# Projectplan: HAMECC 2018

# Verbinding

# Artistiek

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Wat is de naam die je aan het project geeft?  | Het wereldwijd verbinden en informeren voor en door radiozendamateurs . |
| 2. Geef een korte omschrijving van jouw project die als basis kan dienen voor aanvragen.  | Project heeft als doel om wereldwijd de radiozendamateurs, middels een aantrekkelijk programma, te informeren over Friesland in het algemeen en het KH2018 project in het bijzonder. |
| 5. Op welke manier draagt de inhoud van het project bij aan het genoemde doel? Welke strategie volg je om dat doel te bereiken?  | Het doel is om zoveel mogelijk radio-verbindingen te maken wereldwijd. Elke radioverbinding wordt bevestigd met een z.g. QSL-kaart, dat is een kaart die informatie bevat over de gemaakte verbinding en over de Friese 11-stedenstad van waaruit de verbinding is gemaakt. De informatie heeft betrekking op de KH2018 doelstelling; mensen informeren over Friesland. Deze QSL-kaart wordt verzonden naar de betreffende radiozendamateur waar de verbinding mee is gemaakt. |
| 6. Waarom is jouw project bijzonder? Wat is precies het voordeel van jouw project ten opzichte van andere projecten die wellicht in jouw vaarwater zitten? Op welke manier is jouw project onderscheidend?  | Ons project is uniek in Nederland. Het jaar 2018 is een uitgelezen kans om dit radio evenement op te zetten omdat er veel belangstelling voor is uit het buitenland. Mensen wereldwijd informeren over Friesland. Een unieke kans. Uitgevoerd in Nederland door enkele honderden Friese zendamateurs. Daarnaast zullen vele anderen in Friesland worden betrokken bij de verwerking van de gemaakte radioverbindingen. |
| 7. Cultuureducatie  | Mede door het inrichten van een tijdelijk radiostation in de Blokhuispoort kan het publiek kennis nemen van de diverse methoden van communicatie. Voorts wordt een programma opgezet voor speciale evenementen, zoals een reünie voor geëmigreerde zendamateurs. Er zal echter geen les worden gegeven. |

## Projectmissie, -visie en -doelstellingen

|  |  |
| --- | --- |
| 3. Wat was de aanleiding van het project? Waarom weet je zeker dat de mensheid behoefte heeft aan jouw project? Of welk probleem los je op met jouw project? Beschrijf de bestaande situatie en beschrijf hoe jouw project die situatie verbetert of voorziet in een behoefte. Laat daarbij duidelijk merken dat er een noodzaak is om jouw project te organiseren.  | KH 2018 is de aanleiding om dit project te organiseren. Het wedstrijdelement is een enorme stimulans voor radiozendamateurs om mee te doen. De zendamateurs in Friesland onderkennen zo'n speciale gelegenheid in de doelstellingen van KH2018 en grijpen dit aan om op velerlei manieren hieraan bij te dragen.  |
| 4. Doelstellingen  | Het doel is om mensen met elkaar te verbinden via een onzichtbaar medium. Het project maakt de connectie via dit onzichtbare medium zichtbaar. SPECIFIEK: De +/- 400 Friese radiozendamateurs leggen radiocontact met de radiozendamateurs in het buitenland. Ze geven informatie over de elf steden van Friesland.MEETBAAR: Elke maand zal er een andere 11-stedenstad geactiveerd worden d.m.v. speciale roepletters. Bijvoorbeeld; PF2018 SLO = Sloten, PF2018HAR = Harlingen, enzovoort. Elke gemaakte (radio)verbinding zal worden bevestigd met een QSL-kaart. Deze call's kan men verzamelen om voor een award (= oorkonde) in aanmerking te komen.De gemaakte verbindingen zullen in een digitaal logboek voor iedereen inzichtelijk zijn. Acceptabel:Veel Friese)radiozendamateurs in het buitenland (emigranten) zijn nieuwsgierig naar de gebeurtenissen in Friesland tijdens 2018. Zij zullen het ongetwijfeld leuk vinden om een radioverbinding met de diverse roepletters te maken en zo een award te kunnen bemachtigen.Realistisch:De voorbereidingen zijn reeds gestart. Kan zonder problemen starten op 1 jan 2018.Tijdgebonden:2017 beginnen met het maken van radioverbindingen vanuit de Blokhuispoort. Dit als test en om de buitenlandse radiozendamateurs te informeren over onze actie/plannen.2018 Elke maand zullen er andere roepletters gedurende die maand actief zijn.2019 Afhandeling van de gemaakte verbindingen en het versturen van de behaalde awards. |

