

## Projectplan – basisopzet

Je hebt als individu, met een groep of als vereniging een leuk idee voor een activiteit. Dat kan van alles zijn: een optreden/voorstelling/concert, expositie of workshop. Je weet misschien alleen niet goed hoe je de organisatie hiervan aan moet pakken.

Ook voor een subsidieaanvraag of bij het werven van fondsen is een goed opgezet en uitgewerkt plan belangrijk.

Begin dus in ieder geval met een projectplan.

De punten in dit document zijn bedoeld om een opzet te bieden bij het uitwerken van zo'n projectplan. Voor de organisatie van grote evenementen zal je waarschijnlijk alle punten langs moeten lopen. Voor een (relatief) kleine activiteit zoals een concert in een zaal zal je niet alle onderdelen nodig hebben.

Voor iedere activiteit (klein of groot) zou je een aantal onderwerpen sowieso mee moeten nemen in het projectplan. Dit zijn:

- opzet (indicatie datum, mogelijke locatie, in één regel wat en wie)
- doel en resultaat (zie pagina 2/3)
- tijdspad (zie pagina 4)
- begroting (zie pagina 5/6)
- promotie en doelgroep (zie pagina 9/10)
- vrijwilligers (zie pagina 13)

De andere onderwerpen die in dit document worden behandeld zijn:

- evenementenvergunning (zie pagina 7/8)
- draaiboek van de dag zelf (zie pagina 11)
- programma (zie pagina 12)
- verantwoording en evaluatie (zie pagina 14)

Dit document kan handvatten bieden bij het opzetten en doorlopen van een project, en zal verwijzen naar bronnen online. Met de juiste zoektermen is natuurlijk al erg veel zelf terug te vinden op internet.

Een veelgebruikte bron is de website van de Cultuurcoach van Enschede:

[www.cultuurinenschede.nl](http://www.cultuurinenschede.nl). Bij het kopje Kennisbank valt veel terug te vinden over onderwerpen als financiën, promotie en meer.

## Doel en resultaat

Om een goed onderbouwd plan te hebben is het belangrijk na te denken over:

- Het doel
- Waarom je dit doel wilt bereiken: je motivatie
- En hoe je dit doel gaat bereiken (het resultaat/de uitvoering).

Dit is ook het deel waar je mensen (vrijwilligers/deelnemers/subsidiënten) kan overtuigen van je plan en achter je krijgt.

Voorbeelden van doelen kunnen zijn:

- mensen betrekken bij/geld inzamelen voor een goed doel
- mensen activeren of verbinden
- ontspanning te verlenen
- podium bieden voor groepen uit de buurt
- het vieren van een jubileum
- herdenken van een historische gebeurtenis
- voorzien in een maatschappelijke behoefte (aan..)
- een verandering teweeg brengen (in..)

Een interessante theorie over het waarom je iets wil doen komt van Simon Sinek; "Start with why".

Lees hier meer over op [www.startwithwhy.com](http://www.startwithwhy.com).

Vanuit het doel moet dan nagedacht worden hoe je dit gaat bereiken.

Als je bijvoorbeeld een jubileum wilt vieren, kan dat gedaan worden door een concert te organiseren. Maar wellicht zijn er ook andere manieren om dit te doen.

Veelal wordt andersom geredeneerd: we gaan een concert organiseren. Waarom? We raden aan om dat niet te doen maar om bij het doel te beginnen en dan een passende activiteit erbij te zoeken.

Voorbeelden van resultaten kunnen zijn:

- het organiseren van een concert / voorstelling / expositie
- het opstellen van een educatief project
- het organiseren van een sponsorloop
- het betrekken van eenzame mensen bij de wekelijkse repetities (bijv. bij bardiensten)

## Plan SMART uitwerken

Bij het uitwerken van het plan is het belangrijk alles zo realistisch mogelijk op te stellen. Een veel gebruikte hulp hierbij is de term SMART. Je gaat je plan SMART opstellen; dit houdt in dat alle onderdelen moeten voldoen aan de volgende punten\*:

