

---

*LIBC & LHC in de periode van 2005-2006*

---

*Resultaten van mijn stage bij een adviesbureau*

Logo LHC

**Deze scriptie is geschreven in opdracht van HBO Nederland**

<b>Naam studente:</b>	<b>Robinia Huijts</b>
<b>Adres:</b>	<b>Borgloonstraat 9</b>
<b>Postcode &amp; Woonplaats:</b>	<b>1066 HG Amsterdam</b>
<b>Collegenummer:</b>	<b>MN3 25006262</b>
<b>Plaats &amp; Datum:</b>	<b>Amsterdam, 15 maart 2006</b>

# Scriptie

## *Resultaten van mijn stage bij Lopes International Business Club*

### Gegevens studente:

LHC & LIBC [www.libc.nl](http://www.libc.nl)  
Naam: Robinia Huijts  
Adres: Borgloonstraat 9  
Postcode & Plaats: 1066 HG Amsterdam  
E-mail: [robinia@huijts.com](mailto:robinia@huijts.com)  
[advies@lopes.nl](mailto:advies@lopes.nl)

### Gegevens studie:

Opleiding: Marketing Management  
Studiejaar: 2005-2006  
Stagevariant: 56 punten (80 ECTS)/1280 uur  
Collegenummer: MN3 25006262  
Vestiging: Amsterdam

### Gegevens stagebedrijf:

Naam stagebedrijf: Lopes International Business Club & Lopes Horeca Consulting  
Adres: Boomgaardweg 7  
Postcode & Plaats: 1326 CS Almere-Stad  
Telefoonnummer: 06-22240719  
Naam stagecoach: Silvestre Lopes  
E-mail stagecoach: [info@lopes.nl](mailto:info@lopes.nl)  
E-mail stagiaire: [robinia@lycos.nl](mailto:robinia@lycos.nl)  
[libc@lopes.nl](mailto:libc@lopes.nl)

### Gegevens opleidingsinstituut:

Naam: HBO Nederland  
Adres: Kortestraat 1  
Postcode & Plaats: 3811 EN Arnhem  
Telefoonnummer: 026-3516379  
Fax: 026-4451023  
E-mail: [stage@hbonederland.com](mailto:stage@hbonederland.com)  
Naam stagebegeleider: Frank van der Schot  
Namen stagecoördinatoren: Dhr. M. van Zoeren  
Mevr. R. Steenbergen  
Naam examiner: ?  
Inleverdatum scriptie: 15 maart 2007

Datum eindgesprek:

Eind juni/ begin juli 2006

# Inhoudsopgave stageopdracht

<b><u>Inhoudsopgave stageopdracht</u></b> .....	<b>3</b>
<b><u>Inleiding</u></b> .....	<b>6</b>
<u>Probleemstelling</u> .....	6
<u>Evenementenplan</u> .....	6
<u>De opdracht</u> .....	6
<u>Grenzen van de opdracht</u> .....	7
<u>Leeswijzer</u> .....	7
<b><u>Opdrachtformulering</u></b> .....	<b>8</b>
<b><u>Brancheontwikkelingen &amp; Bedrijfsontwikkelingen</u></b> .....	<b>9</b>
<u>Het bedrijf</u> .....	9
<u>Bedrijfsontwikkelingen</u> .....	9
<u>De branche</u> .....	9
<u>Brancheontwikkelingen</u> .....	9
<b><u>Plan van aanpak</u></b> .....	<b>10</b>
<u>Bronnen</u> .....	10
<u>Literatuurstudie</u> .....	10
<u>Onderzoeksmethoden</u> .....	10
<u>Informatieverzamelingmethoden</u> .....	10
<u>Informatieverwerkingsmethoden</u> .....	11
<u>Taakverdeling</u> .....	11
<u>Deelplanning</u> .....	11

<a href="#">Terugkoppelingsmechanisme</a> .....	11
<a href="#">Resultaat</a> .....	11
<a href="#">Werkplanning</a> .....	11
<a href="#">Activiteiten</a> .....	12
<a href="#">Benodigde tijd</a> .....	12
<b><a href="#">Deel 1 Hoofdstuk 1 Een evenement</a></b> .....	<b>13</b>
<a href="#">§ 1.1 Wat is een evenement?</a> .....	13
<a href="#">§ 1.2 Publieksevenementen en bedrijfsevenementen</a> .....	13
<a href="#">§ 1.3 Partijen bij een evenement</a> .....	13
<a href="#">§ 1.4 Projectmatige aanpak van evenementen</a> .....	14
<b><a href="#">Deel 1 Hoofdstuk 2 Projectmanagementconcept</a></b> .....	<b>15</b>
<a href="#">§ 2.1 Het productgerichte traject</a> .....	15
<a href="#">§ 2.2 Marketing- en communicatietraject</a> .....	15
<a href="#">§ 2.3 Beheersgerichte traject</a> .....	15
<a href="#">§ 2.4 Besluitvormingstraject</a> .....	15
<b><a href="#">Cabo Verde Festival</a></b> .....	<b>16</b>
<b><a href="#">Deel 2 Kerngegevens</a></b> .....	<b>17</b>
<b><a href="#">Deel 2 Hoofdstuk 1 Inleiding</a></b> .....	<b>18</b>
<a href="#">§ 1.1 Betrokken partijen</a> .....	18
<a href="#">§ 1.2 Projectaanleiding</a> .....	18
<a href="#">§ 1.3 Probleemverkenning en situatieanalyse</a> .....	18
<a href="#">§ 1.4 Doelstellingen van de opdrachtgever</a> .....	19
<a href="#">§ 1.5 De opdracht</a> .....	19

