

Nota van B&W

Portefeuille C. van Velzen
Auteur Dhr. P. Vlegels
Telefoon 5115767
E-mail: vlegels@haarlem.nl
Reg.nr. 2007/188958
Te kopiëren: A, B
B & W-vergadering van 30 oktober 2007

Onderwerp

Plan van aanpak 'Promotiecampagne Haarlem Cultuur 2008'

Bestuurlijke context

Het college van B&W heeft 2008 in Haarlem tot cultuurjaar uitgeroepen. Dit komt voort uit het speerpunt economie, stadspromotie, toerisme en cultuur, als uitwerking van het coalitie akkoord 2007-2010. In het kader van nieuw beleid vormt de promotiecampagne 'Haarlem Cultuur 2008' onderdeel van een meerjarenprogramma ter promotie van Haarlem als stad van erfgoed, cultuur, winkels, evenementen en sport (zie o.a. de nota's 'Haarlem 2008', kenmerk 2007/110484, 'Plan van aanpak Haarlem smaakt naar meer', kenmerk 2007/110570 en 'Evenementen in Haarlem 2008-2010', kenmerk 2007/110421). Nu de grootschalige investeringen van de gemeente in de cultuurpodia, de inspanningen van de betreffende podiumorganisaties, en de bijdragen van externe financiers (zoals de provincie Noord-Holland en het bedrijfsleven) tot een indrukwekkend eindresultaat hebben geleid, is het essentieel dat met trots naar buiten te brengen.

In voorjaar 2007 is de ontwikkelingsfase van de campagne 'Haarlem 2008' gestart. De hoofdlijnen van de 'Promotiecampagne Haarlem Cultuur 2008' zijn inmiddels uitgewerkt (zie bijlage A voor het plan van aanpak). Onder de noemer 'Haarlem Cultuur 2008' wordt gedurende het jaar 2008 de stad Haarlem nationaal in beeld gebracht als stad van cultuur. Het doel is bezoekers aan Haarlem te binden, de investeringen in deze campagne leiden structureel tot meer bezoekers. Op vrijdag 23 november 2007 wordt het voorlopige programma voor het cultuurjaar gepresenteerd in het stadhuis.

Financiën

De kosten van uitvoering van dit plan van aanpak bedragen € 476.000,= (zie bijlage B). Voor het voorbereidingstraject is in 2007 met de nota 'Haarlem 2008' reeds € 76.000,= vrijgemaakt (via BERAP-I € 28.000,= en uit OPH-2 € 48.000,=). In de Kadernota 2007 is daarnaast € 50.000,= door de raad toegekend uit de middelen voor nieuw beleid, specifiek bestemd voor het faciliteren van optredens door amateurkunstverenigingen op het zomerpodium op de Grote Markt.

Voor de promotiecampagne en bijzondere onderdelen van het culturele programma is naast deze reeds toegekende € 126.000,= nog een gemeentelijke bijdrage benodigd van maximaal € 350.000,=. Dit bedrag wordt gefinancierd uit het Ontwikkelings Programma Haarlem 2005-2010. Het streven is via fondsen- en sponsorwerving door de gemeente Haarlem het voor 'Haarlem Cultuur 2008' beschikbare bedrag te vergroten, om de kwaliteit van zowel campagne als cultureel aanbod te versterken. De cultuurinstellingen, (culturele) ondernemers en vele andere betrokken organisaties leveren bovendien zelf financiële en personele inspanningen om het speciale culturele jaar tot een succes te maken.

Raadsparagraaf: Het college informeert de raad over het plan van aanpak voor de 'Promotiecampagne Haarlem Cultuur 2008', dat vooral gericht is op het beter bekend maken van Haarlem als cultuurstad en beoogt de toeristische wervingskracht van Haarlem te versterken.

