

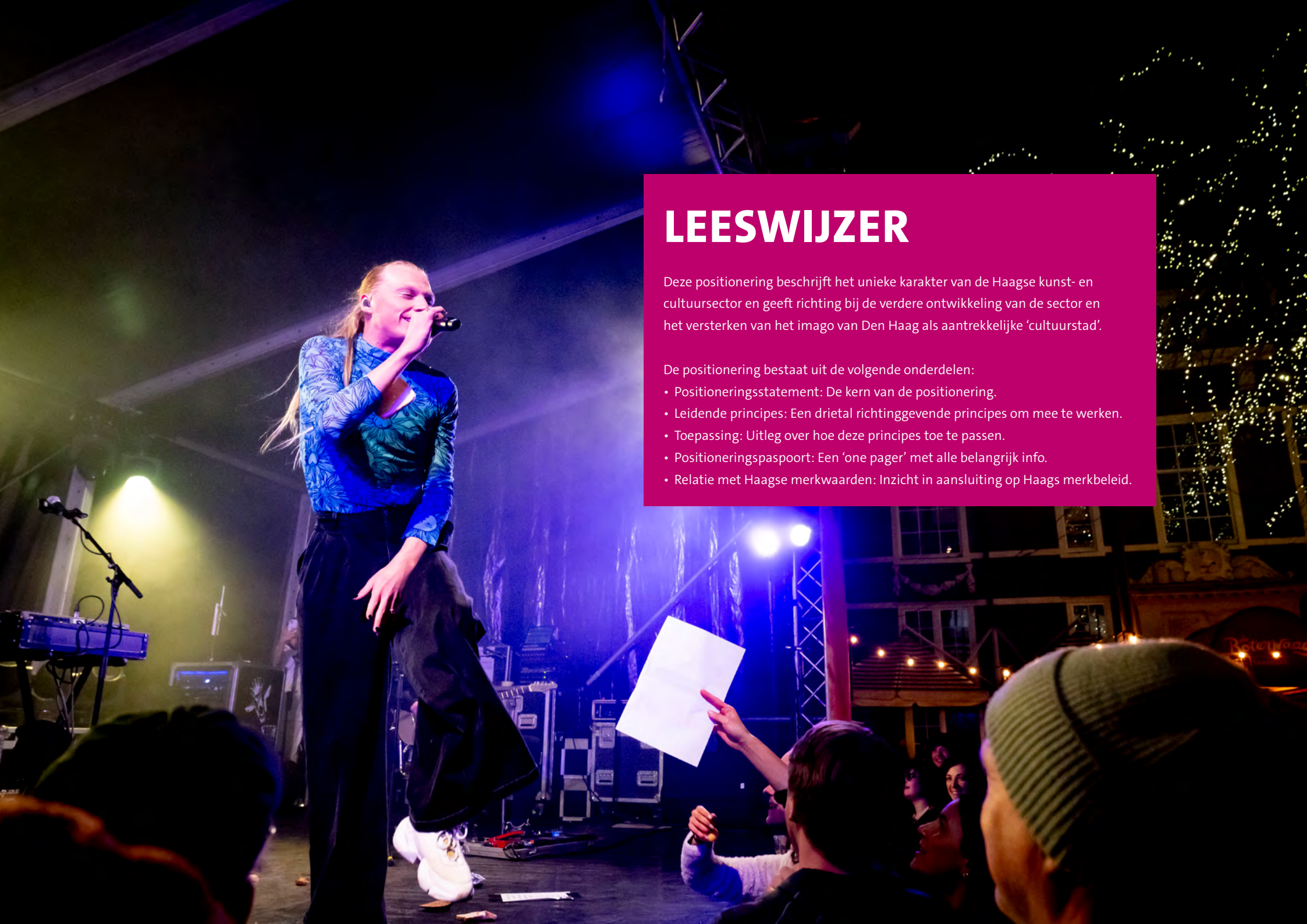


Den Haag

ADVIESDOCUMENT POSITIONERING HAAGSE KUNST- EN CULTUURSECTOR



DOOR BUREAU CITYBRANDING, GEMEENTE DEN HAAG (2026)

A photograph of a performer on a stage at night. The performer is a person with long blonde hair, wearing a blue patterned long-sleeved shirt and dark trousers, holding a microphone and singing. The stage is lit with blue and yellow lights. In the background, there are stage equipment and a building with string lights. In the foreground, the back of a person's head wearing a green beanie is visible, looking towards the stage.

LEESWIJZER

Deze positionering beschrijft het unieke karakter van de Haagse kunst- en cultuursector en geeft richting bij de verdere ontwikkeling van de sector en het versterken van het imago van Den Haag als aantrekkelijke 'cultuurstad'.

De positionering bestaat uit de volgende onderdelen:

- Positioneringsstatement: De kern van de positionering.
- Leidende principes: Een drietal richtinggevende principes om mee te werken.
- Toepassing: Uitleg over hoe deze principes toe te passen.
- Positioneringspaspoort: Een 'one pager' met alle belangrijke info.
- Relatie met Haagse merkwaarden: Inzicht in aansluiting op Haags merkbeleid.

