

CAMPING KOFFIETENT

Projectnummer 40021229

10 dec 2018

Beste Jan, Desiree, Peter ea mensen van BrabantWonen BuurtCultuurfonds,

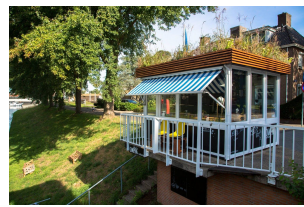
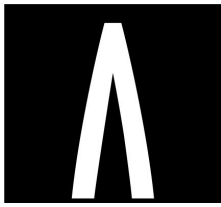
Hierbij sturen we de eindafrekening en een foto van het project.

De eindafrekening is getekend door Peter Stutvoet (penningmeester St brugwachtershuisjes en Cora Nauta voorzitter van St brugwachtershuisjes).

Met vriendelijke groet,

namens Stichting Brugwachtershuisjes

Imke van Dillen



INHOUDELIJKE EVALUATIE

Al vanaf de verbouwing werd initiatief omarmt door bewoners en organisaties uit de stad. En worden diverse nieuwe verbindende initiatieven in de Camping mogelijk gemaakt.

Camping Koffietent is een zelf gecreëerde ontmoetingsplek in een brugwachtershuisje, die mensen, de buurt en de stad verbindt en die functioneert als knooppunt van het Zuid-Willemspark. Vrijwillige campingbazen zijn de motor en koffie het smeermiddel.

Het concept is eenvoudig. De Camping koffietent is meestal (bezettingsgraad 80 %) 7 dagen per week geopend; zomertijd 10-18 en wintertijd 10-17 uur . 12 verschillende campingbazen schenken wekelijks de koffie (thee/biolimo). De koffie kost 1.50 euro en als je een eigen mok meeneemt 1 euro. Er is zelfs gratis koffie, in de vorm van "uitgestelde koffie". Campinggasten namen daartoe zelf het initiatief .

c a m p i n g b a z e n

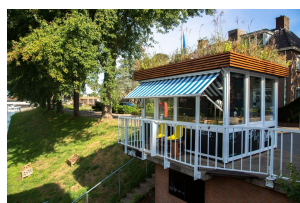
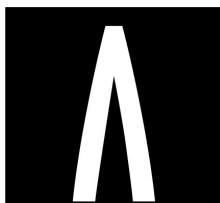
Door de interventie van afgelopen jaar is deze plek een patroon van herkenning geworden in de leefomgeving. Veel mensen weten inmiddels dat je naast (vrijwillig) koffie schenken ook op een andere manier mede-campingbaas kan worden van deze gezamenlijke ontmoetingsplek Zie vlog van Sociale Veerkracht . Op dit moment hebben we 45 campingbazen. Mensen herkennen deze plek en kijken uit naar een nieuwe verrassende invullingen georganiseerd door campingbazen. Jong en oud. Hierdoor verzamelen we in het brugwachtershuisje veel informatie over wat er allemaal speelt in de leefomgeving. Dit inspireert mensen weer tot eigen initiatieven. Als je een goed initiatief hebt, wordt je campingbaas en staat er altijd een andere campingbaas klaar om je te ondersteunen zodat je eigen idee mogelijk gemaakt kan worden op de Camping.

s a m e n w e r k i n g

Door deze initiatieven ontstaan er samenwerkingsverbanden met lokale organisaties, ondernemers, verenigingen en bewoners.

Coffeelab is onze fan van het eerste uur. Ze schonken de apparatuur gratis (zelfs de waterfilter), ze leveren de koffie (Coffeelab Blend) met korting. En met regelmaat komen de eigenaren Jeroen Veldkamp (meervoudig barista kampioen) en Jan Willem van der Aa op de koffie met nieuwe buurtverbindende ideeën voor de Camping voor nieuwe doelgroepen. Ook sturen ze bv hun medewerkers met eigen talent door om bv het huisje te sieren met plantjes, barista kennis over te brengen, koffiebonenzakken te schenken. Waar een andere campingbaas vervolgens weer kussens van maakt. De grootste bijdrage die ze leveren is de publiciteit die deze social media freaks genereren voor het initiatief. Ook in de vele presentaties aan de horecawereld , gebruiken ze de Camping als inspirerend voorbeeld.

