



# Op Roakeldais *Op School*

Marketingcommunicatieplan  
Hannelore Duynstee  
Groningen, april 2012

# Inhoudsopgave

Samenvatting .....	3
Inleiding .....	4
Strategische en organisatorische uitgangspunten .....	5
Interne en externe analyse.....	7
Marketingcommunicatiedoelgroep.....	9
Marketingcommunicatiedoelstellingen.....	11
Inzet marketingcommunicatiemix .....	12
Resultaatmeting.....	14
Budget .....	15
Planning .....	16

## Samenvatting

Jaarlijks wordt in Warffum een groot internationaal dansspektakel georganiseerd: Op Roakeldais. Danspalet verzorgt projecten internationale dans in het basisonderwijs en heeft een dansproject ontwikkeld voor basisscholen uit Warffum en omgeving dat gekoppeld wordt aan het festival. Met als motto: *Dansen moet je ervaren, in al zijn facetten.*

De USP's voor dit project hebben in het verleden hun diensten in ruime mate bewezen: Danspalet heeft in de afgelopen 3 jaar met veel succes op 45 basisscholen met haar project Dansen rond de Wereld gewerkt. Met altijd aan het eind van het project de vraag van vele leerlingen: "Kom je nog eens een keer?"

Dit marketingcommunicatieplan heeft als doel structureel en jaarlijks basisscholen te betrekken bij het festival en Danspalet op die manier naamsbekendheid te geven. De strategie die daarbij gevolgd zal worden, wordt nader toegelicht. Aan de hand van interne en externe analyse wordt bepaald welke barrières genomen moeten worden om het project te laten slagen.

Er is onderzoek gedaan naar de specifieke doelgroep voor dit project. Een doelgroep die te maken heeft met forse inkrimping en werkdruk. Gekeken is naar de kansen en sterke punten die daaraan een positieve draai kunnen geven.

Door middel van reclame, online marketing, sociale media, pr en direct marketing wordt het project onder de aandacht gebracht van scholen in de provincie Groningen en potentieel festivalpubliek. Er worden methodes gehanteerd die meetbaar maken of door het project het festivalpubliek vernieuwt en verjongt.

## Inleiding

Sinds 1966 is het dorp Warffum, in de kop van Groningen op nog geen 5 km afstand van de Waddenzee jaarlijks in het eerste weekend van juli het epicentrum van een enorme cultuurshock. Hier wordt namelijk het festival Op Roakeldais georganiseerd.

Op Roakeldais is een internationaal folkloristisch dansfestival vol beweging, kleur, klank en ingehouden passie. Een feest van vriendschap en verbroedering tussen mensen uit alle werelddelen. Een uniek festival voor Warffum met uitstraling naar de provincie en daarbuiten.

Ongeveer 15 dansgroepen van over de hele wereld geven tijdens het festival diverse spectaculaire optredens in de stijl en kostuums van het land of de streek waar ze vandaan komen. Onder het motto: *De wereld danst in Warffum*. Opzet hierbij is dat de groepen alle continenten vertegenwoordigen. Zo wordt een gevarieerd beeld gegeven van de verschillende culturen die de wereld rijk is, geuit in dans en muziek. Het is gebruikelijk dat een aantal dansgroepen tijdens een bezoek aan leerlingen van basisscholen in Warffum en omgeving hun kunnen aan de leerlingen laat zien in een kort optreden. Voor de kinderen uit de omgeving worden jaarlijks gratis toegangskaarten ter beschikking gesteld voor een voorstelling tijdens het festival.

Ondanks het grote succes is er ook reden voor bezorgdheid. Het publiek vergrijsst en het is lastig een breed jong publiek enthousiast te maken voor het festival. Het is daarom noodzakelijk te veranderen, zonder daarmee afbreuk te doen aan de inhoud van het festival.

Danspalet heeft een project ontwikkeld om basisscholen te gaan betrekken bij het festival: Op Roakeldais Op School. De leerlingen gaan met dit project onder begeleiding van een dansvakdocent aan het werk met dansen. Zij zullen per school werken aan diverse stijlen. Het project cumuleert in een dansvoorstelling als onderdeel van het festivalprogramma.

