

Bestuur Rendement

JAARGANG 14 ► NUMMER 1 ► MAART 2011

INHOUD

- 1 **Verskillende soorten evenementen** 2
seminar • beurs • personeelsfeest • congres • symposium • sponsorbijeenkomsten • een feest voor vrijwilligers • open dag • informatiemarkt.
 - 2 **Uit de startblokken** 6
activiteiten • organisatiecomité • draaiboek • vereiste vaardigheden • vrijwilligers: leden inschakelen
 - 3 **De onderdelen van een evenement** 9
doelstelling • doelgroep • budget • tijdstip • programma-sponsoring
 - 4 **De aankondiging** 14
gastenlijst • drukwerk • pers • publiciteit • type uitnodiging
 - 5 **Plaats van bestemming** 16
soorten locaties • parkeren • vervoer
 - 6 **Bestelling en levering** 19
briefing • catering • bediening • techniek • presentatie
 - 7 **Regels en verzekeringen** 22
beveiliging • bewaking • vergunning • verzekeringen • etiquette • fiscale regels sponsoring
- Bijlage 1 **Aanvraag evenementenvergunning** 27
- Bijlage 2 **Voorbeeld calamiteitenplan** 30

DOSSIER EVENEMENTENORGANISATIE

Profiteer van een goed georganiseerd evenement

Nu de sponsors en donateurs niet voor het oprapen liggen, is het belangrijk dat u nagaat hoe u uw huidige sponsors/donateurs aan u kunt binden én hoe u nieuwe geldschieters kunt werven. Hiervoor kunt u onder meer gebruikmaken van speciale sponsoravonden (waar uw sponsors kunnen netwerken), een open dag voor uw donateurs en andere belangstellenden, etcetera. En om ook uw leden, vrijwilligers en werknemers aan uw organisatie te binden, kunt u vrijwilligers- en personeelsfeestjes en

ledenavonden organiseren. En misschien heeft u ook wel een goede aanleiding om een congres, beurs of symposium te organiseren. Bij de organisatie van dergelijke evenementen komt behoorlijk wat kijken. U zult onder meer een goede planning en draaiboek moeten opstellen, uw eigen medewerkers moeten aansturen en zakelijke afspraken moeten maken met leveranciers (cateraar, drukkerij, bloemist, etcetera). Dit themadossier biedt u talloze praktische tips om een goed evenement neer te zetten.



Verschillende soorten evenementen

Een evenement kan voor een organisatie een goede manier zijn om een bepaalde boodschap te verkondigen en mensen ergens toe aan te zetten. Mogelijk kan uw stichting of vereniging door de organisatie van een evenement mensen ertoe bewegen om fondsen te werven of een bepaalde dienst af te nemen. Een evenement kan verschillende vormen hebben – van een seminar tot een sponsorbijeenkomst. Kortom: evenementen zijn er in verschillende soorten en maten. Welke vorm of combinatie van vormen u kiest, is van een aantal factoren afhankelijk.

U zult even goed moeten nadenken over wat voor soort evenement u precies wenst. De vorm of combinatie van vormen die u kiest, is onder andere afhankelijk van:

- de doelgroep (voor wie organiseert u het evenement);
- het aantal mensen;
- de tijd en het budget;
- de boodschap die uw organisatie wil uitdragen;
- het doel dat u wilt bereiken.

1.1 Soorten evenementen

Het is belangrijk dat u helder voor ogen heeft voor wie u het evenement organiseert, wat de boodschap is en welk doel u wilt bereiken. U kunt de vorm van uw evenement hier namelijk op afstemmen. Een jubileum van een stichting kunt u onder de aandacht brengen met een tweedaags congres, maar ook met een feestelijke open dag. Medewerkers informeren over de organisatiedoelstellingen

kan door het organiseren van workshops, maar ook door een combinatie van een symposium en workshops. Probeer in te schatten wat voor uw doelgroep het meest aantrekkelijk is.

Gouden regel

De gouden regel van de communicatie is: verplaats je in de ontvanger en stem daar je boodschap op af. Daarbij is steeds de vraag: hoe brengt u de boodschap en wat zegt het de mensen? Is het versterkend, bedreigend, een ver-van-hun-bed-show, worden ze er enthousiast van, herkennen ze hun eigen rol? Het komt regelmatig voor dat bijeenkomsten erg 'zendergericht' zijn, dat te weinig rekening wordt gehouden met de mensen voor wie de bijeenkomst is bedoeld. De kans bestaat dat de boodschap dan niet overkomt.

In hoofdstuk 3 leest u meer over de doelgroepen en doelstellingen van een evenement. In de bijlagen verderop in dit dossier vindt u de te nemen stappen bij

Een enerverend congres over een zwaarmoedig onderwerp

Het bestuur van een academisch ziekenhuis dat onder meer patiënten met Multiple Sclerose behandelt, vroeg een evenementenorganisator een congres te organiseren. Het doel van dit congres was het informeren van zo'n zeventig verpleegkundigen die MS-patiënten behandelen en begeleiden.

Symposium

De organisator zorgde voor een symposium in een voormalig klooster in het hart van Den Haag. Naast een gezamenlijk

gedeelte konden de verpleegkundigen een drietal workshops volgen over het werken met MS-patiënten. Hoewel MS een gevoelig onderwerp is, werd de bijeenkomst geen zwaarmoedige gebeurtenis. Dit kwam vooral door de aanwezigheid van een bijzondere verpleegkundige en een coffeeshophouder. Aangezien cannabis bij de behandeling van MS een rol kan spelen, bleek deze bijzondere ondernemer tot hilariteit van de aanwezigen uit te zijn op samenwerking. Enkele verpleegsters

ontroerden de aanwezigen door het zingen van liederen en het voordragen van gedichten.

Nagenieten

Daarnaast kregen verpleegkundigen volop de mogelijkheid om ervaringen met elkaar uit te wisselen. Een fotograaf legde de feestelijke momenten vast en de foto's werden op het intranet gepubliceerd, zodat de verpleegkundigen later nog eens na konden genieten.

De NMa jubileert en stelt zich voor... met feestthema 'De Voorstelling'

De Nederlandse Mededingingsautoriteit had twee goede aanleidingen om haar medewerkers te trakteren op een feestelijke gebeurtenis: een eerste lustrum en een nieuwe directeur-generaal. De organisator bedacht een verrassende manier om de vijfjarige historie en de nieuwe directeur aan enkele honderden genodigden voor te stellen: De Voorstelling.

Stel je voor...

Het Haagse Theater Concordia werd voor deze kerstavond omgetoverd tot een

centrale feestruimte, aangevuld met enkele aparte theatertjes. Hier stelde de nieuwe directeur-generaal zichzelf en het thema 'De Voorstelling' aan zijn gasten voor.

Tijdens het feest dat daarna losbarstte, kon niet alleen naar hartenlust worden gegeten, gedronken en gedanst, maar konden de bezoekers ook genieten van amusement.

Muziek in alle maten

In de grote feestruimte en foyers brachten vocalisten, een dj en een speciale gelegen-

heidsband muziek in alle gewenste maten, soorten en stijlen. Tot in de kleine uurtjes genoten de feestgangers massaal van een uitbundig feest dat in elk opzicht memorabel mocht heten. De uitreiking van een fraai vormgegeven jubileumboekje ter gelegenheid van het vijfjarige bestaan van de NMa, deed daar nog een schepje bovenop. En ook na het feest hadden de organisatoren ervoor gezorgd dat met professionele foto- en filmreportages de indruk écht onuitwisbaar bleef. De medewerkers zouden het feest niet snel vergeten.

de organisatie van deze evenementen. In dit hoofdstuk leest u aan wat voor evenementen u kunt denken.

1.1.1 Seminar

Een seminar is een eendaagse studiebijeenkomst, waarbij het ontvangen van informatie en de gelegenheid tot het stellen van vragen centraal staat. Seminars zijn meestal klein van omvang. De seminarbezoekers zijn geïnteresseerd in de over te dragen kennis van gezaghebbende deskundigen. Bij een seminar gaat de organisator uit van een zekere deskundigheid van de deelnemers. Op die manier kan uitwisseling – en niet slechts eenzijdige consumptie – van kennis plaatsvinden. Zorg er daarom voor dat u op tijd deskundigen benadert met de vraag of zij willen spreken.

1.1.2 Congres

Wilt u als bestuurder van een non-profitorganisatie voor uw medewerkers een evenement organiseren waarbij uitvoerige kennisoverdracht voorop staat, dan is een congres een geschikte optie. Een congres is een meerdaagse studiebijeenkomst waar gezaghebbende sprekers een centraal thema behandelen. De uitwisseling van informatie tussen deelnemers onderling is hierbij erg belangrijk. Onder andere in de medische wereld zijn congressen een bekend fenomeen. Net als bij een seminar is het op tijd regelen van sprekers zeer belangrijk.

1.1.3 Workshop

Een workshop is een eendaagse werkbijeenkomst voor kleinere gezelschappen, gericht op het overbrengen van kennis en vaardigheden of het demonstreren van uw organisatiedoelstelling of diensten. Een workshop kan bijvoorbeeld bestaan uit een rollenspel of uit het maken van opdrachten. De meeste mensen weten een workshop te waarderen, omdat zij hierbij niet uitsluitend passief hoeven te luisteren, maar actief kunnen deelnemen. Anders dan bij een lezing hebben de aanwezigen de mogelijkheid tot intensieve discussie en het oefenen en verbeteren van vaardigheden. De workshopleider is daarbij aanwezig om bij te sturen en aanvullende informatie te geven. Het doel van een workshop is vaak het vergroten van het inzicht in bepaalde onderwerpen door het actief deelnemen van de participanten. Het is vaak ook een goede onderbreking na een informatiebijeenkomst.

Een professionele aanpak

Een enkele keer wordt de organisatie van een evenement een te grote onderneming voor u alleen. Denk bijvoorbeeld aan een complex meerdaags congres, om maar iets te noemen. Bedenk dan dat u professionele hulp kunt inroepen van een PCO (Professionele Congres Organisator).

1.1.4 Symposium

Een symposium kan het technische of wetenschappelijke 'hart' zijn van een beurs of expositie, waar de laatste ontwikkelingen op een bepaald vakgebied aan de orde komen. Bezoekers van symposia hebben vaak een academische of wetenschappelijke achtergrond of zijn experts op het gebied van het te behandelen onderwerp.

Een symposium is een korte, eendaagse studiebijeenkomst, waarin een bepaald thema wordt behandeld. Er worden verschillende lezingen gegeven over een bepaald onderwerp. Als bestuurder van een stichting of vereniging nodigt u een aantal sprekers uit die op topniveau met het desbetreffende onderwerp bezig zijn. Door middel van een forumdiscussie kunnen bezoekers onderling kennis uitwisselen. Een dergelijk evenement valt of staat met de persoon die de discussie leidt. Helaas komt het nog wel eens voor dat een discussie niet op gang komt. Een discussie aan de hand van stellingen, begeleid door een goede gespreksleider, kan echter zeer succesvol zijn.

1.1.5 Jubilea en personeelsfeesten

Jubilea en personeelsfeesten hebben gemeen dat er reden tot feesten is. Omdat een medewerker een bepaald aantal jaren bij de non-profit werkzaam is, omdat uw organisatie zo veel jaar bestaat of omdat er nu eenmaal besloten is dat eens per jaar 'iets leuks' wordt gedaan voor het per-

soneel. Ook een vrijwilligersbijeenkomst is mogelijk. Een jaarlijks feestje is dan een goede gelegenheid om vrijwilligers te bedanken voor hun inzet.

Het doel van een vrijwilligersbijeenkomst kan ook zijn om de aanwezigen goed voor te bereiden op het vrijwilligerswerk dat ze voor uw non-profitorganisatie gaan verrichten. Uw organisatie kan laten zien hoe vrijwilligers hun werk zinvol kunnen maken. Ook kunt u met vrijwilligers aspecten als bijvoorbeeld veiligheid, en gezondheid bespreken. Vrijwilligers kunnen tijdens deze bijeenkomst andere vrijwilligers ontmoeten die zich inzetten voor uw stichting of vereniging. U kunt zo'n bijeenkomst natuurlijk ook in de vorm van een feest gieten, om de vrijwilligers te bedanken voor hun inzet.

Creatieve kant

Bij de organisatie van deze evenementen kan uw personeel zich van zijn meest creatieve kant laten zien. Creativiteit bij het organiseren van het personeelsfeest komt vaak tot uitdrukking in de keuze of aankleding van de locatie, denk bijvoorbeeld aan een kasteellocatie. Maar een creatieve aanpak kan zich ook uiten in de keuze voor de hapjes en drankjes – denk aan een warm of een koud buffet – en geschenkjes als aandenken aan de dag. Houd bij de feestelijkheden rond een jubileum wel even rekening met uw organisatiecultuur. Denk daarbij aan de keuze

voor een bepaalde cover- of feestband, act of artiest, maar ook aan creatieve workshops, een themafeest of een andersoortige vorm van vermaak, zoals een uitje. U kunt ervoor kiezen om uw personeel door middel van een vragenlijst te laten kiezen voor een bepaalde variant.

1.1.6 Open dag

Een open dag is een evenement dat uw non-profitorganisatie om verschillende redenen kan houden, bijvoorbeeld omdat de vereniging zoveel jaar bestaat of omdat er net een verbouwing is afgerond. Het kan heel geschikt zijn om donateurs eens een kijkje te laten nemen. Ze kunnen dan zien wat er met hun geld gebeurt. Het kan ook heel goed werken om hen naar aanleiding hiervan zelf te laten bepalen wat er met hun geld gebeurt – ze kunnen dan kiezen tussen een aantal projecten. Maar ook een verhuizing kan aanleiding zijn om een open dag te houden. Soms is het traditie dat een vereniging of stichting één keer per jaar de deuren opent om alle geïnteresseerden een kijkje achter de schermen te bieden. Dit is natuurlijk een goed moment om doelgroepen en leden uit te nodigen. De sfeer van een open dag is doorgaans luchtig en gezellig. Zorg ervoor dat er voldoende medewerkers aanwezig zijn om vragen van geïnteresseerden te beantwoorden. In principe moet iedere medewerker op de open dag ambassadeur zijn van uw stichting of vereniging.

Zijn de kinderen van uw medewerkers ook welkom? Zet dit dan duidelijk op de uitnodiging. Een ideeetje is om iets leuks voor de kinderen in petto te hebben als de borrel begint, bijvoorbeeld een ballonnenclown of een springkussen.

Regel zelf de aankleding van uw stand!

1.1.7 Beurs

Tot nu toe ging het om het organiseren van uw eigen evenement. Uw organisatie kan natuurlijk ook deelnemen aan een evenement van een andere partij. Bijvoorbeeld deelname aan een beurs kan een goed moment zijn om de producten en diensten van uw organisatie onder de aandacht te brengen en de relaties met ondernemingen te versterken. Het is de ideale plaats om uw non-profitorganisatie te promoten en nieuwe geïnteresseerden aan de organisatie te binden.

Aantrekkingskracht

Ook de aankleding van de stand moet u zelf regelen. Die aankleding is uiteraard afhankelijk van het thema of aandachtsgebied waarmee uw organisatie is verbonden en natuurlijk van het budget. De

Docenten in het zonnetje gezet met variété, slapstick en cabaret

Het bestuur van een grote scholengemeenschap wilde de docenten en het ondersteunend personeel extra in het zonnetje zetten vanwege het vijfde lustrum. Ze pakte de zaak daarom groots aan. Er ontstond een daverende feestavond, die voor de honderden gasten letterlijk een grootse gebeurtenis werd.

Cabaret

In een mooi gelegen kasteel met prachtige gewelven en zalen, wachtte de genodigden een warme ontvangst. In de grote zaal speelde relaxte muziek, het bestuur

sprak een hartelijk welkomstwoord en professionele muzikanten presenteerden met een op maat geschreven lied het thema: 'Leer aardig'. En geheel volgens plan werden de docenten in het zonnetje gezet met mooie muziek, uitgebreide buffetten, cabaret, variété en slapstick. In de ene zaal werden de feestvierders uitgedaagd door een behendig improviserende cabaretier, in de andere heerste een prettige loungesfeer. En terwijl de hilarische sketches van een toneelgezelschap op de lachspieren werkten, konden de decanen, docenten en conciërges in The

Loony Boogie Woogie Bar uit volle borst meezingen op toepasselijke teksten.

Grand Finale

Zoals het een groot feest betaamt, kreeg de avond een daverende climax. In de grote feestzaal werd het vijf man sterke Tony Winston Quartet versterkt met muzikanten en vocalisten die elders de muzikale stemming hadden bepaald. Er ontstond een muzikale Grand Finale die zijn weerga niet kende en pas eindigde toen alle gasten de weg naar buiten hadden gevonden.

visuele indruk die uw stand maakt op een evenement is van essentieel belang. Het zegt veel over uw organisatie én het bepaalt welke leden of potentiële donateurs u aantrekt. De stand kunt u als een weergave van uw organisatie beschouwen. U moet een korte en krachtige blikvanger hebben, waarmee u in enkele seconden de aandacht van het publiek trekt. Om uw publiek te bereiken, kunt u tekst maar beter beperken tot een minimum. Maak voor de belangrijkste info gebruik van slagzinnen en denk na over welke beelden het snelst de aandacht lokken. Voor wat betreft de aankleding van de stand: denkt u eens aan het deskundige advies van een standbouwbedrijf.

1.1.8 Sponsorbijeenkomst

De kans is groot dat u als bestuurder van een stichting of vereniging wel eens dankbaar gebruik heeft gemaakt van overheidssubsidies of geld van fondsen. Helemaal worden overheden en fondsen steeds minder scheutig met geld. Gelukkig biedt sponsoring – het samenwerken met bedrijven – een goed alternatief voor overheidssteun. Van goede sponsoring worden beide partijen beter: de sponsor heeft er in bedrijfseconomische zin baat bij en uw organisatie krijgt meer en betere mogelijkheden om uw (stichtings- of verenigings)doelen te realiseren. Een manier om uw huidige sponsors aan uw

Kwaliteit checken

In de evenementenbranche is een trend zichtbaar om voor meer bijzondere, niet-massale activiteiten te kiezen. Verschillende evenementenbureaus kunnen u hierbij ondersteunen. De mogelijkheden zijn onuitputtelijk, maar hier geldt één waarschuwing: check persoonlijk de kwaliteit waar u voor kiest.

organisatie te binden én om nieuwe geldschieters te werven, is het organiseren van een sponsorbijeenkomst.