Nieuwehagen was in fase 1 al samenwerkingspartner. In fase 2 ook. Werknemer en Buurtverbinder Maaïke Teernstra organiseert de succes actie : "Neem een bewoner van Nieuwehagen mee en je krijgt gratis koffie bij Camping Koffietent." Betaald door Nieuwehagen. Het doel is om de vaak eenzame bewoners van het woonzorgcomplex aan de Zuid-Willemsvaart een mooie ontmoeting te bezorgen.



Hass 3 4e jaars student van de Hass organiseert op de Camping voor een zelf bedacht maatschappelijk project om mensen met elkaar te verbinden.

BIEB; vrijdag 19 oktober komt de Bieb naar de Camping en leest Evelien verhalen voor van Toon Tellegen.

BHIC; Deze vriendelijke burens zijn zichtbaar fan en laten dat ook blijken op social media. Ze verstrekken gratis parkeermuntjes voor onze evt bezoekers met auto's. Collega's zijn zelf ook regelmatig te vinden bij Camping tijdens de lunchpauzes. Het succesvolle oogstfeest op 8 sept van Campingkoffietent werd georganiseerd met 65 man aan lange tafels. Wat een feest. Als dank voor alle vrijwillige inzet voor de Camping. De bijbehorende touwtrekwedstrijd voor jong en oud werd gehouden op het lege parkeerterrein van de BHIC.

Communicatieteam; werknemer Jeroen is buurman en zorgt voor de huisstijl en de vormgeving. Het nabij gelegen bedrijf Communicatieteam, waar hij werkzaam is, verzorgt het drukwerk.

Aanbod

We bieden een groeiende community (fysiek en online) rondom de Camping met sterke lokale betrokkenheid en bijdragen van uiteenlopende talenten.

We bieden een aantrekkelijke locatie met een sociaal hart; een markant en vriendelijk brugwachtershuisje aan het water, op de brug, aan het park, met alle gemakken voorzien (oa pantry toilet, verwarming, airco)

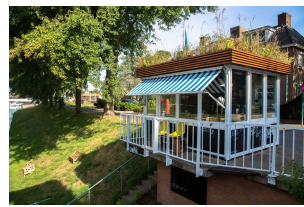
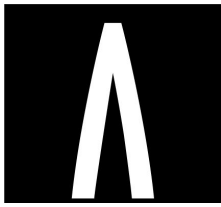
We bieden begeleiding (productie/ artistiek/ communicatie/coaching)

We bieden ruimte voor een uur, een dagdeel of zelfs voor een week. Ook buiten de reguliere openingstijden (7-10 uur en 18-24 uur).

We bieden publiciteit en reuring.

Uitgangspunten en doelen Bossche Brugwachtershuisje/ specifiek Camping Koffietent:

- in voormalig brugwachtershuisje Orthenbrug concentratie van de activiteiten met focus op nieuw impuls aan communitykunst initiatieven
- inzet van een grote variatie aan bewoners/ kunstenaars/creatieven met verschillende gemeenschappen let wel op de subtiele eenheid in de verscheidenheid
- regie op de creatieve framing met sterke focus op nieuwe collectieve waarde van de plek
- deelname en inspelen met aanbod op aanverwante Bossche Evenementen, en activiteiten van lokale organisaties, dusdanig zodat deze evenementen gebruikt worden om het verhaal integraal over het voetlicht te brengen community / erfgoedgemeenschap versterken en verder uitbouwen
- bereik nieuw publiek: totaal bezoekers in dit brugwachtershuisje in 2018 circa 5.000
- bezettingsgraad van de brugwachtershuisje: 80% 7 dagen in de week 10-18 uur.
- gratis entree, koffie 1,50 eigen mok 1 euro, een breed activiteitenpakket en uitbreiding openingstijden
- iedereen mag in principe met een plan komen, we houden wel de diversiteit in de gaten
- budget communicatie en programmeringsbudget huisje grotendeels financieren vanuit subsidies en fondsen



- inzet op zo veel mogelijk vrijwillige inzet van de deelnemers
- impuls aan impact programma door programmeringsbudget te vergroten in 2018 6.500 euro en verdelen tbv de materiaalkosten en (vrijwilligers onkosten)vergoeding voor deelnemers vanuit de Open Call .
- impuls aan impact programma ondanks beperkt communicatiebudget in 2018 1.250 euro
- gebruik maken van publieke (communicatie)middelen
- aantrekkingskracht vergroten door aan de buitenkant op aanstekelijke manier te communiceren wat er binnen te beleven is. door aantrekkelijke filmpjes te maken over de deelprogramma's en te verspreiden.
- programma aanbod verspreiden
- deelnemers en partners nadrukkelijker verantwoordelijk maken voor communicatie met eigen achterban/netwerk.