Tijdens de festivalperiode bezoeken de buitenlandse dansgroepen de scholen; leerlingen en dansers zullen met elkaar dansen uitwisselen. Op de laatste zondag van het festival zullen de leerlingen optreden tijdens de grote matineevoorstelling en worden zij in de gelegenheid gesteld om gratis de voorstelling bij te wonen. Het festival wordt afgesloten met een grote gezamenlijke einddans van kinderen, dansgroepen en publiek. Voor deze middag worden alle basisscholen uit de provincie uitgenodigd.

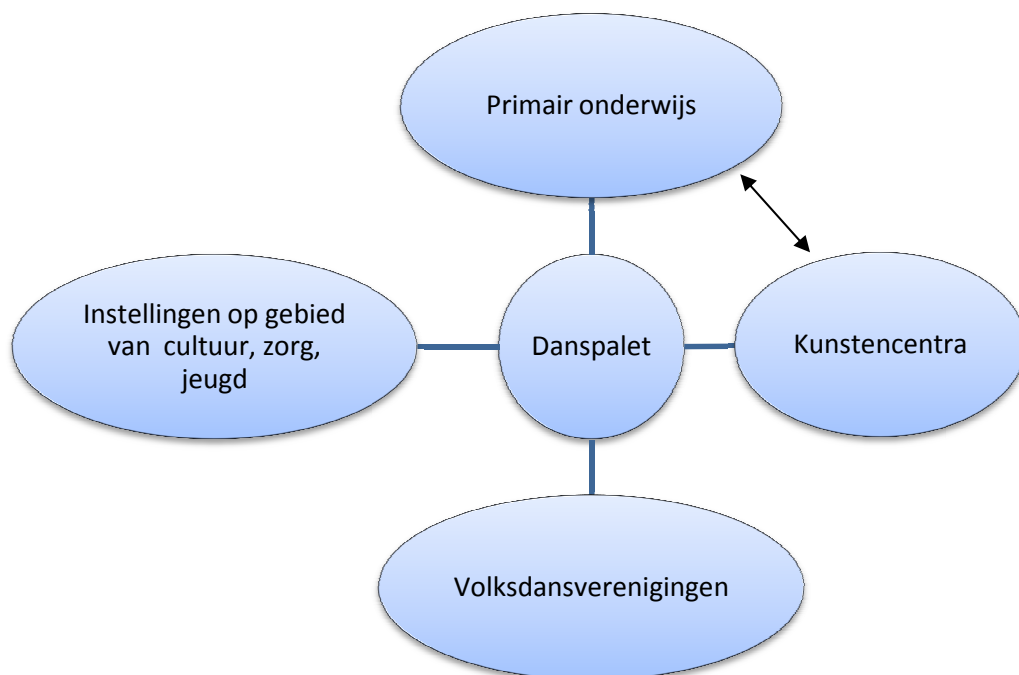
Het project zal lopen van april 2013 tot en met de duur van het festival, eindigend in het eerste weekend van juli 2013 en een jaarlijks terugkerend karakter krijgen.

## Strategische en organisatorische uitgangspunten

Danspalet is in 2009 opgericht en als eenmanszaak opererend. De docent van Danspalet verzorgt het project Dansen rond de Wereld in het primair onderwijs. Voor dit project zijn standaardtarieven vastgesteld, afhankelijk van de grootte van een school. Tarieven en afspraken worden contractueel vastgelegd.

Danspalet heeft op eigen initiatief het project Op Roakeldais Op School ontwikkeld. Het festivalbestuur van de stichting Op Roakeldais is bij de ontwikkeling in een later stadium betrokken geraakt en geeft haar volledige steun voor dit project. Zij zal waar nodig faciliteren op het gebied van rechtsgeldigheid richting subsidiënten en praktisch-organisatorische zaken.

Danspalet staat als volgt in de werkomgeving:



### Visie

Werelddans is bij uitstek een dansvorm die kinderen op laagdrempelige wijze in beweging brengt. Er kan voortdurend flexibel ingespeeld worden op hun capaciteiten waardoor zich al snel enthousiasme voor de dansstijl en het bewegen ontwikkelt. Bij jongens zowel als meisjes!

Doordat de kinderen toewerken naar een voorstelling, worden ze uitgedaagd om hun grenzen te verleggen. Hierdoor groeit hun zelfvertrouwen en het plezier in bewegen.