- **Specifiek** – *Is de doelstelling eenduidig?*
- **Meetbaar** – *Onder welke (meetbare/observeerbare) voorwaarden of vorm is het doel bereikt?*
- **Acceptabel** – *Is deze acceptabel voor de doelgroep en/of het management?*
- **Realistisch** – *Is het doel haalbaar?*
- **Tijdsgebonden** – *Wanneer (in de tijd) moet het doel bereikt zijn?*

Bron: <https://nl.wikipedia.org/wiki/SMART-principe>

Zie voor meer informatie: <http://www.carrieretijger.nl/functioneren/management/leidinggeven/doelen-stellen/smart>

## **Organisatie**

Vertel ook kort iets over je organisatie. Wat is je rechtsvorm (stichting/vereniging/..)? Werk je met professionals/amateurs/vrijwilligers?

## **Partners**

Vertel iets over de andere organisatie(s) waar je dit evenement mee opzet of uitvoert. Vertel met welke organisatie je samen de subsidieaanvraag doet, welke overeenkomstige doelen je hebt of waarom er een match is tussen jullie.

Maar ook, wie steunen je hierin in natura:

- door bijvoorbeeld een deel van de organisatie op zich te nemen,
- vrijwilligers te werven,
- door uitvoerend de manuren te sponsoren
- door de subsidie aan te vragen
- etc.

## Tijdspad

Het begin: je hebt een idee! En nu? Je kan nu een tijdspad maken. Dit bied houvast aan de organisatie en haar medewerkers voor taken die gebeuren moeten om het project te kunnen realiseren.

Werk uit wanneer je welke stappen gaat zetten. Sommigen zullen van elkaar afhankelijk zijn en pas kunnen plaatsvinden als de stap ervoor genomen is (zoals het vormgeven van drukwerk, het laten drukken en de verspreiding ervan), anderen kunnen gelijker tijd uitgevoerd worden (zoals het werven van fondsen en financieringen, en het werven van vrijwilligers).

## Globaal

Onderdelen die moeten gebeuren vóór het project plaatsvindt:

- opzet van het idee uitwerken op papier (beginpunt)
  - thema/doel (beginpunt)
  - organisatie (doorlopend)
  - partners vinden en binden (vanaf begin)
  - begroting maken (direct bij begin, blijven bijwerken tijdens project)
  - fondsen werven en subsidies aanvragen (verschilt per fonds/subsidiënt; hou rekening met minimaal 2 maanden en soms zelfs een half jaar wachten op bericht na indienen)
  - locatie(s) regelen (afhankelijk van opzet)
  - Gemeente Enschede informeren voor de jaarkalender evenementen (deadline jaarlijks 1 nov)
  - Enschede Promotie informeren over je plan voor nadere afstemming eventuele andere activiteiten (asap).
  - programma samenstellen (vanaf begin)
  - leveranciers benaderen (als programma en/of locaties enigszins duidelijk zijn)
  - drukwerk (programmaboekje/poster/flyer)
    - ontwerpen (input +/-3 weken tevoren aanleveren),
    - drukken (drukklare PDF +/- 1 a 2 weken voor ontvangst-datum aanleveren)
    - en verspreiden (naar eigen inzicht, o.a. afhankelijk van onderwerp, maar bijv. 2 weken tevoren flyer/posters verspreiden)
- Programmaboekje kan eventueel ook nog op dag zelf in papieren vorm verspreid worden (afhankelijk van het soort activiteit)
- evenementenvergunning aanvragen of -melding doen (zie pagina 5 voor meer info):
    - 5 werkdagen: bij een meldingsplichtige activiteit
    - 6 weken tevoren: evenement met + 500 en – 5.000 bezoekers per dag
    - 10 weken: meer dan 5.000 bezoekers per dag
  - pr, communicatie en marketing opzetten en uitvoeren (doorlopend)

Onderdelen die constant doorlopen

- begroting bijwerken
- draaiboek van de dag zelf maken en bijhouden

Onderdelen die na afloop plaatsvinden:

- afbouwen, opruimen, materiaal terugbrengen. (direct na afloop)
- deelnemers, vrijwilligers, leveranciers, sponsors en andere betrokkenen bedanken voor bijdrage (direct/zo snel mogelijk na activiteit)
- verantwoording (inhoudelijk en financieel) afleggen (zo snel mogelijk of voor officiële deadline)
- evaluatie met deelnemers, leveranciers en vrijwilligers (na afloop)

## Begroting

Het maken van een inschatting van de kosten die gemaakt zullen worden, en de (geschatte) inkomsten geeft je als organisatie een beeld van welke bedragen je tot je beschikking hebt om je activiteit te kunnen organiseren.

