

BINNENKRANT



Huis De Zalm, Zoutwerf 5
2800 Mechelen

BIJLAGE

ONS HEEM

januari-februari-maart 2009

driemaandelijks tijdschrift
afgiftekantoor: 2800 - Mechelen Mail
P 408944

Verantwoordelijke uitgever: Fons Dierickx, Grote Baan 193, 9310 Herdersem

INHOUDSTAFEL

Ik wil mijn eerste boek publiceren. Hoe ga ik te werk?	2
Provinciale heemdagen 2009	3
Heemdag 2009 - Zaterdag 3 oktober - Provinciehuis van Antwerpen	4
Cursusreeks "In alle maten en kleuren"	4
Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience: de bewaarbibliotheek voor uw heemkundige publicaties	5
Van Aanwinst tot Zaaltekst. Tips voor het beheer en ontsluiting van een collectie lokaal erfgoed Deel VII: Van product tot publiek. Over marketing en promotie	6
Maria door Vlaanderen gedragen	11
Heeft u vragen? Stel ze aan de consulent van Heemkunde Vlaanderen vzw!	12
Erfgoeddag 2009 Uit vriendschap!? Vriendschap is (g)een illusie	13
Tijdens het jubileumjaar van Chirojeugd Vlaanderen participeren Chirogroepen aan Erfgoeddag!	14
Studiedag 'Over verhalen van vroeger en nu Een insteek voor erfgoedtoerisme' - 1 april 2009	15
De eerste Prijs Frans Vromman	16

Ik wil mijn eerste boek publiceren

Hoe ga ik te werk?

Je hebt als nieuwe heemkring een eerste historische publicatie uitgewerkt. Of je wil als particulier een publicatie uitgeven, vb. een historisch fotoboek van het bedrijf bij je om de hoek. Hoe ga je te werk om dit werk te publiceren zonder er je broek aan te scheuren?

In deze bijdrage gaan we ervan uit dat het om een interessante en goed uitgewerkte publicatie gaat die vb. nagelezen en goed bevonden werd door een deskundige lezer. Hoe je een historische tekst/artikel moet schrijven wordt in een volgende Binnenkrant behandeld.

Probeer eerst eens of je geen instanties kan vinden die je boek voor jou willen uitgeven. We denken hier niet alleen aan uitgeverijen. Als je er natuurlijk van overtuigd bent een heel professioneel en uitermate interessant boek te hebben geschreven dat door een groot publiek gekocht zal worden, moet je toch eens proberen je manuscript en boekvoorstel (informatie over opzet en inhoud, genre, vorm, doelgroep en belang) naar uitgeverijen te sturen die gelijkaardige werken publiceren. Via www.schrijvenonline.org/schrijfgids kan je een overzicht krijgen van de grote uitgeverijen in Vlaanderen, maar misschien is er ook een kleine uitgeverij in je buurt waarbij je meer kans maakt. Informeer je wel voldoende over het contract¹. Een modelcontract vind je via www.sabam.be. Voordeel is dat een uitgeverij heel wat taken op zich neemt (zoals redactie, vormgeving, promotie, verspreiding, ...), nadeel is dat je niet over alles zelf kan beslissen en dat dit geluk maar een beperkt aantal auteurs ten dele valt. Je hebt misschien meer kans bij een andere instantie. Dit kan vb. je gemeente zijn of vb. het bedrijf dat het onderwerp is van je boek. En als je een particulier bent: de heemkundige kring in je gemeente. Die instanties hebben vaak al ervaring met het publiceren en kunnen misschien het risico (en de kosten) op zich nemen.

Je kan het boek ook in eigen naam uitgeven, al dan niet met sponsoring en subsidies². Voor een éénmalige uitgave moet je geen handelsregister of BTW-nummer hebben. Je moet best wel een aantal voorzorgsmaatregelen nemen om het financiële risico te beperken. Als je werkt met een

gewone uitgeverij of een veredelde kopiezaak werk je best met een voorintekelijst. Je maakt dan promotie (vb. een foldertje) voor het eigenlijke drukken van je boek waarbij je de mogelijkheid vermeldt om het boek goedkoper te verkrijgen als er voor een bepaalde datum ingeschreven en betaald wordt. Voordeel van het uitgeven in eigen beheer is dat je alles zelf in de hand hebt. Maar dat is tegelijk ook een groot nadeel: je moet zelf oplossingen zoeken voor de opmaak en de redactie, beslissen over de oplage en bedenken hoe je je boek gaat verkopen.

Voor kleine oplages met een beperkt aantal pagina's (vb. een brochure) kan je eventueel zelf aan de slag gaan met het tekstverwerkingsprogramma Word en het bij de betere kopiezaak laten afprinten. Je kan kiezen uit diverse soorten papier en hebt ook keuze uit een aantal manieren om je boekje of brochure te binden (vb. nieten of lijmen).

Voor grotere oplages, een groter aantal pagina's en een professioneler resultaat kan je beter werken met een digitale printservice. Je kunt meestal kiezen uit een aantal standaardformaten en papiersoorten, waarna je boeken worden geprint, gelijmd en voorzien van een omslag. Een digitale printservice drukt op digitale printers en gebruikt als bindtechniek verlijmen of 'garenloos brocheren'. Je krijgt een goed resultaat, maar de uitgave van een grote uitgeverij zal mooier zijn. Bij drukkerijen heb je wel een grote keus in papiersoorten, omslagen en bindwijzen. Die kwaliteit en keuzemogelijkheden betaal je wel. Bovendien moet je meestal een minimum van 150 exemplaren afnemen, maar bij een gewone digitale printservice is dit vaak ook het geval.

Een andere mogelijkheid is te werken met printing on demand (POD) uitgeverijen. Dit is een uitgifwijze waarbij van een boek pas een exemplaar wordt gedrukt op het moment dat het wordt besteld. Je bent dan slechts verplicht om een minimum aantal exemplaren aan te kopen. Als je voor POD kiest, maak jij van je manuscript een boek, zonder inmenging van een uitgeverij. Meestal werken deze bedrijven online. Op de site kan je elk detail van je boek bepalen. Op de website kies je de

¹ Vb. via MOLHUYSEN Maaïke en STILLER Louis, *Handboek voor schrijvers. Geheel herziene editie*, Amsterdam, Antwerpen, Uitgeverij Augustus, 2006.