Kinderen maken deel uit van een wereld die rijk is aan culturen. Het is belangrijk om hen hier jong mee kennis te laten maken zodat zij met inleving en open vizier de wereld in kunnen gaan.

### Missie

Danspalet wil met dit project zoveel mogelijk kinderen uit Warffum en de wijde omgeving in aanraking brengen met het festival Op Roakeldais. En met de dansen uit al die verschillende culturen die daar samenkomen. Niet alleen door te kijken maar vooral ook door zelf te doen.

Dat daarbij voor het festival de gelegenheid wordt geboden het publiek te verbreden en verjongen is voor Danspalet secundair aan haar eigen missie.

### **USP's**

- Een dergelijk educatief verdiepingsproject, gekoppeld aan een festival, wordt nergens in de drie noordelijke provincies geboden.
- Scholen krijgen een belangrijke plaats in het programma van een festival en krijgen daardoor positieve naamsbekendheid; ze tonen hun geëngageerd-zijn met cultuur.
- De kinderen doen podiumervaring op wat hun zelfvertrouwen doet groeien.

### **Uitgangspunten**

Het project Op Roakeldais Op School werkt vanuit de volgende uitgangspunten:

- Kinderen in contact brengen met verschillende culturen en hun tradities op het gebied van dans en muziek
- Basisscholen uit de omgeving betrekken bij het festival Op Roakeldais
- Wederzijdse actieve uitwisseling tussen buitenlandse dansgroepen en basisschoolleerlingen bevorderen.

## Interne en externe analyse

### Intern

Danspalet heeft gedurende de afgelopen 3 jaar op 45 basisscholen projecten verzorgd in Groningen, Friesland en Drenthe en daarmee een leerlingenaantal van ca. 5000 bereikt.

De grootte van een school kent geen limiet; afhankelijk van het aantal groepen wordt een planning opgesteld en zal de docent korter of langer op een school aan het werk zijn.

De voorstellingen die Danspalet met haar projecten verzorgt worden goed bezocht; per leerling komen gemiddeld 3 personen kijken.

Danspalet heeft een eigen mailbestand van scholen waar 2x per jaar een mailing naar toe gestuurd wordt. Daarbij wordt expliciet verwezen naar de website ([www.danspalet.nl](http://www.danspalet.nl)) waar men een wereldkaart vindt met filmvoorbeelden van dansstijlen.

Tijdens manifestaties in Groningen, Friesland en Drenthe waarbij onderwijs en cultuuraanbieders elkaar ontmoeten presenteert Danspalet zich met een stand waar filmmateriaal getoond wordt en informatie wordt gegeven.

Verder vindt veel mond-tot-mond-reclame plaats.

Het project Op Roakeldais Op School is per jaar geschikt voor maximaal 25 groepen. Afhankelijk van de grootte van deelnemende scholen wordt het aantal scholen daarop afgestemd. In deze pilot wordt gewerkt met 1 dansdocent, wellicht kan dat aantal groeien in de komende jaren.

Het festival Op Roakeldais trekt jaarlijks 25.000 bezoekers. De festivalhal heeft een capaciteit van 1500 zitplaatsen, het omliggende terrein en tent voor nevenprogramma kunnen ca. 3000 mensen herbergen.

### Extern

Scholen hebben binnen hun eigen programma weinig tijd om met kinderen te bewegen. Dans is daarbij een vak wat niet door iedere docent makkelijk gegeven wordt; het is een vak apart. De wens om daar meer mee te doen is bij de scholen groot, het financiële aspect vormt daarbij soms een obstakel. Scholen hebben allemaal een andere verdeelsleutel waar het gaat om de invulling van het cultuurbudget. Het belang van de kunstvakken wordt door scholen zeker erkend en als een belangrijk onderdeel van de educatie van kinderen gezien.

Danspalet kent een kleine concurrentie in haar werkgebied: 3 dansdocenten die op scholen werken als docent internationale folkloredans. Eén van hen heeft een eigen webiste waarmee ze vooral haar dans- en verblijfsaccommodatie promoot en verstuurt op gezette tijden een mailing, verder werken alle drie de docenten voornamelijk vanuit mond-tot-mond-reclame.

Het begrip concurrentie is in deze betrekkelijk; waar nodig werken de docenten met elkaar samen, bij ziekte vervangen zij elkaar wanneer dat mogelijk is. Hun uurtarieven liggen dicht bij elkaar.