Netwerken

Zo'n speciale sponsoravond kan een ideale gelegenheid zijn. Uw geldschieters krijgen de kans om te netwerken, dat hen allerlei voordelen kan opleveren. Bovendien is het voor uw organisatie een mooie gelegenheid om iets terug te doen voor trouwe sponsorcontacten én om kennis te maken met nieuwe sponsors. U kunt ook denken aan een 'fundraising' sport- of muziekevenement dat door uw organisatie op touw is gezet. Uw sponsor krijgt hiervoor dan gratis toegangskaarten. Samen met enkele belangrijke relaties bezoekt de directeur uw evenement. In een informele omgeving kunnen aanwezigen banden aanhalen of zaken doen.

1.1.9 Informatiemarkt

U kunt er ook voor kiezen om een informatiemarkt te organiseren voor medewerkers en belangstellenden. Daar kunnen zij op hun gemak rondlopen en zich laten informeren over de laatste ontwikkelingen, nieuwe methoden en leermiddelen binnen uw stichting of vereniging. Zo'n informatiemarkt kan ook een mooie gelegenheid zijn om nieuwe leden of donateurs te werven en contacten te leggen.

1.2 Formeel en informeel

Vooraf bij de organisatie van kennisoverdragende evenementen moet u zorgen voor de juiste afstemming tussen formaliteit en informaliteit. Het formele gedeelte moet uiteraard van een hoog niveau zijn. Voor een geslaagd informeel gedeelte is een gezellige sfeer waarin mensen persoonlijke ervaringen kunnen uitwisselen belangrijk. De informele ontmoetingen zijn een niet te onderschatten onderdeel van bijeenkomsten. Bezoekers kunnen even ontsnappen aan een intensief deel van het programma dat veel vraagt van de concentratie van de deelnemers. Als partners welkom zijn, kan het soms wenselijk zijn om voor hen een alternatief programma op te stellen. Dit kost tijd. Bovendien moet u weten met wat voor mensen u te maken heeft om het ook voor hen een geslaagd evenement te maken.

Wervingscampagne voor collectanten: informeren, kennismaken, boeien en binden

Voor een stichting die opkomt voor kinderen in oorlogsgebieden, zijn collectanten erg belangrijk. Zij zorgen namelijk voor een groot gedeelte van de inkomsten, waarmee de stichting haar doel kan realiseren. Omdat het aantal collectanten de laatste jaren nogal terugliep, vroeg het bestuur van de stichting een organisator om een campagne voor het werven van nieuwe collectanten te ontwikkelen.

Hippe bar en knusse huiskamer

Informeren, kennismaken, boeien en binden. Dat waren de activiteiten waar de organisator op inzette om nieuwe col-

lectanten te werven voor de stichting. Een verplaatsbaar huis met hippe bar en knusse huiskamer stond tijdens de campagne op verschillende marktpleinen en beurzen. In het huis waren twee collectanten aanwezig, die bezoekers verleidden binnen te komen om hun positieve ervaringen met het collecteren voor de stichting te delen. Na dit informerende gedeelte werden de bezoekers uitgenodigd voor één van de kennismakingsdiners. Tijdens deze diners maakten ze kennis met de stichting en het doel van de stichting. De twee collectanten uit het huis speelden ook hier weer een sleutelrol. Na informeren en kennismaken,

wilden zij potentiële collectanten boeien en binden.

Groots effect

Wat schoon drinkwater is voor kinderen in oorlogsgebieden, zijn collectanten voor de stichting: een levensvoorwaarde. De bouwstenen van de campagne waarmee de stichting potentiële collectanten wilde aantrekken, hadden effect. De stichting kreeg nog nooit zo veel aanmeldingen van nieuwe collectanten. Leuk detail is dat al een aantal andere stichtingen eenzelfde soort campagne hebben ingezet om collectanten te werven.

Uit de startblokken

Er is een evenement op komst. De mensen binnen uw organisatiecomité gaan dit organiseren. Afhankelijk van de grootte van het evenement kunt u maar beter op tijd beginnen met het samenstellen van dit organisatiecomité. Zo'n opdracht vergt – ongeacht wat voor evenement precies op stapel staat – in de eerste plaats veel tijd en energie. Mocht u de voorzitter zijn van het organisatiecomité, dan is het prettig als u op belangrijke momenten tijdens de organisatie met iemand anders kunt overleggen.

Voor en tijdens de aanvang van het project vinden de nodige brainstormsessies plaats. In dat proces zal de organisatiecommissie of het bestuur een belangrijke rol spelen. Dan is het toch goed om zo nu en dan hardop te kunnen vertellen wat er speelt en hoe u het verloop van het proces ervaart. Iemand anders, een collega, kijkt daar met een frisse blik tegenaan. Hierdoor komt u zelf misschien op een nieuw idee of ziet u in dat u iets over het hoofd heeft gezien. Een collega kan zelf ook nog wel eens een onverwachte bijdrage leveren. Het sleutelwoord hierbij is dat hij of zij als 'buitenstaander' tegen een project aankijkt waar u in uw hoofd misschien al weken mee bezig bent.

2.1 Uiteenlopende activiteiten

De activiteiten die bij het organiseren komen kijken, zijn enorm divers. In de eerste plaats gaat het niet alleen om het tijdstip waarop het evenement daadwerkelijk plaatsvindt, maar ook om de periode ervoor en erna. Maar dat niet alleen: u doet er goed aan om tijdens het organisatieproces ook nog onderscheid te maken in de interne organisatie, interne communicatie, publiciteit en financiën. Het is prettig om deze vier aspecten te kunnen

verdelen over verschillende collega's. U moet dan wel een vorm van overleg kiezen waarbij iedereen elkaar regelmatig op de hoogte houdt over de verrichte activiteiten.

2.1.1 Organisatiecomité

Ook een organisatiecomité heeft een voorzitter. Dat bent u. Verder is het van belang dat ieder teamlid op de hoogte is van wat van hem en de andere teamleden wordt verwacht. Verwarring over wie welke acties onderneemt, kan tot heel vervelende situaties leiden. Maak het daarom zo formeel mogelijk. Vergader met een vooraf rondgestuurde agenda en wijs iemand aan om te notuleren tijdens de bijeenkomst.

Taakverdeling organisatie

- Wie is de hoofdverantwoordelijke?
 - Wie is de budgetverantwoordelijke?
 - Wie zorgt voor de verslaglegging tijdens de vergaderingen?
 - Wat zijn de taken van de overige leden?
 - Zijn er afspraken gemaakt over het volbrengen van de opgedragen taken en zijn er deadlines gesteld?
-

2.1.2 Vrijwilligers

Het merendeel van de non-profitorganisaties werkt met vrijwilligers, die voor hun inspanningen geen salaris krijgen. Dit wil echter niet zeggen dat u bij de organisatie van een evenement geen eisen aan deze mensen mag stellen. Want om een simpel voorbeeld te geven: als u met een vrijwilliger afspreekt dat zij meehelpt met het drukken en flyeren van de uitnodigingen, moet u erop kunnen rekenen dat zij op de afgesproken dagen komt. Ook zullen alle vrijwilligers zich aan bepaalde regels moeten houden. Daarom is het raadzaam om bij het organiseren van een evenement afspraken te maken met uw vrijwilligers en deze schriftelijk vast te leggen in een vrijwilligersovereenkomst. In zo'n overeenkomst vermeldt u aan welke eisen de vrijwilliger moet voldoen. Hierbij kan het gaan om zogenoemde 'inhoudelijke eisen', waaraan zo'n medewerker moet voldoen om bij de organisatie te passen. Denk bijvoorbeeld aan een mensenrechtensymposium waarbij een vrijwilliger een juridische achtergrond heeft.

2.1.3 Pers

Vergeet het benaderen van de pers niet. Iemand binnen uw organisatie team zal daar een mooie taak aan hebben. Het hangt uiteraard wel van de doelstelling en de omvang van uw evenement af of het interessant genoeg is voor de media. De media vallen uiteen in regionale en landelijke, in kranten en radio- en televisiestations. Denk ook aan de diverse informatieve websites. Belangrijk is dat u goed overweegt of het wel of niet gewenst is dat de pers aanwezig is. Sommige evenementen hebben bijvoorbeeld een politiek gevoelige aanleiding. Een festiviteit organiseren rond de opening van een nieuw zorgcomplex voor mensen met gedragsproblemen zal met de nodige voorzichtigheid moeten gebeuren.

In het voortraject naar zo'n project zijn er namelijk altijd mensen 'tegen'. Denk bijvoorbeeld aan mensen die in het aangrenzende gebied wonen en bang zijn om hinder te ondervinden van patiënten die in de buurt worden behandeld.

Wees voorzichtig met uitnodigen van een journalist!

Persbeleid

Bij het uitnodigen van een journalist is voorzichtigheid vereist: de tegenpartij kan hem tijdens uw evenement ook bijpraten! U moet dus een goed persbeleid voeren. Onder de taken van het organisatieteamlid dat de 'pers doet', vallen:

- het versturen van het persbericht (denk aan het nabellen of het is aangekomen, dit vergroot de kans dat er iets mee gebeurt. Vraag of de redactie al kan inschatten of zij aandacht aan het evenement zal schenken);
- het samenstellen van een persmap met het persbericht, achtergrondinformatie en eventueel fotomateriaal.

2.2 Draaiboek

Al snel zal blijken dat de organisatie meer werk is dan u dacht. Naast het samenstellen van een organisatieteam is het daarom zaak om te werken met een draaiboek. Dit zorgt ervoor dat iedereen eenduidig en volledig op de hoogte is van de werkzaamheden en afspraken gedurende het gehele evenement. U kunt overigens het beste met twee draaiboeken werken: een korte versie voor de leveranciers en een uitgebreide versie voor alle medewerkers. De volgende zaken moeten daarbij aan de orde komen:

- Wanneer vindt het evenement plaats?
- Waar vindt het plaats?
- Wie is verantwoordelijk en wat zijn de taken van deze persoon?

Roep aan het einde van de voorbereidende fase van het evenement alle betrokken medewerkers bijeen voor een 'finale' vergadering waarin u het complete draaiboek nog eens grondig doorneemt. Tijdens deze vergadering deelt u ook een lijst uit met de telefoonnummers van alle mensen die meewerken aan het evenement.

Na het evenement

Het draaiboek stopt niet bij het evenement zelf. Ook acties na het evenement

verdienen een plaats in het draaiboek. Na afloop van het evenement kunt u namelijk niet op uw lauweren gaan rusten. Er is nog het een en ander te doen. Zo is het aardig om sprekers, artiesten en leveranciers een bedankje te sturen in de vorm van een briefje of een mailbericht. Mensen waar u bijzonder goed contact mee heeft gehad, kunt u ook even bellen. Wacht met zo'n bedankje niet te lang, hoe sneller na het evenement hoe beter. Mensen stellen het zeer op prijs als u er snel bij bent. Vervolgens moet er een kort verslag in de vorm van een persbericht naar de pers. Zorg dat digitaal fotomateriaal van het evenement voorhanden is, zodat u foto's mee kunt sturen. Werk eventueel het draaiboek bij voor een volgend evenement. Zorg ervoor dat het lid van het organisatieteam dat over de financiën gaat, een financieel eindverslag maakt. Maak ook een verslag van het evenement voor het personeelsblad of de externe nieuwsbrief.

Foto's

Foto's doen het overigens altijd goed. U kunt in het draaiboek opnemen om een fotograaf in te zetten bij uw evenement om alle gasten te fotograferen zodra ze aankomen. Misschien kunt u ook tijdens

'Let's stick together': een krachtig motto na fusie van scholen

Na de fusie van twee scholengemeenschappen werd een evenement georganiseerd om de medewerkers van de scholen dichter bij elkaar te brengen en te zorgen voor een ontspannen en prettige nieuwe werksituatie.

Talkshow

Onder het motto 'Let's stick together!' ging de organisator van het evenement aan de slag om een bijeenkomst voor alle betrokkenen te organiseren. Voorafgaand aan deze gebeurtenis werd een cameraploeg met twee verslaggevers op pad gestuurd om onder docenten en ondersteunend personeel de stemming over de fusie te peilen. Leidraad daarbij was de visie van de bestuursvoorzitter: 'Zorg dat

medewerkers zich lekker voelen in hun nieuwe werksituatie. Pas dan kunnen zij zich richten op het algemene doel van de scholengemeenschap: zorgen voor goed opgeleide middelbare scholieren en een hoog percentage geslaagden.' De soms confronterende filmfragmenten werden verwerkt in een 'live' talkshow waarbij de film de aangever was van de onderwerpen die door de bestuursvoorzitter werden behandeld en toegelicht.

Speeddate

Rode draad van het evenement was uiteraard het thema: 'Let's stick together!'. In de bus naar de locatie kregen de medewerkers van de bestuursvoorzitter stickers en kauwgom om hen alvast voor te bereiden

op de toepassing van het thema, dat zowel op luchtige als serieuze momenten van de dag een rol speelde. Acteurs, die ook als gastvrouwen en gastheren optraden om de aanwezigen te ontvangen en op hun gemak te stellen, gaven kleine cursussen handenschudden en organiseerden een speeddate onder de medewerkers.

Merkbaar effect

Het effect mocht er zijn. De saamhorigheid werd merkbaar versterkt en de docenten en het ondersteunend personeel toonden zich betrokken en enthousiast. Van het evenement werd een dvd gemaakt, die binnen een week klaar was om in alle personeelskamers van de scholen te worden afgespeeld.

het feestelijke gedeelte foto's laten maken. U kunt een paar dagen later de foto naar de gasten opsturen. Dit zorgt zeker voor leuke reacties en op die manier brengt u uw organisatie nogmaals onder de aandacht.

Zorg ook dat er een fotoboek op de website komt te staan. Vrijwel iedereen, of het nu gaat om collega's, medewerkers of gasten, vindt het namelijk leuk om 'koppen te kijken'. Denk daarbij wel aan de privacy van de aanwezigen, dus zorg ervoor dat deze alleen zichtbaar zijn na inloggen op de website. Als het evenement aandacht heeft gehad in de pers, is het raadzaam in het persbericht ná het evenement te verwijzen naar dat fotoboek. Indirect brengt u dan ook uw website breed onder de aandacht. Zorg wel ervoor dat deze up-to-date is en er netjes uitziet!

2.3 Eigenschappen en vaardigheden

Een goede organisator heeft een aantal karaktereigenschappen nodig. We noemen hier de belangrijkste:

- nauwgezet en consequent; bij het uitzetten en opvolgen van de gekozen organisatiestrategie is dit van groot belang. U kunt beter zo nu en dan het gevoel hebben dat u te nauwkeurig bent dan dat u (vaak belangrijke!) details aan uw aandacht laat ontsnappen;

Helicopterview

Laat op gezette tijden een helicopterview los op het proces. Het is zeker geen overbodige luxe om hiervoor even de tijd te nemen. Bij een helicopterview beeldt u zich in dat het evenement wordt 'gemaakt' in een grote fabriek en dat u, als supervisor, voor een moment de hele werkvloer kunt overzien. Het hele traject van het organiseren van het evenement, de uitvoering van het evenement zelf en de nasleep kunt u zo als het ware nagaan. Dan weet u zeker dat u niets bent vergeten.

- stressbestendig; het lijkt een beetje een inhoudsloos woord geworden, want we komen het te pas en te onpas tegen.

**Goede organisator
heeft typische
karaktereigenschappen**

Toch is er bij de voorbereiding en zeker tijdens het evenement zelf een grote kans dat u met de nodige stress

te maken krijgt. Zorg dat u met beide benen op de grond staat en neem u bij voorbaat voor dat u zich niet door het minste of geringste van de wijs laat brengen. Inventiviteit en creativiteit zijn hierbij de magische woorden;

- delegeren; omdat u niet alles alleen kunt, moet u een beroep doen op collega's of externe krachten. Omdat u als organisator de drijvende kracht achter het evenement bent, is het misschien moeilijk om anderen een taak te geven waarvan u zeker wilt zijn dat die goed wordt uitgevoerd. U heeft immers zelf een goed beeld van de manier waarop dat zou moeten gebeuren. Toch kunt u het niet alleen. U heeft ruimte nodig om overzicht te houden en om in te kunnen springen op onverwachte situaties. Geef iedere medewerker aan uw evenement zijn of haar eigen verantwoordelijkheden. Als zij het belang van het evenement inzien (u moet hen dus enthousiasmeren), zullen zij hun taken met grote zorgvuldigheid uitvoeren. Belangrijk: zorg steeds ervoor dat u mobiel bereikbaar bent en dat iedereen uw telefoonnummer heeft;
- secuur met budgetten omgaan; zorg dat u continu goed zicht heeft op de uitgaven en het budget. Het is bijzonder slordig om niet uit te komen met het budget.

Optimale samenwerking met bijeenkomst 'Collectieve kracht'

Vijftien individuele stichtingen, die alle tot doel hebben om de gezondheid van de Nederlandse bevolking te bevorderen, zijn samengegaan. De stichtingen hebben allemaal hun eigen kracht. De één bevordert het sporten van de Nederlanders, de ander informeert over goede eetgewoonten. Maar hoe zorgen deze stichtingen ervoor dat zij elkaars kracht leren kennen? Hoe kunnen zij optimaal samenwerken? Voor die vragen stond het bestuur van de overkoepelende stichting.

Bijeenkomsten 'Collectieve kracht'

Een adviesbureau dat thuis is in fusies, adviseerde het bestuur de bijeenkomsten

'Collectieve kracht' in het leven te roepen. De bijeenkomsten moesten de onderlinge samenwerking bevorderen, met als achterliggend doel het vergroten van de slagkracht en het succes van het collectief. Als aftrap organiseerde het bureau een bijeenkomst, waarin de stichtingen op een ontspannen manier de onderlinge verschillen en elkaars pluspunten konden ontdekken.

Creatieve verpakking

Tijdens deze eerste bijeenkomst voor de bestuursleden van de vijftien stichtingen, werd in vijftien groepjes van vier personen één persoon uitgebreid ondervraagd over

de kracht van zijn stichting. De anderen presenteerden aan het slot van de bijeenkomst hun bevindingen in een creatieve verpakking. Dat kon een toneelstukje zijn, een betoog of een lied: alles mocht. Als het maar hielp om de stichting helder te beschrijven en voor het voetlicht te brengen. Onder professionele begeleiding zijn de deelnemers hierin geslaagd. Door de presentaties leerden ze elkaars kracht goed kennen. Ook kregen de deelnemers respect voor iedere stichting. De bestuursleden ontvingen een dvd van de bijeenkomst die zij met enthousiast commentaar ondersteunden tijdens een bijeenkomst met betrokkenen bij hun eigen stichting.