B&W-besluit:

1. Het college stemt in met het plan van aanpak voor de 'Promotiecampagne Haarlem Cultuur 2008' en de uitvoering daarvan
2. De kosten van het besluit bedragen maximaal € 350.000,=. Het hiervoor benodigde raads krediet is in de Kadernota 2006 gemandateerd aan het college (uitvoeringsprogramma OPH-2, prestatie 49; bevorderen dagtoerisme). Het betreft geoordeelde ISV II middelen
3. De betrokkenen ontvangen daags na besluitvorming informatie over dit besluit; op 23 november 2007 wordt het voorlopige programma gepresenteerd, waarvoor ook de media worden uitgenodigd
4. De commissie Ontwikkeling ontvangt het besluit van het college ter informatie

Bijlage A

Plan van aanpak ‘Promotiecampagne Haarlem Cultuur 2008’

In 2008 staat cultuur centraal in Haarlem. Onder één gemeenschappelijke noemer, ‘Haarlem Cultuur 2008’, wordt het overweldigende aanbod van culturele activiteiten, uitingen, manifestaties, festivals, erfgoed etc. uitgedragen. Stichting Haarlem Promotie (HAPRO) coördineert en ondersteunt de promotiecampagne ‘Haarlem Cultuur 2008’. De professionele Haarlemse culturele instellingen werken nauw samen en ook het evenementenaanbod kent culturele dragers; de Haarlemse amateurkunstverenigingen dragen eveneens actief bij aan de cultuur. De krachtenbundeling bij de programmapresentaties, de gemeenschappelijke deler van Haarlem als cultuurstad en de mengvormen tussen traditioneel en hedendaags, en tussen cultuurhistorisch erfgoed en moderne kunst borgen een sfeer van culturele ontmoeting en interactie. De promotiecampagne brengt Haarlem nationaal onder de aandacht als stad met een prachtig cultuuraanbod, vernieuwde cultuurpodia, interessante collecties en andere bijzondere kunst- en erfgoeddisciplines. Met diverse mediapartners zijn afspraken gemaakt over gezamenlijke publiciteitsmomenten gedurende het culturele jaar 2008.

Dit speciale cultuurjaar kent veelsoortige programma-onderdelen, een aanbod gericht op diverse publieksgroepen: inwoners van Haarlem, regiobewoners en ook dagbezoekers en toeristen uit binnen- en buitenland. Met speciale publieksacties en -vaak ook gratis toegankelijke- bijzondere programma’s presenteren de Haarlemse culturele instellingen, initiatieven en kunstenaars zich aan de stad. In Haarlem, vooral in de binnenstad maar ook in de wijken, is cultuur volop aanwezig, in velerlei verschijningsvormen. Kwaliteit staat bij het cultuuraanbod voorop.

‘Haarlem Cultuur 2008’ is allereerst een nationale promotie- en marketingcampagne die de stad positioneert in haar monumentale en culturele rijkdom. Daarnaast dient het culturele jaar met tijdelijke samenhangende thema’s (respectievelijk ‘Internationaal’, ‘Vlaanderen’ en ‘Gouden Eeuw’) ervoor te zorgen dat zowel bezoekers als de media Haarlem nog beter weten te waarderen. Het doel is bezoekers aan Haarlem te binden, de investeringen in deze campagne leiden structureel tot meer bezoekers. Voor ‘Haarlem Cultuur 2008’ werkt HAPRO samen met de cultuur- en erfgoedsector in de stad, en met andere betrokken organisaties en ondernemers. Op 23 november 2007 presenteert men het voorlopige programma (dat zich steeds uitbreidt) in het Stadhuis. Bijzondere programmatische accenten en enige culturele evenementen vormen een aanvulling op het reguliere programma-aanbod. Zo wordt in juni 2008 voor optredens van zowel amateurs als professionals een aantal dagen een podium op de Grote Markt geplaatst, met specifiek als doelstelling een gratis toegankelijk programma voor alle inwoners van Haarlem en bezoekers uit de regio. Dit podium is reeds opgenomen in de evenementenkalender voor 2008. Een belangrijk accent ligt natuurlijk ook op de vier vernieuwbouwde cultuurpodia. De heropening van de Stadsschouwburg vormt de afronding van jarenlange inspanningen. Haarlem wil de podia nog beter laten zien. Door wandelroutes, kleinschalige kunst opdrachten, thematische rondleidingen, routeborden en andere markeringen worden deze in het centrum meer zichtbaar voor inwoners, dagbezoekers en toeristen.