INHOUD

LEESWIJZER	2
VOORWOORD	4
TOTSTANDKOMING	7
AFBAKENING	9
DOELGROEP	11
POSITIONERINGSSTATEMENT	13
DRIE LEIDENDE PRINCIPES	15
TOEPASSING	17
RELATIE MET HAAGSE MERKWAARDEN	19
POSITIONERINGSPASPOORT	21
TOT SLOT	23
BIJLAGE HET VERHAAL VAN DE POSITIONERING	25
BIJLAGE BETROKKEN PARTIJEN	26
OVER BUREAU CITYBRANDING	29



VOORWOORD

Den Haag heeft een hoogwaardig en veelzijdig kunst- en culturaanbod. Een aanbod waar Hagenaars trots op zijn en waarvoor mensen uit binnen- en buitenland de stad bezoeken. De veelheid en diversiteit die de Haagse kunst- en cultuursector te bieden heeft, is onmiskenbaar een drijvende kracht van de stad. Maar dat Den Haag zoveel te bieden heeft brengt ook uitdagingen met zich mee. Met welk verhaal en aanbod is Den Haag echt onderscheidend en hoe brengen we dat over naar Hagenaars en bezoekers? Dit is de aanleiding voor de positionering van de Haagse kunst- en cultuursector.

Wat is een positionering?

De positionering van de Haagse kunst- en cultuursector beschrijft het unieke karakter van de sector waarmee zij haar identiteit en imago gericht en effectief kan versterken. De positionering is geen reclameboodschap, slogan of logo. Het beschrijft de fundamentele aard vanuit waar de Haagse kunst- en cultuursector zich verder kan ontwikkelen en profileren. Het biedt een kompas voor het maken van keuzes, bijvoorbeeld bij:

- Stadsmarketing om het imago Den Haag als 'cultuurstad' en cultuurbezoek te stimuleren.
- Het selecteren en programmeren van culturele themajaren.
- Beleidsontwikkelingen, investeringen en subsidieregelingen van de gemeente t.b.v. de kunst- en cultuursector.
- Aanbodontwikkeling, marketing en communicatie door partijen uit de sector.

De positionering is er voor iedereen die werkt aan de ontwikkeling en profilering van de kunst- en cultuursector. Natuurlijk behoudt elke organisatie haar eigen unieke gezicht en vrijheid. De sectorbrede positionering is vooral bedoeld om de samenhang van acties te vergroten en scherpe keuzes te maken. Zo krijgt Den Haag een herkenbaarder gezicht als 'cultuurstad'.



Cultuurvisie

Deze positionering sluit aan op de Cultuurvisie Den Haag 2033, die de gemeenteraad in 2023 heeft vastgesteld. Daarin staan vier opgaves centraal, waaraan voor de komende 10 jaar ambities zijn verbonden:

1. Onderwijs en ontwikkeling: gelijke kansen en ruimte voor persoonlijke ontwikkeling.
2. Diversiteit en inclusie: diversiteit als kracht.
3. Innovatie en creativiteit: aandacht voor het makersklimaat.
4. Aantrekkingskracht van de stad: de hele stad alle dagen en nachten aantrekkelijk.

De positionering van de Haagse kunst- en cultuursector ondersteunt alle vier de ambities. De positionering erkent de maatschappelijke functie van kunst en cultuur, benut de diversiteit van de stad, heeft oog voor cultuurmakers én vormt een leidraad om Den Haag verder op de kaart te zetten.

Gezamenlijk proces

Bij de ontwikkeling van de positionering van de Haagse kunst- en cultuursector zijn vele partijen uit de sector geraadpleegd. De gemeentelijke afdeling Cultuur, Bureau Citybranding en adviesbureau 'For the Love of Place' (Carlijn Leenders) hebben alle input met zorg en aandacht vertaald naar dit positioneringsdocument.

Daarbij is zoveel mogelijk recht gedaan aan de belangen, ideeën en wensen uit de sector, maar zijn ook keuzes gemaakt om de positionering te laten voldoen aan de volgende belangrijke voorwaarden:

ONDERSCHEIDEND Benut maximaal het onderscheidend vermogen van de Haagse kunst- en cultuursector.

GELOOFWAARDIG Geworteld in geschiedenis met een brede blik op de toekomst.

BRUIKBAAR Kan vertaald worden naar concrete acties die de sector gericht versterken en verder op de kaart zetten.



TOTSTANDKOMING

Om de positionering van de Haagse kunst- en cultuursector zo onderscheidend, geloofwaardig en bruikbaar mogelijk te laten zijn is te rade gegaan bij Haagse kunstenaars, creatieve ondernemers, onderwijsinstellingen, culturele organisaties en experts. Meer dan 60 vertegenwoordigers uit de culturele sector hebben waardevolle input geleverd tijdens een drietal bijeenkomsten in november en december 2024. Deze bijeenkomsten zijn in 2025 opgevolgd met meerdere bijeenkomsten waarbij partijen de uitkomsten verder hebben uitgewerkt en feedback hebben gegeven op conceptversies van de positionering. Dit alles is vertaald naar de uiteindelijke positionering zoals beschreven in dit document. In de bijlage van dit positioneringsdocument is een overzicht opgenomen van alle partijen die hebben bijgedragen aan de totstandkoming van de positionering.