De eerste versie van een begroting kan je tijdens de het project blijven bijwerken. Zorg er wel altijd voor dat de inkomsten en uitgaven gelijk blijven en je niet in de min komt te staan onder de streep. De begroting stuur je ook mee bij subsidieaanvragen als onderbouwing en toelichting op je aanvraag.

Je begint met het maken van een begroting door in Excel:

- in een tabel twee kolommen te maken:
- aan de ene kant een kolom voor de inkomsten, en
- aan de andere kant een kolom met de uitgaven.
- Zet de uitgaven en inkomsten overzichtelijk onder elkaar (elk in hun eigen kolom)
- zorg ervoor dat onder de streep bij beide kolommen gelijk uitkomt

Voorbeelden van inkomsten:

- subsidie
- kaartverkoop
- horeca
- crowdfunding
- merchandise
- vrije gift
- sponsoring (in natura)
- vrienden van

Voorbeelden van uitgaven:

- catering
- personeel
- faciliteiten
- locatie
- programma
- (licht/geluids)techniek
- communicatie
- onvoorzien (+/- 5 – 10% van totaalbedrag)

De post “onvoorzien” is een onderdeel van de begroting die men mee kan nemen om onverwachte kosten te helpen dekken. Sponsoring die je binnenkrijgt in natura is ook belangrijk om mee te nemen in de begroting. Immers, als je de zaken die je in natura gesponsord kreeg had moeten kopen of huren, was je dat geld ook kwijt geweest.

Stel dit kostenplaatje op en je hebt een beeld van de kosten en baten die het evenement met zich meebrengt. Voor prijzen kan je offertes aanvragen, navraag doen bij andere evenementen of een (realistische) schatting doen.

Zie voor een begroting maken:

- Hoe maak je een begroting (op pagina staat linkje naar .doc stap-voor-stap Excel handleiding): <https://gratis cursus.wordpress.com/tag/hoemaak-ik-een-begroting/>
- Informatie over geldzaken en begrotingen: <http://cultureel-avonturiers.nl/cultuur-en-ondernemen/>
- Beroepskunstenaar.nl geeft info over het bestaan als beroeps, ook bruikbaar voor amateurs: <http://www.beroepkunstenaar.nl/muziek/stappenplan/?cirfaq=20677>

- De website van de cultuurcoach, met voorbeelden van de soorten kosten en inkomsten waar je aan kan denken:  
<http://www.cultuurinenschede.nl/begroting-en-dekkingsplan/>

## **Excel**

In Excel kan je dit heel duidelijk onder elkaar zetten, en met een beetje handigheid kan je het programma bedragen bij elkaar laten optellen/afrekken. Fijne bijkomstigheid hiervan is dat je niet telkens bij het aanpassen van één bedrag alle eindbedragen handmatig hoeft aanpassen.

Zie voor meer info over Excel:

- Online cursus Excel van de Bibliotheek  
<https://www.bibliotheek.nl/hema-academie/cursuspakket-ict.html>
- Open source alternatief voor Excel (Word, (gratis, Mac & Windows):  
<https://nl.libreoffice.org/download/>

De Volksuniversiteit Enschede (VUE) biedt workshops speciaal voor vrijwilligers. Deze zijn vaak tegen sterk gereduceerd tarief. Onderwerpen die aan bod komen zijn bijvoorbeeld:

- Excel
- presenteren
- vergaderen
- psychologie voor vrijwilligers
- bouwen aan je zelfvertrouwen

Daarnaast kan de VUE workshops op maat aanbieden (vergaderen, deskundigheidsbevordering, presenteren, etc.). Heb je een onderwerp die niet op de website staat aangeboden? Leg je vraag voor, wie weet kunnen ze iets op maat voor je maken.