<a href="#">§ 1.6 Context van het project</a> .....	19
<a href="#">§ 1.7 Het rapport</a> .....	20
<b><a href="#">Deel 2 Hoofdstuk 2 Inhoudelijke uitgangspunten</a></b> .....	<b>21</b>
<a href="#">§ 2.1 Projectmissie, projectimago en legitimatie</a> .....	21
<a href="#">§ 2.2 Doelgroep(en)</a> .....	21
<a href="#">§ 2.3 Inhoudelijke doelstellingen</a> .....	21
<a href="#">§ 2.4 Projectgrenzen</a> .....	21
<a href="#">§ 2.5 Inventarisatie van projecteisen en randvoorwaarden</a> .....	21
<b><a href="#">Deel 2 Hoofdstuk 3 Projectinhoud</a></b> .....	<b>23</b>
<a href="#">§ 3.1 Basisconcept van het projectresultaat</a> .....	23
<a href="#">§ 3.2 Sfeerschets</a> .....	23
<a href="#">§ 3.3 Consequenties van de gekozen evenementenvorm</a> .....	23
<a href="#">§ 3.4 Definitie van deelproducten</a> .....	23
<b><a href="#">Deel 2 Hoofdstuk 4 Projectaanpak</a></b> .....	<b>24</b>
<a href="#">§ 4.1 Projectstructuur</a> .....	24
<a href="#">§ 4.2 Beslisdocumenten</a> .....	24
<a href="#">§ 4.3 Activiteitenplan</a> .....	24
<b><a href="#">Deel 2 Hoofdstuk 5 Projectmarketing en –communicatie</a></b> .....	<b>25</b>
<a href="#">§ 5.1 Strategische issues</a> .....	25
<a href="#">§ 5.2 Communicatiestrategie</a> .....	25
<b><a href="#">Deel 2 Hoofdstuk 6 Beheersaspecten</a></b> .....	<b>26</b>
<a href="#">§ 6.1 Kwaliteit</a> .....	26
<a href="#">§ 6.2 Organisatie</a> .....	26

<a href="#">§ 6.3 Faciliteiten</a> .....	26
<a href="#">§ 6.4 Tijd</a> .....	26
<a href="#">§ 6.5 Informatie</a> .....	26
<a href="#">§ 6.6 Geld</a> .....	26
<b><a href="#">Deel 2 Hoofdstuk 7 Risicoanalyse</a></b> .....	<b>27</b>
<a href="#">§ 7.1 Inventarisatie risico's</a> .....	27
<a href="#">§ 7.2 Maatregelen</a> .....	27
<b><a href="#">Literatuurlijst</a></b> .....	<b>28</b>

## **Inleiding**

Om een creatief idee te ontwikkelen tot een evenement kunnen verschillende manieren van aanpak worden toegepast, zoals een improviserende aanpak, een routinematige aanpak of een projectmatige aanpak. In dit rapport wordt de projectmatige aanpak gehanteerd, vanwege het eenmalige karakter dat het te organiseren festival heeft. Deze aanpak is weliswaar vaak tijdrovender dan de anderen, maar geeft wel duidelijk (in het initiatiefrapport) de uitgangspunten en randvoorwaarden weer die de opdrachtgever voor het evenement heeft geformuleerd. Dit bevordert natuurlijk de communicatie tussen de opdrachtgever en de overige betrokken partijen.

## ***Probleemstelling***

Regelmatig loopt een initiatief voor een evenement uit op een mislukking omdat de financiering niet rondkomt, deadlines niet worden gehaald of budgetten worden overschreden. Het professioneel managen van een project kan veel problemen voorkomen.

In deze scriptie wordt er niet uitgegaan van een probleem dat dient worden opgelost, maar van een idee (om een festival te organiseren) dat moet worden uitgewerkt. Bij de organisatie van het evenement dient rekening gehouden te worden met de onderstaande doelstellingen:

- Ondernemingsdoelstelling: het verhogen van de doelmatigheid van de organisatie LIBC en haar gelieerde ondernemingen. door het promoten van het bedrijf bij andere ondernemers, de gemeente en de politie, voornamelijk uit Almere.
- Maatschappelijke doelstelling: het bevorderen van integratie en het opdoen van kennis van verschillende culturen in de Nederlandse samenleving.
- Persoonlijke doelstelling stagecoach: interesse van de in Nederland woonachtige Kaapverdianen opwekken om in de toekomst in Almere te gaan wonen.
- Persoonlijke doelstelling stagiaire: het in praktijk brengen van de verworven kennis met name met betrekking tot het vak "Event Management".

## ***Evenementenplan***

Een evenementenplan voor een festival bestaat uit vijf beslisdocumenten, te weten: initiatiefrapport (met basisconcept en randvoorwaarden), projectplan, productieprogramma (inclusief draaiboek), het festival (met op- en afbouw) en evaluatieverslag (met eventueel blauwdruk).

