

JAAAR- VERSLAG 2025

Merel van der Spiegel voor Cultuur in Dordrecht

CULTUUR IN
DORDRECHT
CULTUUR IN
DORDRECHT
CULTUUR IN
DORDRECHT

DORDRECHT
MARKETING
& PARTNERS



Voorwoord

Cultuur in Dordrecht heeft dit jaar opnieuw een mooie groei laten zien ten opzichte van het jaar ervoor. Dat is extra waardevol in een periode waarin de financiële steun vanuit de gemeente is weggevallen. Dankzij de inzet van Dordrecht Marketing & Partners en de betrokkenheid van de culturele partners is het gelukt om cultuur in de stad zichtbaar te maken voor een bredere doelgroep en verder te versterken.

De samenwerking met onze partners is daarbij gegroeid: van quasi vreemden naar goede burens. Daarmee is een sterker en meer verbonden Cultureel Dordrecht weer een stap dichterbij gekomen. *Cultuur in Dordrecht* weet zich bovendien steeds duidelijker te onderscheiden als aanvullend en ondersteunend kanaal op wat partners zelf al doen.

Tegelijkertijd ligt veel uitvoerend werk nog bij Dordrecht Marketing & Partners en is er beperkt sprake van co-creatie of gezamenlijke promotie. Richting 2026 zien we hierin een belangrijke kans om het partnerschap verder te verdiepen en samen meer initiatief te nemen om cultuur in Dordrecht nog steviger op de kaart te zetten.

Dordrecht Cultuurstad

Missie

- Culturele activiteiten toegankelijker en zichtbaarder maken voor een breder publiek.
- Dordrecht op de kaart zetten als dé cultuurstad van Nederland.
- Culturele partijen uit Dordrecht met elkaar verbinden, om zo als geheel cultuur te promoten.





Visie

- Dordrecht positioneren als een culturele bestemming die bekend staat om haar creatieve vitaliteit en diversiteit.
- We streven ernaar een platform te zijn dat artistieke expressie aanmoedigt, culturele uitwisselingen stimuleert en een breed scala aan kunstvormen ondersteunt.
- Door samen te werken met partners uit de culturele sector, willen we een omgeving creëren waarin cultuur gedijt, mensen inspireert en verbindt.

De samenwerking sluit aan bij de ambities van zowel het Cultureel Platform en waar mogelijk bij de cultuurnota.

Resultaten gestelde doelen 2025 (1)

1. Groei

*Focus op social media kanalen. Aantal volgers en bereik laten groeien.
Betaalde campagnes richten op groei aantal volgers.*

Aantal Instagram volgers (4.127) dit jaar aanzienlijk gegroeid: 46%
Veel nieuwe videocontent ontwikkeld en gepromoot.

*Focus op website verkeer bij SEO/SEA optimalisatie en link vermelding op
externe sites, social media kanalen, stickers, posters, etc.*

**Website verder verbeterd, eerst met SEO teksten, toen met GEO teksten
(geschikt voor AI). URL website wordt op alle uitingen gecommuniceerd.**
**Partners verzocht een link naar Cultuur in Dordrecht op hun eigen website
te plaatsen, logo ergens te vermelden en Cultuur in Dordrecht mee te
nemen in hun uitingen. Helaas wordt hier nog onvoldoende gehoor aan
gegeven. Dit is één van de punten waarbij we meer inhoudelijke
ondersteuning verwachten.**

Organische uitbreiding posterlocaties

**75 vaste posterlocaties + extra uitbreiding locaties voor specifieke
doelgroepen**



Resultaten gestelde doelen 2025 (2)

2. Nieuwe middelen

Starten met nieuwsbrief

Maandelijkse nieuwsbrief. Aantal geabonneerden in 2026 verhogen. Wordt altijd vermeld in de Dordt Centraal. Hulp van partners is hierbij gewenst.

Fysieke zichtbaarheid vergroten (muurschildering in opdracht van cultuurindordrecht: 'letterdief' concept, idee van openlucht museum, speurtocht langs cultuur organisaties...)

