



Stichting Benedicte

Handleiding voor het organiseren van een dicteewedstrijd



Alex en Nicol Zwalve © 2010

versie 20 november 2010

Een dictee organiseren?

De dicteesport staat volop in de belangstelling. In steeds meer plaatsen in Nederland worden wedstrijden georganiseerd, al dan niet gekoppeld aan het ophalen van baten voor goede doelen. Het televisiedictee trekt jaarlijks ruim een miljoen kijkers en er zijn vele initiatieven om de schoonheid van de Nederlandse taal onder de aandacht te brengen en om het correcte gebruik ervan te stimuleren.

Als je overweegt om zelf in je eigen woonplaats een dictee te organiseren, dan biedt deze handleiding vele aanknopingspunten om er een succesvol evenement van te maken. Als je zaken tegenkomt die hier niet vermeld staan, meld die dan alsjeblieft. Zo kunnen we deze handleiding verder optimaliseren.

Een organisatie opzetten

Een dictee organiseren doe je niet in je eentje. Het zou kunnen, maar er komt zo veel bij kijken dat het verstandiger is om het met een clubje mensen op te zetten. Het Groot Deventer Dictee – dat in deze handleiding vaak zal figureren als voorbeeld – wordt georganiseerd door drie personen. Zorg voor een goede overlegstructuur en verdeel de taken naar competentie.

Doelen stellen

Bedenk vooraf wat je met het dictee wilt bereiken. Is het gewoon een gezellige middag of avond? Is het een serieuze wedstrijd? Wil je er geld mee inzamelen voor een goed doel? Wil je het gebruiken als studieproject?

Bepaal de doelgroep waar je het dictee voor wilt organiseren: jeugd, volwassenen, bedrijven. Bedenk daarna hoeveel deelnemers je minimaal moet hebben om het dictee te laten slagen en bepaal het maximum aantal deelnemers op basis van capaciteit (zaalgrootte, brandweervoorschriften).

De basis

Voor een dicteewedstrijd heb je een aantal basisingrediënten nodig. Ze zijn allemaal even belangrijk, dus ze staan in willekeurige volgorde.

- een locatie
- een dicteetekst
- spelregels
- een voorlezer
- deelnemers
- nakijkers
- een prijzenpakket
- sponsors

- catering
- een optreden in de nakijkpauze
- een website
- publiciteit
- financiën
- een draaiboek

De locatie

Veelgebruikte locaties voor het houden van dicteewedstrijden zijn stadhuizen, bibliotheken, scholen, schouwburgen, buurtcentra en horecagelegenheden. Aan een dictee in een school hangt een ander prijskaartje dan aan een zalencentrum. Vaak stellen instellingen een ruimte gratis beschikbaar, maar hou er rekening mee dat er soms ook een vergoeding moet worden betaald.

Dicteetekst

Afhankelijk van de doelgroep en de duur van de wedstrijd moeten er keuzes gemaakt worden. Er zijn verschillende mogelijkheden: je kunt werken met een invuldictee (waarbij alleen de moeilijke woorden geschreven dienen te worden) of je kunt de tekst volledig laten uitschrijven. Er zijn ook varianten mogelijk waarbij zinnen met foutieve woorden moeten worden gecorrigeerd. Hou in de gaten dat het nagekeken moet worden binnen een bepaalde tijd.

Een klein schema ter indicatie van de tijdsduur van het voorlezen:

- invuldictee met een lengte van 500 woorden, 60 moeilijke woorden te schrijven: 40 minuten
- invuldictee met een lengte van 800 woorden, 100 woorden te schrijven: 1 uur
- uitgeschreven dictee, 250 woorden: 45 minuten
- uitgeschreven dictee, 400 woorden: 1 uur

Het verhoogt de publiciteitswaarde als je een bekende (plaatselijke) prominent weet te strikken om de tekst te schrijven. In het algemeen kan gesteld worden dat teksten met een actueel lokaal thema, op luchtige wijze verwoord, het meest aantrekkelijk zijn. Voor de dicteeschrijvers, maar ook voor de pers. De redacteurs van Deventerdictee.nl leveren op verzoek teksten op maat, in ruil voor naamsvermelding.