De afgelopen jaren is de samenwerking tussen de culturele instellingen in Haarlem reeds geïntensiveerd. Zowel binnen de coalities ‘cultureel erfgoed’ als ‘hedendaagse cultuur’ worden dwarsverbanden gelegd en thematische projecten opgezet. Ook bij festivals en evenementen als ‘De Stad als Podium’ (jaarlijks), ‘de Kunstlijn’ (jaarlijks), ‘De Strijdagen Haarlem’ (tweejaarlijks), ‘Haarlem Pronto, Italiaanse weken in Haarlem’ en ‘Heimwee’ (2004) blijkt keer op keer hoe sterk programmatisch en organisatorisch de handen in Haarlem in één worden geslagen.

De bezoekersaantallen van de professionele podia Toneelschuur, Patronaat en Philharmonie zijn na heropening sterk gestegen. Daarnaast zorgen tentoonstellingen als Michelangelo in Teylers Museum (oktober 2005-januari 2006; 97.000 bezoekers) en afgelopen zomer ‘Israëls aan zee’ in De Hallen Haarlem (juni-augustus 2007; 28.500 bezoekers) aantoonbaar voor een economische spin off in de stad. Zo werd door bezoekers van de Michelangelo-expositie ruim € 20,= p.p. in Haarlem gespendeerd.¹

¹ Uit publieksonderzoek uitgevoerd door TNS Nipo in opdracht van Teylers Museum, januari 2006. 95% van de bezoekers kwam speciaal voor deze tentoonstelling naar Haarlem.

Website www.haarlemcultuur.nl

De centrale website voor Haarlem Cultuur 2008 is www.haarlemcultuur.nl Deze website is reeds een aantal jaren in gebruik en bevat informatie over zowel culturele instellingen, kunstenaars als het gemeentelijk cultuurbeleid. De website is uitgebreid met een agenda-functie, verwijst door naar de eigen sites van de cultuurinstellingen, speciale uitgaanssites, e.d. De site is direct gekoppeld aan de gemeentelijke website (button op Haarlem-site), en wordt beheerd door een webmaster. De instellingen verzorgen zelf de actuele agenda en leveren bovendien hun programmagegevens aan bij de redacteur.

Doelstellingen promotiecampagne ‘Haarlem Cultuur 2008’

Haarlem wil zichtbaar maken en ‘vieren’ dat het een stad is met veel interessante, mooie en uitdagende kunst, cultuur en erfgoed. Met het culturele aanbod binnen ‘Haarlem Cultuur 2008’, en de ondersteuning daarvan vanuit de promotiecampagne, wil het college van B&W de volgende doelgroepen bereiken:

- 1) Alle inwoners van Haarlem
- 2) Dagbezoekers uit de ruime regio
- 3) Bedrijfsleven (culturele en zakelijke ondernemers en horeca)
- 4) Verblijfstoeristen (binnenland, in sommige gevallen evt. buitenland)
- 5) Lokale en landelijke pers
- 6) Radio, TV en “multipliers” (bijv. de VVV’s en de Amsterdam Tourist & Convention Board).
- 7) Culturele instellingen (deelnemers aan ‘Haarlem Cultuur 2008’)

N.B.: met jongeren in Haarlem is gesproken over mogelijke aanvullende activiteiten. Muziek, graffiti en dansen zijn genoemd als aandachtspunten. Hierover vindt nog nader overleg plaats.

