

Culture Sounds & Beats

Projectdocumentatie

Michelle Mellema, Ilse Haanstra, Mariska van der Wijk en
Steven Sterk
18-1-2019

Inhoud

INLEIDING	3
1. PROJECTVOORSTEL	4
INHOUDSOPGAVE	6
INLEIDING	7
MISSIE EN PROJECT IMAGO	8
DOELGROEP	9
ROI EN SPIN-OFF.....	10
PROJECTEISEN EN CRITERIA	11
CONCEPT.....	12
SFEERSCHETS	13
BEHEERASPECTEN.....	14
<i>Bijlage 1: Organigram</i>	<i>15</i>
<i>Bijlage 2: Tijdsplanning</i>	<i>16</i>
2. PROJECTPLAN.....	17
INHOUDSOPGAVE	19
INLEIDING	20
BASISCONCEPT.....	20
GEDETAILLEERD PLAN	22
DAGPROGRAMMA	23
SFEERSCHETS	24
BEHEERS ASPECTEN	25
BIJLAGES	27
<i>Bijlage 1: Organigram</i>	<i>27</i>
<i>Bijlage 2: Plattegrond lokaal</i>	<i>28</i>
<i>Bijlage 3: Tijdsplan</i>	<i>29</i>
3. PRODUCTIEPLAN.....	30
INHOUDSOPGAVE	32
INLEIDING	33
PROJECTRESULTAAT	34
INHOUDELIJKE INFORMATIE	35
LADEN EN LOSSEN.....	36
BRIEFINGS.....	37
TAAKVERDELING	39
AFWIKKELINGSFASE	40
BIJLAGEN	41
<i>Bijlage 1: Opbouw draaiboek.....</i>	<i>41</i>
<i>Bijlage 2: Uitvoering draaiboek.....</i>	<i>43</i>
<i>Bijlage 3: Afbouw draaiboek.....</i>	<i>45</i>
<i>Bijlage 4: Plattegrond</i>	<i>46</i>
<i>Bijlage 5: 3D plattegrond.....</i>	<i>47</i>
<i>Bijlage 6: Project contract</i>	<i>48</i>
<i>Bijlage 7: Evaluatieformulier</i>	<i>50</i>
<i>Bijlage 8: Informatiekaartjes.....</i>	<i>52</i>
<i>Bijlage 9: Facebook.....</i>	<i>53</i>
<i>Bijlage 10: Toestemmingsformulier</i>	<i>54</i>
<i>Bijlage 11: Aanmeldformulier geen toestemming Facebook.....</i>	<i>56</i>
<i>Bijlage 12: DJ Workshop</i>	<i>58</i>
<i>Bijlage 13: Poster tijden activiteiten</i>	<i>60</i>
MINDMAP ‘KWALITEITEN EVENTMANAGER’	61
EVENT DESIGN INSPIRATIE	64

POSTER PRIDE AMSTERDAM.....	75
ONDERZOEKSVERSLAG 1.....	76
ONDERZOEKSVERSLAG 2.....	95

Inleiding

De afgelopen weken is het Event Team druk bezig geweest met het organiseren van het evenement. De aanleiding van het evenement is om kennis op te doen over het proces van het organiseren van een evenement. Door middel van dit evenement leert het Event Team projectmatig werken en wordt er ondervonden wat er allemaal bij komt kijken om een evenement te organiseren.

Tijdens het mini-evenement staat de sector kunst en cultuur centraal. Door de doelgroep fysiek mee te nemen door de wereld van kunst en cultuur wil het Event Team de opgedane kennis overbrengen aan de doelgroep. Door de bezoekers actief deel te laten nemen aan het evenement wordt ervoor gezorgd dat de doelgroep op een leuke en speelse manier leert over de kunst en cultuursector. Daarnaast wordt ervoor gezorgd dat de bezoekers het evenement blijven herinneren.

In de projectdocumentatie kan de lezer een verzameling van de door de groepsleden geschreven beslisdocumenten verwachten. Onder de beslisdocumenten vallen het projectvoorstel, het projectplan en het productieplan. Ook is er verdere informatie toegevoegd die noodzakelijk is geweest om bepaalde beslissingen te maken omtrent het evenement.

1. Projectvoorstel



Leisure Island

Mini-evenement

Opdrachtgever:

NHL Stenden Leisure & Events Management



Leisure Island
Mini-evenement

Project Datum: 24-01-19

Rapportage: 7-12-18

Opdrachtgever:

NHL Stenden Leisure & Events Management

Logistiek contactpersoon:

Laura Aalbers

E-mailadres: laura.aalbers@student.stenden.com

Telefoonnummer: +31 6 42920945

Youri van der Vegt

E-mailadres: youri.van.der.vegt@student.stenden.com

Telefoonnummer: +31 6 41571661

Auteurs Projectteam:

Ilse Haanstra (Projectleider)

Studentnummer: 4579135

E-mailadres: ilse.haanstra@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-28661001

Michelle Mellema

Studentnummer: 4514114

E-mailadres: michelle.mellema@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-52433078

Mariska van der Wijk

Studentnummer: 4553055

E-mailadres: mariska.van.der.wijk@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-54953060

Steven Sterk

Studentnummer: 4579135

E-mailadres: steven.sterk@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-43053700

Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
Project Missie en Project Imago.....	2
Doelgroep.....	3
ROI en spin-off.....	4
Projecteisen en criteria.....	5
Sfeerschets.....	7
Beheer aspecten.....	8
Bijlage 1 organigram	9
Bijlage 2 tijdplanning	10

Inleiding

De aanleiding van het evenement is om kennis op te doen over het proces van het organiseren van een evenement. Door middel van dit evenement leren wij projectmatig werken en leren wij over wat er allemaal bij komt kijken bij het organiseren van een evenement. De opdrachtgever is de studie Leisure & Events Management. Andere betrokkenen bij dit project zijn de andere Event Teams die gelijktijdig ook een mini-evenement moeten organiseren. Tijdens het evenement bestaande uit mini-evenementen worden de Leisure sectoren gerepresenteerd, hierdoor heeft de bezoeker na afloop van het evenement kennis van deze sectoren en wat de studie Leisure & Events Management inhoudt. In dit rapport zal het mini-evenement met het thema kunst en cultuur nader worden toegelicht. De doelgroep, projectmissie, ROI en doelstellingen komen aan bod. Daarnaast bevindt zich in dit rapport een basisconcept van het evenement.

Missie en Project Imago

Het evenement bestaat uit verschillende mini-evenementen. De missie en het imago zijn van beide verschillend. Hieronder wordt per evenement de missie en het imago besproken.

Project missie groot evenement

De missie van het evenement is om de studenten en bezoekers informatie bij te brengen over de Leisure sectoren. De studenten moeten namelijk met behulp van dit evenement een beeld krijgen van de sector de verschillende sectoren “Media, toerisme, natuur en recreatie, Sport, Kunst en cultuur, entertainment, events”. Alle bezoekers krijgen een beeld hoe de opleiding Leisure and event management is.

Project Imago groot evenement (concreter)

De doelstelling van het grote evenement is dat het een leerzame avond gaat zijn over de verschillende sectoren die er zijn op de opleiding Leisure and event management. Op het evenement komen verschillende doelgroepen namelijk ouders/verzorgers van studenten maar ook oud studenten of 1e jaars studenten die het evenement gaan bezoeken.

Project missie mini evenement

Tijdens ons mini-evenement staat de sector kunst en cultuur centraal. Door de doelgroep fysiek mee te nemen door de wereld van kunst en cultuur willen wij onze kennis overbrengen aan de doelgroep. Door de bezoekers actief deel te laten nemen aan het evenement willen wij ervoor zorgen dat de doelgroep op een leerzame manier leert over de kunst en cultuursector. Daarnaast willen wij ervoor zorgen dat de bezoekers het evenement blijven herinneren.

Project Imago mini evenement

Het evenement moet het volgende imago uitstralen: gezellig, gemakkelijk, kwalitatief hoogstaand en aantrekkelijk voor alle bezoekers. Het moet gezellig en gemakkelijk zijn zodat mensen blijven hangen bij het evenement. De informatie die wordt verstrekt tijdens het evenement moet kwalitatief hoogstaand zijn. Bovendien moet het evenement alle bezoekers aanspreken.

Doelgroep

Vanuit de opleiding Leisure & Events Management is er de opdracht gegeven om een mini evenement te organiseren met als doel de bezoekers informeren naar de verschillende soorten sectoren binnen Leisure. De door het Event Team gekozen sector is de kunst en cultuursector en zal er op 24 januari een mini evenement worden georganiseerd in de gekozen sector. Om een zo goed mogelijk evenement neer te zetten is het nodig om de doelgroep te bepalen.

De doelgroep waarop wij ons gaan richten tijdens het evenement is: bezoekers die kennis op willen doen over de 6 verschillende Leisure sectoren en de Leisure & Events industrie.

De stakeholders van dit evenement zijn: andere studenten, coaches en familie/vrienden van de organisatoren.

De inhoudelijke doelstelling van de doelgroep is: De bezoekers hebben de gelegenheid om rond te lopen en deel te nemen aan verschillende mini-evenementen. Hierdoor zullen zij inzicht krijgen in verschillende Leisure sectoren en daarmee een goed beeld krijgen over de Leisure & Events industrie. Wij willen door middel van ons mini evenement de bezoekers kennis laten maken met de kunst en cultuursector. Dit wordt gedaan door middel van een DJ workshop, een foto moment en creating art. Wanneer er aan deze activiteiten wordt deelgenomen wordt er een onvergetelijke herinnering gecreëerd. Door deze herinnering willen wij de doelgroep meegeven wat de kunst en cultuursector inhoudt.

ROI en Spin-off

De afkorting ROI staat voor Return On Investment. De ROI geeft de verhouding tussen opbrengsten en investeringen aan en deze kan je verdelen in vijf verschillende niveaus.

Niveau 1: Tevredenheid en waarde

Bij niveau 1 ga je op zoek naar de tevredenheid met de ervaring, sfeer, inhoud, faciliteiten, catering, logistiek en de algemene beoordeling van het mini-evenement. Door middel van een enquête is het gemakkelijk te meten wat de waarde en tevredenheid van het mini-evenement is.

Niveau 2: Tastbare voordelen

Bij dit niveau wordt er gemeten wat de bezoekers hebben overgehouden aan het evenement. Dit is ook gemakkelijk te achterhalen door middel van een enquête.

Niveau 3: Implementatie

Een implementatie geeft aan in hoeverre het mini-evenement veranderd is door de behaalde tastbare voordelen. Dit kan ook met een enquête, maar een interview met een aantal bezoekers zullen interessante inzichten geven.

Niveau 4: Business impact en consequenties

Bij niveau 4 wordt het uiteindelijke doel gemeten, datgene wat je echt wilt bereiken met het mini-evenement. Door dit te meten is het handig om cijfers uit voorafgaande periodes te vergelijken met nieuwe cijfers uit de komende periodes.

Niveau 5: ROI analyse

De laatste stap is het berekenen van de kosten en opbrengsten van het mini-evenement. Hiervoor is een formule: $ROI = (opbrengsten - kosten) / kosten \times 100\%$

Omdat ons mini-evenement geen kosten bevat, is er sprake van een ROO, Return On Objectives. Als ons mini-evenement een ROO met een percentage van 100% heeft behaald, zijn alle doelen van de sponsoring gehaald.

Een spin-off kan zowel een positief als negatief effect hebben. Er moet uiteraard gestreefd worden naar meerdere positieve spin-offs dan negatieve spin-offs. Voor ons mini-evenement moet er dan ook worden gestreefd naar zoveel mogelijke positieve spin-offs. Welke spin-offs wij verwachten is lastig te zeggen, aangezien ons mini-evenement nog moet plaatsvinden.

Projecteisen en criteria

Het evenement moet een unieke en creatieve beleving zijn die de bezoeker informeert over de kunst en cultuursector en met behulp van de ander mini-evenementen een indicatie geeft van de Leisure & events industrie.

Voor dit evenement is zeer weinig budget beschikbaar, namelijk €10. Wel staat het ons vrij om sponsoren te zoeken.

Het evenement vindt plaats in een lokaal op NHL Stenden. Hierdoor moet er rekening worden gehouden met veiligheid (geen nooduitgangen, brandhaspels etc. blokkeren) en geluid. Daarnaast moet het evenement voldoen aan de volgende eisen:

- Een duidelijk zichtbare titel
- Biedt een doorstroom aan voor bezoekers en/of wordt ten minste zes keer gehouden voor minstens 8 personen per keer
- Aan het eind van het evenement moeten er minsten 20 evaluatieformulieren zijn ingevuld door mensen die het Event Team niet kent

De dag van het evenement, 24 januari, ziet er als volgt uit:

DAGPLANNING:

12:00 Start opbouw

17:00 Gezamenlijke opening Leisure Island Event (Event Teams) in het Auditorium.

18:30 Start Leisure Island Event

21:00 Einde evenement

21:00 Start afbouw

Concept

De wereld van Kunst & Cultuur is zeer divers, verhalen die verborgen zitten achter elk stukje kunst, culturen ontdekken door de geschiedenis in te duiken en meegenomen worden in de verhalen van deze culturen. Met de techniek van tegenwoordig is het een stuk makkelijker voor mensen om kunstwerken en culturen te ontdekken, je kan er veel makkelijker mee in aanraking komen. Kunst en cultuur zit verborgen in film, muziek, een doek aan de muur, tekeningen van je kinderen, de vloerbedekking overal om je heen is kunst of cultuur verborgen. We willen de bezoeker meenemen naar deze wereld, meenemen naar de wereld waar Leisure en kunst & cultuur elkaar ontmoeten, laten zien wat we en ze kunnen doen in deze wereld, wat de mogelijkheden zijn. Tegenwoordig staan de werelden van media en kunst & cultuur dicht bij elkaar. Muziek dat overal op de wereld wordt gedraaid door grote namen zoals Martin Garrix, Armin van Buuren en Tiësto. Wij willen mensen de mogelijkheid geven om ook deze kant van de wereld te ervaren, mensen meenemen in deze wereld, mensen laten ervaren, mensen laten herinneren en mensen laten beleven. Op ons evenement kunnen ze zelf de dj zijn, zelf de muziek maken, met een ervaring alsof ze echt in een uitverkocht Johan Cruijff Arena staan, een herinnering die bij jong en oud zal bij blijven.

Wij willen mensen uitdagen om te ontdekken, mensen uitdagen een herinnering te maken. Door materialen uit de wereld van kunst & cultuur te gebruiken en mensen er mee in aanraking te brengen, toe te passen voor beeldmateriaal om een eigen ervaring vast te leggen. Alle opgedane ervaringen op het evenement uit te drukken, in woorden, in afbeeldingen, in kleuren, door de bezoekers een gezamenlijk kunstwerk te laten creëren over hoe zij het evenement hebben ervaren, wat ze hebben geleerd, wat ze bijblijft, herinneringen maken, op ons evenement, met ons, met iedereen, met kunst en cultuur.

Sfeerschets

Als bezoeker word je warm ontvangen op het mini event kunst en cultuur, het oog zal meteen vallen op de activiteiten waar je aan kan deelnemen. Door een DJ Booth kan je in de schoenen staan van DJ Martin Garrix, door geamuseerd te worden raak je geïnteresseerd in de sector kunst & cultuur. Hierna kan je samen met je familie, vrienden of vriend(in) een illusie creëren, door met verschillende items uit de wereld van Kunst & Cultuur een foto te creëren . Een foto waarbij het lijkt dat je op een bal staat te balanceren terwijl je op de grond ligt! Dat is gek. Op deze manier kan je allerlei foto's maken met activiteiten die je niet zomaar zou doen.

Als laatste stop je bij het onderdeel “Creating Art”, hier verrijk je je kennis over de sector Kunst & Cultuur, hoe de organisatie in elkaar zit, de doelstelling van het evenement, hier wordt dan aan je gevraagd wat en hoe je het hebt beleefd. Dit mag je uiten in woorden, beelden of kleuren op een ‘doek’, dit doek doet zich uiteindelijk voort als een kunstwerk, een kunstwerk gemaakt door alle bezoekers. Ook krijg je hier een visitekaartje, met de gegevens van de organisatie en een link naar de facebook pagina waar je je foto's kan vinden voor het onvergetelijke moment. Na bedankt te worden voor het bezoeken van het evenement ben je een ervaring rijker geworden, je hebt nieuwe kennis opgedaan en je bent in bezit over de kennis over de Kunst & Cultuur sector.

Beheeraspecten

De beheers aspecten worden besproken naar het KOFTIG model. Niet alle letters worden behandeld. In onderstaande worden alleen de organisatie, faciliteiten en tijd behandeld.

Organisatie:

Het organigram van het projectteam is te vinden in bijlage 1. Ieder lid van het team wordt gezien als even belangrijk. In het team is niet een hele duidelijke rolverdeling te zien, elk teamlid neemt verschillende taken op zich. Bovendien helpt iedereen elkaar waar nodig.

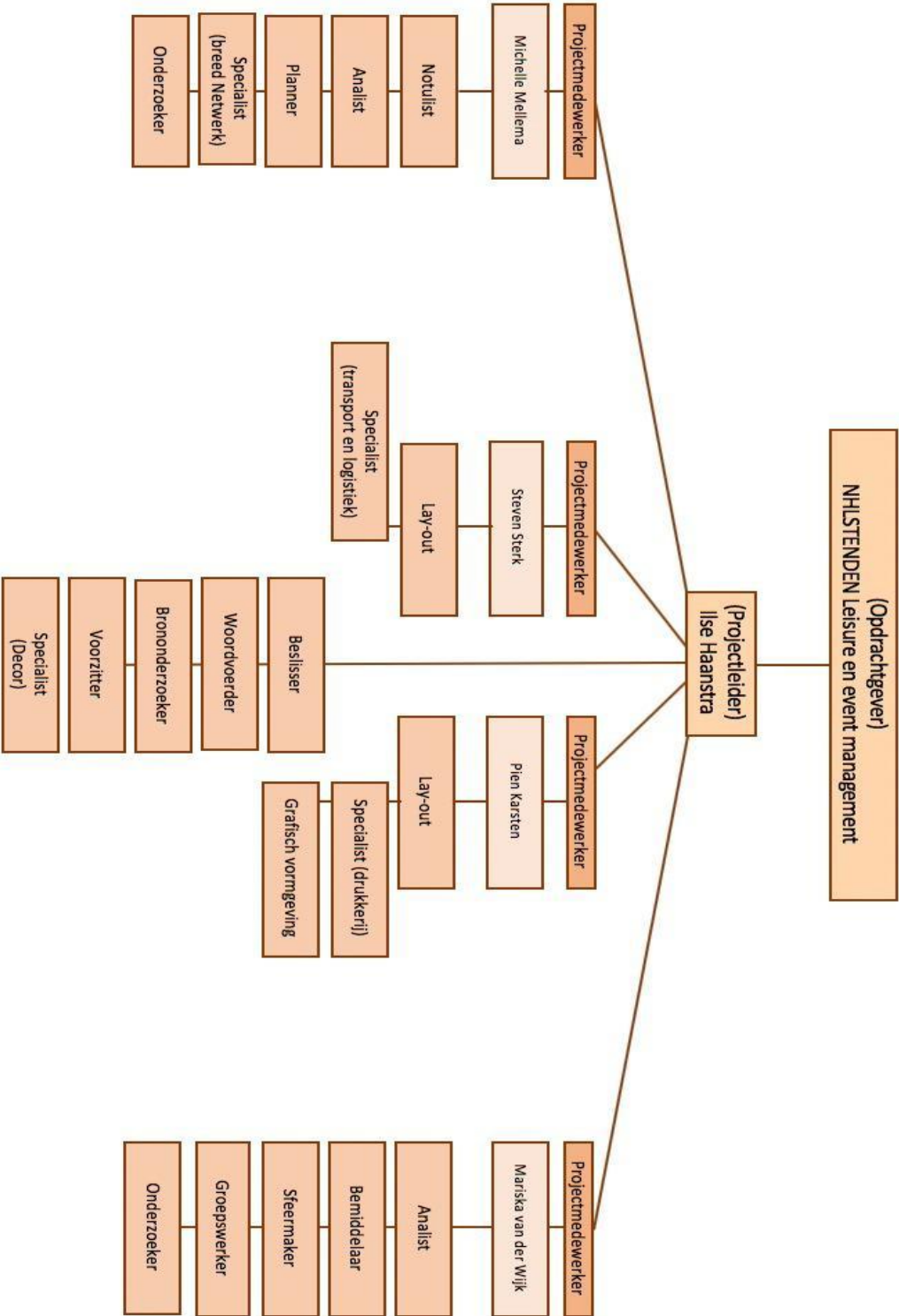
Faciliteiten:

De locatie waar het evenement plaatsvindt is een lokaal/open ruimte binnen NHL Stenden. Voor elektriciteit wordt gezorgd, de rest moeten wij regelen.

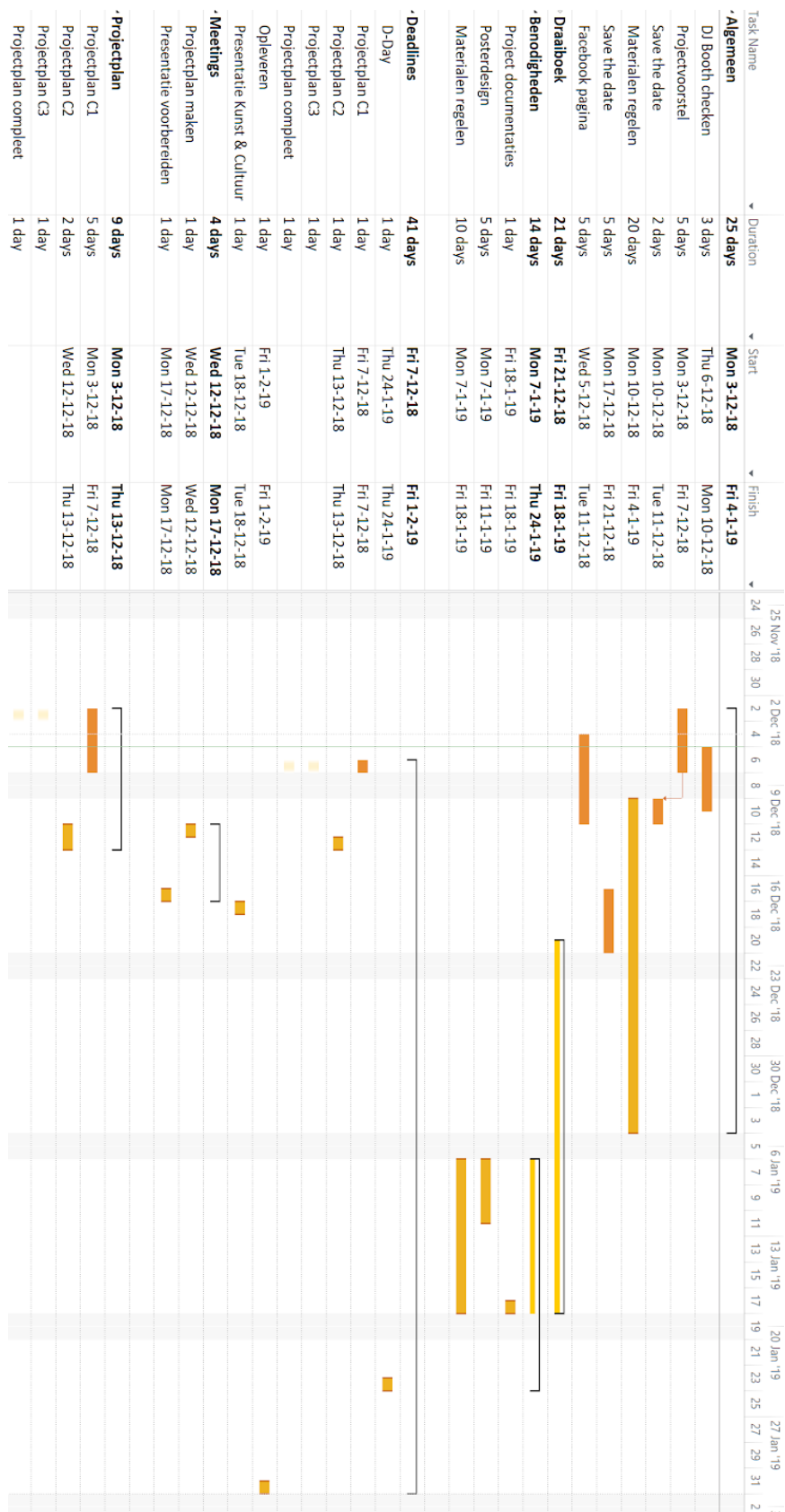
Tijd:

Het tijdplan is te vinden in bijlage 2. Hierin staan de deadlines die gedurende het project plaatsvinden. Daarnaast staan er al enkele stappen in die gedurende het project dienen te worden ondernomen.