## ***De opdracht***

- Het verzamelen, vastleggen en analyseren van gegevens met betrekking tot de brancheontwikkelingen ten behoeve van het ontwikkelen van een externe analyse.
- Het opstellen van vragen gericht aan de voorzitter van LIBC om tot een interne analyse te komen.
- Het verwerken en combineren van de gevonden sterke en zwakke punten uit de interne analyse en de kansen en bedreigingen uit de externe analyse tot een SWOT-analyse.

- Het formuleren van uitgangspunten en randvoorwaarden voor het festival en deze in een initiatiefrapport te verwerken.

### ***Grenzen van de opdracht***

- Gezien de evenementenvorm reeds was vastgesteld bij aanvang van de stage, worden de stappen met betrekking tot het kiezen van een evenementenvorm niet behandeld.
- Vanwege een vastgestelde omvang van het rapport worden niet alle fasen besproken. Het rapport gaat voornamelijk uit van de eerste en laatste fase: initiatieffase en evaluatiefase.

### ***Leeswijzer***

Hier volgt een korte samenvatting van de inhoud van het definitieve rapport van de stageopdracht:

Voordat wordt overgegaan tot het geven van de resultaten van de opdrachttuitvoering, komen de volgende onderdelen aan de orde:

- Als eerst worden de **recente bedrijfsontwikkelingen** binnen LIBC besproken en de **branche en haar ontwikkelingen** die van belang zijn voor het uitvoeren van de opdracht beschreven.
- Vervolgens wordt bij de **opdrachtformulering** een opsomming gegeven van de centrale vraag en de deelvragen.
- En tot slot omvat het **plan van aanpak** de onderzochte bronnen, methodieken, terugkoppelingsmechanisme, de planning (zie ook overige bijlage) en resultaten.

De uiteindelijke opdracht bestaat uit de volgende delen:

- Deel 1 staat voor het theoretische gedeelte, waarin de hoofdstukken “Een evenement” en “Projectmanagementconcept” aan de orde komen.
- Deel 2 bestaat uit het praktijkgedeelte in de vorm van een initiatiefrapport. Dit gedeelte omvat de volgende zeven hoofdstukken: Inleiding, Inhoudelijke uitgangspunten, Projectinhoud, Projectaanpak, Projectmarketing en – communicatie, Beheersaspecten en Risicoanalyse.

Na de uitwerking van de opdrachten volgen in de **conclusie** de antwoorden op zowel de centrale vraag als de deelvragen. Vervolgens worden **aanbevelingen** aan het management gedaan en wordt door de stagiaire ingegaan op de **implementatiefase** en **evaluatiefase**.

Tot slot vindt u bij deze stageopdracht een opsomming van alle geraadpleegde bronnen in de **literatuurlijst** en de relevante **bijlagen** (...). In de overige bijlagen zijn de volgende onderdelen opgenomen: **planning**, **urenverklaring**, **beoordelingsformulier** en **stageopdrachtformulier**.

# Opdrachtformulering

## Centrale vraag

Hoe kan ik systematisch en integraal het ontwikkelingsproces van een creatief idee tot een concreet product (een festival) managen in overeenstemming met de projectdoelstellingen van LIBC?

## Algemene vragen

- Welke bedrijfsontwikkelingen heeft LIBC recentelijk ondergaan?
- Tot welke sector en tot welke branche behoort de organisatie?
- Welke ontwikkelingen hebben er in die sector en branche plaatsgevonden?

## Overige deelvragen

- Wat is een evenement?
- Tot welke categorie behoort het evenement met betrekking tot de omvang?
- Welke functie moet het project vervullen?
- Gaat het om een publieksevenement of om een bedrijfsevenement?
- Wat is de projectmissie?
- Wat is de aanleiding van het project?
- Welke partijen zijn primair betrokken bij het evenement?
- Wie neemt het initiatief?
- Met welke startsituatie moet in de initiatiefase rekening gehouden worden?
- Welke sponsors kunnen worden benaderd?
- Hoe ziet het draaiboek eruit, dat voortvloeit uit de uitwerkingsfase?

## **Brancheontwikkelingen & Bedrijfsontwikkelingen**

### ***Het bedrijf***

***Lopes International Business Club***, behorend tot de sector dienstverlening, is gevestigd in Almere. De vereniging (met onderneming) kent een voorzitter, een secretaris en een penningmeester. De voorzitter is Silvestre Lopes, tevens directeur van Lopes Holding B.V. Vanuit zijn functie verricht hij ook werkzaamheden voor de aan Lopes Holding B.V. gelieerde ondernemingen, te weten: Lopes Horeca Consulting (LHC), Lopes Werving & Selectie, Lopes Stadshotel Almere B.V. en Lopes International Business Club.

De activiteiten die LIBC verricht zijn enerzijds gericht op het uitwisselen van ervaringen, opbouwen van relatienetwerken en het opdoen van kennis, anderzijds zijn de activiteiten gericht op ontspanning en vermaak.

### ***Bedrijfsontwikkelingen***

...

### ***De branche***

.....

### ***Brancheontwikkelingen***

.....

# Plan van aanpak

## ***Bronnen***

Voor het stageverslag en de stageopdracht wordt gebruik gemaakt van diverse boeken, syllabi, uittreksels en internetsites. Deze bronnen zijn opgenomen in de literatuurlijst. Verder kunnen ook personen tot de bronnen gerekend worden, te weten de directeur van LIBC en de overige partijen die betrokken zijn bij het festival, waaronder Stichting Stadspromotie, Kaapverdiaans Consulaat, Portugees Consulaat, Provincie Flevoland en Gemeente Almere.