Muurschildering is nog niet van de grond gekomen. Heb contact gezocht met de gemeente over dit project. Gezien de complexiteit en haalbaarheid is er een alternatief concept gekozen: meer fysieke zichtbaarheid dankzij grote digitale borden.



Resultaten gestelde doelen 2025 (3)

3. Uitbreiden

Nieuwe cultuur ambassadeurs

Een mooi item gemaakt over Dordtse makers in het cultuur magazine. Daarnaast nieuwe gezichten via Cultuur in Dordrecht, o.a. Isabel op TikTok en Britt stapt uit haar comfortzone op Instagram.

Cultuurnacht en Cultuursafari integreren

We hebben meer een ondersteunende rol aangenomen omwille van de hoeveelheid uren die we in Cultuur in Dordrecht stoppen. Zie meer over deze projecten op p.8.

Kunstkerk, Pictura en SCE potentiële nieuwe partners

Kunstkerk, Brasserie de Witt, Luca, ToBe en Popcentrale als nieuwe partners. Pictura helaas niet. Cultuur in Dordrecht telt nu 17 partners. Nationaal Onderwijsmuseum in 2026 geen partner meer. Potentiële nieuwe partners voor 2026: DOOR, Lex Lab, WG Gallery, Joy 2 Dance.



Resultaten gestelde doelen 2025 (4)

*Realiseren cross-overs naar andere partners, met als doel verlengen verblijf.
Denk aan samenwerking met horeca ondernemers.*

**Komt op uitzondering na lastig van de grond. Meerdere pogingen gedaan,
maar geen gehoor.**

4. Samenwerken

Meer betrokkenheid van de partners realiseren

Nee dit is hetzelfde gebleven. Sommigen iets meer dan anderen.

Zie meer p.9





Externe projecten

- **Dordtse Cultuurnacht**

Uitvoerend meegewerkt aan de marketing en promotie van de DCN gedurende het volledige traject. Bepalen van de huisstijl - marketingplan - opstellen begroting - outdoor communicatie - print en verspreiding - kunstwerk project - aankleding evenement.

- **Johan de Witt Jaar**

Ondersteund bij de uitvoering en ontwikkeling van het project. Landingspagina gebouwd en ontworpen - Uitingen Johan met feestmuts e.a. ontworpen - Flyer en verspreiding - Artikel in het cultuurmagazine - Meegedacht over leuke acties en ambassadeurs.

- **CultuurTent**

Ondersteund bij ontwikkeling plan en geadviseerd op de uitvoering. Mede ontworpen huisstijl en naam - vele gesprekken over jongeren met cultuurpartners - ontwikkeling promotiemateriaal - opzetten landingspagina en social media kanalen.

Samenwerking met de partners

Ook in 2025 hebben we de samenwerking met onze partners binnen het kanaal Cultuur in Dordrecht voortgezet. We waarderen het contact en de bereidheid om informatie aan te leveren wanneer hierom gevraagd wordt. Tegelijkertijd constateren we dat het initiatief vanuit partners – op enkele uitzonderingen na – beperkt blijft. Bijdragen komen meestal pas op verzoek, terwijl eigen initiatief en co-creatie nog nauwelijks worden benut.

Richting 2026 zien we kansen om het partnerschap verder te versterken door gezamenlijk actiever op te trekken. Co-creatie kan bijvoorbeeld vorm krijgen door samen campagnes te ontwikkelen, elkaar zichtbaar te maken via websites en nieuwsbrieven, of het platform structureel mee te nemen in evenementen en publiekscommunicatie zoals tijdens de Cultuurnacht.

Een partnerschap vraagt om gedeelde verantwoordelijkheid, waarbij beide partijen actief bijdragen aan het bereiken van gezamenlijke doelen. Door samen meer initiatief te nemen, kunnen we het culturele platform verder laten groeien en de sector in Dordrecht beter ondersteunen.



Nieuw!