Begin op tijd met de tekst! Vaak moet na een eerste concept de moeilijkheidsgraad nogmaals gewogen worden en volgen er aanpassingen. Vervolgens moet de tekst door een onafhankelijke instantie worden gecontroleerd, zodat je zeker weet dat de tekst foutloos is. Dit voorkomt een hoop discussies achteraf. Je kunt hiervoor contact opnemen met Taaladvies.net of met Deventerdictee.nl.

Als de tekst gecontroleerd en definitief is, maak dan een uitspraakversie, waarbij de moeilijke woorden fonetisch zijn geschreven. Dit voorkomt voorleesfouten. Zorg dat de tekst ruim een week

van tevoren bij de voorlezer aanwezig is. Contact tussen dicteeschrijver en voorlezer is aan te bevelen, zo kunnen uitspraakfouten tot een minimum beperkt worden.

Houd de groep die de tekst voorafgaand aan het dictee te lezen krijgt klein! Het zal niet de eerste keer zijn dat mensen die de tekst onder ogen krijgen lastige woorden ongemerkt opnemen in hun vocabulaire.

Zorg verder voor een aantal barragezinnen/-woorden. In het geval van een ex aequo-situatie kunnen deze worden ingezet om een winnaar te bepalen.

Spelregels

Elk spel heeft zo zijn regels. Een dictee is daarin niet anders. Deze regels moeten vooraf duidelijk zijn bij de deelnemers. In de meeste gevallen worden het reglement gehanteerd dat gebruikt wordt bij het televisiedictee. Het Groene Boekje met leidraad wordt meestal als uitgangspunt genomen, gevolgd door de nieuwste Dikke Van Dale.

Een van de belangrijkste zaken die erin moeten staan is het foutenaantal dat gemaakt kan worden in een woord of woordgroep. Onze ervaring leert dat 1 fout per woord het simpelste principe is. Als iemand 'coûte-que-coûte' schrijft en je rekent daarvoor 2 fouten (het moet zonder koppeltekens), dan geeft dat vaak reden tot discussie. Als er voor het goede doel per fout betaald moet worden is het wel een overweging om meerdere fouten per woord of woordgroep te scoren.

Op Deventerdictee.nl staan uitgebreide spelregels. Deze zijn vrijelijk te gebruiken en te kopiëren. Omwille van de leesbaarheid kun je ervoor kiezen om deze regels te vereenvoudigen.

De voorlezer

Vanuit publicitair oogpunt is het verstandig om een lokale prominent te vragen om de tekst voor te lezen. Houd hierbij wel in de gaten dat eloquentie prevaleert boven status! Vaak is een burgemeester hiervoor te strikken, maar ook stadsdichters, wethouders en auteurs worden regelmatig gevraagd voor deze rol. Ook hier geldt dat deze persoon tijdig moet worden gevonden. Zorg voor een reservelezer, het komt nog wel eens voor dat bijvoorbeeld een burgemeester andere zaken aan zijn hoofd heeft dan jouw evenement.

Deelnemers

Als je een dictee organiseert voor de jeugd, bepaal dan de leeftijdscategorie(ën) en zoek samenwerking met scholen. Stem de moeilijkheidsgraad af met de docenten. Bij het Deventer Juniordictee krijgen de scholen ongeveer 2 maanden voor het dictee een oefendictee, waarmee ze een voorronde kunnen houden op school. De docenten selecteren hiermee hun afvaardiging, de beste 2 (4, 6, ...) leerlingen van een school worden afgevaardigd voor deelname. Houd rekening met het feit dat het moeilijk is om het onder schooltijd te organiseren, i.v.m. leerplicht.

Als je een volwassenendictee organiseert, geef dan in ieder geval een minimumleeftijd aan voor de deelnemers. Bedenk verder of je evenement alleen bedoeld is voor de lokale bevolking of dat iedereen welkom is. In Nederland en Vlaanderen is er een groep van ongeveer veertig dicteespecialisten, die via de kalender op Deventerdictee.nl op de hoogte zijn van alle wedstrijden

die plaatsvinden. Zij reizen regelmatig vele honderden kilometers om mee te doen aan dictees. Zij zijn geen partij voor de plaatselijke taalvirtuozen, deze specialisten nemen gegarandeerd de prijzenpot mee over de dorps- of stadsgrenzen.