² Op de veelgestelde vragenrubriek van www.heemkunde-vlaanderen.be vind je meer informatie over mogelijke subsidies en prijzen.

lay-out, ontwerp je de cover en bereken je de kostprijs. Dit productieproces heeft veel voordelen. Er is geen voorraad, want het boek wordt pas gedrukt als er vraag naar is. Hierdoor vermijd je hoge inversteringskosten. Je moet wel op een aantal zaken letten. Alle POD-uitgeverijen hebben een eigen werkwijze, prijsstructuur en voorwaarden. Naarmate je voor meer extraatjes kiest, ben je ook meer geld kwijt. De boeken worden meestal digitaal geprint, niet gedrukt. Je zit dus ook vast aan een aantal standaardopties. Via de rubriek 'veelgestelde vragen' op onze website www.heemkunde-vlaanderen.be (doorklikken naar de titel van dit artikel) vind je linken naar een aantal POD-uitgeverijen.

Veel POD-uitgevers bieden aan om een ISBN aan te vragen. Het is echter niet verplicht om een ISBN aan te vragen voor een publicatie. Als je het boek geheel zelf zal verspreiden is het waarschijnlijk ook niet nodig. Het kan wel aangewezen zijn dit te doen als je het boek later ook via de boekhandel wil verspreiden. Via het nummer worden de bibliografische gegevens ook gemakkelijk opgenomen in databanken van vb. bibliotheken. Je kan het nummer ook zelf aanvragen via de websites: www.isbn.nl (voor als men werkelijk maar één publicatie gaat uitgeven) en www.boekenbank.be (voor als men in de toekomst eventueel ook nog een boek zou kunnen uitgeven).

Als je zelf een boek of brochure uitgeeft, moet je eraan denken binnen de 15 dagen volgend op de eerste verspreiding van het werk **twee**³ exemplaren te

deponeren bij de Koninklijke Bibliotheek van België. Die verplichting geldt voor alle publicaties die in België worden uitgegeven, maar ook van de in het buitenland uitgegeven publicaties waarvan een auteur Belg is en in België gedomicilieerd is. Je kan de port door de bestemming laten betalen. Via de website <http://kbr.be> kan je het juiste adres en de nodige formulieren vinden (doorklikken naar wettelijk depot).

Je moet je POD-boek en eigenbeheeruitgave dan natuurlijk nog aan de man brengen. Veel POD-bedrijven hebben wel een eigen website waar het boek gekocht kan worden, maar niet veel potentiële lezers gaan uit zichzelf naar die website. Je zult zelf de promotie in handen moeten nemen. Je kan vb. aan plaatselijke boekhandelaars vragen of je een aantal boeken mag neerleggen in hun winkel. Je kan afspreken dit op commissiebasis te doen: pas als er verkocht wordt, moeten ze je betalen. Je kan vb. ook een activiteit organiseren in de plaatselijke bibliotheek of hiervoor samenwerken met een culturele organisatie. Zorg ook dat je boek voorgesteld wordt op het net. Voor meer promotietips kan je terecht op de veelgestelde vragenrubriek van de website www.heemkunde-vlaanderen.be. In deze Binnenkrant staat bovendien ook een artikel over marketing en promotie.

Bedenk dat er naast drukken ook andere manieren zijn om te publiceren. Je kan vb. je boek opsplitsen in artikels en bij tijdschriften aankloppen. Of je kan je werk ook op het web ter beschikking stellen.

Provinciale heemdagen 2009

- Oost-Vlaanderen: zondag 10 mei 2009 te Zele met als thema architectuur
- Vlaams-Brabant: zondag 14 juni 2009 te Bertem met als thema platteland
- West-Vlaanderen: zaterdag 25 april 2009 te Ingelmunster met als thema het Kasteel van Ingelmunster

³ Sinds 1 april 2008 werd deze regel aangepast. Van de periodieke publicaties (dagbladen, tijdschriften, jaarlijkse publicaties) dient slechts **één exemplaar** gedeponeerd te worden.

Heemdag 2009
Zaterdag 3 oktober
Provinciehuis van Antwerpen

VAN DORP TOT STAD
Verstedelijkt Vlaanderen, wat met het heem?

Op zaterdag 3 oktober 2009 vindt de jaarlijkse heemkundige studie- en ontmoetingsdag plaats. Het dagthema is verstedelijkt Vlaanderen. Dit jaar wordt er afgesproken in het Provinciehuis van Antwerpen. In de voormiddag zullen twee sprekers van het Centrum voor Stadsgeschiedenis het dagthema uitwerken. In de namiddag is er een bezoek aan Turninum en het Sint-

Fredeganduskerkhof gepland. We eindigen terug in het Provinciehuis voor de slotzitting met de uitreiking van het Jozef Weyns-eremerk en het Joachim Beuckelaer-eremerk. Aansluitend is er een receptie.

Meer informatie volgt nog, maar hou deze dag al vrij in je agenda!

Cursusreeks

In alle maten en kleuren

Op weg naar meer diversiteit in je organisatie

Vraag je eens af: wie komt er juist naar mijn activiteiten? Wie is er lid van mijn organisatie? En wie zit er precies in mijn bestuur? Zijn deze mensen representatief voor wie in mijn buurt of gemeente woont? Vele erfgoedorganisaties stellen bijvoorbeeld vast dat ze maar weinig jongeren, gezinnen of allochtonen kunnen betrekken. Kom jij voor jouw organisatie tot soortgelijke vaststellingen? En wil jij meer diversiteit brengen in jouw publiek, ledenbestand en bestuur? Dan is deze cursus geknipt voor jou!

Tijdstip: 19u tot 21u

Spreker: Frank Herman (Nomination Coordinator Mechelen 2015)

Plaats:

- **Antwerpen, di 19 mei 2009:** Kappersschool, Lakborslei 339, 2100 Deurne
- **Limburg, ma 11 mei 2009:** Museum Emile Van Doren, Henri Decléene-sstraat 21, 3600 Genk
- **Oost-Vlaanderen, wo 6 mei 2009:** 't Gasthuys, Oude Vismarkt 13, 9300 Aalst
- **Vlaams-Brabant & Brussel, di 12 mei 2009:** Sportimonium, Trianondreef 19, 1981 Hofstade-Zemst (BLOSO-domein)
- **West-Vlaanderen, di 26 mei 2009:** Fransmansmuseum, Sint-Maartensplein 15b, 8680 Koekelare

Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience: de bewaarbibliotheek voor uw heemkundige publicaties

Vijf jaar geleden sloot Heemkunde Vlaanderen vzw met de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience, zoals de Stadsbibliotheek sinds mei 2008 officieel heet, een samenwerkingsovereenkomst af die vanaf 1 januari 2004 van start ging. Deze overeenkomst betrof de overdracht van de tijdschriftencollecties van zowel Heemkunde Vlaanderen vzw als de provinciale koepelverenigingen voor heemkunde naar de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience.

