|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Programmalijn 8 *Cultuur in Zoetermeer is niet alleen lokaal, maar ook regionaal en zelfs landelijk belangrijk. Hiermee geeft Cultuur ook mee invulling aan de citymarketingstrategie.*  *Wat willen we bereiken: cultuur nog beter voor het voetlicht brengen. Hiervoor is cultuurmarketing en -promotie van cruciaal belang.* | | |
| Resultaten | Strategieën | Uitvoering |
| KORTE TERMIJN | | |
| In 2024 is de promotie van cultuur in Zoetermeer geoptimaliseerd en leidt dit onder meer tot toenemend cultuurbezoek en een versterkt imago. | Er is beleid over gecentraliseerde cultuurmarketing: kanalen, doelgroepen, etc. | Culturele basis & Cultuurmakelaar, in samenwerking met Bureau City Marketing. |
| Er is een contentkalender ontwikkeld, die gezamenlijk wordt ingevuld. | … |
| Culturele partners kunnen hun activiteiten laagdrempelig toevoegen. | … |
| … | … |
| … | … |
| In 2024 is er een vanzelfsprekende samenwerking tussen cultuur en het bedrijfsleven. | Er zijn jaarlijks 8 cultuurnetwerkbijeenkomsten, waarvan de helft met het bedrijfsleven. | Cultuurmakelaar. Hiervoor wordt vanuit de gemeente jaarlijks een budget beschikbaar gesteld. |
| De Cultuurmakelaar koppelt het hele jaar door culturele organisaties aan passende bedrijven. | … |
| … | … |
| … | … |
| … | … |
| In 2024 draagt het culturele aanbod vanuit de positionering van Zoetermeer bij aan de kenwaarden speels, maakbaar en actief. | Culturele partners hebben kennis van de kernwaarden speels, maakbaar en actief. | … |
| … | … |
| … | … |
| … | … |
| … | … |
| MIDDELLANGE TERMIJN | | |
| In 2027 maken ook grote nationale spelers in Den Haag en Rotterdam deel uit van het cultuureducatiepakket voor kinderen en jongeren en vice versa. | Strategie 1 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 2 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 3 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 4 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 5 | Wie, wanneer, hoe |
| In 2027 is er cultuuraanbod dat aanvullend is op het aanbod in de regio en daarmee de regionale branding versterkt. | Strategie 1 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 2 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 3 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 4 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 5 | Wie, wanneer, hoe |
| In 2027 heeft Zoetermeer een duidelijke kleur in een regionaal cultureel profiel. | Strategie 1 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 2 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 3 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 4 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 5 | Wie, wanneer, hoe |
| LANGE TERMIJN | | |
| In 2030 hebben de culturele partners in de stad die een nationaal en internationaal publiek trekken een goede en passende huisvesting in onze stad. | Strategie 1 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 2 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 3 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 4 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 5 | Wie, wanneer, hoe |
| In 2030 is er een veelzijdig aanbod in Zoetermeer met interessante samenwerkingen met andere steden wat betreft aanbod en publieksgroepen. | Strategie 1 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 2 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 3 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 4 | Wie, wanneer, hoe |
| Strategie 5 | Wie, wanneer, hoe |