- Nieuwe social media content. Nieuwe doelgroepen bereikt met on trend Tik Tok video's. Nieuwe Instagram Reels passend bij de huidige tijdsgeest. Nieuwe samenwerkingen zoals 'Britt stapt uit haar comfortzone'.
- Ondersteuning bij externe culturele projecten: Johan de Witt 400, Cultuurnacht en CultuurTent
- 2e editie cultuurmagazine met 5000 stuks, thema 'Tegen de Stroom in'
- Maandelijks hele pagina cultuuragenda in de Dordt Centraal
- Maandelijkse nieuwsbrief
- Doorlopend: uiting op grote digitale borden in Dordrecht
- Campagnes op Pinterest
- Advertenties op DPG media kanalen
- Narrowcasting bij Opstisport

A photograph of a luxurious, historic interior, likely a dining room. The room features dark wood paneling, a large mirror with a gold frame, and a table set with white linens and glassware. A blue and white ceramic jar sits on a red patterned rug in the foreground. The image is partially obscured by a pink circular graphic element.

Campagnes

- Mei: regionale campagne 'Tegen de stroom in'. Outdoor in Dordrecht, Papendrecht, Sliedrecht en Zwijndrecht. Verspreiding cultuur magazine. Online campagne met video animatie (887 kliks, 44k accounts bereikt, 83k weergaven, CPC 0,4, budget €500)
- Juni: kids campagne met online video (915 kliks, 48k accounts bereikt, 70k weergaven, CPC 0,5, budget €500)
- Hele jaar door gepromote video's via Instagram en kleine campagnes op Facebook en TikTok
- Landelijke campagne 'Culturele speeddate'. Zie uitgelicht volgende slide.

Campagne uitgelicht: Culturele speeddate!

Landelijke 360° campagne.