De overeenkomst houdt ook in dat sindsdien alle heemkundige kringen, die lid zijn van de koepelvereniging van hun provincie, hun tijdschriften en jaarboeken gratis deponeren bij deze erfgoedbibliotheek, die sindsdien optreedt als bewaarbibliotheek voor Heemkunde Vlaanderen vzw en de aangesloten koepels en kringen.

Begin 2009 kunnen we met genoegen vaststellen dat deze afspraak over deponering door bijna alle Vlaamse heemkundige kringen voorbeeldig wordt opgevolgd. Meer dan 200 aangesloten heemkundige kringen sturen hun tijdschrift en/of jaarboek (al dan niet via levering aan de voorzitter van de koepel, zoals voor Heemkunde Limburg het geval is, of via de algemene vergadering van Heemkunde Oost-Vlaanderen) intussen naar de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience.

Het aantal heemkundige tijdschriften of jaarboeken dat ondertussen deel uitmaakt van het fonds “lopende abonnementen” in de erfgoedbibliotheek, hier gerangschikt per provincie, bedraagt volgens de laatste telling van 16 februari 2009:

1. Antwerpen	70
2. Vlaams-Brabant	35
3. Limburg	49
4. Oost-Vlaanderen	51
5. West-Vlaanderen	35
6. Overkoepelend (Ons Heem)	1
Totaal:	241

De Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience gaat jaarlijks van al deze tijdschriftentitels na of ze vlot binnenkomen, rekening houdend met de periodiciteit (verschijningswijze). Van deze 241 titels kunnen we vaststellen – ook op 16 februari 2009 – dat ruim 91 % vlot binnenkomt.

	OK	%	Achter- stand	%
Antwerpen	64	91	6	9
Vlaams-Brabant	30	85	5	15
Limburg	49	100	0	0
Oost-Vlaanderen	47	92	4	8
West-Vlaanderen	28	80	7	20
Koepel (Ons Heem)	1	100	0	0
Totaal:	219	91	22	9

De website van de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience, www.consciencebibliotheek.be, voorziet een link naar een overzicht van elk van deze heemkundige tijdschriften en jaarboeken en hun aanwezigheid in de erfgoedbibliotheek. Deze lijst wordt up-to-date gehouden, dus op het moment waarop u dit leest, kunnen het er inmiddels méér zijn!

Mogelijk is uw kring sinds kort ook lid van een provinciale koepel of bent u juist opgericht en geeft ook uw vereniging een tijdschrift of jaarboek uit, maar had u eerder geen weet van de samenwerkingsovereenkomst zoals hier beschreven. Als uw periodieke publicatie nog niet werd gedeponerd – en dus ook nog niet voorkomt op de lijst die u terugvindt op de website van de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience – nodigen wij u hierbij uit dit alsnog te doen.

Dat alle heemkundige tijdschriften en jaarboeken volgens de overeenkomst in de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience worden gedeponerd, is niet alleen buitengewoon interessant voor de erfgoedbibliotheek zelf maar ook voor uw vereniging en al wie op zoek is naar heemkundige informatie.

Wegens een gebrek aan middelen kan Heemkunde Vlaanderen vzw zelf geen toegankelijke en bereikbare bibliotheek uitbouwen. De Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience daarentegen verzamelt al jarenlang heemkundige publicaties en beschikt over de nodige knowhow, personeel en infrastructuur voor de langetermijnbewaring van dit bijzondere erfgoed. Met deze samenwerkingsovereenkomst is het voortbestaan van de tijdschriftencollecties verzekerd en kan Heemkunde Vlaanderen vzw haar financiële mid-

delen inzetten voor andere prioritaire doelstellingen van de vereniging: ondersteuning van heemkringen, de organisatie van vorming, colloquia,...

De tijdschriften zijn voor iedereen beschikbaar en makkelijk opvraagbaar. Iedere geïnteresseerde en/of onderzoeker kan het materiaal ten allen tijde consulteren bij de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience, die van maandag tot zaterdag gratis toegankelijk is. Alle publicaties in het bezit van de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience, dus ook alle titels van de heemkundige tijdschriften, zijn in de online catalogus terug te vinden, wat gericht zoeken een pak gemakkelijker maakt. Ook de titels van themanummers worden beschreven en in de catalogus gelinkt aan het tijdschrift waartoe ze behoren. Heemkunde Gouw Antwerpen en Heemkunde Limburg voorzien bovendien achteraan hun tijdschrift (resp. *Gouwtijdschrift* en *Heemkunde Limburg*) een opsomming van de inhoudstafels of index van tijdschriftartikelen van de heemkundige tijdschriften binnen hun provincie. Uiteraard kunnen deze “koepeltijdschriften” en ook de andere – *Nieuwsbrief Heemkunde Vlaams-Brabant*, *West-Vlaamse sprokkelingen* en het *Contactblad* van Heemkunde Oost-Vlaanderen – in de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience worden



geraadpleegd.

Heemkunde Vlaanderen vzw is tevens met de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience overeengekomen dat elke heemkundige vereniging die beschikt over een webstek, recht heeft op een directe link naar de collectie van de erfgoedbibliotheek. U kan dus een link plaatsen op uw website, waardoor elke bezoeker online kan zoeken in de collectie van de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience (via www.consciencebibliotheek.be). Het inwinnen en opzoeken van informatie zal hierdoor aanzienlijk sneller en accurater verlopen.

De afdeling Collectievorming van de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience kijkt alle heemkundige tijdschriften systematisch na, om te zien of hierin nieuwe uitgaven worden aangekondigd. Als dit het geval is, neemt de erfgoedbibliotheek contact op met de uitgevende kring in kwestie, om deze publicatie(s) aan te kopen. Uiteraard worden ook deze uitgaven in de online publiekscatalogus opgenomen, en worden ze net als de tijdschriften voor altijd in goede omstandigheden bewaard en ter beschikking gesteld voor eender wie ze wil raadplegen in de leeszaal.

Indien u in uw archief nog exemplaren van nummers van uw tijdschrift heeft liggen die volgens de bezitsaanduiding in de online publiekscatalogus van de erfgoedbibliotheek ontbreken, zullen deze uiteraard zeer welkom zijn. Neemt u in dat verband zeker contact op met de verantwoordelijke van de tijdschriftencollectie, Marcel van den Heuvel.

Tenslotte bent u uiteraard steeds van harte welkom voor een bezoek achter de schermen van de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience. Neemt u ook hiervoor gerust contact op.

Graag danken wij alle kringen die hun tijdschrift doneren voor hun steun en medewerking!

Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience
Afdeling Tijdschriften
Hendrik Conscienceplein 4
2000 Antwerpen

marcel.vandenheuvel@stad.antwerpen.be

Tel: 03 / 206 87 39

www.consciencebibliotheek.be

Van Aanwinst tot Zaaltekst. Tips voor het beheer en de ontsluiting van een collectie lokaal erfgoed.

Deel VII: Van product tot publiek. Over marketing en promotie

Heb je een collectie **lokaal** erfgoed? Dan vervul je een belangrijke taak. Je zorgt ervoor dat getuigenissen van vroeger en nu bewaard blijven. Mensen van nu en later kunnen zo leren hoe men in je regio woonde, leefde en werkte.

De verzamelingen en de kennis die lokale erfgoedbeheerders bezitten, zijn vaak interessant en waardevol. Maar velen zullen het beamen ... collectiebeheer is een hele opdracht.

Binnen het project **Lokaal Geheugen** loopt een bijdragereeks met tips voor het beheer en de ontsluiting van lokaal erfgoed. De thema's zijn heel divers: van 'wat te doen met een aanwinst?' tot 'hoe schrijf ik een zaaltekst?'. Uiteindelijk krijg je zo een beknopte handleiding van A tot Z.

In de vorige katern bekeken we hoe je tot een aangename presentatie van je collectie kan komen. Je hebt je product, fris en klaar voor het publiek. Maar hoe brengen we nu het product naar het publiek? We bekijken hier aan de hand van enkele vuistregels van Tom Wezenbeek, marketingmanager bij Toerisme Vlaanderen, hoe je wervend kan communiceren over je tentoonstelling, museum of evenement, en hoe je je publiek omlijnt, aanspreekt en bindt.

Marketing is afkomstig uit de bedrijf- en reclamewereld. Niet te rijmen met onze sector, denk je? Toch, we kunnen een aantal nuttige dingen leren uit de werkwijze van marketing. De basisprincipes zijn immers gemakkelijk toepasbaar op ongeveer alles waar een mens promotie over zou willen voeren, dus ook op erfgoedcollecties en -activiteiten. Want ook wij willen weten hoe we zoveel mogelijk mensen kunnen bereiken met onze boodschap.

De marketingprincipes

Het enthousiasme dat je bezit over waar je mee bezig bent, is onontbeerlijk. De meesten onder ons stoppen een groot deel van hun vrije tijd in het uitbouwen en beheren van hun collectie. Je kan het dan ook niet laten om er vol vuur over te spreken tegen je naasten en je bezoekers. Alleen is dit niet genoeg, of beter: het is slechts het begin. Deze passie kan je gericht aanwenden en aan de hand van enkele denkoefeningen uitgebreid en winstgevend benutten.

De kapstok om je ontvanger te doorgronden, zijn de volgende vragen:

- 1) **Waarom** wil je je product verkopen, wat zijn je doelstellingen, wat wil je ermee bereiken? Stel jezelf als organisatie de vraag, en probeer een concrete definitie te geven van 'wie ben ik' en 'waarvoor sta ik'. Het is ook belangrijk dat je het 'unieke' van je museum of collectie bepaalt: wat maakt dat dit je van andere, soortgelijke collecties onderscheidt, en wat is je typische rode draad. Eens je deze denkoefening gemaakt, en liefst ook genoteerd hebt, kan

je waarschijnlijk makkelijker je doelstellingen bepalen. Maak hierbij best een onderscheid in korte en lange termijn, en hou ook rekening met de beschikbare werkmiddelen. Zo creëer je een kader waarbinnen je promotie zich kan afspelen.

Wees zo specifiek mogelijk bij het formuleren van je doelstellingen. Aanspreken van "het brede publiek" gaat amper en want het is een onhaalbare doelgroep. Het brede publiek voor ogen stellen is echter een val waar vele, ook grote musea in trappen.

2) **Aan wie** wil je je product verkopen, wie is je doelgroep?

Om te bepalen wie je doelgroep is en/of welke doelgroep je in de toekomst wil aanspreken, moet je je publiek leren kennen. Dat gaat het best door er zelf tussen rond te lopen, en als je de kans hebt om hen aan te spreken, er een praatje mee te slaan. Is je bezoekersaantal te groot om iedereen persoonlijk aan te spreken, dan kan je een bevraging organiseren met bijvoorbeeld een evaluatieformuliertje. Dat is trouwens een handige manier om te weten te komen wat de mensen denken voor, tijdens, en na hun bezoek. Algemener: welk idee hebben potentiële bezoekers over jouw museum of tentoonstelling? Het kan zijn dat die idee niet strookt met wat jij eigenlijk bedoelde, dus dan weet je dat je moet sleutelen aan het beeld dat je uitstraalt, en dus ook aan je communicatie en marketing. Dit is wellicht de belangrijkste informatie die je uit je publiek kan halen. Probeer je publiek ook te segmenteren: zijn ze man of vrouw, jong of oud, ...

In plaats van, of aanvullend op een segmentatie op basis van leeftijd, kan je, beter nog, ook kijken naar de levensfase waarin een mens zit. Een vader van 25 jaar met een peuter en een vader van 40 jaar met een peuter zullen meer met elkaar gemeen hebben dan met hun respectievelijke leeftijdsgenoten zonder kinderen. In dit geval zal leeftijd er dus niet toe doen.

Een analyse van je publiek is nuttig om je activiteiten beter af te stemmen op je huidige of toekomstige bezoekers. Daarbij moet je zeker aandacht hebben voor de volgende punten:

- Waar komt men vandaan: buurt, stad, streek, provincie, ...?
- Wat is de motivatie van het bezoek: (voor het plezier, om bij te leren, als weekenduitstap, ...?). Aan de hand hiervan kan je het bezoek gaan kleuren: zorgen voor een speeltuin of drankgelegenheden in de buurt bijvoorbeeld.
- Hoe is het gezelschap gestructureerd: grote groepen, individuele bezoekers, ...? Dit heeft gevolgen voor je toegankelijkheid en omgekeerd (indien je museum niet voorzien is op groepen bezoekers, kan je bijvoorbeeld audiogidsen invoeren zodat de groepen uitgesplitst kunnen worden in individuele bezoekers).
- Wat zijn de opleidingen en interesses van de bezoekers?
- Op mensen met welk budget mik je?

Probeer je ideeën af te toetsen bij je beoogde doelgroep. Indien je mikt op tieners, vraag dan aan een aantal van hen in familie- en vriendenkring of ze je ideeën wel zien zitten.

Uit al deze beschouwingen kan je afleiden welk soort bezoeker je aantrekt of zou willen aantrekken, en je communicatie daar specifiek op afstemmen.