De onderdelen van een evenement

U heeft inmiddels een globaal idee over wat er zoal komt kijken bij het organiseren van een evenement. Nu is het zaak om dit toe te passen in uw praktijksituatie. Het organiseren van een evenement start met het in kaart brengen van de doelgroep en de doelstelling(en) van het evenement. Heeft u deze analyse eenmaal gemaakt, dan kunt u het evenement verder gaan vormgeven. Elementen die bij elk evenement een rol spelen, komt u in dit hoofdstuk tegen.

Het zal u niet verbazen dat ieder evenement weer anders is. Toch zijn enkele algemene onderdelen te noemen die voor alle evenementen gelden. Hierbij kunt u denken aan financiële planning en het bepalen van het juiste moment waarop u het evenement wilt organiseren.

3.1 Interne en externe doelgroepen

Bij de organisatie van een evenement moet u precies weten voor wie u het organiseert. U kunt hierbij onderscheid maken tussen interne en externe doelgroepen.

3.1.1 Interne doelgroep

Tot de interne doelgroepen behoren bijvoorbeeld (oud-)medewerkers, eventueel ook hun partner en kinderen. Hoewel de mensen uit zo'n interne doelgroep allemaal bij dezelfde organisatie werken of hebben gewerkt, kunt u ze niet zonder meer als eenheid beschouwen. Zo heeft u te maken met een uiteenlopende leeftijd, achtergrond, kennis van de organisatie en functie van uw gasten. Tussen de leiding en medewerkers of vrijwilligers kunnen grote verschillen bestaan. Vaak kijken werknemers en directieleden niet op dezelfde manier tegen de organisatie aan. Als u een boodschap wilt overdragen, moet

u rekening houden met zulke verschillen binnen de interne doelgroep. Zoek zo veel mogelijk naar punten die iedereen binden en naar manieren om alle gasten te boeien. Een jubileum dat uitsluitend bestaat uit een speech van de directeur, zal bij de meeste medewerkers niet in goede aarde vallen. Combineert u die speech van de directeur met een spetterend optreden van een artiest, dan zult u meer mensen

trekken. Wilt u de kinderen van medewerkers ook uitnodigen? Houd er dan wel rekening mee dat dit voor een groot deel de sfeer zal bepalen.

3.1.2 Externe doelgroep

Tot de externe doelgroepen kunt u alle groepen buiten uw organisatie rekenen. Denk bijvoorbeeld aan leveranciers, (potentiële) leden, subsidieverstrekkers, donateurs, sponsors en andere financiers, overheden en dergelijke. Net als voor de interne doelgroep, geldt ook voor de externe doelgroep dat u een zorgvuldige analyse moet maken om ervoor te zorgen dat de boodschap die u met het evenement wilt uitdragen, goed overkomt. Ook hier kunt u weer onderscheid maken op het gebied van leeftijd, achtergrond, interesse en kennisniveau. Of het nu om interne of externe doelgroepen

Kracht van evenement zit in persoonlijke ontmoeting

Gevraagd naar middelen voor interne communicatie komen veel mensen vaak niet verder dan nieuwsbulletins, intranet en posterborden. Personeelsfeesten daargelaten, denken bestuurders bij het informeren van de interne doelgroep niet altijd aan een evenement als communicatiemiddel. Maar juist van een persoonlijke ontmoeting kan heel veel sturingskracht uitgaan.

Moment van het evenement

Overtuig uw omgeving dus van het nut van een evenement om medewerkers te informeren en te motiveren. Denk bijvoorbeeld aan een discussiebijeenkomst over

de nieuw te varen koers van uw stichting of vereniging.

Ook het moment van het evenement is erg belangrijk. Haal mensen bij elkaar als 'het gevoel' er is. Het gevoel kan negatief en positief zijn. Bij een negatieve stemming is een bijeenkomst erg goed. Het werkt als het bestuur de zaken die spelen benoemt, als het zich openstelt voor suggesties, en toegankelijk en menselijk overkomt. Is de stemming positief, dan is het ook belangrijk om dat te benoemen, om de behaalde resultaten te vieren, medewerkers te bedanken en te enthousiasmeren. Op die manier houdt u uw medewerkers bij de organisatie betrokken.

pen gaat: een goed beeld van uw gasten is van groot belang voor de sfeer die u het evenement wilt meegeven.

3.2 Doelstellingen

Ieder evenement heeft z'n doelstellingen. Wat wilt u met het evenement bereiken? Het is van belang dat u hier goed over nadenkt, omdat u alleen op die voorwaarde goede keuzes kunt maken over de vorm van het evenement, eventuele sprekers en dergelijke. Misschien wilt u een open dag organiseren, omdat dit voor potentiële donateurs een aantrekkelijke manier is om uw organisatie in vogelvlucht te leren kennen.

Inschatting en onderverdeling

Maak na het vaststellen van de doelstelling een zo goed mogelijke inschatting van de zaken die de gasten over uw organisatie, dienst of project zouden willen en moeten weten. Maak bij het bepalen van de doelstellingen een onderverdeling. Het belangrijkste doel komt uiteraard als eerste. Daarna kunt u het evenement zo inrichten dat er automatisch ruimte ontstaat voor nog meer doelstellingen. Wilt u bij uw gasten bijvoorbeeld een nieuwe activiteit onder de aandacht brengen, dan is dat het

De kracht van een evenement met een thema

Veel stichtingen zien in dat een evenement soms de uitgelezen manier is om een boodschap over te brengen. Een kunstgalerie uit Amsterdam organiseert aan het begin van ieder jaar een evenement dat in het teken staat van een thema. In 2010 was dat het thema 'Transparantie'. In een open sfeer spraken de galeriehouders en het bestuur over het beleid van het komende jaar. Daarna besprak het bestuur het beleid in kleinere groepjes met de ondersteunende medewerkers van de galerie. Zo kwam iedereen die nauw bij de kunstgalerie is betrokken,

in aanraking met het thema. De galerie deed ideeën op en de betrokkenheid en het draagvlak onder de medewerkers voor het thema 'Transparantie' nam toe.

Borrel

Een organisatie kan ook ervoor kiezen om ieder kwartaal een bijeenkomst met aansluitend een borrel te organiseren. Leden en ondersteunend personeel bespreken op die momenten het organisatiebeleid met de directie of het bestuur. Dit zorgt voor meer betrokkenheid en een open sfeer binnen de organisatie.

eerste doel. Vormt een beter persoonlijk contact met de sponsor een tweede doel dat u voor ogen heeft, dan kunt u de dag eventueel afsluiten met een informeel samenzijn. Is het belonen van het personeel – als dank voor hun goede inspanningen – uw doelstelling? Dan kunt u misschien een feestelijke bijeenkomst voor uw medewerkers organiseren. Ook het motiveren van medewerkers kan een doelstelling zijn. Verschillende doelstellingen vragen in ieder geval elk om een specifieke aanpak.

3.3 Budget

Als het aankomt op wat u te besteden heeft, zult u er versteld van staan met hoeveel verschillende uitgaveposten u te maken krijgt, ook bij een evenement dat niet groots, spectaculair of langdurig is. Als u een goede financiële planning maakt en hier consequent aan vasthoudt, kunt u echter niet voor verrassingen komen te staan. De post 'onvoorzien' is hierbij een belangrijke achtervang, want

Voetballen tijdens benefiettoernooi voor kansarme Boliviaanse jongeren

De leden van een aantal voetbalverenigingen vormden een belangrijke doelgroep voor een stichting die opkomt voor kansarme jongeren in Bolivia. De stichting wilde namelijk een groot voetbaltoernooi organiseren om geld in te zamelen. Tijdens de jaarlijkse inning van de contributie kregen de leden de mogelijkheid om zich in te schrijven voor het benefiettoernooi. De stichting wilde er uiteraard voor zorgen dat het voetbaltoernooi een succes werd. Daarom organiseerde de stichting een evenement waarbij ze de leden intern wilde motiveren mee te doen aan het toernooi. Als de leden enthousiast zouden worden, zouden ze dit enthousiasme kunnen overbrengen op hun vrienden en familie. De stichting probeerde op die manier zo

veel mogelijk geld te genereren voor de Boliviaanse jongeren.

Boliviaanse sfeer

Om het professioneel aan te pakken, nam het bestuur van de stichting een evenementenorganisator in de arm. Deze stelde voor een informatiebijeenkomst te combineren met een feest waarin Boliviaans eten en muziek uit dit land een grote rol speelden. Zo zou het uiteindelijk doel – sympathie ontwikkelen voor de Boliviaanse jongeren – als rode draad door het evenement lopen. Tijdens de informatiebijeenkomst maakten de leden kennis met het leven van de kansarme jongeren. Ook werd de opzet van het toernooi uitgelegd. Supporters konden meedoen

aan een voetbaltoto en daarmee kleine prijzen winnen als ze de uitkomsten van de wedstrijden van tevoren goed hadden ingeschat. Daarnaast was er ruimte voor eigen inbreng van de leden, zodat die echt betrokken raakten bij het voetbaltoernooi. Door de interactie en het uitbundige feest achteraf kwamen de stichting en haar doel duidelijk tot leven.

Uitblinkende resultaten

Het evenement maakte de leden van de voetbalvereniging erg enthousiast en betrokken. Omdat een groot aantal leden zich inschreef voor het benefiettoernooi, konden veel wedstrijden worden gespeeld en kon er dus een mooi bedrag worden opgehaald.

Kostenposten evenementenbudget

Audiovisuele middelen	EHBO-team	Parkeerkosten
Beveiliging	Entertainment	Post onvoorzien
Bewegwijzering	Fotograaf	Presentatie
Bijdrage vereniging Buma	Garderobe	Promotiekosten
Bloem-/groenvoorziening	Gasten	Schoonmaak
BTW/fiscus	Hostesses	Special effects
Catering	Huur locatie en opbouw	Sprekers
Decoraties	Meubilair/inrichtingskosten	Vergunningen
Decorbouw	Organisatiekosten	Vervoer
Drukwerk/porti	Overnachtingskosten	Verzekeringen

iedere organisator weet dat er zo nu en dan een onderdeel anders uitpakt dan verwacht. Bij de kostenpost 'onvoorzien' moet u denken aan ongeveer tien procent van de totale kosten.

Begroting

Neem gedurende het gehele traject regelmatig de tijd om de financiën goed in beeld te brengen. Bovenstaand kader geeft u een houvast bij het opstellen van de begroting. U zult overigens merken dat de begroting steeds nauwkeuriger wordt als de voorbereidingen vorderen. Vraag eventueel iemand om u hierbij te ondersteunen, bijvoorbeeld een lid van uw organisatiecomité. Kijk voor meer informatie over het opstellen van een organisatiecomité in hoofdstuk 2.

3.4 Een evenement laten sponsoren

In hoofdstuk 1 kwam het al even ter sprake: sponsoring. Het is aantrekkelijk om een evenement (deels) te laten sponsoren, aangezien uw organisatie in zo'n geval zelf niet voor alle kosten hoeft op te draaien. U kunt bijvoorbeeld met de leverancier van uw evenement proberen een sponsordeal te sluiten. Dit kan aanzienlijk schelen in de kosten voor bijvoorbeeld hapjes, drankjes of muziek.

Twee kanten

Sponsoring kan naar twee kanten werken. Uw eigen organisatie heeft er profijt van, maar ook het bedrijf dat uw vereniging of stichting sponsort. U vraagt niet alleen om geld, maar u kunt een sponsor ook

een interessante tegenprestatie bieden, zoals reclamemogelijkheden. Uw organisatie kan zich op twee manieren door bedrijven laten ondersteunen: via donaties en via sponsoring. Het komt er kort gezegd op neer dat bij donaties geen tegenprestatie van uw kant verplicht is – soms is dit zelfs niet gewenst – en dat dit bij sponsoring juist wel het geval is. Bij echte sponsoring streven twee partijen ieder een eigen doel na en worden ze allebei beter van de samenwerking.

3.4.1 Verschil met doneren

Het verschil tussen doneren en sponsoring is niet altijd volstrekt duidelijk, zelfs niet voor de partijen die erbij betrokken zijn. Een bedrijf kan spreken over sponsoring terwijl het eigenlijk om een pure donatie gaat, waarvoor het bedrijf niets hoeft terug te hebben. Aan de andere kant kan een organisatie trots zijn op een 'donatie' aan de plaatselijke biljartvereniging. Denk bijvoorbeeld aan een directeur die graag wil dat de voorzitter van zo'n vereniging poseert op een foto bij het persbericht en die het ook fijn zou vinden als hij zijn brochure mag meesturen met de jaarlijkse acceptgirokaart voor de contributie. Strikt genomen is er dan sprake van sponsoring. De manier waarop bedrijven omgaan met het actuele thema 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' (MVO) maakt het verschil

Het contact met huurders als kunst om banden met bewoners aan te halen

Woningstichting Arwon te Roosendaal greep haar tienjarig jubileum aan om de banden met haar huurders aan te halen en in brede zin haar imago als goede huisbaas te verstevigen. De feestelijkheden hadden het motto 'De Kunst van het Wonen'.

Een jaar lang geboeid

De aftrap van het jubileumjaar vond plaats tijdens een drukbezochte nieuwjaarsbijeenkomst. Er werd een video getoond, waarop huurders van oud tot jong, al-lichtoon en autochtoon, hun visie gaven op het thema. Aan de video werkte een

kunstenares mee. Zij fungeerde als een kunstzinnige rode draad bij verschillende evenementen tijdens het jubileumjaar. Ook de mailings voor bewoners, waarin kleine cadeautjes waren verpakt, vormden een belangrijke rode draad. De evenementen varieerden van een jubileumontbijt voor de eigen medewerkers tot een fietstocht door Arwon-wijken met belanghebbenden en relaties. Voor de bewoners waren er creatieve workshops, zoals dichten in de Dichterswijk en schilderen in de Schilderswijk. Een gewaagd en geslaagd kunstproject, waaraan bewoners van allerlei pluimage intensief hebben

deelgenomen. De jubileumviering werd aan het eind van de zomer in en rond de schouwburg van Roosendaal afgesloten met een groot multicultureel feest. Een cabaretstafette en een pianoconcert trokken veel bezoekers, waarvan een belangrijk deel nooit eerder een theatervoorstelling had meegemaakt.

Genoten

Het was niet altijd gemakkelijk om de verschillende doelgroepen goed te bereiken en te boeien. Toch heeft bijna iedereen volop van de jubileumviering genoten. Arwon had haar doel bereikt.

tussen doneren en sponsoren wat duidelijker. Onderdeel van de MVO-activiteiten kan de ondersteuning zijn van één of meerdere non-profitorganisaties die 'goed doen'. Als een bedrijf deze steun laat zien aan de buitenwereld, is er sprake van sponsoring. Houdt het bedrijf zulke activiteiten echter stil, dan is er sprake van donateurschap.

Sponsorplan zorgt voor jarenlang profijt

3.4.2 Het sponsorplan

Als u het goed wilt doen, moet u sponsoring als een puur bedrijfsmatige aangelegenheid beschouwen. Succes hebben en houden met sponsoring vergt een professionele en structurele aanpak door de te sponsoren partij. Zo'n aanpak begint met het opstellen van een uitgebreid sponsoringbeleidsplan (hierna: 'sponsorplan'). Dit is een intern stuk, dat is gemaakt voor en door uw organisatie. Het opstellen van zo'n plan kost u een tijdsinvestering, maar van een goed plan kan uw vereniging of stichting jaren plezier hebben. Een sponsorplan zorg ervoor dat bestuursleden (vrijwilligers) inwisselbaar of vervangbaar worden en dat de taken en de werkbelasting vaststaan.

Inhoud

Eén van de onderdelen van dit hoofdstuk is een beschrijving van de organisatie. Daarin staat hoeveel personen in de sponsorcommissie zitten en wat ieders taken zijn. In het tweede hoofdstuk kunt u ingaan op de verschillende mogelijkheden die uw organisatie aan sponsors kan aanbieden. Daarbij moet u ook de targets opsommen die de sponsorcommissie de komende jaren aan de inkomstenkant beoogt. In het derde hoofdstuk beschrijft u algemene zaken die van belang zijn voor de leden van de sponsorcommissie om hun werk zo goed mogelijk te kunnen doen. Daarbij kunt u denken aan een doelgroepenanalyse, een concu-

rentieanalyse en juridische en fiscale aspecten van sponsoring. Tot slot neemt u een aantal praktische bijlagen op, zoals een actieplan voor sponsorwerving, een voorbeeldsponsorbrief die uw organisatie in het verleden heeft gebruikt en een model van de (verschillende soorten) sponsorovereenkomst(en) die u gebruikt.

3.4.3 Sponsorcommissie

De werkzaamheden met betrekking tot de sponsoring kan binnen uw stichting of vereniging gedaan door een vast groepje mensen worden gedaan: de sponsorcommissie. Deze commissie voert de werkzaamheden uit die gedetailleerd staan beschreven in het eerste hoofdstuk van het sponsorplan.

3.4.4 Het werven van sponsors

Om aan extra financiële middelen voor het evenement te komen, zal het organisatiecomité dus sponsors moeten zien te vinden. Als het sponsorplan klaar is, kunt u uw sponsorpakketten gaan inrichten. Deze pakketten vormen het hart van uw sponsorvoorstel, waarmee u het bedrijfsleven gaat benaderen. De vraag is nu hoe uw prestaties eruitzien en wat u sponsors allemaal kunt aanbieden. Denk bijvoorbeeld aan reclame op kleding, vlaggen, borden et cetera. Maar ook aan door uw organisatie verzorgde artikelen voor het personeelsblad van de sponsor, toegangskaarten voor

Enthousiasme en overtuigingskracht sleutel tot succes

symposia en feesten, lidmaatschap van een businessclub waar men kan netwerken, en clinics, demonstraties en lezingen voor het personeel. U kunt het beste proberen zo veel mogelijk werk zelf te doen en met een concreet voorstel naar potentiële sponsors toe te stappen.

Enthousiasme en overtuigingskracht

Let op: ook als een bedrijf op zich best interesse heeft in sponsoring als commu-

nicatiemiddel, zult u zich meestal flink moeten inspinnen. Enthousiasme en overtuigingskracht zijn de sleutel tot succes. De potentiële sponsor zal daardoor meegesleept worden. Tip: kom niet over alsof u uw hand ophoudt. U vraagt niet om een gunst, maar u verkoopt een waardevol product: uw organisatie met haar achterban en activiteiten.

Trek aandacht van de pers met goed doel!