Sterke punten van deze concurrenten zijn hun naamsbekendheid ("we hebben ooit al eens eerder een project gedaan met...") en hun ervaring.

Zwakke punten zijn hun leeftijd en het feit dat ze minder publiciteitsgericht zijn; zij nemen niet deel aan manifestaties, hebben geen (gerichte) website, hebben geen bedrijfsnaam.

Naast deze drie docenten werkt de stichting Dans in School (standplaats Amsterdam) op landelijk niveau met dansprojecten, waaronder een werelddansproject. De frequentie waarmee zij in de noordelijke provincies werkt is erg laag: 5 scholen per jaar gemiddeld. Ook hier is de concurrentie betrekkelijk: de docent van Danspalet wordt ook voor deze stichting ingezet als freelance docent.

Dans in School verstuurt 2x per jaar een mailing naar alle scholen in Nederland. Zij doet aan actieve klantenbinding en werkt vanuit een eigen marketingstrategie. Zij adverteert in de landelijke onderwijsbladen. Zij hanteert prijzen per leerling.

Sterk punt van Dans in School is de grootte van de organisatie. Hierdoor kan een school in 1 dag een compleet project tot stand brengen. Daarnaast geeft de diversiteit aan docenten een grote variëteit in het aanbod aan dansen.

Als zwak punt kan gekenmerkt worden de kostprijs van de projecten, die ligt aanmerkelijk hoger dan die van de individueel werkende docenten in het noorden, soms 200%.

### **SWOT-analyse**

Sterke punten:

- Deskundigheid zowel op het gebied van pedagogisch handelen als op dat van de internationale dans
- Volledige ondersteuning door het festival Op Roakeldais
- Enthousiasme

Zwakke punten:

- Werkt met 1 docent
- Relatief onbekend met het festival en de organisatie

Kansen:

- Scholen willen meer aan beweging doen met de kinderen
- Docenten vinden het vak dans te moeilijk om zelf te geven
- De multiculturele samenleving krijgt veel aandacht

Bedreigingen:

- Budgetten van scholen worden kleiner (economische crisis)
- Weinig hulpouders
- Werkdruk op leerkrachten neemt in sterke mate toe.

### **Probleemanalyse**

De afnemende budgetten en toenemende werkdruk voor leerkrachten kunnen voor scholen een belemmering vormen om deel te nemen aan het project. Het project wordt door 1 dansdocent verzorgd; dit kan die druk doen toenemen, ook op de dansdocent.

Er is voor het project inzet nodig van ouders. Het is inherent aan de huidige economische ontwikkelingen dat ouderhulp moeilijk te krijgen is.

Het project is in sterke mate afhankelijk van menskracht. Dat levert direct ook een labiele factor op.

### **Marketingcommunicatieprobleemstelling**

Hoe creëert Danspalet jaarlijks structurele betrokkenheid en participatie van scholen bij het festival Op Roakeldais en zorgt zij ervoor dat:

- Scholen uiteindelijk gaan vragen of ze komend jaar mee mogen doen
- Ook scholen uit andere delen van de provincie op de hoogte raken en interesse gaan tonen
- Scholen buiten het festival om losstaande projecten af gaan nemen



## Marketingcommunicatiedoelgroep

De doelgroep waar dit project zich in eerste instantie tot richt zijn alle scholen in het primair onderwijs in de gemeenten in de regio Noord-West: De Marne, Bedum, Winsum, Ten Boer en de regio Noord-Oost: Eemsmond, Loppersum, Appingedam, Delfzijl.

### Aantal leerlingenbereik

In het noorden van de provincie Groningen zaten in 2010 10.000 leerlingen in het basisonderwijs. In het oosten waren dit er 11.000.

De gemeentes die dit project bestrijkt hebben een totaal aantal basisscholen van 97.

Wat betreft deze gemeentes wordt voor dit project uitgegaan van een leerlingenbereik van 15.000.

De provincie Groningen had in 2010 een totaal leerlingenaantal in het basisonderwijs van 45.000.

*Bron: [www.stamos.nl](http://www.stamos.nl)*

### Interessegebieden scholen

Van belang voor dit project is onderzoek naar de interessegebieden op cultuurgebied van de scholen in beide regio's.

Hoeveel uren worden gemiddeld per week aan cultuur besteed?