Bijlage 1: Organigram



Bijlage 2: Tijdsplanning



2. Projectplan



Leisure Island

Mini-evenement

Opdrachtgever:

NHL Stenden Leisure & Events Management



**Leisure Island
Mini-evenement**

Project Datum: 24-01-19

Rapportage: 6-01-19

Opdrachtgever:

NHL Stenden Leisure & Events Management

Logistiek contactpersoon:

Laura Aalbers

E-mailadres: laura.aalbers@student.stenden.com

Telefoonnummer: +31 6 42920945

Youri van der Vegt

E-mailadres: youri.van.der.vegt@student.stenden.com

Telefoonnummer: +31 6 41571661

Auteurs Projectteam:

Ilse Haanstra (Projectleider)

Studentnummer: 4579135

E-mailadres: ilse.haanstra@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-28661001

Michelle Mellema

Studentnummer: 4514114

E-mailadres: michelle.mellema@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-52433078

Mariska van der Wijk

Studentnummer: 4553055

E-mailadres: mariska.van.der.wijk@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-54953060

Steven Sterk

Studentnummer: 4579135

E-mailadres: steven.sterk@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-43053700

Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
Basisconcept.....	2
Gedetailleerd plan.....	3
Dagprogramma.....	4
Sfeerschets.....	5
Beheer aspecten.....	6
Bijlage 1: Organigram.....	8
Bijlage 2: Plattegrond lokaal.....	9
Bijlage 3: Tijdplan.....	10

Inleiding

De aanleiding van het evenement is om kennis op te doen over het proces van het organiseren van een evenement. Door middel van dit evenement leren wij projectmatig werken en leren wij over wat er allemaal bij komt kijken bij het [organiseren van een evenement. De opdrachtgever is de studie Leisure & Events Management. Andere betrokkenen bij dit project zijn de overige Event Teams die gelijktijdig ook een mini-evenement moeten organiseren. Tijdens het evenement bestaande uit mini-evenementen worden de Leisure sectoren gerepresenteerd, hierdoor heeft de bezoeker na afloop van het evenement kennis van deze sectoren en wat de studie Leisure & Events Management inhoudt. In dit rapport zal het mini-evenement met het thema kunst en cultuur nader worden toegelicht. Op basis van het basisconcept en de sfeerschets is een concreet projectresultaat geschreven. In het laatste hoofdstuk van het rapport zijn de beheers aspecten kwaliteit, organisatie, faciliteiten en tijd te vinden.

Basisconcept

De wereld van Kunst & Cultuur is zeer divers, verhalen die verborgen zitten achter elk stukje kunst, culturen ontdekken door de geschiedenis in te duiken en meegenomen worden in de verhalen van deze culturen. Met de techniek van tegenwoordig is het een stuk makkelijker voor mensen om kunstwerken en culturen te ontdekken, je kan er veel makkelijker mee in aanraking komen. Kunst en cultuur zit verborgen in film, muziek, een doek aan de muur, tekeningen van je kinderen, de vloerbedekking overal om je heen is kunst of cultuur verborgen. We willen de bezoeker meenemen naar deze wereld, meenemen naar de wereld waar Leisure en kunst & cultuur elkaar ontmoeten, laten zien wat we en ze kunnen doen in deze wereld, wat de mogelijkheden zijn. Tegenwoordig staan de werelden van media en kunst & cultuur dicht bij elkaar. Muziek dat overal op de wereld wordt gedraaid door grote namen zoals Martin Garrix, Armin van Buuren en Tiësto. Wij willen mensen de mogelijkheid geven om ook deze kant van de wereld te ervaren, mensen meenemen in deze wereld, mensen laten ervaren, mensen laten herinneren en mensen laten beleven. Op ons evenement kunnen ze zelf de dj zijn, zelf de muziek maken, met een ervaring alsof ze echt in een uitverkocht Johan Cruijff Arena staan, een herinnering die bij jong en oud zal bij blijven.

Wij willen mensen uitdagen om te ontdekken, mensen uitdagen een herinnering te maken. Door materialen uit de wereld van kunst & cultuur te gebruiken en mensen er mee in aanraking te brengen, toe te passen voor beeldmateriaal om een eigen ervaring vast te leggen. Alle opgedane ervaringen op het evenement uit te drukken, in woorden, afbeeldingen, en kleuren, door de bezoekers een gezamenlijk kunstwerk te laten creëren over hoe zij het evenement hebben ervaren, wat ze hebben geleerd, wat ze bijblijft, herinneringen maken, op ons evenement, met ons, met iedereen, met kunst en cultuur.

Gedetailleerd plan

In dit hoofdstuk worden de onderdelen uit het basisconcept nader toegelicht. Daarnaast is in dit hoofdstuk de planning van de dag van het evenement uitgewerkt.

DJ Booth:

Tijdens het evenement wordt er elke keer een korte workshop gegeven voor bezoekers. Die kunnen een keer in de schoenen staan van een dj en kijken hoe je kunst kan maken door behulp van muziek. Deze workshop wordt gegeven door een professionele dj, Nelson, die ook zijn eigen dj school heeft en mensen opleid tot dj's. Een voorwaarde van Nelson is dat wij een aftermovie van het evenement maken. Deze aftermovie kan hij dan weer gebruiken ter promotie.

Photo Booth:

Mensen kunnen hier op de foto met muziek gerelateerde attributen. om grappige en leuke plaatjes te creëren. Een persoon van het projectteam maakt de foto's. De foto's worden achteraf met toestemming op de Facebookpagina geplaatst die speciaal is aangemaakt voor dit mini-evenement.

Art on the Wall

Op een muur hangt een groot doek. Hiernaast staat een tafel met allerlei tekenmateriaal. De bezoekers kunnen hun associaties met kunst en cultuur op het doek uiten. Naast het doek hangen nog informatieve posters over de kunst en cultuursector. Hier kunnen mensen leren over de sector, maar ook inspiratie opdoen voor op het doek.

Dagprogramma

Tijd	Wat	Locatie	Wie
08:30	Draaiboek door projectteam	NHL Stenden	Projectteam
10:00	Activiteit 2 klaarzetten - Camera's klaarzetten - Laptop klaarzetten	Adres: NHL Stenden Rengerslaan, Leeuwarden	Projectteam
10:30	Activiteit 1 klaarzetten - 3 Tafels - Haspels - Stroomdraden - Administratie tafel	Adres: NHL Stenden Rengerslaan, Leeuwarden	Projectteam
11:00	Broodjes smeren voor de DJ + drinken meenemen		Michelle
12:00	Start opbouw (in je eigen lokaal/ruimte)	2.38	Projectgroep
12:00	Vertrek busje naar Steenwijk	Leeuwarden – Steenwijk	Steven, Michelle
13:00	Inladen Sportinn Steenwijk	Adres: Oostermeentherand 2D, 8332 JZ Steenwijk	Steven, Nelson en Michelle
13:30	Vertrek busje naar Leeuwarden	Steenwijk – Leeuwarden	Steven, Nelson en Michelle
14:15/14:30	Aankomst busje	Adres: NHL Stenden Rengerslaan, Leeuwarden	Steven, Nelson en Michelle
14:15/14:30	Lossen en laden bij Stenden	Adres: NHL Stenden Rengerslaan, Leeuwarden	Projectteam
14:30	Producten/ decor activiteit 1 en 2 staan klaar	2.38	Ilse en Mariska
15:00/15:30	Start opbouw activiteit 2	2.38	Projectgroep en Nelson
18:00	Deadline alles staat klaar	2.38	Projectgroep en Nelson
17:00	Gezamenlijke opening Leisure Island Event	Auditorium	Projectgroep
18:30	Start Leisure Island Event	2.38	Projectgroep
18:45 – 21:00	DJ Workshops	2.38	Nelson DJ
18:30 – 21:00	Photo Booth	2.38	Nelson DJ
18:30 – 21:00	Art	2.38	Nelson DJ
21:00	Eind event	2.38	Nelson DJ
21:00	Start afbouw	2.38	Nelson DJ
21:10	Afbouwen activiteit 1	2.38	Mariska en Ilse
21:10	Afbouwen activiteit 2	2.38	Steven, Michelle en Nelson
21:30	Apparatuur inladen in het bus	2.38	Projectteam
22:00	Borrel (Event Teams)	2.38	Projectgroep

Sfeerschets

Als bezoeker word je warm ontvangen op het mini event kunst en cultuur, het oog zal meteen vallen op de activiteiten waar je aan kan deelnemen. Door een DJ Booth kan je in de schoenen staan van DJ Martin Garrix, door geamuseerd te worden raak je geïnteresseerd in de sector kunst & cultuur. Hierna kan je samen met je familie, vrienden of vriend(in) gezellig op de foto. In de Photo Booth kan je met muziek attributen een leuke of grappige foto maken.

Als laatste stop je bij het onderdeel “Creating Art”, hier verrijk je je kennis over de sector Kunst & Cultuur, hoe de organisatie in elkaar zit, de doelstelling van het evenement, hier wordt dan aan je gevraagd wat en hoe je het hebt beleefd. Dit mag je uiten in woorden, beelden of kleuren op een ‘doek’, dit doek doet zich uiteindelijk voort als een kunstwerk, een kunstwerk gemaakt door alle bezoekers. Ook krijg je hier een visitekaartje, met de gegevens van de organisatie en een link naar de facebook pagina waar je je foto’s kan vinden voor het onvergetelijke moment. Na bedankt te worden voor het bezoeken van het evenement ben je een ervaring rijker geworden, je hebt nieuwe kennis opgedaan en je bent in bezit over de kennis over de Kunst & Cultuur sector.

Beheers aspecten

De beheer aspecten worden besproken naar het KOFTIG model. Niet alle letters worden behandeld. In onderstaande worden alleen kwaliteit, organisatie, faciliteiten en tijd behandeld.

Kwaliteit:

Het projectteam wil de kwaliteit waarborgen door zich aan de planning te houden. Hierdoor wordt ervoor gezorgd dat al het nodige gedaan wordt zodat het team niet voor verrassingen komt te staan. Daarnaast zorgen we voor een goede communicatie zodat de voorbereiding en het evenement soepel verlopen.

Een belangrijk doel van het evenement is het overbrengen van informatie over de kunst en cultuursector. Dit doel wordt behaald door de bezoekers met verschillende kunst en cultuuractiviteiten in aanraking te brengen. Ook zijn er informatieve posters te vinden in het lokaal.

Organisatie:

Het organigram van het projectteam is te vinden in bijlage 1. Ieder lid van het team wordt gezien als even belangrijk. In het team is niet een hele duidelijke rolverdeling te zien, elk teamlid neemt verschillende taken op zich. Bovendien helpt iedereen elkaar waar nodig.

Faciliteiten:

De locatie waar het evenement plaatsvindt is lokaal 2.38 in NHL Stenden. De indeling van het lokaal is te vinden in bijlage 2.

Benodigde materialen activiteit DJ Booth:

- 3 tafels van minimaal 1.82m breed, 81 cm diep en 81 cm hoog
- Per tafel drie stroompunten
- 3 stekkerdozen met 6 aansluitstukken + 2 haspels
- Lampen (voor sfeer)
- 2 tv's van dezelfde grootte met HDMI-aansluiting

Benodigde materialen activiteit Photo Booth:

- Camera
- SD kaart
- Photo Booth attributen (zelf maken door middel van papier en karton)
- Zwart doek als achtergrond

Benodigde materialen activiteit Art on the wall :

- Doek (2x A1 papier)
- Materiaal om doek mee op te hangen
- Tekenmateriaal
- Tafel
- Informatieve posters kunst en cultuursector

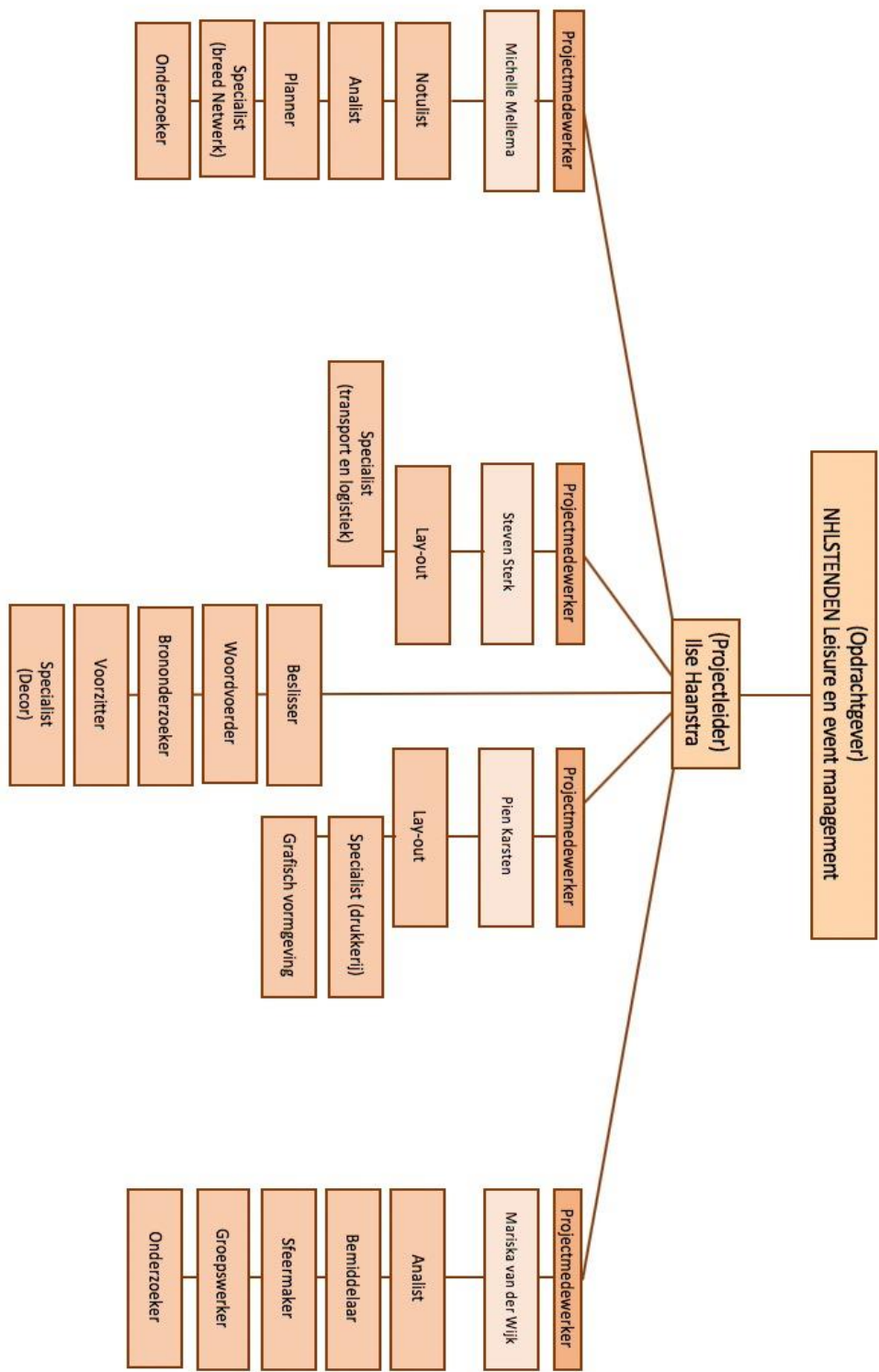
De foto's die gemaakt worden met de kunst en cultuur attributen worden later op een speciaal aangemaakte Facebookpagina geplaatst. In verband met de privacywetgeving moeten hiervoor toestemming worden gegeven. Op het evenement moeten formulieren liggen waar mensen voor deze toestemming kunnen tekenen. Daarnaast moeten er inschrijfformulieren voor de DJ workshop aanwezig zijn. Hierop laten mensen hun e-mailadres achter. Via deze manier kan Nelson, de workshopgever, promotie naar deze adressen sturen als de deelnemers interesse tonen. Daarnaast heeft Nelson als voorwaarde gesteld voor het geven van een workshop dat er een aftermovie van het evenement wordt gemaakt. Gedurende het evenement worden er opnames gemaakt. Hiervoor zijn een camera en SD kaart nodig.

Tijd:

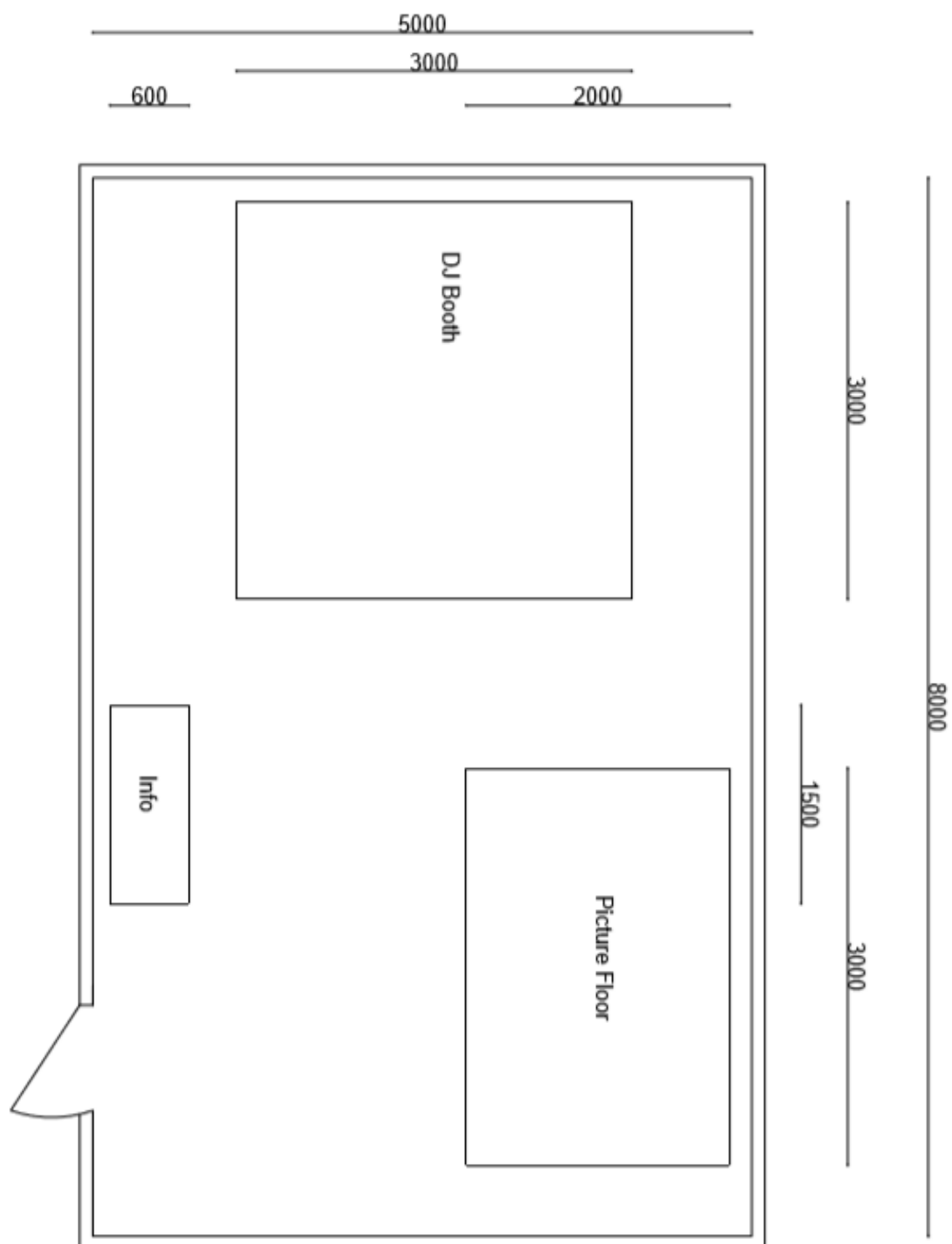
Het tijdplan is te vinden in bijlage 3. Hierin staan de deadlines die gedurende het project plaatsvinden. Daarnaast staan er stappen in die gedurende het project dienen te worden ondernomen.

Bijlages

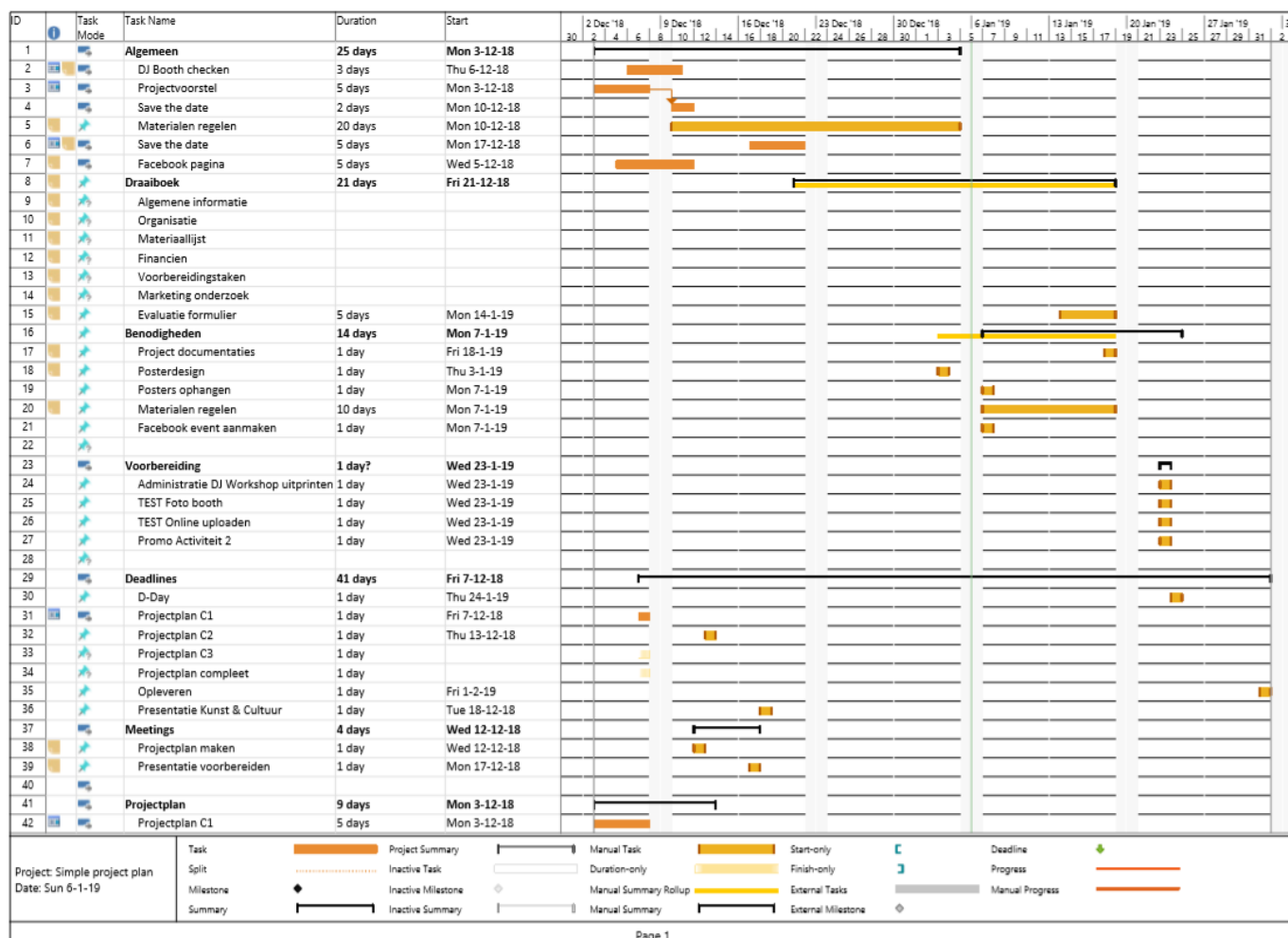
Bijlage 1: Organigram



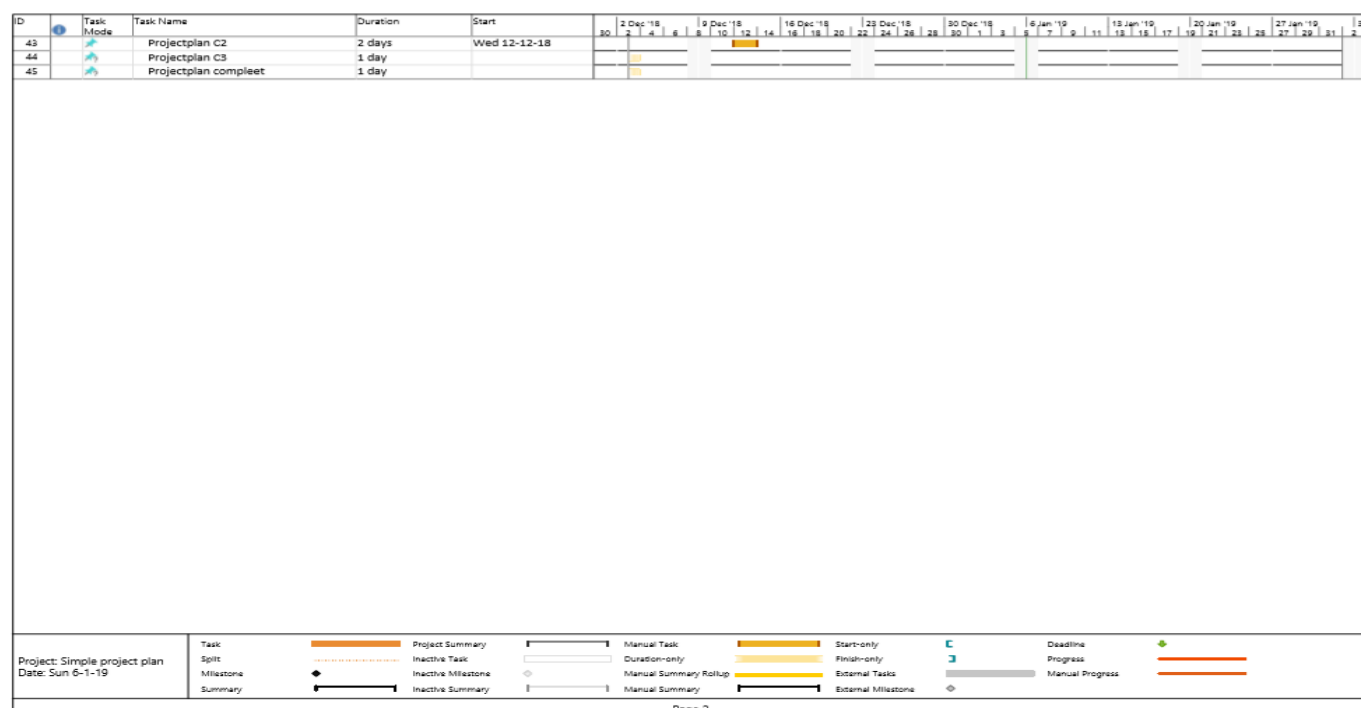
Bijlage 2: Plattegrond lokaal



Bijlage 3: Tijdsplan



Page 1



Page 2

3. Productieplan



Leisure Island

Mini-evenement

Opdrachtgever:

NHL Stenden Leisure & Events Management



**Leisure Island
Mini-evenement**

Project Datum: 24-01-19

Rapportage: 14-01-19

Opdrachtgever:

NHL Stenden Leisure & Events Management

Logistiek contactpersoon:

Laura Aalbers

E-mailadres: laura.aalbers@student.stenden.com

Telefoonnummer: +31 6 42920945

Youri van der Vegt

E-mailadres: youri.van.der.vegt@student.stenden.com

Telefoonnummer: +31 6 41571661

Auteurs Projectteam:

Ilse Haanstra (Projectleider)

Studentnummer: 4579135

E-mailadres: ilse.haanstra@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-28661001

Michelle Mellema

Studentnummer: 4514114

E-mailadres: michelle.mellema@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-52433078

Mariska van der Wijk

Studentnummer: 4553055

E-mailadres: mariska.van.der.wijk@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-54953060

Steven Sterk

Studentnummer: 4579135

E-mailadres: steven.sterk@student.nhlstenden.com

Telefoonnummer: 06-43053700

Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
Projectresultaat.....	2
Inhoudelijke informatie.....	3
Materiaallijst.....	3
Laden en lossen.....	4
Briefings.....	5
Taakverdeling.....	6
Afwikkel fase	8
Bijlages.....	9
Bijlage 1: Opbouw draaiboek.....	9
Bijlage 2: Uitvoering draaiboek.....	11
Bijlage 3: Afbouw draaiboek.....	13
Bijlage 4: Plattegrond.....	14
Bijlage 5: 3D plattegrond.....	15
Bijlage 6: Projectcontract.....	16
Bijlage 7: Evaluatieformulier.....	18
Bijlage 8: Informatiekaartjes.....	20
Bijlage 9: Facebook.....	21
Bijlage 10: Toestemmingformulier.....	22
Bijlage 11: Aanmeldingsformulier geen toestemming facebook.....	24
Bijlage 12: Aanmeldingsformulier DJ workshop.....	26
Bijlage 13: poster tijden activiteiten.....	28

Inleiding

De belangrijkste punten die beschreven zijn in het projectplan zijn het concept, een gedetailleerd plan, de sfeerimpressie en de beheer aspecten doormiddel van het KOFTIG-model.