AFBAKENING

Deze positionering richt zich op de volle breedte van de Haagse kunst- en cultuursector. Het fundament wordt gevormd door de makers, de instellingen, hun collecties, de activiteiten en het culturele erfgoed dat de stad rijk is. Van musea, cultuurevenementen, podia en theaters tot individuele makers zoals musici, beeldende kunstenaars, filmmakers, dansers en schrijvers.

Ook cultuureducatie en -participatie maken integraal onderdeel uit van het culturele fundament, waarbij de artistieke en educatieve waarde vaak hand in hand gaan. Om de positionering scherp te houden richt deze zich niet op de creatieve zakelijke dienstverlening (zoals architectuur, reclame en grafische vormgeving).





DOELGROEP

Hagenaars

De Haagse kunst- en cultuursector bedient een breed en divers publiek. Hagenaars zijn daarbij vanzelfsprekend een belangrijk onderdeel. Zij waarderen het huidige aanbod gemiddeld met een 7,3 (Bron: Den Haag in Cijfers). Desondanks laat onderzoek zien dat de cultuurdeelname ongelijk verdeeld is over de stad. In stadsdelen als Zuidwest, Laak, Loosduinen, Mariahoeve en delen van Scheveningen ligt het bezoekpercentage aanmerkelijk lager dan in Segbroek of wijken als het Regentessekwartier en Benoordenhout (Bron: Publieks-onderzoek Cultuur).

Zoals bepaald in de Cultuurvisie ligt de prioriteit op een meer evenwichtige spreiding van het cultuuraanbod en -deelname over de gehele stad. Daarnaast is het de ambitie om de programmering nadrukkelijker aan te laten sluiten bij de leefwereld van de jongere generaties (16-30 jaar, studenten en young professionals) en recht te doen aan de 200 nationaliteiten die de stad rijk is.

Nationaal en internationaal

Kunst en cultuur vormt een cruciale pijler voor de aantrekkingskracht van Den Haag. Als toeristische bestemming en als vestigingsstad met een hoge kwaliteit van leven. Naast de toeristische proposities 'Stad aan zee' en 'Koninklijke stad' is de kunst- en cultuursector de belangrijkste reden voor een bezoek aan de stad. In de praktijk zijn deze kwaliteiten onlosmakelijk met elkaar verbonden. In zowel productontwikkeling als communicatie worden succesvolle combinaties gemaakt tussen het profiel van stad aan zee en het Haagse kunst- en cultuuraanbod.

Als het gaat om het internationale imago van de stad kan niet voorbij worden gegaan aan de positie van Den Haag als Internationale Stad van Vrede Recht. Al eeuwenlang wordt hier gewerkt aan een rechtvaardige, veilige en betere wereld. De stad verwelkomt mensen, ondernemers en organisaties met economische en maatschappelijke impact. Vrede en Recht is in internationaal opzicht de belangrijkste associatie die mensen bij Den Haag hebben. Om deze associatiekracht te benutten en verder te versterken wordt in de positionering van de Haagse kunst- en cultuursector een link gelegd met Vrede en Recht.

Het imago van Den Haag als 'cultuurstad' blijft momenteel achter bij het potentieel. Nationaal en internationaal scoort de stad onder bezoekers relatief laag in vergelijking met andere steden (Bron: Motivaction). Ook in een vergelijkende benchmarkstudie blijkt dat Den Haag weliswaar erg goed scoort op 'kwaliteit van leven', maar het kunst- en cultuuraanbod relatief onbekend is (Bron: Business of Cities). Om (internationale) bezoekers te blijven boeien en de stad als hoogwaardige vestigingslocatie te laten zien, moet de sector zich in internationaal perspectief sterker onderscheiden. Een scherpe positionering dient hierbij als inhoudelijk kader om het imago van 'cultuurstad' te versterken en de internationale concurrentiepositie te verbeteren.

De sector

Naast Hagenaars en bezoekers zijn de culturele organisaties zelf ook een belangrijke doelgroep. De positionering kan hen inspireren en verbinden om gezamenlijk de sector op de kaart te zetten. De positionering zou relevant en bruikbaar moeten zijn voor de gehele breedte van de sector: van bestuurders en directies tot de makers en vakmensen die de sector vormgeven (kunstenaars, curatoren, dj's, producenten, schrijvers, technici, etc.).



POSITIONERINGSSTATEMENT



In Den Haag laat kunst en cultuur je de wereld ontdekken. Al het moois, maar ook wat gezien en gezegd moet worden. Confronterend, schurend én verbindend. Den Haag durft contrasten te omarmen. Den Haag is Het meisje met de Parel én Haagse Harry. Verfijnd en ongetemd. Met kunstopleidingen voor internationaal toptalent en een stad die oog heeft voor de veelkleurige talenten van Hagenaars.