Meer algemeen zijn de doelstellingen van de campagne als volgt:

- Versterking van Haarlems imago in Nederland als stad van cultuur en erfgoed;
- Groei van het aantal toeristen en bezoekers aan Haarlem;
- Versterking van lokale identiteit en trots door een nog betere bekendheid van Haarlems culturele rijkdom bij Haarlemmers en inwoners van de regio;
- Breder aanbod van cultuur voor meer Haarlemmers.

Cultuurstimuleringsfonds Haarlem

Via het Cultuurstimuleringsfonds Haarlem is voor bijzondere culturele activiteiten in 2008 een budget van € 265.400,= beschikbaar. Bovendien zijn in de BERAP-3 2006 middelen uit het voormalige Initiatiefonds voor culturele projecten (€ 43.000,=) aan het Cultuurstimuleringsfonds toegevoegd en reteren nog middelen uit het budget 2007. In totaal is er via het Cultuurstimuleringsfonds Haarlem voor culturele programmering in 2008 ca. € 360.000,= beschikbaar. Instellingen hebben vóór 1 oktober 2007 aanvragen ingediend of kunnen dat nog vóór 1 maart 2008 doen via het gebruikelijke aanvraagformulier bij de afdeling Cultuur (vanaf 1 januari 2008: afdeling Economie en Cultuur). Het jaar 2008 is tevens de afsluiting van het Actieplan Cultuurbereik 2005-2008. In dit programma werkt de gemeente Haarlem samen met de provincie Noord-Holland en het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap aan het versterken van het cultureel bewustzijn en het bevorderen van de actieve participatie aan kunst en cultuur.

Met het ministerie zijn resultaatafspraken gemaakt over het aantal activiteiten in deze periode, bijv. over het bereik van specifieke doelgroepen als jongeren en allochtonen. De gemeente Haarlem kan via het Cultuurstimuleringsfonds projectaanvragen die op deze doelgroepen gericht zijn ondersteunen.

Daarnaast is er binnen het gemeentelijke Actieplan Cultuurbereik een interventiebudget beschikbaar, bestemd voor ontwikkeling van culturele projecten en initiatieven in de wijken. Mogelijk stimuleert de gemeente met ‘Haarlem Cultuur 2008’ dat meer initiatieven vanuit de wijken opgestart kunnen worden.

Financiën

De kosten van uitvoering van dit plan van aanpak bedragen € 476.000,= (zie bijlage B). Voor het voorbereidingstraject is in 2007 met de nota ‘Haarlem 2008’ reeds € 76.000,= vrijgemaakt (via BERAP-I € 28.000,= en uit OPH-2 € 48.000,=). In de Kadernota 2007 is daarnaast € 50.000,= door de raad toegekend uit de middelen voor nieuw beleid, specifiek bestemd voor het faciliteren van optredens door amateurkunstverenigingen op het zomerpodium op de Grote Markt.

Voor de promotiecampagne en bijzondere onderdelen van het culturele programma is naast deze reeds toegekende € 126.000,= nog een gemeentelijke bijdrage benodigd van maximaal € 350.000,=. Dit bedrag wordt gefinancierd uit het Ontwikkelings Programma Haarlem 2005-2010. Binnen het OPH-2 is prestatie 49 gericht op het vergroten van de toeristische- en culturele wervingskracht van de stad.

Het behouden en vergroten van het aantal dagbezoekers en toeristen is belangrijk voor de lokale economie. Met de campagne 'Haarlem Cultuur 2008' zet Haarlem verder in op het behalen van deze doelstelling. Bovendien worden diverse instellingen, ondernemers en doelgroepen uitgenodigd te participeren in het cultuurjaar in Haarlem, waarbij voor de diverse activiteiten een bijzondere rol is weggelegd voor de inwoners van de stad.

Het streven is via fondsen- en sponsorwerving door de gemeente Haarlem het voor 'Haarlem Cultuur 2008' beschikbare bedrag te vergroten, om de kwaliteit van zowel campagne als cultureel aanbod te versterken. De cultuurinstellingen, (culturele) ondernemers en vele andere betrokken organisaties leveren bovendien zelf financiële en personele inspanningen om het speciale culturele jaar tot een succes te maken.

