

Produkt
040103 Kulturelle Veranstaltungen

Strategische Ziele 2011

Geplante Maßnahmen 2011

Darstellung der Stadt Hilden als Kulturstadt	Umsetzung des Marketingkonzeptes in allen sechs Produkten des Kulturamtes durch geeignete Maßnahmen (Internet, Printmedien, Nutzung der Fahnenstangen)
Erweiterung des kulturellen Netzwerkes	<ul style="list-style-type: none">-Aufbau eines Buttons „Jazz in Hilden“ und Weiterentwicklung des Netzwerkes: Stadt Hilden, Stadtmarketing, Jazztage, QQJazz, Blue-Monday-Konzerte, Summerjazz-Weiterentwicklung der projektbezogenen Zusammenarbeit mit dem Kultur pflegenden Verein QQTec bei den Projekten „Biennale Neanderland 2011“ und „Biennale Kleinkunst 2011“-Weiterentwicklung des kulturellen Kontaktes mit den Hildener Partnerstädten-Erweiterung des kulturellen Bildungsangebotes durch den Ausbau der Kooperationen zwischen der Kinder- und Jugendkunstschule KuKuK und allgemeinbildenden Schulen in Hilden (Ferienaktivitäten/ OGATAS)
Einnahmesteigerung	<ul style="list-style-type: none">-Steigerung der Abonnentenzahl (derzeit 704 Abonnenten) und des freien Verkaufs- Entwicklung eines Konzeptes zur intensiveren digitalen Werbung

P:\A
LLE\I
SOM
ACO
SID
OC\O
0019
847.
DOC