Zie [www.vuenschede.nl/vrijwilligers/](http://www.vuenschede.nl/vrijwilligers/) of mail naar [info@vuenschede.nl](mailto:info@vuenschede.nl)

## Evenementenvergunning aanvragen

De gemeente wil graag toezien op activiteiten die haar inwoners aangaan en stelt voor bepaalde activiteiten (in de publieke ruimte) het aanvragen van een vergunning verplicht. Een evenementenvergunning is eigenlijk niet veel anders dan een vragenlijst met open en gesloten vragen over wat je van plan bent om te gaan doen tijdens je activiteit.

Denk hierbij aan vragen zoals:

- wordt er een podium geplaatst?
- wordt er versterkte muziek ten gehore gebracht?
- tot hoeveel dB(A) & dB(C) wordt er geluid versterkt?
- vind er verkoop plaats?
- hoe is de afvoer van afval geregeld?
- wordt er alcoholhoudende drank geschonken?
- worden er wegen afgesloten?
- wanneer wordt er opgebouwd/afgebouwd?
- etc.

Door binnen dit traject (dat zo'n 6 weken van tevoren begint) de plannen te controleren op veiligheid, sociale hygiëne, handhaving van de wet etc. probeert de gemeente zorg te dragen voor de veiligheid en leefbaarheid van haar stad voor haar bewoners en bezoekers.

Het plan dat ingediend wordt, wordt door de gemeente ambtenaren van de afdeling evenementenvergunningen voorgelegd aan de brandweer, politie, zorg, ingenieurs (bij gebruik podia/installaties/etc.) en soms de burgemeester (als het bijv. gaat om een locatie die normaal gesproken geen activiteiten van dat soort toelaat).

## Melding of vergunning?

Een melding volstaat als het gaat om een kleinere activiteiten, zonder al te veel (versterkt) geluid. Een vergunning is nodig bij grotere activiteiten, en dan met name in de publieke ruimte.

Kijk voor de specifieke voorwaarden op <https://dloket.enschede.nl/loket/producten-en-diensten/evenementenvergunning> of neem contact op met de gemeente Enschede (afdeling evenementenvergunningen) of Enschede Promotie voor advies hierin.

## Aanvraagtermijn

Indientermijn aanvraag evenementenvergunning:

Hoe lang van tevoren een melding gedaan/vergunning aangevraagd moet worden verschilt. De informatie hieronder is van de datum 19-11-2015:

- 5 werkdagen voorafgaand aan een meldingsplichtig evenement
- 6 weken voorafgaand aan een evenement waarbij meer dan 500 en minder dan 5.000 bezoekers per dag worden verwacht
- 10 weken voorafgaand aan een evenement waarbij meer dan 5.000 bezoekers per dag worden verwacht.

## Voorwaarden

De vergunning alleen is over het algemeen niet voldoende. Er worden aanvullende documenten gevraagd, die op de deadline voor het aanvragen van de vergunning binnen dienen te zijn bij de gemeente. Als je hiervan wil afwijken, overleg dit dan eerst met de gemeente/Enschede Promotie.

Denk bij deze documenten aan bijvoorbeeld:

- een plattegrond van de locatie,
- kopie paspoort indiener,
- constructietekening van podia/tribunes

## Bijlagen evenementenvergunning

Hieronder de tekst over de bijlagen zoals hij op de website van de Gemeente Enschede staat omschreven\*:

“Het is noodzakelijk dat u uw aanvraag voor de hierboven aangegeven termijnen indient, anders zal uw aanvraag niet in behandeling worden genomen.