Middelen HAPRO promotiecampagne ‘Haarlem Cultuur 2008’

Algemeen, zichtbaarheid promotiecampagne in de stad

- 1) gemeenschappelijk logo ‘Haarlem Cultuur 2008’
- 2) digitaal stempel laten ontwerpen/button voor op de websites van de deelnemers
- 3) programmaboekje (4x)
- 4) freecards, waarop cultuur in beeld gebracht door Haarlemse striptekenaars
- 5) banieren of wimpels, als markering voor deelnemers
- 6) website www.haarlemcultuur.nl
- 7) speciale agenda Haarlem Cultuur
- 8) persberichten
- 9) inzetten van nieuwe media
- 10) insert Artifex en vijf cultuurarrangementen
- 11) cultuurplattegrond

Presentaties

- 1) presentatie programma ‘Haarlem Cultuur 2008’ op 23 november 2007 in Stadhuis
- 2) start talkshow ‘Haarlem Cultuur 2008’ op 21 maart 2008
- 3) vertegenwoordiging op beurzen, UIT-markt, Eropuitmarkt, 50+ beurs etc.
- 4) presentatie tijdens diverse manifestaties in Haarlem en omgeving
- 5) presentaties in combinatie met Amsterdam Tourist & Convention Board (ATCB) en Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC)

Inkoop advertentieruimte landelijk

- 1) uitladders landelijke kranten (Volkskrant, NRC, Parool)
- 2) STER en Cultuur-spots
- 3) pakket 50+ NBTC
- 4) diverse vakbladen

Inkoop advertentieruimte lokaal/regionaal

- 1) advertenties Haarlems Dagblad
- 2) advertentie huis-aan-huis-bladen regio
- 3) pagina in blad Genieten
- 4) driehoeksborden
- 5) MUPI's 3x
- 6) bioscoopspot Haarlem e.o.

Inzetten samenwerking met andere promotie-organisaties

- 1) VVV Zuid Kennemerland
- 2) ATCB
- 3) Amterdam Partners
- 4) Amsterdam +

Free publicity

- 1) Persberichten-> regionale hah-bladen, maandbladen, glossy, ANWB Kampioen, H105, RTVNH
- 2) opname in UITkrant Haarlems Dagblad

Relatiegeschenken/reclamedragers

- 1) het laten vervaardigen van kleine gadgets die een communicatie boodschap uitdragen en die gratis weggegeven worden
- 2) Haarlem Cultuur-tas (gratis voor relaties en te koop voor anderen)
- 3) Inzetten van levende kunstwerken om folders uit te delen

Prestatiecontracten HAPRO en VVV Zuid-Kennemerland

In 2007 is de promotiecampagne binnenstad gestart, 'Haarlem smaakt naar meer'. Dit promotieplan is als concept ontwikkeld voor het promoten van zowel winkels als cultuur, waarbij de Haarlemse ondernemers medewerking verlenen (zie de nota Plan van aanpak 'Haarlem smaakt naar meer', kenmerk 2007/110570). Deze campagne gaat ook in 2008 door, waarbij het accent - zoals aangekondigd - op een ander thema komt te liggen. De promotie-acties worden zoveel mogelijk geïntegreerd in de campagne 'Haarlem Cultuur 2008', bijv. door het tonen van cultuuruitingen in winkelletalages of met speciale culturele themawandelingen langs zowel monumenten als winkels. In samenwerking met Cultureel Organisatiebureau Artifex in Amsterdam wordt een aantal Haarlem-arrangementen samengesteld die tevens dienen als lezersaanbiedingen in landelijke tijdschriften.