DRIE LEIDENDE PRINCIPES

De onderstaande drie principes werken elk een belangrijk element uit van de positionering van de Haagse kunst en cultuur. De titels van de leidende principes zijn niet bedoeld om letterlijk te communiceren, maar dienen als beschrijvende kopjes. De drie principes vormen de belangrijkste bouwstenen van de positionering en kunnen gebruikt worden om initiatieven op aan te laten sluiten.

1



STAD VAN MEERSTEMMIGHEID

Den Haag is de stad van meerstemmigheid. Als Internationale Stad van Vrede en Recht én het politieke hart van Nederland is Den Haag een plek van geluid en tegengeluid. Wat Hagenaars, Nederlanders en mensen over de hele wereld bezighoudt klinkt door in de Haagse kunst- en cultuursector. Kunstenaars, vrijdenkers en cultuurmakers vinden hier een podium om belangrijke onderwerpen te agenderen, nieuwe perspectieven te tonen en hoop te bieden.

2



VERFIJND EN ONGETEMD

Den Haag verenigt uitersten: verfijnd en ongetemd. Internationale topkunst en lokale helden. Je vindt hier wereldberoemde musea naast creatieve broedplaatsen. Toonaangevende podiumkunsten naast grensverleggende festivals en nachtcultuur. In het Museumkwartier en rond het Spuiplein, maar ook op plekken als het Popdistrict en de Binckhorst vloeien genres en kunststromingen in elkaar over. Deze gelaagdheid verrast en nodigt uit om verder te kijken dan het bekende.

3



ELK TALENT TELT

Al eeuwenlang verrijken Haagse kunstopleidingen en culturele instituten de wereld van kunst en cultuur. Den Haag trekt internationaal toptalent aan en biedt tegelijkertijd ruimte aan vele andere gezichten van talent: van selfmade artiesten tot cultuurpioniers. Het grote kan niet zonder het kleine en samenwerken gaat boven concurrentie. Makers weten elkaar goed te vinden wat leidt tot verrassende initiatieven en projecten. Via de Cultuurankers en initiatieven in de wijken is cultuur dichtbij, toegankelijk en persoonlijk, waardoor de weg naar groei en ontwikkeling voor iedereen bereikbaar blijft.

HET VERHAAL VAN DE POSITIONERING

De leidende principes zijn tijdens de bijeenkomsten met stakeholders uit de kunst- en cultuursector getoetst en aangescherpt, maar ook aanleiding geweest voor een verhalende uitwerking die het gevoel van de cultuurpositionering vangt. Deze 'storytelling' van de positionering is - met speciale dank aan Dario Goldbach en Jimmy -Pierre de Graaf - opgetekend en opgenomen als bijlage van dit positioneringsdocument.



TOEPASSING

De positionering van de Haagse kunst- en cultuursector fungeert als inhoudelijk kompas voor de ontwikkeling en profilering van de sector. Door acties consistent aan de positionering te toetsen kunnen scherpe en transparante keuzes worden gemaakt - ook wanneer belangen complex zijn. Of het nu gaat om campagnes, het bepalen van subsidiecriteria of de ontwikkeling van cultuurbeleid: de optelsom van keuzes moet de positionering waarmaken. Onderstaand overzicht geeft inzicht in wat wel en wat niet onder de positionering wordt verstaan.

Wat is het WEL

- Mensen verbinden
- Inspireren met nieuwe inzichten
- Oog hebben voor wat speelt in de stad en de wereld

1

STAD VAN MEERSTEMMIGHEID

Wat is het NIET

- Overdreven moralistisch
- Geen ruimte voor luchtigheid
- Het uitvergroten van tegenstellingen

Wat is het WEL

- Genres en hokjes doorbreken
- Het minder bekende cultuuraanbod onder de aandacht brengen
- Grote publiekstrekkers naast verborgen parels

2

VERFIJND EN ONGETEMD

Wat is het NIET

- Geforceerde combinaties
- Alles voor een breed publiek
- Aangereikt op een presenteerblaadje

Wat is het WEL

- Vrijheid om je eigen pad te kiezen
- Kansen voor talentontwikkeling in elke wijk
- Internationaal gerenommeerd opleidingscentrum

3

ELK TALENT TELT

Wat is het NIET

- Een vaste definitie van talent
- Beperkend tot professionele makers
- Instituten die binnen hun eigen muren blijven



MAURITSHUIS

RELATIE MET HAAGSE MERKWAARDEN

De Haagse merkwaarden zijn belangrijke kwaliteiten die Den Haag zijn eigen unieke karakter geven. Ze bepalen de sfeer die je dagelijks in de stad ervaart en het beeld dat Den Haag oproept. Hieronder lees je hoe de Haagse kunst en cultuur zich kan spiegelen aan de merkwaarden.