3) **Hoe** wil je je product verkopen, welke communicatiekanalen en hefbomen ga je benutten? Pas als je je doelgroep en bijhorende gedachtegang kent, kan je het passende communicatiekanaal uitkiezen. Een voorbeeld: moet je je doelgroep nog aanspreken, stel dan een

wervende folder op; is je doelgroep al “ter plaatse”, kies dan voor een informerende folder – ook bedrukte T-shirts werken goed op de locatie zelf.

Onder het motto “vis waar er vissen zijn” is het belangrijk om te kijken welke bestaande communicatiekanalen en media er al werkzaam zijn en hoe je door daarmee mee te liften je doelgroep (en breder publiek) kan bereiken. Je kan pers en media, je gemeente, andere activiteiten, betrokken of relevante bekende Vlamingen, de dienst voor toerisme, herhaalbezoekers en internetcommunities inschakelen.

Een zijsprong van dit principe is de gezamenlijke aanpak. Als er in het naburige dorp een soortgelijke activiteit doorgaat in dezelfde periode, kan je de handen in elkaar slaan. Dit brengt zowel qua reikwijdte als qua communicatiemogelijkheden meer op. Financieel kan je eveneens meer voordeel bekomen door bijvoorbeeld samen advertentieruimte in de krant aan te kopen.

- 4) **Wat** wil je vertellen, welke boodschap wil je brengen met het product en hoe ziet die boodschap eruit?

Het is goed eerst de voorgaande principes te beschouwen, want op basis daarvan kan je pas vastleggen wat je precies wil vertellen, pas daarna hoe die boodschap eruit moet zien of verpakt worden.

Je kan een originele folder maken door een andere vorm te gebruiken (bijvoorbeeld rond), of door er een grote sticker of een affiche van te maken. Door de juiste (online) drukker te kiezen hoeven deze zaken niet duur te zijn en hoef je geen ingewikkelde procedure te doorlopen (zie informatie achteraan deze katern).

Maak ook enkele denkoefeningen over je toegangsprijs. Kan je een gezamenlijk ticket met een naburig heemkundig museum verwezenlijken? Kan je een lage of geen toegang vragen, maar wel winst halen uit randactiviteiten zoals drankgelegenheid? Kan je een voorverkoop organiseren in samenwerking met de plaatselijke horeca en handelszaken?

Niet vergeten te meten !

Door de bewegingen van het publiek te meten, krijg je een zeer gedetailleerd beeld dat je kan aanwenden bij de uitbouw of het bijschaven van je werking of je activiteit.

Meer algemene cijfers over toerisme in regio's en de vrijetijdsbesteding van Vlamingen zijn onder andere terug te vinden op de websites van de provincies, van Toerisme Vlaanderen, en van Re-Creatief Vlaanderen.

Specifieke gegevens over je eigen organisatie kan je verzamelen door enkele kleine ingrepen: een gastenboek ter beschikking leggen, controleren of alle folders die je verspreidt ook wel degelijk worden meegenomen door de mensen, het aantal bezoekers van je website tellen, enzovoort.

Nu we dit traject bekeken hebben, valt het op dat het belangrijk is je bezoekers te kennen en in te schatten alvorens de communicatie en marketing naar en voor hen uit te werken. Dit is een principe dat al bijzonder doeltreffend bleek te zijn binnen sectoren waar men al jaren met marketing aan de slag gaat, en zeker ook voor onze musea en collecties nuttig en van toepassing is. Veel succes ermee!

Meer lezen ?

Informatie en ideeën over projecten en promotie:

Te bestellen via www.locusnet.be

DE KEPPEL, MIEK. Bijzonder of vernieuwend ? Inspiratie uit lokale cultuurpraktijken. 2004.

ANTONUCCI, ISABEL. Onbetreden paden. Een verkenning van de toekomstige culturele vrijetijdsbesteding van de 45-plusser. 2008.

CLOET, NIKOLAS. Starterskit voor lokale cultuurwerkers. Brussel. 2006.

Te bestellen via www.cultuurnet.be

DEVOS, FRANKY. Ambrassadeurs 1. Over jongeren, cultuur en communicatie. 2004.

DE SMET, ANNE en VAN GENECHTEN, HILDEGARDE. Marketing en musea. Verslagboek congres Market'eum '05. 2005.

WEYNS, REINHILDE. Communiceren met pers en media. 2003.

ASSELMANS, EVERT. Communiceren via website en e-mail. 2004.

Neem ook eens een kijkje bij de publicaties op www.faronet.be en bij de vormingsbibliotheek met digitale brochures op www.toerismevlaanderen.be

Metten van je website:

www.alexa.com

Lay-out en drukwerk:

www.zwartopwit.com

Specifieke vragen: Tom.Wezenbeek@toerismevlaanderen.be

Dit katern is geschreven naar aanleiding van de cursus 'Van product tot publiek'. De cursus en het katern komen tot stand binnen het project Lokaal Geheugen. Op initiatief van Heemkunde Vlaanderen vzw hebben adviseurs uit de provincies en andere specialisten zich in dit project verenigd. Met Lokaal Geheugen willen zij iedereen ondersteunen met een collectie lokaal erfgoed (heemkringen en andere erfgoedverenigingen, lokale musea, particuliere verzamelaars met een erfgoedcollectie).

Welke steun kan je van Lokaal Geheugen verwachten?

1. Informatie en advies

Informatie en advies vind je op www.helpdesklokaalerfgoed.be. Je kan er ook vragen posten op een speciaal formulier. Je krijgt dan zo snel mogelijk een persoonlijk antwoord.

2. Vorming

Per provincie worden cursussen georganiseerd over een aspect van het beheer van een collectie lokaal erfgoed. Binnen het project zijn deze cursussen nog gepland:

Diversiteit in je organisatie mei 2009

Lokaal geheugen is een samenwerkingsverband van Heemkunde Vlaanderen vzw met de provincie Antwerpen, de provincie Limburg, de provincie Oost-Vlaanderen, de provincie Vlaams-Brabant, de provincie West-Vlaanderen, de Vlaamse Gemeenschapscommissie, Volkscunde Vlaanderen vzw en FARO. Vlaams Steunpunt voor Cultureel Erfgoed vzw. Het project is mogelijk dankzij de financiële steun van de Vlaamse Gemeenschap.

Maria door Vlaanderen gedragen

Met het project 'Maria door Vlaanderen gedragen' inventariseren de initiatiefnemers de historische gegevens en achtergrondinformatie over de Mariabeelden en die plechtigheden waarbij Maria door Vlaanderen wordt gedragen in gebedstochten, ommegangen, processies en stoeten.