Dit productieplan is een vervolg op het projectvoorstel en projectplan. Het doel van dit productieplan is om een concreet beeld te krijgen van het evenement. Ideeën die tot nu toe alleen op papier beschreven werden, worden nu concreet gemaakt. Ook is het van belang om een goede planning te hebben en deze na te leven.

In dit productieplan kan de lezer een beschrijving van het concrete projectresultaat verwachten. Er is een materialenlijst gecreëerd en er worden een aantal instructies beschreven voor specifieke doelgroepen. Verder is er geïnventariseerd wat er na het project nog gedaan moet worden en is dit beschreven als afwikkelingsfase. Ook is er een draaiboek gemaakt.

Tijdens ons mini-evenement staat de sector kunst en cultuur centraal. Door de doelgroep fysiek mee te nemen door de wereld van kunst en cultuur willen wij onze kennis overbrengen aan de doelgroep. Door de bezoekers actief deel te laten nemen aan het evenement willen wij ervoor zorgen dat de doelgroep op een leuke en speelse manier leert over de kunst en cultuursector. Daarnaast willen wij ervoor zorgen dat de bezoekers het evenement blijven herinneren.

Projectresultaat

In onderstaande worden de drie onderdelen waaruit het evenement bestaat nader toegelicht en vertelt waarom wij deze activiteiten hebben toegepast. Wij willen bezoekers laten zien wat de kunst en cultuursector is.

Tijdens het evenement laten wij zien wat de nieuwste trends zijn de afgelopen jaren. De DJ branch is kunst met muziek, in plaats van een vioolconcert wordt muziek gedigitaliseerd en nieuw gevormd. Wij hebben er voor gekozen om de mensen de nieuwste muzikale kunst te laten zien en laten horen.

Mensen zijn de afgelopen jaren veel met sociale media bezig en maken foto's om te publiceren, door middel van onze activiteit laten wij mensen zien dat je ook leuke foto's kan maken door kunst en cultuur toe te passen.

Door het ophangen van een doek waar bezoekers hun gedachten over kunst en cultuur kunnen omschrijven wordt er op een interactieve manier nagedacht over de sector. Door plaatjes, quotes, woorden of stukjes tekst wordt er kunst gecreëerd door de bezoekers die ter plekke iets erop zetten.

DJ Booth:

Tijdens het evenement wordt er om het kwartier een tien minuten durende workshop gegeven voor bezoekers. Zij kunnen een keer in de schoenen staan van een dj en kijken hoe je kunst kan maken met behulp van muziek. Deze workshop wordt gegeven door een professionele dj, Nelson Petter, die ook zijn eigen dj school heeft en mensen opleid tot dj's. Een voorwaarde van Nelson is dat wij een aftermovie van het evenement maken. Deze aftermovie kan hij dan weer gebruiken ter promotie.

Photo Booth:

Mensen kunnen hier op de foto met muziek gerelateerde attributen om grappige en leuke plaatjes te creëren. Door foto's met het thema muziek te maken sluit deze activiteit aan bij de DJ Booth, het zorgt voor een samenhangend geheel. Een persoon van het projectteam maakt de foto's. De foto's worden achteraf met toestemming op de Facebookpagina geplaatst die speciaal is aangemaakt voor dit mini-evenement.

Art on the Wall

Op een muur hangen twee A1 papieren aan elkaar geplakt. Hiernaast staat een tafel met allerlei tekenmateriaal. De bezoekers kunnen hun associaties met kunst en cultuur op het papier uiten. Naast het doek hangen nog informatieve posters over de kunst en cultuursector. Hier kunnen mensen leren over de sector, maar ook inspiratie opdoen voor op het doek.

Inhoudelijke informatie

Materiaallijst:

DJ Booth

Wat	Beschrijving	Aantal	Wie
Truss lengte	19 meter	7x	Steven Sterk
Truss hoek		4	Steven Sterk
Stroomkabels	5 meter	10x	Steven Sterk
Stekkerdoos	6 gaatjes	4x	Steven Sterk
Kabelgoten	1 meter	3x	Steven Sterk
Podia lichten	5 meter	3x	Steven Sterk
videocamera	Nokia	1x	Mariska van der wijk
DJ apparatuur		3x	Mariska van der wijk
Tv	Digiboard	1x	NHL Stenden
Tafel	120x60 cm	4x	NHL Stenden
Gereedschapkist		1x	Steven Sterk
USB Sticks		3x	Steven Sterk
Ductape	zwart	1x	Steven Sterk
tyrips	zak	1x	Steven Sterk
Bakwagen	IVACO daily	1x	Steven Sterk
Rolcontainer	190x100x80 cm	1x	Steven Sterk

Photo Booth

Wat	Beschrijving	Aantal	Wie
Foto Camera		1x	Steven Sterk
SD kaart		1x	Steven Sterk
Statief		1x	Steven Sterk
Podia doek	5x3 meter	1x	Ilse Haanstra
Laptop		1x	Steven Sterk
Laptop plan b		1x	Ilse Haanstra
Photo booth attributen		20x	Michelle Mellema
Veiligheidsspelden	doosje	1x	Ilse Haanstra

Art on the Wall

Wat	Beschrijving	Aantal	Wie
Stiften	Kleuren	15x	Ilse Haanstra
Informatie poster	A1 formaat	1x	Michelle Mellema
Schilders tape	rol	1x	Steven Sterk
Tafel	120x60 cm	1x	NHL Stenden
Tv Scherm	Led tv	1x	Steven Sterk

Algemeen

Wat	Aantal	Wie
Informatie kaartjes	100x	Michelle Mellema
Informatie poster	5x	Michelle Mellema
Poster met tijden	5x	Michelle Mellema
Aanmeldingsformulier DJ workshop	2x	Michelle Mellema
Evaluatie formulier	20x	NHL Stenden
Toestemmingsformulier	100x	Michelle Mellema

Zie voor een indeling van het lokaal bijlage 4 en 5.

Laden en lossen

De bus met spullen voor het evenement kan geparkeerd worden op het parkeerterrein van Stenden. Vanuit hier kunnen de spullen door de school, via de lift, naar lokaal 2.38 worden gebracht. Met afbouwen wordt dezelfde route gevolgd.

Randvoorwaarden bus

Huis Steven Sterk	Sportinn Steenwijk	Stenden	Gieten
Trekwij 8 Deinum 9033 WC	DJ Nelson Oostermeentherand 2D 8332 JZ Steenwijk	NHL Stenden, Rengerslaan 8 8917 DD, Leeuwarden	Teuben Steenkamp 10 9461 VC Gieten

Woensdag 23 januari 2019			
Ophalen bus 10:00 Deinum-Gieten	Trekwij 8, 9033 WC Deinum	Teuben Steenkamp 10, 9461 VC Gieten	96,1 km
Terugrijden 12:00 Gieten-Deinum	Teuben Steenkamp 10, 9461 VC Gieten	Trekwij 8, Deinum 9033 WC	96,1 km

Donderdag 24 januari 2019			
Naar Stenden Deinum-Leeuwarden	Trekwij 8 9033 WC Deinum	NHL Stenden, Rengerslaan 8 8917 DD, Leeuwarden	8,6 km
Heenreis 12:00 Stenden-Steenwijk	NHL Stenden Rengerslaan 8 8917 DD Leeuwarden	DJ Nelson Oostermeentherand 2D 8332 JZ Steenwijk	59,5 km
Terugreis 13:30 Steenwijk-Stenden	DJ Nelson Oostermeentherand 2D 8332 JZ Steenwijk	NHL Stenden, Rengerslaan 8 8917 DD Leeuwarden	59,4 km
Heenreis 23:00 Stenden-Steenwijk	NHL Stenden Rengerslaan 8 8917 DD Leeuwarden	DJ Nelson Oostermeentherand 2D	59,5 km
Terugreis 00:30 Steenwijk-Gieten	DJ Nelson Oostermeentherand 2D	Teuben Steenkamp 10 9461 VC Gieten	72,2 km

Briefings

Briefing opbouw

Inleiding:

Op 24 januari 2018 organiseren we ons eerst evenement, Culture Sound and Beats. We staan nu in het lokaal waar ons evenement wordt gehouden.

Wie komen er:

Om 18:30 begint het evenement en er worden circa 100 a 150 bezoekers verwachten op het grote evenement. Tijdens het evenement geven wij 3 kleine activiteiten en kunnen wij maximaal 10 mensen vermaken dit wordt elke keer door gerouleerd zodat er meer mensen de activiteiten kunnen doen. Om 19:00 wordt het evenement stil gelegd omdat er dan een beoordelaar langskomt, om 19:20 start het evenement weer.

Doel:

Tijdens ons mini-evenement staat de sector kunst en cultuur centraal. Door de doelgroep fysiek mee te nemen door de wereld van kunst en cultuur willen wij onze kennis overbrengen aan de doelgroep. Door de bezoekers actief deel te laten nemen aan het evenement willen wij ervoor zorgen dat de doelgroep op een leuke en speelse manier leert over de kunst en cultuursector. Daarnaast willen wij ervoor zorgen dat de bezoekers het evenement blijven herinneren.

Programma:

18:30 Start evenement
19:00 Stopzetten event (Beoordeling)
19:30 Start evenement
21:00 Eind evenement
22:00 Borrel (event teams)

Contactpersoon:

Tijdens het evenement is Ilse Haanstra de contactpersoon kunnen de vragen niet beantwoord worden is de volgende contactpersoon Laura Aalbers en Youri van der Vegt.

Briefing afbouw

Inleiding

Het moment is aangekomen, het evenement is klaar. We gaan zo meteen beginnen met de afbouw van het evenement.

Wie komen er:

Hiervoor hebben we van te voren een duidelijke planning gemaakt van wie wat gaat doen. Michelle jij gaat samen met Nelson de DJ-Booth materialen opruimen en inpakken, alle benodigde stroom kabels netjes oprollen en in de bijhorende kratten doen en de tafels aan de kant schuiven van het lokaal zodat er ruimte is voor het afbreken van het truss werk. Mariska en Ilse gaan beginnen met het opruimen van de Photo Booth en de Art on the Wall, de doeken worden netjes opgevouwen, camera en laptop in de bijhorende tas plaatsen, papieren oprollen en tafels netjes aan de kant schuiven om ruimte te creëren. Ik (Steven) ga de tv opruimen en klaar maken voor vervoer, verzamel alle materialen zodat het klaar staat om met zijn allen de materialen in te gaan laden. Wanneer Michelle en Nelson gereed zijn met het afbouwen van de DJ Booth ga ik (Steven) beginnen met het demonteren van de stage verlichting en het afbreken van het truss werk en klaarleggen voor het laden.

Programma:

21:00 Eind Event

21:45 inladen

22:00 Borrel

23:00 vertrek transport

Contactpersoon:

Steven Sterk en Nelson Petter zijn de contactpersonen van het afbouwen. Kunnen de vragen niet beantwoord worden is de volgende contactpersoon Laura Aalbers en Youri van der Vegt

Taakverdeling

Ilse Haanstra

Coördinator, loopt rond en beantwoordt vragen en zorgt dat de activiteiten goed draaien. De coördinator zorgt voor orde bij de opbouw en afbouw en helpt mee.

Mariska van der Wijk

Vliegende keep; verantwoording apparatuur, vervanging waar nodig is en maakt aftermovie van event. Mariska van der Wijk zorgt ook voor het sjouwen van de apparatuur met het in en uitladen en opbouwen van het evenement en afbouwen van het evenement.

Steven Sterk

Fotograaf bij de Photo Booth, hij zorgt ervoor dat iedereen op de foto gaat en dat het gelijk op Facebook komt. Steven Sterk is ook verantwoordelijk voor de opbouw en afbouw, hij stuurt iedereen aan en bouwt zelf het statief in elkaar en uit elkaar.

Michelle Mellema

Administratie, verantwoordelijk voor inschrijvingen, zorgt dat de bezoekers voldoende informatie krijgen. Michelle Mellema zorgt ook voor het sjouwen van de apparatuur met het in en uitladen en opbouwen van het evenement en het afbouwen van het evenement.

Nelson Petter

DJ, verantwoordelijk voor de workshop, zorgt dat de bezoekers een leuk moment of fame krijgen. Nelson Petter zijn taak is om de projectgroep aan te sturen tijdens het in elkaar zetten en afbouwen van de Dj Booth.

Afwikkelingsfase

Tijdens de afwikkelingsfase wordt er een evaluatiegesprek gehouden op maandag 28 januari 2019 op NHL Stenden te Leeuwarden door het eventteam: Ilse Haanstra, Mariska van der Wijk, Michelle Mellema en Steven Sterk. Tijdens de meeting wordt besproken of de doelstelling behaald is. Ook wordt er tijdens de meeting besproken hoe de dj-workshop en de Foto Booth zijn verlopen. Daarna wordt er gekeken waar we tegenaan zijn gelopen, wat anders had gekund, maar ook wat goed ging. Hierbij wordt ook gekeken naar de voorbereiding, opbouw en afbouw van het evenement. Hoe zijn de rollen verdeeld en heeft deze aanpak goed uitgepakt, wat zou beter moeten de volgende keer en wat ging er goed aan de aansturing.

Na het evenement worden alle stakeholders gemaïld met een bedankje waarin wordt bedankt voor de samenwerking.

Bijlagen

Bijlage 1: Opbouw draaiboek

Tijd	Wat	Houd in	Locatie	Wie
8:00	Boodschappen klaarmaken		De stekel 21, 8332 JP Steenwijk	Michelle Mellema
10:00	Briefing Projectteam		NHL Stenden, Rengerslaan 8, 8917 DD, Leeuwarden	Michelle Mellema
				Mariska van der Wijk
				Ilse Haanstra
				Steven Sterk
10:30	DJ Booth klaarzetten	Stroom	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Steven Sterk
		Tafels		Mariska van der Wijk
		Truss werk		Michelle Mellema
		Stage verlichting		Ilse Haanstra
11:30	Lunchpauze		Lokaal 2.38 NHL Stenden	Steven Sterk
				Mariska van der Wijk
				Ilse Haanstra
				Michelle Mellema
12:00	Start opbouw Photo Booth en Wall Art	Apparatuur klaarzetten	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
		Decor klaarzetten		Mariska van der Wijk
12:00	Vertrek transport naar Steenwijk		Rengerslaan 8, 8917 DD, Leeuwarden -> Oostermeentherand 2D, 8332 JZ Steenwijk	Steven Sterk
				Michelle Mellema
13:00	Inladen Sportinn Steenwijk		Oostermeentherand 2D, 8332 JZ Steenwijk	Steven Sterk
				Michelle Mellema
				Nelson Petter
13:30	Vertrek transport naar Leeuwarden		Oostermeentherand 2D, 8332 JZ Steenwijk -> Rengerslaan 8, 8917 DD, Leeuwarden	Steven Sterk
				Michelle Mellema
				Nelson Petter
14:15/14:30	Aankomst transport		NHL Stenden, Rengerslaan 8, 8917 DD, Leeuwarden	Steven Sterk
				Michelle Mellema
				Nelson Petter
14:15/14:30	Laden en lossen		NHL Stenden, Rengerslaan 8, 8917 DD, Leeuwarden	Ilse Haanstra
				Mariska van der Wijk
				Michelle Mellema

				Steven Sterk
				Nelson Petter
15:00	Start opbouw DJ Booth		Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
				Mariska van der Wijk
				Michelle Mellema
				Steven Sterk
				Nelson Petter
16:30	Pauze		Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
				Mariska van der Wijk
				Michelle Mellema
				Steven Sterk
				Nelson Petter
17:00	Gezamenlijke opening Leisure Island Event		Auditorium NHL Stenden	Ilse Haanstra
				Mariska van der Wijk
				Michelle Mellema
				Steven Sterk
				Nelson Petter
17:15	Verder met opbouw		Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
				Mariska van der Wijk
				Steven Sterk
				Michelle Mellema
				Nelson Petter
18:00	Deadline alles staat klaar		Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
				Mariska van der Wijk
				Michelle Mellema
				Steven Sterk
				Nelson Petter

Bijlage 2: Uitvoering draaiboek

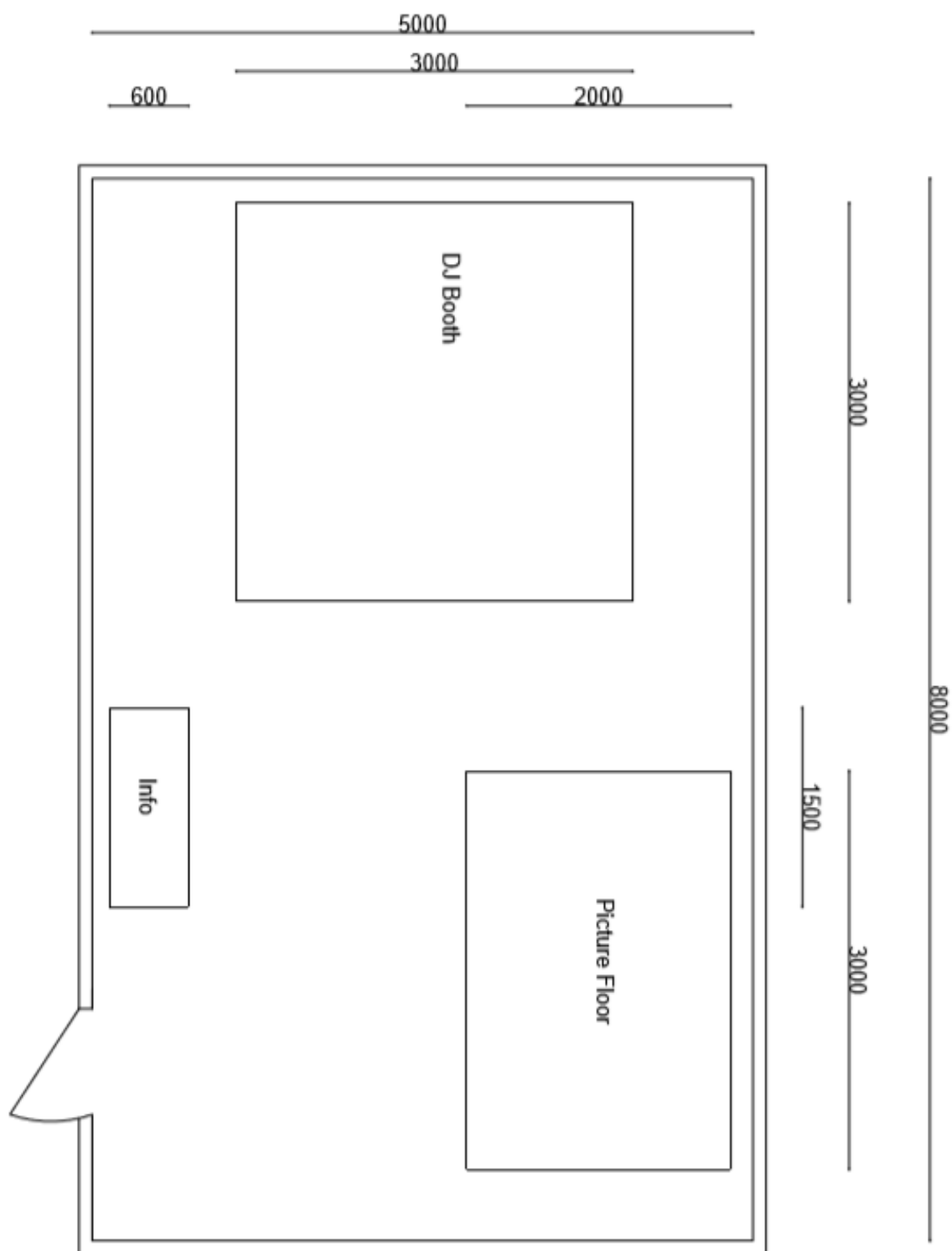
18:30	Start Leisure Island Event	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
			Mariska van der Wijk
			Michelle Mellema
			Steven Sterk
			Nelson Petter
18:30	Start Photo Booth	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Steven Sterk
18:30	Start film	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Mariska van der Wijk
18:30	Administratie tafel/ DJ Booth begeleiden	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Michelle Mellema
18:30	Gasten ontvangen/coördineren	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
18:44	Coördinator geeft aan over 1 minuut start Workshop 1	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
18:45	Start DJ Workshop 1	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
18:55	Eind DJ Workshop 1	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
18:55	Inloop/uitloop/ Workshop 1 vragen rondje aan de DJ	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
18:55	Lokaal wordt afgesloten voor bezoekers	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Michelle Mellema
			Steven Sterk
			Ilse Haanstra
			Mariska van der Wijk
19:00	Beoordeling coaches	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Michelle Mellema
			Steven Sterk
			Ilse Haanstra
			Mariska van der Wijk
19:30	Lokaal gaat weer open voor bezoekers	Lokaal 2.38 NHL Stenden	
19:30	Verder met Photo Booth	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Steven Sterk
19:30	Verder met film	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Mariska van der Wijk
19:30	Verder met administratie tafel/DJ Booth begeleiden	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Michelle Mellema
19:30	Verder met gasten ontvangen/coördineren	Lokaal 2.38	Ilse Haanstra
19:30	Start DJ Workshop 2	Lokaal 2.38	Nelson Petter

		NHL Stenden	
19:40	Eind DJ Workshop 2	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
19:40	Inloop/uitloop/ vragen rondje aan de DJ	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
19:44	Coördinator geeft aan over 1 minuut start Workshop 3	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
19:45	Start DJ Workshop 3	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
19:55	Eind DJ Workshop 3	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
19:55	Inloop/uitloop/ vragen rondje aan de DJ	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
19:59	Coördinator geeft aan over 1 minuut start Workshop 4	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
20:00	Start DJ Workshop 4	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
20:10	Eind DJ Workshop 4	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
20:10	Inloop/uitloop/ vragen rondje aan de DJ	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
20:14	Coördinator geeft aan over 1 minuut start Workshop 5	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
20:15	Start DJ Workshop 5	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
20:25	Eind DJ Workshop 5	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
20:25	Inloop/uitloop/vragen rondje aan de DJ	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
20:29	Coördinator geeft aan over 1 minuut start Workshop 6	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
20:30	Start DJ Workshop 6	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
20:40	Eind DJ Workshop 6	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
20:40	Inloop/uitloop/ vragen rondje aan de DJ	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
20:44	Coördinator geeft aan over 1 minuut start Workshop 7	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra
20:45	Start DJ Workshop 7	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
20:55	Eind DJ Workshop 7	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
20:55	Inloop/uitloop/ vragen rondje aan de DJ	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Nelson Petter
21:00	Eind event	Lokaal 2.38 NHL Stenden	

