

Projectplan en Communicatieplan



PROJECT

HALVE VERHALEN

INLEIDING

Uit verschillende gesprekken met belanghebbenden (ondernemers en instellingen in Midwolda) en de bewoners (Dorpsvergadering) kwam het beeld naar voren dat er 'zo weinig' gebeurt in het dorp waar de meerderheid met zoveel plezier woont. Bij die vaststelling werd vaak verwezen naar het 'samen doen' wat door veel, vooral oudere bewoners, wordt gemist. Het herstellen van oude vormen van verenigingsleven of activiteiten zou een weg kunnen zijn, maar voor wie doe je dat dan? Mooie herinneringen zijn ook vaak mooi omdat het gaat over iets wat niet meer is.

Het missen van contact met de medebewoners, de omgeving werd bij die inventariseren ook vaak genoemd. Om die behoefte aan contact, de wens om vaker iets samen te doen en het voor inwoners als bedrijven leuk is wanneer er meer bezoekers langs komen zijn wij uitgekomen op het project **HALVE VERHALEN**.

HALVE VERHALEN wordt een wandel- fietsroute door het dorp en de omgeving van Midwolda naar aanleiding van de verhalen over de mensen die hier gewoond, gewerkt of langs zijn gekomen. Verhalen die allemaal zijn opgehangen aan locaties in het dorp, waarbij het dan NIET gaat om het gebouw, maar over de mannen en vrouwen die er verbleven. Denk daarbij aan de Ennemaborg (de voormalige woon- en werkplaats van Maya Wildevuur), de Kerk (waar dominee Homeri als eerste protestantse predikant in de zestiende eeuw werd benoemd), het Strand (waar wandelaar Epo Steenveld zijn geliefde heeft ontmoet) of Hermans Dijkstra (waar bijzondere anekdotes over bewoners te vertellen zijn). Maar de verhalen over mensen, zijn ook de verhalen over mensen in 'gewone' huizen. Gewone huizen die door het verhaal over de mensen die daar ooit of vrij recent hebben gewoond een beetje bijzonder worden.

Wij denken met het project **HALVE VERHALEN** een bijdrage te leveren aan de leefbaarheid, de sociale cohesie en de saamhorigheid in het dorp en het toerisme te stimuleren en het recreatief verblijf aanmoedigen. Het nodigt de bewoners uit om met elkaar in gesprek te gaan en verhalen met elkaar te delen die anders misschien echt verdwijnen. Verhalen die van de een op de ander zijn gegaan en misschien wel niet echt helemaal waar zijn. Is dat erg? Wij denken van niet, zo lang het mensen niet beschadigd is een vrolijk of gek verhaal over een bijzonder dorpsagent, een gekke dominee of een angstige boer toch iets wat verteld moet worden.

Vandaar de titel HALVE VERHALEN. Ze zijn misschien niet helemaal waar, maar wel leuk om te horen.

MOOIE VERHALEN MOETEN WORDEN DOORVERTELD

WAAROM?

In elke familie gaan verhalen rond. Verhalen over rare tantes, gekke ooms, verdwaalde vaders, beschonken buurmannen of...? Kortom anekdotes over personen die soms generaties lang worden doorverteld. Waar of niet helemaal waar doet er eigenlijk niet toe. Het zijn verhalen die we graag horen omdat het gewoon leuke verhalen zijn. En ook omdat ze iets vertellen over de tijd van toen, lang geleden of meer recent.

Dit soort verhalen zijn er niet alleen in familieverband, maar gaan ook rond in STRATEN, in BUURTEN, in DORPEN. En niemand weet nog of ze wel echt waar zijn, maar leuk zijn ze wel. En daar draait het nu om. Om de verhalen over de mensen die ergens gewoond hebben.

Wij gaan die verhalen, waar of niet waar, volledig of maar half, verzamelen en geven ze een plek in het dorp. We noemen het De Route van **HALVE VERHALEN**. Verhalen die deels als object zichtbaar zijn in de openbare ruimte, maar ook deels worden verteld via QR-code en/of andere eenvoudige markering. Een route die de bewoners vertelt over de plek waar ook zij wonen, maar ook een route met objecten die inspireert en uitnodigt om met elkaar nog meer verhalen te delen. En natuurlijk zijn **HALVE VERHALEN** ook een route die voor voorbijgangers, toeristen, recreanten of andere bezoekers leuk en interessant kan zijn.

In de komende pagina's gaan we dieper in op het project en hoe wij dit denken te realiseren.