STEDELIJK IN DE MENSELIJKE MAAT

Den Haag is stedelijk in de menselijke maat: internationale allure met oog voor de lokale schaal. Dat geldt ook voor het Haagse kunst- en cultuuraanbod. Internationaal toonaangevende publiekstrekkingen, maar ook ruimte voor het intieme en kleinschalige aanbod. Cultuur is zo altijd dichtbij, in alle wijken van de stad.



VERFRISSEND DANKZIJ CONTRASTEN

Den Haag is onmiskenbaar een stad van contrasten: van zand en veen, en van internationals tot native-Hagenezen. De diversiteit die je hier vindt, is normaal gesproken voorbehouden aan grote wereldsteden. De Haagse kunst en cultuur omarmt deze contrasten. Dit komt tot uiting in een veelzijdig aanbod waarin Hagenaars en bezoekers zich steeds meer herkennen.



MAATSCHAPPELIJK BETROKKEN

Den Haag is een complexe stad met grote maatschappelijke uitdagingen en verschillen. Kunst en cultuur heeft hier niet alleen een artistieke waarde, maar vervult ook een cruciale maatschappelijke functie. Het verbindt mensen, biedt nieuwe perspectieven en helpt Hagenaars hun talenten verder te ontwikkelen.



INTERNATIONALE STAD VAN VREDE & RECHT

Als Internationale Stad van Vrede en Recht werkt Den Haag iedere dag aan een rechtvaardige, veilige en betere wereld. Dit stedelijke karakter klinkt bewust en onbewust door in het kunst- en cultuuraanbod van de stad. Zo vormt cultuur de stem van Den Haag en versterkt zij het internationale profiel van de stad.



STAD AAN ZEE

De ligging aan zee maakt Den Haag een unieke plek om te wonen en te bezoeken. De combinatie van elf kilometer kust en een rijk cultureel leven maakt de stad extra aantrekkelijk. Door kunst en kust slimmer te combineren - 'cultuur aan zee' - maken we deze belofte nog sterker waar.



REGERINGSCENTRUM

De rol van Den Haag als regeringscentrum is, net als Vrede en Recht, onlosmakelijk verbonden met de stad. Het is de belangrijkste associatie die Nederlanders met Den Haag hebben. De Haagse kunst- en cultuursector speelt hier logischerwijs op in door thema's aan te snijden die lokaal, nationaal én wereldwijd actueel zijn.

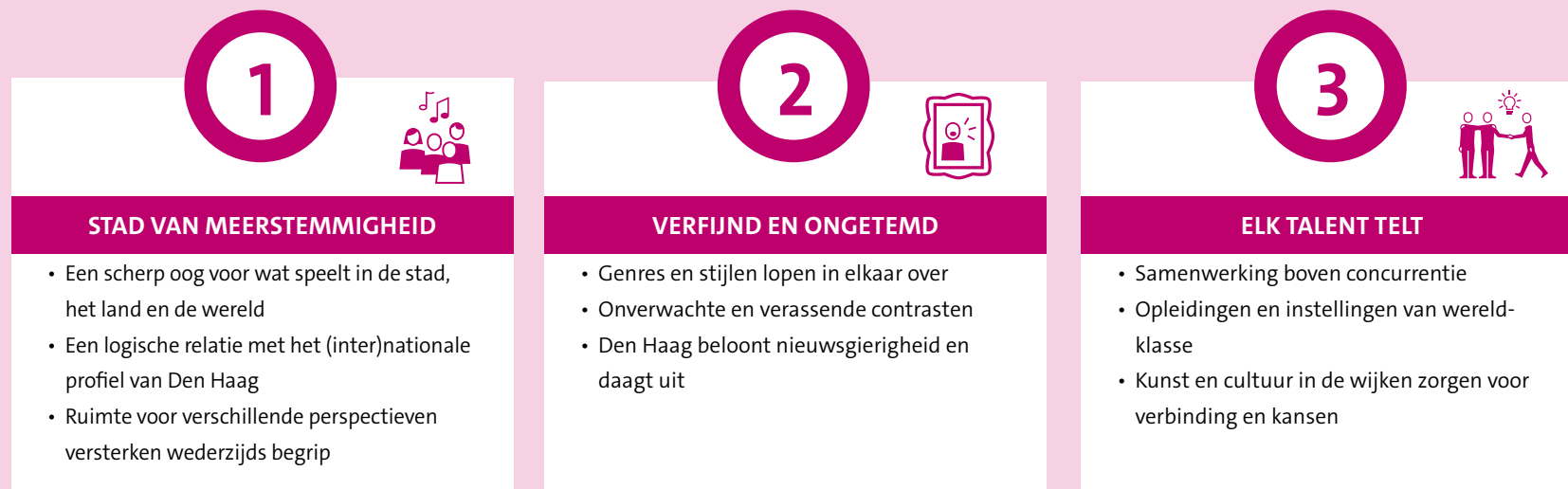


POSITIONERINGSPOORT

In Den Haag laat kunst en cultuur je de wereld ontdekken. Al het moois, maar ook wat gezien en gezegd moet worden. Confronterend, schurend én verbindend. Den Haag durft contrasten te omarmen. Den Haag is Het meisje met de Parel én Haagse Harry. Verfijnd en ongetemd. Kunstopleidingen voor internationaal toptalent en een stad die oog heeft voor de veelkleurige talenten van Hagenaars.