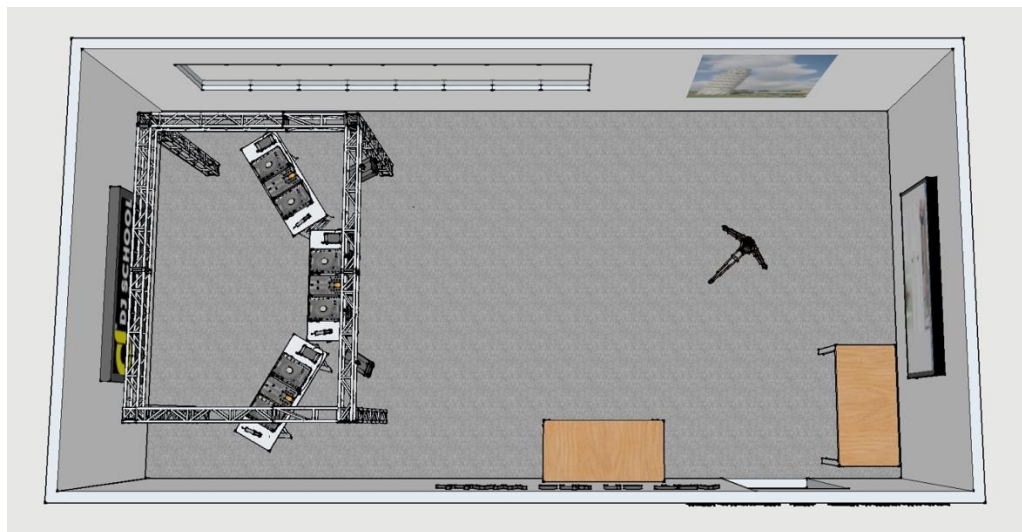
Bijlage 3: Afbouw draaiboek

21:00	Eind event	Lokaal 2.38 NHL Stenden	
21:00	Briefing afbouw	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra Mariska van der Wijk Michelle Mellema Steven Sterk Nelson Petter
21:05	Afbouw en inpakken DJ Booth	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Michelle Mellema Nelson Petter
21:05	Stroom afbouw	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Steven Sterk
21:05	Afbouw Photo Booth en Wall Art	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Mariska van der Wijk Ilse Haanstra
21:20	Foto apparatuur inpakken	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Mariska van der Wijk Ilse Haanstra
21:30	Afbouw décor DJ Booth	Lokaal 2.38 NHL Stenden	Ilse Haanstra Mariska van der Wijk Michelle Mellema Steven Sterk Nelson Petter
21:45	Inladen transport	NHL Stenden, Rengerslaan 8, 8917 DD, Leeuwarden	Ilse Haanstra Mariska van der Wijk Michelle Mellema Nelson Petter Steven Sterk
22:00	Borrel (event teams)	Futurelab NHL Stenden Leeuwarden	Ilse Haanstra Mariska van der Wijk Michelle Mellema Steven Sterk Nelson Petter
23:00	Vertek transport naar Sportinn Steenwijk	Rengerslaan 8, 8917 DD, Leeuwarden -> Oostermeentherand 2D, 8332 JZ Steenwijk	Steven Sterk Michelle Mellema Nelson Petter
23:45	Uitladen	Sportinn Oostermeentherand 2D, 8332 JZ Steenwijk	Steven Sterk Michelle Mellema Nelson Petter

Bijlage 4: Plattegrond



Bijlage 5: 3D plattegrond



Bijlage 6: Project contract

Contract: Project Leisure Island Events

Periode project: 19 november 2018 t/m 8 februari 2018

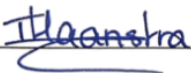
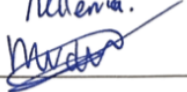
Student:	Studentnummer:	Nummer:
Ilse Haanstra	4579135	06-28661001
Michelle Mellema	4514114	06-52433078
Mariska van der Wijk	4553055	06-54953060
Pien Karsten	4524926	06-31799669
Steven Sterk	4579135	06-43053700

Contract

- Projectleider = Ilse Haanstra
- To do / taakverdeling/ notuleren etc. = Michelle Mellema
- Rekening houden met reistijden voor meetings/ werksessies
- Maken wat afgesproken is, bij hulp op tijd communiceren.
- Laptop effectief gebruiken -> geen facebook; wel deskresearch
- Werk inleveren op GoogleDrive
- Halve week voor de deadline van school alles af en inleveren op GoogleDrive
- Lay-out verslagen worden daarom gedaan door Steven Sterk
- Taal controle door Ilse Haanstra
- Voel je vrij om inbreng te leveren; alles is goed -> brainstormsessie
- Altijd je steentje bijdragen, ondanks afwezigheid op school (dus thuis bezig)
- Na 22:00 uur alleen noodgevallen
- Bij 3x on gemelde afwezigheid van DBE/ Meetings/ Workshop is EXIT

Goede planning

- Eigen deadlines eerder plannen; opdrachten ruim op tijd af
- Taken goed en eerlijk verdelen
- Op tijd taakverdeling & to do lijstjes ontvangen/ bespreken (week van tevoren)

Handtekening	Datum van ondertekenen
Ilse Haanstra 	04 december 2018
Michelle Mellema 	
Mariska van der Wijk 	
Pien Karsten 	
Steven Sterk 	

Bijlage 7: Evaluatieformulier Nederlands

Leisure & Event Management
Leisure Island Event



Evaluatieformulier **WAT VOND U VAN DIT MINI-EVENEMENT?**

Doelstelling evenement:

- Het informeren van bezoekers over de kunst en cultuursector
- Het creëren van herinneringen

Naam / titel / omschrijving mini-evenement:	Culture Sounds & Beats
Name of visitor:	
Relatie (ouder, familie, vriend) met student (naam):	NAAM STUDENT: WEL / GEEN RELATIE

Kwaliteitsnormen evenement	onvoldoende	matig	voldoende	goed	zeer goed
Het ontwerp (design) van dit evenement vond ik:					
Verrassend					
Prikkelend voor de zintuigen					
Indrukwekkend					
Sluit aan bij organisatie van het evenement:					
Dit mini-evenement ziet er professioneel georganiseerd uit (gestructureerd, ordelijk, duidelijke taakverdeling)					
Ik krijg de indruk dat binnen het team van dit mini-evenement de samenwerking goed was					
Ga verder op de achterkant					

p. 1

Leisure & Event Management
Leisure Island Event



Kwaliteitsnormen evenement	onvoldoende	matig	voldoende	goed	zeer goed
Sluit aan bij doelstelling van het evenement:					
Dit mini-evenement heeft mij iets geleerd over de Leisure & Events industrie					
Door dit mini-evenement ben ik anders gaan kijken naar de opleiding Leisure & Events en heb ik meer inzicht gekregen in het belang van deze industrie.					

Geef een tip en een top (Denk aan organisatie, indeling locatie, activiteiten)	
Tip: Wat kan er beter?	
Top: Wat ging er goed?	

Wat vindt u van de activiteiten? Geef een cijfer tussen de 1 en de 10.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Activiteit 1: DJ workshop										
Activiteit 2: Photo Booth										
Activiteit 3: Art on the Wall										

p. 2

Evaluatieformulier Engels

Leisure & Event Management
Leisure Island Event



Evaluation form WHAT DID YOU THINK OF THIS MINI-EVENT?

Goal event:

- Informing visitors about arts and culture
- Creating memories

Name / title / description of the mini-event:	Culture Sounds & Beat				
Name of visitor:					
Relation (parent, family, friend) with student (name):	NAME ORGANISING STUDENT: /NO RELATION				

Quality standards event	Below insufficient	Insufficient	Sufficient	Good	Very good
The design of this mini-event was:					
Surprising					
Stimulating the senses					
Impressive					
Fit with the organisation of the event:					
This mini-event looks professionally organised (structured, orderly, clear task division)					
I get the impression that the cooperation within this organising team was good					
See other side					

p. 1

Leisure & Event Management
Leisure Island Event



Quality standards event	Below insufficient	Insufficient	Sufficient	Good	Very good
Fit with the objectives of the event:					
This mini-event has taught me about the Leisure & Events industry					
This mini-event made me look differently at the education of Leisure & Events and gave me insight on the significance of this industry					

Give a tip and a top (Think about the organisation, location, activities)	
Tip: What can be improved?	
Top: What went well?	

What do you think of the activities? Rate each one from 1 to 10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Activity 1: DJ workshop										
Activity 2: Photo Booth										
Activity 3: Art on the Wall										

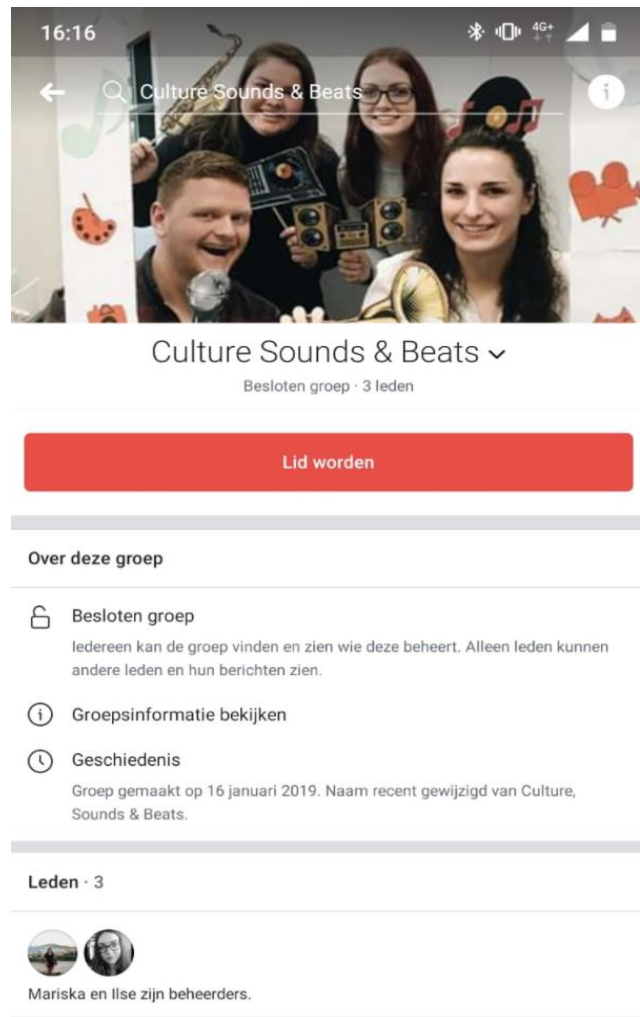
p. 2

Bijlage 8: Informatiekaartjes



Bijlage 9: Facebook

Voor het evenement is een speciale besloten Facebook groep aangemaakt. In deze groep worden de foto's geplaatst die in de Photo Booth worden gemaakt. Bij binnenkomst van het lokaal vullen bezoekers een toestemmingsformulier in, dit moet vanwege de privacywetgeving. Op het formulier laten mensen hun naam achter, zo houdt het eventteam (de beheerders van de groep) bij welke mensen in de Facebook groep mogen. Indien mensen niet willen dat hun foto op Facebook wordt geplaatst is er de mogelijkheid om een e-mailadres achter te laten. De foto wordt dan naar het e-mailadres gestuurd in plaats van op Facebook gezet.



Bijlage 10: Toestemmingsformulier

Nederlands

Leisure Island event Culture Sounds & Beats



Toestemmingsformulier plaatsen foto's op Facebook

Geachte bezoeker,

Om mooie en waardevolle momenten vast te kunnen leggen maken wij foto's op ons evenement "Culture Sounds & Beats". Deze foto's worden geplaatst op de besloten Facebook groep @CultureSounds&Beats.

Uiteraard doen wij dit niet zonder uw goedkeuring. Door middel van dit formulier vragen wij om uw toestemming voor het plaatsen van uw foto op de besloten Facebook groep. Door dit formulier te tekenen wordt u naam genoteerd en automatisch goedgekeurd in de besloten Facebook groep.

Gaat u niet akkoord met de upload op Facebook maar wilt u wel de foto? Laat dan uw mailadres achter bij de fotograaf.

- ☐ **Ja**, ik geef toestemming om de foto te plaatsen in de besloten Facebook groep.
- ☐ **Nee**, ik geef geen toestemming om de foto te plaatsen in de besloten Facebook-groep.

Datum en plaats:

Handtekening:

Toestemmingsformulier Engels

Leisure Island event Culture Sounds & Beats



Permission form photos private Facebook group

Dear visitor,

To capture beautiful and valuable moments, we take pictures at our event "Culture Sounds & Beats". These photos are placed on the private Facebook group @CultureSounds&Beats.

Of course, we do not do this without your approval. By means of this form we ask for your permission to place your photo on the private Facebook group. By signing this form your name will be noted and automatically approved in the private Facebook group.

If you do not agree with the upload on Facebook but do want the photo? Leave your email address with the photographer.

- ☐ **Yes**, I give permission to place the photo on the private Facebook group.
- ☐ **No**, I do not give permission to post the photo in the private Facebook group.

Date and place:

Signature:

Bijlage 11: Aanmeldformulier geen toestemming Facebook

Leisure Island event Culture Sounds & Beats



Aanmeldformulier GEEN toestemming Facebook

Naam	E-mailadres	Nummer	Opmerking

Formulier toestemming gebruik foto's

24 januari 2019

[illegible]

Bijlage 12: DJ Workshop

Leisure Island event Culture Sounds & Beats



Aanmeldformulier DJ Workshop

Workshop 1 | Tijd: 18:45 – 18:55

	Naam	E-mailadres
1.		
2.		
3.		

Workshop 2 | Tijd: 19:30 – 19:40

	Naam	E-mailadres
1.		
2.		
3.		

Workshop 3 | Tijd: 19:45 – 19:55

	Naam	E-mailadres
1.		
2.		
3.		

Workshop 4 | Tijd: 20:00 – 20:10

	Naam	E-mailadres
1.		
2.		
3.		

24 januari 2019

Leisure Island event Culture Sounds & Beats



Workshop 5 | Tijd: 20:15 – 20:25

	Naam	E-mailadres
1.		
2.		
3.		

Workshop 6 | Tijd: 20:30 – 20:40

	Naam	E-mailadres
1.		
2.		
3.		

Workshop 7 | Tijd: 20:45 – 20:55

	Naam	E-mailadres
1.		
2.		
3.		

24 januari 2019

Culture Sounds & Beats

Information

Dj Workshop

Workshop 1 | 18:45

Workshop 2 | 19:30

Workshop 3 | 19:45

Workshop 4 | 20:00

Workshop 5 | 20:15

Workshop 6 | 20:30

Workshop 7 | 20:45

* Aanmelden verplicht VOL=VOL *

* Registration required FULL = FULL *

Photo booth

Start | 18:30

End | 21:00

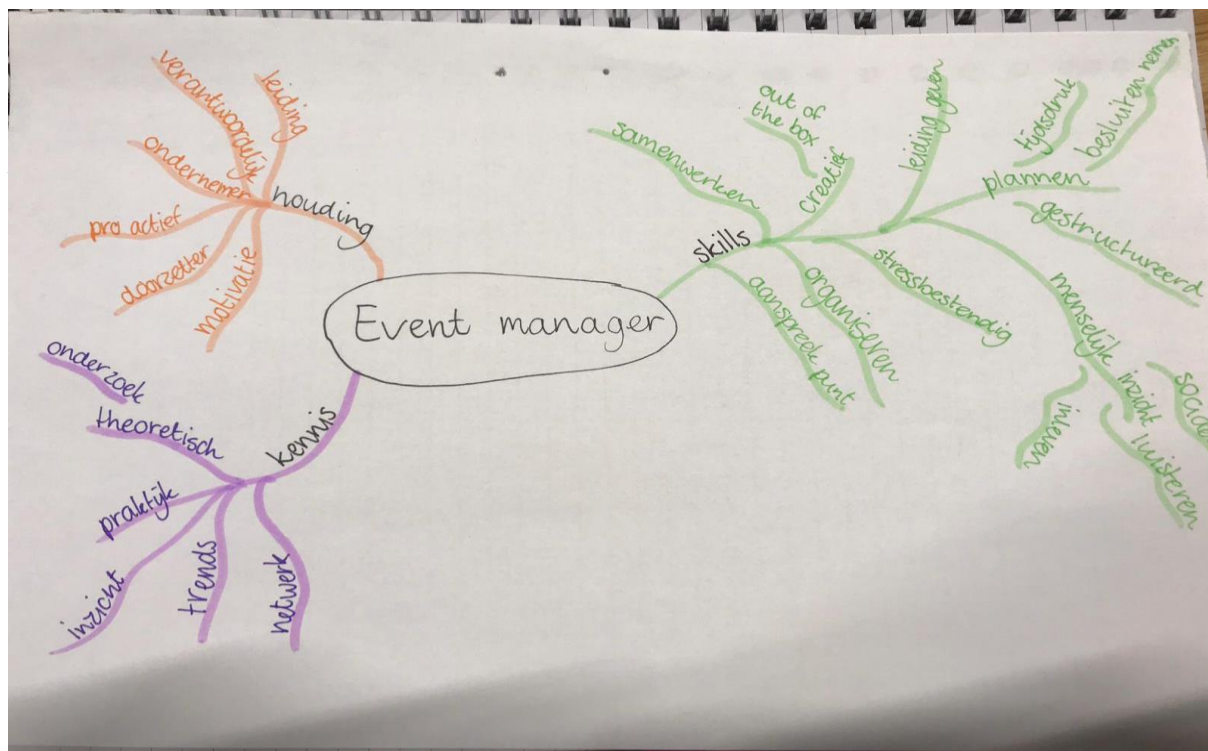
Art on the Wall

Start | 18:30

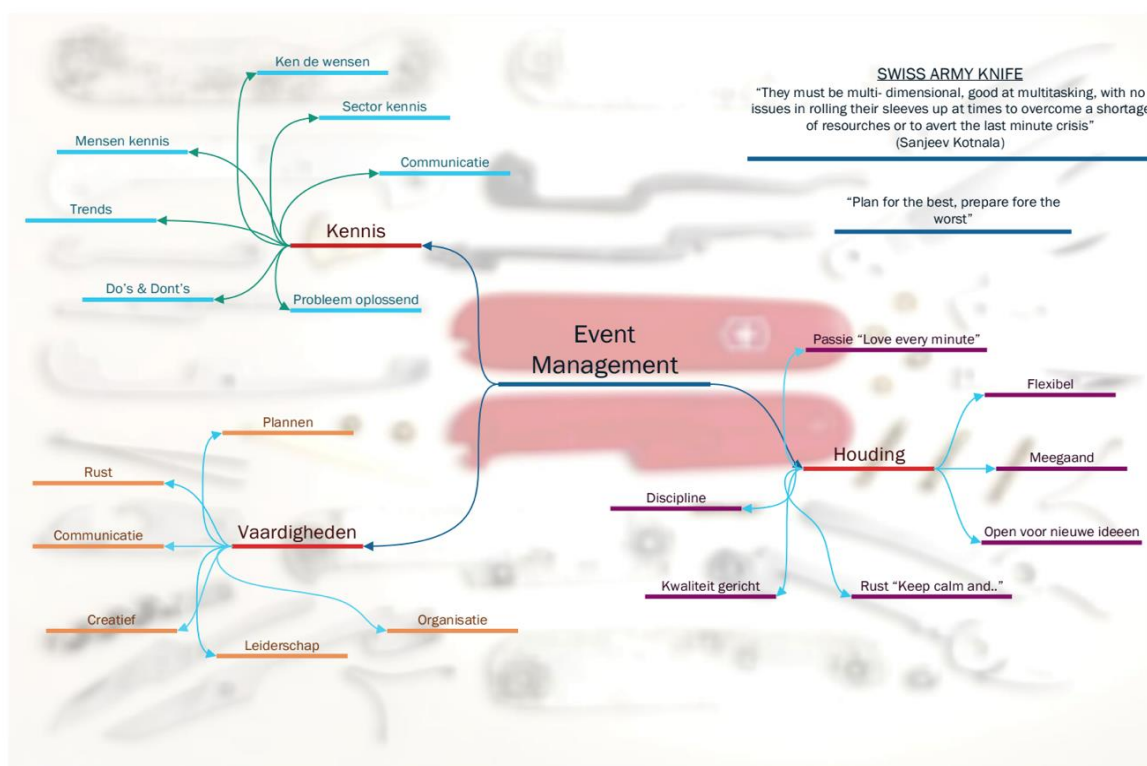
End | 21:00

Mindmap 'kwaliteiten eventmanager'

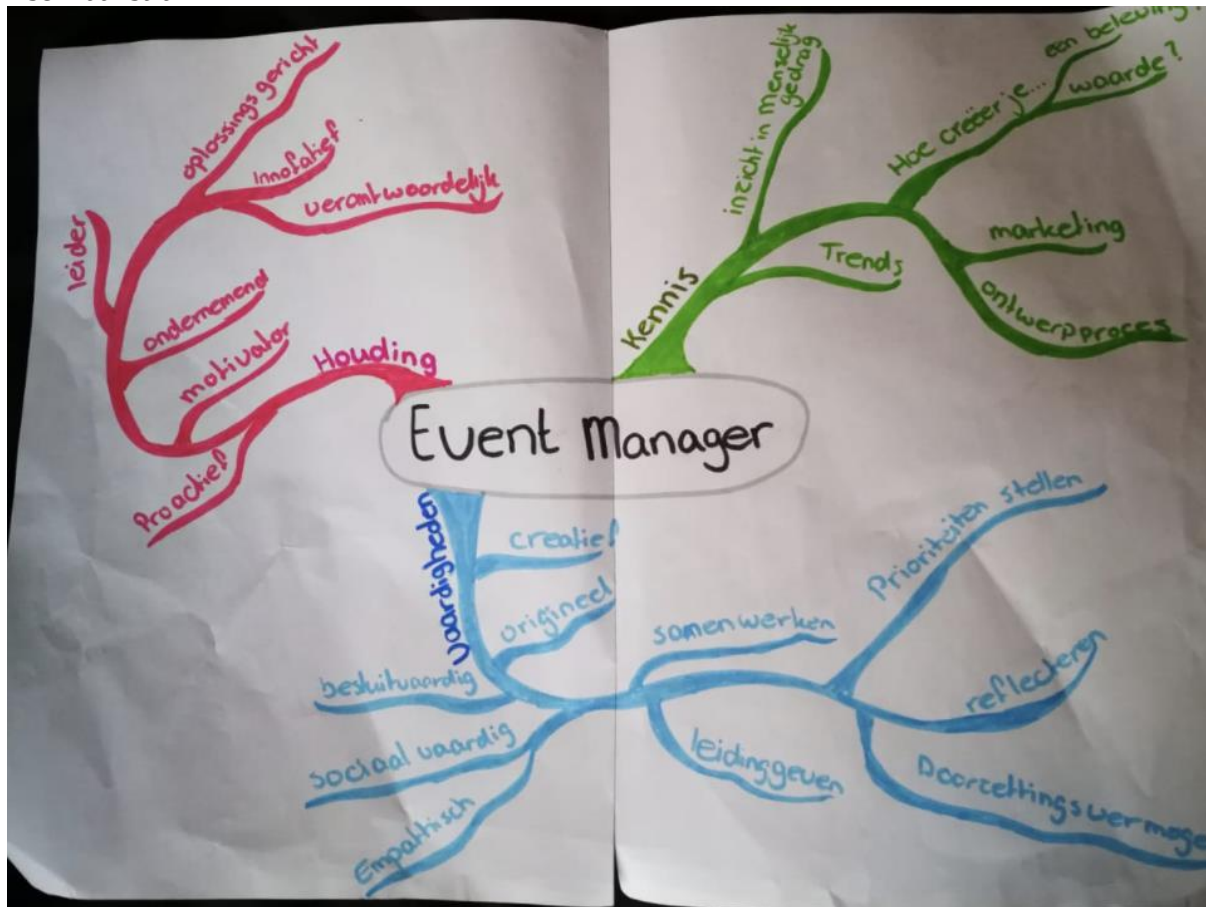
Mariska van der Wijk



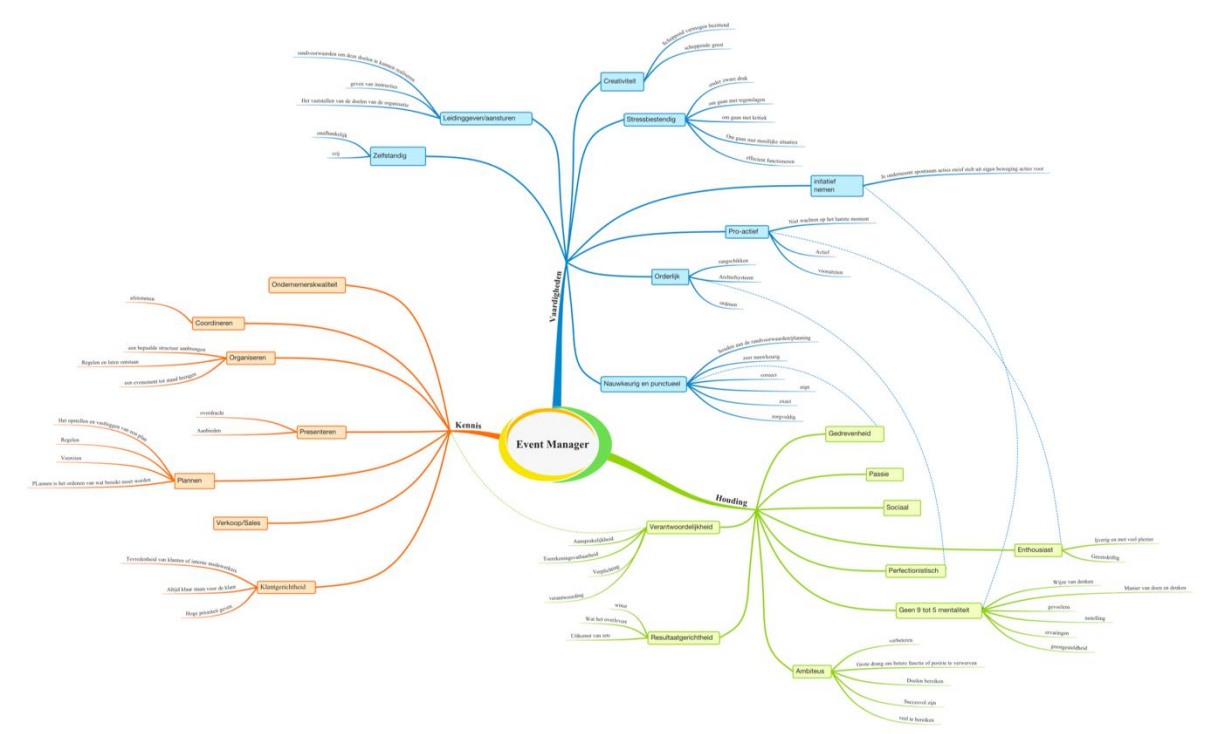
Steven Sterk



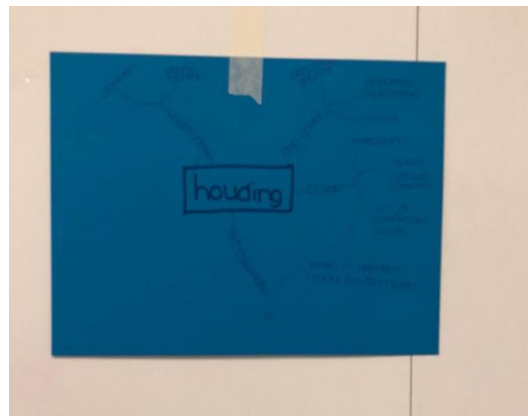
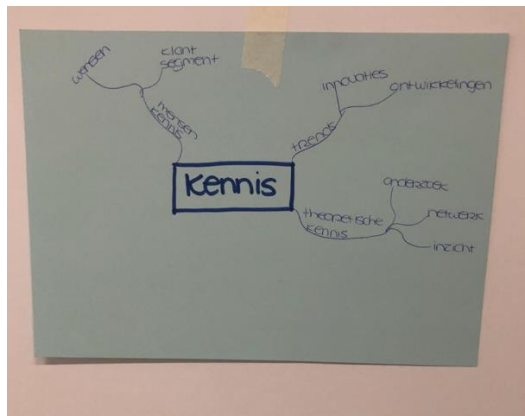
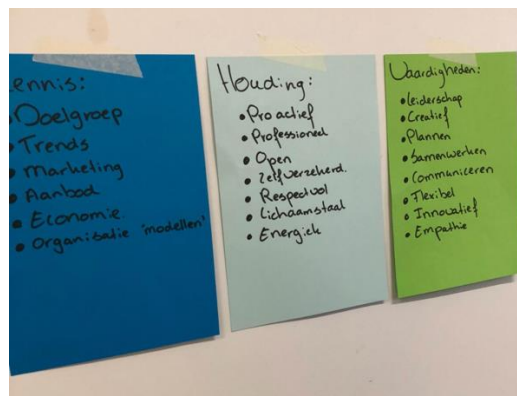
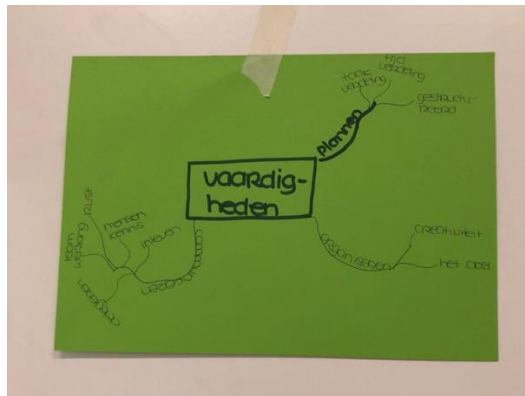
Ilse Haanstra



Michelle Mellema



Klassen Mindmap



Event Design Inspiratie

EXPERIENCE

Belevenis:

Beleven is wat men ziet en wat het met je doet, evenementen doen dit door middel van een persoon op een persoonlijke manier te betrekken. De klant is dan fysiek, mentaal, emotioneel, spiritueel en sociaal betrokken. Het zijn meerdere belevenissen binnen een bepaalde tijd en ruimte. Beleven is ondervinden, meemaken en meedoen. Beleven is dus meedoen, tijd en ruimtelijk gebonden. Het gebeurt in een ruimte en er zit een begin en eindtijd aan. Het resultaat is dat de klant kennis, vaardigheden, emotie en herinneringen er aan overhoudt. En voldoet het aan een psychologische of interne behoefte.