*Overige bijlagen die gevraagd worden bij het insturen van een vergunningaanvraag:*

- *kopie legitimatiebewijs of kopie uittreksel kamer van koophandel;*
- *een situatietekening van het evenemententerrein met daarop ingetekend alle te plaatsten objecten (schaal 1:1000);*
- *een plattegrondtekening (schaal 1:100) van de te plaatsen tent(en) inclusief (nood)uitgangen, te plaatsen objecten, brandblusmiddelen, en het aantal aanwezige personen in de tent(en);*
- *constructieve gegevens van tijdelijke bouwwerken/podia (indien van toepassing);*
- *een routekaart (indien van toepassing);*
- *programma en draaiboek van het evenement (indien van toepassing);*
- *veiligheidsplan (voorheen: calamiteitenplan) (indien van toepassing);*
- *verkeerscirculatieplan (indien van toepassing)*
- *Kopie diploma Sociale Hygiëne (indien van toepassing)*
- *Statuten (indien van toepassing);*

*De Stichting Enschede Promotie kan ondersteuning bieden bij het indienen van o.a. een volledige aanvraag en tevens zorgen voor de juiste afstemming met diverse partijen in de binnenstad. Ook kunnen zij helpen bij het op schaal intekenen van de plattegrond van het evenement.*

*Hiervoor kunt u contact opnemen met de heer M. Lemm of mevrouw C. Mulder, telefoonnummer 053-4801970.”*

\* Bron: <https://dloket.enschede.nl/loket/producten-en-diensten/evenementenvergunning> (d.d. 13-01-2016)



## Het promoten van jouw project

Hoe bereik je je doelgroep? Het inzetten van promotiemiddelen is onmisbaar als je wil dat men weet van je evenement en langskomt. Denk hierbij aan de inzet van drukwerk, free publicity, social media, lokale kranten etc.

De benadering van ouderen vraagt om een andere aanpak dan als je een groep jongeren wil bereiken. Dus voor ouderen zet je andere middelen in dan als je je vooral richt op jongeren.

Begin op tijd! Promotie is een belangrijk onderdeel van je project. Mensen moeten weten van jullie plannen, anders zullen ze sowieso niet komen.

### Promotieplan

Maak een promotieplan, waarin je aangeeft wat je wanneer gaat doen, dit zorgt voor houvast voor je organisatie. En zorg dat minimaal 1 persoon verantwoordelijk is én tijd kan vrijmaken voor de communicatie. Kijk voor meer informatie op <http://www.cultuurinenschede.nl/het-schrijven-van-een-communicatieplan/>

### Promotiemiddelen

Hoe krijg je meer aandacht voor je activiteit? Een mogelijke manier is door acties op te zetten die extra aandacht vragen voor je activiteit. Denk náást persberichten, website, drukwerk en inzet van (social) media bijvoorbeeld aan reageer & win acties, prijsvragen, een advertorial in een krant of magazine, flyer in de stad, verspreiding van promotiemateriaal door deelnemers/partners/leveranciers/vrijwilligers etc.

Professionals hebben het hierbij over het verschil tussen pr en marketing. Wil je hier meer over lezen? Kijk dan bijvoorbeeld eens op

- <http://www.powerpr.nl/2013/11/pr-en-marketing-doe-allebei-je-eigen-ding/>
- <http://prgoeroe.nl/verschil-marketing-en-pr/>
- <http://www.intemarketing.nl/marketing/marketingmix/promotie>

Wees creatief, kijk naar voorbeelden. Vraag je af hoe jij zelf gewezen wordt op evenementen, vraag het aan je doelgroep. Denk hierbij ook aan Duitsland.

### Doelgroep

Wat is de doelgroep waarvoor de activiteit opgezet wordt? Wie wil je dat langskomen? Wat is je publiek? Als je dit helder hebt kan je ook heel gericht deze mensen gaan benaderen met de middelen die aansluiten bij hun.

Bij doelgroep kan je denken aan bijvoorbeeld:

- inwoners van een bepaalde wijk
- een specifieke doelgroep, zoals mensen met een verstandelijke/lichamelijke beperking, allochtone bewoners van de stad, liefhebbers van klassieke muziek etc.
- een bepaalde leeftijdsgroep zoals basisschoolkinderen, 65+ mensen, middelbare scholieren, 30+-ers etc.
- winkelend publiek (bijv. bij een activiteit tijdens een koopzondag in de stad)

## Waarom moet men komen?

Omschrijf ook waarom deze activiteit voor de doelgroep interessant is. Wat maakt het zo relevant voor hen, dat ze wel “moeten” komen? Wat is er voor hen te halen? Voorzie je met de activiteit in een maatschappelijk vraagstuk? Waarom heeft men behoefte aan jouw project?