Hoeveel scholen huren externen in voor kunstgebonden projecten? En voor hoeveel uren?

Hoeveel scholen hebben kunstvakdocenten in dienst?

Hoe is daarbij de onderverdeling tussen openbare scholen en bijzonder onderwijs?

*Bronnen kunnen zijn: bovenschoolse besturen, schoolbesturen, vakbonden, CBS*

### Leeftijdsopbouw

In de regio Noord-West bestaat 24% van de bevolking uit jongeren van 0-18 jaar

In de regio Noord-Oost bestaat 22% van de bevolking uit jongeren van 0-18 jaar

*(Bron: GGD Groningen 2010)*

### Allochtone bevolking

In de regio Noord-West bestaat 0,12% van de bevolking uit mensen van Turkse afkomst, 0,5% uit mensen van Surinaamse/ Antilliaanse afkomst en 1,2% uit mensen van diverse niet-westerse afkomst.

In de regio Noord-Oost bestaat 1,4% van de bevolking uit mensen van Turkse afkomst, 0,12% uit mensen van Marokkaanse afkomst, 1,5% uit mensen van Surinaamse/ Antilliaanse afkomst en 1,9% uit mensen van diverse niet-westerse afkomst.

*(Bron: CBS 2010)*

### **Opleidingsniveau**

(laag=basisonderwijs, midden-laag=vmbo, midden-hoog= havo, vwo, mbo, hoog=hbo, wo)

Regio Noord-West:

8% laag, 31% midden-laag, 36% midden-hoog, 25% hoog

Regio Noord-Oost:

7% laag, 39% midden-laag, 35% midden-hoog, 18% hoog

### **Gewicht**

In 2008 had 10% van de kinderen in het basisonderwijs in de provincie Groningen overgewicht

Duidelijk is dat er in de provincie een daling zichtbaar is in percentages overgewicht bij jonge kinderen.

*(Bron: GGD 2010)*

### **Beweging**

In 2010 voldeed 44% van de 19+-ers van zowel de regio Noord-West als de regio Noord-Oost aan de beweegnorm (1 uur per dag matig bewegen, 2x per week intensief sporten). Uitgegaan wordt van het feit dat kinderen jonger dan 19 jaar meer aan beweging doen.

*(Bron GGD 2010)*

### **Domeinspecifiek**

Voor dit project is het interessant om de volgende domeinen te onderzoeken:

Volksdansverenigingen (hoe hoog is het percentage van de bevolking per regio dat daarin participeert?)

*Bronnen daarvoor: [www.danslink.nl](http://www.danslink.nl), [www.volksdanscarroussel.nl](http://www.volksdanscarroussel.nl), [gemeentegids](http://gemeentegids.nl).*

Muziekverenigingen, -docenten (hoe hoog is het percentage van de bevolking per regio dat daarin participeert?)

*Bronnen: [gemeentegids](http://gemeentegids.nl), [muziekscholen](http://muziekscholen.nl), [internet](http://internet.nl)*

## Marketingcommunicatiedoelstellingen

Dit marketingcommunicatieplan richt zich in eerste instantie tot alle basisscholen in de gemeenten De Marne, Bedum, Winsum, Ten Boer, Eemsum, Loppersum, Appingedam en Delfzijl.

Gestreefd wordt naar jaarlijkse deelname aan het project door steeds andere scholen. Met als doel zoveel mogelijk scholen uit de provincie Groningen (als deelnemer of als publiek) jaarlijks naar het festival toe te trekken.

Daarmee zal publieksverbreding en -verjonging voor het festival optreden en zal Danspalet naamsbekendheid opbouwen onder basisscholen in de provincie Groningen.

De kaartverkoop van het festival moet met 10% gaan toenemen en het klantenbestand van Danspalet moet 20% groter worden. Hiervoor wordt een termijn gesteld van 5 jaar. Dan zal duidelijk zijn of scholen zich gaan aanmelden nog voordat er überhaupt marketingcommunicatie gevoerd is. En zal blijken of er voor Danspalet groeimogelijkheden zijn opgetreden.

## Communicatiestrategie

De communicatiestrategie is erop gericht scholen te enthousiasmeren voor een project dat vanuit een grote mate van deskundigheid danseducatie biedt en daarmee verdieping geeft aan en verbinding met het festival Op Roakeldais. In de communicatie naar de scholen moet duidelijk worden dat de inhoud van het project een grote toegevoegde waarde heeft: kinderen zijn in beweging, de muzikaliteit wordt ontwikkeld, er wordt een grote mate van sociale vaardigheden ingezet en kinderen verdiepen zich in een andere cultuur.