EEN HANDIGE
SAMENVATTING
VAN DE
POSITIONERING
VAN DE HAAGSE KUNST-
EN CULTUURSECTOR

DE POSITIONERING VAN DE HAAGSE KUNST EN CULTUUR IN DRIE LEIDENDE PRINCIPES:



AAN DE SLAG!

De positionering is belangrijk bij het ontwikkelen en promoten van de Haagse kunst- en cultuursector:

- Aanbod: Zorg voor een passend cultuuraanbod en -programmering
- Evenementen: Pak met festivals en themajaren de aandacht en vergroot het bereik
- Betrek de stad: Maak Hagenaars in alle wijken trotste ambassadeurs
- Marketing: Versterk nationaal en internationaal het imago van 'cultuurstad' Den Haag.



TOT SLOT

De Haagse cultuursector is ontzettend veelzijdig. Kunst en cultuur heeft in Den Haag duizenden gezichten. Een sterke cultuurpositionering vraagt echter om scherpe keuzes. Door te focussen op wat de Haagse kunst- en cultuursector écht onderscheidend maakt, ontstaat een kompas dat richting geeft aan de verdere ontwikkeling en profilering van de sector. Het is als een warenhuis: hoewel er van alles wordt aangeboden, staan een aantal kenmerkende merken en producten in de etalage.

De positionering voor de Haagse kunst- en cultuursector biedt heldere uitgangspunten om de komende jaren het cultuuraanbod en het imago van Den Haag als cultuurstad te versterken. Dit slaagt alleen als de positionering op alle niveaus wordt omarmd: door de gemeente en de culturele sector, van bestuur en directie tot aan de makers, kunstenaars en creatief denkers.

Bij het werken met de positionering kan tijdens specifieke momenten of acties (denk aan een evenement of een campagne voor een specifieke doelgroep) de nadruk op een bepaald onderdeel van de positionering liggen. Uiteindelijk is het belangrijk dat de optelsom van initiatieven de positionering volledig waarmaakt. Een positionering krijgt pas echt betekenis wanneer deze consistent wordt uitgedragen en nageleefd.





BIJLAGE HET VERHAAL VAN DE POSITIONERING

Stad van meerstemmigheid

Den Haag omarmt de contrasten van de stad. Zeezout op je lippen en geschiedenis onder je voeten. Hier lopen sneakers langs paleizen, maar ook pakken over pleinen waar kunst harder klinkt dan de meeuwen boven de boulevard. De stad die ademt tussen zee, zand, veen en politiek. Mensen uit alle hoeken van de wereld lopen hier over dezelfde stoepen. Als Internationale Stad van Vrede en Recht, het politieke centrum van Nederland én een stad waar mensen uit de hele wereld hun thuis vinden, is het dé stad van meerstemmigheid.

Wat er in de stad speelt, sijpelt altijd door in het werk van kunstenaars: culturele verschillen, de internationale blik, de politieke spanning en de energie van verschillende gemeenschappen die hier samenleven. Kunst en cultuur vormen de stem van de stad. Want in Den Haag denken we hardop, leggen gevoelige plekken bloot en openen perspectieven. Thema's als vrijheid, macht, identiteit, inclusie, ongelijkheid en samenleven krijgen vorm in voorstellingen, concerten, beeldende kunst, lezingen en festivals. De geschiedenis van Den Haag maakt daar onlosmakelijk deel van uit; met verhalen die worden onderzocht, verteld en opnieuw bekeken. Onze stad weet dat de wereld ingewikkeld is. En juist daarom blijven we luisteren, vragen stellen en werelden verkennen.

Verfijnd en ongetemd

In Den Haag liggen werelden dicht naast elkaar. In onze stad loop je van een zaal vol zeventiende-eeuwse schilderijen zo een nachtclub in waar de bas tegen de muren dreunt. Je vindt in en rond het Museumkwartier, het Spuiplein, de Binckhorst en het Popdistrict plekken die ver buiten Nederland naam maken. Van de zee tot aan het Binnenhof beweeg je langs cultuurankers, werkplaatsen, broedplaatsen, tijdelijke galerieën en grensverleggende festivals en podia die de boel opschudden, de norm bevragen en de stad verbinden. In ons Den Haag kleuren deze contrasten samen: nieuw en oud, verfijnd en ongetemd, tijdloos en urgent bewegen door elkaar en mét elkaar. Het hoort hier allemaal bij dezelfde stad.