Stichting Haarlem Promotie heeft de opdracht aantrekkelijke evenementen in de binnenstad in promotioneel opzicht te versterken. Dit plan van aanpak voor 'Haarlem Cultuur 2008' sluit nauw aan bij deze te leveren prestaties. HAPRO en VVV werken beide samen in arrangementen, evenementen en activiteiten tijdens het culturele jaar. HAPRO coördineert de promotiecampagne 'Haarlem Cultuur 2008' en richt zich daarbij op een breed publiek dat verleid wordt een bezoek aan Haarlem te brengen. HAPRO draagt zorg voor de uitvoering en onderhoudt de contacten met de verschillende partijen (Haarlemse horeca en winkels) en maakt daarmee onderling afspraken. In de prestatiecontracten van HAPRO voor zowel 2007 als 2008 vormt 'Haarlem Cultuur 2008' een belangrijke pijler.

Ook in het prestatiecontract 2008 met de VVV Zuid-Kennemerland wordt het extra promoten van het cultuurjaar Haarlem 2008 meegenomen. De VVV Zuid-Kennemerland heeft als één van haar taken het bevorderen van het (internationale) toerisme naar Haarlem. Waar mogelijk sluit de campagne 'Haarlem Cultuur 2008' aan op het nationale thema voor 2008 'Nooitverwacht Nederland' van het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen. Ook in Haarlem zijn speciale arrangementen in voorbereiding i.s.m. de regionale VVV. Onder de noemer 'Verrassend Noord-Holland' kenmerken die arrangementen zich door een verspreiding onder diverse doelgroepen.

Effecten promotiecampagne 'Haarlem Cultuur 2008'

De inspanningen middels de promotiecampagne 'Haarlem Cultuur 2008' moeten leiden tot een nog grotere bekendheid van Haarlem als stad van kunst, cultuur en erfgoed. Die bekendheid als 'cultuurstad' met een interessant evenementenaanbod, vernieuwde podia en ook een diversiteit aan kunstdisciplines, collecties én amateurkunst moet als effect sorteren de groei van het aantal dagbezoekers en toeristen aan Haarlem. Dit is in lijn met de doelstellingen van het Ontwikkelingsprogramma Haarlem 2005-2010, prestatie 49, zoals hierboven reeds omschreven.

Belangrijkste informatiebronnen voor het meten van deze effecten zijn de bezoekcijfers (Jaarstatistiek gemeente Haarlem), het Continu Vakantie Onderzoek waarin de gemeente Haarlem participeert, de Monitor Inkomend Toerisme en het Omnibusonderzoek onder de bevolking van Haarlem, zoals uitgevoerd door de afdeling Onderzoek & Statistiek.

Voorlopig programma 'Haarlem Cultuur 2008'

De vier vernieuwde cultuurpodia staan centraal in het cultuurjaar. Eind september heropent de Stadsschouwburg, na een jarenlange restauratie en nieuwbouw. Dit wordt gevierd met een bijzondere serie openingsvoorstellingen, een co-productie van de Stadsschouwburg met theatergezelschappen 'Huis aan de Amstel' en 'Wederzijds'. Veel inwoners van Haarlem en regio kunnen dan weer kennis maken met deze prachtige, monumentale schouwburg.

De Philharmonie Haarlem organiseert samen met huisorkest Holland Symfonia een Zuid-Amerika festival, met Argentinië als inspiratiebron. In de Toneelschuur springt in seizoen 2007/2008 de samenwerking tussen Toneelschuur Producties en Toneelgroep Amsterdam in het oog, met de productie 'A streetcar named desire'. De Filmschuur programmeert de succesvolle serie 'zomer-cinema'. Poppodium het Patronaat, in 2007 verkozen tot Nachtempel van Nederland, programmeert muziek en dance voor nog steeds in aantal toenemend publiek. Festivals als 'Haarlemsche helden' en 'Roots of Heaven' verdienen hier speciale vermelding, evenals de finale van de provinciale voorronde 'Kunstbende 2008'.