## ***Literatuurstudie***

Hoofdzakelijk wordt bij het schrijven van dit rapport uitgegaan van het fasemodel, zoals in "Projectmanagement 1 Een professionele aanpak van evenementen" van Jan Verhaar staat omschreven. De indeling van het definitieve rapport geschiedt volgens de richtlijnen die zijn opgesteld door het opleidingsinstituut HBO Nederland in de "Stagegids 2005-2006". Verder worden er verscheidene boeken geraadpleegd over het schrijven van een evenementenplan, een marketingplan en een persoonlijk ontwikkelingsplan (POP).

## ***Onderzoeksmethoden***

In de stageopdracht wordt gebruik gemaakt van de volgende soorten onderzoek:

- Verkennend onderzoek  
Positie van het bedrijf in de branche en sector vastleggen en ontdekken wat voor soort bedrijf LIBC is.
- Beschrijvend onderzoek  
Het in kaart brengen van zowel de brancheontwikkelingen als de bedrijfsontwikkelingen. Deze ontwikkelingen dienen in relatie te staan tot de stageopdracht.
- Verklarend onderzoek  
In praktijk brengen van de initiatiefase met betrekking tot het te organiseren evenement en deze vaststellen in de vorm van een initiatiefrapport, ook wel Projectcontract genaamd.

## ***Informatieverzamelingmethoden***

- Desk research
  - Verzamelen van gegevens over het schrijven van een evenementenplan (boeken) en een scriptie/rapport (Stagegids 2005-2006 en "Leren communiceren") en POP ("POP in Nederland").
  - Verzamelen van bedrijfsgegevens en informatie over de branche (uittreksels en internetsites).
- Field research
  - Observatie: signaleren van ontwikkelingen binnen het bedrijf en de sterke en zwakke punten ontdekken.
  - Enquête: telefonisch, schriftelijk en persoonlijk onderhoud met de

organisator, belangstellenden en andere relevante partijen.

### ***Informatieverwerkingsmethoden***

- Verzamelde informatie moet worden beoordeeld en geselecteerd op bruikbaarheid.
- Ordenen van informatie door deze te rubriceren in verschillende onderwerpen.
- Grafische verwerking van de verzamelde informatie in een 7-s model van McKinsey, organisatiestructuur, confrontatiematrix, et cetera).

### ***Taakverdeling***

De taken die zijn opgesteld door de stagecoach en het opleidingsinstituut moeten zelfstandig worden uitgevoerd door de stagiaire. Voor het inwinnen van informatie of hulp bij problemen kan de stagiaire terecht bij de stagecoach (Silvestre Lopes), de stagebegeleider (M. van Zoeren) of de examinator (?).

### ***Deelplanning***

- Stageopdrachtformulier
- Conceptopdracht
- Definitieve stageopdracht en stageverslag (scriptie)
- Eindgesprek

### ***Terugkoppelingsmechanisme***

Na aanvang van de stage wordt het stageopdrachtformulier door de stagiaire ingevuld en wordt bij goedkeuring ondertekend door de stagecoach en de stagecommissie.

De stagiaire dient vervolgens twee rapporten in te leveren tijdens het stagejaar. Het eerste rapport omvat de conceptopdracht, die na goedkeuring van de stagecoach wordt ingeleverd bij HBO Nederland op 15 maart 2006. De examinator beoordeeld de conceptopdracht en geeft schriftelijk op- en aanmerkingen aan de stagiaire om de stageopdracht te kunnen aanpassen.

Het definitieve rapport wordt in drievoud afgedrukt, waarvan de exemplaren bedoeld zijn voor het opleidingsinstituut HBO Nederland, de stagecoach van het stagebedrijf en de stagiaire. Dit definitieve rapport bevat het stageverslag en de stageopdracht.

### ***Resultaat***

Het resultaat van de opdracht wordt verwerkt in een evenementenplan. Een evenementenplan bevat vijf beslissingdocumenten: initiatiefrapport, projectplan, productieprogramma, festival en evaluatieverslag. Vanwege een beperking in het aantal pagina's van het rapport worden alleen het initiatiefrapport en het evaluatieverslag in de scriptie opgenomen.

### ***Werkplanning***

Om het eindrapport te realiseren is een werkplanning samengesteld. Deze planning is in

de bijlage opgenomen.

### ***Activiteiten***

De hoofdactiviteiten bestaan uit het opstellen van de vijf beslissingsdocumenten en de deelactiviteiten zijn voornamelijk het leggen en onderhouden van contacten met de betrokken partijen.

### ***Benodigde tijd***

Voor het opstellen van de beslissingsdocumenten en het organiseren van het evenement is een periode vastgesteld die loopt vanaf begin december 2005 tot en met begin mei 2006. De stageperiode eindigt echter op 31 augustus 2006.

