

FORMAT STRATEGIEKAART

Programmaliijn 8 <i>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.</i>		
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