3.4.5 Het sponsorcontract

Als uw wervende activiteiten hebben geleid tot overeenstemming tussen uw organisatie en een sponsor, kunt u de afspraken schriftelijk bevestigen. Dit doet u met een sponsorcontract of sponsorovereenkomst. Hierin leggen u en de sponsor vast wat u voor elkaar gaat betekenen. Het is belangrijk om deze afspraken goed schriftelijk vast te leggen. Het begrip sponsoring komt in de wet nauwelijks voor; er is dus weinig wettelijke bescherming voor partijen die een sponsorrelatie met elkaar aangaan. Bij onenigheid over de uitvoering van de prestaties en tegenprestaties vervult het sponsorcontract daarom een belangrijke rol.

3.4.6 Langdurige relatie

Na dit voortraject begint de sponsoring pas echt. De gemaakte afspraken worden vanaf nu uitgevoerd en nu begint ook de daadwerkelijke relatie met uw sponsor. Om het sponsorcontact niet tot dit ene evenement te beperken, moet u ook hierin weer fors investeren. Bij sponsoring is gemakkelijk en snel scoren niet iets wat uw organisatie moet willen nastreven. De meest waardevolle sponsorrelaties komen pas na verloop van tijd echt tot bloei. Dit betekent dat u tijd en moeite moet investeren in uw sponsorrelatie. In uw sponsorplan besteedt u ook aandacht aan het behouden van sponsors, dat wil zeggen: aan het opbouwen van langdurige relaties. Bedenk dat een sponsorcontract

voor één evenement weinig waarde heeft. Het is essentieel dat u contact met de sponsor onderhoudt en een warme band met hem opbouwt.

3.5 Het beste moment

Wat is het beste moment voor uw evenement? In al hun enthousiasme zien organisatoren nog wel eens zaken over het hoofd die belangrijk zijn voor het vaststellen van de datum. Wat is het allerbelangrijkste onderdeel van uw evenement? Juist, dat zijn uw gasten. Die moeten wel kunnen en willen komen op het tijdstip dat u voor ogen heeft. Zo kunnen ze uiteraard niet komen als ze op vakantie zijn. Check en dubbelcheck daarom de spreiding van de schoolvakanties.

3.5.1 Andere evenementen

Maar vergeet zeker ook niet de grote andere evenementen die in Nederland plaatsvinden. Met name bij grote sportevenementen – denk aan een WK voetbal – kan het lastig zijn om bezoekers te trekken, hoewel het plaatsen van een televisie wel wat wil helpen. Ze hebben dan natuurlijk wel minder aandacht voor de activiteiten tijdens het evenement. Vraag enkele gasten die zeker aanwezig moeten zijn anders vooraf om een aantal voorkeursdata.

3.5.2 Check

Als u een aantal data heeft geselecteerd, begint het Grote Telefoneren. Zijn alle mensen die u wilt inhuren op die data vrij? Denk aan eventueel entertainment dat de dag moet opluisteren. Bands, cabaretiers of andere entertainers moet u ruim van tevoren vastleggen. Ook de sprekers moet u echt op tijd regelen. Vooral politici en landelijke of plaatselijke bekendheden hebben vaak volle agenda's. Wilt u het evenement buitenshuis laten plaatsvinden, dan is het uiteraard noodzakelijk dat de locatie beschikbaar is. Het kan zeker geen kwaad om een half jaar voordat het evenement moet plaatsvinden, alle bovengenoemde 'onderdelen' af te vinken en vast te leggen. Zoek meteen even uit of er op die datum geen andere evenementen plaatsvinden waardoor de door u gekozen

locatie slecht bereikbaar is. Vindt namelijk in de buurt een concert plaats van een willekeurige internationale popster, dan bent u de hele dag en tot in de verre omtrek van het podium verzekerd van stagnatie in het verkeer. U zult zowel extern als intern agenda's moeten raadplegen. Er zijn binnen uw organisatie altijd personen die niet mogen ontbreken, wat voor evenement u ook in gedachten heeft.

3.5.3 Dag van de week

Als u een dag wilt kiezen die geschikt is voor vrijwilligers en andere medewerkers, komt u al gauw uit op de zaterdag of de zondag – alhoewel dit voor bepaalde delen van het land lastig kan zijn. Dit neemt niet weg dat er symposia, congressen en andere bijeenkomsten voor (betaald) personeel zijn, die het beste op werkdagen kunnen plaatsvinden.

Duur en tijdstip

Stem ook de duur van het evenement af op uw doelgroep. Onthoud hierbij dat mensen over het algemeen regelmatig uitnodigingen ontvangen voor evenementen en bijeenkomsten van uiteenlopende aard. Ze kijken dus heel kritisch naar de inhoud en duur van het evenement dat u voor hen organiseert. Het advies is heel eenvoudig: laat het niet langer duren dan nodig is. Veel sprekers achter elkaar die allemaal een lang verhaal afsteken, vragen meestal te veel van de concentratie van mensen. Voor wat betreft de begin- en eindtijd: de spits in het verkeer is een belangrijk punt om rekening mee te houden, net als het feit dat sommige gasten misschien van ver moeten komen en een langere

reisafstand hebben. Zeker als het evenement midden in de werkweek plaatsvindt en mensen de dag erna weer vroeg uit de veren moeten, is het niet praktisch om de bijeenkomst op een laat tijdstip te laten eindigen.

3.6 Programma

Ongeacht het soort evenement dat u organiseert, moeten informatie en ontspanning in een goede verhouding tot elkaar staan. Kijk of u voldoende tijd heeft ingeruimd voor elk onderdeel als de eerste opzet van het programma klaar is. Hebben de gasten in de pauze genoeg tijd om van zaal te wisselen of om hun koffie te drinken?

Generale repetitie

Voer een soort generale repetitie uit als het definitieve programma is vastgesteld. Op dat moment weet u al hoe lang de diverse speeches zullen duren, want dat heeft u in overleg met de sprekers afgekaart. Het is overigens raadzaam om de tekst van de speeches in uw bezit te hebben. Op die manier bent u goed op de hoogte van de inhoud. Ook de duur en de inhoud van het entertainment kent u. Loop voor de goede orde ook even de afstand van de parkeerplaats naar de locatie en let hierbij ook op de ondergrond; bevat die veel kuilen en zand, dan betekent dat plassen en modder bij regen. In sommige gevallen is het laten aanbrengen van rijplaten geen overbodige luxe. Geldt voor het evenement een speciale dresscode? Dan kan dat vooraf om een serieuze inspectie vragen.

Tijdsindicatie diverse programmaonderdelen

Hieronder vindt u een indicatie van de tijd die de diverse programmaonderdelen in beslag kunnen nemen:

- ontvangst en registratie: 30 minuten;
 - welkomstdrankje: 15 minuten;
 - aanduiding waar de gasten worden verwacht en de tijd om daar te komen: 15 minuten;
 - welkomstwoord: 5 minuten;
 - sprekers/entertainers: maximaal 1,5 uur achter elkaar;
 - pauze: 20 minuten;
 - lunch: 1 tot 2 uur;
 - diner: 1,5 tot 3,5 uur;
 - feest: 4 tot 5 uur;
 - vertrek (inclusief eventueel overhandigen attentie): 30 minuten.
-

De aankondiging

Het is prettig als alle energie die u in het evenement heeft gestoken, straks niet voor niets is geweest. U zult er dus voor moeten zorgen dat de mensen die u graag als gast verwelkomt, naar uw evenement komen. Daarvoor is soms enige overtuigingskracht vereist. Zorg er dus voor dat u bij het maken van de uitnodigingen de doelgroep goed voor ogen heeft. Dit betekent dat u enige tijd en moeite moet investeren om een originele uitnodiging te maken die voor elke doelgroep anders is. Denk daarbij aan tekst, maar ook aan de lay-out.

Op het moment dat u begint met de organisatie van het evenement, kunt u ook alvast een begin maken met de gastenlijst. Het is handig als u deze bij de hand houdt, zodat u steeds gasten kunt toevoegen. Luister daarbij goed naar bijvoorbeeld de (fondsen)wervingscommissie binnen uw organisatie: hebben zij nieuwe leden binnengehaald of zijn zij met nieuwe sponsors bezig? Een mailtje naar de verschillende afdelingen, zodat iedereen met u meedenkt, is ook geen overbodige luxe. Belangrijke sponsors vergeten kan zakelijk erg onhandig uitpakken!

4.1 Check gastenlijst

Als u het idee heeft dat de gastenlijst compleet is, is het tijd om de correcte naam- en adresgegevens te verzamelen. Check ook of de juiste titels terug te vinden zijn. Dit kan bijvoorbeeld aan de hand van visitekaartjes of door een telefoontje met de secretaresse van het betreffende bedrijf. Dit zijn tijdrovende klussen. Misschien is het een idee om dit over te laten aan een ander lid van het organisatieteam of neer te leggen bij bijvoorbeeld de telefoniste van uw organisatie; deze persoon heeft meestal direct de goede telefoonnummers voorhanden.

4.2 De uitnodiging

Het kan nooit kwaad dat de envelop met uw uitnodiging er anders uitziet dan de rest van de post die de genodigde op zijn of haar bureau krijgt. U zult dus op een gepaste manier ruchtbaarheid moeten geven aan het evenement. Zorg bijvoorbeeld voor een afwijkende kleur papier.

Voor aankondiging

Een ander handigheidje: stuur voorafgaand aan de uitnodiging een voorankondiging. De genodigden kunnen het tijdstip waarop uw evenement plaatsvindt dan alvast vrijhouden. U doet er goed aan de daadwerkelijke uitnodiging zes weken voor het evenement te versturen. U kunt er ook voor kiezen om zo'n twee weken voor het evenement een herinnering te sturen. Alles is er natuurlijk op gericht dat de gasten die u uitnodigt, ook daadwerkelijk komen en dat u een zo goed mogelijk beeld krijgt van het aantal. Om dit laatste te bewerkstelligen, kunt u vragen of de genodigden willen laten weten of ze van plan zijn het evenement te bezoeken. Dit kan door een (uw) mailadres te vermelden of door een responsformulier/-kaartje mee te sturen dat mensen per fax of per post kunnen terugsturen. Het is wel van belang dat de genodigde zo weinig mogelijk aan het

responsformulier hoeft te doen. Print hiervoor bijvoorbeeld alvast zijn of haar adresgegevens en zorg voor een postzegel of een antwoordnummer voor het geval de uitgenodigde de kaart per post moet terugsturen.

4.3 Publiciteit

Niet alle evenementen lenen zich automatisch voor publiciteit in de pers. Een personeelsfeest is bijvoorbeeld vaak niet interessant voor een bericht in de krant. Toch kunt u met elk evenement de publiciteit zoeken. Denk bijvoorbeeld aan een open dag, een bazaar of een rommelmarkt. U moet er alleen een handige draai aan geven.

Goed doel

Stel dat u een feest voor alle leden en sponsoren organiseert en u heeft een ruim budget om alle aanwezigen te kunnen verwennen. Misschien kunt u dan een goed doel bedenken om het wezen van uw non-profit te benadrukken? Dat goede doel kan een aan uw organisatie gelieerd project zijn, maar u kunt ook denken aan een donatie voor het fonds ter bestrijding van kinderkanker. Een kunstwerk schenken voor de nieuwe hal van het bejaardenhuis kan ook een optie zijn. Met goede doelen kunt u alle kanten op. Als het evenement zo'n insteek heeft, is dat de perfecte gelegenheid de lokale pers erbij te betrekken. Zorg – al naar gelang de grootte van het evenement en het belang dat de pers eraan toekent – voor een persmap, stickers of posters en laat eventueel een persbericht uitgaan.

4.4 Voorbereiding drukwerk

Bedenk al bij de eerste voorbereidingen voor het evenement hoe het drukwerk eruit moet komen te zien. Kiest u er bij

Checklist drukwerk dat een rol speelt bij uw evenement

Drukwerk bestaat natuurlijk niet alleen uit de uitnodigingen. Hieronder vindt u een lijst van soorten drukwerk die van toepassing kunnen zijn op uw evenement.

- antwoordkaarten;
- badges;
- banieren;
- bewegwijzering;
- bordjes 'gereserveerd';

- brieven;
- enveloppen;
- leaflets;
- menukaarten;
- pennen;
- personeelsblad;
- posters;
- programmaboekje;
- relatieblad;

- relatiegeschenk;
 - routekaartjes;
 - servetten;
 - stickers;
 - tafelschikkingskaartjes;
 - textielbedrukking;
 - toegangskaarten;
 - uitnodigingen;
 - vlaggen.
-

voorbeeld voor om een apart logo voor het evenement te laten ontwerpen of gebruikt u liever de huisstijl van uw organisatie? Als u weet wat u wilt, inclusief hoeveelheden, kunt u prijzen bij drukkers opvragen. Vraag hierbij verschillende offertes aan, zodat u een weloverwogen keuze kunt maken. Het is zeker aan te raden om al het drukwerk bij één drukker onder te brengen, want dat scheelt vaak in de prijs. Het hangt er overigens wel vanaf wat voor drukwerk u nodig heeft (zie checklist).

4.5 Naar de drukker

Zo'n negen weken voor het evenement maakt u een afspraak met de ontwerper/drukker. U heeft dan al nagedacht over de sfeer en uitstraling van de uitnodiging en u heeft de tekst gemaakt die erop moet komen te staan. Vergeet de routebeschrijving niet!

Ontwerp

De prepress is de afdeling van de drukkerij die uw ontwerp maakt. Met de ontwerper bepaalt u ook zaken als kleurstelling, lettertype en papiersoort. Als u ervoor kiest om een speciaal logo te laten maken, is het handig om van tevoren te bedenken waarvoor u dat logo wilt gebruiken. Wilt u het gebruiken voor pennen, voor vlaggen of voor andere zaken? De ontwerper zal dit willen weten, omdat voor sommige toepassingen een andere opmaak is vereist. Hij houdt onder andere rekening met de materialen waarop u het logo wilt laten drukken. Maak samen met de ontwerper een goede planning. Maak bijvoorbeeld afspraken over wanneer de

drukker een eerste opzet kan laten zien en vraag hoeveel tijd de drukker nodig heeft om de uitnodigingen uiteindelijk te drukken. U zult de uitnodigingen zo'n zes weken voor het evenement moeten versturen. Het overige drukwerk heeft natuurlijk minder haast dan de uitnodigingen, posters daargelaten.

4.6 Type uitnodiging

Over het algemeen zult u de uitnodiging op papier laten drukken, maar er zijn natuurlijk ook nog andere materialen te bedenken. U moet niet vergeten dat u bij het gebruik van andere materialen voor hogere kosten komt te staan. Dus als uw organisatie fondsen werft, kunt u beter niet te veel geld uitgeven aan een dure uitnodiging. Genodigden zullen kritisch zijn op wat er met hun donaties gebeurt. En bedenk dat de portokosten ook hoger zullen uitvallen, naarmate de envelop zwaarder wordt! Bij het versturen

van grote hoeveelheden uitnodigingen kan het bedrag aan portokosten aardig oplopen.

Uitstraling

Bovendien moet de keuze om echt iets heel anders te versturen – een uitnodiging in de vorm van een kunststof creditcard of een stuk textiel om maar iets te noemen – wel bij de uitstraling van uw organisatie passen. Enige voorzichtigheid is geboden met de sfeer die u de uitnodiging wilt meegeven. Een uitnodiging is een 'eerste indruk'. Organiseert u een feestelijke bijeenkomst, dan kan een uitnodiging op een ballon aardig zijn. Het is echter de vraag of mensen zitten te wachten op een bureau vol glitters en confetti. Maak de uitnodiging in ieder geval wel zo persoonlijk en verzorgd mogelijk. Maar voor welke uitstraling u ook kiest: zet alleen de hoognodige tekst op de kaart en zorg er uiteraard voor dat de tekst foutloos is. Dan slaat u de plank nooit mis.

Goede plattegrond scheelt handenvol tijd

iets waar u misschien niet direct aan denkt, is de bewegwijzering. Vooral als uw evenement niet op uw eigen organisatie-terrein plaatsvindt, is het een must om uw gasten snel en gemakkelijk naar de plaats van bestemming te leiden. Zorg dus voor een goede plattegrond op de uitnodiging! Denk eraan dat de af te leggen route voor automobilisten en voor mensen die met het openbaar vervoer reizen zo soepel mogelijk verloopt. Niets is zo vervelend voor

uw gast als te moeten zoeken naar het juiste adres als hij al een behoorlijke afstand heeft moeten afleggen en misschien wel in de file heeft gestaan! Een bewegwijzeringsbord kunt u ook beschouwen als een eerste indruk van het evenement. U doet er goed aan hier aandacht aan te schenken. Een fraai, fris bord met het logo wekt immers andere verwachtingen dan een stuk karton dat u met een kwast met rode verf te lijf bent gegaan!

Plaats van bestemming

Bij het succesvol maken van uw evenement speelt ook de plaats van bestemming een grote rol. Er zijn plekken in alle soorten en maten, zodat er voor ieder evenement wel een locatie is die aansluit op uw evenement. Daarbij moet u letten op het interieur van de locatie – denk aan capaciteit en uitstraling – maar ook de buitenkant speelt een rol. Let bijvoorbeeld op de bereikbaarheid via de snelweg en met het openbaar vervoer. Ook parkeermogelijkheden kunnen belangrijk zijn om een bepaalde locatie te prefereren. Betrek alle factoren bij uw keuze.

Voordat u op zoek gaat naar een locatie, moet u al heel precies weten wat u ervan verwacht. Hoeveel gasten moeten erin passen? Waar wilt u het evenement laten plaatsvinden? Wat voor uitstraling moet

fondsenwervend element kunt u het beste voor uw eigen gebouw kiezen: dit kost niets. Bedenk u zich dat alle kosten die u maakt, van de opbrengst afgaan. Kijk dus eerst of het in uw eigen locatie kan. Zo niet, dan zoekt u een externe locatie. Het is wel zo makkelijk om daarbij een grove selectie te maken.

Bekijk eerst geschiktheid eigen locatie!

de locatie hebben? Op welke plek is de locatie het gemakkelijkst te bereiken voor de meeste bezoekers? Hier in een vroeg stadium over nadenken, scheelt veel tijd, want u zult de potentiële locaties immers van tevoren moeten bezoeken. Bij een

5.1 Diverse mogelijkheden

Voor elk evenement is een locatie te vinden. U kunt een aantal soorten onderscheiden: binnenlocaties, locaties in de buitenlucht en zogenoemde 'bewegende' locaties. Bij het laatstgenoemde kunt u denken aan een boot of een trein. Net als bij de vaste locaties, bestaan in de varende locaties veel mogelijkheden. Ze zijn er in alle soorten en maten: van een eenvoudige

boot tot schepen met de afmetingen van een cruiseschip en bijbehorende ambiance. Bezoekers kunnen een varende locatie niet verlaten, zodra deze de haven heeft verlaten. Dit heeft voor- en nadelen. Een voordeel is dat u geen last heeft van tussentijdse ruis in het programma door mensen die eerder weggaan en afscheid nemen van andere gasten. Nadeel is dat gasten die het 'geschommel' van de boot niet verdragen, ook niet van boord kunnen gaan. Laat het deel van het evenement dat op de (varende) boot plaatsvindt, daarom niet te lang duren. Als de boot weer heeft aangelegd, kunt u bijvoorbeeld een feestelijk of informeel gedeelte plannen. Uw gasten zijn dan weer 'vrij om te gaan'.