Dit kan bijvoorbeeld zijn:

- vergroten saamhorigheid en leefbaarheid van de wijk
- stimuleren noaberschap
- speciaal momentje voor het publiek, ontspanning
- prikkelen en stimuleren van de geest, ontwikkeling muzikaal talent stimuleren
- kennismaking met kunst en cultuur
- een podium bieden aan de culturele clubs, verenigingen en talentvolle individuen in de stad
- actieve culturele participatie stimuleren bij bezoekers

Dit betekent dat je niet alleen vanuit jezelf denkt (bijv.: ik wil een concert organiseren waarbij iedereen moet komen kijken), maar dat je je probeert te verplaatsen in de mogelijke bezoeker. Bekijk jouw plan vanuit hun oogpunt. Wat maakt het voor hen aantrekkelijk om te komen?

Om dit te ‘oefenen’ kan je denken aan een activiteit die voor jou misschien in eerste instantie niet aantrekkelijk is. Stel dat je niet geïnteresseerd bent in voetbal. Wat zou dan voor jou een reden zijn om toch een keer naar een wedstrijd van een lokale ploeg te gaan kijken? Denk daarbij aan de inhoud van het programma én de manier waarop het wordt gepromoot.

## Doelgroepersoon schetsen

Idee hierbij: omschrijf één of twee typische bezoekers. Door deze doelgroepersoon te schetsen wordt je gedwongen na te denken over de leeftijd, het geslacht, de hobby's, het werk, leefstijl etc. van je doelgroep. Dit kan helpen om te bepalen welke middelen je gaat inzetten.

NB: denk bij het maken van drukwerk en indien je een website hebt aan het noemen en bedanken van eventuele fondsen, subsidiënten, sponsors en vrijwilligers.

Kijk voor meer informatie op:

- <http://www.cultuurinenschede.nl/kennisbank/promotie>

## **Draaiboek van de dag zelf**

Een draaiboek van de activiteit biedt een beknopte en duidelijke omschrijving van alle voor de organisatie relevante zaken. Soms wordt er een tijdsplan in opgenomen als houvast, dit is vooral handig als er op één dag of moment veel dingen tegelijk gebeuren moeten; dit kan dan gebruikt worden als checklist voor organisatie en vrijwilligers. Handig is om dit chronologisch en per thema te doen.

## **Checklist voor het draaiboek**

Onderstaande zaken zijn onderwerpen die tijdens een evenement vaak aan bod komen. Door ze zo onder elkaar te zetten geven we een opzet van een checklist van zaken waar je aan moet denken.

Is onderstaande geregeld voor de activiteit?

- Opbouw (denk aan koffie/thee/fris tijdens opbouw)
- Afval verwerking (verzamelen, recycling, afvoeren)
- Coördinatoren (voor vrijwilligers, stagiairs, techniek, op- en afbouw, podia/locaties)
- Coördinatie en opvang deelnemers (centraal aanspreekpunt, vaste locatie/goed bereikbaar)
- Catering deelnemers/vrijwilligers/organisatie (wie krijgt wat, wanneer/waar, dieetwensen)
- Decoratie
- EHBO / BHV (waar is de hulpverlener te vinden, verbanddoos, herkenbaarheid hulpverlener)
- Locaties (tenten, vloeren, verwarming/koeling, voorzieningen op locatie)
- Logistiek (vervoer, toegang stadserf, parkeren, verkeersregelaars)
- Productie materiaal (tape, touw, pennen, papier, stiften, tassen,
- Pers(woordvoerder)
- Stroom
- Techniek (licht & geluid)
- Toiletten
- Vrijwilligers
- Afbouw (denk aan koffie/thee/fris tijdens afbouw en bij zwaarder of langer fysiek werk ook catering)
- Afsluiting (naborrel, bedankje)

Kijk voor voorbeelden op:

- <http://www.maastrichtevents.nl/draaiboek-evenement/>

## **Programma**

Het programma samenstellen van een activiteit is nooit hetzelfde en kan (zoals veel onderdelen van een activiteit) op een manier het beste samengesteld worden. Het is en zal altijd maatwerk blijven om te kijken welke act het beste op welk moment kan optreden.