In Deventer werken we met een apart prijzenpakket voor deze specialisten, in andere gemeenten kunnen ze meespelen buiten mededinging. Het komt ook voor dat ze botweg geweerd worden. Dit laatste is jammer, want de lokale pers vindt het in het algemeen wel interessant dat er ineens een Vlaming opduikt bij een Nederlands dicteespelletje.

Nakijkers

Het nakijken kan op vele manieren. Dictees kunnen worden genummerd en doorgegeven, zodat de deelnemers het werk van anderen controleren. Je kunt ook een jury samenstellen ondersteund door een groep nakijkers (deelnemers en/of niet-deelnemers). Je kunt werken met een beamer of met correctievelen.

Laat je keuze afhangen van lengte, soort dictee en het aantal deelnemers. Het nummeren van dictees (waarbij iemand niet zijn naam op het tekstvel zet) is de meest eenvoudige methode: je hoeft op deze wijze geen jury en nakijkers te regelen. Het grote nadeel is dat er veel onduidelikheden kunnen zijn, waardoor het correctieniveau laag kan liggen.

Een jury heeft tot taak om de nakijkers te helpen en te controleren. De jury treedt op bij onleesbare woorden en interpretatiekwesties. De juryleden controleren bijvoorbeeld de vijf beste dictees en hebben het laatste woord bij onduidelikheden.

Een invuldictee kost minder nakijktijd dan een uitgeschreven dictee. Bedenk dat als je werkt met een groep nakijkers en een jury, je een nakijkpauze moet organiseren. Deze kan hooguit een uur duren, anders verliezen deelnemers hun aandacht en vervaagt de spanningsboog. Bij het Groot Deventer Dictee, een invuldictee met 100 moeilijke woorden per categorie, zijn er 100 deelnemers. Voor de 10.000 woorden die moeten worden gecontroleerd zoeken wij 18 nakijkers. Dit komt neer op ongeveer 6 dictees per nakijker, want de top vijf van elke categorie moet dubbel worden nagekeken.

Zorg voor een duidelijke nakijkinstructie, een heldere manier van scoren (1 fout per woord of woordgroep werkt het meest praktisch) en zorg voor namenlijsten waarop de scores kunnen worden genoteerd.

Het prijzenpakket

Om deelnemers te prikkelen om mee te doen is het van belang om een leuk prijzenpakket samen te stellen. Bij een eenmalig evenement kun je proberen om prijzen te bemachtigen bij de lokale middenstand. Als je van plan bent om het dictee vaker te organiseren, is naast het prijzenpakket een wisseltrofee het overwegen waard.

De meeste mensen doen mee voor de lol, maar het kan een extra stimulans geven als je de winnaars beloont. Bij het Groot Deventer Dictee strijden de specialisten om een wisseltrofee en de winnaar bij de lokale liefhebbers wint een goudgepunten pen t.w.v. 300 euro. Mooie hoofdprijzen doen het goed in een persbericht.

De prijsuitreiking kan omkleed worden met veel bombast. Dit is leuk voor de deelnemers en zeker voor de winnaars. Denk eraan om de sponsors te noemen bij het uitreiken van de prijzen en bedank ze voor hun bijdrage. Vergeet niet om de voorlezer te belonen voor zijn of haar inzet!

Sponsors

Een dicteewedstrijd trekt een bepaald publiek. Generaliserend kun je zeggen dat het meestal hoogopgeleide mensen van middelbare leeftijd aantrekt met een aan taal gerelateerd beroep of een taalkundige hobby. Deze deelnemers zijn een interessante doelgroep voor de plaatselijke middenstand, die door het sponsoren van prijzen en/of middelen positieve aandacht voor hun bedrijf kunnen genereren. Het sponsoren van een dictee wordt gezien als een maatschappelijk verantwoorde bijdrage aan de culturele agenda van een stad of dorp. Sponsors kunnen een bijdrage leveren met geld en/of fysieke middelen als drukwerk, prijzen, inrichting van de locatie en menskracht.