TUINAFELGESPREKKEN

Het project **HALVE VERHALEN** valt of staat natuurlijk met 'De Verhalen' die in Midwolda rond gaan. Om aan de verhalen te komen nodigen hebben wij in het voorjaar van 2023 via de Dorpskrant en door het verspreiden van flyers en affiches gepeild of er belangstelling is. Onze eerste indruk is dat dat zeker het geval is. En zeker wanneer je in gesprek gaat met bewoners dan komen er verhalen los.

Om juist die verhalen op te halen gaan wij in het najaar van 2023 de inwoners van Midwolda in kleine groepen uitnodigen om met elkaar die familie- en buurtverhalen te delen. Wij noemen dat de Tuinafelgesprekken. Ze worden in de straat bij een van de bewoners georganiseerd. Wij nemen de koffie, thee en koekjes en een gespreksleider/ster mee.

De verhalen die wij via de Tuinafelgesprekken, maar ook die binnenkomen via de mond op mond reclame en de oproepen in o.a. Dorpskrant, Algemene Ledenvergadering en andere gelegenheden,

worden opgeschreven en voorzien van een passende illustratie. Wij denken dat wij bij in de eerste fase voldoende verhalen zullen verzamelen om er zo'n dertig uit te kunnen kiezen voor een mooie fietsroute.

REDACTIE EN VERTALEN

Uit de inventarisatie naar het eventuele enthousiasme kwam onder anderen naar voren dat sommige bewoners wel verhalen hebben, maar het moeilijk vinden om dat op te schrijven. Dat mag geen hindernis zijn vinden wij. Daarom hebben wij binnen het project rekening gehouden met het redigeren van alle inkomende verhalen. Daarbij is het zeker niet de bedoeling de verhalen die ingeleverd worden te herschrijven. Elk verhaal moet zo dicht mogelijk bij de verteller blijven.

In de route worden de verhalen zo veel mogelijk in hun geheel via borden of QR-code vertelt, waar de lengte dat lastig maakt zal het verhaal via de QR-code en/of website van Dorpsbelangen Midwolda te downloaden zijn. Dat geldt overigens ook de 'kortere' vertellingen die wel in hun geheel worden geplaatst.

Alle verhalen zullen naast het Nederlands ook vertaald worden in het Gronings en met het oog van buitenlandse bezoekers in het Duits. Afhankelijk van de plaats of het te gebruiken medium zullen de vertalingen in hun geheel of in samenvatting worden meegenomen. Altijd met een verwijzing naar de plek waar de volledige tekst in de gewenste taal te vinden is.

TIEN AANDACHTSVRAGERS

De Route van **HALVE VERHALEN** loopt door het dorp Midwolda en omgeving. Wie de route volgt zal aan de hand van zichtbare QR-codes zien waar een verhaal heeft plaatsgevonden. De plekken worden afhankelijk van de mogelijkheden herkenbaar gemaakt door kleine maar opvallende objecten in het straatbeeld. Hierbij kun je denken aan een stoeptegels, een prullenbak, een brievenbus, wasrek, tuinhek, kruiwagen enz. Daarnaast zal een commissie bestaande uit dorpsgenoten en externe deskundigen tien verhalen uit de geselecteerde verhalen kiezen voor een meer opvallende visualisering. Dit kunnen en mogen ook visualiseringen zijn die gebruik maken van de mogelijkheden die de openbare weg biedt, maar wat kostbaarder zijn om te realiseren. Denk aan een zitbank, een grafsteen, bushalte, lantaarnpaal of zelfs verkeersdrempel. Ook hier geldt dat de creativiteit van de bedenkers niets in de weg gelegd zal worden, zo lang men maar binnen de vastgestelde budgetten en de regels van het gebruik van de openbare ruimte blijft. Deze **tien aandachtsvragers** zorgen samen met de andere verhalen voor de ROUTE van **HALVE VERHALEN**. De route heeft geen vast begin- of eindpunt.

FIETS- EN WANDELROUTEKAART

Van de verhalen wordt een fiets- wandel routekaart gemaakt met een korte uitleg in het Nederlands, Gronings en Duits. Deze routekaart is gratis verkrijgbaar bij middenstand, horeca en accommodaties gericht op recreatie/toerisme en is natuurlijk ook te downloaden op telefoon of via de I-pad of computer en zal eenmalig huis aan huis worden verspreid.