Weersomstandigheden

Heeft u een mooie buitenlocatie gevonden, maar bent u bang dat het weer tegenzit of kunt u gewoon geen geschikte binnenlocatie vinden? Dan behoort het huren van een tent tot de mogelijkheden. Ook tenten zijn in allerlei soorten en maten te huur. Informeer bij de verhuurbedrijven. Laat u zich bij de locatiekeuze in ieder geval goed informeren door locatiemanagers. Zij komen soms met verrassende voorstellen.

In het kader hiernaast vindt u een overzicht met het aantal vierkante meters dat u per persoon nodig heeft. Maak voordat u een locatie bezoekt, eerst een 'profiel' van de benodigde locatie. Maak daarbij een inschatting van het aantal verwachte gasten en het doel van het evenement.

5.2 Overwegingen bij de locatiekeuze

Eén van de belangrijke voorwaarden voor een locatie is een goede bereikbaarheid voor gasten. Vergeet de mensen niet die met het openbaar vervoer moeten komen en kijk ook even naar de parkeergelegen-

Berekening vierkante meters ruimte per persoon

Hoeveel ruimte moet u nu berekenen per persoon? Hieronder vindt u een indicatie van het aantal m² per persoon, afhankelijk van het soort evenement.

Benodigde ruimte voor een workshop:

- theateropstelling: 0,5 m² per persoon;
- cabaretopstelling: 1 m² per persoon;
- schoolopstelling: 1,5 m² per persoon;

- carréopstelling: 0,5 m² per persoon

Benodigde ruimte voor een feest:

- receptie: 1 m² per persoon;
- feest: 1,5 m² per persoon;
- sit down diner: 1,5 tot 2 m² per persoon;
- buffetuitgiftepunt: 1 per 50 personen;
- drankuitgiftepunt: 1 per 100 personen

Checklist voor het kiezen van een geschikte locatie

Let erop dat u de locatiekeuze verbindt aan het type evenement. Als u weet wat voor soort locatie u zoekt, kunt u bij de keuze voor een locatie met de volgende factoren rekening houden:

- Is sprake van een vlakke of een hellende zaal?
- Is in geval van een vlakke zaal het podium hoog genoeg, zodat ook de achterste rijen de sprekers en performers kunnen zien?
- Is het mogelijk om presentaties/powerpoint of video te projecteren?
- Is het mogelijk de klimaatregeling van verschillende ruimtes afzonderlijk te regelen?
- Is er voor het podium voldoende ruimte?
- Zijn er veel pilaren of zuilen die in de weg staan?
- Is er een goede geluidsinstallatie aanwezig?
- Is er personeel op de locatie die de catering verzorgt?
- Zijn er mogelijkheden om eventuele laatkomers via een aparte ingang nog binnen te laten?

heid. Vervolgens moet de capaciteit van de locatie geschikt zijn voor het aantal gasten dat u wilt ontvangen. Hoewel u het uiteraard niet hoopt, kan het gebeuren dat minder mensen komen dan u verwacht had. In dat geval is het prettig als de locatie snel aan de nieuwe groeps-grootte kan worden aangepast. Dit kan bij de meeste locaties door het plaatsen van scheidingswanden of kamerschermen. Om een goede sfeer te creëren, is het bij de meeste evenementen prettig om niet te veel ruimte te hebben. Het wordt dan al snel ongezellig. Bij een personeelsfeestje kunt u bijvoorbeeld kiezen voor een boot, bij een sponsorbijeenkomst verdient mogelijk de eigen vestiging de voorkeur.

Overige faciliteiten

Voor een goede sfeer zijn audiovisuele middelen en techniek heel belangrijk. Wat is op dat gebied voorhanden in de locatie die u op het oog heeft? De meeste locaties hebben voorzieningen voor licht en geluid, maar de kwaliteit verschilt nogal en er kan veel mis mee gaan. Laat eventueel ingehuurde zangers of andere artiesten daarom zelf contact leggen met de locatiemanager om te zien of de juiste techniek voor het optreden aanwezig is. Als uw evenement onderdelen bevat met technische hoogstandjes op het gebied van licht en geluid, laat dit dan weten aan de locatiemanager. Soms kunt u voor licht en geluid namelijk alleen gebruikmaken van het bedrijf dat altijd voor de locatie

werkt, omdat zij onderling een contract hebben. Dit is niet handig als u zelf een bedrijf wilt inschakelen dat het geluid en het licht regelt. Vraag dus goed na wat de mogelijkheden zijn. Hetzelfde geldt voor de catering. Op sommige locaties bent u verplicht gebruik te maken van hun eigen cateraar. Is dat niet het geval, vraag dan naar de faciliteiten die 'uw' cateraar op de locatie kan gebruiken. Is er bijvoorbeeld een opslag- en koelmogelijkheid, een keuken met apparatuur et cetera?

Overnachten

Soms is een overnachtingsmogelijkheid noodzakelijk. Als u alle gasten een overnachting moet aanbieden, kan dit uw organisatie behoorlijk op kosten jagen. Daarom kunt u beter niet ervoor kiezen om een overnachting een onderdeel van het evenement te maken. U kunt wel ervoor zorgen dat uw gasten een overzicht krijgen van de mogelijkheden. Zij kunnen dan zelf overwegen om op eigen kosten een overnachting te regelen.

5.3 Vervoer

Het onderdeel vervoer mag zeker niet ontbreken in uw draaiboek. Van tevoren moet u alle mogelijkheden op een rijtje hebben en eventueel vervoer regelen. Hoe de gasten ook reizen naar de locatie van het evenement, u bent degene die de verkeersstroom rond het evenement in goede banen moet leiden.

5.3.1 Met de auto

De meeste mensen vinden het prettig om met hun eigen auto te reizen. Naast een goede bewegwijzering en routebeschrijving (vraag de locatiemanager), is ook de parkeermogelijkheid erg belangrijk. Misschien is voldoende parkeergelegenheid bij de locatie, maar het kan ook zijn dat de parkeergarage wat verderop staat. In het laatste geval kunt u bijvoorbeeld met shuttlebusjes of taxi's uw gasten snel op de plaats van bestemming krijgen. Zorg in geval van betaald parkeren wel voor uitrijkaarten. Is er een openbaar parkeerterrein in de buurt, dan is het verstandig om het terrein tijdens het evenement te laten bewaken.

5.3.2 Openbaar vervoer

Voor de mensen die met openbaar vervoer reizen, is een routebeschrijving vanaf het (bus)station noodzakelijk, zeker als de locatie wat afgelegen is. Een plattegrond bij de routebeschrijving zorgt ervoor dat de gasten de locatie nog makkelijker kunnen vinden. Moeten de gasten ver lopen? Dan kunt u, net als bij een wat verder weg gelegen parkeerterrein, de gasten vanaf de dichtstbijzijnde halte met busjes of taxi's laten vervoeren naar het evenement.

Paraplubegeleiding

Extra attent is het om de gasten droog naar de auto te laten brengen als het regent. Een aantal paraplu's klaarleggen en één van de (catering)medewerkers achter de hand houden om met de gasten mee te lopen, is nog eens service. Instrueer de medewerker(s) wel om snel terug te komen. Als uw gasten te lang moeten wachten op hun paraplubegeleiding, slaat u de plank mis. Mensen die eenmaal besloten hebben om het evenement te verlaten, willen nu eenmaal zo snel mogelijk weg. Doe de paraplutruc dan ook alleen als u voldoende (liefst identieke!) paraplu's voorhanden heeft en als er voldoende medewerkers zijn om met de gasten mee te lopen. De laatste indruk van de gast moet, net als de eerste, een goede zijn!

Saamhorigheidsgevoel versterkt met speciaal personeelsuitje

Een onderzoekinstelling had extra redenen om van het jaarlijkse personeelsuitje iets speciaals te maken. Belangrijke veranderingen binnen de organisatie hadden het personeelsbestand van deze instelling ongemoeid gelaten. Dat gaf reden tot vreugde en goede gronden om het saamhorigheidsgevoel te versterken. Daarom werd op professionele wijze een dag georganiseerd voor medewerkers van de onderzoekinstelling en hun partners.

Landgoed

De organisator ging aan de slag om voor de instelling een actieve, maar ontspannende buitendag te organiseren op een

landgoed niet ver van de organisatie. Op het landgoed bevinden zich lommerrijke boomgaarden en een monumentale boerderij, die voor deze gelegenheid werd bemand door een boerenechtpaar met bijzonder entertainende kwaliteiten. Onder hun leiding konden de aanwezigen pruimen plukken in de boomgaard. Daarnaast waren verschillende workshops georganiseerd, zoals schilderen, het maken van decoratieve tafelstukken, gedichten schrijven met de boer en liederen componeren met de boerin. De medewerkers en hun partners bleken over onvermoede talenten te beschikken. De aanwezigen deden zich in de buitenlucht tegoed aan de

barbecue en tijdens de maaltijd werden de gedichten en liederen ten gehore gebracht. De gemaakte tafelstukken stonden tussen de borden en de schilderijen werden geëxposeerd.

Opgetogen

Het bestuur van de onderzoekinstelling had voor het eerst een externe professional in de arm genomen voor de organisatie van haar jaarlijkse feest. Dat was een goede keuze: de opkomst was hoger dan ooit. En de deelnemers keerden niet alleen beladen met verse pruimen, maar ook opgetogen en met een goed gevulde maag huiswaarts.

Voor een indicatie van de manieren waarop de gasten reizen, kunt u overwegen om de gasten op het responsformulier te laten aangeven of zij gebruik zullen maken van eigen of openbaar vervoer.

Bijzonder parkeren

Heel chique is het als u – bijvoorbeeld bij een sponsorbijeenkomst – zorgt voor 'valet-parking'. Hierbij parkeert een parkeerwachter de auto's van de gasten. De gasten rijden zelf tot voor de locatie (zorg voor een rode loper). Zodra de gasten willen vertrekken, rijdt de parkeerwachter

de auto voor. Laat u dit wel weten op de uitnodiging. Gasten die de locatie kennen en weten dat er bijvoorbeeld weinig parkeergelegenheid bij is, zullen anders misschien zelf de auto ver van de locatie parkeren of tegen hun zin met het openbaar vervoer komen.

Shuttledienst

Een iets minder kostbare manier van parkeerbegeleiding is het inzetten van een shuttledienst. Dit wordt vaak gedaan als een groot parkeerterrein in de buurt is. Een shuttle – dit kan een touringcar, een

limousine of ieder ander vervoermiddel zijn – brengt de gasten van het parkeerterrein naar de locatie en later weer terug. U kunt bij de keuze van het vervoermiddel natuurlijk ook aan iets apart denken. Wat dacht u van golfkarretjes? U moet dan wel even rekening houden met het weer. Een oude Amerikaanse schoolbus is ook een idee. Die zijn in alle soorten en maten te huur. Houd hierbij in de gaten welke sfeer het evenement moet uitstralen en hoeveel gasten u ongeveer verwacht. Met tweeduizend gasten is een shuttle met golfkarretjes misschien niet zo handig.

Middeleeuws vermaak tijdens honderdjarig bestaan

Een ideële stichting maakt zich al honderd jaar hard voor het groen in Nederlandse dorpen en steden. Daarom werd een groen jubileumfeest gevierd, dat door niemand onopgemerkt bleef.

Kasteel

Het honderdjarig bestaan van deze stichting kon eigenlijk maar op één manier gevierd worden: in het groen. De organisator zocht en vond voor de officiële viering van het jubileum een unieke locatie: de groene gazons van een Middeleeuws kasteel. De gasten konden zich binnen vergapen aan

de kristallen kroonluchters, de sierlijke schouwen en de barokke beelden. Tussen de balzaal en het theehuis van het kasteel ontstond een on-Hollands tafereel van tuinplezier. Overdag konden de bezoekers een wandeling maken in de bosrijke omgeving. In de enorme tuin werd op de voor de gelegenheid bijgewerkte grasmat cricket gespeeld. Een tuinorkest zorgde voor muzikale aankleding van het thema. Ook waren er rondleidingen voor de gasten, waaronder vele relaties, die onder het genot van een glas champagne de adellijke sfeer konden opsnuiven. Extra

feestelijk werd het toen de stichting het predicaat 'Koninklijk' mocht ontvangen. Dat gebeurde uiteraard met veel grandeur en allure.

Indruk

Het evenement maakte niet alleen indruk op de gasten, maar ook op de pers. Het jubileum haalde de landelijke kranten en ook cricket kwam ermee in de publiciteit. Het spel won hierdoor zelfs aan populariteit. Datzelfde geldt voor de jubilerende stichting. Gelukkig maar, want vooral dat laatste was de bedoeling!

Bestelling en levering

Als u een evenement organiseert, is het belangrijk dat alle bestelde producten op tijd worden geleverd. U zult contact hebben met bijvoorbeeld een cateringbedrijf, een bloemist en een verhuurder van audiovisuele apparatuur. Het hangt uiteraard van het evenement af met wie u zoal zaken doet. Dit betekent voor u een hoop regelwerk. U kunt zich een hoop ergernis besparen, als u zich goed voorbereidt en een duidelijk overzicht opstelt van de werkzaamheden.

In de zoektocht naar geschikte leveranciers voor uw evenement kunt u diverse bronnen raadplegen. Allereerst doet uw organisatiecomité er goed aan om te kijken naar de sponsors, leden, donateurs en andere contacten. Zij vormen een belangrijke bron. Misschien zijn er wel leden of donateurs met een eigen bedrijf die het evenement graag willen sponsoren door in natura bij te dragen. Dat kan veel geld schelen. Vervolgens kijkt u in lokale of landelijke kranten, het telefoonboek en op het internet.

6.1 De leveranciers en uw wensen

Voordat u contact legt met een leverancier, heeft u al een idee wat u zou willen

bestellen. Ook weet u wat u te besteden heeft. Zet vervolgens zorgvuldig op papier wat uw wensen zijn en benader een tweetot drietotal leveranciers voor een offerte. Gebruik daarbij dezelfde briefing. Zo voorkomt u dat u appels met peren gaat vergelijken. Prettig is het ook om persoonlijk contact te hebben gehad voordat u met één van hen in zee gaat. In zo'n persoonlijk gesprek is het goed om de leveringsvoorwaarden even door te nemen. U weet dan precies waar u aan toe bent.

6.1.1 Afspraken

Aan het begin van de totale organisatie denkt u misschien nog dat u alle gemaakte afspraken en de personen met wie u die

afspraken heeft gemaakt, onthoudt. Maar als u een paar maanden verder bent en het evenement nadert, kan dat wel eens tegenvallen. Zorg daarom altijd ervoor dat u alle afspraken met leveranciers op papier heeft. Bewaar ook het mailverkeer, eventueel in geprinte versie. Misverstanden ontstaan vaak bij kleine wijzigingen of details die misschien niet op papier staan, maar wel ergens in een mailtje staan. Zorg ook ervoor dat u een degelijke correspondentie bijhoudt van gevoerde telefoongesprekken met een leverancier.

6.1.2 Tijdstip van levering

Maak duidelijke afspraken over het tijdstip van levering en over het tijdstip waarop u het precieze aantal gasten moet doorgeven. Een leverancier zal een aantal dagen voor het evenement het definitieve gastenaantal willen weten. Denk bijvoorbeeld aan de cateraar die versproducten moet bestellen; of misschien wilt u bij de bloemist corsages laten maken.

6.1.3 Niet volgens afspraak

U heeft zichzelf voor aanvang van het evenement waarschijnlijk ten doel gesteld

Show der elementen aangename ervaring voor meditatiedocenten

Een beroepsvereniging voor yoga- en meditatiedocenten wilde de viering van het tienjarig bestaan feestelijk aanpakken. Daarom werden alle leden van de vereniging uitgenodigd voor een verwenfeest, met daaraan voorafgaand een spectaculaire show.

Luchtacrobaten

In het midden van het land vond de organisator van het evenement de perfecte locatie voor een uitgebreid feest. De genodigden werden getraakteerd op een flitsende show van cabaret, dans, Oosterse sitarmuziek en

een wervelende lichtshow. Voor de elementen Lucht, Aarde, Water en Vuur was tijdens de show een grote rol weggelegd. Onder meer luchtacrobaten en vuurspuwers sierden het podium. Ook waren er cursussen straattheater, waarbij de deelnemers bijvoorbeeld leerden jongleren met kegels. Na afloop van de show werd een gezellig feest gehouden met allerlei verrassende acts, afgewisseld met muziek- en zangoptredens van zeer uiteenlopende artiesten. Een slangenbezweerder gaf de avond een mysterieus tintje. Er was overal iets bijzon-

ders te doen, te bekijken of te beleven. De avond was een succes, omdat het concept op maat was gemaakt voor de leden van de beroepsvereniging.

Positieve nawerking

Het feest was onder het bestuur van de vereniging nog lange tijd het onderwerp van gesprek. Het evenement had ook wat losgemaakt onder de leden. De open en gezellige sfeer van de avond zorgde voor nieuwe samenwerkingsverbanden tussen verschillende yoga- en meditatiedocenten.

u door niets of niemand van de wijs te laten brengen. Maar als u met leveranciers te maken heeft, bestaat de kans dat iets niet geheel volgens plan verloopt. Blijf daar dan zo rustig mogelijk onder en doe wat u moet doen. Stel dat de cateraar een ander hapje presenteert of in een andere volgorde dan u vooraf had afgesproken. In de meeste gevallen krijgen de gasten hier bijzonder weinig van mee. Vaak hebben zij niet eens door wat achter de schermen allemaal gebeurt, tenzij u daar zelf veel ophef over maakt. Vindt u dat de uitvoering van het bestelde product echt niet door de beugel kan, neem dan de verantwoordelijke even apart. Het is niet verkeerd om ook in zo'n geval de verantwoordelijkheid terug te leggen en te zien hoe de bewuste persoon het oplost. Blijf echter vriendelijk, want het is uw evenement en u heeft de betreffende persoon nog een paar uur nodig.

