Tim Knol, die een muzikale wandeling door de stad Utrecht had uitgezet. In juni beleefden we de première van Momentum, een onregelmatig terugkerende festivalavond met nieuwe acts in de heavy genres darkwave, electro en postpunk met de Zweedse act EMMON en het Berlijnse NNHMN.





Met name augustus was een succesvolle concertmaand met vier inhoudelijk sterke en bijna uitverkochte concerten: Turkse postpunk/wave groep She Past Away, de Belgische indie/shoegaze beloftes The Haunted Youth, singer songwriter met metalroots Emma Ruth Rundle en de Schotse indie legendes Arab Strap. Noemenswaardig is ook de terugkeer van Utca's eigen hiphopgroep Stropstrickers, die de release van hun album vierden eind september.

Traditioneel ligt het zwaartepunt van de concertprogrammering in het vierde kwartaal, in 2024 viel 44% van het totale concertaanbod in de laatste maanden. In totaal programmeerden we 27 concerten met een gemiddelde van 289 bezoekers. Het totaal was wel iets lager dan in 2023, toen het aantal shows toenam vanwege het uitgebreide jubileumprogramma in oktober. Opvallend waren de succesvolle, uitverkochte clubshows van alternatieve Nederlandse popacts, zowel van oudgedienden De Kift en Green Lizard, als nieuwe beloftes zoals de geëngageerde rapper Elmer, TikTok popster Joel Domingos en clubby hiphopper Gotu Jim. De bijzonderste shows werden gegeven door de mysterieuze Duitse blackmetalformatie Kanonenfieber en vooral de zangeres Zaz. Deze Franse artiest, in Nederland al een aantal jaar zeer succesvol, koos ervoor om in een intieme clubomgeving nieuwe nummers van haar nog uit te komen album te spelen.

Club

In 2024 nam het gemiddeld aantal bezoekers bij de clubnachten weer iets af. In het algemeen is de hardtechno en hardhouse trend grotendeels voorbij. Nieuwe trends zijn zichtbaar, maar breken nog niet door naar het aantal bezoekers voor de capaciteit van De Helling.

Een aantal nieuwe organisaties in 2024 waren Bad Gyals Club, een R&B/hiphop-nacht uit Rotterdam met focus op een volledig vrouwelijke line-up en muziek van femme artiesten. Helaas lukte het niet om het Utrechtse publiek te bereiken en na een enkele editie zijn we gestopt. Colored Collective (een organisatie die zich richt op het verenigen, onderhouden en inspireren van (gender)queer mensen van kleur) organiseerde een succesvolle en bijzondere clubnacht en komt in 2025 mogelijk terug. Met Clouds16+ probeerde De Helling een clubnacht voor 16+ers neer te zetten. Het lukte de landelijke organisatie, achter dit concept, niet om het de nacht in Utrecht te laten landen en er is besloten om het na twee edities te stoppen. In samenwerking met het Nachtoverleg schreef De Helling een aanvraag voor de



opzet van een 16+ clubnacht, voor en door jongeren. Deze is gehonoreerd en het project gaat in 2025 van start.

Het grote deel van de concepten bleef succesvol, zoals Getikt, Guitig, PANN, 80's Verantwoord, de dayrave van The Funky Cat, Slapen kan altijd nog, King Shiloh Skanking Sunday, The International Burlesque Circus, Jollove. Mooie uitschieters waren NO BARRIER, een zeer succesvolle clubnacht in het hart van de heavy positionering van De Helling en Janey, een girls-only -clubnacht. Kiss all Hipsters had een dip in bezoekersaantallen, de marketingafdeling probeert deze afname te kenteren door een nieuwe huisstijl en communicatiemiddelen.

Bijzonder was het uitzenden van de EK- voetbalwedstrijd Nederland – Turkije, tijdens 80's Verantwoord. Het terughalen van het soulvolle drum & bass concept: Ripple werd een succes. 30 Something onderging een facelift en heet nu ALLES VIEREN. De avond is naar voren geschoven en gaat tot minder laat door. Dit werkt goed. In november organiseerde Utrecht Marketing de Culturele Zonnacht. In De Helling stond de Utrechtse organisatie Het Complot met Alberta Balsam.

Een aantal vaste concepten bereikte het einde van hun levensduur en er is langzaam ingezet op vernieuwing. We namen afscheid van het langlopende concept De Danshal. Er wordt gezocht naar een nieuwe partij die deze muziekstroming kan representeren. De investering in het concept op de donderdagnacht BreakOut! pakte niet uit zoals gehoopt. Na 10 maanden proberen is de clubnacht in september gestopt.





Festivals

In 2024 organiseerden we weer een aantal festivals. Festivals zijn het ultieme moment om een breed publiek kennis te laten maken met nieuw of jong talent.

HE:LEEN festival

Op 14 september bood het HE:LEEN festival een staalkaart aan talentvolle acts zoals The Hook, LOE., De Lieverds, Parra, Dice en De Plaag. Er waren bijzondere projecten in samenwerking met Lister, Villa Vrede, Ubuntu Huis, Kunstbende en Stukafest; kunst met Gijs van Abyss en Ort Willems. Je kon een flash tattoo laten zetten bij Stiel Tattoos. En de kleinste bezoekers konden los in het open huis bij de Brandweer, vlaggetjes maken bij Ganspoort, ze kregen een theatrale rondleiding over Rotsoord door Professor Wervelwind en een hoorspel van het Rosa Ensemble. HE:LEEN+ maakte de dag perfect af met Igor, Hippy, Collignon en de bezwerende muziek van ÑO. In de nacht nam dj St. Paul het over met een set die bestond uit postpunk van de sixties tot nu.

DOMFEST

Op 14 december stond de 2e editie van ons hiphop en streetculture festival; DOMFEST op de planning. Met optredens in het cafe, de zaal en een heuse kerstmarkt met DJ's in het loadingdock. Headliner was onze DOMFEST-ambassadeur Duimalot en Utrechtse legend Josbros. Daarnaast stond er veel Utrechts talent op het podium zoals Nelcon, Trix, Djeda Joy, Djitt en KOSMIK-talent Dayla. Verder waren er optredens van o.a. Zwartewater, Ruben Steell, Lufassa, June Daisy en Cataleya.