# Deel 1 Hoofdstuk 1 Een evenement

## § 1.1 Wat is een evenement?

Het verschijnsel evenement kent vele definities, waarvan de meeste slaan op een beperkte groep evenementen. In het boek van Jan Verhaar wordt de volgende definitie gehanteerd:

*Een evenement is een speciale, tijd- en plaatsgebonden gebeurtenis, die door een initiatiefnemer (individu, groep of organisatie) bewust is gepland, en die gericht is op een bepaalde doelgroep, om met een bewust gekozen vorm, een bepaald doel te realiseren.*

Het gaat dus niet om een gewone toevallige gebeurtenis, maar om een speciale gebeurtenis die door een initiatiefnemer is gepland omdat hij/zij een doel (commercieel, communicatief, ideëel enzovoort) wil bereiken (primair voor een bepaalde doelgroep en/of voor zichzelf). Ook is gericht nagedacht of de vorm het meest effectief is om het doel te bereiken. Onder deze definitie vallen naast alle bedrijfs- en publieksevenementen, ook beurzen en congressen. Daarnaast kunnen zowel de eenmalige als de editie-evenementen hieronder vallen, maar ook de hele brede evenementen zoals veelvormige manifestaties, en de juist heel specifieke of enkelvoudige evenementen.

Met betrekking tot de omvang van evenementen wordt de volgende indeling gemaakt:

- Kleinschalig: tot ongeveer 500 bezoekers per dag;
- Middelgroot: ongeveer 500-5000 bezoekers per dag;
- Grootschalig: meer dan 5000 bezoekers per dag;
- Mega events: meer dan één miljoen bezoekers per dag.

## § 1.2 Publieksevenementen en bedrijfsevenementen

Bedrijfsevenementen zijn gericht op het realiseren van een bedrijfsdoelstelling; publieksevenementen zijn gericht op meer algemene of ideële doelstellingen.

Bedrijfsevenementen	Publieksevenementen
<b>Bedrijfsbelang</b>	Meer algemeen belang
<b>Veel invloed op wie er komt</b>	Weinig invloed op wie er komt
<b>In business-domein</b>	In vrijetijds-domein
<b>Komt voort uit behoefte of probleem</b>	Komt voort uit idee, algemene behoefte
<b>Direct/indirect commercieel doel</b>	Vaak met een ideëel doel
<b>Budget beschikbaar</b>	Financiering vaak een probleem

## § 1.3 Partijen bij een evenement

De belangrijkste direct betrokken partijen bij een evenement zijn:

- De aanbieder (van content);
- De afnemer/ doelgroep;
- De locatiebeheerder;
- De opdrachtgever;

- De financier;
- De leveranciers;
- De feitelijke beheerders;
- De indirect belanghebbenden.

### **§ 1.4 Projectmatige aanpak van evenementen**

Bij de overweging om een project projectmatig aan te pakken spelen de volgende overwegingen een rol:

- Het heeft een definieerbaar begin en einde;
- Het is uniek, bevat nieuwe elementen;
- Het is eenmalig;
- Het is resultaatgericht;
- Het is multidisciplinair (met mensen van buiten de eigen organisatie);
- Het is organisatorisch ingewikkeld;
- Het is vanuit een centraal punt (leiding) te sturen;
- Er is één opdrachtgever: intern (meestal directie) of extern.

#### **§ 1.4.1 Voordelen van de projectmatige aanpak**

- Flexibiliteit (in plaats van de routinematige aanpak, die gekenmerkt wordt door starheid, logheid, weinig innoverend vermogen);
- Slagvaardigheid;
- Doelgerichtheid (in plaats van de improviserende aanpak, die zich kenmerkt door stuurloosheid);
- Innoverend.

#### **§ 1.4.2 Nadelen van de projectmatige aanpak**

- De projectmatige aanpak kan vaak inefficiënt en daardoor duurder zijn, omdat veel elementen speciaal voor het project moeten worden uitgewerkt of opgezet;
- Minder leereffecten binnen projectorganisaties;
- Werken aan gerichte carrièreontwikkeling is moeilijker;
- Werken in een project is complex en relatief risicovol.