Boekhandels, kantoorartikelenzaken, slijterijen, speelgoedwinkels: door het beschikbaar stellen van prijzen kunnen winkeliers bepaalde producten extra onder de aandacht brengen en kunnen ze naamsbekendheid verwerven via de mediauitingen van de dicteeorganisatie. Sponsoring van een dictee is vaak goedkoper en doelgerichter dan het plaatsen van een advertentie. Wees wel selectief en zorg voor een logisch verband tussen de kernactiviteiten van de sponsor en de dicteewedstrijd.

Wijs een van de organisatoren aan als de contactpersoon met de sponsors. Hiermee voorkom je dubbel werk en miscommunicatie. Het is een pre als deze persoon contacten heeft in het bedrijfsleven. Maak duidelijke afspraken met de bedrijven die sponsoren: wat krijgen ze terug voor de geleverde goederen en/of diensten? Je kunt denken aan naamsvermelding in de persberichten (hoewel deze door sommige kranten worden geweigerd), vermelding op de posters, op de website, vermelding bij de prijsuitreiking. Leg sponsorafspraken altijd schriftelijk vast. Vergeet niet om de sponsors achteraf te bedanken en ze te overtuigen om een volgende editie weer te participeren.

Catering

Een dictee schrijven is een inspannende bezigheid. Of het nu een jongerendictee of een volwassenenwedstrijd betreft: dorst krijgen ze allemaal. Treed in overleg met de beheerder van de locatie en informeer naar de mogelijkheden. Vaak zijn er bestaande faciliteiten die gebruikt mogen worden, al dan niet tegen een vergoeding. Vraag ook naar de mogelijkheid om personeel in te kunnen zetten.

Optreden in de nakijkpauze

Om het wachten op de uitslag een beetje draaglijk te maken is het verstandig om een optreden te laten plaatsvinden. Dit kan een interview zijn met een bekende plaatsgenoot, een muzikaal intermezzo van een lokale instrumentalist (tip: geen versterking, geen zang; de aandacht van de deelnemers is nog bij de tekst) of een act van een stand-upcomedian. De mogelijkheden hiervoor kennen alleen je budget als beperking.

Een tip: een leuke activiteit tijdens de nakijkpauze is het zogenaamde bookcrossen. Wereldwijd zijn er ruim 5 miljoen mensen die via een website (Bookcrossing.com) boeken laten zwerven. De boeken

worden neergelegd en het staat iedereen vrij om een boek mee te nemen. Het vriendelijke verzoek is om, na het lezen van het boek, een recensie achter te laten op de website en om het boek weer vrij te laten. In veel gemeenten zijn OBCZ's, official bookcrossing zones. Via Bookcrossing.nl kun je een oproep plaatsen. De kans is groot dat er een bookcrosser bereid is om met een tafel vol boeken je pauze aan te kleden.

Website

In de huidige tijd is het van absoluut belang dat de informatie over jouw evenement vindbaar is op internet. Het voordeel van een eigen website is dat je volledig de controle hebt over de inhoud en je boodschap.

Plaatselijke kranten en andere media zullen selectief aandacht besteden aan je dicteewedstrijd, maar nooit de spelregels en een aanmeldformulier plaatsen. Een website is enorm belangrijk. Er zijn vele goede voorbeelden van te vinden. Grootedesdictee.nl, Venraysvoorjaarsdictee.nl, Deventerdictee.nl: de sites bieden veel informatie en geven de sponsors een platform om hun reclame te maken. Het bouwen van een goede site vergt enig inzicht en behoorlijk wat tijd, maar er is tegenwoordig altijd wel een 14-jarige te vinden die er zo even eentje uit zijn of haar mouw schudt. Geen tienernerd in de buurt? Er zijn genoeg webdesigners die zich met een mooi vormgegeven dicteesite willen promoten.

Als je er niet uitkomt of als geen mogelijkheid hebt om een website te bouwen, neem dan even contact met ons op. Wij maken graag reclame voor jullie wedstrijd, je kunt in je persbericht verwijzen naar onze kalender. Onze site wordt jaarlijks bezocht door ruim 20.000 bezoekers, allemaal taalliefhebbers.