Achteraf

Wat u achteraf doet, is geheel aan u. Het incident zal in elk geval nog ter sprake komen. Breng uw complimenten aan de betrokkenen over als alles goed is gegaan en uw gasten het naar hun zin hebben gehad. Ook daarvoor geldt dat u de betreffende medewerkers of leveranciers nog eens nodig kunt hebben. Mensen zijn toch geneigd een stapje sneller te lopen, als ze merken dat u hen waardeert.

6.2 De juiste cateraar

Alle aspecten en details van uw evenement moeten natuurlijk tot in de puntjes kloppen, maar een heel belangrijk onderdeel is toch wel de catering. Het is natuur-

Cateringkeuze

De keuze uit cateraars is doorgaans ruim. Daarbij is uiteraard niet alleen de prijs belangrijk, maar ook kwaliteit. U wilt immers dat alles vlekkeloos verloopt. Maak bij het vinden van een cateraar een weloverwogen keuze. Ga daarbij niet over een nacht ijs, maar denk na over het soort eten, in welke vorm, met wat voor aankleding et cetera. U kunt vragen om referenties; zeker bij een evenement is het belangrijk wat u van de cateringsservice kunt verwachten. Op de dag zelf kunt u onaangename verrassingen maar beter voorkomen!

lijk het goedkoopst om zelf te zorgen voor broodjes, drinken et cetera. Bij een fancy fair zorgt u voor een zo goedkoop mogelijk aanbod, wat u dus het beste zelf kunt verzorgen. Bij een personeelsbijeenkomst kunt u zich beter tot een professionele cateraar wenden.

Kwaliteit

Als u toch een cateraar in de arm neemt, zorg dan voor een niet te dure en toch goede partycateraar. Dat is niet zo'n gemakkelijke klus, want aan de hand van welke criteria bepaalt u de kwaliteit? Met name bij sponsor- en donateursbijeenkomsten zijn de kwaliteit en de presentatie van het eten bij een evenement zeer belangrijk, een niet te onderschatten onderdeel. U kunt nog zo'n geweldig entertainment hebben of nog zo'n interessant programma; als het eten niet goed is, zullen uw gasten juist dat onthouden.

Liefde gaat immers door de maag. En u weet wat mensen doen als ze ergens ontevreden over zijn: ze vertellen het door. En het liefst aan zo veel mogelijk andere mensen. Als u een cateringbedrijf huurt, investeer dan in uw zoektocht naar de juiste cateraar.

Enkele eisen

Wat u van het bedienend personeel in ieder geval mag verwachten, is een vriendelijk gezicht. Zorg ervoor dat de medewerkers binnen uw organisatie die de catering verzorgen, goed op hun taak zijn toegerust. Een vriendelijke en professionele uitstraling is een logische eis die u immers ook stelt aan de medewerkers die de door u ingehuurde cateraar meeneemt naar uw evenement. Daarnaast is het mogelijk dat u speciale wensen heeft met betrekking tot het eten, zoals de mogelijkheid om rekening te houden met suiker- of vetvrije diëten. Voor een goede cateraar is dat geen probleem. U weet dat u de 'goede' cateraar heeft gevonden zodra u niet het gevoel heeft dat u zelf aan alles moet denken. Een goede cateraar denkt ook mee over de aankleding van de tafels of het buffetgedeelte. Hij hecht immers waarde aan de presentatie van het eten en de juiste entourage hoort daar ook bij. Overleg dus gerust met de cateraar over de kleuren en de stijl van de totale aankleding: het (tafel)linnen, de kaarsen, tafels en stoelen. Het is vervolgens ook erg belangrijk dat u weet wie tijdens uw evenement aanwezig is als aanspreekpunt. Is dat de cateraar zelf of laat hij het evenement begeleiden door een partymanager? In het laatste geval is het prettig om voor aanvang kennis

Catering kent vele verschillende mogelijkheden

Net als voor de andere programma-onderdelen geldt ook voor de catering dat u dit moet afstemmen op de doelstelling van het evenement. Overleg ook over eventuele dieetwensen met de cateraar. Houd rekening met uw gasten: er is altijd kans dat er mensen zijn die – vanwege hun gezondheid of religie –

speciale keuzes maken. Enkele mogelijkheden op het gebied van catering waaraan u kunt denken:

- thee en koffie met bonbons, koekjes, petits fours of gebak;
- koffietafel;
- high tea;
- picknick;

- broodjeslunch;
- buffetlunch (koud/warm);
- buffetdiner (koud/warm);
- culinair diner met meerdere gangen;
- barbecue;
- tapas;
- koude of warme borrelhapjes, toastjes, belegde (stok)broodjes.

met hem of haar te maken en nog even duidelijk te maken wat u van de cateraar verwacht.

6.3 Leveranciers en techniek

We gaan even ervan uit dat u ook moet zorgen voor licht en geluid bij het evenement. Vaak zal de locatie aan uw meeste wensen op dit gebied kunnen voldoen, maar u moet wel weten wat mogelijk en gebruikelijk is. Laat u goed informeren door professionals, helemaal als de bijeenkomst plaatsvindt in een tent.

Bij een presentatie is het de bedoeling dat uw boodschap de toehoorders bereikt. (Audio)visuele hulpmiddelen ondersteunen de presentatie en geven de boodschap een extra impuls. Uiteraard is het noodzakelijk dat de techniek naar behoren functioneert. Kraak en ruis leiden immers de aandacht van de boodschap af.

De juiste presentatie

Vanaf de aanvang van de organisatie is het zaak om in grote lijnen voor ogen te hebben wat u wilt met de presentatie. De daadwerkelijke uitvoering hiervan kost veel tijd, vooral omdat techniek en alles eromheen toch een vak apart is. Begin daarom op tijd. Naarmate de voorbereidingen vorderen en het steeds duidelijker wordt

Videoconferencing kan verrassend werken

Met videoconferencing kunt u verrassende elementen aanbrengen in uw presentatie. Videoconferencing maakt het mogelijk om op afstand met elkaar te vergaderen, terwijl je elkaar kunt horen en via een beeldscherm elkaar kunt zien. Het systeem is echter niet alleen te gebruiken voor online vergaderen. Ook met mensen die niet bij uw evenement aanwezig

kunnen zijn maar die u wel graag bij het geheel wilt betrekken, kunt u op die manier contact maken. Stel dat u een groots afscheid gaat organiseren voor een oud-directeur. U kunt dan bijvoorbeeld iemand die hij uit het verleden kent maar naar het buitenland is verhuisd, een persoonlijke boodschap laten overbrengen. Dit kan uw evenement een speciaal tintje geven.

hoe u het evenement precies gaat inkleden, kunt u ook beter bepalen welke technieken u daarbij wilt inzetten. Het inschakelen van een extern bureau is een aanrader. Dit bureau kan u adviseren over de mogelijkheden, maar levert ook de apparatuur en de mensen om alles in goede banen te leiden. Zorg wel ervoor dat u in de eerste gesprekken met het eerdergenoemde bureau aangeeft in wat voor soort ruimte het evenement zal plaatsvinden en hoeveel mensen ongeveer zullen komen. Houd ook tijdens de voorbereidingen en op de dag zelf voortdurend de vinger aan de pols.

Technische hulpmiddelen

De technische hulpmiddelen die u kunt inzetten bij uw evenement zijn onder te

verdelen in drie hoofdgroepen: (audio) visuele hulpmiddelen, geluid en licht. Mocht het zo zijn dat u al een tijdje geen organisatorische klussen om handen heeft gehad, dan zult u zien dat in korte tijd veel is veranderd op het gebied van techniek en mogelijkheden. Tegenwoordig is computerprojectie vaak niet meer weg te denken. Hierbij sluit u een dataprojector (beamer) aan op uw pc of laptop, zodat beeld en tekst op een groot scherm kunnen worden geprojecteerd. Het mooie hiervan is dat ook bewegende beelden en geluid tot de mogelijkheden behoren. Er zijn dus veel manieren om uw boodschap over te brengen. Ook op het gebied van licht en laser bestaan indrukwekkende mogelijkheden. Laat u inspireren!

Evenement met kunstwerken medewerkers vormt campagne

De directie van een museum wilde het 125-jarig bestaan op een opvallende manier vieren. Het plan was om de medewerkers van het museum – van de directeur collecties tot de dame van de kaartverkoop – zelf een kunstwerk te laten maken. De enige voorwaarde was dat het kunstwerk een waarde van het museum moest presenteren. Een waarde die de medewerkers met het museum associeerden. Bezoekers konden de kunstwerken bezichtigen tijdens een tentoonstelling in het museum.

Opening

De opening van de tentoonstelling werd een spektakel. In de speech benadrukte de directeur het belang van de medewerkers

voor het museum. Na de opening was iedereen welkom bij het bezichtigen van de tentoongestelde werken. De kunstwerken met dezelfde thematiek werden bij elkaar in een ruimte gezet. De ene ruimte was gevuld met kunstwerken waaruit transparantie bleek, in de andere ruimte konden de medewerkers kunstwerken bekijken met waarden als verbondenheid en nieuwsgierigheid. De waarden van de organisatie stonden vanzelfsprekend centraal in veel van de gesprekken tussen collega's tijdens de opening.

Eigen gezicht

De tentoonstelling ontwikkelde zich als een campagne en kreeg een eigen gezicht.

De organisatie had een logo ontworpen. Bijzondere stukken uit de tentoonstelling werden gefotografeerd en groots afgebeeld op de vaandels bij de ingang van het museum. De meest speciale kunstwerken werden in het personeelsblad nog extra onder de aandacht gebracht. De tentoonstelling was 125 dagen te bezichtigen. De medewerkers kregen allen twee vrijkaarten om aan familie en vrienden te geven. Niet alleen de vaste museumgasten waren benieuwd naar de tentoonstelling. Ook anderen waren nieuwsgierig welke waarden de medewerkers met het museum verbonden en hoe zij deze uitbeelden. Door het evenement kwam het museum positief in de belangstelling.

Regels en verzekeringen

Als u een evenement organiseert, kunt u niet volstaan met half werk. U krijgt met allerlei regels te maken. En dat is maar goed ook, want daarmee kunt u een hoop narigheid vermijden. Het zorgt ervoor dat u goed bent voorbereid als zich een calamiteit voordoet. U zult voldoende aandacht aan de veiligheid moeten besteden. Beveiliging, bewaking en een verzekering met de juiste dekking zijn hier onderdelen van. De gemeente let hier ook op bij de aanvraag voor een evenementenvergunning. Daarnaast heeft u te maken met fiscale aspecten en etiketteregels.

Bij de organisatie van een evenement komen allerlei administratieve aspecten om de hoek kijken. Het is belangrijk om u goed op de hoogte te stellen van deze regels, zodat u tijdens of na het evenement niet voor verrassingen komt te staan.

7.1 Beveiliging

Aandacht voor goede beveiliging is een belangrijk element bij de organisatie van evenementen. Dat is niet in de laatste plaats te wijten aan de wereldwijde ontwikkeling op het gebied van geweld en terrorisme. Er is daarom bij de politiek, gemeenten, brandweer en belangenorganisaties van evenementenorganisatoren veel te doen over de regelgeving met betrekking tot de beveiliging van evenementen.

7.1.1 Eenduidige regels

Momenteel zijn belangenverenigingen, gemeenten en brandweer druk in overleg om regels op te stellen die voor heel Nederland gelden. Tot nu toe heeft iedere gemeente haar eigen regels ten aanzien van (brand)veiligheid, waardoor een organisator zijn beleid steeds opnieuw moet afstemmen op de geldende eisen. De nieuwe landelijke wet over de veiligheid bij evenementen zou een grote stap vooruit betekenen. Afhankelijk van het

soort evenement zal de organisatie zich aan eenduidige regels moeten houden. Hierbij valt te denken aan garderobebeveiliging, detectiepoorten, bewaking met camera's, muntenkassa's, bewaking van het parkeerterrein en de aanwezigheid van hostesses en beveiligingsmensen.

7.1.2 Uitnodiging als beveiliging

Bij het versturen van de uitnodiging kunt u al een grote mate van beveiliging realiseren. Hierop zijn verschillende varianten denkbaar. De uitnodiging kan bijvoorbeeld ook als toegangsbewijs dienen. Ook kunt u met de uitnodiging informatie verzamelen over wie het evenement gaan bezoeken door een antwoordkaart bij te sluiten. Niet alleen weet u dan hoeveel bezoekers u moet verwachten. Op die manier komt u ook achter andere informatie, zoals de naam, het adres en de functie van de bezoekers. Met deze gegevens kunt u de gastenlijst opstellen die bij aanvang van het evenement ter controle dient.

7.1.3 Beveiligingsbedrijf

Uiteraard moet u bij het kiezen van de beveiliging uitgaan van het soort evenement of bijeenkomst en de mate van kwetsbaarheid van de aanwezige gasten. Denk bijvoorbeeld aan een evenement zoals een feest of een festival met livemuziek,

waarbij ook alcohol een rol speelt. Op zo'n bijeenkomst zal een andere verdeling van beveiligingsmedewerkers ten opzichte van het aantal personen nodig zijn dan bij een groot publieksevenement als een popconcert. Bij evenementen en bijeenkomsten waaraan risico's kleven, is het verstandig om vanaf de start van de planning en onderhandelingen een erkend beveiligingsbureau in te schakelen. Dit bureau zal van de hoed en de rand willen weten en adviseert u desgewenst over de keuze van een locatie. Het zal in ieder geval de door u gekozen locatie willen

**Uitnodiging is
eenvoudig
beveiligingssysteem**

bezichtigen, als het een voor het bedrijf onbekend gebouw of terrein is. Op grond van gegevens als het soort evenement, het soort publiek en omgevingsfactoren maakt het beveiligingsbedrijf een inschatting van de risico's. Vervolgens adviseert zo'n bedrijf u over de inzet van bewakingspersoneel en het gebruik van bijvoorbeeld detectiepoorten, camera's en dergelijke. Een beveiligingsbedrijf zal u in geval van grotere evenementen ook adviseren een calamiteitenplan op te stellen. Dit kan onderdeel zijn van het draaiboek. Een voorbeeld van zo'n plan vindt u in de bijlagen. Zorg ervoor dat dit bekend is bij de hulpverlenende diensten.

Beveiliging door personen

Bij bewaking tijdens het evenement door personen heeft u de volgende mogelijkheden:

- al dan niet geüniformeerde beveiligingsmedewerkers; hun aanwezigheid

is van groot belang voor het gevoel van veiligheid bij de gasten. Zij zijn niet alleen fysiek aanwezig, maar staan via de modernste communicatiemiddelen voortdurend in contact met een meldpunt. Via dit meldpunt kunnen de beveiligers bij eventuele calamiteiten gezamenlijk optreden;

- gastvrouwen en -heren; zij zijn inzetbaar voor het inchecken en registreren van de genodigden en dienen als eerste aanspreekpunt. Een niet mis te verstane vorm van veiligheid;
- security hosts; zij vormen bij de entree de eerste barrière in positieve zin. Ze zijn getraind in het opmerken van ongenode gasten;
- politie; het komt bij evenementen steeds vaker voor dat een beroep wordt gedaan op de plaatselijke politie. Uiteraard is dit altijd het geval bij hooggeplaatst bezoek. Maar u kunt ook een beroep doen op de politie als u denkt dat uw evenement om andere redenen risicofactoren met zich meebrengt.

7.2 Veiligheid

De veiligheid van een evenement is niet alleen gewaarborgd door de inzet van voldoende beveiliging. U moet ook rekening houden met voldoende mogelijkheden voor eerste hulp en het faciliteren van de brandveiligheid.

7.2.1 EHBO-post

Veiligheid zit hem niet alleen in het weren van ongewenste bezoekers bij uw evenement, maar ook in brandpreventie en het voorbereid zijn op (kleine) ongelukken. Dit laatste kunt u realiseren door een

of meerdere EHBO-posten in te richten. U kunt ook bedrijfshulpverlening inschakelen om stand-by te staan. Bij grote evenementen kan het ook zinvol zijn om een ambulance klaar te hebben staan om direct eerste hulp te verlenen aan een gewonde of zieke en deze in geval van nood naar het ziekenhuis te vervoeren.

7.2.2 Brandpreventie

Om de veiligheid van uw gasten te optimaliseren, moet een plattegrond aanwezig zijn waarop brandblussers en brandmelders staan vermeld. Bespreek deze plattegrond van tevoren met alle medewerkers en neem hem in het draaiboek op, zodat iedereen op de hoogte is.

7.3 Vergunningen

Organiseert u een evenement, dan is de kans aanwezig dat u bij de gemeente een zogeheten evenementenvergunning moet aanvragen. Dit speelt vooral als u een evenement organiseert in een horecagelegenheid of op een andere plaats die voor het publiek toegankelijk is. De regels en voorwaarden voor het krijgen van een evenementenvergunning verschillen per gemeente. Sommige gemeenten hanteren verschillende vergunningen voor kleine en grotere evenementen, afhankelijk van het aantal bezoekers. Elke gemeente rekent ook weer andere kosten (leges) voor het aanvragen van de vergunning. Meer informatie kunt u inwinnen bij de gemeente waarin uw evenement zal plaatsvinden.

Aanvragen vergunning

Vraag de vergunning minstens acht weken voor de start van het evenement

aan. Bij grote evenementen moet dit nog wat eerder, namelijk zo'n achttien weken van tevoren.

Om de aanvraag goed te kunnen beoordelen, heeft de gemeente een aantal gegevens nodig. Denk daarbij aan de volgende informatie:

- persoonlijke gegevens;
- soort evenement;
- locatie;
- verzorging drank en etenswaren;
- plaatsen van objecten;
- gebruikte faciliteiten (water, elektriciteit en dergelijke);
- verkeer en parkeren;
- milieu en afval;
- geluidsinstallaties;
- veiligheid.

De meeste gemeenten hebben een standaardformulier waarmee u de vergunning kunt aanvragen. Een voorbeeld van zo'n formulier vindt u in de bijlagen.

Afhankelijk van het soort en de omvang van uw evenement zal de gemeente uw aanvraag voor advies voorleggen aan de politie, de brandweer en andere gemeentelijke afdelingen. Op basis van deze adviezen neemt de burgemeester het besluit om u wel of niet een vergunning toe te kennen.

Overige vergunningen

Afhankelijk van het soort evenement en de activiteiten tijdens het evenement, moet u misschien ook nog andere vergunningen of ontheffingen aanvragen. Als u bijvoorbeeld een bandje laat optreden in de buitenlucht, moet u een ontheffing van de geluidsnormen aanvragen. Zijn er tijdens het evenement licht alcoholische drankjes te verkrijgen, dan moet u een ontheffing aanvragen én in het bezit zijn van een verklaring Sociale Hygiëne. In veel gemeenten zijn deze losse vergunningen en ontheffingen voor het evenement overigens opgenomen in de evenementenvergunning.