## **Deel 1 Hoofdstuk 2 Projectmanagementconcept**

### ***§ 2.1 Het productgerichte traject***

#### **§ 2.1.1 Initiatiefase**

#### **§ 2.1.2 Voorbereidingsfase**

#### **§ 2.1.3 Uitwerkingsfase**

#### **§ 2.1.4 Productiefase**

#### **§ 2.1.5 Functioneringsfase**

#### **§ 2.1.6 Evaluatiefase**

### ***§ 2.2 Marketing- en communicatietraject***

### ***§ 2.3 Beheersgerichte traject***

#### **§ 2.3.1 Kwaliteitsbeheersing**

#### **§ 2.3.2 Organisatiebeheersing**

#### **§ 2.3.3 Faciliteitenbeheersing**

#### **§ 2.3.4 Tijdbeheersing**

#### **§ 2.3.5 Informatiebeheersing**

#### **§ 2.3.6 Geldbeheersing**

### ***§ 2.4 Besluitvormingstraject***

# Cabo Verde Festival

## Initiatiefrapport



**Dit rapport is een product van:  
Robinia Huijts**

Datum: 15 februari 2007

Geschreven voor:  
Lopes International Business Club  
HBO Nederland

Logo opdrachtgever

## Deel 2 Kerngegevens

Titel	Cabo Verde Festival
Soort project	Een (multicultureel) festival
Aard van rapportage	Initiatiefrapport/Projectvoorstel
Datum rapportage	15 februari 2007
Belangrijke data van project	15 maart 2007 → start kaartverkoop 15 april 2007 → Cabo Verde Festival
Aantal uitvoeringen	Eenmalige uitvoering op 15 april 2007 van 19:00 tot 04:00
Aantal bezoekers/deelnemers	Maximaal 2000 bezoekers, waarvan ongeveer 100-200 genodigden.
Opdrachtgever/initiatiefnemer	Lopes International Business Club (LIBC)
Contactgegevens	Silvestre Lopes Boomgaardweg 7 1326 CS Almere Postbus 10156 Almere-stad 06-22240719
Rapporteur	Robinia Huijts
Contactgegevens	Borgloonstraat 9 1066 HG Amsterdam
Rechtsvorm project	Het project maakt deel uit van de organisatie LIBC en is dus een vereniging (met onderneming)
Samenwerkende instellingen	Popzaal Muzing
Contactgegevens	Koetsierbaan 10 1315 SE Almere-Stad <a href="http://www.lopes.nl">www.lopes.nl</a>

## **Deel 2 Hoofdstuk 1 Inleiding**

### **§ 1.1 Betrokken partijen**

#### **§ 1.1.1 De opdrachtgever**

Het festival wordt geïnitieerd en georganiseerd door één individuele organisatie. De initiator, te weten de vereniging LIBC staat voor Lopes International Business Club. Het bedrijf is gevestigd in Almere-stad en kent een voorzitter, een penningmeester en secretaris. De voorzitter is Silvestre Lopes, tevens organisator van dit project. De stagiaire, Robinia Huijts, is aangesteld tot projectleider bij het organiseren van het festival.

#### **§ 1.1.2 Andere betrokken partijen**

- De aanbieder (van content): sprekers en artiesten, waaronder dj's een live band, danseressen.
- De afnemer/doelgroep: algemeen publiek, toeristen, bedrijven, zakelijke bezoekers, individueel bezoek, liefhebbers kaapverdiaanse muziek.
- De locatiebeheerder: Popzaal Muzinq (eigendom van de gemeente Almere)
- De opdrachtgever: de initiatiefnemer (§ 1.1.1).
- De financier: de opdrachtgever, sponsors, subsidiegever (Provincie Flevoland, Gemeente Almere), bankinstelling.
- De leveranciers: vrijwilligers, horecapersoneel.
- De feitelijke beheerders: opdrachtgever en/of locatiebeheerder
- De indirect belanghebbenden/belangstellenden: buurtbewoners en pers.

### **§ 1.2 Projectaanleiding**

Silvestre Lopes is sinds 1993 als ondernemer betrokken geweest bij de opbouw van Stadshart Almere. Hij heeft daarbij met vele projecten de gemeente ondersteund door het leveren van adviesdiensten. Lopes is van mening dat het (uitgaans)leven in Almere wel op gang aan het komen is, maar de stad kan promotie goed gebruiken.

De voorzitter van LIBC weet als geen ander dat de Kaapverdiaanse bevolking in Nederland tot een zeer kleine minderheid behoort. Er wonen namelijk zo'n 38.000 Kaapverdianen in Nederland, waarvan er niet meer dan 30 in Almere wonen. De meerderheid, ongeveer 22.000 is woonachtig in Rotterdam.

### **§ 1.3 Probleemverkenning en situatieanalyse**

#### **§ 1.3.1 De zes vragen van Kipling**

- Wat?  
Een multicultureel festival
- Waar?  
In Popzaal Muzinq te Almere-Stad
- Wanneer?

15 april 2006

- **Waarom?**  
Promotie van de stad Almere, provincie Flevoland, het bedrijf LIBC en de Kaapverdiaanse cultuur
- **Wie?**  
Het festival wordt georganiseerd door Silvestre Lopes en Robinia Huijts.
- **Hoe?**  
Entertainment in de vorm van muziek, dans, eten & drinken.

### **§ 1.3.2 Externe analyse**

### **§ 1.3.3 Interne analyse**

### **§ 1.3.4 SWOT-analyse**

## ***§ 1.4 Doelstellingen van de opdrachtgever***

Met het festival streeft LIBC naar de volgende doelstellingen:

- Huidige klanten tevreden houden;
- Meer naamsbekendheid genereren;
- Nieuwe klanten aantrekken;
- Media aandacht genereren voor en na het festival;
- Positief imago onder de doelgroepen creëren;
- Professionaliteit uitstralen naar de doelgroep;
- De festivalbezoekers een fijne avond bezorgen.

## ***§ 1.5 De opdracht***

### **§ 1.5.1 Probleemstelling**

De probleemstelling van het project luidt: "Op welke wijze kan het idee van een multicultureel festival worden gerealiseerd?" Het gaat hier om een vormgevingsvraagstuk. Bij deze categorie vraagstuk is er al een idee, maar dat moet vormgegeven worden in een plan/ontwerp.

In de startsituatie gaan we uit van een marktgeoriënteerde vormgevingvraag. Voor het probleem uit de omgeving hebben we een duidelijk beeld van het product/productresultaat dat we willen realiseren om op te lossen. Zowel het projectresultaat als de doelgroepen zijn duidelijk.