Eenzijds zijn er de plechtigheden waarbij de toeschouwers even stilstaan bij de betekenis van de geëvoerde taferelen en de figuur van Maria. Anderzijds zijn er de talrijke gebedstochten en kaarskensprocessies waarbij de deelnemers mee opstappen achter het Mariabeeld en zo actief hun persoonlijke intenties uiten in gebed en samen-zang.

Het project wordt gerealiseerd met de steun en medewerking van:

Vlaamse Gemeenschap
 Provincie Antwerpen
 Gemeente Boom
 Centrum voor Religieuze Kunst en Cultuur
 VCM - Contactforum voor Erfgoedverenigingen
 Heemkunde Vlaanderen vzw
 Volkskunde Vlaanderen vzw.

Volgende initiatieven van Maria door Vlaanderen gedragen vzw maken dit cultureel (im)materieel religieus erfgoed zeer toegankelijk voor het brede publiek.

Website www.mariadoorvlaanderen.be

De website geeft een zo volledig mogelijke kalender van alle plechtigheden over gans Vlaanderen t.e.m. 2012. Een korte beschrijving van elke plechtigheid is eveneens opgenomen.

Boek met full cd

In het boek 'Maria door Vlaanderen gedragen' brengt de auteur dit cultureel (im)materieel religieus erfgoed uitgebreid onder de aandacht. Het met uniek fotomateriaal geïllustreerde naslagwerk biedt uitgebreid informatie over de nog bestaande Mariaverering, folklore en tradities in Vlaanderen.

In de beschrijvingen van de Mariabeelden en de verslagen van de plechtigheden bundelt de auteur de verzamelde historische gegevens en achtergrondinformatie van deze uitingen van volksdevotie rond Maria.

De bestaande lokale Mariagebeden en de kalender van de plechtigheden, anno 2007-2008, zijn beide in een afzonderlijk katern achteraan in het boek opgenomen.

Op de bijbehorende cd kan u luisteren naar drie soorten van Marialiederen: twee alom gekende, tien bestaande



lokale en twee nieuwe, speciaal voor dit project gecomponeerde liederen.

Het boek met full cd is beschikbaar vanaf donderdag 21 mei 2009.

Gegevens boek:

druk vierkleurendruk
 formaat A4
 gewicht ca. 2 kg
 papier Maco satiné 135 gr
 kaft gekartonneerd 3 mm
 aantal bladzijden 352
 aantal foto's ca. 1300

Inhoud boek:

112 beschrijvingen van Mariabeelden
 125 verslagen van plechtigheden
 42 lokale gebeden
 teksten van 14 liederen
 kalender van de plechtigheden anno 2007-2008

Gegevens cd:

14 Marialiederen

Prijs voor boek met cd:

45 euro bij afhaling op de Overzichtstentoonstelling (zie verder)
 52 euro bij aflevering op uw adres

Nu reserveren via website www.mariadoorvlaanderen.be en door storting van het juiste bedrag op rekening 068-2496459-94 van Maria door Vlaanderen gedragen vzw.

Overzichtstentoonstelling met Mariabeelden uit gans Vlaanderen

Deze tentoonstelling is samengesteld met een groot aantal unieke Mariabeelden die in het project zijn opgenomen. De tentoonstelling heeft plaats van donderdag 21 mei 2009 tot en met zondag 24 mei 2009 in de kerk van Onze-Lieve-Vrouw en Sint-Rochus, Grote Markt, Boom

openingsuren

donderdag 21 mei 2009 van 14.00u tot 18.00u

vrijdag 22 mei 2009 van 10.00u tot 18.00u

zaterdag 23 mei 2009 van 10.00u tot 18.00u

zondag 24 mei 2009 van 10.00u tot 12.00u.

inkom gratis

Mariale Jubeltocht met Mariabeelden uit gans Vlaanderen

De apotheose van het project is een processie met de Mariabeelden uit de overzichtstentoonstelling opgeluisterd muziek, zang, vlaggenspel en choreografie.

Deze Mariale Jubeltocht heeft plaats op zondag 24 mei 2009 om 14.30u in de centrumstraten van Boom.

Inkom gratis

Voor alle verdere info

Maria door Vlaanderen gedragen vzw

contactpersoon: Carl Deckers

Kouwerheide 19, 2610 Wilrijk

tel. 03/828.66.25

gsm 0477/91.03.72

carl@mariadoorvlaanderen.be

www.mariadoorvlaanderen.be

Heeft u vragen? Stel ze aan de consulent van Heemkunde Vlaanderen vzw!

Heeft u een probleem binnen de werking van uw heemkundige kring? Wil u raad over het opzetten van een project? Wil u nagaan hoe u beter kan communiceren om aldus meer leden te winnen? Wil u een duidelijke visie en doelstelling ontwikkelen voor uw vereniging? Heeft uw vereniging nood aan nieuwe ideeën? Zoekt u naar verjonging? Heeft u vragen over de nieuwe vzw-wetgeving en de daaruit voortvloeiende boekhoudkundige verplichtingen? Zoekt u nieuwe inhoudelijke actierreinen? Voor een antwoord op al deze vragen, en nog veel meer, kan u contact opnemen met de consulent van Heemkunde Vlaanderen vzw, Daphné Maes. Men kan ook steeds, mits afspraak uiteraard, een beroep doen op de consulent om ter plaatse een bezoek te komen afleggen. Voor een aantal zaken kan zelfs een begeleidingstraject met de lokale kring worden opgestart. Een mogelijkheid is vb. een begeleidingstraject visieontwikkeling.

Voor plaatsbezoeken en alle vragen kan men terecht bij:

Daphné Maes, consulent Heemkunde Vlaanderen vzw

Huis De Zalm

Zoutwerf 5

2800 Mechelen

tel.: 015/20 51 74 (vragen naar Daphné Maes)

fax: 015/20 54 23

daphne.maes@heemkunde-vlaanderen.be

zondag 26 april
ERFGOEDDAG 2009
UIT VRIENDSCHAP!?



Vriendschap is (g)een illusie

500 organisaties die samen 700 activiteiten presenteren met cultureel erfgoed in de hoofdrol: dat moet Erfgoeddag zijn! Een dag waarop tal van organisaties van diverse aard elkaar de hand reiken om een mooie staalkaart te bieden van 'de erfgoedsector' in al zijn verscheidenheid en rijkdom.

Uit vriendschap!?

Begin januari 2009 brachten de media de resultaten van een onderzoek over vriendschap en het belang dat men hecht aan (het aantal) vrienden. 1 op 12 mensen gaf aan geen enkele vriend te hebben. Maar wat zijn dat eigenlijk, 'vrienden', en vanaf wanneer noem je iemand 'een vriend'? Zo heeft de gemiddelde Vlaming volgens dat onderzoek zeven vrienden, waarvan 2,5 als 'beste vrienden' worden benoemd. In de boekhouding van de vriendschap wordt het ingewikkeld met deze gouden en zilveren medailles. Wat er ook van zij, het onderzoek illustreert alleszins dat vriendschap geen eenduidig, kristalhelder fenomeen is.