Overige festivals

In 2024 hebben we een nieuwe mini-festival gelanceerd: Momentum, dat zich focust op darkwave, postpunk en industrial, met drie edities in juni, augustus en december. Headliners waren onder andere NNHMN, She Past Away en Ultra Sunn. In november was De Helling opnieuw een partner van het Le Guess Who? festival met een avontuurlijk en grensverleggend programma in met name in de genres heavy (Couch Slut, Still House Plants) en hiphop (Angry Blackmen). Andere festivals waaraan we plek boden waren Walk On (indie, i.s.m. TivoliVredenburg), Queer Film Festival Utrecht (LHBTQI+), Freedom City (Street Culture), A Hella Mean Halloween (heavy) en het Nederlands FilmFestival.

OPEN

We organiseerden 36 keer OPEN en ontvingen 1845 bezoekers. Bij OPEN, de gratis toegankelijke caféavond, boden en bieden we een podium aan jong talent en wordt een stem gegeven aan perspectieven die elders ongezien en ongehoord blijven. Elke avond werd gecureerd door externe curatoren of labels. Het talent én de nieuwe perspectieven vormen de humuslaag voor de rest van onze programmering. In 2024 werden er 36 OPEN's georganiseerd voor in totaal 1836 bezoekers. OPEN werd dit jaar financieel ondersteund door het VSB Fonds.

OPEN heeft drie pijlers: talentontwikkeling, maatschappelijke verbinding en aansluiting op educatie. Voor iedere OPEN wordt samengewerkt met een partij of individu in de stad. De organisatoren zijn onervaren en worden gecoacht door de community manager.





Talentontwikkeling

OPEN is een belangrijke avond voor de Utrechtse talentontwikkeling. Hiervoor werden er specifiek een aantal concepten gelanceerd:

- A. OPEN > De Helling Startblok is een wedstrijd waar jonge artiesten zich voor inschrijven via een Open Call. Een externe jury kiest acht bands of artiesten uit en zij strijden in twee OPEN avonden voor een plek op DOMFEST en HE:LEEN festival. Voor DOMFEST waren dit Dessa, Waanz, YuNgNillio, Djitt en Rob Goonz, uiteindelijk won Djitt de finale en stond zij op DOMFEST. De acts LOE. en De Lieverds wonnen een speelplek op HE:LEEN.
- B. OPEN > Club No Mans Land is een panelavond voor jonge muzikanten. Naast diepgaande gesprekken over je weg vinden in de (Nederlandse) muziekindustrie, zijn er optredens van artiesten die een traject volgen bij De Cooperatie.
- C. OPEN geeft ook een podium aan jonge talenten met een bredere maakpraktijk, zoals bij OPEN > DADA, georganiseerd door een HKU student beeldende kunst met tien absurdistische acts. Of OPEN > Aswolk waarbij beeldend kunstenaar Matthijs Hannink het café overnam voor een duistere cultuuravond.
- D. Bij OPEN > Het succesvolle Dichten & Delen is een open mic - avond. Veel jonge talenten stappen voor het eerst op het podium om hun eigen poëzie, spoken word, verhalen en muziek te delen.





Maatschappelijke verbinding

Voorbeelden van OPEN's binnen de peiler Maatschappelijke Verbinding waren:

- A. OPEN > Tune In (in samenwerking met Lister). Een optreden dat het eindresultaat is van wekenlang repeteren bij het Leger Des Heils. Dit bijzondere project helpt mensen met psychische klachten bij hun herstel, door middel van muziek. Een editie later kwam The GrooveBuzz langs. Een 8-koppige band die deze avond gebruikte om sponsors te werven voor de sociaal-maatschappelijke projecten van Tune in.
- B. OPEN > Buurtborrel wordt jaarlijks in januari georganiseerd voor en door een buurtbewoner, met buurtband: Billbunker.
- C. OPEN > Buddy to Buddy is een multiculturele pubquiz met verhalen en vragen over allerlei culturen en achtergronden. Georganiseerd door Buddy to Buddy, een organisatie die Utrechters met vluchtelingen matcht.
- D. OPEN > Doof Geluid liet niet-doven ervaren hoe het is om slechthorend te zijn. Er werd bijvoorbeeld van iedereen verwacht in gebarentaal te bestellen bij de bar, waar onze eigen crew was aangevuld met mensen met een gehoorbeperking. Deze avond was het afstudeerproject van Yi-Chun Wieldraaijer (ex barmedewerker van De Helling) en werd georganiseerd ism TYD en Possibilize.
- E. OPEN > Collective Care wordt georganiseerd door de Prisma Groep, vaste partner van De Helling, met als thema sociale veiligheid voor de LHBTQI+ gemeenschap, met een diverse culturele achtergrond.
- F. OPEN > Ubuntuhuis ism Villa Vrede bieden hun bewoners (ongedocumenteerde bewoners van Utrecht) het podium voor muziek, verhalen, eten en kunst van over de hele wereld.





Educatie bij OPEN

In 2024 organiseerden we twee OPEN's in het kader van ons educatieproject: Wat is mijn nieuwe normaal. De eerste groep MBO studenten organiseerden My First Pubquiz. De tweede groep studenten kwam met 10 HITS en ging over muziek van de afgelopen 10 jaar en het spelen van spelletjes zoals beerpong en twister. Daarnaast was er een foto-expositie van studenten, live visuals en tekeningen gemaakt door studenten. OPEN UITweek Pubquiz werd georganiseerd door MBO'ers voor alle UITlopers, met Wethouder Dennis de Vries als co-host.

Educatie

In het eerste kwartaal vond de tweede editie plaats van het educatieprogramma in samenwerking met MBO Utrecht: *Wat is mijn Nieuwe Normaal*.

Het concept van vorig jaar is aangescherpt. Dit jaar volgde iedere student een workshop en een deel plenair, waarbij de plenaire lessen waren ingekort. De studenten gaven zelf aan welke workshop ze wilden volgen en daarna gingen ze vier weken, onder leiding van jonge makers, bezig met het maken van een aftermovie of podcast, ze leerden over styling en fotografie, schreven beats of songteksten, organiseerden een OPEN of leerden alles over VJ-en.