Ervaring:

Na het evenement wordt de belevenis een ervaring. Deze ervaringen kunnen als versterker werken voor de volgende belevenis en ervaring die we willen maken binnen hetzelfde soort event. Ervaringen leiden kunnen weer tot impact.

Waarom is het belangrijk:

Het zorgt voor impact, gedragsverandering, ROI en merk herinnering gebonden. Dus mensen creëren een ervaring en dat zorgt er voor dat ze iets met de informatie gaan doen die bijvoorbeeld gegeven is.

Hoe creëer je een herinnering:

Selecteren: Mensen kiezen jouw event door middel van behoefte, lust, smaak, aanbeveling, ervaring en belevingen. Herman en zijn vrouw hebben zin in ontspanning en nieuwe energie

Ontvangen:

Mensen ontvangen onbewust, prikkels, ruiken, voelen, zien, proeven en horen. Herman leest de brochure van tropenreizen en de beschrijving van een all inclusief reis naar Griekenland.

Verwerk:

Nadat de prikkels zijn dan wordt het verwerkt en wordt er een betekenis aan gegeven en emoties aan verbonden. Herman vindt het interessant en heeft er zin in en vooral in de verrassingsavond tijdens die avond heeft hij gedanst en lekker gedronken en gegeten.

Herinneringen:

Het is een mentale activiteit waarbij mensen gebruik maken van marketing. Elke keer als iemand Heineken drinkt die die ook bij dat ene event heeft gehad denkt die weer aan dat event en moment. Iedere keer als herman onze drinkt, souvlaki eet of griekse muziek hoort denkt hij weer aan die vakantie met die bijzondere dansavond.

Een ervaring is persoonsgebonden en kan ook worden ingezet als middel om een samenwerking in een team te bevorderen, de stad op de kaart zetten en klantenbinding

Passive participation= Passief (bijvoorbeeld zittend) info in je opnemen

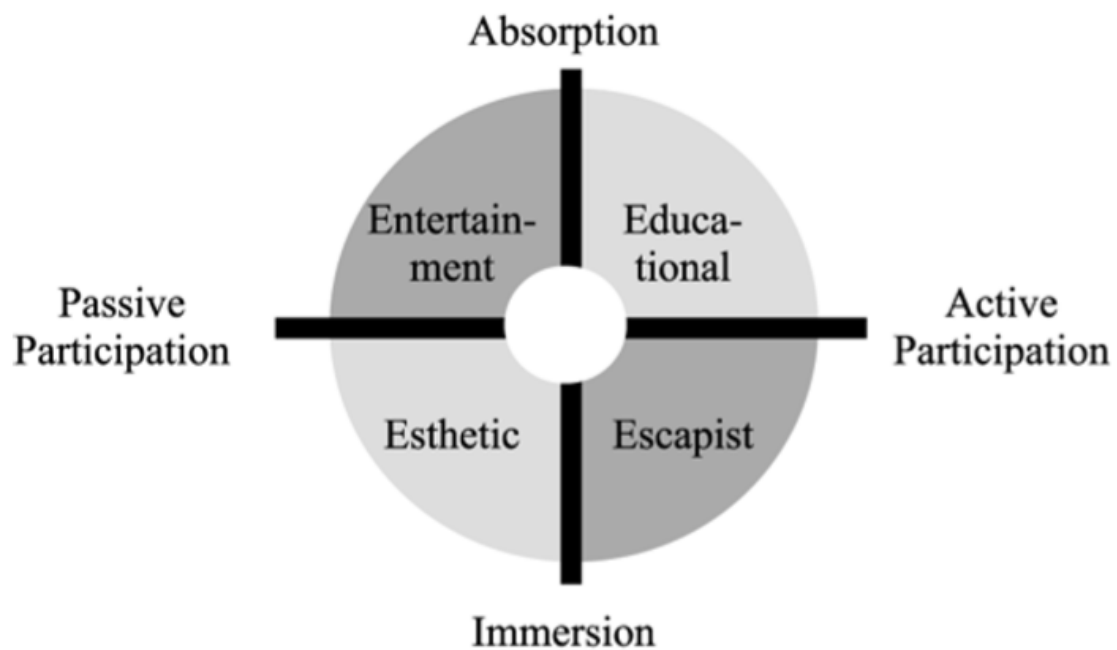
Active participatie= Actief bezig zijn en toch iets leren (beleving met zijn allen bijvoorbeeld een schildering maken)

Absorption= Opnemen

Immersion= Onderdompelen

Esthetic experience: in andere omgeving maar geen invloed op wat daar gebeurt.(natuur)

Escapist experience: onderdompelen in een andere omgeving. (sprookjes)



Source: Pine and Gilmore (1999, p. 30)

PLAY

Alle cultuurfenomenen (zoals evenementen) hebben play als een van de basiskenmerken. De mens houdt van spelen, ze spelen dan ook graag en vaak, omdat het als prettig of zinvol wordt ervaren. Er zijn in totaal 6 kenmerken, bij elk kenmerk staat een voorbeeld van hoe dit terug komt in een event.

6 universele kenmerken van spel:

- Afgezonderde tijd en ruimte
 - U wordt verwacht om 18:00 bij de ingang aan de Rengerslaan 8, dan om 22:00 sluiten we af met een borrel
- Creëert een 2^e werkelijkheid
 - 2 soorten 2^e werkelijkheden
 - As-if-spel : inleven in een rol zoals cowboys spelen, acteren
 - For-Real-spel: een voetbal wedstrijd, heeft niks met echt leven te maken kennen geen verwijzing naar reële situaties.
 - Je gaat helemaal op in het spel, maar blijft wel bewust van de echte wereld. Denk aan dat je bezig bent en je moeder roept het eten is klaar, dan ga je in een keer weer naar de 1^e werkelijkheid
- Vrijwillig
 - Gaat u ook heen? Je hebt zelf de keuze of je wel of niet gaat.
- Niet productief
 - Er worden geen materiële rijkdommen of goederen geproduceerd. Het is er echt voor het plezier het is voor de leuk.
- Onzekere afloop
 - U weet niet hoe het afloopt, deelnemers creëren het spel
- Spelregels
 - U zult uw telefoon uit moeten schakelen, en wees er om 18:00 bent u te laat word u niet meer binnen gelaten.

Beleven is niet passief, maar actief. De spelers maken het spel

Het spel is 1 van de 5 wielen, bestaande uit Kans, verbeelding, vervoering en competitie.

De 2 sturingsvormen van spel

- 1 Paidia (kindspel) het spontaan handelen zoals dus grappen maken, gek doen en vroeger als kind wie het eerst bij de boom is.
- 2 Ludus (balspel) waarbij regels de sturing zijn in een spel maar dat er ook voldoende ruimte is voor eigen inbreng zoals bij voetbal.

Vier grondvormen van spel

- Competitie: Het doel van competitie is kijken wie op dat moment het meest bekwaam is in het spel. Het is de moeite alleen waar als de spelers aan elkaar gewaagd zijn. Tuurlijk is winnen leuk, maar als je dit al zeker weet van tevoren raak je snel verveeld. Omdat voor competitie gelijkwaardige strijd belangrijk is heb je verschillende klassen zoals bij voetbal, boxen.
- Kans: Je hebt geen specifieke vaardigheden nodig zoals bij kop of munt, je krijg of kop of munt daar hoe je niet kracht voor de gebruiken. Het lot bepaalt wie wint. Bij een yathzee kan een meisje van 12 winnen van haar opa van 80. Wedjes leggen of loterij.

- Verbeelding: voorbeelden hiervan zijn het spelen van oorlogje met speelgoedgeweren, kinderen zijn heel goed in het nabootsen en inleven. Volwassen zijn deze gaandeweg vaak verloren. De volwassen kijken vaak naar film of lezen een boek en leven zichzelf dan zo in in de persoon.
- Vervoering: dit geeft je het gevoel dat je zweeft. Een voorbeeld is een achtbaan. Waarbij je na een aantal keer over de kop gaan weer terecht komt op de aarde. Ook schommelen, bungeejumpen en skiën zijn voorbeelden hiervan je voelt alsof je zweeft over de sneeuw.
- Net zoals Competitie en kans creëren ook verbeelding en vervoering een andere wereld dan die van het dagelijkse.

Een evenement bestaat meestal uit meerdere spellen die zelf ook weer bestaan uit verschillende soorten spelvormen. Zoals dus in een pretpark er zijn verschillende attracties met verschillende spelvormen en verschillende belevingen.

Voorbeelden van spel vorm in een event

Voice of holland

- Gebruik van spel doormiddel van competitie
- Inleven in de zanger die je na doet met het liedje
- Samen met Jury een mooi stuk neer zetten
- Kans om te winnen is klein maar mogelijk

Tomorrowland

- Ook hier is competitie alleen het valt minder op (wie geeft de beste act? Waar gaan de fans het meeste op los)
- Als je echt een muzikfan bent kan je door deze muziek te horen het gevoel krijgen alsof je zweeft.

Landal

- Bollo de beer, kinderen denken echt dat dit Bollo de beer is en niet he dat is die mevrouw die spelletjes met ons deed vanmiddag?!

STORYTELLING

Wat is storytelling:

Quote: 'Er hebben grote samenlevingen bestaan die het wiel niet gebruikten, maar er is nog nooit een samenleving geweest die geen verhalen vertelde.' - Ursula K. LeGuin

Storytelling is een communicatiemiddel dat mensen bij de gesprekken trekt en ervoor zorgt het drempels wegneemt. Storytelling wil ervoor zorgen dat de organisatie in bijvoorbeeld een bedrijf beter verloopt.

Storytelling is gericht op dialoog en interactiviteit en daardoor zeer effectief in community building. Door middel van storytelling blijft een verhaal beter hangen.

Storytelling zorgt voor:

- Orde: Een goed verhaal schept orde, rust en overzicht
- Verbinding: Een verhaal verbindt mensen met elkaar. Als je samen een verhaal deelt, schept dat een band.
- Betekenis: Verhalen geven betekenis aan gebeurtenissen
- Beleving: Mensen worden aangesproken en geraakt, het verhaal roept emoties op.
- Sturing: Verhalen bieden mensen houvast en geven richting in onzekere tijden.

Het storytellingplan:

Een storytellingplan laat zien hoe een visueel verhaal tot stand komt en hoe de diverse stappen van dat proces met elkaar in verband staan. Dat proces heet CAST.

Het Storytellingplan met CAST

C	Content-Inhoud	Waarom	Wat	Hoe	Wat als
A	Audience-Publiek	Wie			
		Leer- en beslisstijlen			
S	Story-Verhaal	Structuur	Personages	Gevoel voor urgentie	Presentatie-plan
T	Tell-Vertellen	Ontwerpen			
		Testen			
Auteur:		Doel:	Datum:	Martin Sykes, Nick Malik, Mark West 2011	

Cast staat voor:

Content (inhoud)--> het publiek moet relevante informatie krijgen waardoor ze begrijpen waarom ze in actie moeten komen.

Audience (publiek)--> als event designer is het belangrijk om de mensen te begrijpen die naar je event komen.

Story (verhaal)--> geef niet alleen informatie, door middel van een verhaal te vertellen is het voor het publiek makkelijker om zich te identificeren met je doelen of om je ideeën te onthouden. Zorg voor een duidelijke structuur in je verhaal. Laat in je verhaal merken wat de urgentie achter je ideeën zijn.

Tell (vertellen)--> probeer je verhaal te vertellen in verschillende formats en kijk wat het beste werkt. Zorg voor een aantrekkelijk ontwerp die voor veel mensen te begrijpen en logisch is.

Powermappen:

Je kan een powermap maken om inzicht te krijgen in wie de macht heeft om een besluit te nemen, het besluit te beïnvloeden of het besluit tegen houden. Dit kan bijvoorbeeld in een bedrijf zijn waar je een voorstel doet voor een plan of project. Bronnen van macht kunnen geld zijn, iemand met een machtspositie, toegang tot een bepaalde zaak of expertise.

Tips storytelling:

- Maak je verhaal persoonlijk, dit interesseert mensen meer
- Bedenk van tevoren wat je wilt overbrengen aan het publiek
- Bereid je verhaal goed voor en vraag wat anderen ervan vinden
- Zorg voor een duidelijke structuur in je verhaal
- Gebruik pakkende voorbeelden
- Kijk naar de doelgroep van je publiek

CANVASMODEL

Je hebt vast weleens gehoord van het Business Model Canvas. Een handig canvas waarin je op 1 velletje papier de strategie voor je bedrijf overzichtelijk in kaart brengt. Het Event Model Canvas is vergelijkbaar. Dit canvas helpt je bij het strategisch ontwerpen van je evenement.

Hoe gaat dat in z'n werk?

Het canvas invullen

Je vult per stakeholder een canvas in. Met evenementen heb je vaak meerdere partijen waar je mee te maken hebt. Denk aan de bezoekers, sponsors, maar ook je baas of opdrachtgever.

Hoe zorg je dat je iedereen tevreden stelt en dat je met behulp van je evenement echt een bepaald resultaat bereikt?

Het canvas behandelt daarvoor drie fases: *Change*, *Frame* en *Design*.

1. Change

Bij de stap Change kijk je naar hoe een stakeholder het evenement in gaat en hoe hij/zij idealiter er weer uit loopt. Waarom hebben ze jouw evenement nodig en wat missen ze als ze er niet heen gaan? Wat weten ze na je evenement, wat hebben ze gedaan, geleerd, wie hebben ze ontmoet? Je kijkt onder andere naar hun pijn, doelen en verwachtingen.

2. Frame

Vervolgens kijk je naar de praktische kaders waarin je moet werken. Een hele belangrijke en logische kader zijn de kosten. Maar je kijkt ook wat het evenement moet opbrengen, zowel financieel als inhoudelijk. Daarnaast is het belangrijk om te kijken welk commitment je van iemand verwacht en welke taken mensen moeten vervullen.

3. Design

Pas als je bovenstaande in kaart heb gebracht, kijk je naar de invulling van je evenement. Je bepaalt uit welke onderdelen je evenement moet bestaan en in welke volgorde je dit inplant. Wat is de *experience journey* die mensen doormaken op jouw evenement? Een mooie quote (van Maya Angelou) die hierbij aansluit, luidt dan ook: "I've learned that people will forget what you said and what you did, but people will never forget how you made them feel".

Handig naslagwerk

Het EventDesign Handbook is een ideaal naslagwerk om te gebruiken ter voorbereiding van een brainstorm-meeting met je team en om elk onderdeel van het Event Model Canvas in te vullen. Zo staat er meer toelichting bij over elke stap die je moet invullen. Ook geven ze in het boek uitleg over het belang van Event Design en het canvas, het doel van alle elementen en ze laten een paar cases zien. En vooral belangrijk: hoe je na je ingevulde canvas beslissingen maakt over de invulling van je evenement.

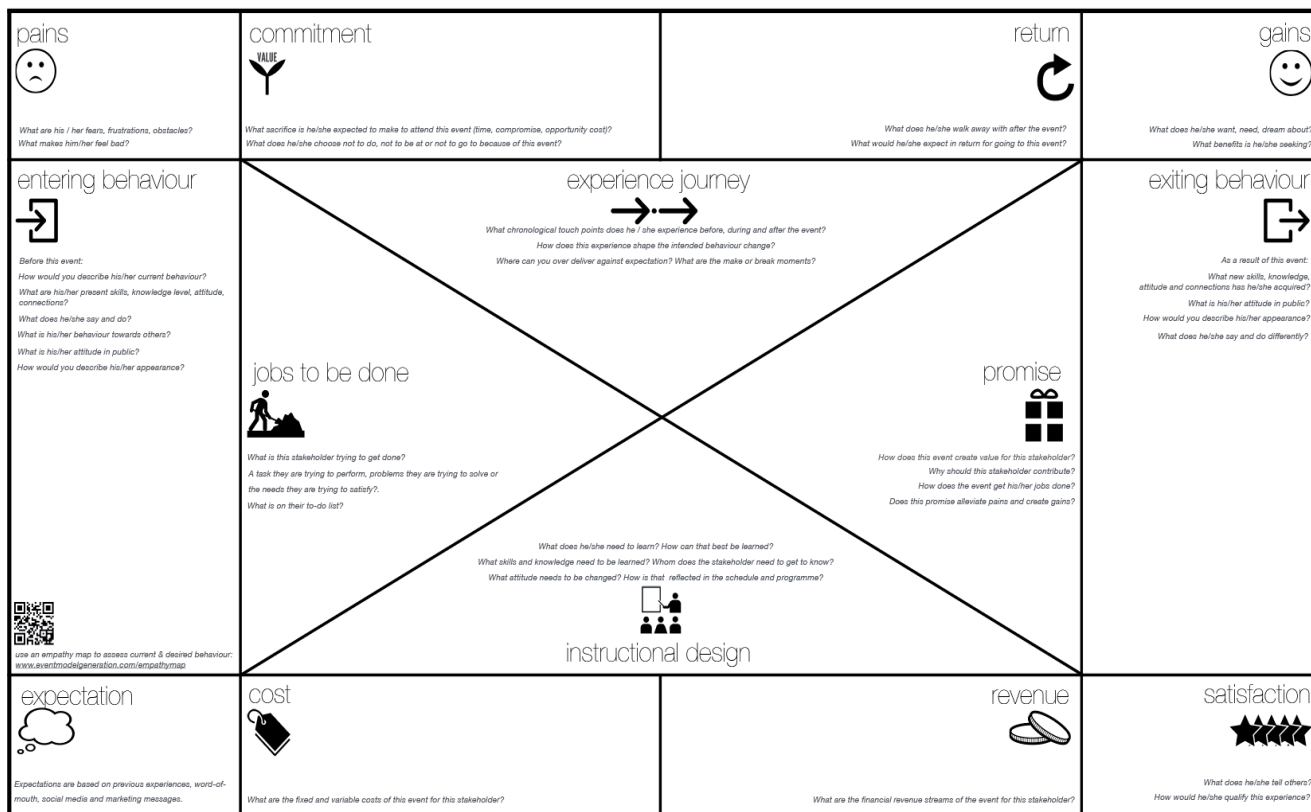
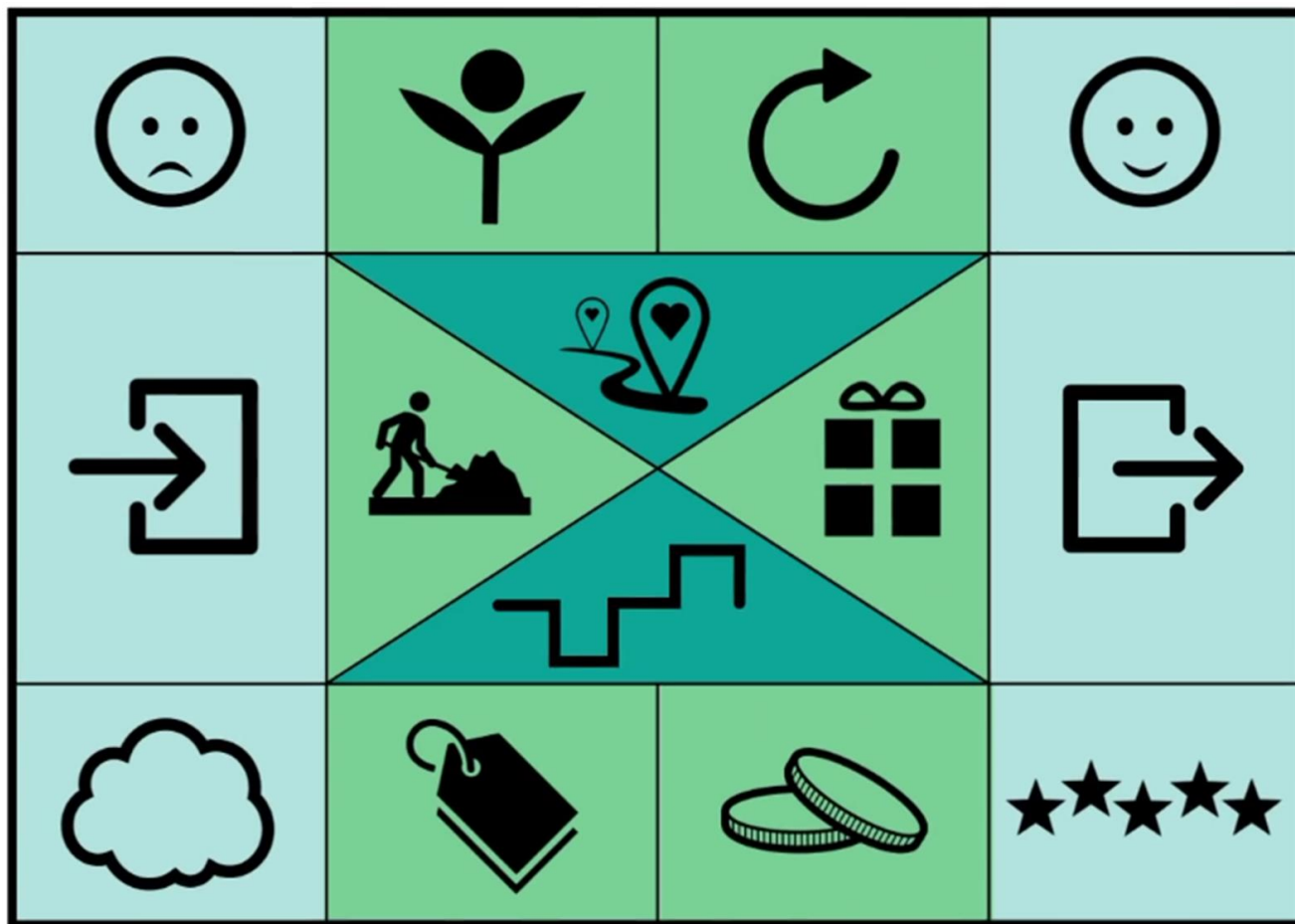
Het boek is alleen in het Engels te verkrijgen, maar erg prettig geschreven en eenvoudig te begrijpen. Het is prettig opgemaakt, met veel alinea's, witruimte en afbeeldingen. Ook het design ziet er goed uit, ze gebruiken mooie illustraties om hun boodschap en het proces duidelijker te maken. Wat me ook aanspreekt in het boek, is het gedeelte over het belang van een Event Design en de verhalen van andere eventmanagers. Zelf was ik ook vaak de enige eventmanager in het bedrijf en dan loop je tegen wat zaken aan. Het is een feest van herkenning.