De internationaal bekende musea Teylers en Frans Hals hebben ook in 2008 prestigieuze tentoonstellingen. In Teylers Museum over de 18^{de}-eeuwse kunstenaar, architect en ontwerper Giovanni Battista Piranesi. Het Frans Hals Museum presenteert exposities zowel over de Haarlemse kunstenaarsfamilie De Bray ('t Zit in de Genen) als over Haarlem als bakermat van de Gouden Eeuw (De Glorie van Haarlem).

In juni 2008 staat er vijf dagen een groot podium op de Grote Markt, met optredens door o.a. Haarlemse amateurkunstverenigingen en diverse bands. Ook is er aandacht voor theater, dans en musical. De optredens zijn gratis toegankelijk, waarbij de programmeur een aanbod samenstelt voor diverse publieksgroepen. Een concert van Holland Symfonia met Carel Kraayenhof op zijn bandoneon vormt één van de hoogtepunten.

Op het gebied van orgelmuziek kent Haarlem de traditie van uitvoeringen op het wereldberoemde Müllerorgel in de Grote of St. Bavokerk en op het Cavaillé-Coll orgel in de Philharmonie. Naast deze serie stadsconcerten vindt in de zomer van 2008 opnieuw het Internationaal Orgel Concours in Haarlem plaats, alsmede een beiaardconcours.

In de Bakenesserkerk wordt een tentoonstelling van kaarten, prenten en atlasen ingericht. Er is materiaal te zien uit de collecties van het Noord-Hollands Archief, de Stadsbibliotheek, Teylers Museum en uit de privécollectie van de familie Enschedé, de beroemde Haarlemse drukkersfamilie. Deze laatste collectie (Museum Enschedé) is normaal gesproken alleen voor onderzoekers of relaties van de drukkerij toegankelijk. Op deze locatie is tevens een oeuvre-tentoonstelling van kunstenaars Ans Markus in voorbereiding.

Het festival- en evenementenseizoen start al in april met het Bloemencorso. Met vervolgens onder andere Bevrijdingspop, de Stripdagen Haarlem, Haarlemse Honkbalweek, Haarlem Culinaire, Haarlem Jazz kent Haarlem al een aantal aantrekkelijke, grote evenementen. In aanvulling daarop zijn er tijdens het cultuurjaar 2008 ook andere evenementen die hier vermeld moeten worden: de Mars der Muzikanten, de Letterenloop en de Kunstlijn. Op Tweede Pinksterdag staan er 50 draaiorgels in de binnenstad opgesteld, met medewerking van de Haarlemse dansscholen. Traditiegetrouw vormt De Stad als Podium samen met het Korenlint weer de start van een nieuw cultureel seizoen. In dat tweede weekend van september is de stad tevens het bruisend middelpunt op het gebied van monumenten en cultuur tijdens de Open Monumentendagen.

In het najaar is er ook in Haarlem aandacht voor de nationale geschiedeniscampagne 'Het Verleden van Nederland'. Tijdens deze achtjarige tv-uitzending, ondersteund door een boek van Geert Mak, staan activiteiten als de Archiefendag, lezingen en de Erfgoednacht Haarlem in het teken van 'het verleden van Haarlem'.

Het culturele jaar wordt afgesloten met een grootse fotografiemanifestatie in de stad. Op diverse, verrassende locaties worden foto's uit de collectie van Spaarnestad Photo getoond. In de eigen Galerie 37 verzorgt Spaarnestad Photo daarnaast een expositie van winnaars van de prestigieuze World Press Photo-prijs.

Tijdens de campagne 'Haarlem Cultuur 2008' vindt er regelmatig een culturele talkshow plaats, onder de noemer 'Gebeurt er, Gebeurt er'.

Het voorlopige programma voor 'Haarlem Cultuur 2008' wordt op vrijdag 23 november 2007 bekend gemaakt in het stadhuis.