Vocal Statements gaf een plenaire les over het ontdekken van je eigen stem en Tiger's Gym verzorgde de weerbaarheidstraining. Er is gekozen voor Tiger's Gym, omdat de eigenaar, Ingmar Kreutzberg, een van de grootste ambassadeurs van Street Culture in Utrecht is.

De lessen eindigden op 20 en 21 maart met een OPEN, zoals hierboven al is beschreven. De studenten organiseren dit zelf en maken gebruik van de input van de andere groepjes (denk aan een expo van de foto's uit de fotografieworkshop, beelden van de vj's en optredens van de componeer club).

3. MARKETING

In 2024 werd er geïnvesteerd in branding: het café werd in de huisstijl geschilderd, er werd een aanpassing op de huisstijl van OPEN gedaan, zodat deze beter aansluit op de huidige huisstijl van De Helling. Er verscheen een photobooth met iedere productie een eigen design voor op de fotostrips én we spraken ons vaker uit op Social Media over bijvoorbeeld het nieuwe kabinet, de BTW en Black Friday.

In 2024 groeide ook het aandeel van verkochte tickets via onze eigen ticketing. Hierdoor kregen we meer inzicht in onze bezoekers, en daarmee de mogelijkheid voor meer contactmomenten met toegespitste informatie.

We investeerden in de zichtbaarheid van De Helling, door samenwerking met andere posterverspreiders. We experimenteerden met ons eigen TikTok kanaal om een jongere doelgroep aan te spreken, in 2025 wordt TikTok strategischer ingezet, ook als advertentiekanaal.

In 2024 maakten we ook keuzes over welke content we delen, waarbij we ervoor kozen om niet alle programma informatie meer op social media te plaatsen. Daarnaast berekenen we gemaakte marketingkosten in grotere mate door naar organiserende partijen. Zodat verhoogde kosten voor een deel worden terugverdiend.

Publieksprofiel

In samenwerking met Utrecht Marketing deed De Helling de afgelopen twee jaar publieksonderzoek. Onze eigen bezoekersinformatie wordt verrijkt met Wize data. Hierdoor hebben we een beter beeld van waar onze bezoekers vandaan komen, hoe vaak ze cultuur bezoeken en kunnen we een schatting maken van de leeftijdsfase van onze bezoekers.

Wat opvalt is dat bezoekers van De Helling sterk afwijken van andere culturele instellingen in de stad, zoals theaters en musea. Onze bezoekers zijn in het algemeen jonger, ze hebben minder ervaring met cultuur, zoeken naar (niche) popcultuur en hebben voor een deel minder te besteden. De Helling ontvangt bezoekers vanuit de stad (47%) en provincie (18%); 34% is afkomstig uit andere plaatsen binnen Nederland en 1% komt uit het buitenland. Internationale bezoekers zijn binnen het model buiten beschouwing gelaten. Van de bezoekers is 2% fan: zij komen 4 keer of meer per jaar en kopen gemiddeld 6 tickets per bezoek. 16% is een bekende en bezoekt ons twee tot drie keer per jaar, deze groep koopt

gemiddeld 4 tickets per bezoek. Het percentage passanten, met één bezoek per jaar, is 82%. Zij kopen vaak 2 tickets per bezoek. De Helling heeft in aanvulling op het Utrecht Marketing-model eigen doelgroepen gedefinieerd. Op dit moment zijn die als volgt:

Jonge nachtbrakers met interesse in niche-genres

Dit zijn liefhebbers van specifieke stromingen binnen de elektronische muziek: drum and bass, (hard) techno, Utrecht ballroom scene, (psy)trance, acid, high energy, amapiano, gqom, footwork, breakbeat, house, electro en nachten waar al deze genres samenkomen. Deze nachtbrakers zijn trendgevoelig en bewegen zich vooral in nieuwe en opkomende niches van de elektronische muziek. Van de bezoekers is 36% tussen de 18 en 24 jaar en 44% is tussen de 25 en 34 jaar.

Liefhebbers van opkomende en gelauwerde liveacts

De concertprogrammering van De Helling is een smeltkroes van genres, variërend van hiphop tot metal, pop, new-wave, en rock. Ons podium lanceert veelbelovende nieuwe acts die snel naamsbekendheid vergaren, maar is ook een vertrouwde halte voor gevestigde bands met een loyale fanbase. De bezoekersgroep van onze concertprogrammering heeft een breed profiel: jong, oud, lokaal, regionaal, landelijk en soms zelfs internationaal als het om exclusieve optredens gaat.

Levenslustige popliefhebbers met dansdrang

De Helling heeft meerdere clubnachten gecentreerd rondom bepaalde tijdperken in de popgeschiedenis. Deze evenementen, zoals Terug naar Toen en Kiss All Hipsters, vinden vooral een jonger publiek van 25 tot 30 jaar, terwijl de 90's Alternative-avonden een iets ouder publiek aantrekken. Voor de liefhebbers van klassiekers zijn er de 80's Verantwoord en Slapen Kan Altijd Nog feesten, die respectievelijk veertigers en vijftigplussers op de dansvloer samenbrengen. Ondanks deze duidelijke verschillen worden de nachten niet exclusief door de voorgenoemde leeftijdsgroepen bezocht. Bezoekers komen uit de stad en regio rondom Utrecht.



Tickets en bezoekers

Het aantal verkochte tickets via ons eigen verkoopkanaal Stager nam afgelopen jaar toe met 12%, naar 46.816 verkochte tickets.

Een aantal partners, met name nachtorganisatoren, heeft nog een eigen verkoop. Dit wordt ieder jaar minder, omdat De Helling hard inzet op verkoop via het eigen kanaal: hiermee wordt eigen data verzameld en ontvangt De Helling de servicekosten.