# Organisatie

|  |  |
| --- | --- |
| Waarvoor ga je een aanvraag doen?  | Voor een organisatie  |

## Gegevens organisatie

|  |  |
| --- | --- |
| De formele naam van de organisatie waarvoor je aanvraagt  | HAMECC2018 |
| De rechtsvorm van de organisatie:  | Stichting  |
| Heeft jouw organisatie de ANBI-status?  | Aangevraagd  |
| Adres  | Karturf 20, Drachten |
| Postcode  | 9202MC |
| Telefoon  | 0644068957 |
| Bankrekeningnummer (IBAN)  | NL96INGB0007273777 |
| KvK-inschrijfnummer  | 66452716 |
| Geef aan hoeveel mensen er in de organisatie werken. Vermeld daarbij of het om vrijwilligers gaat dan wel om betaald personeel en de functies van de betrokkenen.  | 6 vaste vrijwilligers als werkgroep waaronder een voorzitter, secretaris, penningmeester en drie bestuursleden. |

## Missie, visie en doelstelling

|  |  |
| --- | --- |
| Missie  | Belangrijkste missie van 2018 is om veel radioverbinding te maken en de wereld te verbinden met fryslân en haar evenementen.Thema is: "Het verbinden van mensen".Dit zullen we doen door middel van zoveel mogelijk radioverbindingen wereldwijd maken waarna de radiostations een zogenaamde QSL kaart zullen ontvangen en als ze alle 11 steden gewerkt hebben kan er ook een AWARD aangevraagd worden. |
| Visie  | De +/- 400 Friese radiozendamateurs mobiliseren om gezamenlijk de missie uit te voeren |
| Doelstellingen  | Meer dan 100.000 verbindingen via de radio te maken met behulp van zoveel mogelijk Friese radiozendamateurs met zendamateurs in zoveel mogelijk landen. |

# Productie

|  |  |
| --- | --- |
| Geef hier aan of je de korte of de lange variant wilt invullen.  | Minimaal  |
| 3. Geef aan wie de artistieke activiteiten zullen uitvoeren. Beantwoord dus de vraag: "Wie komen hun kunsten vertonen tijdens mijn evenement?".  | De +/- 400 gelicenseerde radiozendamateurs in Friesland. |
| 4. Omschrijf de doelgroepen waar je je op richt met het project. Als je een uitgebreid marketingplan hebt geschreven, komt dat daarin aan bod en kun je het hier weglaten. Zorg in elk geval dat je érgens je doelgroepen vermeldt.  | Doelgroep: De +/- 400 radiozendamateurs in Friesland en wereldwijd. |
| 5. Geef aan hoeveel mensen je verwacht op jouw evenement en eventueel een schatting van het aantal mensen per doelgroep. Hier hoort de vraag bij "Wie komen kijken/luisteren naar jouw evenement?"  | Eerdere ervaringen (bijv. Umea in 2014) wijzen op 30.000 tot 40.000 radiozendamateurs wereldwijd. |

## Plaats en tijd

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Geef aan wanneer jouw project daadwerkelijk plaatsvindt. Hier beantwoord je de vraag "Wanneer is het evenement?".  | Gedurende het gehele jaar 2018 |
| 2. Omschrijf waar jouw project plaatsvindt. Beantwoord de vraag "Waar is het evenement?" zo specifiek mogelijk.  | Thuis of vanaf een evenement in de gehele provincie Friesland en met een tijdelijk hoofdstation in de Blokhuispoort  |