<https://www.frankwatching.com/archive/2016/11/22/zo-organiseer-je-events-met-het-gewenste-resultaat-event-model-canvas/>

Event Model Canvas → Helpen om je event te designen

Wat komt er bij kijken:

- Welke stakeholders zijn bij je event betrokken (School, Docenten leisure, 2^e jaars, bezoekers (leerlingen, familie, vrienden jij zelf)
- Goed event verandert het gedrag van de stakeholders
- **Entering behaviour.** Gedrag vooraf het event (hoe zou je zijn huidige gedrag omschrijven?)
- **Pains.** Pijnen (obstakels, heb je wel genoeg kennis)
- **Expectation.** Verwachtingen (wat zijn, zijn verwachtingen van het event?)
- **Exiting behaviour.** Gedrag nadien (hoe zou je zijn gewenste gedrag omschrijven?)
- **Gains.** Opbrengst (wat zijn, zijn wensen behoeften en dromen?)
- **Satisfaction.** Tevredenheid (hoe beoordeelt hij deze ervaring ten opzicht van zijn verwachtingen?)
- **Commintent.** Inzet (welke opoffering moet hij doen om dit event neer te zetten?)
- **Return.** Resultaat (wat verwacht hij uit het event te halen?)
- **Cost.** Kosten (welke kosten moet hij maken om deel te nemen aan het event?)
- **Revenu.** Inkomsten (wat levert het event financieel op voor deze stakeholders?)
- **Jobs to be done.** Te vervullen taken (welke taken probeert hij uit te voeren?)
- **Promise. Belofte** (welke belofte doet het event?)
- **Experience journey.** Chronologische stappen
- **Instructional design.** Educatief ontwerp (wat wil/moet hij leren op het event?)



CREATIVITEIT

Creativiteit is nodig voor de factoren probleemoplossend, innoverend en grens verleggend.

Je moet eerst Loskomen van andere gedachten

Daarna je Inlevingsvermogen zijn gang laten gaan. Bijvoorbeeld wat de opdrachtgever verwacht.

Verbeeldingskracht is ook erg belangrijk om de verwachtingen van de klant te bekijken.

Verbinding tussen de linker- rationele helft en de rechter intuïtieve helft is de factor die creativiteit beter maakt.

Er zijn 2 creatieve processen.

Creatieve proces

Formuleren van probleem

Divergeren, van elkaar weg, dus allemaal verschillende ideeën

Convergeren, alle ideeën tot 1 laten komen

Realiseren

Moderne creatieve proces

Probleemherkenning

Voorbereiding, brainstormen

Incubatie, het probleem laten rusten

Illuminatie, idee bedenken

Uitwerking

Om deze processen te beoefenen zijn verschillende manieren zoals de COCD-box en PMO-Techniek. Ook worden er vaak ideeën geleend uit andere branches of sectoren, maar met een eigen twist.

WOW-EFFECT

<https://www.youtube.com/watch?v=JACFZsDILEY>

GAMIFICATION

Wat is gamification?

Uitleggen wat games precies zijn dus ook hayday en candy crush

72% van alle huishoudens speelt wel eens video games hierin ervaren de spelers het aspect van games.

Games zijn heel effectief de makers van de games willen de mensen vastgrijpen ,motiveren ,binden en verleiden van hun spelers

Bij gamification draait het om deze game technieken toe te passen in de hedendaagse wereld.

Bij gamification staat centraal dat je het gedrag van de deelnemers wil veranderen, dit doe je door in te spelen op de intrinsieke motivatie (dit is de motivatie die uit de persoon zelf komt).

In gamification draait het dus om mensen wat te leren, status, erkenning en gedragsverandering.

Model van octalyris

Epic Meaning: het gebruiken van de effecten van storytelling en motiveren om een persoon verbonden te laten voelen met iets wat groter is dan zelf.

Empowerment: een opdracht simpel houden maar toch dat mensen beweegruimte het de dingen die ze uitvoeren om het creatieve deel in het brein te stimuleren er lijden meerdere wegen naar Rome.

Social: Gebruik samenwerking en competitie en juich teamwerk toe ter voorbereiding van dingen in het dagelijkse leven.

Unpredictability: Breng een onverwachte wending zorg dat er onverwachte aspecten zijn om mensen nieuwsgierig te houden

Avoidance: Mensen houden niet van verliezen in deze technieken motiveer je mensen om te werken om iets te vermijden dit werkt het best in humoristische context

Scarcity: mensen competitief bezig laten gaan er zijn minder prijzen dan deelnemers zodat mensen voor de bovenste plekken gaan strijden

Ownership: In deze game bezit je een voorwerp omdat je dit voorwerp bezit wil je graag dat het groter beter en sterker wordt door middel van opdrachten die gebaseerd zijn op de stof van wat je moet leren

Accomplishment: studenten op spelende manier laten werken waardoor ze zichtbare vooruitgang zien op een dagelijkse basis het doel is om vooruitgang te zien.

Aan de linker kant vind je de extensieke motivatie je doet deze dingen voor een doel of voor een prijs aan de rechter kant vind je de intensieke motivatie je doet deze dingen niet omdat je niet wil winnen maar omdat het leuk is, je hebt geen prijs nodig om je creativiteit te gebruiken het draait vooral om plezier en verbetering.

White had zijn meer positieve manieren van gamification je doet deze vormen vaak omdat je iets groters bent in de game dan in de echte wereld je groeit en wordt beter en je gebruikt je creativiteit je hebt zelf de controle en bent machtig in het spel.

Black had je doet dingen omdat je altijd een verlies wil voorkomen of omdat je niet weet wat er na komt of je kant iets niet hebben het wakkert de motivatie erg sterk aan maar niet voor lange termijn en kan uiteindelijk ook tegenvallen en is niet gebaseerd voor een lange termijn doelstelling.

Model van Bartle:

Killers: Willen winnen (presteren ten opzichte van anderen)

Socialisers: Willen andere mensen leren kennen, dus onderzoekend naar medemens

Explorers: Willen geheimen opgraven, dus zijn erg onderzoekend en zijn vooral gericht op de weg die ze bewandelen

Achievers: Zien het verzamelen van punten als hoofddoel. Ze willen zichzelf verslaan.

Dit zijn de 4 type gamers. De 4 type gamers kunnen ingedeeld worden in players of world en acting of interacting:

Players zijn mensgericht. Hier gaat het dus om het verband (het presteren of samenwerken) tussen mensen.

Players zijn: Killers en Socialisers

Tegenover players staan 'world' gamers. World is inhoudelijk en feitelijk. Zij zijn dus meer gericht op de informatie die verzameld wordt.

Bij world horen: Explorers en Achievers.

Er kan ook een onderscheid tussen acting en interacting worden gemaakt.

Acting: Mensen die de competitie aan gaan. Gericht zijn op prestatie.

Bij acting horen: Killers en Achievers

Interacting: Is meer gericht op 'De weg er naar toe' en het proces.

Bij interacting horen: Socialisers en Explorers

Motivatie:

Intrinsieke motivatie: Iets wat je vanuit jezelf doet of wil doen, zoals je kamer opruimen omdat het jou stoort.

Extrinsieke motivatie: Iets wat je vanuit een ander onderneemt, zoals je kamer opruimen omdat het van je ouders moet.

Om mensen dus echt toe te zetten tot gedragsverandering, moet je proberen om hun intrinsieke motivatie te beïnvloeden, zodat de gedragsverandering ook blijft voortzetten na het evenement.

Pride Amsterdam

Pride Amsterdam

De 5w's van Pride Amsterdam

Wie zijn de bezoekers?

De bezoekers van de Pride Amsterdam zijn in het algemeen de LHBT's, maar natuurlijk ook de mensen die hetero zijn. Tegenvoerig komen er meer LHBT's uit het buitenland op de Pride Amsterdam af, maar ook voor de Nederlanders blijft dit een groot feest. Het festival trekt meer dan 600.000 bezoekers aan.

Wanneer kan het evenement plaatsvinden?

Het evenement vindt plaats in het zomerseizoen van Nederland. Dit jaar is de Pride Amsterdam van 27 juli tot 3 augustus. 27 juli wordt de *Rose Zaterdag* gevierd en een weekend later, 2 en 3 augustus, wordt de bekende Pride gegeven met de Canal Parade en de Street Parties.

Waarom wordt het evenement gehouden?

De Pride Amsterdam wordt gegeven om een nadruk te leggen op de LHBT's in ons land en dat iedereen vrij is in zijn of haar keuze van seksualiteit.

Wat voor type evenement?

Pride Amsterdam is een culturele viering. Het is een combinatie van cultuur, feest en emancipatie. Seksuele diversiteit en tolerantie vormen het totale cultuuraanbod.

Pride Amsterdam zet Amsterdam en de LHBT community op de kaart. Het festival is een halmark event.

Waar vindt het evenement plaats?

De Pride Amsterdam vindt plaats in het centrum van Amsterdam. De bekende Canal Parade gaat door vijf bekende grachten van Amsterdam.

- Oosterdok
- Nieuwe Herengracht
- Amstel
- Herengracht
- Westerboek

De zogenaamde Street Parties zijn overal te vinden in de straten van het centrum van Amsterdam.

De Amsterdam Pride is een feest in Amsterdam wat jaarlijks gegeven wordt. Tijdens dit weekend, wat valt in het zomerseizoen wordt er een nadruk gelegd op de vrijheid van seksualiteit in Nederland. De Amsterdam Pride staat bekend om zijn optocht door de grachten van de Amsterdam, waar veel mensen van buitenaf op af komen.

Bestuur:

Frits Huffnagel (Voorzitter)
Robin Labrijn (Penningmeester)
Marie Ricardo (Secretaris)
Josee Rothuizen
Jan-Hein van Dijk

Commissies:

Björn Stenvers (Arts & Culture)
Cornald Maas (Canal Parade Jury)
Deen Seegers (Women & Pride)
Gita Jagessur (Pride of Colour)
Hans Verhoeven (Pride Walk)
Marco Altema (Youth Pride)
Mirjam Preusterink (Pride & Sports)
Oebele Kooistra (Senior Pride)
Wouter Neerings (Corporates & Pride)
Yvo Manuel Van Dias (TransPride)

Medewerkers:

Lucien Spee (Directeur)
Anita Beek (Office Management & Events)
Marc Bartels (Botenparade Club)
Peter van Vught (Social-media & Events)
Dany de Vries (Pers & Communicatie)
Patrick Veenhouwer (Hoofd Veiligheid)
Monique de Adelhart (Boekhouding)

Algemeen:

Bezoekers
Horeca ondernemers
LHBT community
Deelnemers boten
Vrijwilligers
Sponsoren
Kunst & Cultuur commissie
Stads Handhaving
Politie Amsterdam
Gemeente Amsterdam

LGBT Flag

De Regenboogvlag, ook bekend als de 'Gay Vlag' of de vlag van de LGBT pride groep, is een symbool voor lesbiennes, homo's, bi-seksueel, en de transgender bewegingen. Een ander gebruik van de regenboogvlag was bijvoorbeeld een symbool voor vrede. De kleuren van de vlag staan voor de diversiteit binnen de LGBT-groep.

Gilbert Baker is de designer van de regenboogvlag. Gilbert Baker is openlijk uitgekomen als homo en drag queen.

"Flags are powerful"

"Our job as gay people was to come out, to be visible, to live in the truth, as I say, to get out of the lie. A flag rally fit that mission, because that's a way of proclaiming your visibility or saying, 'This is who I am.'" (G. Baker)

078-4621

ADAM

A22-CM

ASW AMRO

ALFA ROMEO

DOOR

PRIDE

Google

LIFE

PRIDE

PRIDE

PRIDE

PRIDE

PRIDE

PRIDE

ALFA ROMEO

AMTEL INK

ARCADIS

ARCADE

ARCADE

ING

ING

ING

ING

ING

ING

ING

ING

ING

ING

DELTA

DELTA

DELTA

DELTA

DELTA

DELTA

DELTA

DELTA

Onderzoeksverslag 1

DECEMBER 21, 2018

THE ISLAND JOURNEY
KUNST & CULTUUR

M .MELLEMA, S. STERK

The Island Journey

Kunst en Cultuur

Auteur: Michelle Mellema (4514114)
Auteur: Sterk (4549775)
Tutoren: Anita van der Ven en Peter Sinnema
Klas: LEM_1C
School: NHL Stenden, Leisure & Events management
Versie: 1
Datum: 21 december 2018

Voorwoord

Het onderzoeksrapport “Leisure Island Kunst en Cultuur”. Is geschreven in het kader voor een onderzoek over de sector Kunst en Cultuur voor de Leisure and Event Management. In November 2018 tot December 2018 zijn wij, Steven Sterk en Michelle Mellema, op onderzoek gegaan met onze mede-projectleden van het andere onderzoeksteam, Mariska van Wijk en Ilse Haanstra, Tijdens het onderzoek is er in de stof gedoken en is er onderzoek gedaan. Als voorbereiding op ons groepsproject het Evenement. Dankzij onze medeklasgenoten en de DBE-sessies van Anita van der Ven en Peter Sinnema is dit onderzoeksrapport ontstaan. Wij bedanken ook de begeleiders Nora Dekker en Gerda Mellema voor de fijne begeleiding en taalvaardigheid hulp.

Veel leesplezier gewenst bij het lezen bij dit onderzoeksrapport.

Steven Sterk en Michelle Mellema,
Leeuwarden 21 december 2018

Samenvatting

Kunst en Cultuur is een groeiende sector in Nederland, die door middel van subsidies en fondsen gesteund wordt door de Rijksoverheid. Door te kijken naar de economische kant van Kunst & Cultuur komt naar voren dat de sector veel betekend voor de Rijksoverheid. Kunst & Cultuur moet niet verloren gaan, dit moet meer gestimuleerd worden, zowel in nieuwe als in de oude kunst & cultuur. Scholen bieden meer onderwijs aan op het gebied van Kunst & Cultuur, de overheid biedt mogelijkheden aan zoals de Culturele Jongeren Pas, om de sector Kunst & Cultuur bereikbaar te maken voor de jongeren.

De casestudie gaat over de Pride Amsterdam, een evenement dat staat voor gelijkheid en openheid een evenement voor de LHBT-gemeenschap. Pride Amsterdam krijgt veel ondersteuning van sponsors en subsidies, veel mensen en bedrijven steunen dit evenement en vinden het doel van het evenement erg belangrijk. De sector Kunst & Cultuur en Pride Amsterdam zijn goed met elkaar te verbinden, de activiteiten en evenementen die tijdens de Pride Amsterdam plaatsvinden zijn mooie cross-overs met Kunst & Cultuur.

Inhoudsopgave

Inleiding	6
Hoofdstuk 1 Kunst en Cultuur	7
1.1 Inleiding	7
1.2 Geschiedenis economische situatie van 1995 tot heden	7
1.3 Vandaag de dag	8
1.4 Bezoekersstroom	8
1.5 Uitgaven en bestedingen	9
1.6 Groei en omvang	9
1.7 Overheid	10
1.8 Cross-over kunst en cultuur	10
1.9 Conclusie	10
Hoofdstuk 2 Kunst en Cultuur Leisure	11
2.1 Inleiding	11
2.2 Trends en ontwikkelingen	11
2.3 Integratie Serious Leisure	11
2.4 Integratie Project-based	11
2.5 Integratie Casual Leisure	11
2.6 Integratie Leisure algemeen	12
2.7 conclusie	12
Hoofdstuk 3 Pride Amsterdam	13
3.1 inleiding	13
3.2 Algemeen Stichting Pride Amsterdam	13
3.3 Toepassing Kunst en Cultuur en de Pride Amsterdam	13
3.4 Bezoekersstroom	13
3.5 Omzet/financieel	13
3.6 Overheid en bedrijven	13
3.7 Trends Pride Amsterdam	14
3.8 Toekomst Pride Amsterdam	14
3.9 Conclusie	14
Conclusie	15
Bronnenlijst	16
STARR Reflectie	18

Inleiding

Altijd al willen weten wat kunst en cultuur te maken heeft met Leisure and Events Management? Wat het belang is van kunst en cultuur voor de Leisure & Events industrie? In dit onderzoeksrapport kijken we naar de economische kant van de sector Kunst en Cultuur en zullen alle aspecten naar voren komen. Hoe de kunst en cultuur is ontstaan, hoe de Kunst en Cultuur er vandaag de dag uitziet, de ontwikkelingen en trends binnen kunst en cultuur en de integratie van kunst en cultuur in de serious, project-based, casual Leisure en algemeen Leisure.

Hoofdstuk 1, wordt de geschiedenis besproken wat de bijdrage van Kunst en Cultuur inhoudt en wat vooral de grote economische ontwikkelingen waren. Ook wordt er beschreven wat de rol van overheid is binnen de sector.

Hoofdstuk 2, worden alle ontwikkelingen en trends van de Kunsten en Cultuur besproken er wordt gesproken over de CJP (Culturele Jongeren Paspoort), Dj-muziek effecten en Street art. Ook worden de integraties van serious-, project-based-, casual- en algemeen Leisure uitlegt wat het inhoud in de Kunst en Cultuur sector.

Hoofdstuk 3, wordt er uitlegt wat de stichting Pride Amsterdam, ook wordt de sector kunst en cultuur toegepast op Pride Amsterdam. Er wordt verteld over de bezoekersstroom, omzet/financieel, overheid en bedrijven, trends, en de toekomst van Pride Amsterdam.

De doelstelling van dit rapport is dat je inzicht krijgt van de Kunst en Cultuursector en dat je het kan toepassen op een evenement.

Hoofdstuk 1 Kunst en Cultuur

1.1 Inleiding

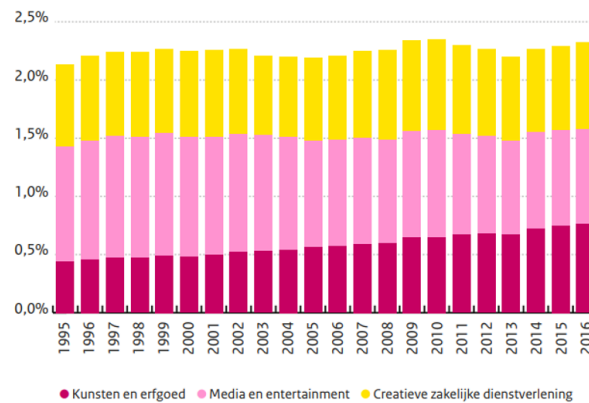
In dit hoofdstuk wordt verteld wat de economische geschiedenis van kunst en cultuur is, wat de ontwikkelingen zijn en hoe het gestegen is ten opzichte van voorgaande jaren.

1.2 Geschiedenis economische situatie van 1995 tot heden

De kunst- en cultuursector verandert. Grote ontwikkelingen in de samenleving, veranderingen in vrijetijdsbesteding, economische ontwikkelingen en de recente bezuinigingen op cultuur zijn de voornaamste veroorzakers van deze veranderingen.

De bijdrage van de kunst- en cultuursector aan de economie is uit te drukken in percentages van het bruto binnenlands product. Grafiek 1 geeft de ontwikkeling van de sector weer vanaf het jaar 1995. Deze cijfers geven een toegevoegde waarde weer van de sector aan de economie. De gemeten toegevoegde waarde was in 2016 14,5 miljard euro: dit is 2,3% van de totale inkomsten van de staat van 6311 miljard euro. (Cultuur in beeld, Rijksoverheid 2017)

Grafiek 1: Bijdrage van de culturele sector aan het bruto binnenlands product, 1995 - 2016



Bron: CBS Maatwerk 2017 (2016 voorlopige cijfers, 2015 nader voorlopige cijfers)

1.3 Vandaag de dag

Kunst & Cultuur groeit, ook in 2018. Cultuur-educatie neemt toe waardoor de interesse in Kunst & Cultuur evenementen toeneemt. Het Nederlandse kabinet vindt het belangrijk dat er in het onderwijs meer aandacht is voor Kunst & Cultuur. Daarom worden er middelen beschikbaar gesteld waardoor het mogelijk wordt voor scholen om meer musea te bezoeken.

Om jongeren meer te stimuleren om deel te nemen aan de sector Kunst & Cultuur heeft de Rijksoverheid subsidies beschikbaar gesteld voor het Culturele Jongeren Paspoort (CJP-pas). Het Cultuur Jongeren Paspoort is een kaart die korting geeft op verschillende culturele activiteiten. De overheid stelt per jaar 1 miljoen euro beschikbaar voor deze kaart. (Rijksoverheid.nl)

Volgens www.Fondswervingonline.nl zijn er momenteel 656 verschillende subsidies en fondsen voor kunst, cultuur en media. Dit bestaat uit awards, subsidies van de bedrijven. Door de staat zijn er veel fondsen opgericht voor het ontwikkelen en maken van nieuwe kunst. Voor bijvoorbeeld jongeren met een achterstandpositie wordt er per jaar maximaal 450 euro beschikbaar gesteld voor creatieve cursussen, toneellessen of muzieklessen.

1.4 Bezoekersstroom

Uit onderzoek komt naar voren dat het bezoeken van bioscoop en filmtheater het populairste is binnen de sector kunst & cultuur. Met ruim 34 miljoen bezoekers in 2016 (Tabel 1) wordt aangegeven dat de media van groot belang is binnen de sector kunst & cultuur. Ook Culturele programma's van de publieke omroep doen het steeds beter: in 2015 waren er 34,7 miljoen kijkers. (Cultuur in beeld, Rijksoverheid 2017)

Tabel 1: Totaalaantal bezoekers binnen de sector Kunst & Cultuur

	Aanbod	Bezoeken
Bioscopen en filmhuizen	407 nieuw uitgebrachte films	34,2 mln.
VSCD Podia	27.975 uitvoeringen	9,8 mln.
VNPF podia	8.679 betaalde muziekactiviteiten	3,0 mln.
Rijksge subsidieerde podiumkunstgezelschappen (BIS+FPK)	15.809 uitvoeringen	3,9 mln.
Vrije theaterproducenten	9.864 uitvoeringen	4,2 mln.
Podiumkunst festivals		21,2 mln.
Boekwinkels		40,7 mln. titels
Bibliotheken	22,6 mln. te lenen boeken	3,7 mln. leden
Musea		34,4 mln.
waarvan beeldende kunst musea		8,9 mln.
Presentatie-instellingen		0,04 mln.
Galeries		1,4 mln. - 1,5 mln.
Beeldende kunst festivals		3,2 mln.

Bron: Dialogic/APE 2017, CBS en KVB Boekwerk

1.5 Uitgaven en bestedingen

In 2017 hebben gemeenten gezamenlijk 1,7 miljard euro aan kunst en cultuur uitgegeven. Dit is gemiddeld 101 euro per inwoner. In het onderstaande tabel wordt gekeken naar de uitgaven van de G9 steden in Nederland. Dit zijn de 9 belangrijkste culturele steden. Hierin is te zien wat de uitgaven per gemeenten maar ook per inwoner in 2017. Tevens zijn de meerjarige subsidies, die beschikbaar zijn gesteld in 2016, weergegeven. (Cultuur in beeld, Rijksoverheid 2017)

Tabel 2: Totale uitgaven aan cultuur.

	Totale uitgaven aan cultuur in 2017 (in mln.)	Totale uitgaven aan cultuur per inwoner in 2017	Aantal meerjarige subsidies 2016	Meerjarige subsidies 2016 (in mln.)
Amsterdam	125	148	139	81,7
Den Haag	89	169	62	51,5
Rotterdam	120	190	74	86,8
Utrecht	72	210	64	37,0
G4	406	179	339	257
Arnhem	21	136	44	14,8
Eindhoven	30	132	37	25,6
Enschede	18	115	37	20,2
Groningen	37	183	31	20,2
Maastricht	24	196	29	17,8
G9	536	164	517	355,6

Bron: totale uitgaven aan cultuur: opgave gemeenten, aantal inwoners: CBS, meerjarige subsidies: gegevensbank OCW

1.6 Groei en omvang

Hieronder is de groei aangegeven van producten en nieuwe creaties binnen de sector Kunst en Cultuur in 2016 in Nederland. (Cultuur in beeld, Rijksoverheid 2017)

Afbeelding 1: Nieuwe producten en creaties binnen de culturele sector



Bron: Cultuur in beeld, Rijksoverheid 2017

1.7 Overheid

De Rijksoverheid streeft ernaar dat zo veel mogelijk mensen in Nederland toegang hebben tot kunst en cultuur. Om dit te realiseren stelt de Rijksoverheid subsidies en fondsen beschikbaar. De totale overheidsuitgaven aan kunst en cultuur bedroegen in 2017 circa € 2,8 miljard. Hiervan nemen gemeenten met circa 61 procent het grootste deel voor hun rekening. Het aandeel van het rijk bedraagt ongeveer 29 procent en het aandeel van provincies 10 procent.

1.8 Cross-over kunst en cultuur

Sport

Uit het jaarverslag Pride Amsterdam 2017 blijkt dat tijdens de Pride Amsterdam clinics, demonstraties, wedstrijden en workshops werden gegeven door verschillende sportverenigingen. Tijdens de Pride Amsterdam werd er ook een PrideWalk met circa 7.000 deelnemers georganiseerd in het Vondelpark. (Jaarverslag, 2017)

Media

De organisatie Pride Amsterdam en ING hebben samengewerkt om tijdens de Pride Amsterdam een innovatieve world lens te ontwerpen. Het ING-account maakt een selectie en zet de uitgekozen foto's of video's tijdens de Pride Amsterdam op de digitale abri's op de metrostations en het Centraal Station in Amsterdam en op de snapstories van Snapchat, Instagram en Facebook. ("ING op Pride Amsterdam: 'Kleur het Leven' - Emerce", z.d.)

Toerisme

De NS had in 2015 in Amsterdam een speciale actie voor toeristen en subsidieert de Gay Pride met 250.000 euro. In 2016 zijn er 560 duizend toeristen op dit evenement afgekomen (jaarverslag, 2017). De NS-actie betrof aangepaste reistijden, inzet van meer treinverkeer en korting op treintickets. De NS wilde hier aangeven dat zij de LHBT-gemeenschap steunen.

1.9 Conclusie

De Kunst en Cultuursector groeit en de overheid blijft subsidies en fondsen beschikbaar stellen voor deze sector. De overheid vindt het belangrijk dat de cultuur in Nederland niet verloren gaat: zowel moderne kunst als kunstgeschiedenis. Aan de bezoekersaantallen is te zien dat mensen in Nederland het steeds belangrijker en leuker gaan vinden om kunst en cultuur te ontdekken. Scholen besteden er meer aandacht aan, dit in combinatie met het beschikbaar stellen van de Culturele Jongeren Pas probeert de overheid ook de jonge generatie te stimuleren om deze wereld te ontdekken.