Daarnaast heeft het project voor de scholen een promotioneel karakter; zij presenteren zich als cultureel geëngageerd tijdens het festival en kunnen het dansmateriaal ook in de vorm van afbeeldingen en films inzetten tijdens open dagen.

Vanuit het festival gezien is de betrokkenheid richting de scholen een belangrijk strategisch onderdeel. Als festival laat je zien deel uit te maken van een sociale omgeving en die te willen betrekken bij je organisatie. Het festival biedt aan de scholen een podium waar zij zich voor een groot publiek kunnen presenteren en laat hen deel uitmaken van de internationale gemeenschap die zich daar op dat moment bevindt.

## Inzet marketingcommunicatiemix

### Reclame

Op de volgende wijze wordt reclame gebemaakt voor het project:

- Advertenties in schoolkranten/nieuwsbrieven
- Als onderdeel van het project maken de leerlingen posters die verspreid worden op andere scholen
- Het project wordt gepresenteerd tijdens manifestaties op het gebied van onderwijs en cultuur
- Het festival voert eigen reclame waarin het project zo mogelijk meegenomen wordt.
- Regionale omroepen zullen worden benaderd om een item te maken over het project.

### Online marketingcommunicatie

- Er zal een **website** opgericht worden met alle specifieke informatie over het project, zowel voor deelnemende scholen als voor geïnteresseerden (scholen en publiek). Op de website wordt doorgelinkt naar o.a. de sites van Danspalet en Op Roakeldais v.v. Op de website zal steeds meer materiaal geplaatst worden van afgeronde projecten; foto's, films, teksten.
- Naar alle basisscholen uit de regio's Noord-West en Noord-Oost (en later uit de hele provincie) zal een **mailing** verstuurd worden met informatie over het project en een vooraankondiging van de voorstelling tijdens het festival.
- Er zal via de **Sociale Media** communicatie uitgezet worden:
  - Er komt een projectaccount op **Twitter** waar z.s.m. actief mee getwitterd gaat worden om snel veel volgers te kunnen genereren en anderen mee te kunnen gaan volgen. Doelgroep: kinderen, leerkrachten, ouders, festivalpubliek, domeingroepen
  - Er komt een **Facebookpagina**. Daarop zal nieuws geplaatst worden. Doelgroep: kinderen, ouders, leerkrachten, festivalpubliek, domeingroepen.
  - Er komt een account op **Linked-In**. Hiermee wordt gewerkt aan een netwerk van scholen, cultuuraanbieders en kunstencentra.
  - Er komt een **Youtubekanaal**. Daarop wordt een teaser/ trailer geplaatst en filmpjes die betrekking hebben op dansstijlen, lesmomenten uit het project en voorstellingsmomenten.

Deze sociale media zullen aan elkaar gelinkt worden.

- Kaartverkoop verloopt online via de website van Op Roakeldais.

### PR en voorlichting

- Scholen (cultuurcoördinatoren) worden uitgenodigd om een voorlichtingsbijeenkomst bij te wonen, georganiseerd door de kunstencentra en Danspalet, waarin het project nader toegelicht wordt. Doel: wegnemen van drempels.
- Danspalet is zich bewust van haar adviserende functie en stelt zich bereid scholen te bezoeken die graag een persoonlijk informatief gesprek willen. Dit kan ook gaan over het opstellen van een subsidieaanvraag.
- Persberichten zullen worden opgesteld voor dagbladen en lokale en regionale weekbladen.

## **Promotie**

Er zal gewerkt worden met aanbiedingen om nieuwe deelnemers voor de toekomst te werven:

- Korting bieden op entreekaarten bij bestelling van een minimum aantal door een school
- Gezinskorting aanbieden voor de voorstelling en het gehele festival
- Ouders van leerlingen die deelnemen krijgen 2 vrijkaarten.