Ticket sales per kwartaal



Het aantal verkochte tickets in Stager per kwartaal per jaar

Communicatiekanalen

In 2024 namen de volgers op onze communicatiekanalen toe. Er werd vooral goed gereageerd op content waarbij de ervaring centraal stond, in plaats van een aankondiging van een specifieke show of clubnacht. Daarbij werd er goed gereageerd op inhoudelijke content, en inhakers. We werken frequenter samen met organiserende partijen en artiesten, waardoor het bereik van De Helling én haar samenwerkingspartner vergroot. In het derde en vierde kwartaal experimenteerden we met content voor TikTok, zoals kijkjes achter de schermen, korte video's van een productie en trends die passen bij De Helling.

Instagram

Het primaire social-mediakanaal van De Helling is Instagram. Afgelopen jaar zagen we een gemiddelde groei van 375 volgers per maand (2023 was er een groei van 269 volgers per maand). Deze versnelling is te danken aan een scherpere inzet van het kanaal. Daarbij is er een bepaalde sneeuwbalwerking in de groei van Instagram volgers gebruikelijk wanneer frequent inhoudelijke content op de kanalen verschijnt. In totaal groeide het volgersaantal met 4.500 in 2024 naar 14.054.

Instagram volgers 2024



Het aantal volgers op Instagram per maand in 2024

Facebook volgers

Facebook introduceerde eind 2023 een nieuwe meetmethode op basis van volgers in plaats van 'likers'. Hierdoor ontstond een knip. De trend op Facebook blijft echter vergelijkbaar met een afname in de relevantie van het kanaal als algemeen communicatiemiddel voor jongere doelgroepen. Voor oudere doelgroepen blijft het een relevant kanaal.

Facebook volgers 2024



Het aantal volgers op Facebook per maand in 2024

Nieuwsbriefabonnees

In 2024 groeide het aantal nieuwsbriefabonnees met 12% naar 13.028 abonnees. Het aantal bezoekers met een opt-in waarbij we ze op de hoogte mogen houden van vergelijkbare evenementen steeg met 29%. In 2025 wordt er een onboarding-flow ingericht. Dit is een strategie waarbij nieuwe leden een warmer welkom krijgen, dan alleen een 'welkomsmailtje' en een sterkere binding wordt bewerkstelligd.

Analytics

De Helling behaalde in 2024 gemiddeld 31.000 unieke websitebezoekers per maand, in lijn met 2023. Het gros van de bezoekers komt via gratis kanalen zoals SEO en Direct, echter zit in het Direct kanaal ook wat misattributie van social mediacampagnes. Grants en socials vullen het totaal goed aan. Grants zijn de advertenties via sponsoring van Google en socials is een mix van organisch en via betaalde stromen verkregen bezoekers.

4. HORECA

De horeca- en garderobeomzet steeg met 3% t.a.v. 2023. De omzet is goed voor 30% van de totale opbrengsten, een zeer belangrijke inkomstenbron voor De Helling. Het percentage horecakosten vs horeca-omzet is 54%. Dit is een fors percentage en komt mede door de stijging in personeelskosten die gebaseerd zijn op het nieuwe CAO van het VNPF.

Meest gedronken in De Helling

De top 10 van meest gedronken artikelen is nagenoeg hetzelfde als vorig jaar. Bijna de helft van de bezoekers bestelt pils van de tap (48%), 6% is speciaalbier en 14% van al het bier wordt gedronken uit fles.

Met de nieuwe horecadeal zetten we in op een groter aandeel bieren dat getapt wordt, zowel voor het pils als voor het speciaalbier, bier van de tap heeft hogere marges. Opvallend is het hoge percentage Pepsi cola, omdat het veel in mixdrankjes wordt gebruikt. In 2024 loopt ook het contract met de leverancier voor sterke drank af. Wij rekenen voor de komende 5 jaar op een verbeterd voorstel, waarmee de winstmarge op sterk en mixdrankjes wordt vergroot.

Gemiddelde omzet per bezoeker

In 2024 stijgt de gemiddelde besteding per bezoeker 4% ten opzichte van 2023. Bezoekers geven het meest uit bij de clubnachten, dit komt doordat er meer sterk/mixdranken, hard seltzer en energy drink gedronken wordt. Het bevestigt dat clubnachten belangrijk zijn voor de totale horeca omzet van De Helling.

Meest gedronken	
Jupiler tapbier	48%
Pepsi (zero)	9%
Speciaalbier	6%
Hertog Jan fles	5%
Sal mari	4%
Becks	3%
0,0% jupiler	2%
Wodka	2%
Wijn Wit Droog	2%
Rum Cola	2%
Overig	14%

Aantallen 2024	Q1	Q2	Q3	Q4	Totaal jaar
Club	€ 13,83	€ 12,19	€ 11,75	€ 11,81	12,59
Concert	€ 9,91	€ 9,32	€ 8,97	€ 9,27	9,28
OPEN	€ 5,63	€ 5,05	€ 6,59	€ 3,75	4,74
Cross-over	€ 5,21	€ 8,01	€ 9,67	€ 6,46	7,30
Verhuur	€ 8,97	€ 7,89	€ 4,35	€ 8,52	7,50
Festivals	-	€ 8,45	-	€ 0,19	8,52
Q-totaal	€ 11,52	€ 10,26	€ 8,35	10,08	-

Gemiddelde besteding per bezoeker per productietype in 2024

Verloren horecaomzet

Een deel van de horecaomzet ging verloren aan eigen verbruik, derving, tapverlies, en munten (representatie). Onder het eigen verbruik vallen ook drankjes die met medewerkerskorting worden betaald. Medewerkers krijgen een korting op de horeca in de vorm van Bierpapier. Voor 15 euro krijgen zij 10 consumptiebonnen, de inkoopkosten zijn hiermee geborgen. Een medewerker heeft recht op maximaal één vel bierpapier per dag. In 2024 zijn er 128 vellen bierpapier à 15 euro verkocht, met een totale waarde van 1.920 euro.

VERLOREN HORECAOMZET	
Munten	1%
Eigen verbruik	2%
Tapverlies	5,6%
Derving	1%
Medewerkerskorting	<1%

Het tapverlies in 2024 was 5,6%, lager dan in 2023 (10%). In 2024 is er veel tijd geïnvesteerd in het beter in kaart brengen van het tapverlies, door vanaf september consequent voorraden te tellen. Om het tapverlies verder naar beneden te brengen krijgen medewerkers 2 keer per jaar een interne bartraining. In 2025 krijgen de medewerkers ook trainingen vanuit de brouwer.