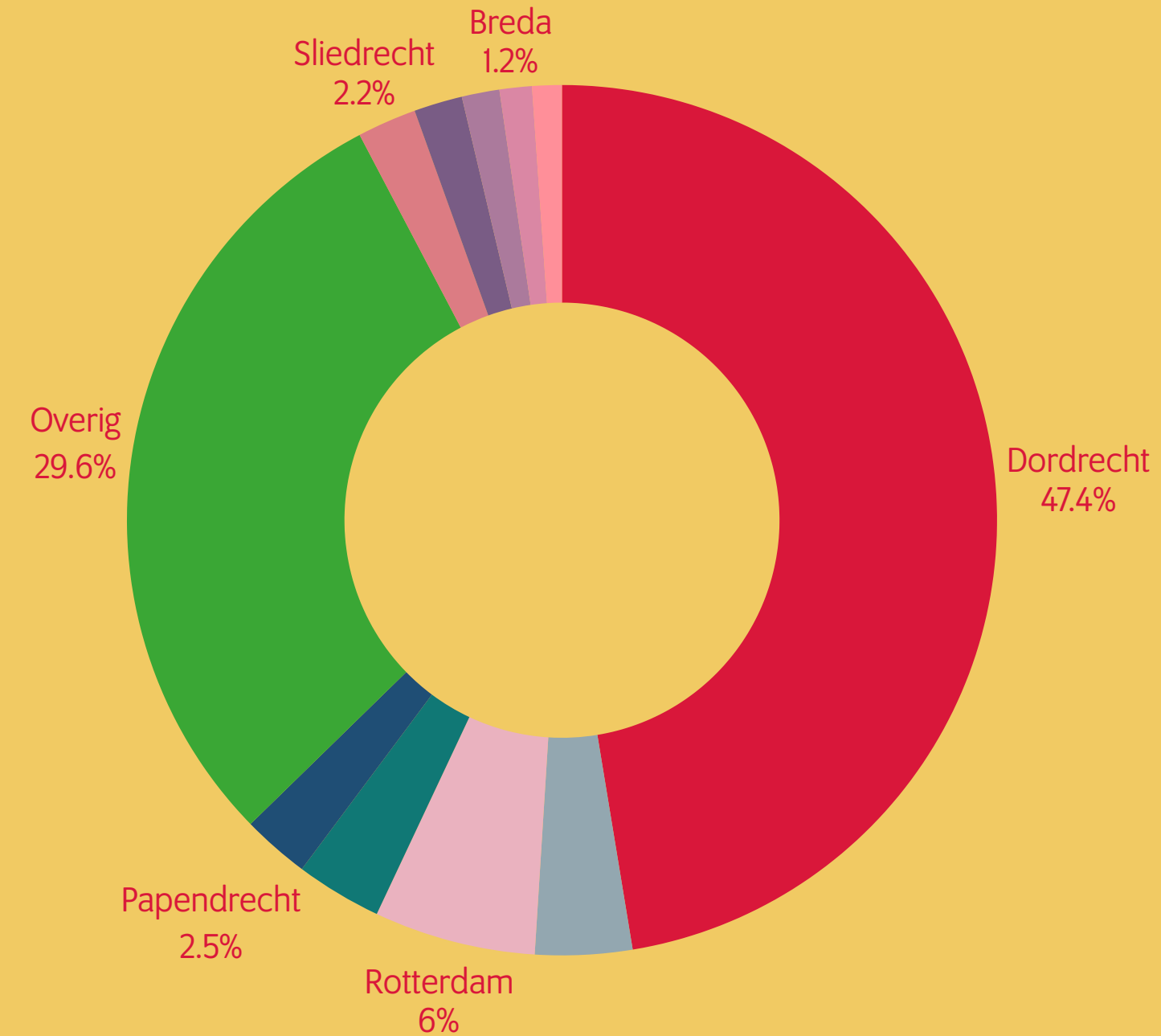
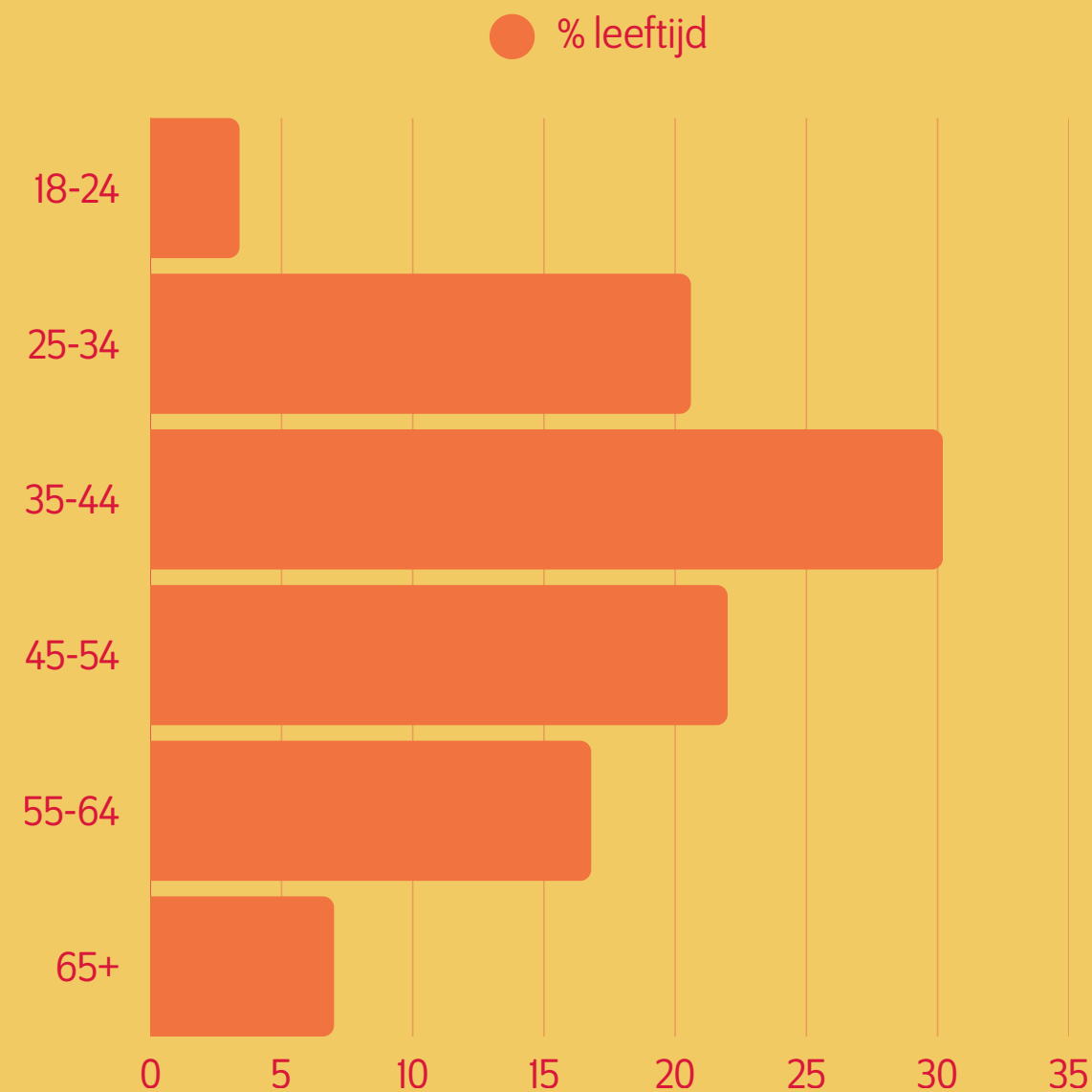
“Omdat je niet hoeft te kiezen. In Dordrecht pak je gewoon alles mee: van schilderij tot dansvloer, van theater tot terras. Alles op een paar stappen afstand.”