Dit is o.a. afhankelijk van de locatie(s), tijdsbestek, eventuele andere activiteiten waar de organisatie rekening mee moet houden, bijvoorbeeld omdat er kans is op geluidsoverlast, overlap qua route of locatie/deelnemers.

## **Overlap**

Alle deelnemers die tijdens je activiteit deelnemen kan je vragen naar eventuele wensen qua voorkeur van hun optreden. Het is namelijk mogelijk dat een groep deelnemers heeft die op diezelfde dag, misschien zelfs wel op hetzelfde evenement, ook ergens anders geprogrammeerd staan. Door deelnemers hier specifiek naar te vragen of de ruimte voor (dit soort) opmerkingen te laten kan je bij het maken van een programma hier rekening mee houden.

## **Ombouw**

Door deelnemers achter elkaar op een podium te plaatsen, zal het podium telkens geschikt gemaakt moeten worden voor de volgende act. Ruim daarom ook tijd in; niet alleen voor de aan- en afkondiging van de act, het opkomen (vooral bij grote groepen) op het podium, maar ook voor het eventuele ombouwen. Stem dit af met de act en de techniek; een grote band heeft namelijk meer ombouwtijd nodig, dan als er een programmawissel is tussen twee koren die beide een (en dezelfde) piano gebruiken, en verder niets.

## **Slecht weer plan**

Het weer is bij een (buiten)evenement het enige dat je niet in de hand hebt. Dit kan je programma (letterlijk) in het water doen vallen. Om dit te helpen voorkomen kan je kijken naar uitwijkmogelijkheden voor het geval dat het weer zó tegenzit dat het niet mogelijk is om het programma voort te zetten op de huidige (buiten)locatie.

Dit is niet altijd te realiseren, maar erover nadenken en eventuele back-up locaties of zelfs back-up acts regelen is nooit verkeerd. Mocht het weer dan uiteindelijk inderdaad tegenzitten heb je al het een en ander geregeld.

## **Flexibiliteit**

Qua programma zul je altijd een beetje flexibiliteit nodig hebben. Het gaat nooit 100% zoals je van tevoren bedacht en uitgewerkt hebt. Wees creatief als een act last minute wensen heeft, vraag hen eventueel ook zelf om mee te denken.

## Vrijwilligers

Zonder vrijwilligers zijn er veel activiteiten in de cultuur (en andere gebieden) niet mogelijk. Taken die vrijwilligers vervullen variëren van (structureel) penningmeester, beheerder collectie, catering, tot (meer projectmatig/eenmalig) kaartcontrole, organisatie/garderobe tijdens een activiteit et cetera.

De motivatie van vrijwilligers om een bepaalde klus te doen, verschilt van persoon tot persoon. Zorg ervoor dat je mensen iets te bieden hebt. De gouden regel is bij vrijwilligers altijd: ken hun motivatie en speel daarop in!

Voorbeelden van redenen om vrijwilligerswerk te doen:

- omdat ze achter een doel staan:  
dus met hun vrijwilligerswerk hun eigen normen en waarden helpen uitdragen
- ervaring opdoen:  
om kennis, ervaring en vaardigheden uit te breiden en te oefenen.
- in ruil voor (niet-/materiële) zaken:  
gratis festival entree, t-shirt, toegang tot backstage
- pleziergerichte motieven:  
"ik vind het leuk"
- bij te dragen aan de eigen kwaliteit van leven:  
door het maken van nieuwe vrienden, het versterken van positieve gevoelens

De trend de laatste jaren is volgens een onderzoek van (onder andere) Movisie\* uit 2009 dat veel vrijwilligers een grotere voorkeur hebben voor incidenteel of projectmatig vrijwilligerswerk doen, ten opzichte van structurele (bijvoorbeeld wekelijkse) taken.