Hoofdstuk 2 Kunst en Cultuur Leisure

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de ontwikkelingen en trends en de integratie met leisure besproken.

2.2 Trends en ontwikkelingen

CJP (Culturele Jongeren Paspoort)

Met de CJP pas een pas wat studenten kunnen aanvragen kan je korting mee krijgen op tentoonstellingen en documentaires over de LHBT-community. Een voorbeeld is het Tropenmuseum te Amsterdam, hier wordt een tentoonstelling gegeven over seksuele diversiteit in China. Door het CJP wordt de wereld van LHBT-community gesteund. Ook steunt CJP de Amsterdam Gay Pride.

Dj-muziek effecten

De nieuwste trend van het afgelopen jaar is virtual reality (VR). Dit concept wordt tijdens een concert gebruikt om hallucinerend effect te geven, concludeert het geestelijk gezondheidsdienst Eindhoven. Volgens het lab kan VR je een euforisch gevoel geven of een trip bezorgen zonder dat je drugs gebruikt dit kan ook voor het Pride Amsterdam toegepast worden. ("Toekomstmuziek", z.d.). Volgens (Tromp, 2018) wordt 18,9 miljard aan drugs gebruikt op een evenement dit kan verminderd worden door de VR.

Street art

Rotterdam heeft een street art route gecreëerd welke te volgen is via een app: een 7 kilometer lange wandeling door het centrum van Rotterdam langs 28 muurschilderingen. Voor alle graffiti street art kunsten wordt een vergoeding gevraagd wat tussen de 5.000 euro tot 100.000 euro is. Door de street art komen oude verhalen naar boven, vrijheid van meningsuiting en eenheid wordt afgebeeld in de straten van Rotterdam. Tegenwoordig worden er ook de Dutch Street Art Awards en Benelux Street Art Awards uitgereikt.

2.3 Integratie Serious Leisure

Serious Leisure is gebaseerd op vaardigheden en kennis. Je kan met je eigen serious Leisure ook je eigen carrière opbouwen. Voor kunst en cultuur heb je verschillende categorieën binnen de sector serious Leisure. Een voorbeeld hiervan is in de kunst- en cultuursector, sportevenementen en theater evenementen. Bij de kunst- en cultuursector kan je denken aan dans, ballet, kunstschaatsen, schoonspringen en salsa dansen. Bij theater aan cabaret, dans, film, komedie, musical, muziek, muziektheater, show en toneel.

2.4 Integratie Project-based

Project based Leisure is vooral gebaseerd op vrijetijdsbesteding op korte termijn. Vaak zijn het eenmalige activiteiten of evenementen die zeldzaam of incidenteel zijn. Voor kunst en cultuur heb je ook verschillende categorieën in de sector van project based Leisure. Een voorbeeld hiervan zijn fototentoonstelling zoals Wordpress of theatershows.

2.5 Integratie Casual Leisure

Casual Leisure is vooral gebaseerd op plezierige activiteiten waardoor je geen specifiek vereiste ervaring nodig hebt. Het concept Casual Leisure kan als voorbeelden gebruikt worden als schilderen, beeldhouwen, keramiek, fotograferen of tekenen.

2.6 Integratie Leisure algemeen

Kunst en Cultuur in de wereld van Leisure. Binnen de sector Kunst en Cultuur zijn er een hoop activiteiten die in de vrijetijd van een persoon uitgevoerd kunnen worden. Het populairste is nog altijd het bezoeken van een bioscoop. Dit blijkt uit een onderzoek van het CBS uit 2017. De Nederlandse bioscoop werd in 2017 34,2 miljoen keer bezocht. Het bezoeken van theater, musea en bibliotheken zijn ook bekende vrijetijdsactiviteiten. Binnen de sector kunnen een hoop hobbyisten aan de slag: van creatieve geesten die na de dagelijkse verplichtingen naar de naaischool gaan tot modelbouwers en schilders. Kunst en cultuur komt snel voor in de Leisure wereld, zoals tijdens een citytrip of tijdens een bezoek aan een festival.

2.7 conclusie

In de wereld van Leisure zijn veel activiteiten te vinden die uit de sector Kunst en Cultuur komen. Mensen die een bezoekje brengen aan de nieuwste Hollywood film of een schildercursus volgen. Als er goed wordt gekeken in de Leisure wereld dan is te zien dat Kunst en Cultuur overal zijn sporen achterlaat.

Hoofdstuk 3 Pride Amsterdam

3.1 inleiding

Pride Amsterdam is een evenement voor de LHBT-gemeenschap, in dit hoofdstuk behandelen wij de economische kant van het evenement.

3.2 Algemeen Stichting Pride Amsterdam

In het verkenningrapport 2017 van Pride Amsterdam, dat op 28 juli tot 5 augustus (2018) plaatsvindt, wordt beschreven dat het streven van het evenement vooral is: “emancipatie, sociale, maatschappelijke en juridische gelijkheid en acceptatie van homo’s, biseksuelen, lesbiennes en transgenders”. De doelstelling van Stichting Amsterdam Gay Pride (AGP) is het organiseren van activiteiten en evenementen om aandacht te vragen voor LHBT-rechten in Nederland en internationaal. (L. Spee, 2018)

3.3 Toepassing Kunst en Cultuur en de Pride Amsterdam

Het Andreas Cultuurfonds (KCC) werkt samen de Pride Amsterdam. Tijdens het evenement worden bezoekers met een spetterend programma geëntertaind. Voor dit evenement worden er vele boten ontworpen onder het kopje kunst en cultuur. De boten verbinden de mensen met elkaar. Volgens het Jaarverslag 2017 (L. Spee, 2018), kan je met kunst je blik verruimen: je leert op een andere manier kijken naar dingen en dat is de kern van de emancipatie. Naast de botenparade worden er tijdens de Pride Amsterdam ook fototentoonstellingen en verschillende muzikale evenementen georganiseerd. Het doel van tentoonstellingen is om zichtbaar te maken wat het contrast tussen de vrijheden, cultuur en verschillende genderidentiteit is.

3.4 Bezoekersstroom

Vergunningaanvraag (L. Spee, 2018) concluderen in recent onderzoek dat in 2018 ruim 79.450 bezoekers het evenement hebben bezocht. Het hoofdthema van dit drie dagen durende Pride Amsterdam 2018 was “Heroes”. Tijdens deze dagen vonden verschillende openbare activiteiten op verschillende locaties in Amsterdam plaats zoals de Manifestatie Dam, de PrideWalk en nog vele andere activiteiten. (L. Spee, 2018)

3.5 Omzet/financieel

Het Jaarverslag Pride Amsterdam 2017 geeft een baten en lasten overzicht van het evenement. De begroting 2017 ging ervan uit dat de totale baten van (01-10-2016 t/m 30-09-2017) is € 1.268.097. Maar de van 2017 zijn €1.295.596 totaal heeft de Pride Amsterdam totaal € 27.499 verlies gedraaid. Uit onderzoek van het jaarverslag (Spee, 2018) is in 2018 de Pride Business club opgericht waaraan bedrijven kunnen deelnemen. Op deze manier worden de bedrijven meer betrokken en creëert de organisatie een groter netwerk van professionals zodat het financieel ondersteund kan worden.

3.6 Overheid en bedrijven

“De Gay Pride is meer gay dan ooit, 2017” concludeert in recent onderzoek dat bedrijven het mega-evenement enorm ondersteunen. De Pride Amsterdam krijgt ruim 1,6 miljoen euro van stakeholders en subsidies. Dit is uit de begroting te halen van de Pride Amsterdam 2017 Subsidies van het evenementenfonds en Onderwijs Cultuur en Wetenschap (OCW) zijn goed voor een 590.500 euro. Sponsoring in diensten en producten zijn goed voor een 625.692 euro. De totale gerealiseerde begroting van 2016 bedraagt 2.193.046 euro, hiervan is dus 1.651.240 euro van stakeholders, sponsoring en subsidies.

3.7 Trends Pride Amsterdam

Open lucht bioscopen

Tijdens de Pride Amsterdam 2018 worden er twee buitenlucht filmavonden georganiseerd. Op het Mercatorplein worden 300 stoelen klaargezet. Gebruikers van de Culturele Jongeren Paspoort krijgen korting op de entree van deze openluchtbioscoop. Het toepassen van deze korting zorgt ervoor dat ook de jonge doelgroep die financieel niet sterk staat naar deze openluchtbioscoop kan. De thema's van de voorstellingen in 2018 waren de films draaiden: "Chrion, een man die worstelt met zijn mannelijkheid" en "Razzia, een vrouw die weigert zich aan te passen aan de stereotypen".

Street Art

Ook tijdens de Pride Amsterdam ingewisseld voor de regenboogkleuren. Volgens het artikel ("Gay Pride krijgt kleurrijke zebrapaden", z.d.). Wordt er ook tijdens de Pride Amsterdam een fotowedstrijd gehouden waar street art wordt gepromoot. De winnaar van de fotowedstrijd verdient een check van 500 euro.

Silents disco

Pride at the park is een evenement dat onderdeel is van Pride Amsterdam en plaatsvindt in het Vondelpark. Wanneer het park gevuld is met liefde en vrolijkheid zullen er allemaal LHBT gerelateerde activiteiten plaatsvinden. Markkraampjes waar je LHBT vlaggen en dergelijke kan kopen, sportactiviteiten als rugby en de bekende sport van Harry Potter: Zwerkbal. Tijdens het evenement zijn er optredens door middel van een silent disco waardoor het mogelijk is om de gehele dag door een festival te organiseren zonder enige geluidsoverlast.

3.8 Toekomst Pride Amsterdam

Volgens het NH Nieuws (2018) heeft de Pride Amsterdam in 2018 een nieuwe naam gekregen. De naam is veranderd omdat er vanaf 2018 nadrukkelijk een evenement voor iedereen is, ongeacht wie je bent en van wie je houdt. De Gay Pride heet vanaf 2018 de "Pride Amsterdam". Het komende jaar draait de editie meer op de inhoud en moet het evenement nog meer mensen aanspreken.

3.9 Conclusie

De Stichting Pride Amsterdam werkt samen met de LHBT-gemeenschap om gelijkheid te creëren in de wereld. Veel bedrijven sluiten zich hierbij aan. Dit is dan ook te zien in de jaarbegroting waaruit blijkt dat de Pride Amsterdam meer dan de helft van de inkomsten krijgt van stakeholders en sponsors. Pride Amsterdam is een mooi voorbeeld voor wat de mogelijkheden zijn voor een Leisure manager en de Leisure wereld.

Conclusie

In dit onderzoeksrapport is onderzocht wat de economische kant van de Kunst en Cultuursector met leisure & events industrie te maken heeft. De doelstelling van het onderzoeksrapport was; “inzicht krijgen van de Leisure sector kunst en cultuur en dat te kunnen toepassen op het evenement”. Resultaten uit de bronnen over de economische kant van kunst en cultuur worden aantal criteria besproken die toegepast kan worden op de Pride Amsterdam. Het aantal bezoekers is ook enorm gestegen onder andere doordat de overheid de CJP-pas beschikbaar heeft gesteld, dat de jonge generatie stimuleert. Hierdoor stijgt de economische Kunst en Cultuurgroei. In de leisure wereld zijn er veel activiteiten die je tegen kan komen onder het kopje kunst en cultuur uit onderzoek blijkt dat de grootste trends de bezoeken aan de nieuwste Hollywood films en schilderijen cursussen het meeste worden bezocht. Als toepassing is het evenement economische kant van Pride Amsterdam toegepast hierin wordt verteld wat de begrotingen zijn en wat de overheid doet voor de organisatie. In grote hoofdlijnen zie je dat kunst en cultuur veel sporen achterlaat in de leisure wereld en op het evenement Pride Amsterdam.

Bronnenlijst

- Amsterdam Dance Event dit jaar groter dan ooit. (2016, 6 september). Geraadpleegd op 18 december 2018, van https://static3.amsterdam-dance-event.nl/uploads/files/press/Amsterdam_Dance_Event_dit_jaar_groter_dan_ooit_2377.pdf
- Biljlo, E. (1995, 23 februari). Subsidie verkleint solidariteit. Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://www.trouw.nl/home/subsidie-verkleint-solidariteit~a7607808/>
- Boven, I., Van Dijk, T., Link, H., Mellema, M., Sterk, S., & De Vries, R. (2018, 16 oktober). Coolhunting. *Uitdagingen en ontdekkingen*, 1e(1), 12–36.
- Bravoure B.V. (z.d.-a). € 5,- korting op Manifeest 2016 | CJP. Geraadpleegd op 19 december 2018, van <https://www.cjp.nl/kortingen/manifeest-2016/78106/>
- Bravoure B.V. (z.d.-b). [cjp]. Geraadpleegd op 19 december 2018, van <https://www.cjp.nl/blog/2016/05/dingen-die-hetero-s-van-homo-s-jatten/77858/+/>
- Consultancy. (2015, 7 september). Nederlandse kunst en cultuursector goed voor 4,6 miljard. Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://www.consultancy.nl/nieuws/11040/nederlandse-kunst-en-cultuursector-goed-voor-46-mrd>
- Cultuur in beeld 2017. (2017, 3 november). Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2017/10/23/cultuur-in-beeld-2017>
- Cultuur in Beeld. (2011, april). Geraadpleegd op 18 december 2018, van [https://www.cbfi.nl/Uploaded_files/Zelf/Rijksoverheid%20\(2011\)%20-%20Cultuur%20in%20Beeld.pdf](https://www.cbfi.nl/Uploaded_files/Zelf/Rijksoverheid%20(2011)%20-%20Cultuur%20in%20Beeld.pdf)
- Cultuur, kunst en kunstenaars - Beleid, wet- en regelgeving | VNG. (z.d.). Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://vng.nl/onderwerpenindex/cultuur-en-sport/cultuur-kunst-en-kunstenaars/cultuur-kunst-en-kunstenaars-beleid-wet-en-regelgeving>
- Cultuurbeleid voor 2021 en verder. (2018, 15 juni). Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://www.trouw.nl/home/subsidie-verkleint-solidariteit~a7607808/>
- Dance festivals grootste inkomstenbron. (2015, 27 mei). Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://www.moaweb.nl/events/moactivities/smart-bijeenkomsten/item/1946-dance-festivals-grootste-inkomstenbron.html>
- De crisis voorbij • Pf. (2013, 7 februari). Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://www.pf.nl/de-crisis-voorbij/>
- De Gay Pride is meer gay dan ooit. (2017, 4 september). Geraadpleegd op 17 december 2018, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/08/04/12361772-a1568846>
- De opgevraagde pagina is niet gevonden. (z.d.). Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://www.movisie.nl/artikel/kunst-positieve-gezondheid-werkt++>
- Driessen, S. (2017, 8 november). Kunst en cultuur - Insights. Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://insights.abnamro.nl/branche/cultuur/>
- Gay Pride krijgt kleurrijke zebrapaden. (z.d.). Geraadpleegd op 19 december 2018, van https://www.nritmedia.nl/kennisbank/30993/Gay_Pride_krijgt_kleurrijke_zebrapaden/?topicsid=19
- Het festival en haar organisatie - Pride Amsterdam. (z.d.). Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://pride.amsterdam/stichting-amsterdam-gay-pride/?lang=en+>
- I Amsterdam. (z.d.). Pride Amsterdam. Geraadpleegd op 19 december 2018, van <https://www.iamsterdam.com/nl/uit/festivals/culturele-festivals/pride-amsterdam+>
- ING op Pride Amsterdam: 'Kleur het Leven' - Emerce. (z.d.). Geraadpleegd op 19 december 2018, van <https://www.emerce.nl/wire/ing-pride-amsterdam-kleur-leven>
- Join our Freedom concert - Pride Amsterdam. (z.d.). Geraadpleegd op 19 december 2018, van https://pride.amsterdam/?post_type=events
- Kunst en cultuur voor iedereen. (2018, 16 juli). Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/kunst-en-cultuur/kunst-en-cultuur-voor-iedereen>
- NH Nieuws. (z.d.). Geraadpleegd op 19 december 2018, van <https://www.nhnieuws.nl/nieuws/209606/Gay-Pride-krijgt-nieuwe-naam-Pride-Amsterdam-is-voor-iedereen>
- Pride Amsterdam. (z.d.). Geraadpleegd van <https://www.iamsterdam.com/nl/uit/festivals/culturele-festivals/pride-amsterdam>
- Provinciale uitgaven aan cultuur. (2018, 14 maart). Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://www.ocwincijfers.nl/cultuur-media/cultuur/culturele-infrastructuur/overheidsuitgaven/provinciale-uitgaven-aan-cultuur>
- Spee, L. (2018, 31 januari). jaarverslag Pride Amsterdam 2017. Geraadpleegd op 15 december 2018, van https://issuu.com/amsterdamgaypride/docs/jaarverslag_agp2017_-v1

- Spee, L., & Stichting Amsterdam Gay Pride .. (2018, 22 maart). Vergunningaanvraag Pride Amsterdam 2018. Geraadpleegd op 14 december 2018, van https://bekendmakingen.amsterdam.nl/publish/pages/91342/1_vergunningaanvraag_pride_amsterdam_2018.pdf.
- Thema Pride Amsterdam 2018 is 'Heroes'. (2018a, 11 februari). Geraadpleegd op 19 december 2018, van <https://www.blikopnieuws.nl/nieuws/261233/thema-pride-amsterdam-2018-is-heroes.html>
- Thema Pride Amsterdam 2018 is 'Heroes'. (2018b, 11 februari). Geraadpleegd op 19 december 2018, van <https://www.blikopnieuws.nl/nieuws/261233/thema-pride-amsterdam-2018-is-heroes.html>
- Tien nieuwe subsidies voor kunst, cultuur en media. (2018, 17 januari). Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://www.fondswervingonline.nl/nieuws/tien-nieuwe-subsidies-voor-kunst-cultuur-en-media>
- Toekomstmuziek. (z.d.). Geraadpleegd op 18 december 2018, van https://www.cultureindhoven.nl/wp-content/uploads/2016/10/web_Toekomstmuziek_NL.pdf
- Trends in kunst en cultuur. (2018, 1 juni). Geraadpleegd op 18 december 2018, van <https://www.abab.nl/artikelen/trends-in-kunst-en-cultuur>
- Tromp, J. (2018, 25 augustus). 614 miljoen gram speed en 972 miljoen xtc-pillen. Geraadpleegd op 20 december 2018, van <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/614-miljoen-gram-speed-en-972-miljoen-xtc-pillen-nederland-is-wereldkampioen-synthetische-drugs%7Eb3571ce7/>
- Van den Broek, A., & Gieles, Y. (2018, 8 november). Het culturele leven - SCP. Geraadpleegd op 18 december 2018, van https://www.scp.nl/Publicaties/Alle_publicaties/Publicaties_2018/Het_culturele_leven

STARR Reflectie

Michelle Mellema

Situatie:

De situatie/ opdracht was om met een onderzoeksteams een onderzoek te maken door behulp van de gekozen sector met je projectteam. Tijdens het maken van het projectteam heeft de klas je persoonlijke kwaliteiten samen met je maatje waar je graag mee samenwerkt op papier gezet hierdoor zijn de projectteams gemaakt. Gelijk het eerst overleg werden de regels hoe we te werk gingen vertelt tegen elkaar en wat we wel en niet prettig vonden. Dit was naar aanleiding om frustraties te ontwijken. In het projectteam zitten Ilse Haanstra, Mariska van Wijk, Pien Karsten en Steven Sterk. Het team werd door tweeën gedeeld en de onderzoeksteams waren Ilse Haanstra en Mariska van Wijk zij maakte een onderzoek met als hoofdthema Kunst en Cultuur sociaal effectief en het andere team hield in Pien Karsten, Steven Sterk en Michelle Mellema.

Taak:

Mijn taak van het team was aansturing, orde houden. Gezamenlijk met het team wilden we stap voor stap werken, om een dikke voldoende te behalen. Nog een doelstelling van het onderzoeksteam was om samen te werken en vertrouwen te hebben in elkaars taken. Toch is die vertrouwen beschadigt doordat er een teamlid niet op kwam dagen bij meetings, inspiratie colleges en er ontbrak inzet. Door een aantal gesprekken te voeren en te praten hoe we het gezamenlijk toch tot een succes kunnen brengen heeft het team lid zelf besloten om met de opdracht te stoppen maar ook met de opleiding te stoppen. Ze wilde niet een probleem zijn en de andere teamgenoten lastiggevallend dit hadden de andere teamleden al zien aankomen waardoor wij hierop kunnen voorbereiden en de taken die er nog lagen gelijk aanpakken.

Actie:

De communicatie en reactie op de verandering had ik anders moeten aanpakken wij hadden, toch de medestudent meer in de gaten moeten houden en moeten vragen of zij extra hulp nodig had. Ik zou dit in een volgend project beter aanpakken door korte tussen reflectie situaties te plannen waardoor er geen frustraties komen en iedereen prettig kan werken.

Resultaat:

Het resultaat tot het eindproduct is door dat we wat tijd verloren hebben met het plotselinge vertrek en overgebleven taken toch met een succes hebben kunnen afronden. Het heeft tot een gezellige maar ook erg leerzame onderzoeksperiode gebracht. Waar ik persoonlijk veel van geleerd heb hoe je ook op een andere manier onderzoek kan doen. Door de kwaliteiten van mijn project maatje te delen is het prettig verlopen.

Reflectie:

Tijdens het project was mijn persoonlijke doelstelling om taken te kunnen loslaten en mensen te kunnen vertrouwen dit is na het vertrek van een medestudent voltooit en kijk ik terug op een prettig samenwerking de volgende keer zou ik communicatie verbeteren en nog duidelijker alles met elkaar delen. Ook theoretisch luister ik eerst naar hoe andere mensen hun aanpak is en daarna pas verder ga met onderzoeken hierdoor leer je hun manier en loop je op dezelfde route. Ik vond dat ik persoonlijk een proactieve houding had en dat het onderzoek goed is verlopen.

Steven Sterk**Situatie**

Als voorbereiding op het Leisure Island project kregen we de het Leisure Rapport, een rapport waarin we onderzochten wat de huidige situatie is van de gekozen sector voor het Leisure Island project. In de eerste week werden er na een hoop gerommel in de klas groepjes gevormd, dit door een vertrouwde partner te kiezen en de kwaliteiten van elkaar op te schrijven. Nadat de teams gevormd waren werden er duidelijke afspraken gemaakt van hoe we te werk. De Leisure Island team bestaat uit Ilse Haanstra, Mariska van Wijk, Michelle Mellema, Pien Karsten en Steven Sterk. Voor teams van het Journey rapport moesten we de Leisure Island groep opsplitsen, Pien Karsten, Michelle Mellema en Steven Sterk vormde de groep voor dit rapport. Na de eerste twee onduidelijke weken kwam er goed schot in de zaak. Helaas was de motivatie van een teamlid niet zoals verwacht, later bleek dat ze ervoor gekozen had te stoppen met de opleiding, na eerst aangegeven te hebben dat ze nog zou helpen met het Journey rapport, namen we met zijn allen het besluit dat het niet werkte.

Taak

Een specifieke taak in de groep voor dit rapport had ik niet. Naast hard werken, inzet tonen, sfeer creëren en knopen doorhakken heb ik mijn bijdrage geleverd. Helaas verliep de samenwerking met Pien niet zoals het moet, er ontbrak motivatie en inzet wat een struikelblok is voor mij en Michelle, nadat Pien aangaf dat ze ging stoppen met de opleiding begrijpen wij ook waar de motivatie vandaan kwam. Nadat we besloten en overlegd hebben dat het zo niet verder kon hebben Michelle en ik de taken opgepakt en zijn we hard aan het werk geweest om dit rapport tot een goed resultaat te leiden.

Actie

De communicatie in de groep verliep niet geheel soepel, met name de communicatie met Pien. Hier hadden we eerder mee moeten komen voor hulp, we wisten niet hoe we hiermee om moesten gaan, wat we eraan konden doen. Uiteindelijk is dit goed gekomen en hebben we alles in goed overleg kunnen handelen. De communicatie met de overige Leisure Island leden verloopt goed en kunnen bij elkaar terecht als er iets aan de hand is.

Resultaat

Na een moeizame start en een tegenslag door vertrek van een teamlid, hebben we er hard voor gewerkt om het Journey rapport tot een succes te maken. Michelle en ik hebben de taken goed verdeeld, hielpen elkaar en verbeterde elkaar wanneer dat nodig was.

Reflectie

Met de huidige Leisure Island groep heb ik er alle vertrouwen in om het project tot een goed resultaat te werken, na de tegenslagen die we hebben gehad weten we hoe we er mee om moeten gaan om dit uit de weg te gaan. Ik ben Michelle heel erg dankbaar voor haar wilskracht en gezelligheid, samen hebben wij ons erdoor gevochten. Ilse en Mariska wil ik bedanken voor de vragen waarmee we jullie hebben lastiggevallend, zo bleek maar eens hoe belangrijk teamwork is. Door samen te werken creëren wij een mooi evenement.

Onderzoeksverslag 2

The Island Journey

Kunst en cultuur

Ilse Haanstra & Mariska van der Wijk
Leeuwarden, december 2018

The Island journey

Kunst en cultuur

Ilse Haanstra
Leisure and Events Management
LT_LEM_1C
4579135

Mariska van der Wijk
Leisure and Events Management
LT_LEM_1C
4553055

Leeuwarden, december 2018

Voorwoord

Voor u ligt het onderzoeksrapport 'The Island Journey'. Dit rapport is geschreven in het kader van een evenement dat plaatsvindt in januari 2019. Tijdens dit evenement staan de verschillende leisure sectoren centraal. In dit onderzoek wordt de kunst en cultuursector onderzocht. Dit wordt gedaan vanuit een sociaal-maatschappelijke invalshoek.