KWALITEIT

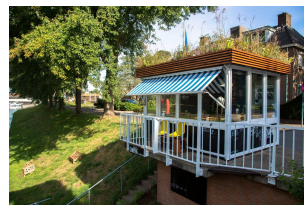
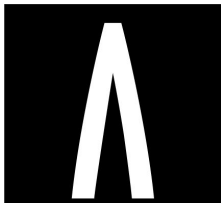
Dit culturele burgerparticipatie project in de Bossche Brugwachtershuisjes heeft nu het imago van charmant, toegankelijk, verrassende afwisselende activiteiten. Waar de vrijwillige inzet van creatieve burgers in zichtbaar wordt. Het is vooral aan de curator/programmameider om de diversiteit te smeden tot een subtiel geheel. Daarvoor is regie/onderscheidingsvermogen/ selectie/ bemiddeling en begeleiding van belang.

DOELGROEP

We streven ernaar om te laten zien wat een enorme diversiteit deze stad te bieden heeft . Daarvoor dient er een verrassende programmering aangejaagd en samengesteld te worden voor een divers samengesteld publiek.

De Bossche Brugwachtershuisjes richt zich op algemeen publiek, op de amateurs, de semi professionele en de professionele kunstenaars, op de professionals die werkzaam zijn in onze stad, op de waterprofessionals, op de jongeren en volwassenen die de huisjes en de vaart liefhebben, open staan voor een verrassende (burger)initiatieven, die oog hebben voor de charmante aanpak van de leegstand, die de verbeelding graag geprikkeld zien, die het avontuur opzoeken en houden van spontane ontmoetingen, passanten (weg en water) en bewoners, de buurtgenoten, de jonge en de oudere stadsbewoners, de eenzame ouderen, de kunstliefhebbers, de erfgoedgemeenschap, de (water)recreanten, de brugwachtershuisjes liefhebbers , de Zuidwillemsvaart liefhebbers, de professionals, de ondernemers, architecten, instellingen, maatschappelijke organisaties, waterbeheerders, kunstinstellingen, evenementenorganisaties en anderen

Hoewel we met de samenwerking met VVV Den Bosch en de vrijwilligers van Gastvrij 's-Hertogenbosch ook de toeristen naar de Brugwachtershuisjes trekken, ligt onze focus met name op de eigen bewoners.



ORGANISATIE

De organisatie van het programma fase 3 in de Bossche Brugwachtershuisjes is in handen van Stichting Weeshuisjes. Stichting Weeshuisjes geeft vorm en organiseert de transitie van leegstaande (brug)huisjes met kunstenaars als katalysator. We benutten nadrukkelijk de staat van tussentijd. Het resulteert in een groeiende community die het publieke domein zelf gaat inrichten, het oude “goed” weet af te ronden en nieuwe waarden laat ontstaan.

Op het moment van schrijven wordt de Stichting opgericht. Deze Stichting is opgericht door initiatiefnemer/directeur Imke van Dillen. Cultuur Professional Eric Japenga is voorzitter van de Stichting.

De afgelopen twee jaar heeft Imke het project De Bossche Brugwachtershuisjes georganiseerd als projectleider van Stichting Brugwachtershuisjes. Aangezien het beheer van de brugwachtershuisjes inmiddels veel meer cultureel ondernemerschap vergt, is in goed overleg besloten tot het oprichten van een eigen Stichting met een stevig & actief bestuur. Zodat het bestaansrecht van deze lokale projecten ook lokaal geborgd worden en de visie van het bouwritueel door dit bestuur sterk wordt uitgedragen. Hiermee wordt tegelijk voortgebouwd op de ervaring, bestaande structuren en samenwerkingsverbanden. De beheersovereenkomst van de 3 brugwachtershuisjes met de Gemeente komt op naam van de nieuwe Stichting.

De organisatie van Campingkoffientent werd uitgevoerd door een combinatie van een betaalde kracht en meerdere vrijwillige buurtbewoners die hun talent inzetten voor dit burgerinitiatief. De betaalde kracht is nog steeds nodig om de samenhang en de continuïteit te waarborgen.