Personeel

In 2024 werd de horecamanager ziek en tijdelijk opgevolgd door een bedrijfsleider. In augustus begon de nieuwe horecamanager. Van de vier bedrijfsleiders waarmee we in 2024 startten, zijn er twee gestopt en de derde is horecamanager geworden. De drie nieuwe, jonge bedrijfsleiders waren alledrie zeer getalenteerde medewerkers uit het horecateam en zijn zorgvuldig opgeleid.

Het horecateam bleef redelijk stabiel en vertoonde geen ongewoon verloop. In 2024 zijn er vier nieuwe horecamedewerkers bijgekomen. In 2024 vertrok de horecaroosteraar en hij is vervangen door een horecamedewerker. Er is bewust gekozen voor iemand uit het barteam, die kent de processen en weet waar de zwaartepunten van het horecawerk ligt én De Helling biedt medewerkers ruimte om door te groeien.

Nieuwe horeca deal met Ab InBev

Eind 2024 vernieuwden we, na een zorgvuldig proces van onderhandelingen, het contract met AB InBev, voor vijf jaar. We werden hierin bijgestaan door Harald Verhagen van TivoliVredenburg.

Het proces startte met vijf brouwers. Na twee onderhandelingsrondes bleek op basis van uitgebreide presentaties en financiële voorstellen, dat AB InBev de beste kortingen en hoogste sponsorbijdrage gaf. Daarnaast scoorde AB InBev hoog op duurzaamheid, een belangrijk element in onze uitvraag aan de brouwerijen. Het is fijn om met deze vertrouwde partner, na 22 jaar, verder te gaan.

De partner blijft hetzelfde, maar we vernieuwen ons tapbier door over te stappen naar Hertog Jan. Bij onze bezoekers nu al zeer populair op fles. En het imago past goed bij De Helling. De verwachting is dat het volume pils met Hertog Jan op tap groeit en daarmee de omzet. Pils van de tap heeft hogere marges dan flesbier. Daarnaast is tapbier minder handling voor medewerkers (denk aan opslag en inkoop) dan flesbier.

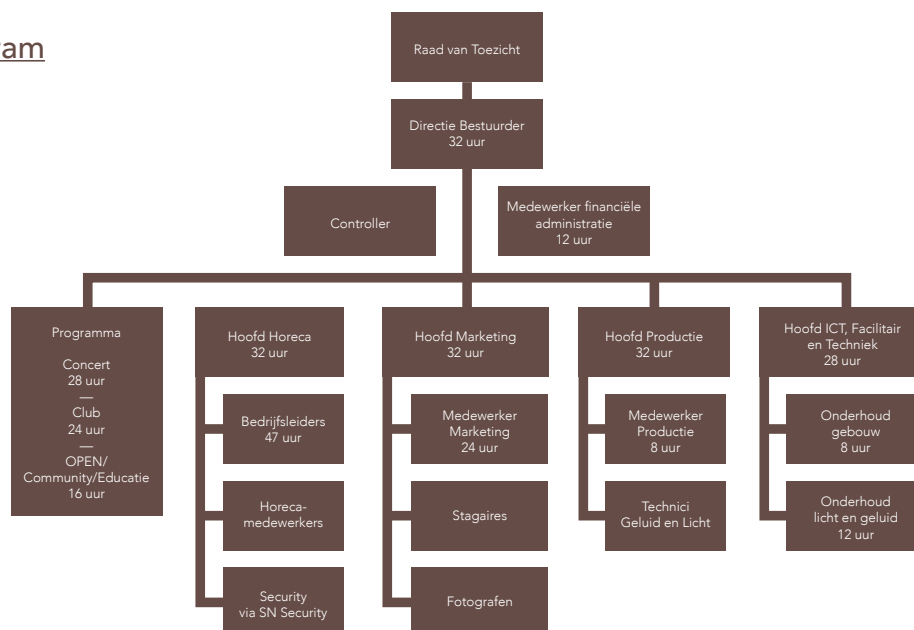
De overstap vindt plaats in maart 2025. In het tweede kwartaal van 2025 wordt er samen met AB InBev gekeken naar de mogelijkheden voor speciaalbieren op de tap.

5. ORGANISATIE EN OMGEVING

De kern van het team is in 2024 gelijk gebleven. In 2023 werd aangekondigd dat de uitvoering op de wet DBA per 1 januari 2025 zou starten. Er is veel verwarring (geweest) over de regels en kaders van deze uitvoering. De Helling is samen met TivoliVredenburg en EKKO een traject gestart om te onderzoeken of ZZP-ers in een detacheringsconstructie kunnen gaan werken, bij alle drie de podia. Dit onderzoek wordt pas in 2025 voltooid.

In de horeca is gekozen om het uitvoerend horecateam kleiner te houden en medewerkers meer uren te geven. Dit leidde tot een kwaliteitsverhoging en meer binding.

Organogram



Van bestuur naar Raad van Toezicht

In 2024 is het bestuur van De Helling overgegaan naar een Raad van Toezicht. Alle bestuursleden zijn meegegaan naar de Raad van Toezicht. Er zijn nieuwe statuten opgesteld en twee commissies opgericht: de remuneratiecommissie en de auditcommissie. Naast de statuten zijn er aanvullende reglementen op- en vastgesteld voor de Raad van Toezicht in het algemeen en voor de twee commissies.

De statutenwijziging heeft als neveneffect dat de statuten volledig in lijn zijn met de WBTR-regelgeving. Daarnaast voldoen de statuten aan de Governance Code Cultuur.