Bij deze willen wij graag onze coaches, Anita van der Ven-Keizer en Peter Sinnema, bedanken voor de fijne begeleiding en hun ondersteuning tijdens dit onderzoek. Zonder hun medewerking hadden wij dit onderzoek niet kunnen voltooien.

Tevens willen Mariska en Ilse elkaar graag bedanken voor de fijne samenwerking. Wij hebben vaak met elkaar op een effectieve wijze kunnen sparren om ons onderzoek tot een succes te brengen. Tot slot willen wij onze Event Teamgenoten, Steven Sterk en Michelle Mellema, bedanken voor de wijze raad die wij van hun hebben mogen ontvangen.

Wij wensen u veel leesplezier toe!

Mariska van der Wijk en Ilse Haanstra

Leeuwarden, 21 december 2018

Samenvatting

De kunst en cultuursector kent een verleden met vele aanpassingen in het cultuurbeleid van de overheid. De laatste jaren kampt de sector met vele bezuinigingen. Digitalisering en 3rd place zijn ook ontwikkelingen die plaatsvinden binnen de kunst en cultuursector. Tegenwoordig bezoeken of beoefenen veel Nederlanders een vorm van kunst en cultuur. Kunst en cultuur komt ongemerkt in het dagelijks voor, maar er is ook sprake van integratie met de drie soorten leisure. Mensen doen aan amateurkunstbeoefening, dit valt onder serious leisure. De kunst en culturreizen die reisbureaus aanbieden vallen onder project-based leisure. Casual leisure activiteiten bestaan onder ander uit het kijken naar een documentaire op Netflix. Doordat de sector zeer breed is kent het vele crossovers. De overheid ondersteunt deze verbindingen naar andere sectoren.

De Museumnacht Amsterdam is een voorbeeld van een evenement in de kunst en cultuursector. Het is een erg populair evenement, want het is al jaren uitverkocht. Hierdoor biedt het een goed toekomstperspectief met mogelijkheden tot uitbreiding. De organisatie probeert door middel van de Museumnacht jongeren in aanraking te brengen met musea en hoopt zo dat ze vaker een museum bezoeken.

Inhoudsopgave

Inleiding	5
1. Geschiedenis	6
2. Vandaag de dag	7
3. Trends en ontwikkelingen	8
4. Integratie met leisure	9
5. Museumnacht Amsterdam	10
Conclusie	12
Bronnen	13
Reflectie	15

Inleiding

De afgelopen weken is er onderzoek gedaan naar het belang van kunst en cultuur in de Leisure & Event industrie. De geschiedenis en het heden van de kunst en cultuursector zijn onderzocht (H1 en H2). Ook zijn de trends en ontwikkelingen onder de loep genomen (H3) en is er in hoofdstuk 4 onderzoek gedaan naar de integratie van kunst en cultuur met de concepten serious, casual en project-based leisure.

Deze opgedane kennis is toegepast op het evenement de Museumnacht Amsterdam, aan de hand van deze kennis worden de trends en doorgroeimogelijkheden van het evenement benoemd. Ook wordt er beschreven wat het belang van het evenement is voor de kunst en cultuursector.

Maar wat betekent kunst en cultuur nou eigenlijk? Cultuur komt van cultus, afgeleid van het werkwoord colere. Wat betekent behouwen, verzorgen, vereren. Cultuur is dus alles wat de mens voortbrengt, verbouwt, onderhoudt en vereert. Kunst is een product van de cultuur. Kunst komt van kennen en weten. Kunst is het resultaat en zet ons aan het denken over alles om ons heen. Kunst en cultuur maakt deel uit van ieders leven en versterkt de eigen identiteit. (Keunstwurk, 2016)

1. Geschiedenis

Kunst en cultuur speelt een grote rol in de geschiedenis van de mensheid. De sector is erg belangrijk voor de maatschappij. Kunst en cultuur is van en voor iedereen en bevordert het creatief talent.

Na de tweede wereldoorlog is er in Nederland een cultuurbeleid geschreven, waarin saamhorigheid van de bevolking centraal stond. Ook werd de Raad voor de Kunst samengesteld, die de taak kreeg om de overheid te adviseren over het cultuurbeleid (Pots, 2010). In de jaren zestig tot begin jaren tachtig werd het cultuurbeleid een onderdeel van het welzijnsbeleid, waarin vernieuwing en democratie centraal stond. Cultuur en maatschappelijk werk werden in die periode gezien als onderdelen van het algemene welzijn. Volgens Pots (2010) was het welzijnsdenken een poging om de kloof tussen de mensen en de kunst te verkleinen.

Aan het eind van de jaren tachtig bleken de verwachtingen van het gewijzigde beleid niet haalbaar, waardoor toen de nadruk werd gelegd op kwaliteit. Het gevolg hiervan was dat de kunst moeilijk te begrijpen werd voor het publiek (Oosterbaan Martinius, 1990). In de jaren negentig werd het cultuurbeleid weer aangepast. Het nieuwe beleid moest bijdragen aan het besef van nationale identiteit, sociale cohesie en solidariteit in een multiculturele samenleving. Ook stond culturele educatie voor jongeren centraal (Blokland, 1997).

In 2010 werd het cultuurbeleid getroffen door de overheidsbezuinigingen door de economische crisis. Hierdoor werd het cultuurbudget verminderd en kregen culturele instellingen geen tot weinig subsidies meer. In dit beleid stond het economisch perspectief centraal.

De afgelopen jaren is er veel veranderd in het cultuurbeleid. Sinds de jaren veertig is de overheid al bezig met het stimuleren van het participeren in de kunst en cultuur, om de sociale cohesie te stimuleren. Voor de mensen is het niet gemakkelijk om kunst te aanschouwen. Er ontstond een afstand tussen de mensen en de kunstindustrie. Iedereen moest kunst kunnen begrijpen en daardoor is op scholen meer aanbod gekomen omtrent kunstgerichte vakken. De overheid zorgt ervoor dat mensen van alle leeftijden op een prettige wijze deel kunnen nemen aan kunst en cultuur.

2. Vandaag de dag

Tegenwoordig bestaat de vrijetijd van de Nederlander uit één of meerdere kunst en cultuuractiviteiten. Aangezien de sector overal aanwezig is, is het ook niet zo lastig om in aanraking te komen met kunst en cultuur.

In 2015 nam 75% van de Nederlandse bevolking deel aan culturele vrijetijdsbesteding. (CBS, 2018). 33% van de bevolking doet aan amateurkunstbeoefening, het bespelen van een instrument en schilderen zijn het populairst volgens het Sociaal en Cultureel Planbureau (2018). Het aantal Nederlanders dat jaarlijks een cultureel evenement bezoekt ligt op 90% (Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 2017).

De interesse van de Nederlandse bevolking gaat het meest uit naar film en podiumkunst, met name popmuziek en cabaret. Dit blijkt uit een peiling gehouden door het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2017). Men vindt het belangrijk dat er een breed cultureel aanbod aanwezig is, toch kiest iedereen alleen activiteiten die binnen hun eigen interesses vallen. Het onderzoek van Walker en Scott-Melnyk (2001) geeft verschillende redenen waarom mensen aan kunst en cultuuractiviteiten deelnemen. Mensen willen graag dingen samen doen met hun vrienden of familie. Bovendien willen mensen organisaties en evenementen binnen de kunst en cultuursector die zij belangrijk vinden voor hun gemeenschap ondersteunen. Naast sociale redenen om te participeren kent men ook andere redenen. Het leren over kunst en het beleven hiervan is ook een beweegreden om aan kunst en cultuuractiviteiten mee te doen.

Cross overs

De kunst en cultuur sector is zeer divers en uitgebreid. Hierdoor kent de sector veel cross-overs. Kunst en cultuur wordt veelal in evenementen verwerkt, denk hierbij bijvoorbeeld aan het Amsterdam Light Festival. Naast dat kunst en cultuur wordt verbonden met de events sector, zijn er ook verbindingen te vinden in andere sectoren. De Rijksoverheid (2014) stimuleert deze verbindingen naar andere sectoren. Ze moedigt de kunst en cultuur sector aan om samen te werken met sectoren zoals: welzijn, zorg, sport en onderwijs. Een minder voor de hand liggende sector met cross-over naar kunst en cultuur is verstedelijking en stadsplanning. Kunst en cultuur wordt gebruikt om een creatieve stad te creëren (Markusen & Gadwa, 2010).

Nu het verleden en heden van de kunst en cultuursector is besproken in de afgelopen twee hoofdstukken is het tijd om hier dieper op in te gaan. In het volgende hoofdstuk wordt gekeken naar de huidige trends en ontwikkelingen die zich afspelen in de sector.

3. Trends en ontwikkelingen

In dit hoofdstuk worden de trends en ontwikkelingen nader bekeken. De focus ligt hierbij op het sociale aspect dat in dit onderzoek centraal staat. De ontwikkelingen die spelen in de kunst en cultuursector zijn digitalisering, 3rd place en subsidies.

Digitalisering is een ontwikkeling die al een tijd speelt en een grote invloed heeft op de kunst en cultuursector. Hierdoor zijn er veranderingen opgetreden in de manier van samenleven en communiceren. Dankzij digitalisering dringt kunst en cultuur sterker door in de samenleving, door middel van apps en Google kunnen musea virtueel bezocht worden en bestaan er livestreams van concerten. (RVC, 2014)

Volgens Van Minnen & Deckers (2018) is 3rd place de meest ontwikkelde trend. Het leven van vele mensen speelt zich af tussen privé en werk, dit zijn de eerste twee plekken. De 'third place' wordt gezien als een plek waar verschillende mensen elkaar kunnen ontmoeten en past bij de gedachte dat privé en werk door elkaar lopen. Hierdoor veranderen plekken als musea en bibliotheken in ontmoetingsplekken.

Een van de meest ingrijpende ontwikkeling waar de gehele sector nog steeds mee te maken heeft is de bezuinigingsgolf die sinds 2010 ontstond door de economische crisis. Hierdoor zijn in de afgelopen jaren het aantal subsidies in de kunst en cultuursector sterk teruggelopen. In 2005 bestond ruim twee derde van de inkomsten uit subsidies, in 2015 was dat 47% (CBS, 2017). Door deze bezuiniging zijn kunst en culturele instellingen gewezen op hun eigen inkomsten, wat heeft geleid tot verhoging van entreekaartjes en andere inkomsten of tot sluiting van culturele instellingen.

De afgelopen jaren hebben de bovenstaande ontwikkelingen plaatsgevonden waaruit trends zijn voortgekomen. Het inspelen op trends en ontwikkelingen is erg belangrijk voor kunst en culturele instellingen zodat ze zich kunnen onderscheiden van de concurrenten. Door een andere manier van werken kunnen culturele instellingen blijven voortbestaan. Digitalisering zal nog lang in ontwikkeling blijven omdat er steeds nieuwe innovaties ontstaan, hierop kan de kunst en cultuursector zich verder profileren. Privé en werk zullen niet lang meer gescheiden zijn, kunst en culturele instellingen brengen hier verandering in doormiddel van het ontwikkelen van een 3rd place om nieuwe mensen op nieuwe plekken te leren kennen.

4. Integratie met leisure

De kunst en cultuursector is zeer uitgebreid, hierdoor zijn er genoeg activiteiten om te doen. Men kan de sector bezoeken, maar ook beoefenen. Bovendien is kunst en cultuur al volop aanwezig in ons dagelijks leven: designvoorwerpen in huis, muziek op de achtergrond, maar ook op tv is genoeg te zien. Hieronder wordt de integratie van de kunst en cultuursector met vrijetijd nog verder besproken.

Serious leisure

Serious leisure zijn activiteiten die men doet in zijn of haar vrijetijd waarvoor bepaalde kennis, vaardigheden en ervaring nodig is. Binnen serious leisure zijn drie categorieën te onderscheiden: amateur, vrijwilliger en hobbyist. (Stebbins & Elkington, 2014) Amateur activiteiten zijn gekenmerkt door een professionele tegenhanger. Door middel van de activiteit voorzien professionals in hun levensonderhoud, dit is niet van toepassing op amateurs. Zoals in het hoofdstuk over de kunst en cultuursector vandaag de dag staat, zijn er veel amateurkunstbeoefenaars in de sector. Zij bespelen een instrument of doen aan theater of dans.

Bij hobbyisten ontbreekt de professionele tegenhanger. Hobbyisten in de kunst en cultuur sector zijn mensen die schilderen, fotograferen, etc.

Vrijwilligerswerk is een ongebonden, productieve activiteit die mensen graag willen doen. Vrijwilligers in de kunst en cultuur sector zijn onder andere te vinden op de sector gerelateerde evenementen.

Project-based leisure

Onder project-based leisure vallen activiteiten die een planning vergen. Het zijn activiteiten die vaak maar één keer plaatsvinden en waarvoor moeite en kennis nodig zijn. (Stebbins & Elkington, 2014) Onder andere festivals vallen onder project-based leisure, een groot aantal festivals zijn een cross-over met kunst en cultuur. Daarnaast kunnen kunst en cultuur evenementen, zoals theater- en dansvoorstellingen ook in deze leisure categorie onderverdeeld worden. Naast evenementen zijn vakanties ook project-based leisure. Veel reisorganisaties bieden diverse (kunst en) cultuur reizen aan. Tijdens deze reizen worden musea en cultuurmonumenten bezocht en wordt de cultuur van de bestemming uitgelicht.

Casual leisure

Stebbins en Elkington (2014) omschrijven casual leisure activiteiten als activiteiten die meteen voldoening brengen, deze activiteiten worden gedaan vanwege hun hoge gehalte van vermaak. Voor casual leisure heeft men geen kennis of vaardigheden nodig. Een voorbeeld van zo'n activiteit die binnen de kunst en cultuursector valt is het kijken van een documentaire op Netflix.

In dit hoofdstuk werden maar enkele voorbeelden van vrijetijdsbesteding in de kunst en cultuursector genoemd. Kunst en cultuur is overal, in wat we doen, maar ook om ons heen. Van hobby's tot aan buitenlandse reizen, er is genoeg te beleven voor iedereen.

5. Museumnacht Amsterdam

In dit hoofdstuk wordt een evenement uit de kunst en cultuursector toegelicht. Hieronder zal worden besproken wat het evenement inhoudt, toekomstperspectief van het evenement, de trends en ontwikkelingen binnen het evenement en het belang voor de kunst en cultuursector.

Algemeen

De Museumnacht Amsterdam is een jaarlijks terugkerend evenement dat plaatsvindt op de eerste zaterdag van november van 19:00 tot 02:00 uur. Tijdens deze avond openen meer dan 50 musea en culturele instellingen hun deuren. Naast het bekijken van de exposities kan men genieten van eten en drinken, live muziek en entertainment. Wanneer het eerste museum wordt bezocht krijgt je een polsbandje waarmee je gratis een museum mag bezoeken na de Museumnacht. (Museumnacht Amsterdam, 2018) De Museumnacht Amsterdam wordt georganiseerd door N8, zij hebben als doel jongeren te verbinden met de musea van Amsterdam. De Museumnacht heeft dan ook als doelgroep 18-35 jarigen. Ongeveer driekwart van de bezoekers valt binnen deze doelgroep. De afgelopen 10 jaar is de Museumnacht volledig uitverkocht geweest. (N8, 2018) In 2017 bezochten 33.000 bezoekers de Museumnacht. De stichting behaalde in dit jaar een omzet van €623.722, hiervan is €102.471 winst. In 2016 had de stichting nog een verlies van €18.000, maar door middel van extra inkomsten uit kaartverkoop, sponsoring en barterovereenkomsten is de winst toegenomen. (N8, 2018)

Trends en ontwikkelingen

De trends die eerder zijn beschreven zijn ook zichtbaar in de Museumnacht Amsterdam. De trend digitalisering wordt teruggevonden in de app die is ontwikkeld voor de Museumnacht. In de app staat het gehele programma, worden er routes aangeboden en worden wachtrijen voorkomen door een druktemeter die aangeeft hoe druk het is in de deelnemende musea.

Ook de trend 3rd place komt aan bod omdat de musea niet alleen als educatief doeleinde worden gebruikt. Het is tijdens het evenement ook een plek om nieuwe mensen te ontmoeten en te leren kennen.

Stichting Museumnacht Amsterdam krijgt geen subsidie. Maar liefst 80% van de begroting wordt gegenereerd door de inkomsten van de kaartverkoop (Stichting Museumnacht Amsterdam, 2018). Ook wordt een deel van de begroting uit sponsoring gehaald. De deelnemende musea krijgen ongeveer 15% van het begrote bedrag waardoor er weer investeringen in de musea kunnen worden gedaan.

Toekomstperspectief

Een doorontwikkeling die Museumnacht Amsterdam kan maken is een meerdaags evenement organiseren, zodat er meer mensen het evenement kunnen bezoeken. Deze ontwikkeling kan gemaakt worden doordat de afgelopen jaren de kaarten van het evenement steeds eerder werden uitverkocht. In 2017 werden de kaarten twee dagen voor de start van het evenement uitverkocht, in 2018 was dit al ruim 7 dagen voor het evenement. Dit betekent dat het evenement als populair wordt bevonden.

Belang voor de sector

Museumnacht Amsterdam (2018) wil de nieuwe generatie activeren om musea te bezoeken. Jongeren geven de voorkeur aan populaire cultuur, zoals festivals en film en gaan steeds minder naar musea. Aangezien musea ook tot de kunst en

cultuursector behoren is de Museumnacht Amsterdam een belangrijk evenement voor de sector. Door de interesse van de nieuwe generatie te wekken behoudt de kunst en cultuursector zijn diversiteit.

Museumnacht Amsterdam is een populair, goedlopend evenement met toekomstperspectief. Het heeft een duidelijke missie en visie en is van belang voor de kunst en cultuursector.

Conclusie

De vraag die centraal staat in dit rapport is 'Wat is het belang van de kunst en cultuursector voor de Leisure & Event industrie?'

Het verleden van de sector bestaat uit de vele aanpassingen in het cultuurbeleid. Tegenwoordig kenmerkt het beleid zich door de bezuinigingen in de kunst en cultuursector. Dit weerhoudt de Nederlander niet ervan om deel te nemen aan dit soort activiteiten. Negen op de tien Nederlanders bezoekt jaarlijks een cultureel evenement en driekwart neemt deel aan vrijetijdsactiviteiten in de kunst en cultuursector. Doordat de sector zo breed is komen veel Nederlanders ermee in contact. Men vindt het ook zeer belangrijk dat de sector zo uitgebreid mogelijk blijft. Onder andere de Museumnacht Amsterdam waarborgt deze diversiteit. Ook de trends en ontwikkelingen die spelen in de kunst en cultuursector zijn terug te zien in de Museumnacht. Deze trends zijn digitalisering, 3rd place en subsidies.

Kortom, de kunst en cultuursector is erg belangrijk voor de Leisure & Event industrie. Van een groot deel van de Nederlanders bestaat hun vrije tijd onder andere uit kunst en cultuuractiviteiten. Bovendien zorgt de sector voor solidariteit.

Bronnen

Blokland, H. (1997) *Publiek gezocht. Essays over cultuur, markt en politiek*. Rotterdam: Boom.

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2017). Trends in Nederland 2017. Geraadpleegd op 19 december, 2018, via <http://catalogus.boekman.nl/pub/P17-0538.pdf>

Centraal Bureau voor de Statistiek, (2018). *Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd: deel 2*. Geraadpleegd op 2 december 2018, via <https://www.cbs.nl/nl-nl/publicatie/2018/47/tendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd-2018>

Kamp, M. van der, & Ottevanger, D. (2003). *Cultuureducatie en sociale cohesie. Een verkennend onderzoek*. Utrecht: Cultuurnetwerk Nederland.

Keunstwurk. (2016). Samen werken aan Kunst en Cultuur in Fryslân. Geraadpleegd op 20 december 2018, via <https://www.keunstwurk.nl/wp-content/uploads/2017/09/Keunstwurk-Rapport-Samen-werken-aan-Kunst-en-Cultuur-in-Fryslân.pdf>

Markusen, A., & Gadwa, A. (2010). Arts and Culture in Urban or Regional Planning: A Review and Research Agenda. Geraadpleegd op 19 december 2018, via <https://doi.org/10.1177/0739456x09354380>

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. (2017). Cultuur in beeld. Geraadpleegd op 12 december 2018, via <https://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ministerie-van-onderwijs-cultuur-en-wetenschap/documenten/rapporten/2017/10/23/cultuur-in-beeld-2017>

Minnen, D. van, & Deckers, M. (2018). Trendcurve 2018. 28 trends voor Bibliotheken, culturele en maatschappelijke instellingen. Rijnbrink. Geraadpleegd op 19 december 2018, via <http://catalogus.boekman.nl/pub/P18-0430.pdf>

Museumnacht Amsterdam. (2018). Info. Geraadpleegd op 20 december 2018, via <https://museumnacht.amsterdam/info>

N8. (2018). Jaarverslag Stichting N8 2017. Geraadpleegd op 20 december, 2018, via <http://www.n8.nl/publicaties/>

N8 (2018). Meerjarig Beleidsplan Stichting N8 2018-2021. Geraadpleegd op 20 december, 2018 via <http://www.n8.nl/publicaties/>

N8. (z.j.). Museumnacht. Geraadpleegd op 20 december 2018, via <http://www.n8.nl/producties/museumnacht/>

Oosterbaan Martinius, W. (1990) *Schoonheid, welzijn, kwaliteit. Kunstbeleid en verantwoording na 1945*. Den Haag: Gary Schwartz/SDU.

Pots, R. (2010) *Cultuur, koningen en democraten. Overheid en cultuur in Nederland*. Amsterdam: SUN.

Raad voor Cultuur. (2014). De cultuur verkenning. Ontwikkelingen en trends in het culturele leven in Nederland. Geraadpleegd op 19 december 2018, via https://eenvandaag.avrotros.nl/fileadmin/editorial/docs/de_cultuurverkenning.pdf

Rijksoverheid. (2014). Cultuur verbinden met andere sectoren. Geraadpleegd op 12 december 2018, via <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/kunst-en-cultuur/cultuur-verbinden-met-andere-sectoren>

Sociaal en Cultureel Planbureau. (2018). Alle ballen in de lucht. Geraadpleegd via https://www.scp.nl/Publicaties/Alle_publicaties/Publicaties_2018/Alle_ballen_in_de_lucht

Stebbins, R. A., & Elkington, S. (2014). *Serious Leisure: A Perspective for Our Time*. New York: Routledge.

Stichting Museumnacht Amsterdam. (2018). Financieel overzicht 2017. Staat van baten en lasten over 2017. Geraadpleegd op 19 december 2018, via <http://www.n8.nl/cms/content/uploads/2018/07/Financieel-overzicht.pdf>

Walker, C., & Scott-Melnyk, S. (2001). Reggae to Rachmaninoff: How and Why People Participate in Arts and Culture. Geraadpleegd via <https://eric.ed.gov/?id=ED472478>

Reflectie

Mariska:

De samenwerking met Ilse heb ik als erg prettig ervaren. De onderlinge communicatie was goed, wanneer er vragen of onduidelijkheden waren konden we altijd bij elkaar terecht en vulden we elkaar goed aan. Voor mij was de start van het onderzoek erg moeizaam, het zoeken naar geschikte bronnen heb ik als lastig ervaren. Dit komt omdat de kunst en cultuursector erg breed is.

De taakverdeling tussen ons was goed en reëel. Naar mijn beleving hebben Ilse en ik evenveel input gegeven aan het rapport. Het cijfer dat ik geef voor de taakverdeling is een 8.

De voor opgestelde planning zijn we helaas niet helemaal nagekomen, dit doordat de start van het onderzoek erg moeizaam was voor ons beide. Het cijfer wat ik voor de werkplanning geef is een 6 omdat, ondanks dat we onze eigen planning niet zijn nagekomen, we wel voor de opgegeven deadline klaar waren.

Na dat de start van het onderzoek zo moeizaam is verlopen ben ik uiteindelijk wel tevreden over de informatie en het resultaat van het rapport. Daarom geef ik het resultaat van dit onderzoek een 7.

Een punt dat ik persoonlijk wil verbeteren is het nakomen van de zelfgemaakte planning. Wanneer ik iets voor mezelf inplan moet ik leren om het ook echt na te komen. Een ander punt dat ik graag wil verbeteren is om van tevoren beter de opdracht door te lezen zodat ik weet wat er verwacht wordt en eventueel eerder vragen kan stellen aan de coaches of klasgenoten.

Ilse:

Ik vind dat we de taken eerlijk verdeeld hebben. Ieder heeft een aantal deelvragen gemaakt en een deel geschreven over het evenement. Bovendien hebben we elkaar geholpen waar nodig. Ook de overige onderdelen van het rapport hebben we eerlijk verdeeld naar mijn mening. We hebben elk onderdelen gekozen waar we ons comfortabel bij voelden. Ik geef de taakverdeling dan ook een 9.

De werkplanning is daarentegen een stuk minder gegaan dan de taakverdeling. Hoewel we wel een globale planning hadden gemaakt is het ons niet gelukt om ons hieraan te houden. Dit komt onder andere doordat we moeite hadden met bronnen vinden. Doordat de sector zo breed is wist ik niet zo goed waar ik moest beginnen met zoeken. Gelukkig was het de laatste week voor het inleveren relatief rustig, dus kon ik veel uren aan het rapport besteden. De werkplanning geef ik het cijfer 5.

Ik heb gemengde gevoelens over de tevredenheid van het resultaat van het rapport. Aan de ene kant ben ik best blij dat we nog een redelijk rapport hebben kunnen neerzetten gezien de moeilijke start. Aan de andere kant denk ik dat er nog meer verdieping in sommige stukken kan worden aangebracht. Echter was ik ook bang dat

ik over het maximum aantal worden zou gaan, waardoor ik zo kort en bondig mogelijk heb proberen te schrijven. De tevredenheid geef ik het cijfer 6,5.

Voor een volgende keer wil ik proberen iets dieper op de stof in te gaan. Als ik mij gewoon aan de planning had gehouden dan had ik dit kunnen doen, maar dit is helaas niet gelukt.