PLANNING 'HAARLEM CULTUUR 2008'

Voortraject: oktober 2006 – september 2007:

- opdrachtverstrekking en gesprekken gemeente Haarlem, HAPRO, etc.
- opstellen B&W-nota 'Haarlem 2008' (kenmerk: MO/Cultuur/2007/6)
- uitwerking plan van aanpak voor promotiecampagne
- samenstellen bidboekje voor sponsorwerving: 'Haarlem wil je zien in 2008'
- betrekken partners in de stad, informerende bijeenkomsten
- instellen werkgroep 'Haarlem Cultuur 2008'
- realisatie bakfiets HaarlemCultuur
- realisatie culturele agenda op www.haarlemcultuur.nl
- eerste aankondigingen op Uitmarkt Amsterdam en tijdens De Stad als Podium 2007

Oktober 2007:

- 1 oktober: deadline subsidieaanvragen Cultuurstimuleringsfonds Haarlem
- opdracht aan producent voor zomerpodium 'Haarlem Cultuur 2008'
- productie voorlopig programmaboekje
- B&W-nota Plan van aanpak 'Promotiecampagne Haarlem Cultuur 2008', incl. persbericht
- uitvoeren promotiecampagne 'Haarlem Cultuur 2008' door HAPRO

November 2007:

- 23 november: officiële presentatie logo en voorlopige programma 'Haarlem Cultuur 2008' in stadhuis

Januari t/m december 2008:

-2 januari: nieuwjaarsreceptie gemeente Haarlem, officiële start 'Haarlem Cultuur 2008'

Programma Haarlem Cultuur 2008 in uitvoering: programmaoverzicht wordt voortdurend geactualiseerd, zie www.haarlem.nl > www.haarlemcultuur.nl

- Start bezoekersportal website gemeente Haarlem (?)

Maart 2008:

- 1 maart: deadline subsidieaanvragen Cultuurstimuleringsfonds Haarlem
- 21 maart: start cultuurtalkshow 'Gebeurt er, Gebeurt er'

Februari 2009:

- evaluatie promotiecampagne 'Haarlem Cultuur 2008': verantwoording resultaten incidenteel en structureel

CAMPAGNE 'HAARLEM CULTUUR 2008'

Wethouder C. van Velzen:

Gemeente Haarlem, afdeling Cultuur (N. Hagedoorn)

Stichting Haarlem Promotie (L. Splinter/W. Boss):

Startdatum project:

Duur project:

verantwoordelijk bestuurder

opdrachtgever

opdrachtnemer

oktober 2006

29 maanden (februari 2009: evaluatie)

Bijlage B, begroting 'Promotiecampagne Haarlem Cultuur 2008', gemeente Haarlem				
Naam project	Uitvoerder	Begroot in euro's	Dekking	Totaal in euro's
Begroting promotiecampagne Haarlem Cultuur 2008				
Vorbereidingsbudget	St. Haarlem Promotie			76.000,00
programmaboekjes, logo-ontwerp, e.d.		35.000,00		
arrangementen, ondersteuning, e.d.		41.000,00		
Coördinatiekosten	St. Haarlem Promotie	16.000,00		16.000,00
Publiciteitskosten	St. Haarlem Promotie			138.500,00
website www.haarlemcultuur.nl		22.000,00		
presentaties, inkoop advertentieruimte (nationaal, regionaal)		92.500,00		
speciale publiciteitsacties		24.000,00		
Programmakosten	Gemeente i.s.m. cultuurinstellingen			245.500,00
zomerpodium HaarlemCultuur juni 2008		170.000,00		
cultuurspecials, speciale programmering, e.d.		46.000,00		
kleine manifestaties		29.500,00		
Totaal		476.000,00		476.000,00
Dekking promotiecampagne Haarlem Cultuur 2008				
Nota voorbereiding campagne			BERAP-1 en OPH-2	76.000,00
Zomerpodium Haarlem Cultuur			Kadernota 2007	50.000,00
OPH-2, prestatie 49			OPH-2	350.000,00
Totaal		476.000,00		476.000,00
Sponsoring en andere fondsen	Additionele middelen		p.m.	p.m.