De RvT treedt af volgens een vast aftreedschema en mag maximaal één keer worden herkozen. In 2024 bestond de RvT uit:

Gwen Peroti – voorzitter en renumerationcommissie

expertise: programmering tweede termijn: 16-02-2025 - 16-02-2029

- Creatief producent bij Gwen Werkt
- Event coördinator Faculteit Sociale Wetenschappen, Universiteit Leiden
- Algemeen Bestuurslid Stichting Summer Dance Forever
- Algemeen Lid Raad van Toezicht Stichting Other World Productions

Jan-Willem Vroege – auditcommissie

expertise: business controlling eerste termijn: 15-03-2022 t/m 15-03-2026

- Business Controller bij Synthos Styrenics
- Penningmeester bij Stichting IRC (Illusionary Rockaz Company)

Evelien Martin – de Haas - renumerationcommissie

expertise: HR eerste termijn: 07-03-2023 t/m 07-03-2027

- Hoofd HR Expertises en International Service Desk Universiteit Utrecht

Ronald Besemer – vice-voorzitter

expertise in relatiemanagement met stakeholders en politiek Utrecht

eerste termijn: 01-02-2022 t/m 01-02-2026

- Adjunct-directeur Utrecht Marketing
- Bestuurslid SUM (samenwerkende Utrechtse musea)
- Ambassadeur Taal Doet Meer
- Medewerker wijkcommunity Zo is Zuilen

Tim Geertshuis – auditcommissie

expertise in diversiteit en inclusiviteit

eerste termijn: 25-05-2021 t/m 25-05-2025

- Manager Bedrijfsvoering Jellinek
- Jobmaatje Stichting Jobhulp Culemborg
- Voorzitter Ouderraad KDV Doortje
- DJ



Directeur-bestuurder:

Arlette de Jong

- Algemeen Bestuurslid UMO en voorzitter Koepeloverleg
- Adviseur AFK (2024 – 2028)
- Lid Beleidsadvisiecommissie VNPF
- Algemeen bestuurslid Stichting Grasnapsky (afgerond juli 2024)
- Voorzitter bestuur Stichting Uncommissioned (afgerond april 2024)
- Penningmeester van Vereniging PACT (afgerond december 2024)

De Helling volgt de Governance Code Cultuur

Hierbij worden de volgende onderdelen in acht genomen:

- De Raad van Toezicht is onbezoldigd. Zij komen wel regelmatig op uitnodiging naar De Helling voor een concert of clubnacht.
- Jaarlijks evalueren de Raad van Toezicht en de directie de uitvoering van de taken. Eén keer in de drie jaar wordt er geëvalueerd onder extern toezicht.
- In de aannameprocedure van nieuwe RvT-leden wordt gelet op mogelijke belangenverstrengeling en dit wordt vermeden. Tijdens de toezichtperiode blijft er gemonitord worden op mogelijke tegenstrijdige belangen bij de leden. In het geval van een specifiek tegenstrijdig belang zal het RvT-lid zich afzijdig houden (in de aanloop naar) het besluitvormingsproces. De Raad van Toezicht waarborgt hiermee haar deskundigheid, diversiteit en onafhankelijkheid.
- De Raad van Toezicht heeft de monitoring onderverdeeld in commissies (zie overzicht). Daarnaast heeft ieder RvT-lid zijn eigen expertise.
- De Helling heeft statutair vastgelegd dat de maximale zittingstermijn voor RvT-leden een periode is van tweemaal vier jaar. De herbenoeming van een RvT-lid na vier jaar vindt plaats tijdens de vergadering. Er is een rooster van aftreden opgesteld, zodat niet te veel leden tegelijkertijd aftreden zonder herbenoembaar te zijn.





Uitdagingen en kansen

Er blijft in 2024 een tekort aan budget voor noodzakelijke investeringen. Daarom is er halverwege 2024 een investeringsaanvraag gedaan bij Gemeente Utrecht en deze is gehonoreerd. Er is nu budget om de vloer te vervangen (boven en beneden); er kan geïnvesteerd worden in een bewegend grid boven het podium, broodnodig om aan ARBO eisen te blijven voldoen en de pushbars van de nooddeuren kunnen worden vervangen. Waardoor veiligheid in de komende jaren niet in het geding komt.

Daarnaast is er met het nieuwe contract met AB InBev budget ontstaan voor de verbouwing van het café. Dit budget is niet toereikend voor alle wensen, daarom wordt er in 2025 extra financiering gezocht via crowdfunding.

Een risico voor de toekomst is de komst van woningen recht tegenover De Helling. Opleverdatum is eind 2026.

Het parkeren van Nightliners is een probleem dat De Helling moet oplossen. Samen met TivoliVredenburg wordt gezocht naar een parkeerplek bij dB's.

Dit jaar werd gekeken naar de begeleiding van jonge partijen met weinig tot geen ervaring in het organiseren van evenementen. Het bleek dat veel van deze partijen, vaak verhuringen, veel tijd kosten van onze productie- en marketingafdeling. Door een structuur op te zetten aan de hand van vragen, hopen we organisaties beter te begeleiden en tijd te besparen.

Sociale veiligheid

De Helling heeft veel aandacht voor sociale veiligheid. We willen dat bezoekers zich gerespecteerd en veilig voelen in wie ze zijn. We zetten ons in voor een veilige en respectvolle omgeving, via onze servicemails, bij de entree en op de dansvloer, waar tijdens diverse clubnachten safety teams aanwezig zijn. Deze teams zijn laagdrempelig benaderbaar en houden een oogje in het zeil.





Horecamedewerkers ontvangen jaarlijkse trainingen van Sex Matters om inzicht te krijgen in grensoverschrijdend gedrag en hoe hiermee om te gaan en wordt herhaald tijdens bartrainingen. Het komt terug tijdens de bedrijfsleidersvergaderingen. Onze security volgden dit jaar een sociale veiligheidstraining, georganiseerd door Le Guess Who? – festival en er zijn maandelijks overleggen tussen ons hoofd horeca en security, waarin sociale veiligheid een belangrijk onderwerp vormt.

Voor discriminatie en grensoverschrijdend gedrag geldt in De Helling een zerotolerancebeleid. Bij meldingen wordt de melder altijd serieus genomen. Afhankelijk van de situatie kan de overlastgever een waarschuwing krijgen, verwijderd worden of een ontzegging ontvangen. Er is een speciaal telefoonnummer voor directe meldingen van incidenten bij de bedrijfsleider, met de optie voor anonieme meldingen. Bezoekers en medewerkers die te maken krijgen met grensoverschrijdend gedrag ontvangen ondersteuning en advies over mogelijke stappen, en nazorg van het management. De Helling heeft een externe vertrouwenspersoon voor medewerkers, wat zowel digitaal als via posters in de backstage wordt gecommuniceerd.