De belangrijkste onderdelen van je website zijn:

- wie, wat, waar, wanneer, waarom, kosten
- aanmeldformulier
- ruimte voor sponsors
- spelregels
- persbericht
- routebeschrijving

Deelnemers bezoeken je website ook achteraf nog om de tekst na te lezen of om foto's te bekijken. Zorg ervoor dat je site up-to-date is, anders komen bezoekers niet terug. Als je een pagina plaatst met links naar informatieve taalwebsites, waarderen we het als je onze site – met ruim 800 oefendictees – een prominent plaatsje geeft.

Publiciteit

Als het gaat om gratis publiciteit, probeer je dan te verplaatsen in de media waarmee je contact legt. Waarom zouden ze aandacht willen besteden aan je dicteewedstrijd? Maak het ze zo aantrekkelijk en makkelijk mogelijk. Hieronder volgen enkele tips.

Creëer voor je dicteewedstrijd drie publiciteitsmomenten. Stel een eerste persbericht op waarin je deelnemers oproept om zich aan te melden. Verspreid dit ongeveer zes weken voorafgaand aan de wedstrijd. Verschiet niet ineens al je kruit, beperk je tot een eenvoudige oproep met basisinformatie.

Een persbericht voor een dicteewedstrijd moet geschreven zijn in foutloos Nederlands! Als je je teksten geredigeerd wilt hebben, stuur ze dan ter controle naar Deventerdictee.nl: wij kijken de berichten kosteloos na.

Verstuur ongeveer twee weken voor het evenement een persbericht met uitgebreide informatie. Doelstellingen, namen van de auteur en de voorlezer, prijzenpakket, sponsors. Als je een lokale bekendheid hebt uitgenodigd kun je deze een interview laten geven. Je kunt ook prominenten vragen om deel te nemen aan het dictee. Bij het Groot Deventer Dictee doen elk jaar 14 bekende Deventenaren mee: horecaffers, politici, schrijvers, kunstenaars en directeuren van instellingen. Het is voor veel deelnemers leuk om deze bekendheden in de nakijkpauze op een informele manier te kunnen aanspreken en om kennis te kunnen maken. Een dicteewedstrijd is een uitstekend netwerkinstrument. Door bekende namen in het persbericht te plaatsen, verhoog je de nieuws waarde.

Publiciteit achteraf is met name bedoeld om de organisatie nogmaals succesvol in de kijker te spelen. Voor de pers is het vaak interessant om de uitslag te publiceren en foto's te plaatsen van een schrijvende, zwetende meute. Soms wil de regionale krant de tekst plaatsen. Deze publiciteit kan effect hebben op de opkomst in volgende jaren.

Stuur een persbericht naar:

- Deventerdictee.nl
- huis-aan-huisbladen en kerkblaadjes
- regionale dagbladen
- lokale en regionale radiostations
- lokale en regionale (provinciale) televisiestations
- digikranten, beeldkranten en teletekst
- contactbladen en digitale nieuwsbrieven van doelgroepen

Ontwerp een poster. Gebruik dezelfde huisstijl die je toepast op de website. Hou in de gaten dat de verhouding 'aantal posters/aantal deelnemers' in balans blijft: 50 kleurenposters voor 50 deelnemers is een duur grapje. Begin 3 weken voor het dictee met de distributie van de posters.

Bouw publiciteit op, maar begin niet te snel (enkele weken van tevoren is voldoende). De plaatsingskans van een persbericht vergroot je door een foto aan te leveren. Bereid je goed voor op een interview met een journalist. Zorg voor informatie die up-to-date is. Verwijs persvertegenwoordigers ook naar je website voor meer informatie en logo's. Maak ook een persmap voor de aanwezige journalisten op de avond zelf. Voeg de tekst toe, opkomstcijfer (prognose), een

lijst met prominenten, algemene informatie en laat ruimte voor aantekeningen (zoals de uitslag). Reik deze uit aan de journalisten na afloop van het voorlezen van het dictee.

Leg een adressenbestand aan en zorg dat er regelmatig een berichtje verschijnt (digitale nieuwsbrief of e-mail) voor geïnteresseerden.