Onze veelzijdige identiteit willen we de komende jaren behouden en verstevigen. Den Haag wil de stad zijn en blijven voor de culturele ontdekkingsreiziger. Elke dag verkennen we samen wat klassiek hedendaags maakt. We laten kunstenaars zich inspireren door wat er al is, maar nooit beperkt door het verleden. Hier bouwen we aan een gemeenschap die openstaat voor de wereld en stevig geworteld is in de stad zelf. Waar het lokale een internationale impact heeft en internationale perspectieven de stad verrijken. Waar Hagenaars, makers, instellingen en bezoekers samen onderdeel zijn van één cultureel ecosysteem: verbonden, nieuwsgierig en met een vleugje Haagse bluf. Of je hier nu woont of op bezoek bent, Den Haag is dé uitnodiging om op ontdekking te gaan.

Elk talent telt

Den Haag is een stad van kansen. Ideeën in je jaszak, plannen op een bierviltje, kunst voor iedereen. Hier wordt het kleine idee net zo serieus wordt genomen als het grote podium. Onze stad kent geen vast recept voor kunst. Hier kunnen makers en Hagenaars hun eigen route kiezen. Via talloze initiatieven in de stad maken zij kennis met theater, dans, film, literatuur, beeldende kunst, muziek en cabaret. Het is de unieke mix die de stad karakter geeft. Stad, mens, kunst, talent en urgentie komen hier samen. Op korte afstand van elkaar. Vaak achter dezelfde deur. Je moet soms bukken, opzij kijken, aan een deur morrelen. Maar wie dat doet merkt: er gaat hier vaker een deur open dan dicht. En dan zegt iemand: "Daar ben je. Net op tijd om mee te doen."

We werken als sector hard aan de ideale voedingsbodem waar beginnende en ervaren kunstenaars elkaar gemakkelijk vinden. Waar talent en iconen elkaar voorstuwen. Met podia waar makers vol potentie van over de hele wereld samenkomen, zoals op de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten en het Koninklijk Conservatorium. Grote instellingen werken samen met jonge makers. Festivals met buurten. Musea met collectieven. Hier investeren we actief in een nieuwe generaties kunstenaars en Hagenaars. Niet om allemaal hetzelfde te worden, maar juist om nieuwe richtingen te vinden. Dat gevoel, die open houding, de ruimte voor de culturele top en de innovatieve rafelranden: dat is Den Haag.

BIJLAGE BETROKKEN PARTIJEN

Instelling	Functie	Discipline
aight	artistiek directeur dans	hiphop
amare	algemeen directeur	muziek/dans
classical now	zakelijk directeur	klassieke muziek
classical now	artistiek directeur	klassieke muziek
createeg	eigenaar	algemeen
cultuuranker bibliotheken	programmaleider	cultuurparticipatie
cultuurschakel	algemeen directeur	cultuureducatie/participatie
de betovering	algemeen directeur	kunsthistorie voor kinderen
directieoverleg musea	voorzitter	musea
donkergroen creators	co-creator	festivalorganisatie
donkergroen creators	co-creator	festivalorganisatie
elders literair	redactiesecretaris	letteren
festival rastaplas in the city	organisatie	festivals
filmhuis den haag	marketing	film
filmhuis den haag	marketing	film
filmhuis den haag	programmeur	film
filmhuis den haag	directeur	film
grafische werkplaats	voorzitter bestuur	beeldende kunst
haags historisch museum	marketing	musea
het nationaal theater	zakelijk directeur	theater
het nationale theater	marketing	theater
het nationale theater	marketing	theater
het nationale theater	marketing	theater
hiiit	zakelijk directeur	nieuwe muziek
hiiit	marketing	nieuwe muziek
holland dance	relatiemanager	dans
huis van gedichten	algemeen directeur	letteren
huis van het boek	marketing	musea
indisch herinnerings centrum	directeur	musea
koninklijke academie van beeldende kunst	marketing	kunstonderwijs
koo	marketing en communicatie	cultuureducatie

Instelling	Functie	Discipline
korzo	zakelijk directeur	dans
laaktheater	directeur	theater
moore	broedplaatsmakelaar	beeldende kunst/broedplaatsen
movies that matter	marketing	film
museon-omniversum	directeur	musea/film
musica antica	zakelijk directeur	oude muziek
musicon	algemeen directeur	popsector
nederlands dans theater	merk en communicatie	dans
nederlands dans theater	marketing	dans
nest	waarnemend directeur	beeldende kunst
offproject	artistiek directeur	dans
opera2day	marketing	muziek
opera2day	zakelijk directeur	
opera2day	marketing	muziek
paard	hoofd marketing	popsector
paard	algemeen directeur	popsector
popdistrict	programmeur	popsector
popdistrict	marketing	popsector
popradar	marketing	popsector
residentie orkest	hoofd marketing	klassieke muziek
residentie orkest	zakelijk directeur	klassieke muziek
stroom	zakelijk directeur	beeldende kunst/broedplaatsen
stroom	pers en communicatie	beeldende kunst/broedplaatsen
stroom	marketing en communicatie	beeldende kunst/broedplaatsen
stroom	artistiek directeur	beeldende kunst/broedplaatsen
the hague & partners	marketeer	stedelijke marketing
the hague & partners	marketeer	stedelijke marketing
the hague & partners	teamleider marketing	stedelijke marketing
the hague & partners	algemeen directeur	stedelijke marketing
theater diligentia-pepijn	algemeen directeur	theater
theater diligentia-pepijn	marketing	theater
topaze	eigenaar en artiest	beeldende kunst
tv west	producent	cultuur
zuderparktheater/de betovering	marketing	theater/festivals