### **§ 1.5.2 Opdrachtformulering**

## ***§ 1.6 Context van het project***

Het project speelt in de organisatie Lopes International Business Club. De activiteiten die LIBC verricht zijn enerzijds gericht op het opdoen van kennis, anderzijds zijn de

activiteiten gericht op ontspanning en vermaak. Het organiseren van dit evenement omvat al deze activiteiten (past dus goed in het dienstenpakket van de organisatie) en zal een positieve werking hebben op de continuïteit van het bedrijf doordat (nieuwe) relatienetwerken kunnen worden opgebouwd/onderhouden. Het evenement vormt tevens (als te leveren dienst aan de doelgroepen) een bron van inkomsten vormt voor LIBC.

Het project staat niet relatie met andere projecten en wordt eenmalig in de vorm van een festival georganiseerd. Het project onderscheid zich door zijn maatschappelijke karakter..... Cultureel/economisch?

## **§ 1.7 Het rapport**

### **§ 1.7.1 Soort rapport**

Dit initiatiefrapport is een beslisdocument dat is opgesteld na de initiatiefase. Na goedkeuring van dit projectvoorstel kan over worden gegaan naar de volgende fase: de voorbereidingsfase.

### **§ 1.7.2 Opzet van het rapport**

Het rapport bestaat uit 7 hoofdstukken:

- In hoofdstuk 1 kwamen we tegen: de betrokken partijen, de aanleiding van het project, de doelstellingen van de opdrachtgever en de context van het project.
- In het tweede hoofdstuk worden de inhoudelijke uitgangspunten van het project besproken. De volgende onderwerpen komen aan bod: projectmissie, projectimago, legitimatie, doelgroepen, doelstellingen, projectgrenzen en projecteisen.
- Hoofdstuk 3 geeft de projectinhoud weer met een globale beschrijving van het projectresultaat in de vorm van een basisconcept.
- Het vierde hoofdstuk omvat de projectstructuur, met een fasemodel en de relevante beslisdocumenten. Verder wordt een activiteitenplan uiteengezet.
- In hoofdstuk 5 wordt het resultaat van de SWOT-analyse beschreven in de vorm van strategische issues. Ook de communicatiestrategie komt in dit hoofdstuk aan de orde.
- Hoofdstuk 6 zet vervolgens de zes beheersaspecten uiteen, te weten: kwaliteit, organisatie, faciliteiten, tijd, informatie en geld.
- In het zevende en laatste hoofdstuk worden de belangrijkste risico's geïnventariseerd en de maatregelen beschreven om de genoemde risico's te reduceren/eliminieren.

### **§ 1.7.3 Status rapport**

Het initiatiefrapport heeft de status "goedgekeurd" en kan nu "Projectcontract" worden genoemd.

## **Deel 2 Hoofdstuk 2 Inhoudelijke uitgangspunten**

### **§ 2.1 *Projectmissie, projectimago en legitimatie***

#### **§ 2.1.1 Projectmissie**

Door deelname aan de geplande activiteiten, integratie en kennis van elkaars culturen in de samenleving van deze groep te bevorderen. Uitwisselen van relatienetwerken en het opdoen van kennis.

#### **§ 2.1.2 Projectimago**

Bij het festival is gekozen voor het volgende imago: gezellig, gemakkelijk, kwalitatief hoogstaand, festival voor alle culturen.

#### **§ 2.1.3 Legitimatie (projectstrategie)**

### **§ 2.2 *Doelgroep(en)***

### **§ 2.3 *Inhoudelijke doelstellingen***

#### **§ 2.3.1 Ondernemingsdoelstelling**

Het verhogen van de doelmatigheid van de organisatie LIBC en haar gelieerde ondernemingen. Door het promoten van het bedrijf bij andere ondernemers, de gemeente en de politie, voornamelijk uit Almere.

#### **§ 2.3.2 Maatschappelijke doelstelling**

Het bevorderen van integratie en het opdoen van kennis van verschillende culturen in de Nederlandse samenleving.

#### **§ 2.3.3 Persoonlijke doelstelling stagecoach**

Interesse van de in Nederland woonachtige Kaapverdianen opwekken om in de toekomst in Almere te gaan wonen.

#### **§ 2.3.4 Persoonlijke doelstelling stagiaire**

Het in praktijk kunnen brengen van de verworven kennis met name met betrekking tot het vak "Event Management".

### **§ 2.4 *Projectgrenzen***

- Het gaat hier om een vormgevingsvraagstuk, omdat het project zich richt op vormgeven en het realiseren van een product, namelijk het festival. In de initiatiefase wordt een sluitend uitgangskader ten aanzien van het festival gecreëerd. Het maken van een beargumenteerde keuze uit alternatieve (evenementen)vormen of oplossingen is hier niet aan de orde.

## **§ 2.5 Inventarisatie van projecteisen en randvoorwaarden**

De volgende eisen zijn voorlopig voor het festival vastgesteld:

- De locatie moet minimaal 1000 bezoekers kunnen opvangen;
- De locatie moet centraal gelegen zijn (Centrum van Almere);
- Tijdens het festival staat de klant centraal;
- De avond biedt zowel....als amusement.