Nodig fotografen uit! De dicteewedstrijd is voor niet-schrijvende toeschouwers maar matig interessant, maar een zaal vol schrijvende mensen is visueel wel aantrekkelijk voor een goede fotograaf. Maak afspraken over de plaatsing van de foto's op de website en het gebruik ervan voor publicitaire doeleinden.

Financiën

Om een dictee te organiseren heb je financiële middelen nodig. Bij sponsoring kun je, naast de locatie en de prijzen, denken aan subsidie van bijvoorbeeld de gemeente. Zeker als je met andere instellingen samenwerkt (bibliotheken, scholen) vergroot je de kans op een subsidiebijdrage. Een dictee heeft een culturele en een maatschappelijke boodschap en functie. Als je dit op de juiste manier weet te verwoorden is de kans groot dat je ondersteuning krijgt.

De kosten van een dictee zitten hoofdzakelijk in de publiciteit, een eventuele artiest en in de catering. Het bouwen en onderhouden van een website kost geld (Deventerdictee.nl wordt daarin gesponsord door ingenieursbureau Tauw), de posters en het overige drukwerk moeten worden betaald en de hapjes en drankjes moeten worden ingekocht. Denk ook aan de kosten van het cateringpersoneel.

Als je een dictee organiseert om geld op te halen voor een goed doel, zorg dan voor een heldere betaalwijze en vraag een professional om het geld te beheren. Hiermee voorkom je eventuele beschuldigingen van zelfverrijking.

Het is niet ongebruikelijk om entreegeld te vragen. Stem dit bedrag af op de te maken kosten, maar houd in de gaten dat bedragen boven de 10 euro deelnemers zullen afschrikken. Bij een goededoelendictee gaat het om andere bedragen. Er zijn Rotaryclubs die wedstrijden organiseren, waarbij inschrijfgelden tot 125 euro voorkomen. Deelnemende bedrijven betalen soms zelfs meer dan 5.000 euro. Dit geld komt ten goede aan de gekozen charitatieve instellingen. In 2010 is er een wedstrijd geweest die meer dan 30.000 euro heeft opgebracht (Ridderkerk)!

Een draaiboek

Om het geheel in goede banen te leiden is een draaiboek essentieel. Hierin staan onder andere de adressen opgenomen van de betrokken partijen, de gegevens van de deelnemers, een tijdschema en een checklist.

Omdat er vele scenario's denkbaar zijn, beperken we ons hier tot een eenvoudig overzicht, gebaseerd op het Groot Deventer Dictee.

Checklist

- doelen vaststellen en taken verdelen

- datum en locatie bepalen
- initiatiefvoorstel schrijven
- financieel model opstellen
- sponsorpakket uitwerken (wat krijgt een sponsor in ruil voor zijn bijdrage?)
- sponsors werven en subsidie aanvragen op basis van het initiatiefvoorstel en het financieel model
- prominenten benaderen (schrijver, voorlezer, bekende lokale's) en ze uitnodigen
- dicteetekst (laten) schrijven
- website (laten) bouwen en bijhouden of een pagina aanvragen bij Deventerdictiee.nl
- poster ontwerpen
- persberichten schrijven (in foutloos Nederlands!) en deze laten controleren
- Excelsheet maken met namenlijst deelnemers en hun contactgegevens (e-mail!)
- prijzenpakket samenstellen
- presentjes regelen voor voorlezer en vrijwilligers
- vrijwilligers (kassier, inrichters, begeleiders, bookcrossers) en nakijkers regelen
- (instrumentaal) optreden in pauze regelen
- offertes opvragen bij drukkers
- posters drukken en verspreiden op logische plaatsen (bibliotheken, scholen, boekhandels, sponsors)
- presentielijst en scorelijst maken
- nakijkinstructie schrijven
- naambordjes maken voor de organisatie
- tekst laten controleren en van de definitieve tekst een uitspraakversie maken
- tekst onder embargo bezorgen bij de voorlezer
- nieuwsbrieven versturen naar de deelnemers
- pennen en papier regelen (of boekjes laten drukken)
- schoonmaakploeg regelen

