

 Rosalie van den Berg

Van idee naar projectplan



Doelstellingen workshop

1. **Waarom een stevige basis belangrijk is**
2. **Handvatten om verder vorm te geven aan je projectidee.**
3. **Elkaar inspireren en de eerste stappen zetten**

**Een goed begin is het
halve werk**

Voor wie doen we dit?



Wat maakt jullie idee uniek?

Sterktes

Versterkt lokale identiteit

Versterkt lokale identiteit en erfgoed

Veel ambachtslieden vinden het leuk om hun vak te laten zien

Kan verschillende doelgroepen aantrekken (families, toeristen)

Zwaktes

Afhankelijk van goed weer (bij buitenmarkt)

Nog weinig bekend bij publiek

Kosten voor vergunningen, kramen of promotie

Onzeker of er genoeg deelnemers zijn

Kansen

Samenwerking met lokale musea of erfgoedorganisaties

Toerisme en regionale promotie

Workshops of demonstraties toevoegen

Subsidies voor erfgoed of cultuurparticipatie

Jaarlijks terugkerend evenement worden

Bedreigingen

Slecht weer kan bezoekersaantallen verminderen

Andere evenementen op dezelfde datum

Stijgende kosten voor materialen of locatie

Veiligheids- of vergunningseisen

Minder vrijwilligers beschikbaar

In kaart brengen



Partners

- Reinwardt
- Gemeente Steenwijkerland
- Provincie Overijssel
- BNG Cultuurfonds
- Zabawas
- Hildo Krop Museum
- Cibap vakschool
- Grenzeloosambachtelijk
- Historische Vereniging Steenwijk & Omstreken
- Stadsmuseum Steenwijk
- MarketingOost
- Bush & van der Worp



Activiteiten

- Workshops organiseren omtrent ambachten o.a. geïnspireerd door Hildo Krop.



Middelen

- Evenementenvergunning
- Workshopgevers
- Vrijwilligers
- EHBO'ers



Propositie

Ervaar hoe het is om een kunstenaar te zijn.

Door het erfgoed van Hildo Krop onder de aandacht te brengen gaan mensen zijn werk waarderen door middel van workshops. Daarnaast komt er aandacht voor ambachten die in de vergetelheid dreigen te raken.



Relaties

- De relatie met de klant loopt fysiek. Het is namelijk niet mogelijk om de cursus online te volgen. De reclame is via on en offline media.



Distributie

- Krant (gratis publiciteit), Facebook, Instagram, posters in buurthuizen, supermarkten, via kanalen van de workshops, wegrecleame



Klanten

- Inwoners uit Steenwijk en Steenwijkerland die op zoek zijn naar herkenning, nostalgie en ontmoeting.
- Gezinnen uit de regio (Steenwijkerland, Zuidwest Drenthe en Noordoostpolder). Zij zijn op zoek naar een leuk uitje. Ouders vinden het belangrijk dat kinderen wat leren en daarbij plezier hebben.
- Dagtoeristen (een dagje uit) en verblijfstoeristen (langer verblijf in de Kop van Overijssel,) die op zoek zijn naar een leuk evenement.



Kosten

- 2 personeel (eventmanager, projectleider)
- Evenementenvergunning
- 2 Ehbo hulpverleners
- Marketingkosten
- Onvoorziene kosten

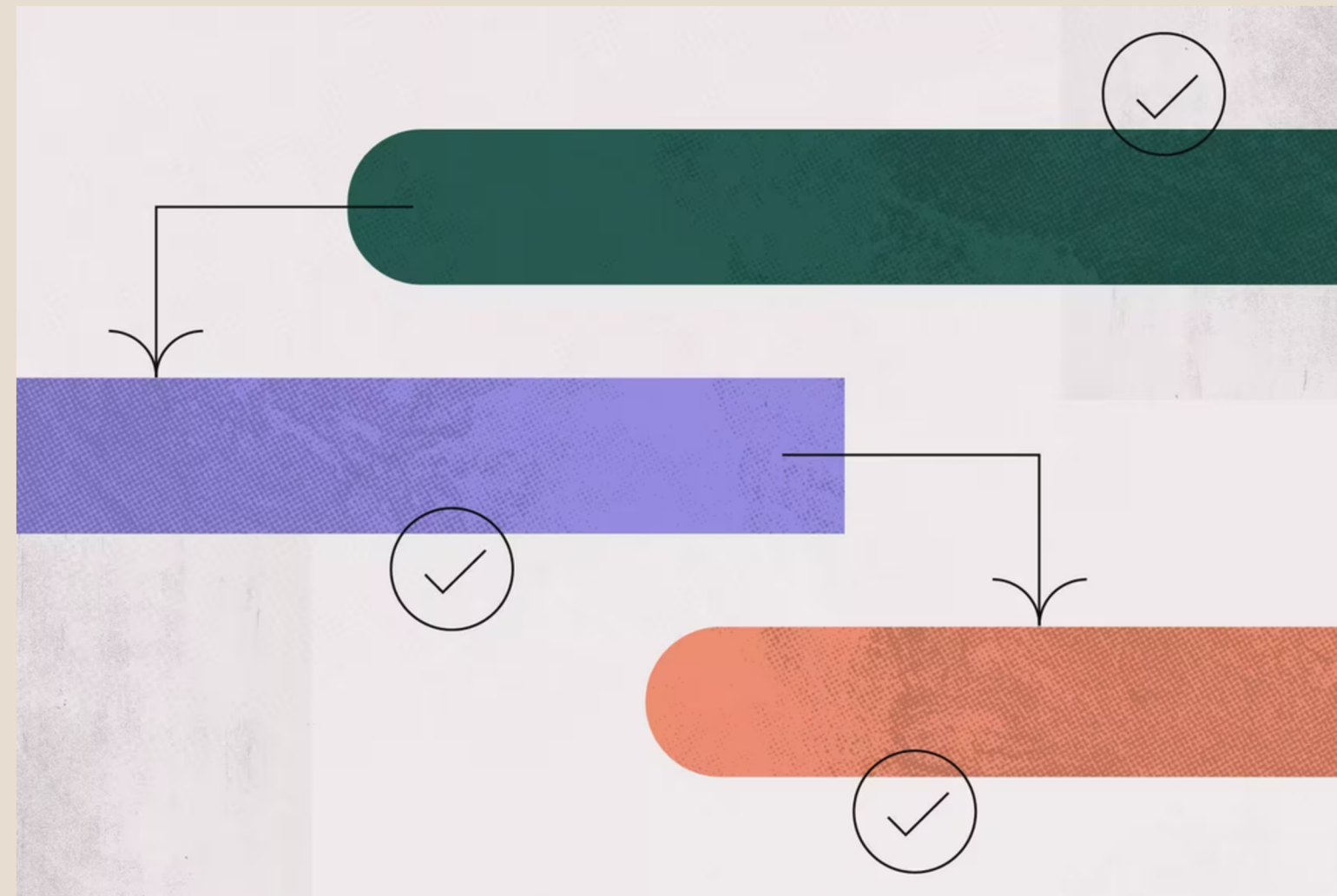


Opbrengsten

- De ateliers en winkels voor een kraampje laten betalen.

Maak de stappen behapbaar

- Opdelen in stukjes
- Wat heb ik nodig?
- Wie?
- Hoe?





**Wat heb je vandaag ontdekt
wat je morgen al kan
toepassen?**



**Wat vonden jullie het meest
helpend vandaag?**



Rosalie van den Berg

Tip: FondsenFestival Overijssel 2026

Datum: 20 maart

Tijd: 12:00 - 16:00 uur

Locatie: Trefkoele+ Dalfsen