- Insteek: Cultuur in Dordrecht toegankelijk en fun maken en daarmee nieuwe doelgroepen aanspreken.
- Landingspagina: cultuurindordrecht.nl/speeddate
- 67 posities (digitale schermen NS en binnenstad) in Rotterdam gedurende een week, met meer dan een miljoen contacten
- Instagram: 9,3k kliks, 212k accounts bereikt, 446k weergaven, budget 2k, CPC 0,2
- Pinterest: 1,2 m impressies, 5,3k kliks, budget 2k, CPC 0.3%
- DPG media ads: 450k impressies, 900 kliks, CTR 0,2%, budget 2k



Insides Instagram

- We hebben in verhouding meer mensen uit omgevende steden getrokken dan vorig jaar.
- Doelgroep millennials is nog iets groter geworden (Op ons TikTok-account is 18-24 de grootste doelgroep).

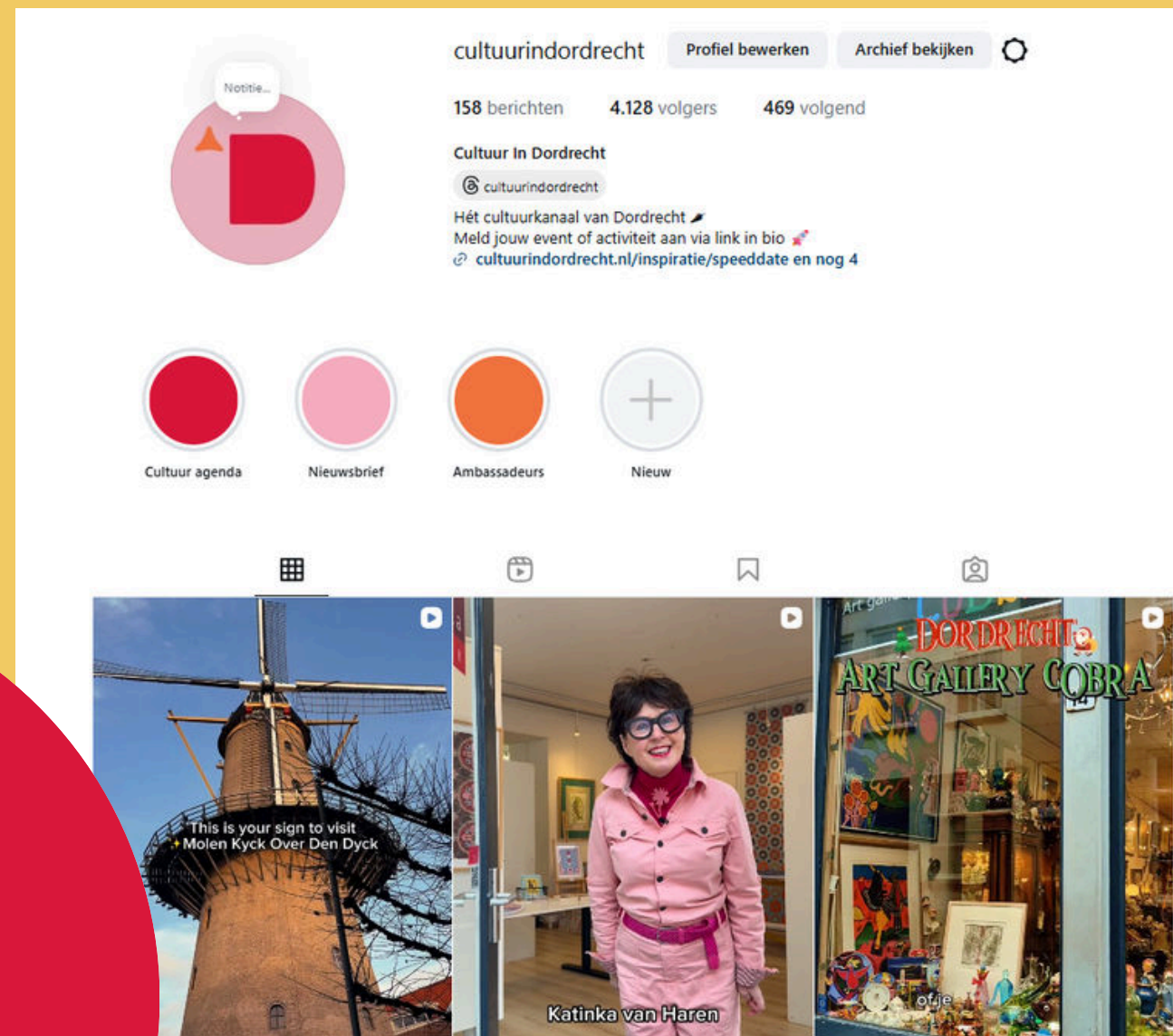
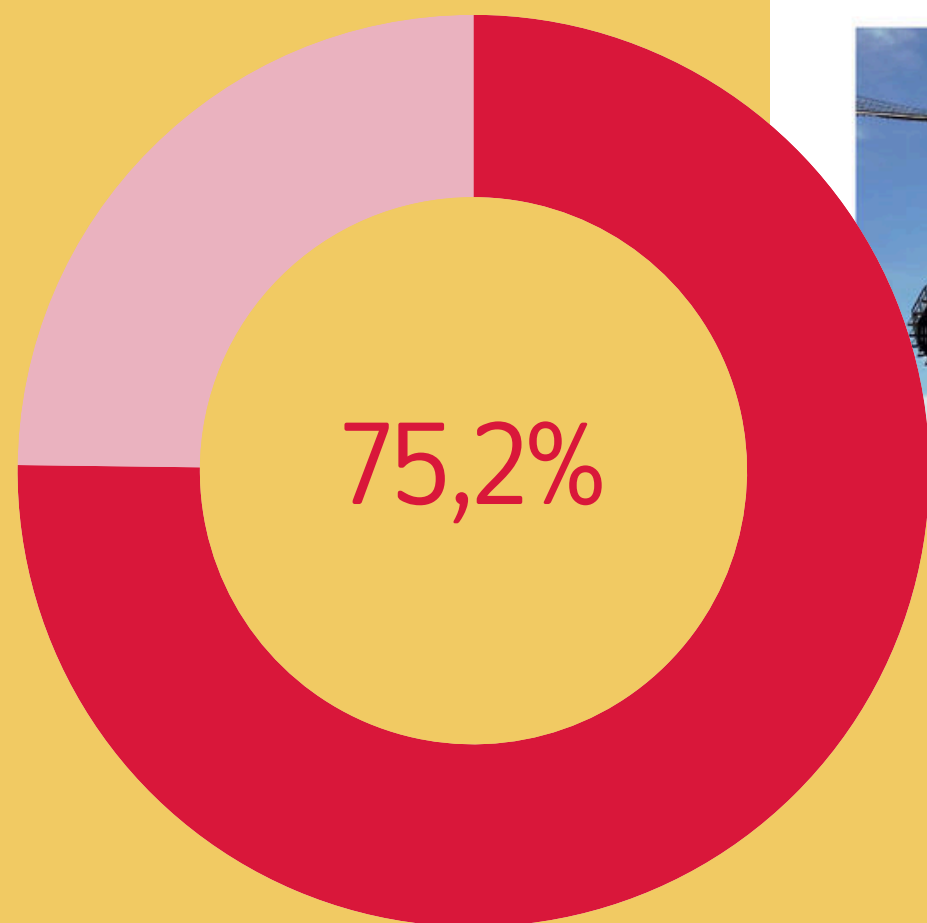