Maar hoe zat het vroeger nu eigenlijk met die vriendschappen? Het antwoord op deze vraag is beslist een Erfgoeddag waard. De negende editie van dit feestelijke gebeuren rond cultureel erfgoed zal deze eeuwenoude discussie ongetwijfeld verder aanwakkeren. In de 700 activiteiten staan zowel het vraag- als het uitroepteken van de titel – *Uit vriendschap!?* – centraal. Het vraagteken, omwille van het *waarom* achter de vriendschap. Gold (en geldt) *voor wat, hoort wat* (nog) altijd? Vrienden hebben en het (al dan niet) behoren tot een 'netwerk' kon je levensduur aanzienlijk verlengen of je carrière in snelle wateren manoeuvreren. Maar vriendschap is ook een uitroepteken, onvoorwaardelijk, van vlees en bloed en recht door zee. De vreugde van het samenzijn, het delen van lief en leed... Ook *dàt* is vriendschap. Vriendschap heeft ook een keerzijde. Noem het concurrentie, vijandschap en opportunisme. Die verscheidenheid in de beleving en interpretatie vind je dan ook heel mooi weerspiegeld in het aanbod van deze Erfgoeddag. Musea, archieven, heem- en familiekundige kringen, amateurkunstenaars-



© Erfgoeddag | Philippe Debroc
Zemst, Heemkundige Kring De Semse,
poëzieboeken.

verenigingen, jeugdbewegingen en talloze andere organisaties met een hart voor erfgoed zetten hun beste beentje voor om een gevarieerd totaalbeeld van 'de' vriendschap te tonen. Laat je verbazen door een rijk en verscheiden aanbod.

Met deze negende editie van Erfgoeddag timmert het evenement verder aan de weg. Ooit begonnen op initiatief van Vlaams minister van Cultuur Bert Anciaux als een museum- en archievendag, later ontpopt tot Erfgoedweekend en sinds 2004 tot Erfgoeddag, kent het overduidelijk een groeiende belangstelling. Niet enkel bij het publiek, maar ook bij de erfgoedsector. Er zijn dus heel duidelijk meer en meer 'vrienden van het verleden'.

We wensen jou en al je vrienden een warme, leerrijke Erfgoeddag toe.

Roel Daenen
Coördinator Erfgoeddag

INFO

Kijk voor meer info op www.erfgoeddag.be. Of blader eens doorheen de gratis programmabrochure, die je vindt in de openbare bibliotheek, de Lijnwinkels of kunt bestellen op het gratis nummer 1700. Je kunt ze ook meenemen bij alle organisaties die deelnemen aan Erfgoeddag. Het kindvriendelijke aanbod herken je aan Vlieg! Bovendien bieden De Lijn, NMBS en MIVB speciale vervoersvoorwaarden aan.

Verklaar je vriendschap met Erfgoeddag op sociale netwerksites als www.facebook.com (en tik in 'Erfgoeddag') en Netlog – zie www.netlog.com/erfgoeddag. Je vindt er foto's, filmpjes, gelijkgestemde zielen en je kunt er ook tal van boodschappen en bedenkingen kwijt. En je kunt er op zoek gaan naar oude vrienden, en hen ook uitnodigen om samen naar Erfgoeddag te gaan!



© Erfgoeddag | Philippe Debroc
Beringen, Vlaams Mijnmuseum, Vrienden van het Vlaams Mijnmuseum.

Tijdens het jubileumjaar van Chirojeugd Vlaanderen participeren Chirogroepen aan Erfgoeddag!

Op zondag 26 april is het Erfgoeddag met als thema 'Uit vriendschap!?' Op die dag organiseert Chirojeugd Vlaanderen Olé Pistolé. Meer dan zevenhonderd Chirogroepen bieden in hun buurt een (bijna) gratis ontbijt aan. Chirojeugd Vlaanderen riep op om deel te nemen aan Erfgoeddag met een activiteit tijdens en na het ontbijt, waarbij het typische Chiro-erfgoed centraal staat. Meer dan twintig Chirogroepen schreven zich in, de meeste in samenwerking met jeugd-, cultuur- of erfgoedverenigingen en heemkringen. Een greep uit het aanbod: fiets- en wandeltochten, zangstondes, tentoonstellingen, spelen uit de oude doos, filmvoorstellingen, een historische stoet en de voorstelling van een digitaliseringsproject van oude Chirofoto's van de Erfgoedcel Waasland.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Geertje Cools via Geertje.Cools@chiro.be of 03-231 07 95.

Studiedag 'Over verhalen van vroeger en nu Een insteek voor erfgoedtoerisme' - 1 april 2009

Haast elke dag duiken pijnlijke, angstaanjagende, bevreemdende, hilarische verhalen op, uiteraard steeds 'echt gebeurd', of toch tenminste ... van horen zeggen. Verhalen over moordenaars op de achterbank van de auto, krokodillen in riolen, gemicrowavede katten of kakkerlakken in fastfoodmaaltijden zijn vandaag de dag sche-ring en inslag. Deze studiedag neemt je mee naar de wereld van oude en moderne sagen. Want misschien is 'echt gebeurd', wel net zo echt als echt verteld!

Met deze studiedag willen Volkskunde Vlaanderen vzw en de dienst Cultuur van de gemeente Langemark-Poelkapelle duidelijk maken dat traditionele en moderne sagen uitstekend samen kunnen gaan met lokaal cultuurbeleid en erfgoedtoerisme. In de voormiddag wordt ingegaan op hoe volksverhalen en urban legends op een hedendaagse manier hun weg naar een groot publiek kunnen vinden. In het namiddag gedeelte staat de praktijk centraal en focussen we op enkele inspirerende best practices op het vlak van erfgoedtoerisme en cultuurbeleid.

Terwijl de moderne verhalen inspelen op moderne thema's zoals de gevaren van drugs, seks, vergiftigde voeding of opgeroepen geesten, vertellen traditionele sagen over heksen, duivels, weerwolven en herrezen doden. Al deze verhalen vormen samen een stuk waardevol en uniek immaterieel erfgoed. Vandaag willen wij u dan ook laten kennismaken met een aantal vernieuwende manieren waarop verhalen aangewend kunnen worden voor toeristische en lokale culturele ontsluiting.