## **Direct marketing**

- Scholen worden via een direct mail op de hoogte gebracht van het project.
- In de toekomst worden scholen die al eerder hebben deelgenomen aan het project in een vroeg stadium via direct mail op de hoogte gebracht van het festival en de voorstelling door de nieuwe scholen. Zij krijgen de gelegenheid kaarten tegen gereduceerd tarief te reserveren.
- Tijdens de voorstelling op het festival zullen de bezoekers verzocht worden een korte vragenlijst in te vullen. Hiermee wordt een klantenbestand opgebouwd dat in een navolgend jaar direct benaderd kan worden over project en voorstelling.

## Resultaatmeting

### Deelnemende scholen

- Het aantal deelnemende scholen en hun leerlingen is bekend en wordt vastgelegd. Aan deelnemende scholen zal worden gevraagd kenbaar te maken op welke manier zij geattendeerd werden op dit project.

### Nieuw en jong publiek

- Alle gezinnen uit de provincie Groningen kunnen via de school van de kinderen in aanmerking komen voor gezinskorting. Hiertoe worden bij de scholen formulieren aangeleverd die uitgedeeld worden aan de leerlingen. Tegen inlevering van een ingevuld formulier ontvangen de gezinnen aan de kassa hun korting. Aan de hand van de formulieren kan gemeten worden hoe groot de gezinnen zijn, hoeveel kinderen, hoeveel volwassenen, of ze al eens eerder een voorstelling hebben bezocht etc. Hiermee wordt zowel de samenstelling als de vernieuwing van dit publiek gemeten. Zij krijgen een toegangskaart in een bepaalde kleur en hoeven dan verder niets meer in te vullen.
- Voorafgaand aan de voorstelling krijgt al het andere publiek een kaart waarop een aantal vragen ingevuld moet worden. Als gadget zit daar een gratis pen bij. De kaart kan op het festivalterrein op verschillende plaatsen gedeponeerd worden. Deze kaarten geven inzicht in de leeftijdscategorieën die het festival bezoeken en de mate waarin ze dat eerder gedaan hebben.
- Uit de totale kaartverkoop kan worden opgemaakt of er een stijging in de totale verkoop is opgetreden.

### Online media

Uit het online mediaverkeer zal gefilterd worden wat de effecten zijn op het gebied van de sociale media en reclame via de media. Hits zullen worden onderzocht.

### Evaluatie

Na het festival zullen scholen benaderd worden om te inventariseren wat ze hebben meegekregen van dit project, hoe ze aan de informatie gekomen zijn en wat ze er concreet mee gedaan hebben.

## Budget

Er is voor de marketing van dit project een totaalbudget van € 7500,00 beschikbaar.

Direct mail:	€ 250,00
Ontwerp website:	€ 2500,00
Webhosting:	€ 20,00
Teaser:	€ 1000,00
Advertentie schoolkranten:	€ 750,00
Kosten deelname manifestaties:	€ 100,00
Huur ruimte voorlichtingsbijeenkomst (incl. koffie/ thee):	€ 150,00
Drukwerk:	€300,00
Gadgets (pennen):	€ 800,00
Onvoorzien:	€600,00
<b>Totaal</b>	<b>€ 6470,00</b>

## Planning

- |                   |  |
|-------------------|--|
| Maart/ april 2012 | - Deelname aan manifestaties op het gebied van cultuur en onderwijs.   |
| Mei 2012          | - Direct mail naar alle basisscholen regio NW en NO: uiteenzetten van plannen, uitnodigen voor voorlichtingsbijeenkomst.<br>- Sociale media in werking stellen     |
| Juni 2012         | - Voorlichtingsbijeenkomst scholen   |
| September 2012    | - Deadline aanmelding scholen; laatste reminder de deur uit.   |
| Oktober 2012      | - Direct mail naar alle basisscholen regio NW en NO: kenbaar maken welke scholen mee zullen gaan doen, voorverwarmen festival.                                     |
| Februari 2013     | - Website online   |
| April 2013        | - Start project, filmopnames maken voor teaser<br>- Advertenties opmaken en insturen (te plaatsen in juni)<br>- Drukwerk laten ontwerpen en drukken                |
| Mei 2013          | - Teaser online<br>- Posters worden gemaakt door leerlingen<br>- Benaderen regionale omroep voor plannen van item in juni  |
| Begin juni 2013   | - Mailing naar alle basisscholen m.b.t. uitnodiging voorstelling en aanbieding gezinskorting (formulieren)<br>- Drukwerk de deur uit<br>- Item op regionale omroep |