7.4 Verzekeringen

Bij een evenement komt van alles kijken. Niet alleen moet de organisatie perfect verlopen, u moet vaak ook diverse zaken

Denk eens aan een host(ess) als aanspreekpunt!

De aanwezigheid van een host of hostess kan om meer dan één reden zinvol zijn. U kunt hem of haar in de eerste plaats inzetten als aanspreekpunt. Daarom is het van groot belang om er alert op te zijn dat deze medewerker representatief en aardig is. Daarnaast gaat van de aanwezigheid van een host een zekere veiligheid uit. U

heeft zo continu een vinger aan de pols met betrekking tot het welzijn van uw gasten. Mocht het gaan om een meer 'open' evenement, dat ook zonder uitnodiging kan worden bezocht, dan kan de aanwezigheid van een host ook een preventieve werking hebben op bijvoorbeeld zakkenrollers of tasjesdieven.

huren. Misschien neemt u wel spullen mee uit uw eigen organisatie. Het is uiteraard van belang dat deze spullen, maar ook de mensen die erbij betrokken zijn, goed verzekerd zijn. Houd er rekening mee dat niet altijd alles onder alle omstandigheden verzekerd kan worden.

Let op voorwaarden bij verzekering!

Daarnaast is het aantal verzekeraars dat bereid is om zulke risico's te dekken, de laatste jaren sterk afgenomen. Er zijn omstandigheden waarvoor verzekeraars het risico niet (meer) willen nemen. Dan wordt u als organisator of opdrachtgever van een evenement teruggeworpen op uw eigen verantwoordelijkheid.

Afsluiten verzekering

Let bij het afsluiten van een verzekering goed op de voorwaarden en in het bijzonder op de uitzonderingen. Ga niet op de eerste de beste goedkope aanbieding af. Laat u goed informeren over de te nemen en de te verzekeren risico's voordat u een beslissing neemt.

Als u de opdracht voor een evenement neerlegt bij een bureau dat is aangesloten bij de VECTA (Vereniging van organisatoren van Evenementen, Concerten en Theater Activiteiten), bent u al voor een aantal risico's verzekerd. Hieronder vindt u een overzicht van de meest voorkomende verzekeringen.

7.4.1 Aansprakelijkheidsverzekering

Een bestuurdersaansprakelijkheidsverzekering geeft dekking voor claims die worden ingesteld tegen een bestuurder of commissaris. De bestuurdersaansprakelijkheidsverzekering biedt bescherming tegen verschillende vormen van aansprakelijkheid, dus ook tijdens deelname aan beurzen en de organisatie van evenementen. Er geldt een dekking als de organisatie niet in staat is, of niet bereid is, om de bestuurder of commissaris die wordt

aangeklaagd, schadeloos te stellen. Om dubbele verzekering te voorkomen, is het raadzaam om te overleggen met verhuurders (van bijvoorbeeld podia, attracties en apparatuur) en te informeren of zij aansprakelijk zijn.

7.4.2 Geldverzekering

Dit behoort een vast onderdeel te zijn voor iedere organisatie die met kasgeld werkt. Gaat er contant geld om tijdens uw evenement, bijvoorbeeld bij een fondsenwervend evenement dan is deze verzekering ook zeker aan te raden. Een geldverzekering is meestal niet apart af te sluiten, maar vormt onderdeel van een pakket met bijvoorbeeld de bestuurdersaansprakelijkheidsverzekering. Er worden altijd strenge eisen gesteld aan het bewaren van het geld ('s nachts in een afgesloten kluis; alleen toegankelijk voor bepaalde met naam in de polis genoemde personen). Daarnaast zijn alleen specifieke omstandigheden verzekerd. Diefstal overdag uit kassa's en dergelijke is niet verzekerd.

7.4.3 Verzekering van goederen en materiaal

Met een goederen-, casco- of tentoonstellingsverzekering verzekert u de aanwezige goederen tijdens het evenement. Sluit u daarnaast een goederentransportverzekering af, dan zijn de spullen ook verzekerd tijdens het transport van en naar de plaats van het evenement. Met een materiaalverzekering verzekert u zowel de eigendommen van uw organisatie als goederen die u heeft gehuurd of geleend en die buiten elke andere verzekering vallen. U kunt de verzekering laten afhangen van de waarde van de materialen.

7.4.4 Annuleringsverzekering

Nooit leuk, maar wel nodig: een verzekering die het risico dekt van schade bij het gedwongen afzeggen, uitstellen of tijdelijk onderbreken van uw evenement door bijzondere omstandigheden. Hierbij valt te denken aan het overlijden van een belangrijke deelnemer, maar ook aan het niet kunnen gebruiken van het pand waarin het evenement zou plaatsvinden, bijvoorbeeld door brand.

7.4.5 Verzekering medische kosten

Een verzekering voor medische kosten vergoedt de medische behandeling van deelnemers. Een ongevallenverzekering keert een bepaald bedrag uit of een percentage daarvan als één van de deelnemers aan het evenement komt te overlijden of blijvend invalide raakt.

7.4.6 Regenverzekering

De regenverzekering lijkt eigenlijk een beetje op een loterij. De verzekeraar vergoedt het verzekerde bedrag als gedurende een van te voren overeengekomen periode meer dan een bepaalde hoeveelheid neerslag valt. Is het weer voor u zo'n belangrijke factor dat u deze verzekering overweegt, vraag dan verschillende offertes op! De premies verschillen namelijk aanzienlijk.

7.4.7 Reisverzekering

Een reisverzekering sluit u af als uw evenement niet in Nederland plaatsvindt. De verzekering dekt zowel ziektekosten als het verlies van eigendommen van deelnemers. Eventueel kunt u een aanvullende ziektekostenverzekering afsluiten. Dit kunt u laten afhangen van de medewerkers binnen uw organisatie.

Checklist indeling feestruimte evenement

Bij het indelen van de zaal of feestruimte kunt u de volgende punten aanhouden:

- passen de gasten op de gastenlijst in de ruimte van de zaal of het gebouw?
- plaatsen toewijzen;
- ruimte voor vips bepalen;

- plaats creëren waar de pers kan vertoeven;
 - speciale zitplaatsen voor invaliden en ouderen;
 - naamkaarten checken;
 - toewijzen van plaats (via host, schriftelijk of ontvangstcomité).
-

7.5 De etiketteregels

Etiquette wil niets meer maar ook niets minder zeggen dan het hanteren van de juiste omgangsvormen. In de loop der eeuwen zijn de etiketteregels sterk veranderd en er wordt steeds minder aan

Geef de genodigden een warm welkom!

gedaan. Toch is het ook nu nog plezierig om terug te kunnen vallen op bepaalde regels die nu eenmaal horen bij onze beschaving. Bij de organisatie van een evenement, congres of klantendag ontkomt u er niet aan: u moet zich buigen over de do's en don'ts. Afhankelijk van het soort gasten dat u ontvangt, moet u aandacht besteden aan de manier van ontvangst, de kleding, de ambiance en dergelijke. Wat van een gastvrouw wordt verwacht, is zeker meer dan alleen maar 'correct' handelen. De genodigde moet het gevoel hebben welkom te zijn, zonder dat daar onnodig spektakel mee is gemoeid.

Kleding

In sommige gevallen is het raadzaam om kledingvoorschriften te vermelden,

bijvoorbeeld als het om een sportief evenement of om een themafeest gaat. Als de gasten tijdens één van de programmaonderdelen een eindje (buiten) moeten lopen, moet u dat vermelden op de uitnodiging; zij kunnen dan hun schoeisel hierop aanpassen.

Wie zit waar

Placering, ofwel het rangschikken van stoelen in een ruimte, vraagt om inzicht. In het ene geval is het prima als de gasten naar eigen inzicht een plaatsje kunnen kiezen, in het andere houdt u als organisator liever de regie in eigen hand. Als er sprekers zijn, is het uiteraard zaak om die zo veel mogelijk vooraan plaats te laten nemen. Ook voor belangrijke gasten kunt u stoelen reserveren. Tijdens de lunch of het diner is het van belang de tafelschikking goed in het oog te houden. De basisregel die u in elk geval altijd kunt gebruiken is dame-heer-dame-heer.

7.6 Fiscale regels

Ook de Belastingdienst komt om de hoek kijken bij uw evenement. Maar gelukkig hoeven de fiscale consequenties van uw evenement helemaal niet ongunstig te zijn. Zo is er een fiscaal vriendelijke regeling voor personeelsfeesten en -reizen. Ook voor personeelsverenigingen bestaan fiscale vrijstellingen die bij de organisatie van een evenement van belang kunnen zijn. Naast loonbelasting en BTW heeft u mogelijk te maken met vennootschapsbelasting. Als uw stichting of vereniging onder vennootschapsbelasting valt, zijn de kosten meestal fiscaal aftrekbaar. Raadpleeg hiervoor uw fiscalist.

7.6.1 Personeelsevenementen

Neemt uw evenement de vorm aan van een personeelsreis of personeelsfeest, dan hoeft u de verstrekking niet tot het loon van de medewerker te rekenen als de kosten per medewerker onder de € 454 per kalenderjaar blijven. Belangrijke voorwaarden zijn dat uw reis of feest een gezamenlijk karakter heeft en dat de deelname openstaat voor ten minste driekwart van het personeel. Voor alle duidelijkheid: het gaat hierbij puur om

het aantal personen dat u in de gelegenheid stelt om deel te nemen, niet om de daadwerkelijke inschrijving. De bijkomende kosten van deelname van levenspartners moeten per medewerker onder de € 340 per kalenderjaar blijven. Let op: maakt u al gebruik van de werkkostenregeling, dan moet u rekening houden met afwijkende regels. Meer informatie is te vinden op de site van de Belastingdienst.

7.6.2 Personeelsverenigingen

Veel personeelsverenigingen hebben (mede) tot doel om gezamenlijke activiteiten voor hun leden te organiseren. Denk bijvoorbeeld aan kerst- en sinterklaasvieringen en culturele en recreatieve activiteiten. Ook het evenement dat u organiseert, kan hier onder vallen. Daarom is het goed om te weten dat vergoedingen en verstrekkingen voor personeelsverenigingen en dergelijke onder de vrije vergoedingen vallen. Dit betekent onder meer dat u zonder probleem contributies kunt vergoeden die een werknemer voor de personeelsvereniging betaalt.

Voorwaarden

Uw personeelsvereniging moet wel aan enkele voorwaarden voldoen. Zo moet de vereniging gericht zijn op het bevorderen en organiseren van incidentele sociale en gezelligheidsactiviteiten ten behoeve van de medewerkers en zich hier ook werkelijk (voornamelijk) mee bezig houden. Verder moet deelname aan de vereniging

Samen en gezamenlijk

Een belangrijke voorwaarde bij de regeling voor personeelsuitstapjes is dat het feest of de reis toegankelijk moet zijn voor ten minste driekwart van de werknemers die bij een organisatorische of functionele eenheid (bijvoorbeeld een afdeling) binnen het bedrijf horen. Bovendien moeten de festiviteiten een gezamenlijk karakter hebben. Is het gemeenschappelijke element niet meer aanwezig, dan mag u als werkgever de reis of het feest niet meer onbelast verstrekken. Deze regeling geldt in het kader van de loonbelasting.

Stichting als ondernemer

Veel stichtingen en verenigingen zijn BTW-ondernemer. De Wet op de omzetbelasting definieert de ondernemer als 'ieder die een bedrijf of beroep zelfstandig uitoefent.' Hierbij is het streven naar of het behalen van winst niet van belang. Doorslaggevend is of iemand met een zekere regelmaat tegen betaling leveringen of diensten verricht. Ook verenigingen die contributies innen en prestaties leveren in ruil voor sponsorgeld, zijn daarom ondernemer in de zin van de BTW.

open staan voor ten minste 75% van de werknemers of voor ten minste 75% van de werknemers met dezelfde arbeidsplaats. Ook hier geldt weer dat u rekening moet houden met afwijkende regels als u al gebruikmaakt van de werkkostenregeling. Kijk voor meer informatie op de site van de Belastingdienst.

7.7 Fiscale aspecten van sponsoring

Eerder in dit dossier kwam sponsoring al uitgebreid ter sprake. Ook aan sponsoring zitten een aantal fiscale aspecten, waarmee uw sponsors en uw eigen organisatie rekening moeten houden.

7.7.1 Omzetbelasting (BTW)

De 'Belasting over de Toegevoegde Waarde' (BTW) is een verbruiksbelasting en heeft tot doel het verbruik (de consumptie) van goederen en diensten door consumenten te belasten. Maar u heeft er ook bij sponsoring mee te maken. BTW wordt namelijk berekend over alles wat een ondernemer als tegenprestatie ontvangt voor zijn levering van goederen of diensten. Veel stichtingen en verenigingen gelden als 'ondernemer' in de zin van de BTW (zie kader). Als u zich bij de organisatie van een evenement laat sponsoren, levert u als 'BTW-ondernemer' in ruil voor de sponsorbijdrage een tegenprestatie waarover u in principe BTW moet berekenen.

Knelpunt

Is uw sponsor zelf ook ondernemer, dan vormt deze BTW-verplichting niet zo'n probleem. Een ondernemer mag de aan hem in rekening gebrachte BTW name-

lijk als zogenoemde 'voorbelasting' aftrekken van de BTW die hij zelf verschuldigd is. Hij heeft er dus geen last van; goederen en diensten gaan in principe 'BTW-schoon' door de ondernemersketen. Laat u zich echter sponsoren door een partij die géén BTW-ondernemer is, zoals een gemeente, een bank of een verzekeringsmaatschappij (de laatste twee zijn ondernemers die 'vrijgestelde prestaties' verrichten) dan kan de BTW een vervelend knelpunt vormen. Zij kunnen eventuele BTW die u in rekening brengt namelijk nergens in aftrek brengen.

Vrijstellingen

Moet u daarom zulke partijen maar liever links laten liggen? Dat is gelukkig niet het geval. Het goede nieuws is namelijk dat u bij sponsoring van uw evenement over het algemeen gebruik kunt maken van BTW-vrijstellingen. Dit is mogelijk omdat uw tegenprestatie aan de sponsor vaak een prestatie in natura zal zijn die voor de BTW geldt als 'reclame'. Denk bijvoorbeeld aan de plaatsing van het logo van de sponsor op de uitnodiging, of op grote spandoeken op het evenementterrein. Het in ruil voor dergelijke reclame werven van sponsorgelden vormt een nevenactiviteit van uw stichting of vereniging die (deels) is vrijgesteld van de BTW-verplichting.

Grensbedragen

De vrijstelling houdt in dat u geen BTW in rekening hoeft te brengen zolang u bij dergelijke nevenactiviteiten binnen bepaalde fiscale grenzen blijft. Bij sponsorontvangsten in de vorm van

goederen gaat het om een grensbedrag van € 68.067 per jaar en bij diensten om € 22.689 per jaar. Voor sportorganisaties geldt bij diensten een nog wat ruimere drempel, namelijk € 31.765 per jaar. Blijven de sponsorbedragen die u ontvangt onder deze drempels, dan kunt u zich dus hoe dan ook rustig laten sponsoren; het maakt niet uit of de sponsor wel of niet BTW-ondernemer is. Overschrijdt u de drempelbedragen, dan moet u wel BTW berekenen.

Geen vrijstelling, geen aftrek

Let op: er zit bij de BTW-vrijstelling een addertje onder het gras. Kunt u ten aanzien van de sponsorbijdragen gebruikmaken van de vrijstelling voor nevenactiviteiten, dan kunt u de BTW over kosten die aan die activiteiten zijn toe te rekenen, óók niet in aftrek brengen. Alleen als u wél BTW verschuldigd bent over de nevenactiviteiten, heeft u recht op aftrek. Maar ook dan uitsluitend voor zover de BTW aan de belaste activiteiten kan worden toegerekend. Op die manier kunt u bijvoorbeeld het recht hebben om de BTW af te trekken die aan uw stichting of vereniging in rekening is gebracht voor de productie van reclameborden die u na het bereiken van het drempelbedrag aan sponsors heeft verkocht.

7.7.2 Aftrekbaarheid sponsorkosten

Of uw sponsors hun kosten als 'zakelijke kosten' kunnen aftrekken van de vennootschapsbelasting is weer een heel andere kwestie. Zijn de uitgaven aan te merken als reclamekosten, dan is volledige aftrek mogelijk. Het moet dan wel gaan om kosten die zijn gericht op het vergroten of onderhouden van de naamsbekendheid van de betreffende onderneming. De sponsor kan uw tegenprestatie soms echter ook ten goede laten komen aan relaties. Denk bijvoorbeeld aan vrije toegang tot uw evenement. Dan is geen sprake van reclame- maar van representatiekosten. Laat hij zijn personeel profiteren, dan gelden de uitgaven als personeelskosten. In beide gevallen hanteert de fiscus specifieke voorwaarden en drempelbedragen, die uw sponsor kan terugvinden op de site van de Belastingdienst.

BTW-tarief toegangskaarten gaat omhoog!

Misschien denkt u bij het lezen van deze passages: BTW, was daar niet iets mee? Dat klopt, al heeft wat er aan de hand is in principe niets met sponsoring te maken. Organiseert u echter een cultureel evenement waarvoor de deelnemers tegen betaling toegangskaarten moeten aanschaffen, dan moet u dit jaar goed opletten. U krijgt namelijk te maken met een

forse verandering van het BTW-tarief dat u op de toegangsprijs moet toepassen. Tot op heden geldt voor veel van dergelijke evenementen een verlaagd BTW-tarief van 6%, maar per 1 juli 2011 gaat in veel gevallen het algemene tarief van 19% gelden. De datum van het evenement is daarbij doorslaggevend. Toegangskaarten worden dus aanzienlijk duurder!

Bijlage 1 Aanvraag evenementenvergunning

Via (naam gemeente).nl komt u op de website van de betreffende gemeente terecht. Wij hebben in dit geval als voorbeeld de gemeente Nijmegen genomen. Op deze site vindt u onder 'aan de balie' een printformulier om uw evenementenvergunning aan te vragen. Bij alle gemeenten in Nederland zou u een dergelijk formulier moeten kunnen vinden op de site. Mocht dit niet het geval zijn, kunt u natuurlijk bellen met het gemeentehuis.