# Communicatie

## Doelgroepenbeleid

|  |  |
| --- | --- |
| Wat zijn je doelgroepen? Beschrijf ze zo nauwkeurig mogelijk.  | In feite is er maar 1 doelgroep: Het via de ether benaderen van alle zendamateurs in Nederland en wereldwijd.Daarnaast worden ( Friese ) zendamateurs die geëmigreerd zijn, uitgenodigd om in de maand Mei / Juni naar Friesland te komen. Doel is om met hen een aantal bijzondere evenementen te bezoeken en een informatieve bijeenkomst te organiseren waaraan ze mee kunnen doen. |
| Hoe ga je deze doelgroepen bereiken? Welke middelen zet je in? Als je eenmaal een idee hebt over welke mensen je bij je project verwacht of wilt betrekken, kun je de specifieke methodes gaan beschrijven die je gebruikt.  | De doelgroep wordt al vanaf 1 januari 2016 voorbereid/ingelicht via de website, verenigingsorganen en de gebruikelijke voorlichtingsmiddelen waar onder mail en social media en uiteraard via onze vele radiofrequenties waarop vele kontakten worden onderhouden.Verschillende websites kunnen ons daarbij helpen die voor zendamateurs toegankelijk zijn. Ook social media zal gebruikt worden. Wij zijn nu al bezig om de doelgroep via Facebook, Twitter, Instagram en computer te informeren. |
| Planning. Wanneer ga je welke acties uitvoeren?  | Januari 2016 Overleg Agentschap Telecom over vergunningen Mei 2016Opzet technische infrastructuur (ICT) + tijdelijke zendstation.September 2016Financiële middelen aantrekken.Januari 2017 Start voorlichtingscampagne + verzamelen operators en liefhebbers.Mei 2017Technische infrastructuur + drukwerk gereed.Nov/dec 2017Laatste briefing operators.Januari 2018 Vanaf 1 januari starten met verbindingen maken. |
| Feedback en evaluatie. Beschrijf hoe je aan de hand van criteria de geslaagdheid van je project gaat bepalen.  | De doelstelling van ons project is bereikt indien wij meer dan 100.000 verbindingen met meer dan 200 landen hebben gemaakt. |
| Sponsorbeleid. Heb je sponsoren of ga je die werven? Omschrijf hoe je bestaande sponsoren aan je bindt en hoe je nieuwe sponsoren werft.  | We hebben een aanvraag voor financiële bijdrage gedaan bij de landelijke verenigingen voor zendamateurs de VERON en VRZA. Inmiddels hebben we van drie Friese onderafdelingen een financiële bijdrage ontvangen. Ook zullen bedrijven worden benaderd om materiaal beschikbaar te stellen. Sponsoren en bedrijven kunnen hun naam en of logo laten vermelden op de QSL-kaarten. Ter voorbereiding voor het benaderen van sponsoren hebben we inmiddels een cursus fondsenwerving en crowdfunding gevolgd. |
| Social media   | Ja |
| Omschrijving gebruik social media  | Vertegenwoordigd op Facebook en Twitter en Instagram. |
| Website   | Ja |
| Omschrijving gebruik website als marketingmiddel  | Wij maken gebruik van een Nederlandstalige en een Engelstalige website, te weten; www.hamecc2018.eu en www.en.hamecc2018.euDe websites geven informatie over het project en de Friese 11-steden. Ook verkrijgen deelnemende zendamateurs inzicht in het regelement en de behaalde scores per deelnemer. |
| Flyers, folders, affiches   | Ja |
| Omschrijving gebruik flyers, folders en affiches  | In 2017 zal er naast de gebruikelijke mogelijkheden ( social media, websites, nieuwsbrieven etc ) gedaan worden aan het flyeren en affiches verspreiden onder de radiozendamateurs, verenigingen contestgroepen en radiomarkten en evenementen. |
| Nieuwbrieven   | Ja |
| Omschrijving gebruik nieuwsbrieven  | Nu 2016 zijn we al bezig gegaan om de zendamateurs in Nederland te informeren over dit grootse radio evenement vanuit Friesland.Het bericht is en zal opgenomen worden in de landelijke en lokale verenigingsbladen, nieuwsbrieven en ook in de verschillende amateur rondes is en zal dit evenement genoemd worden, wereldwijd is en zal er aandacht komen via sociaal media, en verschillende websites.De hoeveelheid aan informatie en of nieuwsbrieven zal toenemen met het dichterbij komen van 2018.Bedoeling is om in de tweede helft van 2017 maandelijks een nieuwsbrief uit te brengen. |
| Persberichten   | Ja |
| Omschrijving gebruik persberichten  | De organisatie van KH 2018 heeft toegezegd dat onze werkgroep gebruik kan maken via hun kanalen om ons nieuws via de diverse media te delen.Daarnaast zullen we onze eigen kanalen en mogelijkheden benutten om persberichten te verspreiden. |
| Online-agenda's   | Ja |
| Omschrijving gebruik online-agenda's  | De vele online agenda's zullen gevuld worden waar onder:http://www.evenementeninfriesland.nl/http://www.vvv.nl/agenda/provincie-frieslandhttps://www.vanplan.nl/http://www.qrz.comEn hiernaast nog vele websites met agenda's |
| Gaat u een uitgebreid marketingplan maken?  | Nee  |