## **Deel 2 Hoofdstuk 3 Projectinhoud**

***§ 3.1 Basisconcept van het projectresultaat***

***§ 3.2 Sfeerschets***

***§ 3.3 Consequenties van de gekozen evenementenvorm***

***§ 3.4 Definitie van deelproducten***

## **Deel 2 Hoofdstuk 4 Projectaanpak**

### **§ 4.1 Projectstructuur**

Het stappenplan voor het ontwikkelingsproces van een festival gaat uit van vijf fasen, te weten:

- initiatiefase;
  - raming projectkosten
  - facilitaire locatie-eisen
  - kwaliteitseisen
- voorbereidingsfase;
  - locatie
  - voorzieningen en geboden faciliteiten
  - catering
  - geluidsinstallatie/ belichting
- uitwerkingsfase;
  - productieprogramma
  - afstemming locatie
- uitvoeringsfase, hieronder begrepen:
  - de opbouw
  - het festival zelf
  - de afbouw;
- evaluatiefase.

### **§ 4.2 Beslisdocumenten**

De overgang van de ene naar de andere fase wordt gemarkeerd door een beslissingsmoment. Elk beslissingsmoment wordt vastgelegd in een beslissingsdocument, waarin de resultaten van de voorafgaande fase zijn verwerkt.

- Initiatiefrapport (met basisconcept en randvoorwaarden);
- Projectplan;
- Productieprogramma (met draaiboeken);
- Het festival (met op- en afbouw);
- Evaluatieverslag.

Het projectresultaat zal door middel van projectmatige aanpak worden gerealiseerd. De besluitvorming wordt na elke fase teruggekoppeld naar de opdrachtgever.

### **§ 4.3 Activiteitenplan**

## **Deel 2 Hoofdstuk 5 Projectmarketing en –communicatie**

### **§ 5.1 *Strategische issues***

### **§ 5.2 *Communicatiestrategie***

#### **§ 5.2.1 Projectdoelgroepen**

#### **§ 5.2.2 Fondswervingdoelgroepen**

#### **§ 5.2.3 Overige communicatiedoelgroepen**

## **Deel 2 Hoofdstuk 6 Beheersaspecten**

### **§ 6.1 Kwaliteit**

### **§ 6.2 Organisatie**

Eindverantwoordelijke = initiatiefnemer/opdrachtgever

### **§ 6.3 Faciliteiten**

- Motivatie locatie:
  - Faciliteiten aanwezig;
  - Heeft een maximumcapaciteit van 2000 bezoekers.
- Eisen locatie:
  - Nooduitgangen;
  - Brandblussers;
  - Elektriciteit;
  - sanitaire voorzieningen;
  - parkeerplaatsen;
  - aanwezigheid horeca;
  - openbaar vervoer op loopafstand;
- Andere facilitaire voorzieningen:
  - Geluid;
  - Licht;
  - Catering.
- Juridische aspecten:
  - Contracten (horecamedewerkers, artiesten, beveiligingsmedewerkers);
  - Rechten;
  - Vergunningen.

### **§ 6.4 Tijd**

- Initiatiefase
- Voorbereidingsfase
- Uitwerkingsfase
- Uitvoeringsfase
- Evaluatiefase

### **§ 6.5 Informatie**

### **§ 6.6 Geld**

## **Deel 2 Hoofdstuk 7 Risicoanalyse**

### **§ 7.1 Inventarisatie risico's**

- Financiële risico's:
  - Onvoldoende dekking
  - Noodzakelijke dekking niet op tijd binnen
- Commerciële risico's: afzet/verkoop die achterblijft bij prognose
- Juridische risico's: gebruikersrecht wordt niet verkregen
- Organisatorische risico's: partijen haken af
- Technische risico's: stroom valt uit

### **§ 7.2 Maatregelen**

# Voorlopige literatuurlijst

## Boeken

- Een praktijkgerichte benadering van Organisatie en Management  
Nick van Dam en Jos Marcus  
Vijfde druk 2005, Wolters-Noordhoff Groningen/Houten  
ISBN: 90-01-21027-9
- Projectmanagement 1 Een professionele aanpak van evenementen  
Jan Verhaar  
2004, Uitgeverij Boom/Amsterdam  
ISBN: 90-5352-972-1
- Leren communiceren  
Handboek voor mondelinge en schriftelijke communicatie  
Vierde druk 1999, Wolters-Noordhoff Groningen  
ISBN: 9001-80826-3
- Marketingstrategie  
Het schrijven van een strategisch marketingplan  
Dr. Ruud T.Frambach en Dr. Edwin J.Nijssen  
Tweede druk 2003, Educatieve Partners Nederland  
ISBN: 90-11051-06-8
- POP in Nederland  
P&O in uitvoering  
Onder redactie van Jacco van den Berg  
Kluwer, Alphen aan de Rijn, 2004  
ISBN: 90-13-01553-0

## Internetsites

- [www.hbonederland.com/studenten](http://www.hbonederland.com/studenten)
- [www.kvk.nl](http://www.kvk.nl)
- [www.almere.nl](http://www.almere.nl)
- [www.stadshart-alemere.nl](http://www.stadshart-alemere.nl)
- [www.rabobank.nl](http://www.rabobank.nl)
- \* [www.lopes.nl](http://www.lopes.nl)
- \* [www.libc.nl](http://www.libc.nl)
- \* [www.abnamro.nl](http://www.abnamro.nl)
- \* [www.postbank.nl](http://www.postbank.nl)

## Overige bronnen

- Syllabus Aanwijzing Stagiair 2005-2006
- Uittreksels van Kamer van Koophandel
- 