DYNAMISCHE QR-CODES

Elke locatie waar zich een gebeurtenis of anekdote heeft afgespeeld wordt zichtbaar gemaakt, waarbij eventuele eigenaren vanzelfsprekend betrokken worden bij de manier waarop dat gebeurt. Elke locatie is voorzien van een QR-code waardoor de wandelaar of fietser de achterliggende informatie kan ophalen. Die informatie kan bestaan uit geschreven of gesproken tekst of eventueel uit bewegend beeld.

Bij het bewegende beeld kan men denken aan verhalen die door een van de inwoners 'live' verteld wordt, maar ook aan nagespeelde scène's wanneer dat het verhaal sterker maakt. Het bewegende beeld kan zich natuurlijk ook beperken tot fotomateriaal of geluidsfragmenten. Alles in de beang van het verhaal en de verhalenverteller.

De QR codes kunnen door de bezoeker in het Nederlands, Gronings of Duits bekeken worden. Wij maken daarbij gebruik van een dynamische code zodat latere informatie of gewijzigde inzichten verwerkt kunnen worden in de code(s). Op die manier kunnen wij langer met dezelfde codes werken.

PROMOTIE VAN DE ROUTE

Er is altijd wat te doen. Waar en wanneer dan ook. Wij houden dan ook rekening met een investering in promotiemateriaal en marketing. Naast basis pr-materiaal als flyers, affiches en persberichten, zullen wij ook actief inzetten om de route bekendheid te geven via Groningen Marketing en bladen en tijdschriften die zich richten op Uitstapjes. Hierbij denken wij aan bladen als Noorderland, de verschillende Fiets- en Wandelmagazines, ANWB en Outdoor-tijdschriften. Daarnaast wordt een plan opgesteld om via de social media en influencers etc. het project onder de aandacht te brengen. Hiervoor wordt een pr-plan uitgewerkt voor de eerste drie jaar.

REALISATIE

Het geproefde enthousiasme steunt ons in de overtuiging dat er voldoende handen zijn die willen meewerken om dat deel van het project wat door vrijwilligers in het dorp gerealiseerd moet worden ook volbracht zal worden. Wij hebben de inzet van dat werk in de begroting meegenomen. Daarnaast zijn wij ons ook bewust dat het enthousiasmeren van een deel van de bewoners geen eenvoudige zaak zal zijn. Wij zijn er van overtuigd dat ook bij hen die mogelijk wat somberder in het leven staan mooie en bruikbare verhalen bekend zijn. Om ook dat deel van de bevolking bij het project te betrekken lijkt het ons nuttig om bij de tuintafelgesprekken gebruik te maken van professionele ondersteuners (gespreksleiders die mensen over drempels krijgen). Voor die inzet hebben wij in de begroting een tarief opgenomen dat in overeenstemming is met gebruikelijke tarieven.

In de toelichting op de dekking van het projectplan geven wij aan dat de VDM (Vereniging Dorpsbelangen Midwolda) indien nodig bereid en in staat is meer geld uit eigen middelen voor het project te reserveren. Wij gaan er echter vanuit dat dat niet nodig is, omdat wij menen dat wij een plan presenteren dat op een groot enthousiasme van de dorpsbevolking mag rekenen en zeker ook de bezoekers van Midwolda zal verrassen.

VERVOLG

Wij houden er rekening mee dat wanneer het eerste deel van de route in beeld komt er vast meer verhalen naar boven gaan komen. Mogelijk dat deze nieuwe verhalen op de een of andere manier geïntegreerd worden in de route. Het is ook denkbaar dat zij op termijn bestaande verhalen in de route vervangen. De toekomst zal duidelijk maken wat de beste en meest aansprekende aanpak zal zijn.

Om de verhalen die worden ingeleverd niet terug te laten vallen in de vergetelheid onderzoeken wij de mogelijkheden om op termijn de verhalen in drukwerk uit te brengen. Dat traject (drukwerk) is nog in onderzoek en hoort niet bij deze aanvraag

DUKWERK

Van alle verhalen wordt een boek samengesteld met illustraties wat huis aan huis verspreid zal worden in Midwolda, met het nadrukkelijk verzoek het boek 'aan het huis te schenken'. Wat betekent dat men het boek achterlaat voor de nieuwe bewoners bij eventuele verhuizing. Voor geïnteresseerde bezoekers van Midwolda zal het boek ook te koop zijn, waarbij de opbrengsten gereserveerd worden voor onderhoud van de route en het, waar mogelijk, verder uitbreiden.