1 Persoonlijke gegevens

- a Naam organisatie/vereniging/stichting _____
- b Naam en voorletters organisator _____ m/v
- c Adres (geen postbusnummer) _____
- d Postcode _____ Plaats _____
- e Telefoonnummer (overdag) _____ Faxnummer _____
- f Naam en voorletters contactpersoon _____ m/v
- g E-mailadres contactpersoon _____
- h Telefoonnummer(s) contactpersoon _____
tijdens evenement _____

2 Evenement

- a Naam evenement _____
- b Type activiteit: Circus Sportevenement
 Kermis Tentoonstelling/beurs
 Muziekfestival Verenigingspresentatie
 Straatfeest Anders, nl.
 Straattheater
- c Korte omschrijving van het evenement _____

Vermeld hier de doelgroepen en het hoofdprogramma op hoofdlijnen. Eventueel kunt u het programma als bijlage meesturen.

- d Te verwachten aantal bezoekers _____
- e Verkoopt u toegangskaarten? ja/nee _____
Zo ja, tijdens en/of voorafgaand aan het evenement? _____
- f Organiseerde u dit evenement al eens eerder? ja/nee _____
Zo ja, wanneer _____
waar _____

- g Heeft u over dit evenement (in het kader van een aanvraag voor een vergunning) contact gehad met een overheidsinstantie, anders dan de gemeente Nijmegen? ja /nee _____

Zo ja, welke instantie _____

3 Periode

	Data	Tijden
Het evenement wordt gehouden	van ____ tot ____	van ____ tot ____
Opbouwperiode	van ____ tot ____	van ____ tot ____
Afbouwperiode	van ____ tot ____	van ____ tot ____

4 Locatie

- a Waar wordt het evenement gehouden? _____
Betreft het een privéterrein? ja/nee _____

Zo ja, vult u dan onderstaande gegevens in. Zonder ondertekening van de eigenaar kan géén vergunning verleend worden.

- b Over de eigenaar van het privéterrein:

Naam en voorletters eigenaar _____ m/v

Adres _____

Postcode _____ Plaats _____

Telefoon (tijdens kantooruren) _____

Datum _____ Handtekening eigenaar privé-terrein _____

U moet bij deze aanvraag een plattegrond, tekening of situatietekening (op schaal) bijvoegen, waarop duidelijk de tijdelijke voorzieningen en eerstelijnsbebouwing rondom de locatie worden weergegeven, inclusief eventuele verkooppunten, tappunten en dergelijke. Als u gebruikmaakt van een geluidsinstallatie, moet u ook de exacte situering van objecten (podium/PA/regietoren) aangeven.

Vervolg bijlage 1 Aanvraag evenementenvergunning

5 Drank en etenswaren

aantal afmetingen
LxBxH

- a Worden er tijdens het evenement dranken en/of etenswaren verkocht? ja/nee

U moet in opdracht van de VWA (Voedsel en Waren Autoriteit) bij deze aanvraag een lijst overleggen met de volgende gegevens:

- 1 namen van de deelnemers die levensmiddelen verhandelen;
- 2 postadres en telefoonnummer van deze deelnemers;
- 3 aard van de handel (verpakt snoep, hamburgers, ijs, etc.);
- 4 locatie waar de deelnemers levensmiddelen bereiden en/of bewaren.

Voor informatie over de VWA, zie ook vwa.nl

- b Wilt u zwak-alcoholische dranken verstrekken? ja/nee

Zo ja, dan moet u het aanvraagformulier om een ontheffing te verkrijgen als bedoeld in art. 35 Drank- en Horecawet invullen. Dit formulier kunt u aanvragen bij de gemeente. Het formulier moet ingeleverd worden bij het Loket Openbare Ruimte, daarbij moet u de originele verklaring SVH Onderwijscentrum en een geldig legitimatiebewijs tonen. Laat u de horeca door een andere organisatie verzorgen? Levert u dan de aanvraag evenementenvergunning en de aanvraag voor ontheffing volgens de Horecawet gelijktijdig in.

NB Verkoop van sterk-alcoholische dranken is verboden.

6 Te plaatsen objecten

aantal afmetingen
LxBxH

- a Plaatst u evenementenborden/spandoeken? ja/nee _____
- b Zijn er transportwagens aanwezig? ja/nee _____
- c Zijn er caravans voor verblijf aanwezig? ja/nee _____
- d Plaatst u één of meerdere podia? ja*/nee _____
- e Plaatst u (een) overkapping(en)? ja*/nee _____
- f Plaatst u (een) klimwand? ja*/nee _____
- g Plaatst u tribune(s)? ja*/nee _____
- h Plaatst u (een) luchtkussen(s)? ja/nee _____

- i Plaatst u kramen voor informatie? ja/nee _____
- j Plaatst u kramen voor verkoop? ja/nee _____
- k Plaatst u (een) verkoopwagen(s)? ja/nee _____
- l Plaatst u één of meerdere tenten? ja*/nee _____
- m Plaatst u toiletwagens? ja/nee _____
- n Plaatst u reclame- en/of bewegwijzeringsborden? ja/nee _____
- o Plaatst u nog andere objecten? ja/nee _____
Zo ja, welke? _____

** Voor deze objecten moet u tekeningen en berekeningen overleggen waaruit blijkt dat de constructies voldoende sterk en veilig zijn.*

U moet als organisatie zelf minimaal drie weken voordat het evenement plaatsvindt, overeenkomstig artikel 2.1.1. van de Brand-beveiligingsverordening, een gebruiksvergunning aanvragen bij de brandweer.

7 Faciliteiten

- a Gebruikt u een drinkwataeraansluiting? ja/nee
- b Gebruikt u elektriciteit? ja/nee
Zo ja, wat is de aansluitwaarde (KW)? _____
Zo ja, waar is er elektriciteit nodig? _____
- c Gebruikt u voor een eventuele toiletwagen gemeentieriolering of afvoer? ja/nee

8 Verkeer en parkeren

- a Zet u personeel in voor parkeerbegeleiding? ja/nee
Zo ja, waar?
- b Wordt het gebruik van het openbaar vervoer gestimuleerd? ja/nee
Zo ja, hoe?
- c Wordt het openbaar vervoer mogelijk gehinderd? ja/nee
Zo ja, waar?
- d Moeten er straten en/of parkeerterreinen worden afgesloten? ja/nee
Zo ja, welke?
- e Welke tijden moeten de straten en parkeerterreinen afgesloten worden?
van ____ uur tot ____ uur.

U moet de parkeervoorzieningen op de situatietekening aangeven.

9 Milieu en afval

- a Wordt het terrein door uzelf gereinigd? ja/nee
- b Moet het afval opgehaald worden? ja/nee

De kosten van afvalophalen brengt de gemeente in rekening.

- c Hoe wordt het afval aangeboden?
 - o verpakt
 - o los
 - o gescheiden

10 Muziek en geluid

- a Maakt u gebruik van een geluidsinstallatie?
 - o nee
 - o ja, voor muziek en gesproken woord
 - o ja, uitsluitend voor gesproken woord

*Zie punt 4 voor vereisten op plattegrondtekening.
U moet ook een programma meesturen.*

- b Organiseert u optredens met muziek?
 - o nee
 - o ja, optredens met geluidsversterker
 - o ja, optredens zonder geluidsversterker
- c Soort muziek (bijvoorbeeld jazz, country,house, harmony)

d Gebruik van geluidsinstallatie

Datum	Gebruik (soundcheck/optreden)	Begintijd	Eindtijd

- e Maakt u gebruik van (een) aggrega(a)t(en)? ja/nee
Zo ja, svp hier de data en periode(n) dat de aggrega(a)t(en) in gebruik zijn vermelden:

Datum	Begintijd	Eindtijd

11 Veiligheid

- a Wilt u gebruik maken van Evenementen Begeleiding Nijmegen? ja/nee
Zo ja, waarom?
- b Heeft u bewaking van het terrein geregeld? ja/nee

- c Heeft u hiervoor een bedrijf ingehuurd? ja/nee
Zo ja: naam bedrijf(kopie contract bijvoegen)

Het bedrijf moet voldoen aan de Wet Particuliere Beveiligingsorganisaties en Recherchebureaus (WPBR).

- d Heeft u geneeskundige voorzieningen getroffen? ja/nee
Zo ja, wat voor voorzieningen?
 - o EHBO
 - o ambulance
 - o bedrijfshulpverlening

Bij aanwezigheid van EBHO-posten deze op de plattegrond aangeven.

- e Via welke instelling of vereniging heeft u dit geregeld?

U moet een kopieovereenkomst of diploma bijvoegen.

12 Bijlage-instructie

Kruist u aan welke bijlagen voor uw aanvraag van toepassing zijn en die u meestuurt. Het betreft hier meerdere bijlagen. Bij deze aanvraag worden de volgende bescheiden meegestuurd:

- o Een op schaal gemaakte situatietekening (verplicht, schaal 1:500 of 1:1000)
- o Programma met een draaiboek (indien van toepassing)
- o Gegevens over handel dranken en etenswaren (zie vraag 5)
- o Tekeningen en berekeningen van constructies en plaatsing van objecten (zie vraag 6)
- o Kopie contract bewakingsbedrijf (eventueel)
- o Kopie contract of diploma geneeskundige voorzieningen (eventueel)

13 Ondertekening

Hierbij verklaar ik dat ik het formulier naar waarheid heb ingevuld:

Naam organisator _____

Plaats _____

Datum _____

Handtekening aanvrager _____

Bijlage 2 Voorbeeld calamiteitenplan

Als voorbeeld vindt u hier het calamiteitenplan van een evenement dat werd gehouden in Gorinchem.

1 Algemene informatie

Object	Tent van circa 2.000 m ²
Locatie	Buiten de Waterpoort Gorinchem
Aantal gasten	Circa 1.000 waarvan circa 200 kinderen (van 0 tot 12 jaar)
Tijdstip evenement	11.00 – 16.00 uur

Calamiteitenplan aanwezig bij:

naam + telefoonnummer	functie
1	Projectleider/Coördinator - BHV'er
2	VCA gecertificeerd
3	Flight Safety gecertificeerd
4 Beveiligingsbeambte	Gecertificeerd + EHBO (bij tent)
5 Beveiligingsbeambte	Gecertificeerd + EHBO (bij tent)
6 Beveiligingsbeambte	Gecertificeerd + EHBO (bij schip)
7 Beveiligingsbeambte	Gecertificeerd + EHBO (bij schip)
8 Gediplomeerd EHBO'er	
9 Gediplomeerd EHBO'er	
10 Brandweer Gorinchem	

Verantwoordelijke opdrachtgever in geval van calamiteiten

Naam en nummer _____

Communicatiemiddelen

Mobiele telefoons
Versterkte geluidsinstallatie op podium met microfoons

Noodnummers

112	Als elke seconde telt
(0183) 64 28 00	Brandweer Gorinchem
0900 - 8844	Politie

Beatrix ziekenhuis

Banneweg 57, 4204 AA Gorinchem
(0183) 64 44 44

Veiligheidsmiddelen

EHBO-koffer in de cateringtent
EHBO-post bij entree/garderobe
Dranghekken rondom de kade
Toelatingsbeleid vindt plaats aan de hand van entreecontrole

Brandblussers

Er zijn 10 brandblussers aanwezig in de tent:
5x CO₂ blussers
5x Poederblussers
Daarnaast zijn er 2 brandblussers aanwezig in de cateringtent.

Nooddeuren

Er zijn 10 deuren aanwezig in de tent, waarvan 1 dubbele glasdeur en 8 nooddeuren. Op de bijgevoegde tekening staan de nooddeuren ingetekend. De tent is voorzien van 4x noodverlichting en 10x nooduitgangverlichting. Deze verlichting is voorzien van accu.

Stroomspecificaties

3 stroomaggregaten aan de zijkant van de tent (zie bijgevoegde tekening)
Uit te schakelen door middel van noodknop.

Verzamelplaats bij ontruiming

Op de verharde kruising aan de linker bovenzijde van de tent.

Programma

11.00 uur	Ontvangst van de gasten in de tent
11.30 uur	Officieel programma met speeches en videofilm
12.30 uur	Rondleidingen op het schip, akoestisch entertainment, eten en drinken. Kinderen gaan workshops volgen in de pagode-tenten voor de kindermusical.
15.00 uur	Opvoering van de musical op het podium
16.00 uur	Einde van het evenement.

Gastenprofiel

Medewerkers van opdrachtgever met hun gezin (partner en kinderen).
Circa 200 kinderen tussen 0 en 12 jaar oud.
Medewerkers zijn vanuit hun beroep zeer veiligheidsbewust.
Alcoholgebruik wordt normaal ingeschat.
Leeftijd van de volwassenen is tussen de 25 en de 60+.
Allen uit de omgeving Gorinchem.

2 Ongevallenprocedures

Zware ongevallen

Zware ongevallen worden gemeld aan een beschikbare bedrijfshulpverleners (zie voorblad) die als coördinator optreedt, deze BHV'er waarschuwt rechtstreeks de alarmdienst 112 met de daarbij behorende informatie.
Na deze eerste fase zorgt zij voor de begeleiding van de patiënt(en).
Projectleider zorgt voor doormelding aan contactpersoon opdrachtgever. Deze zorgt vervolgens voor doormelding aan familieleden.

Lichte ongevallen

Lichte ongevallen melden aan projectleider. Deze schakelt zonodig een arts in en meldt het voorval aan opdrachtgever.

Bijna ongevallen

Voorvallen die nog net goed aflopen, maar zeker letsel, schade of andere ongewenste effecten tot gevolg kunnen hebben, worden gemeld aan de projectleider.

Schade

Wordt gemeld aan projectleider.

3 Taken Bedrijfs hulpverleners

1. Ingeval van een ongeval- of brandmelding gaat u naar plaats van het incident.
Overleg in het kort met de andere BHV'ers en maak een taakverdeling.
2. Bij ongeval de patiënt gerust stellen, stabiliseren of reanimeren. Door de projectleider eventuele professionele hulpdienst laten waarschuwen, vraag om terugmelding.
Bij licht ongeval patiënt verbinden/verzorgen en begeleiden, eventueel via projectleider arts laten waarschuwen.
3. Bij brand begint u, indien mogelijk, eventueel bijgestaan door de andere BHV'ers, met brandbestrijding en maakt een taakverdeling. Houd voortdurend controle zodat er geen uitbreiding kan ontstaan. Bij direct gevaar voor uitbreiding locatie ontruimen en via de geluidsinstallatie om laten roepen. Via de projectleider laat u de hulpdiensten waarschuwen.

4. Geef leiding aan ontruiming.

5. Controleer de ontruimde ruimte op achterblijvers.

6. Vang de professionele hulpverleners op en wijs hen de weg op locatie naar de plaats van het incident. Informeer hen over het soort incident en de al genomen maatregelen, of er slachtoffers zijn, mensen gevaar

lopen, of er gevaar bestaat voor de hulpverleners, overleg een plattegrond.

De bedrijfshulpverlener heeft ook de taak erop te letten dat de vluchtroutes permanent veilig en zonder obstakels zijn, brandbestrijdingsmiddelen goed bereikbaar zijn en de EHBO-kist goed bereikbaar blijft.

4 Opbouwschema

Dinsdag 10 juni

Opbouw tent

Woensdag 11 juni

Opbouw tent

Donderdag 12 juni

Opbouw tent

Aanlevering gedeelte facilitair

Vrijdag 13 juni

08.00 uur Opbouw techniek

12.00 uur opbouw en inrichting catering

Gedurende de dag aanlevering facilitair

16.00 uur inspectie brandweer

Zaterdag 14 juni

Inspectie brandweer – indien nodig

11.00 – 16.00 uur evenement

v.a. 16.00 uur afbraak techniek

v.a. 16.00 uur afbraak inrichting en catering

Maandag 16 juni

Afbraak tent

Dinsdag 17 juni

Afbraak tent.

Vanaf dinsdag 10 juni 21.00 uur tot en met maandag 16 juni 08.00 uur wordt gedurende de uren dat er geen crew aanwezig is, de tent bewaakt door een beveiligingsbedrijf.

COLOFON

Dossier Bestuur Rendement is een periodiek verschijnend thematisch magazine voor bestuurders van stichtingen en verenigingen.

Dossier Bestuur Rendement is een uitgave van Rendement Uitgeverij BV
Groot Handelsgebouw Unit D1.109
Conradstraat 38, Rotterdam
Postbus 27020, 3003 LA Rotterdam (redactieadres)
Tel. (010) 243 39 33
Fax (010) 243 90 28
www.rendement.nl/bestuurl

Hoofredacteur Jacco van den Boogaart
e-mail: j.vandenboogaart@rendement.nl

Eindredactie Ravestein & Zwart

Medewerkers Roel van Dooren, Bastiaan Geleijnse, Dominik van Mierlo, John Reid, Guus van Rijswijk, Puck Stamps, Muriël Simons, Esther van Tienen, Jean-Marc van Tol, Annemieke van der Velden, Justin Verbeek, Michel Wolf

Algemeen hoofdredacteur Robert Hiemstra

Uitgever Marnix Hoogerwerf

Abonnementenadministratie
Rendement Uitgeverij BV
Postbus 27020, 3003 LA Rotterdam
tel. (010) 243 39 33, fax (010) 243 90 28
e-mail: info@rendement.nl

Advertentie-exploitatie
Rendement Uitgeverij BV
Ralph Pennenburg
Tel. (010) 243 39 33
Fax (010) 243 90 28
e-mail: r.pennenburg@rendement.nl

Basisontwerp Pino Design, Arnhem

Druk Ten Brink, Meppel

Abonnementen

Dossier Bestuur Rendement verschijnt 5 x per jaar naast het nieuws- en adviesmagazine Bestuur Rendement. De prijs voor een abonnement op Dossier Bestuur Rendement bedraagt voor abonnees op Bestuur Rendement € 129 per jaar. De normale abonnementsprijs bedraagt € 161,50 per jaar. Losse nummers: € 45. Alle prijzen zijn inclusief verzendkosten en exclusief BTW.
(Proef)abbonementen kunnen ieder moment ingaan, maar slechts worden beëindigd indien uiterlijk twee maanden voor het einde van de abonnementsperiode schriftelijk is opgezegd. Zonder of bij niet tijdige opzegging wordt het abonnement automatisch met een periode van een jaar verlengd.

© Rendement Uitgeverij BV 2011

ISSN 1872-3306

Niets uit deze uitgave mag, noch geheel, noch gedeeltelijk, worden overgenomen en/of vermenigvuldigd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Hoewel aan de totstandkoming van deze uitgave de uiterste zorg is besteed, aanvaarden de auteur(s), redacteur(en) en de uitgever geen aansprakelijkheid voor eventuele fouten en onvolkomenheden, noch voor de gevolgen hiervan.