PROGRAMMA

09u30-10u00	Onthaal
10u00-10u05	Welkomstwoord Marc Jacobs, co-directeur Faro. Vlaams Steunpunt voor Cultureel Erfgoed
10u05-10u10	Verhaal Wim Chielens, westhoekverteller
10u10-10u40	Inleiding volksverhalen en volksverhalenbank Stefaan Top, emeritus hoogleraar volkskunde KU Leuven (B)
10u40-11u10	Mediahypes en moderne sagen Peter Burger, docent journalistiek Universiteit Leiden en journalist (NL)
11u10-11u40	Moderne sagen als inspiratiebron voor multimediatietoepassingen

11u40-12u00	Mikel J. Koven, docent universiteit Worcester (UK) Vragenronde Moderator: Antoon Naert, voorzitter Volkskunde Vlaanderen vzw en diensthoofd cultuur en toerisme Ichtegem (B)
12u00-14u00	Broodjeslunch + informatiemarkt
14u00-14u05	Verhaal Wim Chielens, westhoekverteller
14u05-14u45	Verhalen als instrument voor erfgoedtoerisme Tom Wezenbeek, manager Marketingontwikkeling Toerisme Vlaanderen (B)
14u45-15u25	Voorbeeldpraktijken uit Nederland Ineke Strouken, directeur van het Nederlands Centrum voor Volkscultuur (NL)
15u25-15u35	De volksverhalenroute, een voorbeeldpraktijk uit Langemark-Poelkapelle Heidi Vanackere, cultuurbeleidcoördinator Langemark-Poelkapelle (B)
15u35-15u40	Verhaal Wim Chielens, westhoekverteller
15u40-15u45	Slotwoord Antoon Naert
15u45-16u30	Receptie

MEER INFO

Volkskunde Vlaanderen vzw
Sint-Amandstraat 72, 9000 Gent
09 223 97 00
info@volkskunde-vlaanderen.be
www.volkskunde-vlaanderen.be

ORGANISATIE

Deze studiedag wordt getrokken door Volkskunde Vlaanderen vzw in samenwerking met de gemeente Langemark-Poelkapelle, de gemeente Zonnebeke en Faro, Vlaams Steunpunt voor Cultureel Erfgoed vzw en met de steun van de Vlaamse Overheid, de Europese Unie, de Provincie West-Vlaanderen, Leader, Westtoer, Vlaamse Landschapsmaatschappij en Regionaal landschap IJzer en Polder.



De eerste Prijs Frans Vromman

De West-Vlaamse Gidsenkring vzw roept een prijs in het leven voor een niet-gepubliceerde monografie over een cultureel, (kunst)historisch, literair, architecturaal of volkskundig onderwerp dat raakvlakken heeft met de provincie West-Vlaanderen. De prijs heet de Prijs Frans Vromman, en wil op die manier de overleden voorzitter van de Gidsenkring van Brugge eren.

Hij wordt de eerste keer uitgereikt in 2010 en vervolgens om de vijf jaar (2015, 2020, enz.). De winnaar ontvangt 1000 euro en naambekendheid via de publicatie van zijn of haar monografie als jaarboek van de vereniging.

REGLEMENT PRIJS FRANS VROMMAN

(uittreksel)

Artikel 1

De RvB van de West-Vlaamse Gidsenkring vzw richt een vijfjaarlijkse prijs in, genaamd Prijs Frans Vromman, voor de publicatie van een monografie die een cultureel, volkskundig, literair of (kunst)historisch aspect van de provincie West-Vlaanderen tot onderwerp heeft. De winnaar ontvangt een bedrag van 1.000 EUR en de publicatie van het werk als jaarboek. De prijs wordt een eerste maal uitgereikt in 2010.

Artikel 2

Alle deelnemers moeten: het werk in de Nederlandse taal aanbieden en bereid zijn bij publicatie het logo van de provincie West-Vlaanderen op de kaft te plaatsen.

Artikel 3

Iedere deelnemer mag één of meer werken indienen. Alleen niet-gepubliceerd, oorspronkelijk werk wordt in aanmerking genomen.

Artikel 4

De deelnemers moeten vóór 1 februari van het 'prijsjaar' hun werk indienen bij de secretaris van de Provinciale West-Vlaamse Gidsenkring (Chris Beel, Deken Delaerestraat 2, 8900 Ieper).

Artikel 5

De werken moeten telkens in drie exemplaren ingediend worden, op A4-papier, in kartonnen of plastic mapjes en met genummerde bladzijden. Het aantal bladzijden,

foto's en afbeeldingen inbegrepen, is niet bepaald maar het werk moet bij publicatie passen bij het concept: minimaal 128 en maximaal 144 bladzijden. De ingediende tekst moet opgesteld zijn in Verdana, 10 punt groot. Het werk mag foto's en/of tekeningen bevatten maar tekst en foto's moeten, naast de drie papieren exemplaren, ook in een digitale formule worden aangeboden.

Artikel 6

De deelnemer moet zijn of haar identiteit bekend maken met:

- naam, adres, land, en telefoonnummer van de deelnemer; ev. ook e-mailadres;
- een verklaring op erewoord van de auteur, dat het werk nog niet gepubliceerd is.

Artikel 7

De West-Vlaamse Gidsenkring verbindt zich ertoe het uitverkoren werk als jaarboek te publiceren in het 'prijsjaar'. Twee originele exemplaren worden aan de auteur terugbezorgd, het derde exemplaar is bestemd voor het archief van de vereniging. Alle rechten van de auteur blijven gewaarborgd. De vereniging heeft evenwel beslissingsrecht en –macht om te oordelen over de bibliografische aspecten van de uitgave: de kaft, het lettertype, het formaat en de typische drukeigenschappen. De vereniging bepaalt ook welke drukker het werk zal drukken en kan van de auteur eisen dat bepaalde veranderingen worden aangebracht, evenwel zonder de integriteit en de essentie van het werk te schaden.

Artikel 8

De jury wordt door de raad van bestuur aangesteld. Auteurs kunnen er geen deel van uitmaken.

Artikel 9

De uitspraak van de jury, bekrachtigd door de raad van bestuur van de vzw, is onherroepelijk.

Artikel 10

De identiteit van de niet-bekroonde en niet-geprimeerde deelnemers wordt niet bekendgemaakt. Ze kunnen voor de volgende prijs weer mededingen. De vereniging belooft uit hun werk niets te publiceren.

Artikel 11

De vereniging zal het winnende werk via een persvoorstelling en artikelen in de lokale media bekendmaken.

Artikel 12

De raad van bestuur kan indien nodig het reglement aanpassen.

Het volledige reglement kan aangevraagd bij: Chris Beel, Deken Delaerestraat 2, 8900 Ieper