COMMUNICATIEPLAN HALVE VERHALEN



VOORAFGAAND AAN

Het project **HALVE VERHALEN** valt of staat natuurlijk met 'De Verhalen' die in Midwolda rond gaan. Om aan de verhalen te komen nodigen hebben wij in het voorjaar van 2023 via de Dorpskrant en door het verspreiden van flyers en affiches gepeild of er belangstelling is. Onze eerste indruk is dat dat zeker het geval is. En zeker wanneer je in gesprek gaat met bewoners dan komen de verhalen los.

TUINAFELGESPREKKEN

Om juist die verhalen op te halen gaan wij in het voorjaar van 2024 de inwoners van Midwolda in kleine groepen uitnodigen om met elkaar die familie- en buurtverhalen te delen. Wij noemen dat de **Tuintafelgesprekken**. Ze worden in de straat bij een van de bewoners georganiseerd. Wij nemen de koffie, thee en koekjes en een gespreksleider/ster mee.

OVER DE HEG

Maar dat zal niet genoeg zijn. Niet iedereen zal zin of tijd hebben voor een middag of avond 'buurtgesprekken'. Om nu te voorkomen dat wij mooie verhalen gaan missen gaan we ook bij de deuren langs op zoek naar bewoners in die straat of buurt die iets te vertellen hebben. Aan de deur of over de heg hopen wij zo de 'zwijgers' te vinden.

TAM TAM

Met de redactie van de Nieuwe TamTam is afgesproken dat wij, wanneer het project van start gaat, in de Dorpskrant van Midwolda en Oostwold redactionele ruimte krijgen om verhalen die wij binnen krijgen (deels) te publiceren. Via die weg denken wij de stille-vertellers te verleiden om ook hun verhaal met ons te delen.

EN BIJ REALISATIE

In het projectplan wordt uitgelegd hoe wij de fiets- en wandelroute willen communiceren. Dat gaat o.a. via zichtbare objecten, de zogenaamde AANDACHTSVRAGERS, maar ook via QR codes en tekstborden die allen in drie talen zijn (Gronings, Nederlands en Duits). De teksten in de QR codes zullen, bij eventuele nieuwe informatie, worden bijgewerkt of aangepast. Dat geldt ook voor de foto's, illustraties en bewegende beelden of gesproken teksten die achter QR-codes zitten. Dit vraagt natuurlijk aandacht en onderhoud. Daar is binnen de begroting rekening gehouden.

PROMOTIEMATERIAAL

Er is altijd wat te doen. Waar en wanneer dan ook. Wij houden dan ook rekening met een investering in promotiemateriaal en marketing. Naast basis pr-materiaal als flyers, affiches en persberichten, zullen wij ook actief inzetten om de route bekendheid te geven via o.a. Groningen Marketing en bladen en tijdschriften die zich richten op Uitstapjes. Hierbij kan men denken aan Noorderland, de verschillende Fiets- en Wandelmagazines, ANWB en Outdoor-tijdschriften. Daarnaast wordt een plan opgesteld om via de social media en influencers etc. het project onder de aandacht te brengen. Hiervoor wordt nog een pr-plan uitgewerkt voor de eerste drie jaar.

BOEK

Daarnaast wordt van alle verhalen een boek samengesteld met illustraties wat huis aan huis verspreid zal worden in Midwolda, met het nadrukkelijk verzoek het boek **'aan het huis te schenken'**. Wat betekent dat men het boek achterlaat voor nieuwe bewoners bij eventuele verhuizing. Voor geïnteresseerde bezoekers van Midwolda zal het boek ook te koop zijn, waarbij de opbrengsten gereserveerd worden voor onderhoud van de route en het, waar mogelijk, verder uitbreiden.

SEIZOENSSTART

De opening van de route zal natuurlijk niet ongemerkt voorbij gaan. Maar dat is eenmalig. Om de aandacht in het dorp en gemeente en bij bezoekers vast te houden zal er elk jaar rond maart/april een seizoensstart georganiseerd worden. Wij streven er naar om dat samen met een andere partij te doen, waarbij je kunt denken aan een activiteit in het wandelgebied van Ennemaborg, een Openschuurdag of andere wat voor dag of evenement men ook maar weet te bedenken of gaat organiseren.

TAMTAM

Ook na de start zullen de verhalen, want we gaan er vanuit dat er altijd weer nieuwe verhalen komen, in de dorpskrant blijven verschijnen.

okt. 2023.