Als je hierop wil aanhaken, zorg dan voor duidelijke taken binnen een afgebakende periode.

## Waar vind je vrijwilligers

Als je vrijwilligers zoekt, denk dan ook eens aan:

- de vrijwilligerscentrale in je gemeente, in Enschede: Vrijwilligers053  
[www.vrijwilligers053.nl](http://www.vrijwilligers053.nl)
- familieleden van jezelf en andere organisatieleden
- deelnemers en hun achterban;
- de lokale (huis aan huis) krant voor het plaatsen van een oproep:  
dit kan een eigen artikeltje zijn, of verwerkt worden in een regulier persbericht.
- het prikbord van de Cultuurcoach voor het plaatsen van een oproep:  
<http://www.cultuurinenschede.nl/vraag-aanbod/>
- Facebook voor het plaatsen van een oproep:  
vraag je leden/organisatie dit bericht weer delen met hun netwerk.
- vrijwilligers van andere evenementen;  
misschien kan je samenwerken?
- sportverenigingen, scouting etc.;  
zit er voor hun iets in? Een uitdaging? Een bijdrage aan hun clubkas?

Kijk voor meer informatie over vrijwilligers en activering (van bijv. leden van je vereniging) op de website van de Cultuurcoach: <http://www.cultuurinenschede.nl/kennisbank/vrijwilligers-en-activering/>

\* Bron: <https://www.movisie.nl/publicaties/backstage-0> (dd 12-01-2016)

## **Verantwoording**

Afhankelijk van de hoogte van subsidie moet de ontvanger achteraf verantwoording afleggen, zowel inhoudelijk als financieel. Dat kan via een officieel aanvraagformulier vaststelling subsidie gaan (bijv. bij gemeentes) samen met een inhoudelijk verslag en financieel overzicht.

Als er fondsen/sponsors/subsidiënten betrokken waren is het handig om bij de verantwoording nogmaals te laten zien waar zij genoemd werden (drukwerk, banieren, website etc.).

## **Inhoudelijk verslag**

Dit is een verslag waarin je vertelt of de gestelde doelen behaald zijn, op welke manier, wat er nog meer uit het project kwam, maar ook kunnen eventuele leerpunten hierin meegenomen worden.

Eventuele beeldregistraties (video's), foto's, sfeerverslagen, quotes van deelnemers en publiek kunnen hierin meegenomen worden om een beter beeld te helpen vormen van de activiteit.

## **Financieel verslag**

Voor de afronding is een belangrijk onderdeel van de verantwoording het financiële verslag. Dit is een overzicht van de uiteindelijke inkomsten en uitgaven die het project heeft gehad. Vaak is dit namelijk toch anders dan van tevoren begroot.

Simpel gesteld kan je dit zien als een bijgewerkte begroting van het project.

## **Evaluatie**

Om een project goed af te ronden is een evaluatie belangrijk. Hieronder verstaan we het benaderen van betrokkenen voor feedback over het project. Dit kunnen deelnemers zijn, vrijwilligers, maatschappelijke stagiaires, maar denk hierbij ook aan leveranciers.

Allen kijken op een andere en eigen manier naar je activiteit en kunnen vanuit hun eigen achtergrond en ervaringen waardevolle punten meegeven om van te leren.

Manieren om een evaluatie af te nemen kan bijvoorbeeld via:

- een papieren vragenlijst
- een online vragenlijst, bijv.:
  - Google online forms (gratis) [www.google.com/forms/about/](http://www.google.com/forms/about/),
  - SurveyMonkey (betaald) [www.surveymonkey.com](http://www.surveymonkey.com))
- 1-op-1 gesprekken
- groepsgesprek

Voordelen van (vooral) een (online) formulier is dat dit anoniem kan en men hierdoor wellicht meer feedback durft te geven, dan wanneer dit bijvoorbeeld binnen een (groeps)gesprek zou gebeuren.