Het verantwoordelijke **kernteam** van Camping Koffientent bestaat uit:

algemene projectleiding, regie, financiën & communicatie / ondersteuning initiatieven

Imke van Dillen (betaald)

Imke van Dillen (vrijwilliger fondswerven/vrijwilligersbeleid/communitybuilding)

communitybuilding

Olga Raaymakers (vrijwillig)

productie

Astrid Welvaarts, Wies van Aken, Lynn Witlox (vrijwillig)

grafische vormgeving

Jeroen van den Berg (vrijwillig)

pr & communicatie

Brigitte de Swart (vrijwillig)

fotografie

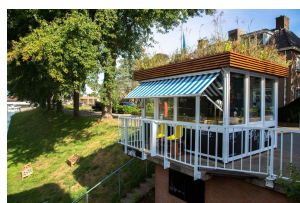
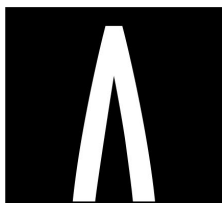
Peer Reede (vrijwillig)

interieur & exterieur

architect Anna van der Wedden, timmerman Danijel (vrijwillig)

facilitair/koffieschenkers

Marjon, Sandra, Ilone, Peter, Wies, Laura, Astrid, Lynn, Harry, Tineke, Paula, Jan, Hanneke en nog enkele vacatures (vrijwillig)



COMMUNICATIEPLAN marketing , communicatie , pr

DE BOSSCHE BRUGWACHERSHUISJES is een kunstprogramma vol onderzoek en impuls. Communicatie/ marketing / pr zijn de grootste dragers van het project. De activiteiten in de brugwachtershuisjes bevinden zich in het publieke domein. Door de zichtbaarheid hebben we een groot publieksbereik; voor publiciteit over de Camping koffietent lees/ kijk [hier](#) Camping Koffietent maakt onderdeel uit van het community project de [Bossche Brugwachtershuisjes](#).

Afgelopen jaar is er exponentiële groei in publicaties over de verschillende projecten tot stand gekomen. Camping Koffietent werd opgepikt door oa Kring vrienden Den Bosch , [Wijkgericht Werken](#), Coffeelab, Nieuwehagen, Wijkkrantje de Muntel, Zorgzame stad, Droomstad Den Bosch, BHIC, Brabants Erfgoed, [Indebuurt Den Bosch](#) Bosschenaar van de Week, [Dtv Den Bosch](#), [Sociale Veerkracht](#), [Brabants Dagblad](#), Europees jaar Cultureel Erfgoed, [Buro Lubbers](#) .

Marketing

De marketing richt zich op het visueel onder de aandacht brengen van de miniprogramma's (werktitel); allereerst op de fysieke plek zelf : het voormalige brugwachtershuisje Camping Koffietent op de gevels (krijtbordverf), op het publicatie klapbord, fotografie, vlaggen, posters, flyers, op de ramen en meer. En daarbuiten gedoceerd in on- en offline aandacht in social media ([Instagram](#), [Facebook](#)), [website](#), free publicity in kranten, magazines, radio en tv.

Publieksbereik

De vorm - miniprogramma tijdens of na openingstijden van de Camping- zorgen voor een afwisselend , makkelijke, toegankelijke activiteiten en daardoor duurzaam publieksbereik. De unieke invalshoek zorgt voor een aantrekkelijke nieuw te ontdekken publieke ontmoetings plek in de buurt in de stad. Vaste volgers via sites, audioplatforms en apps, links onder mediaberichten, interactie via Facebook en andere social media: zijn waar de doelgroep zich bevindt.

Focus ligt telkens op het plaatselijke brugwachtershuisje. Daar wordt een blijvende interactie gecreëerd met de culturele en maatschappelijke omgeving.

Het kernteam verzorgt daarnaast voor een stevige basis rond het project Camping koffietent:

- Heldere, actuele website met informatie, aankondigingen, doorverwijzingen, etc.
- Heldere informatieve en enthousiasmerende teksten die de basis vormen voor de lokale communicatie.
- Heldere en herkenbare visuals.
- Herkenbare aankleding van brugwachtershuisje: logo, kleur, look, programma aankondigingen