Omgeving

De Helling maakt onderdeel uit van een levendige buurt vol horeca, op Rotsoord, de diverse woonwijk Hoograven en is onderdeel van de fijnmazige keten van muziekpodia in Utrecht en onderdeel van de branchevereniging het VNPF en WNPF in Nederland.

Stedelijke overleggen

De Helling was ook in 2023 betrokken bij een aantal stedelijke overleggen: Utrechts Muziekoverleg, Koepeloverleg, PACT, Nachtoverleg en het programmaoverleg.





Utrechts Muziek Overleg

Het Utrechts Muziek Overleg (UMO) is een netwerkorganisatie voor alle Utrechtse instellingen die zich met muziek bezighouden. De directie van De Helling zit in het bestuur van UMO en vanuit die rol fungeert ze als voorzitter van het Koepeloverleg. In 2024 waren huisvesting, het behoudt van de instrumenten voor de muziekschool Domplein, de verhuizing van dB's en natuurlijk de Cultuurnota 2025 – 2028 belangrijke thema's.

Koepeloverleg

De directeur neemt plaats in het Koepeloverleg (en is in 2023 en 2024 voorzitter). Het Koepeloverleg is een afvaardiging van alle voorzitters van de Utrechtse koepels zoals het UMO. Belangrijkste doel van de Koepel is gezamenlijke problemen vertalen naar een lobby richting gemeente: zowel Culturele Zaken als VGU. Dit jaar stond vooral het cultuurbudget en het proces voor de aanvraag van de volgende Cultuurnotaperiode centraal.

PACT

PACT is een Utrechtse vereniging die zich inzet voor de bevordering van diversiteit en inclusiviteit van de Utrechtse Culturele Instellingen. Tot december 2024 heeft de directie een bestuursrol binnen PACT gehad. Het hoofd marketing zit in een werkgroep van PACT. In 2024 schoven ook andere medewerkers aan: programma en assistent marketing. In 2025 willen we meer roulatie bij PACT bijeenkomsten, zodat het team op de hoogte blijft van de discussies.

Nachtoverleg

De programmeur club vertegenwoordigt De Helling in het Nachtoverleg. Dit overleg bestaat uit alle podia in Utrecht met nachtprogrammering. Dat zijn bijvoorbeeld De BASIS, WAS, EKKO, TivoliVredenburg, dance festivals etc. Het overleg wordt voorgezeten door een medewerker in dienst van gemeente Utrecht. In 2024 is er een scheiding tussen directeurenoverleg en programmeursoverleg gemaakt. Tijdens het directeurenoverleg wordt er gekeken met een breder (politiek) perspectief naar de nachtcultuur.





VNPF & WNPF

De Helling is lid van de brancheverenigingen Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals en Werkgeversvereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals. De Helling vraagt regelmatig om advies bij het bureau van de verenigingen, past de CAO poppodia en -festivals toe en neemt deel aan vergaderingen, cursussen en congressen. Daarnaast zit de directeur-bestuurder in de Beleidsadvies Commissie. Die gevraagd en ongevraagd advies geeft over bepaalde thema's.

Fair Practice Code

De Helling onderschrijft en stimuleert alle gedragscodes die binnen de Fair Practice Code vallen.

We stimuleren:

- Professionele ontwikkeling – van zowel voor artiesten als voor medewerkers. Door coaching, kenniswerving, trainingen en structurele en transparante feedback (twee kanten op), pro-actief inzetten op doorgroei binnen De Helling en creatieve kansen.
- Gezond werken – via de CAO Poppodia en Festivals, een heldere overlegstructuur en een duidelijke visie/jaarwerkplan, we werken duurzaam en zetten in op gezonde en duurzame, vegetarische catering.
- Veilig werken - via de Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E), betrokken arbodienst en vertrouwenspersoon (mores.nl). Een heldere werkwijze voor medewerkers, trainingen (BHV en ploegleiding) en beleid en trainingen voor sociale veiligheid. We communiceren hierover via interne nieuwsbrieven en posters.
- Auteursrechten – via BUMA en SENA.
- Transparantie in financiën – De Helling moet betaalbaar blijven voor een grote groep mensen. Dat doen we door prijzen voor horeca en tickets zo laag mogelijk te houden, kortingsprijzen en gratis tickets voor een bepaalde doelgroep, bijv. via Villa Vrede en De Vrolijkheid. De interne controlling gebeurt door administratiekantoor Adbelco. Onze financiële jaarcyclus wordt gecontroleerd door een onafhankelijke accountant: San-Q.





Financiële jaarcyclus

Q1

- Oplevering jaarverslag
- Afronding jaarrekening door controller Adbelco en besproken in Raad van Toezicht

Q2

- Accordering van jaarrekening door accountant in controleverklaring
- Accordering van jaarrekening en jaarverslag door Raad van Toezicht
- Verzending van jaarrekening en jaarverslag aan gemeente Utrecht.
- Bespreking cijfers Q1

Q3

- Bespreking cijfers eerste halfjaar - Q2 Aanscherping financiële prognose

Q4

- Bespreking cijfers Q3
- Aanscherping financiële prognose
- Opzet begroting voor komende jaar en akkoord begroting door de Raad van Toezicht van De Helling

- *Toezicht* - De Helling volgt de Governance Code Cultuur, zie hoofdstuk 'Van bestuur naar Raad van Toezicht'
- *Diversiteit en Inclusie* - diversiteit en inclusie is een voortdurende ambitie die zich vertaalt in handelen, omgevingssensitiviteit en respons op maatschappelijke veranderingen. Het borgen van deze diversiteit gaat met vallen en opstaan. De Helling probeert reflectief te blijven en aan te passen, waar nodig. We zetten in op de 4 p's:

- Partners:** we zoeken partners die bijdragen aan diversiteit in programma en bezoekers, die voor afwijkende perspectieven staan en/of zich richten op bezoekers met een beperking. Denk hierbij aan Villa Vrede, De Vrolijkheid, PANN, Jollove, Sencity, Janey, Summer of Pride Kiki Ball.
- Programma:** we borgen diversiteit in ons programma door een significante representatie van artiesten die vrouw, queer, een niet-westerse culturele achtergrond hebben of mensen die breken met een binaire genderverdeling. Door in te zetten op talentontwikkeling, gesprekken met boekers en partners over gelijke m/v/x verhoudingen tijdens concerten en clubnachten. In 2024 leidde dit tot nieuwe



discussies. We zagen ook medewerkers die expliciet uitzochten of we wel nakwamen en nakomen wat we zelf in onze plannen beloven. Door bijvoorbeeld het aantal vrouwelijke en non-binaire dj's te tellen, met als conclusie: 27% van het totaal. We zijn zeker nog niet bij een 50/50 verdeling.

- C. **Publiek:** het verankeren van diversiteit en inclusiviteit bij ons publiek gebeurt door samen te werken met een grote diversiteit aan partners en door in te zetten op een diverse programmering. Door de toename van onze eigen data, nieuwsbriefleden en volgers op social media, wordt het publiek steeds beter gevonden en gebonden aan De Helling. De diversiteit van ons publiek zit vooral in gender, leeftijd en achtergrond.
- D. **Personeel:** we hopen dat bovenstaande zich vertaalt in verankering van diversiteit in ons personeel. Via aanhoudende verbeteringen van onze vacatureteksten en transparantie in het sollicitatieproces groeit de diversiteit verder. En we weten dat het creëren van een inclusieve werkcultuur nooit af is en altijd aandacht behoeft.

- *vergoeden wij passend* - De Helling betaalt medewerkers en zzp'ers volgens de richtlijnen van de CAO poppodia en festivals. Uit het onderzoek¹ blijkt een kloof tussen de praktijk van fair pay en het sociaal minimum voor popmuzikanten. De Helling onderzocht dit door gebruik te maken van de Fair Pay tool van de VNPF en komt uit op een tekort van 60.000 euro per jaar om artiesten eerlijk uit te betalen. Het gaat hierbij vooral om startende artiesten met nog weinig ervaring en publieksbereik. In 2023 zijn de tarieven aan voorprogramma's verhoogd en we proberen binnen ons huidige verdienmodel op kan schalen naar een eerlijke beloning. In 2025 wordt opnieuw gekeken naar passende betalingen van artiesten, zeker na toekenning van Fonds Podiumkunsten. De extra gelden die zijn vrijgekomen, zijn echter niet voldoende om volgens de richtlijnen van de Fair Pay Tool te betalen.
- *prevaleert duurzaamheid* – De Helling blijft een van de koplopers op het gebied van duurzaamheid binnen de podiumsector in Nederland. Dit wordt mede mogelijk gemaakt door het Ontzorgingsprogramma Cultureel Maatschappelijk Vastgoed van de provincie Utrecht, een advies orgaan voor gebouw eigenaren en culturele organisaties rondom verduurzaming.

In samenwerking met de gemeente Utrecht is het gebouw verduurzaamd: we zijn van energielabel C naar A+ gegaan, met 41% hernieuwbare energie via 152 zonnepanelen. In 2022 werd De Helling gasloos en kreeg het een duurzaam luchtbehandelingssysteem

1. 'Fair PACCT' van Berenschot over Fair Pay betaling aan artiesten, gepubliceerd in januari 2023.



voor het verwarmen en koelen van het gebouw. Door actief te monitoren werken we aan een steeds beter geoptimaliseerd en zuiniger systeem. Jaarlijks vind er een scan van het gebouw plaats.

Binnen De Helling is een Green Team opgericht, bestaande uit de directeur, hoofd facilitair en techniek, hoofd horeca en hoofd productie. In 2024 was het team iets minder actief, door de vele onderzoeken en metingen die ingevuld moesten worden voor het ontzorgingsprogramma. Met de resultaten van alle metingen, gaan we in 2025 de volgende stappen zetten, vooral met betrekking tot communicatie: bewustwording van team en bezoekers.

Tot zover richtte het team zich op:

- A. Het verminderen van energieverbruik door bijvoorbeeld het gebruik van LED verlichting: momenteel is 90% van onze verlichting LED. We sporen bezoekers, maar ook artiesten, aan om met de fiets en trein te komen via de servicemail en onze huisrider.
- B. Het inkopen van milieuvriendelijke producten en duurzame diensten zoals vegetarische catering, schoonmaakmiddelen met eko label, statiegeld verpakkingen te verkiezen boven single-use. Denk hierbij aan inkoop van dranken in een statiegeld fles of blikje. We geven duurzame tips aan artiesten en organisaties via onze huisrider: kom met de trein, je kunt ons water uit de kraan drinken, bestel in je rider alleen wat je echt nodig hebt. En bijvoorbeeld het gebruik van decor: denk aan duurzame materialen.
- C. Het uitbreiden van onze regionale impact door lokale betrokkenheid en maatschappelijke partnerschappen denk hierbij aan Dutch Cups, brouwerij AB Inbev, Mitland Hotel en Moxy hotel, Groen Rotsoord etc.
- D. Het verminderen van afval door in eerste instantie te voorkomen dat het binnenkomt. Het beter te scheiden, zoveel mogelijk hergebruiken en vervolgens recyclen. De afdeling horeca gebruikt bijvoorbeeld volledig herbruikbare bekertjes van DutchCups en koopt zoals gezegd, zoveel mogelijk producten in, waarvan de verpakking statiegeld heeft.
- E. Overgebleven of overbodig geworden spullen worden aangeboden aan kleinere culturele instellingen zoals dB's, 't Hof van Cartesius of HKU-studenten Fine Arts.
- F. Bij aanschaf van nieuwe materialen of apparatuur wegen we eerst de impact voordat er tot aanschaf overgegaan wordt. De Helling koopt regelmatig tweedehands materialen in via AMPCO Flashlight, TivoliVredenburg en ook Marktplaats.