Benodigdheden

- naambordjes voor de vrijwilligers

- kassa en stempel
- tekstboekjes of dicteevellen
- deelnemerspennen en nakijkpennen
- correctiebladen en een nakijkinstructie
- uitdeelsversie van de tekst voor de deelnemers, om mee naar huis te nemen
- presentielijst en scorelijst
- een verzegelde envelop met de voorleesversie van het dictee
- zwarte markeerstift, nietmachine, plakband
- fotocamera
- prijzen en een lijst waarop staat welke prijs bij welke plaats hoort
- persmappen
- powerpointpresentatie, beamer

Tijdschema

Vier maanden voor het dictee: doelstellingen formuleren, organisatie opzetten, initiatiefvoorstel schrijven, sponsors zoeken

Drie maanden voor het dictee: website bouwen, locatie en (reserve)voorlezer zoeken

Twee maanden voor het dictee: tekst (laten) schrijven, optreden regelen, vrijwilligers benaderen, catering regelen

Zes weken voor het dictee: eerste persbericht met basisinformatie, website op orde, poster maken, jury samenstellen, nakijkers zoeken

Drie weken voor het dictee: posters drukken en verspreiden, zaal controleren en indelen, plek voor het nakijken en muziek bepalen, beamer regelen, audioproblemen signaleren en oplossen, tekst laten controleren, muzikant contracteren

Twee weken voor het dictee: tweede persbericht met uitgebreide informatie, tekst definitief, tekst en uitspraakversie naar voorlezer, fotografen uitnodigen, nakijkinstructie schrijven, powerpointpresentatie maken, sponsors uitnodigen om het dictee bij te wonen

Een week voor het dictee: prijzen verzamelen, checklist nalopen en afwerken, deelnemers en vrijwilligers een herinneringsmailtje sturen

Twee dagen voor het dictee: voorlezer controleren, drukwerk ophalen, persmap maken

Een dag voor het dictee: presentielijst maken, scorelijst maken, spullen die

mee moeten naar de zaal klaarzetten, kassa voorbereiden

Op de dag zelf

zaal inrichten, audiocheck (microfoon), beamercheck (LET OP: niemand in de zaal!), kassatafel plaatsen, prijzentaal inrichten, muzikant laten soundchecken, catering controleren, aanwezigheid voorlezer controleren, naamkaartjes uitdelen aan vrijwilligers, bookcrossingtafel en nakijkruimte inrichten.

Programma

19.00 uur: zaal open, ontvangst deelnemers

19.00 - 19.30 uur: gratis kopje koffie of thee

19.20 - 19.30 uur: deelnemers worden naar hun plaatsen gewezen

19.30 - 19.35 uur: welkomstwoord en introductie voorlezer

19.35 - 19.45 uur: introductie deelnemende prominenten en voorlezen spelregels

19.45 - 20.40 uur: voorlezen dictee

20.40 - 20.45 uur: ophalen dictees

20.45 - 21.45 uur: nakijkpauze met optreden en tijdens de laatste 20 minuten de geprojecteerde tekst met uitleg

21.45 - 22.00 uur: prijsuitreiking, uitdelen dictees en afsluiting.

Aandachtspunten

- de tekst moet foutloos geschreven zijn zonder discutabele woorden
- zorg dat de vrijwilligers op tijd aanwezig zijn en verdeel de taken
- zorg voor voldoende wisselgeld
- leg de presentielijst bij de kassa en noteer eventuele lastminuteraanmeldingen
- laat iemand van de organisatie de prominenten welkom heten (zij betalen als genodigden geen entree)
- stal de prijzen opzichtig uit, vermeld de sponsors
- zorg voor voldoende rode pennen en correctiebladen

- vergeet niet de muzikant en de nakijkers van drinken te voorzien
- zorg voor barragezinnen/-woorden
- beloon de voorlezer met een kleine attentie (fles wijn)
- stel iemand aan die het perscontact op de avond zelf doet
- schoonmaakploeg die de zaal in oorspronkelijke staat terugbrengt (in overleg met de beheerder)
- update de website de volgende dag: plaats een verslag (liefst met een paar foto's), de tekst, de uitslag en verwijder alle oproepen tot deelname

Veel succes!

We gaan ervan uit dat je met deze handleiding op succesvolle wijze een spannend evenement neer kunt zetten. Een evenement dat veel plezier bezorgt aan tientallen taalliefhebbers. Houd ons op de hoogte!