RO
N
DT

events

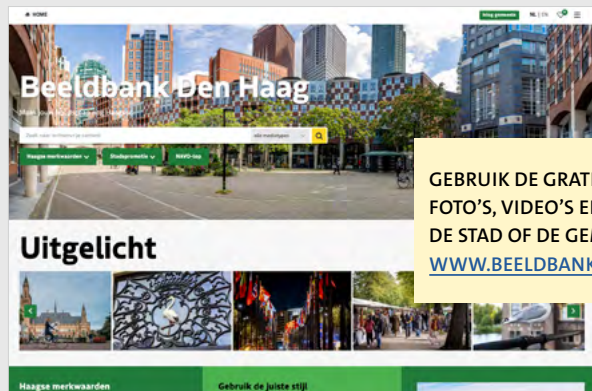
SPOTLIGHT
FEST



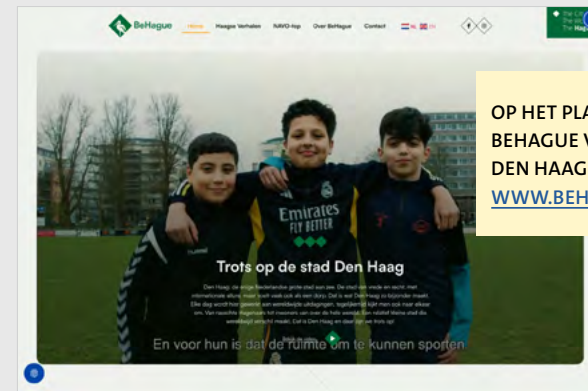
OVER BUREAU CITYBRANDING

Het gemeentelijke Bureau Citybranding adviseert bij positioneringsvraagstukken voor de stad en helpt de Haagse merkwaaarden toepassen. Daarnaast voert het Bureau Citybranding projecten uit die helpen de stadstrots te vergroten en het (internationale) imago van Den Haag te versterken.

Is er iets waarmee het Bureau Citybranding jou kan helpen of heb je behoefte aan meer informatie? Mail dan met citybranding@denhaag.nl of word lid van het Haags Netwerk Citybranding via LinkedIn [Citybranding Den Haag](https://www.linkedin.com/company/citybranding-den-haag/).

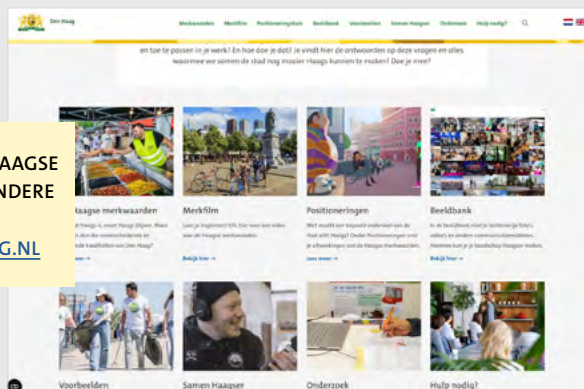


GEBRUIK DE GRATIS BEELDBANK VOOR FOTO'S, VIDEO'S EN DE HUISSTIJL VAN DE STAD OF DE GEMEENTE:
WWW.BEELDBANKDENHAAG.NL

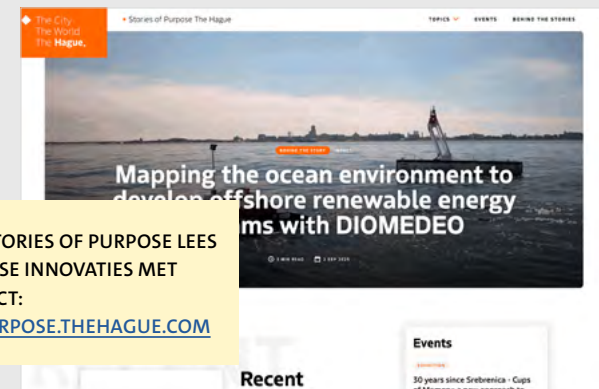


OP HET PLATFORM VOOR HAAGSE TROTS BEHAGUE VIND JE VERHALEN OVER WAT DEN HAAG BIJZONDER MAAKT:
WWW.BEHAGUE.COM

LEER MEER OVER DE HAAGSE MERKWAARDEN EN ANDERE POSITIONERINGEN:
WWW.MERK.DENHAAG.NL



IN HET MAGAZINE STORIES OF PURPOSE LEES JE ALLES OVER HAAGSE INNOVATIES MET WERELDWIJDE IMPACT:
WWW.STORIESOFPURPOSE.THEHAGUE.COM



Colofon

Dit is een uitgave van
Gemeente Den Haag

Vormgeving
Dienst Bedrijfsvoering
Multimedia

April 2026