Content dat het goed heeft gedaan:

- Film in de Tuin (beste tiktok video)
- Mooie gebouwen/ verborgen parels (zolder van Kunstmin, Grote zaal Kunstmin, Kunstkerk, Huis van Gijn)
- Britt uit haar comfortzone serie

Insides Instagram

- @Cultuurindordrecht telt nu 4128 volgers. Dat is een groei van 46% ten opzichte van vorig jaar (target was 25%).
- Het percentage mannen is gegroeid t.o.v. vorig jaar (24,8%) (op TikTok is het 45%).



Insides TikTok

- 300k videoweergaven in 2025
- 33.2% 18-24 jaar
- 31.6% 25-34 jaar
- 45% man en 55% vrouw
- Steden: Dordrecht (15%), Rotterdam (13%), Utrecht (5,5%), Den Haag (4%), Zwijndrecht (3%), Tilburg (2%)

2026

- Online video's die inspelen op de trends
- Mini videoseries maken met verschillende ambassadeurs
- Campagnes uitbreiden naar omliggende steden
- Rebranding Cultuur magazine en website, aansluitend op merkvisie
- Aangaan nieuwe samenwerkingen met kleinere initiatieven
- Verbeteren inhoudelijke samenwerking met partners.



Uitingen



CULTUUR AGENDA SEPT



ZA 6 KRISPIJN FESTIJN
WEIZIGTPARK
Het Weizigtpark verandert in een gratis buurtfestival vol muziek, workshops, sport, spel en wereldse smaken. Ontdek, dans en geniet (gratis) van leuke activiteiten.

ZA 13 VOORSTRAAT NOORD & THE BIG DRAW FESTIVAL
BINNENSTAD
Feest in de Voorstraat met kunstenaars, kinderactiviteiten, muziek en straattheater. Bovendien creatieve tekenworkshops bij het Hof en in de Kloostertuin.

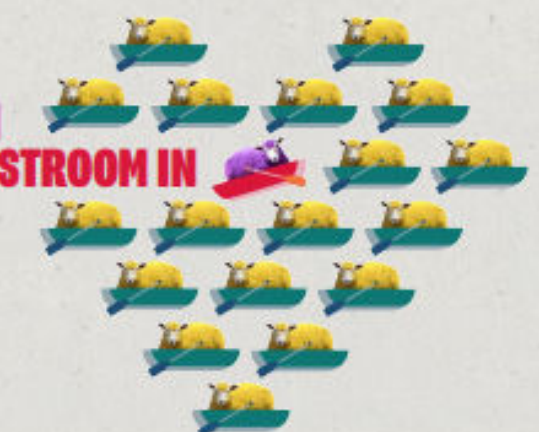
ZA 20 BOTANICA: CHICA CHICA
MUZIEKPODIUM DJS
Bibelot en Muziekpodium DIS lanceren Botanica: een tropische clubnacht met livebands, dansbare DJ-sets, psychedelica, groove, afrobeat en funk.

WO 24 VERJAARDAG JOHAN DE WITT
AUGUSTIJNENKERK
Dordrecht viert 400 jaar Johan de Witt met lezingen, theater, wandeling en tentoonstelling. Start bij de Augustijnenkerk, afsluiting in het Dordrechts Museum.

Voor meer inspiratie en de volledige agenda ga naar:
CULTUURINDORDRECHT.NL

DRIEMAAL IS DORDRECHT

HÉT (GRATIS) CULTUURMAGAZINE VAN DORDRECHT



TEGEN DE STROOM IN

KERST IN DE ZOMER
MUST DO'S
DORDTSE SFEERMAKERS

CULTUURINDORDRECHT.NL

Verwendel. Omarm. Koester.

DANS LUISTER GENIET

AVONDJE UIT? KAN GEWOON IN DORDRECHT

CULTUURINDORDRECHT.NL

